

# A9

2025 - 01

# ACTIO

Journal Of Technology  
in Design, Film Arts &  
Visual Communication

*Número especial:*

***La creación de narrativas  
transmedia con sentido  
público y común en un  
ecosistema híbrido***

Volumen 9, Número 1 / Enero - Junio / 2025 / Bogotá D.C. / ISSN: 2665-1890



UNIVERSIDAD  
**NACIONAL**  
DE COLOMBIA

*Créditos*

## COEDITORES EN JEFE

*Carlos Hernán Caicedo Escobar*  
Ingeniero Metalúrgico y Administrador de  
Empresas, Magister en Ciencias de Gestión

Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura - IECCO

*Karen Lange-Morales*  
Diseñadora Industrial, Doctora en Salud Pública

Escuela de Diseño Industrial

*Luis Fernando Medina Cardona*  
Ingeniero de sistemas, Doctor en Artes y Ciencias  
de los Medios

Escuela de Cine y Televisión

## COMITÉ EDITORIAL

### Universidad del Magdalena (Colombia)

*Carlos Mario Bernal Acevedo*  
Comunicador social y cineasta, Doctor en  
Educación / Mediación Pedagógica

### Universidad del Valle (Colombia)

*Juan Camilo Buitrago Trujillo*  
Diseñador Industrial, Doctor en Ciencias en Diseño  
y Arquitectura

### Universidad Nacional de Colombia (Colombia)

*Neyla Pardo Abril*  
Lingüista, Doctora en Lingüística Española

### Universidad de Palermo (Argentina)

*Alejandra Niedermaier*  
Fotógrafa, Psicóloga social, Magister en Lenguajes  
Artísticos Combinados

### Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa (México)

*Luis Rodríguez Morales*  
Diseñador Industrial, Doctor en Teoría e Historia  
de Arquitectura y Diseño

### Universidad Rey Juan Carlos (España)

*Lorenzo Torres Hortelano*  
Ciencias de la información, Doctor en  
Comunicación Audiovisual

## COMITÉ CIENTÍFICO

### Universidad de Buenos Aires (Argentina)

*Silvio Fischbein*  
Arquitecto, Planificador Urbano, Artista Visual y  
Director Cinematográfico

### Universidad Autónoma de México (México)

*Marina Garone Gravier*  
Diseñadora gráfica, Doctora en Historia del Arte

### Universidad de Sao Paulo (Brasil)

*Maria Dora Genis Mourão*  
Bachelor en Cine, Doctora en Cine

### Universidad Complutense de Madrid (España)

*Jesús González Requena*  
Psicólogo, Ciencias de la Información, Doctor en  
Comunicación Audiovisual

### Universidad Jaume I (España)

*Jaume Gual Ortí*  
Ingeniero en Diseño Industrial, Doctor en Proyectos  
de Innovación Tecnológica

### Universidad Pompeu Fabra (España)

*Carlos Alberto Scolari*  
Comunicador Social, Doctor en Lingüística Aplicada  
y Lenguajes de la Comunicación

## EDITORES DE APOYO

### Sede Bogotá

*Julio César Goyes Narváez*  
Filósofo, Doctor en Comunicación Audiovisual  
Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura - IECCO

### Sede Medellín

*Augusto Solórzano Ariza*  
Diseñador Industrial y Maestro en Artes Plásticas,  
Doctor en Filosofía  
Facultad de Arquitectura

### Sede Palmira

*Nélida Yaneth Ramírez Triana*  
Diseñadora Industrial, Doctora en Diseño,  
Fabricación y Gestión de Proyectos Industriales  
Facultad de Ingeniería y Administración

## **PARES EVALUADORES**

*Andrea Villarrubia Martínez*  
Universidad de Viña del Mar (UVM) Chile

*Antonio José Mariño Lizarazo*  
Realizador independiente

*Carlos Córdoba Cely*  
Universidad de Nariño

*Claudia Andrea Veas Yáñez*  
Independiente

*Daniela Reyes Gutiérrez*  
Realizadora independiente

*Ezequiel Enrique Cabrera Aguilera*  
Universidad Viña del Mar

*Fernando Enrique Franco Lizarazo*  
Universidad Distrital Francisco José de Caldas

*Héctor Claudio Farina Ojeda*  
Universidad de Guadalajara

*Jaime Alonso Córdova Ortega*  
Universidad Viña del Mar

*Julio Gutiérrez García-Huidobro*  
Universidad Adolfo Ibáñez

*Lila Farías Muñoz*  
Universidad Viña del Mar

*Liliana Vásquez-Rocca*  
Universidad Andrés Bello

*Marcela Muñoz Covarrubias*  
Universidad Viña del Mar

*María Antonia Bustamante Robledo*  
Universidad de Los Andes

*María Belen Urqueta*  
Universidad Blas Pascal

*María Teresa Fernández Balboa*  
Universidad Viña del Mar

*Michel Toledo Veche*  
Universidad Viña del Mar

*Steffanie Francisca Kloss Medina*  
Universidad Viña del Mar

## **PRODUCCIÓN**

*Mgs. César Puertas Céspedes*  
Diseño editorial

*Linda Carolina Rodríguez Tocarruncho*  
Corrección de estilo

*D.I. Lissa María Muriel Guisado*  
Diagramación

*D.G. Andrés Hernández Vargas*  
Diseño web

## **UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA**

*Leopoldo Múnera Ruiz*  
Rector

## **SEDE BOGOTÁ**

*Andrea Carolina Jiménez Martín*  
Vicerrectora

*Miguel Antonio Huertas Sánchez*  
Facultad Artes  
Decano

*Heliumen Alberto Triana Parrado*  
Escuela de Diseño Gráfico  
Director

*Alfonso Bohórquez Torres*  
Escuela de Diseño Industrial  
Directora

*Libia Stella Gómez Díaz*  
Escuela de Cine y Televisión  
Director

*Harold Vásquez Castañeda*  
Instituto de Investigaciones Tecnológicas  
Director

*Jairo Danilo Moreno Hernández*  
Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura -IECO  
Director



# *Contenido*

## EDITORIAL

### Editorial

Angélica María Pacheco Díaz, Carlos Hernán Caicedo Escobar, Karen Lange-Morales & Luis Fernando Medina Cardona

9

## ARTÍCULOS

### «Videal»: dialogando con Video

José Alejandro López Pérez

18

### Enseñanza y patrimonio: el enfoque del Museo Taminango para la innovación educativa mediante narrativas transmedia

Iván Andrés Benavides Carmona

30

### Observatorio regional de comunicación Miradas 609: fomentando el acceso a la información

Daniel Palomero Sanz

52

### Álbum de láminas como artefacto educativo para construir experiencias de educación transmedia

Juan Pablo Bravo Zamora

62

### Narrativas Transmedia en Concepción: exploración de la producción audiovisual y cultural en la región del Biobío (Chile)

Manuel Alejandro Rivera Careaga & Mario Andrés Montaner Bastías

77

### La pantalla collage: el nuevo escenario de la estética visual y relacional a partir de la apropiación pictórica. Una experiencia desde las prácticas creativas y de comunicación transmedia

Carlos Obando Arroyave & Ronald F. Meléndez C.

87

### Repercusiones del giro lingüístico en la subjetividad y participación: ejemplo en las vanguardias artísticas y la narrativa transmedia

Javiera Cádiz Pinares

101

### Gamificación en la educación superior: proyecto transmedia de aula gamificada para estudiantes de Periodismo en la Universidad Viña del Mar (Chile)

Martín Eduardo Ferrer Contreras

113

### Diseño mestizo y decolonialismo: una mirada desde las plazas de mercado

Angell Sue Valencia Rodríguez

124

## OTRAS GRAFÍAS

### Reseña del libro Europa ante su imagen: cine y series de televisión en la encrucijada del siglo XXI

Daniela Alexandra Tunjano Bautista

157

### Compendio de métodos visuales para el proceso de diseño y desarrollo de productos

Juan Mendoza-Collazos et. al.

161

# *Editorial*

## Editorial

*Angélica María Pacheco Díaz*

*Carlos Hernán Caicedo Escobar*

*Karen Lange-Morales*

*Luis Fernando Medina Cardona*

**A9**  
2025 - 01  
**ACTIO**  
Journal Of Technology  
in Design, Film Arts &  
Visual Communication



UNIVERSIDAD  
**NACIONAL**  
DE COLOMBIA



**ES Editorial**

**EN Editorial**

**ITA Editoriale**

**FRA Éditorial**

**POR Editorial**

*Angélica María Pacheco Díaz,  
Carlos Hernán Caicedo Escobar,  
Karen Lange-Morales &  
Luis Fernando Medina Cardona*

## Editorial



**ANGÉLICA MARÍA  
PACHECO DÍAZ**



**CARLOS HERNÁN  
CAICEDO ESCOBAR**



**KAREN  
LANGE-MORALES**



**LUIS FERNANDO  
MEDINA CARDONA**

*Coeditores responsables  
del volumen 9, número 1.  
Co-editors responsible for  
Volume 9, Number 1.*

**A**CTIO ES VERBO, MOVIMIENTO, impulso. En su raíz latina, *agere*, se condensa la intención de esta

revista: hacer, actuar, poner en funcionamiento los saberes que habitan los territorios del diseño, las artes filmicas y la comunicación visual. No como compartimentos estancados, sino como campos abiertos a la exploración conjunta donde las fronteras se vuelven permeables y los lenguajes se entrelazan. Allí, en las intersecciones críticas, emerge lo que no sabíamos que podíamos imaginar.

Este número especial de Actio es, antes que todo, una apuesta por cultivar. En tiempos marcados por la fragmentación, la velocidad y la incertidumbre, cultivar saberes, vínculos y preguntas se vuelve una urgencia ética para la academia en América Latina. Cultivar implica tiempo, atención, afecto y cuidado. Supone sembrar en territorios diversos, asumir el riesgo de lo colectivo, sostener procesos que no siempre tienen forma acabada ni respuestas definitivas.

Esta edición es fruto de ese gesto: un cultivo transnacional entre el Magíster en Comunicación Digital y Transmedia de la Facultad de Arquitectura, Comunicaciones y Diseño de la Universidad Viña del Mar (Chile), el Magíster en Comunicación y Medios de la Universidad Nacional de Colombia (sede Bogotá), y el equipo editorial de Actio. Lo que comenzó como una pasantía académica se transformó, con el tiempo, en un entramado de colaboraciones entre docentes, investigadores, estudiantes y creadores que decidieron construir confianzas y poner en diálogo sus preguntas, sus prácticas y sus territorios.

Durante más de dos años, esta vinculación ha permitido revisar en conjunto proyectos de grado, compartir clases híbridas, intercambiar metodologías y, sobre todo, pensar colectivamente cómo investigar y crear desde el sur. No se trata de replicar modelos

**A**CTIO IS A VERB, A movement, an impulse. Its Latin root, *agere*, captures the intention of this journal:

to do, to act, to set into motion the knowledge that inhabits the fields of design, film arts, and visual communication. Not as isolated compartments, but as open fields for joint exploration where borders become permeable and languages intertwine. There, in those critical intersections, emerges what we did not know we could imagine.

This special issue of Actio is, above all, a commitment to cultivating. In times marked by fragmentation, speed, and uncertainty, cultivating knowledge, bonds, and questions becomes an ethical imperative for academia in Latin America. Cultivating requires time, attention, care, and affection. It means sowing in diverse territories, embracing the risks of the collective, and sustaining processes that do not always have a finished form or definitive answers.

This edition is the result of such a gesture: a transnational cultivation between the Master's Program in Digital and Transmedia Communication of the Faculty of Architecture, Communications, and Design at the University of Viña del Mar (Chile), the Master's Program in Communication and Media at the National University of Colombia (Bogotá campus), and the editorial team of Actio. What began as an academic internship gradually evolved into a network of collaborations among professors, researchers, students, and creators who chose to build trust and place their questions, practices, and territories in dialogue.

For more than two years, this partnership has enabled us to review graduate projects together, share hybrid classes, exchange methodologies, and, above all, collectively reflect on how to research and create from the South. It is not about replicating hegemonic models, but about creating spaces where questions arise from

hegemónicos, sino de generar espacios donde las preguntas surjan desde lo situado, donde las narrativas se enraícen en los contextos y donde la creación sea, a la vez, exploración y aportes desde lo común y público.

En este proceso, nos reconocemos como tejedores de afectos y de conocimientos porque cultivar también es cuidar los vínculos, sostener los tiempos compartidos, habilitar condiciones para el aprendizaje mutuo. Creemos en la formación permanente, no como acumulación de saberes, sino como ejercicio continuo de desaprender, de abrirse a la escucha y de construir con otros y otras. Apostamos por una cultura participativa que valore las diferencias, que habilite el disenso y que reconozca en la colaboración una forma de practicar el pensamiento crítico desde la creación.

Desde esta mirada, también reivindicamos el poder de la narración. Como reiteró Jesús Martín-Barbero, los contadores de historias no solo narran lo que pasa, sino lo que hace que algo pase; son los que tejen sentidos, los que permiten reconocerse como parte de un mundo compartido. Las y los narradores no se limitan a contar lo que ocurre: exploran las causas y consecuencias de los eventos, revelan las conexiones profundas que los vinculan a la experiencia humana, crean sentidos compartidos que permiten interpretar el mundo de forma colectiva y fortalecen un sentido de pertenencia a una memoria viva.

En este número convergen, entonces, una trama de relatos visuales, tecnológicos, sonoros y textuales que no solo muestran resultados, sino que abren caminos, porque este proyecto no tiene como fin cerrar con certezas, sino abrir con más preguntas. ¿Cómo investigamos desde la escucha? ¿Qué estéticas emergen cuando cruzamos disciplinas con territorios? ¿Qué significa colaborar en contextos de desigualdad estructural? ¿Qué lenguajes aún no hemos cultivado?

Agradecemos profundamente a quienes han hecho posible este trabajo: al equipo editorial de Actio, a las y los docentes y coordinadores de ambos programas de magíster, a las instituciones que sostienen estos procesos y, sobre todo, a las autoras y autores que confiaron en esta apuesta. Sus contribuciones dan forma a una comunidad que continuará creciendo, dialogando, sembrando.

situated contexts, where narratives are rooted in local realities, and where creation is both exploration and contribution to the common and the public.

In this process, we recognize ourselves as weavers of knowledge and affection, because cultivating also means nurturing relationships, sustaining shared times, and enabling conditions for mutual learning. We believe in lifelong learning—not as the mere accumulation of knowledge, but as a continuous practice of unlearning, of opening ourselves to listen, and of building with others. We are committed to a participatory culture that values differences, welcomes dissent, and recognizes collaboration as a way of practicing critical thinking through creation.

From this perspective, we also reaffirm the power of storytelling. As Jesús Martín-Barbero reminded us, storytellers do not merely recount what happens, but reveal what sets things in motion; they are the ones who weave meaning, who allow us to recognize ourselves as part of a shared world. Storytellers go beyond narrating events: they explore their causes and consequences, reveal the deep connections that tie them to human experience, create shared meanings that enable collective interpretation of the world, and strengthen a sense of belonging to a living memory.

This issue thus brings together a weave of visual, technological, auditory, and textual narratives that not only present results but also open paths. For this project is not intended to close with certainties, but to open with more questions. How do we investigate through listening? What aesthetics emerge when disciplines meet territories? What does it mean to collaborate in contexts of structural inequality? What languages have yet to be cultivated?

We are deeply grateful to all those who made this work possible: the Actio editorial team, the professors and coordinators of both master's programs, the institutions that sustain these processes, and, above all, the authors who placed their trust in this endeavor. Their contributions give shape to a community that will continue to grow, to dialogue, and to sow.

Este número especial no es un cierre, sino un punto de partida. Una nueva convocatoria abrirá pronto, con la certeza de que cultivar en común seguirá siendo una forma de resistencia, de creación y de transformación.

**ARTÍCULOS EN ESTE NÚMERO: CULTIVAR EN COMÚN: NARRATIVAS, VÍNCULOS Y PREGUNTAS DESDE EL SUR GLOBAL**

El video, esa palabra tan frecuentada en nuestro panorama mediático actual y que ha poblado desde lo analógico hasta las redes sociales actuales, clama por una conceptualización más precisa. Este es el propósito del texto «“Videal”: dialogando con video», de José Alejandro López Pérez, el cual emplea el novedoso recurso de presentar un diálogo entre el video y el cine, personificados desde sus materialidades: discuten sus diferencias, propiedades e incluso imágenes de una aparente autoría colectiva entre los dos medios. Así, el texto propone una forma argumentativa desde lo narrativo y dialógico, coincidiendo plenamente con la búsqueda de otras maneras de comunicar el conocimiento que tiene la revista *Actio*.

Iván Andrés Benavides Carmona se vincula a este número con el artículo «La enseñanza y patrimonio: el enfoque del Museo Taminango para la innovación educativa mediante narrativas transmedia», donde se presentan las estrategias basadas en narrativas transmedia para enriquecer la experiencia educativa y el rol del museo en la promoción de la accesibilidad cultural y el compromiso comunitario sostenible con enfoque regional.

Daniel Palomero escribe sobre el «Observatorio regional de comunicación Miradas 609, fomentando el acceso a la información», donde reflexiona críticamente cómo el observatorio se convierte en una herramienta para democratizar el conocimiento, combatir la desinformación y fortalecer los vínculos comunitarios. A través de un enfoque basado en la comunicación visual, la narrativa transmedia y la participación ciudadana; Miradas 609 ha logrado posicionarse como un nodo de conexión entre la academia, las industrias creativas y la ciudadanía.

Justamente, reimaginar es la clave del artículo «Álbum de láminas como artefacto educativo para reconstruir experiencias de educación transmedia», de Juan Pablo Bravo Zamora. Aquí la reimaginación es la reinterpretación de un medio de antaño aplicado al problema de la educación: el clásico álbum de láminas.

This special issue is not a conclusion, but a beginning. A new call for submissions will open soon, with the conviction that cultivating together will remain a form of resistance, creation, and transformation.

**PAPERS IN THIS ISSUE: CULTIVATING TOGETHER: NARRATIVES, BONDS, AND QUESTIONS FROM THE GLOBAL SOUTH**

José Alejandro López Pérez contributes with “Videal: Dialoguing with Video,” which explores the need for a more precise conceptualization of “video,” a term so frequently used in today’s media landscape, spanning from analog technologies to current social networks. The text employs the innovative device of staging a dialogue between video and cinema, personified through their materialities: they debate their differences, properties, and even images of apparent collective authorship. In this way, the text proposes an argumentative form rooted in narrative and dialogue, fully aligned with *Actio*’s commitment to alternative ways of communicating knowledge.

Iván Andrés Benavides Carmona presents “Teaching and Heritage: The Taminango Museum’s Approach to Educational Innovation through Transmedia Storytelling,” which describes strategies based on transmedia storytelling to enrich educational experiences and highlights the museum’s role in promoting cultural accessibility and sustainable community engagement with a regional focus.

Daniel Palomero’s article, “Miradas 609 Regional Communication Observatory: Advancing Access to Information,” critically reflects on how the observatory becomes a tool for democratizing knowledge, combating misinformation, and strengthening community ties. Through visual communication, transmedia storytelling, and citizen participation, *Miradas 609* has positioned itself as a hub connecting academia, creative industries, and civil society.

In “Picture albums as educational tools for building transmedia learning experiences,” Juan Pablo Bravo Zamora reinterprets the classic sticker album as an educational tool. In response to the current information overload and its effects on educational and cognitive processes, he proposes a hybridization between analog and digital media through the lens of transmedia. Focusing on Chilean examples, he outlines mechanisms



Ante la explosión de información que nos aqueja, los hábitos de consumo digitales afectan procesos educativos y cognitivos. Por ello el autor propone una hibridación entre medios analógicos, como el álbum, y nuevos medios usando el concepto de *transmedia* como marco de referencia. Estudia brevemente los álbumes en Chile para proponer mecanismos de construcción de experiencias donde lo tradicional y lo nuevo se articulen y provean nuevas herramientas que involucren a los estudiantes de manera más activa en su aprendizaje.

Manuel Alejandro Rivera Careaga y Mario Andrés Montaner Bastías han contribuido al presente número con el artículo «Narrativas transmedia en Concepción: exploración de la producción audiovisual y cultural en la región del Biobío (Chile)». Este escrito recoge lo encontrado en una investigación cualitativa y exploratoria que revisa la implementación y desarrollo de emprendimientos de narrativas transmedia que se están ubicando en la ciudad de Concepción, modificando el panorama cultural y mediático de la zona, generando un ecosistema de industrias culturales o tipo naranja asociada al avance tecnológico, el ecosistema de la comunicación, la convergencia mediática y la cultura colaborativa.

Carlos Obando Arroyave y Ronald F. Meléndez C. nos presentan «La pantalla collage: el nuevo escenario de la estética visual y relacional a partir de la apropiación pictórica», artículo que parte del marco teórico y del estado del arte para el desarrollo de una investigación que permite reflexionar sobre el impacto, los usos y las experiencias artísticas, estéticas y comunicacionales surgidas con la aparición de internet y el ecosistema digital basado en tecnologías que incentivan la emergencia de la cultura fandom, propiciada por las narrativas transmedia. Los autores revisan la estética universal *online*, visual y relacional, que utiliza experiencias y prácticas creativas y de comunicación como el remix, el *mampl*, el *morphing* y el *mash-up*, desde la apropiación de obras artísticas pictóricas tomadas (asaltadas y readecuadas) de la historia del arte.

Javiera Cádiz contribuye con las «Repercusiones del giro lingüístico en la subjetividad y participación: ejemplo en las vanguardias artísticas y la narrativa transmedia». En este artículo se examina cómo el giro lingüístico afectó la realidad y los movimientos artísticos en América, promoviendo nuevas formas de comunicación social e influenciando distintas áreas del conocimiento, a través de la narrativa transmedia. Expone cómo, en el periodo de los años 60 y 70, se registraron los efectos en las

for constructing experiences where the traditional and the new converge, providing students with innovative, more engaging tools for learning.

Manuel Alejandro Rivera Careaga and Mario Andrés Montaner Bastías contribute “Transmedia Narratives in Concepción: Exploring Audiovisual and Cultural Production in the Biobío Region (Chile),” which presents findings from qualitative and exploratory research on emerging transmedia ventures in Concepción. These initiatives are reshaping the cultural and media landscape of the region, generating an ecosystem of cultural or “orange” industries linked to technological advancement, media convergence, and collaborative culture.

Carlos Obando Arroyave and Ronald F. Meléndez C. present “The Collage Screen: the new scenario for visual and relational aesthetics based on pictorial appropriation. An experience from creative practices and transmedia communication,” which reflects on the impact, uses, and artistic, aesthetic, and communicational practices that have arisen with the advent of the internet and the digital ecosystem. The authors analyze universal online aesthetics shaped by creative practices such as remixing, sampling, morphing, and mash-ups, grounded in the appropriation and reworking of pictorial works from art history, and fostered by transmedia narratives and fandom culture.

Javiera Cádiz contributes “Repercussions of the linguistic turn on subjectivity and participation: example from the artistic avantgarde and transmedia narrative,” which examines how the linguistic turn shaped reality and artistic movements in the Americas during the 1960s and 1970s. It highlights its influence on new forms of social communication and its resonance in contemporary contexts such as convergence culture and the creation of content and communities.

Martín Eduardo Ferrer Contreras is the author of “Gamification in higher education: transmedia gamified classroom project for journalism students at the University of Viña del Mar (Chile).” This article examines how the linguistic turn influenced reality and artistic movements in the Americas, promoting new forms of social communication and shaping different areas of knowledge through transmedia narratives. It explains how, during the 1960s and 1970s, its effects were recorded in the artistic avant-garde and how these developments connect to contemporary moments such as convergence culture and the creation of content and communities.

vanguardias artísticas y cómo se vincula con momentos contemporáneos como la cultura de la convergencia y la creación de contenidos y comunidades.

Martín Eduardo Ferrer Contreras es autor del artículo «Gamificación en la educación superior: proyecto transmedia de aula gamificada para estudiantes de Periodismo en la Universidad Viña del Mar (Chile)». Describe cómo en el ámbito educativo esta metodología de diseño de actividades incluye experiencias y elementos del juego, buscando privilegiar el disfrute y las emociones positivas por parte de los estudiantes. En este estudio/proyecto, se creó, diseñó e implementó un proyecto de gamificación con base en narrativas transmedia para estudiantes de la carrera de Periodismo de la Universidad Viña del Mar, en la asignatura transmedia de Social Media, que hace parte del tercer año, lo que permitió experimentar una nueva forma de aprendizaje lúdico, colaborativo e interactivo. La aplicación del juego transmedia generó aprendizajes significativos tanto para los estudiantes como para el investigador y creador, permitiendo exponer una metodología que busca ser replicada en otras asignaturas y contenidos de los estudiantes de las universidades de Latinoamérica en el área de las comunicaciones.

El artículo «Diseño mestizo y decolonialismo: una mirada desde las plazas de mercado», de Angell Sue Valencia Rodríguez, contribuye a la reflexión de la interdisciplinariedad y las maneras de diseñar desde un enfoque que incluye el decolonialismo y otras formas de conocimiento no académicas, utilizando como objeto de estudio el diseño de servicios en seis plazas de mercado de la ciudad de Bogotá.

*Europa ante su imagen: cine y series de televisión en la encrucijada del siglo XXI* (2025), editado Lorenzo Torres Hortelano, con motivo de las Primeras Jornadas de Cine Europeo: *Europa ante su Imagen* (2022), es el libro reseñado por Daniela Alexandra Tunjano Bautista. Se trata de un libro polifónico donde varios autores se ocupan de analizar un corpus diverso de producciones del Viejo Continente y ofrece una mirada que va más allá de los estereotipos y permite evidenciar otras historias. La reseña nos muestra la estructura interna del libro, revela el hilo conductor de las selecciones y cómo podemos percibir las imágenes en movimiento como un medio donde la región se observa y se percibe así misma.

Finaliza este número el «Compendio de métodos visuales para el proceso de diseño y desarrollo de productos», resultado de un proyecto de investigación exploratoria

Angell Sue Valencia Rodríguez contribuye “Mestizo design and decolonialism: a view from the market squares,” which reflects on interdisciplinarity and design approaches that engage with decolonial perspectives and non-academic forms of knowledge, focusing on service design in six marketplaces in Bogotá.

Daniela Alexandra Tunjano Bautista reviews the book *Europa ante su imagen: cine y series de televisión en la encrucijada del siglo XXI* (Europe Facing Its Image: Cinema and Television Series at the Crossroads of the 21st Century) (2025), edited by Lorenzo Torres Hortelano on the occasion of the First European Film Conference: *Europa ante su Imagen* (2022). This polyphonic volume brings together multiple authors analyzing a diverse corpus of European productions. The review highlights its internal structure, thematic threads, and the way moving images allow Europe to observe and reflect upon itself beyond stereotypes.

Finally, this issue closes with the “Compendium of Visual Methods for Product Design and Development Processes,” the result of an exploratory research project authored by professors and students of the Faculty of Arts at the National University of Colombia. Presented in a table format with hyperlinks for digital access, it compiles methods to help designers better understand the variables and relationships involved in product development.

*Note: this editorial, as well as the abstracts of the articles in this issue, were translated with the support of Artificial Intelligence (DeepL).*

---

Copyright: Universidad Nacional de Colombia.

This document is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license.



que, esperamos, sea de gran utilidad para las personas que necesitan comprender el mayor número de variables y sus relaciones durante los procesos de diseño y creación. Las y los autores incluyen profesores y estudiantes de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Colombia y se presenta en un formato de tabla con hipervínculos que facilita su acceso digital.

*Nota: esta editorial, al igual que los resúmenes de los artículos de este número, fueron traducidos con apoyo de la Inteligencia Artificial (DeepL).*

---

Derechos de autor: Universidad Nacional de Colombia.

Este documento se encuentra bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0).



# *Artículos*



**«Videal»: dialogando con Video**

*José Alejandro López Pérez*

**Enseñanza y patrimonio: el enfoque del Museo Taminango para la innovación educativa mediante narrativas transmedia**

*Iván Andrés Benavides Carmona*

**Observatorio regional de comunicación Miradas 609: fomentando el acceso a la información**

*Daniel Palomero Sanz*

**Álbum de láminas como artefacto educativo para construir experiencias de educación transmedia**

*Juan Pablo Bravo Zamora*

**Narrativas Transmedia en Concepción: exploración de la producción audiovisual y cultural en la región del Biobío (Chile)**

*Manuel Alejandro Rivera Careaga & Mario Andrés Montaner Bastías*

**La pantalla collage: el nuevo escenario de la estética visual y relacional a partir de la apropiación pictórica. Una experiencia desde las prácticas creativas y de comunicación transmedia**

*Carlos Obando Arroyave & Ronald F. Meléndez C.*

**Repercusiones del giro lingüístico en la subjetividad y participación: ejemplo en las vanguardias artísticas y la narrativa transmedia**

*Javiera Cádiz Pinares*

**Gamificación en la educación superior: proyecto transmedia de aula gamificada para estudiantes de Periodismo en la Universidad Viña del Mar (Chile)**

*Martín Eduardo Ferrer Contreras*

**Diseño mestizo y decolonialismo: una mirada desde las plazas de mercado**

*Angell Sue Valencia Rodríguez*

**A9**  
**2025 - 01**  
**ACTIO**  
Journal Of Technology  
in Design, Film Arts &  
Visual Communication



UNIVERSIDAD  
**NACIONAL**  
DE COLOMBIA

**ES «Videal»: dialogando con Video**

**EN “Videal”: dialoguing with Video**

**ITA “Videal”: dialogare con Video**

**FRA « Videal » : Dialoguer avec Vidéo**

**POR “Videal”: Dialogando com Vídeo**

*José Alejandro López Pérez*


## «Videal»: dialogando con Video

Recibido: 05/08/2024; Aceptado: 09/12/2024; Publicado en línea: 01/01/2025  
<https://doi.org/10.15446/actio.v9n1.118160>



**JOSÉ ALEJANDRO  
LÓPEZ PÉREZ**

Profesor asociado de la  
 Universidad Nacional de  
 Colombia, sede de La Paz  
 Correo electrónico:  
[videorgb@gmail.com](mailto:videorgb@gmail.com)

 0000-0002-1998-3591

### RESUMEN (ES)

El objetivo de este artículo es exponer particularidades del video, porque constantemente se analiza como cine o audio. Desconocer lo intrínseco del video constituye un riesgo porque, como todo medio tecnológico, si se ignora cómo opera, se está a su merced y se obvia parte de su potencial creativo. Este artículo tiene tres ejes de presentación. Primero, se observa qué sucede cuando dispositivos de video capturan y emiten imágenes; segundo, se desarrolla, a través de un ejercicio de ficción, un diálogo entre video y cine como personajes para recalcar la diferencia entre estos y otros medios; y, tercero, expone experimentaciones fotográficas que, a su vez, alimentan las reflexiones del diálogo. Metodológicamente, observando meramente la captura de imágenes que genera el video y su emisión, se recurrió a la comparación y la experimentación. Los resultados principales son que el video al capturar es un «ver, pero no tocar»; por su inmediatez, es «ver para creer», y extiende-refleja al espectador y este se extiende-refleja en el video; y al emitirse de manera inmediata a su captura y dependiendo de su configuración espacial, establece sumatorias singulares de espacios y tiempos. A modo de conclusión, se sintetizan las características enunciadas del video.

**PALABRAS CLAVE:** *arqueología de los medios; arte mediática; experimental; materia de creación; observacional; video.*

### ABSTRACT (ENG)

The purpose of this article is to expose particularities of video, because it is constantly analyzed as film or audio. Ignorance of the intrinsic nature of video constitutes a risk because, like any technological medium, if we ignore how it operates, we are at its mercy and part of its creative potential is obviated. This article has three axes of presentation. First, it observes what happens when video devices capture and emit images; second, it develops, through a fictional exercise, a dialogue between video and cinema as characters to emphasize the difference between these and other media; and, third, it exposes photographic experiments that, in turn, feed the reflections of the dialogue. Methodologically, merely observing the capture of images generated by video and its broadcasting, we resorted to comparison and

experimentation. The main results are that video, when capturing, is a “see, but do not touch”; because of its immediacy, it is “see to believe”, and it extends-reflects the viewer and the viewer extends-reflects in the video; and when broadcast immediately after its capture and depending on its spatial configuration, it establishes singular summations of spaces and times. By way of conclusion, the enunciated characteristics of the video are synthesized.

**KEYWORDS:** *media archeology; media art; experimental; creation matter; observational; video.*

### RIASSUNTI (ITA)

L'obiettivo di questo articolo è quello di esporre le particolarità del video, perché viene costantemente analizzato come film o audio. L'ignoranza della natura intrinseca del video costituisce un rischio perché, come ogni mezzo tecnologico, se si ignora il suo funzionamento, si è alla sua mercé e si ignora parte del suo potenziale creativo. Questo articolo si articola su tre assi di presentazione. In primo luogo, esamina ciò che accade quando i dispositivi video catturano ed emettono immagini; in secondo luogo, sviluppa, attraverso un esercizio di finzione, un dialogo tra video e film come personaggi per sottolineare la differenza tra questi e altri media; in terzo luogo, presenta esperimenti fotografici che, a loro volta, alimentano le riflessioni del dialogo. Dal punto di vista metodologico, ci si è limitati a osservare la cattura delle immagini generate dal video e la loro trasmissione, utilizzando il confronto e la sperimentazione. I risultati principali sono che il video, quando cattura, è un “vedere, ma non toccare”; a causa della sua immediatezza, è un “vedere per credere”, estende-riflette lo spettatore e lo spettatore estende-riflette nel video; e quando viene trasmesso immediatamente dopo la sua cattura e a seconda della sua configurazione spaziale, stabilisce singolari aggregazioni di spazi e tempi. In conclusione, vengono sintetizzate le suddette caratteristiche del video.

**PAROLE CHIAVE:** *archeologia dei media; media art; sperimentazione; materia creativa; osservazione; video.*

### RÉSUMÉ (FRA)

Le but de cet article est d'exposer les particularités de la vidéo, car elle est constamment analysée comme un film ou un son. La méconnaissance de la nature intrinsèque de la vidéo constitue un risque

car, comme tout médium technologique, si l'on ignore son fonctionnement, on est à sa merci et on ignore une partie de son potentiel créatif. Cet article s'articule autour de trois axes de présentation. Premièrement, il examine ce qui se passe lorsque les dispositifs vidéo captent et émettent des images ; deuxièmement, il développe, à travers un exercice de fiction, un dialogue entre la vidéo et le film en tant que personnages pour souligner la différence entre ces médias et les autres ; et troisièmement, il présente des expériences photographiques qui, à leur tour, alimentent les réflexions du dialogue. Sur le plan méthodologique, en observant simplement la capture des images générées par la vidéo et leur diffusion, la comparaison et l'expérimentation ont été utilisées. Les principaux résultats sont que la vidéo, lors de la capture, est un « voir, mais ne pas toucher » ; en raison de son immédiateté, elle est un « voir pour croire », et elle étend-réfléchit le spectateur et le spectateur étend-réfléchit dans la vidéo ; et lorsqu'elle est diffusée immédiatement après sa capture et en fonction de sa configuration spatiale, elle établit des agrégations singulières d'espaces et de temps. En guise de conclusion, les caractéristiques susmentionnées de la vidéo sont synthétisées.

**MOTS-CLÉS :** *archéologie des médias ; art médiatique ; expérimental ; matière créative ; observation ; vidéo.*

#### **RESUMO (POR)**

O objetivo deste artigo é expor as particularidades do vídeo, pois ele é constantemente analisado como filme ou áudio. O desconhecimento da natureza intrínseca do vídeo constitui um risco porque, como qualquer meio tecnológico, se ignorarmos como ele opera, estaremos à sua mercê e ignoraremos parte de seu potencial criativo. Este artigo tem três eixos de apresentação. Primeiro, analisa o que acontece quando os dispositivos de vídeo capturam e emitem imagens; segundo, desenvolve, por meio de um exercício de ficção, um diálogo entre vídeo e filme como personagens para enfatizar a diferença entre essas e outras mídias; e, terceiro, apresenta experimentos fotográficos que, por sua vez, alimentam as reflexões do diálogo. Metodologicamente, por meio da mera observação da captura de imagens geradas pelo vídeo e sua veiculação, foram utilizadas a comparação e a experimentação. Os principais resultados são que o vídeo, ao captar, é um “ver, mas não tocar”; por seu imediatismo, é um “ver para crer”, e estende-reflete o

espectador e o espectador estende-reflete no vídeo; e, ao ser transmitido imediatamente após sua captação e dependendo de sua configuração espacial, estabelece agregações singulares de espaços e tempos. Como conclusão, as características do vídeo mencionadas acima são sintetizadas.

**PALAVRAS-CHAVE:** *arqueologia da mídia; arte da mídia; experimental; matéria criativa; observacional; vídeo.*

## INTRODUCCIÓN

En cuadro, los protagonistas de este diálogo: Cine y yo (Video).

—En los diversos análisis, no es inusual que constantemente se me analice con tu teoría —emito a Cine—, porque capturamos y reproducimos imágenes visuales en movimiento; o con la teoría del audio, cuando este se graba y se reproduce por medio de señales eléctricas, ya que dependo de la electricidad. Por lo tanto, para crear mi propia teoría, varios estudios, de carácter muy interesante, se han enfocado en analizar mis particularidades como medio.

—Video, mi querido medio, esto es de suma importancia porque, parafraseando al canadiense Marshall McLuhan —Cine apunta—, el medio define las formas en las que el humano actúa y se asocia (2003). Al ignorar esto, muchas veces omitimos, desafortunadamente, lo que sucede con la materia de creación. Rememorando las palabras del japonés Jiro Yoshihara, es necesario observar la voz de esta materia para no forzarla (2013). Si no reparamos en esta poderosa voz, corremos el riesgo de estar a merced de los medios tecnológicos, ya que no hay reflexión y, desgraciadamente, no potenciamos su creación.

—Para iniciar este diálogo que me explora —continúo— apunto que, como escribe el francés Philippe Dubois, la palabra que me define, «video», suele acompañar a otra (video cámara, video reproductor, video club, video reportaje) (2001). Aun, cuando se busca una palabra que se refiere a mis cualidades, se dice «videográfico» y esto me enfoca en la escritura, ya que «grafía» es escrito. Entonces, he reflexionado y buscado un término exclusivamente mío y sugiero «videal», ya que el sufijo *-al* implica que «videal» se refiere a «video». Propongo que nos interrogamos en qué es «videal». Como *video* proviene del latín *eu* (yo)+*videre* (ver), es decir, 'yo veo'. Interrogar por «video» es preguntarnos por «yo veo»; y cuestionarse por

«videal» es inquirir por aquello que «se refiere a yo veo». Así, escudriñar por «videal», desde mi punto de vista, es observar cómo es el ver en mí. ¿Qué opinas Cine?

—Encuentro que tu propuesta puede ser reveladora. De hecho, creo que podemos encuadrarnos en esta línea de carácter observacional —imprime Cine—. Es más, podemos ahondar en ella. Consideremos que el checo-brasileño Vilém Flusser, al analizar el aparato fotográfico, apunta que la mayoría de operadores no se detienen a observar los procesos que acontecen al interior de la cámara (1990), sino solo lo que acaece en el exterior. Esto, Video, también aplica a nosotros y, en consecuencia, planteo que no discurramos lo que sucede al interior de nuestros dispositivos; sino en lo que se observa, al hacerte, en el exterior de estos. Así las cosas, cuestionémonos: ¿qué se observa cuando una imagen visual del mundo es capturada con una cámara de video y emitida en una pantalla de video? Creo que esta inquietud es circunstancial dado que hemos reparado en investigaciones que te analizan y no hemos hallado estudio en español, inglés, portugués o francés que diseccione, con una metodología observacional, meramente lo que se observa cuando tu imagen es capturada y emitida. Esto es de suma importancia para realizar una pequeña contribución teórica a tu estudio, tomando distancia de aspectos técnicos que, aunque valiosos, muchas veces no son considerados por los realizadores de Video.

—En el marco de nuestro diálogo, para mantenernos en lo elemental de mi naturaleza, de lo que soy —retroalimentación—, como me establecí con fuerza en los años sesenta como medio en sí, no tengamos en cuenta ni imágenes originadas sin captura de cámara (como las generadas por computador) ni emitidas en algo que no sea pantalla (como algunos hologramas). Inclusive, para realizar un análisis enfocado en mis orígenes, no nos encuadremos cuando soy digital, sino análogo. En ese orden de ideas, para extender esta aproximación, cuando nos referimos a ti o a mí, lo hacemos cuando somos análogos. Así, para evitar confusiones, al decir película, apuntamos a tu soporte de grabación Cine, y cinta, al mío; y cuando mencionamos pantalla, señalamos a las superficies traslucidas en las que se ve mi imagen, y tela, donde te sueles proyectar.

—Para este diálogo —revela Cine—, es necesario apuntar que hemos desarrollado experimentaciones de carácter visual, fotografías análogas, que apuntan a lo «videal». En varias de estas imágenes, donde hemos empleado un



Figura 1. Video neonado (2021). Autores: Video y Cine.

espectador<sup>1</sup> para tomarlas, aunque realizamos lectura de algunas de estas, es menester aclarar que no son más que nuestra propia interpretación. Debido a lo anterior, para este diálogo, recurrimos, desde la observación, a la comparación y la experimentación. En tabladas estas salvedades, continuemos, entonces, y exponamos algunos aspectos que observamos cuando capturas y emites imágenes.

## DISCUSIÓN

—Estimado Cine, para ver una imagen visual en el mundo —expongo—, se necesita luz. Esta proviene de diversas fuentes, como el sol, el fuego o bombillos. Se puede ver directamente a estas fuentes y ver la imagen visual de la fuente (veo el sol, veo la vela). Asimismo, la luz que emiten estas fuentes puede reflejarse sobre o refractarse por una superficie para generar imágenes.

—Video, permíteme y traigo algunos ejemplos de las imágenes que se ven por reflexión. Entre ellas, resaltamos las que se encuentran en un lienzo, un papel o una pared —revela Cine—. De hecho, creo que no sobra indicar que el mismo lienzo, el papel o la pared se ven por reflejo. Esto acaece porque la luz, que está compuesta por múltiples longitudes cromáticas de onda, golpea sobre la superficie que absorbe algunas longitudes de esta luz y refleja las que no le son propias. En otras palabras, un espejo refleja toda la luz y se ve la negación de todas las longitudes cromáticas en su superficie. De forma similar, al ver una superficie azul es porque esta no es de este color: lo que

vemos en la superficie es lo que ella no es, es su negación cromática. En este orden de ideas, se ve el color, por ende, la imagen visual. Como vemos una parte considerable del mundo por reflejo, estamos viendo la negación de la materia.

—Para el caso de las imágenes que se generan por la refracción lumínica, encontramos, entre otras, las formadas al exponer directamente tu película o los negativos fotográficos a la luz, o cuando yo emito imágenes en la pantalla —retroalimentación—. En el caso de tu película o tus negativos, también opera la negación de la materia que se encuentra en el reflejo. Si se observa azul en la película al exponerlo a la luz es porque solo pasan los rayos de este color y el resto son absorbidos por la película misma. Sin embargo, en mi caso, los colores que se refractan sobre la pantalla no son negación cromática, sino que ellos son generados por un tubo de rayos catódicos para ser del color que se ve. De tal forma que se proyectan rayos azules sobre la superficie y nosotros los vemos de este color.

—Esto nos lleva a considerar que, en lo que te concierne, son necesarias la pantalla y la refracción de la luz en ella para emitirte —Cine interrumpe—. Propongo, entonces, que nos enfoquemos por un momento en la estructura *Video neonado* (figura 1), en la que la luz se emite desde el interior del tubo y se proyecta en este con tu nombre. El hecho de que la proyección y la emisión estén localizados en el mismo dispositivo es una cualidad de tu naturaleza. Ejemplifico esta declaración: el televisor emite luz que se refracta en sí mismo. A diferencia mía, donde las

<sup>1</sup> «Espectador» es un término que hayamos adecuado, ya que posee la misma raíz etimológica que «espejo», el cual es protagonista de varias de las reflexiones que exponemos.

imágenes salen de mi proyector y se ven en movimiento en una tela. Así las cosas, *Video neonado* puede sopesarse como una pantalla.

—Inclusive, puede considerarse como video, porque además la luz que se emite es información en sí —expongo—. Me explico, la luz que atraviesa tu película o la que se refleja sobre la pintura provienen de fuentes externas (como un bombillo eléctrico o el sol) y se genera la imagen. En cuanto conmigo, la luz eléctrica que se emite en mi pantalla es una imagen en sí, es luz-información desde su origen. Es decir, los colores que emito eléctricamente son las frecuencias cromáticas visibles y así afirmo la materia del mundo.

—Creo, vehementemente, que esta emisión de imágenes eléctricas entreteje otros diferenciales entre nosotros —revela Cine—. Encuadrémonos en que la luz con la que se ven imágenes visuales en diversos medios puede ser o discontinua o continua. Para ver las imágenes en movimiento, conmigo, se proyecta una secuencia de fotogramas (siendo foto ‘luz’ y grama ‘escrito o línea’, por ende, escritos o líneas de luz) a cierta velocidad que percibimos como movimiento continuo, como un *tempusgrama*; pero, siendo estrictos, entre fotogramas, la luz se interrumpe, es discontinua. De hecho, entre fotogramas acaece una oscuridad imperceptible para el ojo humano. Esto sobreviene porque el soporte de mis fotogramas (la fotografía) es sólido, matericamente consistente.

—En cuanto yo capturo luz con los sensores y escribo sobre la cinta —respondo a Cine—, una cinta que permite poca manipulación y en la que no se pueden ver directamente las imágenes. Además, yo emito luz de forma continua. Así, como se ve una pintura o una escultura, donde la luz reflejada de ellas no tiene interrupción, al emitirme paso de un fotograma a otro continuamente. Hasta cuando estoy pausado no interrumpo la emisión. Soy realmente un *tempusgrama*, una línea incesante de luz. Esto sucede porque el soporte de los fotogramas que empleo para capturar y emitir imagen es la electricidad. Lo que implica, por una parte, que proceso imágenes a la máxima velocidad permitida por la Naturaleza para transmitir información, la velocidad de la luz (ya que los equipos electrónicos operan, condicionados por el medio de transmisión, con esta velocidad que es inmediata<sup>2</sup>).

—Por otra parte, al tener como soporte la electricidad, adquieres de ella otras de sus cualidades —apunta Cine—. El estadounidense Hollis Frampton menciona que tu

imagen es incesantemente creciente y decadente ante los ojos del espectador (1983). Como si fueras un rayo, tu imagen inasible e inconsistente, se manifiesta de manera fluida, dura un instante y desaparece. De la forma en la que lo menciona también el estadounidense Bill Viola, eres agua electrónica (2013), lo que yo me permito complementar enunciando que eres un torrente de electrones, un río eléctrico. En efecto, un río que se puede percibir cuando se ve tu pantalla con proximidad, donde la electricidad fluye tejiendo imágenes.

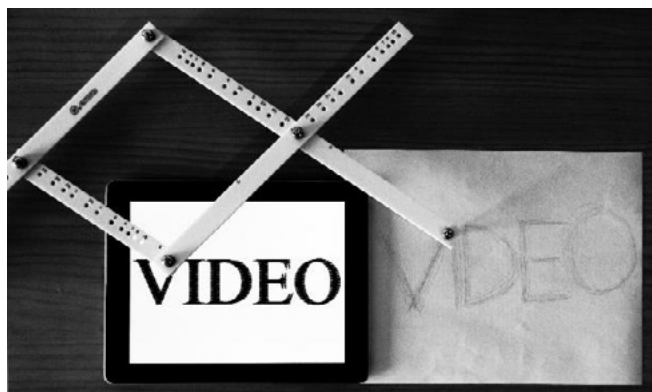
—Soy un río reversible —retroalimentación—, porque mis sensores pueden capturar imágenes una y otra vez, y mi cinta se logra reutilizar y borrar. En cuanto tu superficie de captura, la película, no olvida porque las imágenes no se pueden borrar de ella para ser reutilizada. Eres un *tempusgrama* que debe recordar y seguir una línea recta temporal y yo, uno que puede olvidar y reversarse en el tiempo.



Figura 2. Video hongueado (2021). Autores: Video y Cine.

—Video, sin embargo, creo que esa noción de reversible no es absoluta, ya que los dispositivos con los que nos hacemos se deterioran con el pasar del tiempo y el uso —imprime Cine—. Por ejemplo, mi película o la de fotografía puede *honguearse* (figura 2); y tu cinta, al deteriorarse, puede producir una interferencia conocida como *glitch*. Así las cosas, eres un río de electrones, que se manifiesta a veces reversible y, otras, irreversiblemente.

2 Lo inmediato es ‘lo contiguo, lo que sucede enseguida’; en cuanto lo simultáneo se refiere a ‘dos o más acciones sucediendo en el mismo tiempo’ (Asale y RAE, 2023).



**Figura 3. Video pantografado (2021). Autores: Video y Cine.**

—Este diferencial entre tu película y mi cinta nos lleva a enfocarnos en nuestras superficies. Cine, en tu superficie de captura la película graba la imagen; inclusive, en la película se puede emitir la imagen al exponer esta superficie a la luz —continúo—. En mi caso, tengo cierta cercanía con un pantógrafo (figura 3) porque, así como esta herramienta toma la imagen de una superficie y la graba en otra, yo tomo la imagen capturada por mi sensor y la grabo en la cinta. Sin embargo, con el pantógrafo donde se graba la imagen es donde se ve, y yo diferencio estas superficies. Es decir, aunque yo tengo las superficies de captura, grabación y emisión integradas a la cámara, cada superficie se diferencia de la otra. Yo escindo estas funcionalidades en mí.



**Figura 4. Video envidado (2021). Autores: Video y Cine.**

—Empero, aunque manifestemos esta discrepancia en el comportamiento de nuestras superficies de captura, compartimos una singularidad en ellas, que es uno de nuestros diferenciales con otros medios —apunta Cine—. Por una parte, para gestar una imagen se escribe sobre el papel (figura 4), se pinta sobre el lienzo, se manipula el barro... Lo que el francés Georges Didi-Huberman denomina «imagen-contacto» (2008, p. 76), una imagen donde la superficie de captura debe ser ocultada a la luz para generarse. De la cual, por deducción, enuncio la «imagen-no-contacto», con la cual la superficie de captura debe ser expuesta a la luz para gestarse, como tu imagen o la mía. Tú capturas la luz sobre tu sensor y yo sobre

mi película. Si con la pintura o la escultura se afirma lo háptico y se niega lo óptico; con nosotros, Video, hay una inversión de esto, se niega lo háptico y se afirma lo óptico. En el primer caso, es «tocar, pero no ver»; y, en el segundo, en nuestro caso, «ver, pero no tocar».

—Entonces, si bien nos encontramos en «ver, pero no tocar», también nos diferenciamos en «ver» —interfiero—. De esta forma, cuando se captura la imagen en tu película, se debe esperar a que esta se revele para ver qué se capturó. Por eso, la inglesa Tacita Dean dice que trabajar contigo es un acto de fe (2001); se cree en lo que no se ve. Lo que no sucede conmigo porque en la pantalla se pueden emitir las imágenes que están siendo capturadas inmediatamente, gracias, en parte, a que escindo mis superficies de captura y emisión. Mi inmediatez, condicionada por la velocidad de la luz, marca un gran diferencial contigo. Si contigo, Cine, se cree en lo que no se ve (se crea con un acto fe), conmigo se cree en lo que se ve y, desde este punto de vista, no hay fe en mí. Además de ser «ver, pero no tocar», soy «ver para creer».



**Figura 5. Video especulado (2021). Autores: Video y Cine.**

—Considerando esta inmediatez, creo que no es solo una propiedad tuya —apunta Cine—, ya que se puede ver una imagen creándose cuándo una lupa quema un papel o cuando nos enfrentamos a un espejo (figura 5). No obstante, me atrevo a decir que, en el campo de los medios visuales, los cuales capturan imágenes en movimiento y las emiten para que sean percibidas en movimiento, varios autores han declarado cómo solo tú puedes emitir inmediatamente una imagen a tu captura. Entre otros, Viola, aclara que con tu surgimiento se alteró la experiencia del tiempo, provocando el apareamiento del término «tiempo real», condicionado por la velocidad de la luz, que él lo refiere a una experiencia que se despliega de tal manera que está el acto en sí y, paralelamente, su imagen (2010); o el





Figura 7. Video reflejado (2021). Autores: Video y Cine.

brasileño Arlindo Machado, al destacar que solo contigo se restituye el presente como hecho, al exhibirlo a través de imágenes en cuanto acontece (2000). Enunciados que se refieren a tu inmediatez, pero que no deben ser tomados de manera literal.

—En la configuración espacial que se ve en *Video reflejado* (figura 6), el espectador sostiene un espejo con el reflejo del texto «video» directamente hacia mi cámara —expongo—. El estadounidense, artista y psicólogo, Peter Campus (2017) decía que yo me extiendo por el espacio. Estoy en el dispositivo y también en los lugares que capturo. Por lo que me extiendo en los

elementos que conforman este espacio (el papel, el espejo, el espectador y la cámara). Al mismo tiempo, ellos extienden su presencia en mí. Por ejemplo, en *Video reflejado* el espectador está al fondo y en la pantalla. Mi cámara, diría McLuhan, cuando extiende el cuerpo del espectador, conlleva a que este se vea reflejado en ella (2003), por lo que, al extender al espectador, también lo reflejo. Al mismo tiempo, como extendiendo al humano y él me extiende, cuando lo reflejo, él también me refleja. Lo mismo aplica para los otros elementos que conforman el espacio, es decir, para el espacio mismo. El espectador y yo, al extendernos en el espacio, también nos reflejamos en este, en cada elemento que lo construye. De tal forma



Figura 6. Video reflejado (2021). Autores: Video y Cine.

que, como en una red, cada componente constructor del espacio extiende-refleja a los otros elementos. En este proceso, como un elemento ve su reflejo en otro y viceversa, es como enfrentar dos espejos que generan una repetición infinita. Cada elemento que construye el espacio opera tal espejo, lo que genera una múltiple confrontación especular infinita. La sumatoria de esta confrontación se convierte en el espacio que habito: un espacio que vuelve sobre sí incesante e inmediatamente. En ese orden de ideas, mi inmediatez (o mi *tiempo real*) no es paralela (no separa el acto de la imagen), como dice Viola, sino que es transversal.



Figura 8. Video rescrito (2021). Autores: Video y Cine.

—Además, es necesario añadir que este ser inmediato tiene otras implicaciones en tu configuración espacial —Cine imprime—. En *Video reflejado* (figura 7) y *Video rescrito* (figura 8), para ver la palabra «video», la luz primero se refleja en el papel y luego es capturada por una cámara. Por lo que, en los dos casos, el trayecto inmediato que realiza la luz permite que en cada imagen veamos diferentes tiempos. Entonces, además de una sumatoria espacial, también acaece una temporal, lo que asimismo

aplica para *Video reflejado* (figura 6), provocando que tu espacio sea igualmente una potente sumatoria de tiempos que se reflejan entre sí (cada elemento que constituye el espacio pertenece a un tiempo diferente). Así las cosas, en oposición del enunciado de Machado, tú no restituyes el presente, sino que en ti se constituyen una infinidad de reflejos temporales que conforman al mismo presente.

—Encuadrados en la inmediatez entre la captura y la emisión de imágenes en movimiento, enfoquémonos en efectos visuales particulares para observar singularidades en la sumatoria de espacios y de tiempos —retroalimentación—. Veamos primero cómo nosotros logramos superponer dos imágenes con la menor tardanza, haciendo una parte de una de ellas invisible, para producir una tercera imagen. Me refiero que, en mi caso, esto se logra con el conocido croma elaborado en *tiempo real*. En este, con un dispositivo que me mezcla, se toman dos imágenes provenientes, a su vez, de dos cámaras para producir una tercera imagen. El dispositivo hace uso de una de las imágenes que proviene de una cámara y la superpone a la imagen que llega de la otra. Entonces, vuelve invisible, resta, uno de los colores de la imagen que está ubicada encima (usualmente se invisibiliza el verde o el azul, dos de los tres colores principales de la luz), de tal forma que deja ver parte de la imagen que está debajo, para producir, con esta mezcla eléctrica, la tercera imagen.

—Creo, Video, que esta mezcla en la que con menor tardanza puedo superponer dos imágenes, haciendo una parte de una de ellas invisible para lograr una tercera imagen, se realiza de una forma diametralmente distinta —interrumpe Cine—. Me tomo la licencia de ejemplificar con la conocida experimentación cinematográfica *India Rubber Head* (1901) del francés Georges Méliès. En esta película él grabó, conmigo como soporte, su cabeza sobre un fondo negro, el negro que es ausencia de luz. Posteriormente, regresó la película en la cámara y capturó un escenario que contiene escenografía. Como resultado, por medio de la suma de dos imágenes en la película, esta registra la cabeza flotando, gigante, sobre el escenario.

—De acá, Cine, se infieren varias diferencias entre esta mezcla que realizamos —expongo—. Por una parte, para volver parte de la imagen invisible en tu superposición se emplea la ausencia de luz y conmigo se invisibiliza un color, por lo que tú superpones desde la oscuridad y yo desde la luz. Además, tú haces este proceso sumando la totalidad de las imágenes y yo restando una parte de una de ellas. Por último, tú utilizas una cámara para capturar una acción después de otra, dos acciones distantes en el tiempo, en cuanto yo, dos cámaras para capturar dos acciones muy cercanas temporalmente (la imagen de una

cámara llega primero al dispositivo por factores, entre otros, como la longitud de los cables que transmiten la imagen). Es decir, en estos casos, aunque los dos superponemos tiempos y espacios, yo los superpongo con la inmediatez de la luz y tú, con una prontitud que está en gran parte condicionada a los movimientos de quien te opera.



Figura 9. Video retroalimentado (2021). Autores: Video y Cine.

—Enfoquémonos, a continuación, en otro efecto visual para explorar la sumatoria de espacios y tiempos —Cine indica—. Para esto, retornemos momentáneamente a los dos espejos que se enfrentan. En ellos vislumbramos una imagen que se repite constantemente, hasta el infinito, gracias al cruce de luz entre dos superficies especulares. Similarmente, cuando se captura con tu cámara la imagen en una pantalla y esta imagen se emite inmediatamente en la misma pantalla, sobre esta se produce tu retroalimentación, la que también se conoce como *feedback*. Dos superficies cruzan, en tiempo real, información: el sensor de la cámara y la pantalla. Aquel solo captura información, en cuanto esta, únicamente la emite.

—En mi retroalimentación se expresan características que hemos observado cuando capturo y emito imágenes —interfiero—: 1) soy refractado, 2) me realizo en una superficie y me veo en otra, 3) mi luz es continua, 4) capturo una luz y emito otra, 5) soy expuesto a la luz para ser y 6) soy inmediato. Entonces, enuncio la siguiente definición algorítmica de mi retroalimentación usando

estas seis características (las enumero entre corchetes cuadrados, y entre llaves coloco el bucle que define la retroalimentación<sup>3</sup>):

```
Bucle {
... por medio de refracción, [1]
en la superficie que emite (pantalla), [2]
con una luz continua, [3]
se emite la imagen capturada, [4]
y en la superficie que captura (sensor cámara),
por medio de exposición a la luz, se captura esta
imagen, [5]
e inmediatamente [6]...
}
```

—Creo que este bucle implica configuraciones espaciotemporales específicas —imprime Cine—. En *Video retroalimentado* (figura 9), la imagen del cuadro mayor pertenece al último espacio y tiempo capturado (Mfinal) y, el cuadro más pequeño, al primero (Minicial). Así, se tiene un espacio y un tiempo inicial (Minicial), luego otro (Minicial+1), luego otro (Minicial+2), luego otro (Minicial+3), hasta llegar a Mfinal-2, luego a Mfinal-1 y finalmente a Mfinal. De esta forma, Mfinal contiene a Mfinal-1, este a Mfinal-2... hasta llegar a Minicial. Es como una muñeca matrioska (figura 10), pero dinámica. Por lo que Mfinal, que inmediatamente se vuelve Mfinal-1 y contiene al resto de espacios y tiempos, es en sí la sumatoria de todos ellos, incluyéndose. Así las cosas, Video, tu retroalimentación emerge como un contenedor, un túnel en que reverberan, como un eco, el espacio y el tiempo.

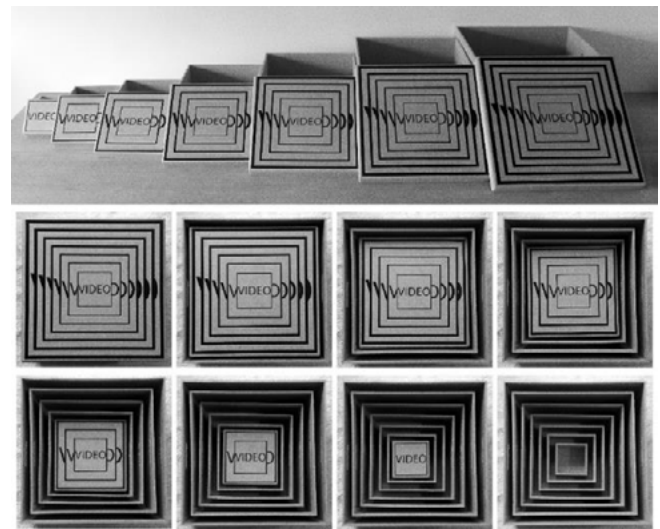


Figura 10. Video matrioskado (2021). Autores: Video y Cine.

3 El bucle implica que lo que está entre «{ }» se lee una y otra vez desde el inicio «{» hasta el final «}».



Figura 11. Video espejado (2021). Autores: Video y Cine.

—Para finalizar nuestro diálogo, querido Cine, exploremos un poco más este efecto —interfiero—. En *Video espejado* (figura 11), este contenedor exhibe otras particularidades. En la imagen se observa cómo, en el cuadro mayor, la pantalla de la cámara está al lado izquierdo, en el cuadro que le sigue al lado derecho, y así se sigue alternando hasta el cuadro más pequeño. Esto sucede porque la cámara emite a la izquierda lo que captura a la izquierda y el espejo emite a la izquierda lo que captura a la derecha. De tal forma que, en esta retroalimentación el túnel que se construye revierte, inmediatamente, el sentido del eco en cada cuadro. Es decir, yo, al ser reversible, reverso estos espacios y tiempos a cada instante y, al ser irreversible, creo un *tempusgrama* direccionado que vemos desde el mayor hasta el menor cuadro. En este contenedor me manifiesto como una sumatoria de espacios y tiempos reversible, e irreversiblemente.

### CONCLUSIONES

—A modo de conclusión —revela Cine—, me tomo el atrevimiento de realizar una síntesis de tus características, emitidas en esta conversación. Así las cosas, al considerar una cámara tuya con pantalla, con la velocidad que operas, que es la de la luz, porque eres un electrónico, sobre superficies diferentes se capturan y emiten imágenes. Por una parte, las que capturas no requieren de un contacto del cuerpo del humano con la imagen. Por otra, en las pantallas tu imagen se emite por refracción. Es decir, no es por reflexión, por lo que, en tu caso, ninguna superficie absorbe ondas cromáticas de luz para producir colores, sino que los que emites son directamente los vistos. Por lo tanto, la luz eléctrica que emites continuamente, tal torrente eléctrico que surge

y se desvanece constantemente, es información en sí. Adicionalmente, al considerar tu soporte de grabación, en la cinta no se puede ver la información directamente con el ojo porque las imágenes que grabas se codifican para, posteriormente, decodificarse y ser emitidas. De esta forma, tú también divides la superficie en la que grabas imágenes (la cinta) de aquella en la que las emites (la pantalla). Asimismo, la cinta es un soporte reversible —ya que se puede borrar y regrabar información sobre ella— e irreversible —por el deterioro de su uso y del paso del tiempo—. Ahora bien, considerando cuando aconteces en *tiempo real*, por un lado, permites realizar un croma en el cual se borra uno de los colores de una de tus imágenes para superponerla a otra imagen tuya. Es decir, restas para sumar. Por otro lado, con tu retroalimentación (*feedback*), en tu pantalla se evidencian sumatorias de espacios y de tiempos. Igualmente, con este *tiempo real*, es más notorio que al relacionarte con el humano este te extiende y refleja, y tú, igualmente, lo extiendes y reflejas, de tal forma que la construcción del espacio en el que ustedes están es mediada por su interacción. Por último, se te puede valorar desde las características de tu realización, destacando las transversalidades que tienes con otros medios, para encontrar tus particulares potenciales matéricos y creativos.

### REFERENCIAS

- ASALE y RAE. (2023). *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/>
- CAMPUS, P. (2017). Video as a function of reality. En Peter Campus: *Closed circuit video, seven drawings* (pp. 20-21). Éditions Anarchiv.

- DEAN, T. (2001). *The Green Ray*.
- DIDI-HUBERMAN, G. (2008). *Ser cráneo: lugar, contacto, pensamiento, escultura*. Universidad Nacional de Colombia.
- DUBOIS, P. (2001). *Video, cine, Godard*. Libros del Rojas.
- FLUSSER, V. (1990). *Hacia una filosofía de la fotografía*. Trillas.
- FRAMPTON, H. (1983). *Circles of confusion*. Visual Studies Workshop.
- MACHADO, A. (2000). *El paisaje mediático: Sobre el desafío de las poéticas tecnológicas*. Universidad de Buenos Aires.
- MCLUHAN, M. (2003). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Gingko Press.
- MÉLIÈS, G. (1901). *India Rubber Head*.
- VIOLA, B. (Febrero de 2010). Peter Campus - Image and Self. *Art in America*, 98(2), 59-64.
- VIOLA, B. (2013). *Cameras are Keepers of the Souls*. [Video]. YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=w3VfwLlkurI>
- YOSHIHARA, J. (2013). El manifiesto Gutai. <http://web.guggenheim.org/exhibitions/gutai/data/manifesto.html>

---

Derechos de autor: Universidad Nacional de Colombia.

Este documento se encuentra bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0).



- ES** **Enseñanza y patrimonio: el enfoque del Museo Taminango para la innovación educativa mediante narrativas transmedia**
- EN** **Teaching and Heritage: The Taminango Museum's Approach to Educational Innovation through Transmedia Storytelling**
- ITA** **Insegnamento e patrimonio: l'approccio del Museo Taminango all'innovazione educativa attraverso la narrazione transmediale**
- FRA** **Enseignement et patrimoine : l'approche du musée Taminango concernant l'innovation éducative grâce à la narration transmédia**
- POR** **Ensino e patrimônio: a abordagem do Museu Taminango à inovação educacional por meio da narrativa transmídia**

*Iván Andrés Benavides Carmona*

# Enseñanza y patrimonio: el enfoque del Museo Taminango para la innovación educativa mediante narrativas transmedia


Recibido: 26/06/2024; Aceptado: 25/03/2025; Publicado en línea: 14/04/2025.  
<https://doi.org/10.15446/actio.v9n1.119832>



**IVÁN ANDRÉS  
BENAVIDES CARMONA**

Diseñador gráfico y magister en  
Museología y Gestión del Patrimonio  
de la Universidad Nacional de  
Colombia. Docente auxiliar del  
programa de Diseño Industrial de la  
Universidad Nacional de Colombia.

Correo electrónico:  
[iabenavidesc@unal.edu.co](mailto:iabenavidesc@unal.edu.co)

 0000-0001-5373-740X

## RESUMEN (ES)

El Museo Taminango, ubicado en Pasto, Nariño, Colombia, ha implementado un programa educativo innovador desde 2012, que no solo se ha adaptado, sino que ha prosperado bajo los desafíos impuestos por la pandemia de COVID-19. Este programa utiliza una combinación de herramientas didácticas analógicas y digitales que sirve como un modelo replicable para instituciones museales locales y regionales con presupuestos limitados, pues enfatiza en el diseño comunitario y en los métodos participativos. El presente artículo presenta la manera en que el museo ha utilizado las narrativas *transmedia* para enriquecer la experiencia educativa, posicionándolo como una entidad proactiva en la promoción y preservación del patrimonio cultural local. Este modelo destaca el papel fundamental del museo en fomentar la accesibilidad cultural, el compromiso comunitario sostenible y promover cambios en el sector museístico regional.

**PALABRAS CLAVE:** *Casona Taminango, Pasto (Colombia), didáctica museal innovadora, narrativas transmedia en museos, museos regionales, accesibilidad cultural.*

## ABSTRACT (ENG)

Located in Pasto, Nariño, Colombia, the Taminango Museum has implemented an innovative educational program since 2012 that has not only adapted to, but thrived under the challenges imposed by the COVID-19 pandemic. This program uses a combination of analog and digital didactic tools that serves as a replicable model for local and regional museum institutions with limited budgets, as it emphasizes community design and participatory methods. This article presents how the museum has used *transmedia* narratives to enrich the educational experience, positioning it as a proactive entity in the promotion and preservation of local cultural heritage. This model highlights the museum's fundamental role in fostering cultural accessibility, sustainable community engagement and promoting change in the regional museum sector.

**KEYWORDS:** *Casona Taminango, Pasto (Colombia), innovative museum didactics, transmedia narratives in museums, regional museums, cultural accessibility.*

## RIASSUNTI (ITA)

Il Museo Taminango, situato a Pasto, Nariño, Colombia, ha implementato dal 2012 un programma educativo innovativo che non solo si è adattato alle sfide imposte dalla pandemia COVID-19, ma ha anche prosperato. Il programma utilizza una combinazione di strumenti didattici analogici e digitali che costituisce un modello replicabile per le istituzioni museali locali e regionali con budget limitati, in quanto pone l'accento sulla progettazione basata sulla comunità e sui metodi partecipativi. Questo articolo presenta come il museo abbia utilizzato narrazioni transmediali per arricchire l'esperienza educativa, posizionandosi come entità proattiva nella promozione e conservazione del patrimonio culturale locale. Questo modello evidenzia il ruolo fondamentale del museo nel favorire l'accessibilità culturale, l'impegno sostenibile della comunità e la promozione del cambiamento nel settore museale regionale.

**PAROLE CHIAVI:** *Casona Taminango, Pasto (Colombia), didattica museale innovativa, narrazioni transmediali nei musei, musei regionali, accessibilità culturale.*

## RÉSUMÉ (FRA)

Le Musée Taminango, situé à Pasto, Nariño, Colombie, a mis en œuvre depuis 2012 un programme éducatif innovant qui s'est non seulement adapté aux défis imposés par la pandémie de COVID-19, mais qui a également prospéré. Ce programme utilise une combinaison d'outils didactiques analogiques et numériques qui sert de modèle reproductible pour les institutions muséales locales et régionales disposant de budgets limités, car il met l'accent sur la conception communautaire et les méthodes participatives. Cet article présente la manière dont le musée a utilisé les récits transmédias pour enrichir l'expérience éducative, en se positionnant comme une entité proactive dans la promotion et la préservation du patrimoine culturel local. Ce modèle met en évidence le rôle fondamental du musée dans la promotion de l'accessibilité culturelle, l'engagement durable de la communauté et la promotion du changement dans le secteur muséal régional.

**PAROLE CHIAVI:** *Casona Taminango, Pasto (Colombie), didactique muséale innovante, récits transmédiés dans les musées, musées régionaux, accessibilité culturelle.*

#### **RESUMO (POR)**

O Museo Taminango, localizado em Pasto, Nariño, Colômbia, implementou um programa educacional inovador desde 2012 que não apenas se adaptou, mas prosperou sob os desafios impostos pela pandemia da COVID-19. Esse programa usa uma combinação de ferramentas didáticas analógicas e digitais que serve como modelo replicável para instituições de museus locais e regionais com orçamentos limitados, pois enfatiza o design baseado na comunidade e os métodos participativos. Este artigo apresenta como o museu tem usado narrativas transmídia para enriquecer a experiência educacional, posicionando-o como uma entidade proativa na promoção e preservação do patrimônio cultural local. Esse modelo destaca o papel fundamental do museu na promoção da acessibilidade cultural, no envolvimento sustentável da comunidade e na promoção de mudanças no setor de museus regionais.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Casona Taminango, Pasto (Colômbia), didática inovadora em museus, narrativas transmídia em museus, museus regionais, acessibilidade cultural.*



## INTRODUCCIÓN

En 2022, durante el período posterior al confinamiento provocado por la pandemia de COVID-19, el Consejo Internacional de Museos (ICOM) redefinió el concepto de *museo*. Esta nueva definición, aprobada en la 26ª Conferencia General de Praga, enfatiza el papel de los museos como instituciones sin fines de lucro al servicio de la sociedad, dedicadas a la investigación, colección, conservación, interpretación y exhibición del patrimonio material e inmaterial. La definición subraya la importancia de la accesibilidad, la inclusión, la sostenibilidad y la participación comunitaria, transformando así los museos en espacios de reflexión y educación (Servicio Nacional del Patrimonio Cultural, 2022).

La función educativa de los museos fue un tema central durante las jornadas de debate del ICOM, en respuesta a las nuevas demandas surgidas durante las cuarentenas en diversos países. Estas demandas impulsaron la adopción de tecnologías digitales por parte de numerosos museos, lo cual precipitó el fortalecimiento del turismo digital como una oportunidad para el mercado cultural. Sin embargo, estos esfuerzos también evidenciaron profundas desigualdades en el ámbito museístico. Mientras que las *blockbusters exhibitions*<sup>1</sup> de renombre pudieron adaptarse al entorno digital con recorridos videograbados y herramientas de realidad virtual y aumentada; los museos locales, con presupuestos más limitados, tuvieron

que adecuarse a la virtualidad de manera apresurada, adaptando sus recursos a una audiencia que, para empezar, debían atraer.

En ese contexto, este ensayo se centra en el caso del Museo de Artes y Tradiciones Populares de Nariño - Casona Taminango, situado en la ciudad de Pasto (Nariño, Colombia). A diferencia de otros museos regionales de la misma ciudad, como el Museo de Historia Nariñense Juan Lorenzo Lucero y el Museo del Oro del Centro Cultural Leopoldo López Álvarez, que forman parte del circuito de museos del Banco de la República de Colombia, la Casona Taminango<sup>2</sup> había implementado un valioso programa educativo antes de la pandemia. Este programa supo aprovechar la coyuntura sanitaria para crear un ecosistema de herramientas didácticas híbridas (analógicas y digitales), cuya utilidad trascendió el período de confinamiento y cuya producción puede servir como modelo replicable en otras instituciones con presupuestos limitados, y haciendo énfasis en las estrategias de diseño comunitario.

El programa de la Casona Taminango ha evolucionado de manera orgánica a lo largo de los años. Fue desarrollado desde el año 2012 gracias a los estímulos del Programa de Concertación Cultural del Ministerio de las Culturas y ha sido liderado por Sonia Patiño, quien es la coordinadora del área educativa. Inicialmente surgió de forma exploratoria, pero ha incorporado progresivamente una serie de estrategias digitales que tienen el potencial de ampliar significativamente el alcance del museo. El propósito de este ensayo es analizar la experiencia empírica del museo y desarrollar un modelo replicable que esté fundamentado en la teoría disponible sobre la educación museal en el contexto latinoamericano. Además, busca demostrar cómo las narrativas *transmedia* han sido un componente clave para el éxito del programa y cómo deberían impactar en el *marketing* museal de las pequeñas instituciones.

Con respecto a la pregunta de investigación que guía este estudio, su relevancia está relacionada con el abordaje de desafíos clave en el sector cultural contemporáneo, como la accesibilidad, la sostenibilidad y la innovación educativa en museos de bajo presupuesto. En América Latina, muchas instituciones culturales enfrentan

<sup>1</sup> Un concepto utilizado en el ámbito museal para referirse a las exposiciones que cuentan con amplios presupuestos y un despliegue museográfico de grandes proporciones. En este sentido, la exposición *Treasures of Tutankhamon*, coordinada por el Metropolitan Museum of Art de Nueva York entre 1976 y 1979, es considerada una de las pioneras de este formato. Durante este período, la muestra visitó seis museos en Estados Unidos, estableciendo a este país como pionero en la creación de exhibiciones que combinan funciones educativas y de entretenimiento en partes iguales (Fernández y Fernández, 2010, p. 66; Hindley, 2015).

<sup>2</sup> De aquí en adelante se usará la versión abreviada del nombre de la institución: Casona Taminango.

limitaciones económicas y sociales que dificultan la implementación de estrategias digitales avanzadas. Sin embargo, el caso del Museo Taminango demuestra cómo un museo regional puede adoptar narrativas *transmedia* para fortalecer la educación patrimonial sin depender de grandes inversiones. Este estudio aporta nuevo conocimiento al campo de las narrativas *transmedia* mediante el análisis de su aplicación en un contexto de recursos limitados. También ofrece estrategias replicables para instituciones con características similares. Además, contribuye a la gestión museística al demostrar que la integración de tecnologías inmersivas y la participación comunitaria pueden potenciar la enseñanza del patrimonio cultural y fomenta modelos educativos más inclusivos y sostenibles.

#### BREVE COMENTARIO SOBRE LA MISIÓN Y VISIÓN DEL MUSEO TAMINANGO

La Casona Taminango, que eventualmente se convirtió en el Museo de Artes y Tradiciones Populares de Nariño (figuras 1 y 2) fue inicialmente construida en el siglo xvii. La casona fue utilizada para varios propósitos a lo largo de los años, incluyendo una tejería como vivienda durante las épocas turbulentas de las campañas independentistas en Colombia (Amaya, 2013, pp. 30-31). En los años sesenta, estuvo en peligro de demolición, pero fue redescubierta y salvada por iniciativa del doctor Pablo Morillo Cajiao y doña Catalina Moon de Morgan. Tras esfuerzos persistentes y la generosa donación del doctor Monasco Dachis, la casona fue adquirida y convertida en museo. Se realizaron numerosos esfuerzos para restaurar y preservar el edificio. Finalmente, se amplió y modernizó a través de un nuevo edificio construido en la zona posterior de la casona colonial edificado en la década de 1990 (Navia, 2012, pp. 79-82).



**Figuras 1.** Una fotografía de la casa colonial del complejo Casona Taminango (2014, archivo personal del autor), lugar donde se expone la muestra permanente del museo.



**Figura 2.** Un aspecto de la sala dedicada a la talla en madera (2012, archivo personal del autor).

Ahora bien, desde su fundación y apertura en 1970 y su declaratoria como monumento nacional en 1971, la Casona se ha convertido en el repositorio de una numerosa suma de objetos patrimoniales muebles que, sin embargo, son la expresión de docenas de prácticas artesanales y tradiciones culturales de naturaleza inmaterial. En materia artesanal, por ejemplo, destacan las colecciones relacionadas con el barniz de Pasto, el enchapado en tamo, la talla en madera, la tejeduría, la platería, la forja, el oficio de lutieres regionales, entre otros.

En ese marco, a diferencia del resto de museos regionales enfocados sobre todo en la historia del período prehispánico y republicano, la Casona Taminango es depositaria de herencias que aún persisten y que se han mantenido vigentes a través de la transmisión generacional.

Dentro de los diversos procesos de investigación llevados a cabo por la institución se destaca especialmente la «Investigación sobre Artesanías en el Departamento de Nariño», resultado de un convenio entre la Casona Taminango y Artesanías de Colombia en 1992, en la que participaron antropólogos, sociólogos, economistas e ingenieros agrónomos (Benavides, 2013, p. 49) o la más reciente «Investigación sobre Artesanías en el Departamento de Nariño: Maderas» de 2015 (Cortés, 2015, p. 17). La preocupación principal de la institución se ha centrado en la valoración, protección y salvaguarda de las prácticas culturales mediante su visibilización. Esto se ha propiciado mediante la creación de espacios destinados a la divulgación y promoción de estas prácticas, que incluyen actividades, exposiciones y ferias. Estos eventos abarcan una amplia gama de temas que van desde

muestras de arte religioso hasta ferias de emprendimiento artesanal, así como actividades relacionadas con la gastronomía local.

El acelerado crecimiento urbano de las dos últimas décadas en Pasto, la llegada de varios grupos humanos a la ciudad debido a diferentes procesos migratorios<sup>3</sup>, y el desarrollo y democratización acelerados de las nuevas tecnologías de la información, han determinado un creciente desinterés en las prácticas locales que se perciben como anacrónicas, ajenas a los nuevos actores sociales asentados en la ciudad o que ya no responden a las nuevas exigencias del mercado o el turismo regional. Es en este contexto adverso, que la Casona Taminango decidió emprender desde 2012 un proyecto pedagógico dirigido a la primera, segunda y tercera infancia con el objetivo de revitalizar el interés de la comunidad en la rica herencia patrimonial del territorio y en sus profundas raíces culturales.

**FASE 1: GARANTÍA DE LOS DERECHOS CULTURALES PARA NIÑOS Y JÓVENES. LANZAMIENTO DE LA CARTILLA ARTESANITOS DEL MUSEO TAMINANGO**

Durante el período que va de 2007 a 2012, la Casona Taminango mantuvo un número de visitantes relativamente constante de 2000 personas por año. Aproximadamente el 50 % de estos visitantes eran niños, niñas y jóvenes que acudían a la institución como parte de la programación académica de las instituciones educativas de la ciudad y de algunos municipios contiguos. (Benavides, 2013, p. 56).

Durante los procesos de mediación a lo largo de las visitas con grupos estudiantiles, Sonia Patiño, responsable del área de educación y única encargada de las visitas guiadas

con niños en la Casona Taminango<sup>4</sup> notó que muchas de estas experiencias resultaban poco significativas puesto que, por un lado, los docentes no siempre preparaban las visitas asimilándolas a su ruta pedagógica y, por otro, porque el museo no proveía un proceso de aprendizaje que trascendiera el tiempo relativamente breve de los niños en el museo. Teniendo en cuenta que el público infantil y juvenil representaba la mitad del total de visitantes, el área educativa de la Casona Taminango tomó como marco de referencia la Observación General 12 del Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (CDESC) de la (Organización de las Naciones Unidas (ONU), por el cual se establecen los derechos culturales de cualquier grupo social o sociedad. Estos deben cumplir con cinco condiciones: disponibilidad, accesibilidad, aceptabilidad, adaptabilidad e idoneidad. Esto implica que los bienes y servicios culturales deben ser accesibles sin discriminación, con medidas adaptadas a las necesidades y contextos culturales específicos (Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de las Naciones Unidas, 2009, pp. 5-6).

Así, a partir de esta directriz, en 2012 el museo lanzó la cartilla didáctica *Artesanitos del Museo Taminango* (figuras 3 y 4), cuyas ilustraciones y diseño editorial estuvieron a cargo del diseñador gráfico y museólogo Iván Benavides, también responsable de las cartillas que la institución lanzaría más adelante.

En general, desde la propuesta museológica, la primera cartilla producida buscó asimilarse al enfoque cognitivo receptivo que sostiene que una exposición no existe sin la interacción con el público (Asensio y Pol, 2002, pp. 102-103). La exposición tradicional asume su existencia independientemente de los visitantes, pero, en realidad, el mensaje expositivo se construye y cobra sentido solo en la mente del visitante, pues se adapta a sus expectativas, conocimientos y emociones. Este enfoque

3 Las poblaciones desplazadas de las zonas de Putumayo y Caquetá, que se establecieron en Nariño durante la década de 2000 para escapar de las áreas afectadas por el Plan Colombia, junto con los migrantes provenientes de la costa pacífica nariñense tras los eventos de violencia posteriores a los acuerdos de La Habana en 2016, así como las oleadas migratorias de venezolanos y haitianos, han transformado significativamente el tejido social de la ciudad de Pasto (Salazar, 2009; Paz Noguera, Alpala Ramos y Villota Vivas, 2021, p. 87; Salas Salazar y Wolff, 2021; Montoya, 2021).

4 De hecho, uno de los factores que dificulta el funcionamiento de la mayoría de los museos en la ciudad de Pasto es el escaso número de trabajadores, quienes a menudo deben atender dos o más áreas de la institución. En este sentido, la Casona Taminango no es una excepción. Con una nómina de solo tres empleados permanentes, las tareas cotidianas se distribuyen entre ellos, además de contar con el apoyo de voluntarios que asumen diversas responsabilidades para la institución.



**Figuras 3 y 4. Dos aspectos de la guía Artesanitos del Museo Taminango. 20,5 x 25,5 cm, 28 páginas (2012). Concepto pedagógico: Sonia Patiño. Diseño e ilustraciones: Iván Benavides.**

destaca la importancia de la «estética de la recepción», que enfatiza la interacción entre la obra y el espectador. La experiencia estética resulta de esta interacción, donde el significado de la obra es moldeado por la percepción del receptor. La teoría subraya que la comprensión de una exposición depende del bagaje previo del visitante, y que la interacción exitosa entre la exposición y el visitante requiere de una adecuación entre el mensaje propuesto y las capacidades de interpretación del visitante. Por esta razón, las imágenes, textos y otros elementos involucrados en la elaboración del material buscaron poner los objetos del museo en contexto y relacionarlos con otros que resultaran más familiares a los niños como cámaras fotográficas o celulares.

Por otro lado, esta primera cartilla tomó a un gorrión y un colibrí como personajes centrales: buscaba aproximar a los niños de primera, segunda y tercera infancia a las diferentes prácticas artesanales que se exhiben en el museo y proponía actividades de descripción, comparación, causación, solución y secuencia, según el modelo gramático de Hall (Hall, 1987, p. 46) para favorecer las competencias interpretativas y analíticas entre los niños. A este respecto, es importante señalar el marco referencial que sugieren Santacana y Llonch con respecto al análisis de los objetos, ya que, aunque no hizo parte del modelo conceptual original de la propuesta, las actividades terminaron empíricamente llegando a conclusiones semejantes. Este modelo se fundamenta en cinco preguntas clave con respecto al objeto expuesto:

- 1) ¿de qué partes o elementos se compone el objeto?,
- 2) ¿cómo se relacionan estas partes entre sí?,
- 3) ¿qué

necesidad permitía satisfacer el objeto cuando estaba en uso?, 4) ¿con qué materiales se ha producido el objeto? y 5) ¿existían o existen otros objetos parecidos o que satisficieran las mismas necesidades? (Santacana y Llonch, 2012, p. 55)<sup>5</sup>.

Junto a esta cartilla se elaboró un folleto para docentes (figura 5) que ofrecía instrucciones mediante las cuales el profesor se convertía en una extensión del museo: se buscaba vincular los contenidos del claustro al currículo escolar y se promovía la importancia de las nociones de patrimonio y herencia.

En la práctica, la cartilla también permitía dividir un grupo numeroso de niños en dos conjuntos. Mientras un grupo hacía el recorrido por las salas, el segundo desarrollaba en compañía del docente a cargo, las actividades propuestas en la cartilla.

5 No obstante, los autores plantean un modelo ampliado de análisis del objeto museal en el que incluyen su identificación y su análisis morfológico, funcional, técnico, económico, sociológico, estético e histórico cultural (Santacana y Llonch, 2012, pp. 61-62). En el contexto de la Casona Taminango, por la naturaleza de su colección que es eminentemente inmaterial, pero representada mediante objetos, hace falta complementar este análisis con una reflexión sobre la forma tradicional de producción de los objetos y como se han transformado a lo largo del tiempo. Al respecto, Herbert Ganslmayr define este objetivo museal así: «mostrar la continuidad o las interpretaciones en el desarrollo de las culturas y los patrimonios culturales, y dilucidar el papel que juegan los objetos preservados en la identidad de un grupo social. En este aspecto, es importante aclarar reiteradamente que los objetos son la materialización de ideas, de conceptos, del alma intangible y los sentimientos de un individuo o un grupo social» (Alderoqui, 1996, p. 79).



**Figura 5. Portada y páginas internas del material Artesanitos del Museo Taminango. Guía para maestros. 14,5 x 18,5 cm. 26 páginas (2012). Concepto pedagógico: Sonia Patiño. Diseño e ilustraciones: Iván Benavides.**

La experiencia tuvo un impacto significativo que, sin embargo, dejó importantes conclusiones para el área educativa, entre las que están:

1. El uso de un personaje principal en la cartilla proporciona un conector interesante con el que los niños se pueden identificar rápidamente.
2. El uso de imágenes sobre escenarios u objetos que aludan a la cotidianidad generan una mayor implicación entre los niños lectores.
3. La guía para el docente resulta ineficaz dentro de las dinámicas de la visita museal y, en cambio, trabajar en conjunto con la cartilla para niños proporciona resultados más satisfactorios respecto a la experiencia de visita.
4. Las actividades más interactivas que proponía la cartilla (en particular una actividad que hacía uso de *stickers*) fueron algunas de las más atractivas para los niños.
5. La cartilla se acompañó con una serie de talleres en los que artesanos regionales desarrollaban actividades sencillas con los niños. La conexión entre la información textual y visual de la cartilla con la experiencia vivida del niño, generan un aprendizaje significativo que complementa su proceso de educación formal.

Al respecto conviene señalar, sin embargo, que la comunicación en exposiciones museísticas pretende enseñar, pero no garantiza el aprendizaje debido a

diversas razones, como el desinterés o la incompreensión del visitante. Por lo tanto, el equipo productor debe anticipar esta desconexión y fomentar la participación del visitante, transformando su interés inicial en un deseo de aprendizaje más profundo. Es crucial que el equipo considere los objetivos de aprendizaje y los cambios deseados en conocimientos, habilidades y actitudes de los visitantes y, además, la utilidad de estos cambios en otros contextos (García Blanco, 1999, p. 86).

A la vez, el mercadeo museal también proporciona algunos puntos clave que son susceptibles de análisis y que deberían tener impacto en el desarrollo de materiales didácticos. A propósito, García Blanco (1999, p. 59) sugiere que los elementos clave que determinan la identidad del museo incluyen: la colección, que atrae visitantes; el edificio, que influye en la impresión del público; el personal, cuya actitud afecta la experiencia de los visitantes; y los mecanismos organizativos, incluyendo la estructura interna y las presiones externas relacionadas con la financiación.

En su opinión, el *marketing* aplicado a museos debe partir de la identidad de la propia institución. De ahí que resulte esencial pensar desde la práctica del diseño industrial y gráfico en la producción de objetos e imágenes plenamente integrados y bien asimilados a la estrategia de marca institucional<sup>6</sup>. En el caso de la Casona Taminango, cuya imagen se ha creado a partir de la casa colonial que ocupa, ha sido clave que niños y jóvenes puedan asociar el inmueble a su cotidianidad, por eso, la presencia de una casa antigua en medio de la ciudad moderna es un aspecto que se señala en los materiales didácticos de manera recurrente.

## FASE 2: CARTILLA ZUMBAMBICOS, CUSPES Y CANICAS DEL MUSEO TAMINANGO

Gracias a la participación voluntaria de los profesores de la Universidad CESMAG, Eunice del Rocío Meneses, Sandra Guerrero y Govanny Caicedo adscritos al Programa Licenciatura en Educación Física, la Casona Taminango emprendió la elaboración de una segunda cartilla denominada Zumbambicos, Cuspes y Canicas del Museo Taminango (figuras 6 y 7). Esta se lanzó en 2015 y buscaba aproximar a niños de primera y segunda infancia a prácticas lúdicas regionales, proponiéndoles la

<sup>6</sup> Dentro del contexto del diseño marcario o branding, la estrategia de marca involucra una serie de premisas que parten de la misión y visión institucional, pero que suman a estos lineamientos, objetivos de comunicación, filosofía, valores y tono de voz marcario. Se trata de una suerte de declaración de principios que determina la forma concreta en la que el mensaje marcario se transmitirá a los interesados.





**Figuras 6 y 7. Dos aspectos de la guía Zumbambicos, cuspes y canicas del Museo Taminango. 20,5 x 25,5 cm, 16 páginas (2015). Coordinación y concepto pedagógico: Sonia Patiño. Talleristas: maestra Eunice del Rocío Meneses, maestra Sandra Ivania Guerrero y el licenciado Giovanni Alberto Caicedo. Diseño e ilustraciones: Iván Benavides.**

elaboración de sus propios juguetes a partir de materiales reciclados. Se los invitó a participar de una serie de talleres para poner en práctica estas actividades; en algunos casos estas tuvieron una repercusión importante en la actividad física de los asistentes y se llevaron a cabo en las zonas verdes y el edificio moderno del museo.

En cuanto al material didáctico desarrollado y teniendo en cuenta los aprendizajes obtenidos a partir de la primera cartilla, *Zumbambicos, cuspes y canicas del Museo Taminango*, se optó por enfocarse en niños de edad preescolar de entre 3 y 5 años. Por esta razón, se priorizó el uso de imágenes llamativas y se introdujo a un personaje principal que, de aquí en más, aparecería en las cartillas creadas por el museo. Se trata del perrito Inti, quien, a lo largo de la guía, interactuaba con un grupo de niños.

Con respecto a los textos, estos estuvieron orientados a sus docentes y cuidadores, eliminando así la necesidad de un material complementario. Sin embargo, se hizo uso de textos narrativos con los que también se desarrollaron momentos de lectura grupal.

Con respecto al material didáctico, las observaciones de carácter pedagógico más importantes fueron:

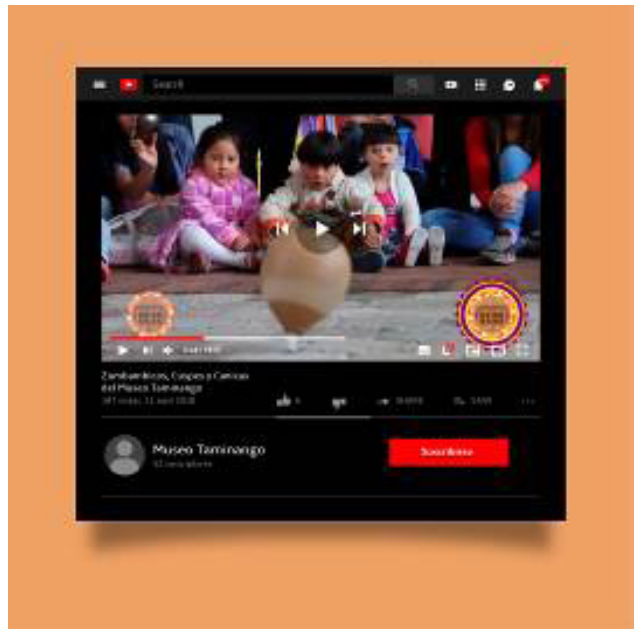
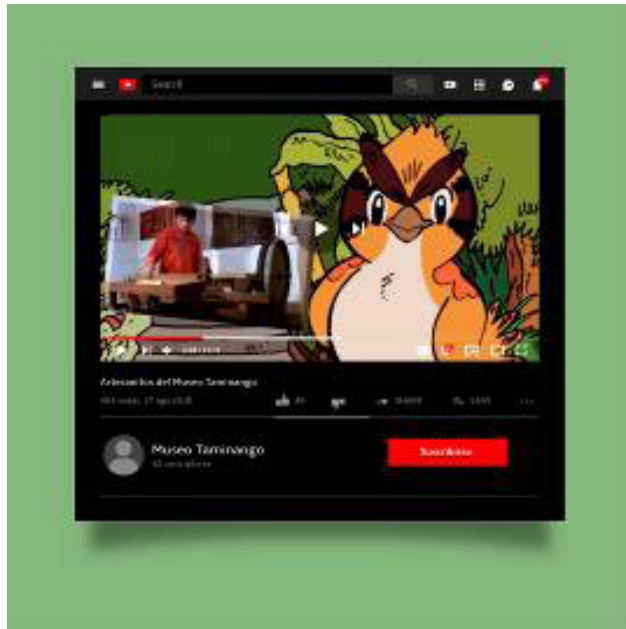
1. El uso de un personaje con características más memorables genera mayor recordación e identificación por parte de los niños.
2. Los docentes se suman con mucha facilidad a los talleres propuestos con la cartilla, cuando el material cuenta con textos suficientemente claros e

instrucciones precisas. A este respecto, también para los docentes, es útil contar con imágenes que faciliten las actividades manuales o que exigen actividad física.

3. El uso de material complementario y recreativo como rompecabezas, dados u otros, promueve la participación y la interacción entre los participantes.
4. La interacción, el juego y el trabajo en grupo dentro del museo transforman la visión de la comunidad, especialmente de profesores y estudiantes. Esto visibiliza su potencial en la educación no formal e informal de los niños y destaca la satisfacción que se obtiene de la experiencia con el patrimonio.

### **FASE 3: LA MINGA DEL MUSEO TAMINANGO Y LA INCORPORACIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL**

El primer formato transmedial que utilizó el Museo Taminango estuvo constituido por dos cortos que incluían grabaciones dentro de las instalaciones del claustro y algunos elementos de animación. Se trataba de un esfuerzo por explorar nuevos canales de comunicación ya que, como lo señala Sánchez López (2024), «la narrativa digital conectada transgrede los sentidos tradicionales y actúa como una extensión del ser humano hacia realidades híbridas físicas-digitales» (p. 312). Esto viene a implicar, que la educación patrimonial, pero también las nuevas competencias digitales de los niños y niñas, ya no debe basarse únicamente en modelos unidireccionales



**Figuras 8 y 9.** A la derecha, «Artesanitos del Museo Taminango» (2018). Vídeo de 11 minutos. Concepto pedagógico: Sonia Patiño. Dirección: Ricardo Ceballos Peñafiel. A la izquierda, «Zumbambicos, cuspes y canicas del Museo Taminango» (2018). Video de 15 minutos. Concepto pedagógico: Sonia Patiño. Dirección: Ricardo Ceballos Peñafiel.

de transmisión de información, sino en experiencias multisensoriales e interactivas que fomenten el aprendizaje significativo.

Así, en 2018, la Casona Taminango crea sus dos primeros materiales audiovisuales relacionados con su programa educativo y los materiales didácticos que había desarrollado hasta entonces. Se trata de adaptaciones de las cartillas «Artesanitos del Museo Taminango» y «Zumbambicos, cuspes y canicas del Museo Taminango» para el canal en YouTube de la institución que estuvieron dirigidos por Ricardo Ceballos Peñafiel (Figuras 8 y 9).

El primero estuvo presentado por los niños Helena Ceballos y Santiago Castillo y contó con la introducción animada del gorrión que había aparecido originalmente en las páginas de la cartilla. Se trató de un video de once minutos que, a modo de telediario, reconocía los elementos clave citados en el material didáctico precedente<sup>7</sup>.

El segundo video tuvo una extensión de quince minutos y fue presentado por los niños Helena Ceballos y Andrés Tapia. Mantuvo un formato semejante y continuaría introduciendo fragmentos con el gorrión explicando algunos temas clave<sup>8</sup>.

Ambos videos serían la antesala de los proyectos audiovisuales posteriores.

Ese mismo año, con el apoyo de los docentes de la Universidad CESMAG que contribuyeron en la elaboración de la segunda cartilla del museo, se llevó a cabo el proyecto «La Minga del Museo Taminango» (Figuras 10 y 11). Este proyecto tenía como premisa la promoción de diversas prácticas artesanales, culturales y musicales de naturaleza inmaterial, tales como los conocimientos tradicionales transmitidos de generación en generación alrededor del barniz de Pasto, el tejido con guanga, la marimba de chonta del Pacífico, las danzas y celebraciones de los Danzantes de Males, las Mojigangas de Funes, entre otros. De las celebraciones en Obonuco y Jogovito alrededor del pago a la Madre Tierra derivó un segundo personaje recurrente en las cartillas que sería la wawita de pan.

En ese sentido, y buscando estimular procesos de interacción entre los niños y las prácticas ancestrales, además de la cartilla, el museo diseñó una serie de réplicas de diferentes herramientas utilizadas por los artesanos regionales e instrumentos locales como

<sup>7</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=ugzaRZnW9v8>

<sup>8</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=3dw01MK9D6g&t=359s>



**Figuras 10 y 11. Dos aspectos de la guía *La minga del Museo Taminango*. 20,5 x 25,5 cm, 12 páginas (2018). Coordinación y concepto pedagógico: Sonia Patiño. Talleristas: maestra Eunice del Rocío Meneses, Maestra Ana del Carmen Mesías Buchely y licenciado Giovanny Alberto Caicedo. Diseño e ilustraciones: Iván Benavides.**

bombos, zampoñas y marimbas. Esto permitió que los niños pudieran acercarse a las diversas técnicas y ritmos del departamento de Nariño.

Asimismo, a través de un taller impartido por la profesora de la Universidad CESMAG, Miriam Ruiz, se realizaron sesiones de capacitación para docentes y cuidadores. De esta manera, el museo buscaba extender el alcance de la guía y las actividades realizadas en la Casona Taminango a los colegios y hogares.

Por último, a partir de la experiencia con los primeros vídeos didácticos lanzados por la institución, en 2019 se produjeron seis videos más con el propósito de contribuir a la memoria de las actividades realizadas, aumentar el impacto de los talleres, ampliar el contenido de la cartilla y divulgar el acervo del museo más allá del entorno local de la ciudad de Pasto.

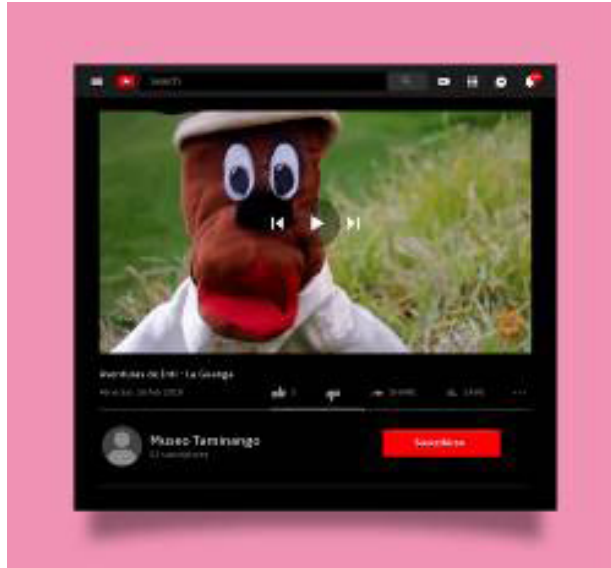
Entre los vídeos realizados destacan los audiovisuales de la serie «Las aventuras de Inti», que contó con cuatro episodios dedicados al tejido en guanga, la talla en madera, los sombreros de paja toquilla y el barniz de Pasto (Mopa-Mopa). La dirección de estos cortos cuya dirección corrió a cargo de Miguel Gómez Sanzón y Constanza Mejía y en todos se utilizó al perrito que había aparecido en las cartillas «Zumbambicos, cuspes y canicas del Museo

Taminango» y «La Minga del Museo Taminango», como protagonista de unas historias en las que encarnado como títere interactúa con varios niños y artesanos (Figura 12)<sup>9</sup>.

Al respecto, el modelo del museo Taminango resulta muy interesante porque, aunque no fue resultado de una proyección en el largo plazo, los personajes creados en las primeras cartillas vinieron a suplir la necesidad de un hilo conductor que le diera coherencia al material *transmedia* que se produciría desde entonces. Lo anterior coincide con la perspectiva de Von Stackelberg (2011) que indica que, «las narrativas transmedia presentan múltiples componentes de una historia en diferentes medios de manera integrada» (p. 78). Este enfoque permite crear una suerte de modelo rizomático en el que, mediante una excusa temática, se puede hacer una exploración más profunda de los contenidos, ofreciendo a los usuarios múltiples puntos de entrada y salida, así como formatos para su interacción. Sin embargo, para que estas narrativas sean efectivas en el contexto de un museo, deben estar alineadas con los objetivos de aprendizaje y la accesibilidad de los usuarios. En el caso del Museo Taminango, su implementación de elementos interactivos ha enriquecido la experiencia del visitante y ha fomentado el aprendizaje significativo, pero también plantea interrogantes sobre la viabilidad técnica y la capacidad de adaptación del público a estos formatos.

9 <https://www.youtube.com/watch?v=t1NoKOUjyiY>, <https://www.youtube.com/watch?v=SYL1T8f8uwu>, <https://www.youtube.com/watch?v=E6P8iNzXgZc>, <https://www.youtube.com/watch?v=pWT1x3-XhPU>





**Figura 12.** «Las aventuras de Inti – La Guanga» (2019). Vídeo de 4 minutos. Concepto pedagógico: Sonia Patiño. Dirección: Miguel Gómez Sanzón y Constanza Mejía.

De la experiencia de esta tercera etapa se capitalizan las siguientes conclusiones:

1. Los procesos formativos más significativos se logran cuando se propician espacios de aprendizaje y diálogo con los niños, pero también con sus docentes y cuidadores. Los profesores se han convertido hoy en multiplicadores ideales de las tradiciones regionales dada la atomización que han sufrido las familias en la región.
2. Las actividades propuestas en la cartilla se potencian si es posible contar con materiales didácticos analógicos o digitales mediante los cuales el niño pueda poner en contexto lo que ha visto y leído.
3. La recurrencia de los personajes y su uso constante en diferentes tipos de materiales, en este caso editoriales y audiovisuales, procura una mayor conexión entre el contenido producido ya que actúa como elemento conector.
4. Las actividades lúdicas, musicales y de creación artística que promueven la psicomotricidad pueden ser una contribución valiosa del ámbito museal a la formación de la primera infancia.

#### **FASE 4: LANZAMIENTO DE LA PÁGINA WEB DE LA CASONA TAMINANGO Y DEL PORTAL INFANTIL**

Con el comienzo de los confinamientos en todo el mundo durante el año 2020 a raíz de la pandemia de COVID-19, la actividad de los museos regionales en Colombia se vio seriamente comprometida dada la disminución drástica en las visitas y el escaso presupuesto que permitiera la adaptación de los guiones al entorno digital (Figura 13).

Sin embargo, gracias a la voluntad del licenciado en informática de la Universidad de Nariño, Jonathan Vanegas, en la Casona Taminango, se implementó un proyecto para la creación de un sitio web mediante el cual se introdujeron recursos multimediales que buscaban llevar el museo a los hogares de sus visitantes.

Entre las estrategias propuestas para el público general (Figuras 14 y 15), se destacan el recorrido virtual que se realizó mediante fotografías 360 y que permite la visita de los espacios exteriores del museo con anotaciones esenciales sobre las muestras que constituyen el guion curatorial<sup>10</sup>.

También se encuentran los modelos tridimensionales a través los cuales el usuario digital puede estudiar la estructura morfológica de algunas piezas destacadas de las diversas muestras en sala<sup>11</sup>.

<sup>10</sup> <https://museotaminango.com/visitavirtual/>

<sup>11</sup> <https://museotaminango.com/>



**Figura 13.** Sonia Patiño durante una visita guiada con un grupo de niños en el marco del proyecto Taller Imaginar para Sorprendernos: Escribir para la Infancia, apoyado por el Programa Nacional de Concertación Cultural del Ministerio de Cultura durante la Pandemia de COVID-19 durante 2021 (cortesía Casona Taminango).



**Figuras 14 y 15.** Izquierda, aspecto de la visita virtual a la Casona Taminango. Derecha, el modelo tridimensional de una ovilladora. Ambos son recursos disponibles en la página web del Museo. Desarrollo: Jonathan Venegas (2020-2021).

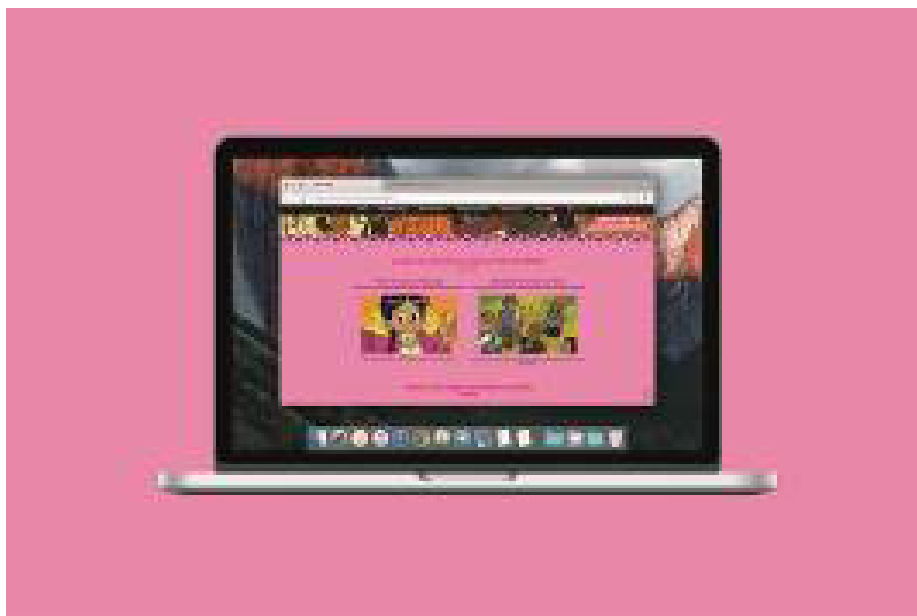


Figura 16. Uno de los aspectos de la sección «Portal Niños» de la página web de la Casona Taminango con los juegos «Ponle el traje a la Ñapanga» y «Descubre el sonido correcto». Desarrollo: Jonathan Venegas (2020-2021).

No obstante, la sección «Portal Infantil» (Figura 16) fue la que incorporó la mayor cantidad de recursos didácticos digitales. Por una parte, la página web sirvió para reunir todo el material creado hasta entonces en las etapas anteriores, especialmente los videos y las cartillas, pero también para introducir juegos y actividades que aprovechan las posibilidades de la gamificación de las colecciones<sup>12</sup>.

En efecto, el licenciado Venegas creó juegos que incluyeron actividades de asociación, rompecabezas, sopas de letras, entre otros. Sin embargo, la experiencia alrededor de estas estrategias plantea algunos retos importantes que tienen que ver con la accesibilidad. Al respecto, entre las observaciones más importantes se encuentran:

1. En el contexto de los museos locales es difícil garantizar el acceso a internet y a equipos adecuados para desarrollar estas actividades. Por lo tanto, se sugiere que estas actividades digitales se utilicen como un apoyo didáctico en lugar de una estrategia pedagógica principal, dado que no se puede asegurar su accesibilidad para todos los usuarios.

12 <https://museotaminango.com/portal-ninos/>

2. Las actividades digitales suelen emplear estrategias de *edutainment*<sup>13</sup>; y *blended learning*<sup>14</sup>. En este sentido, el aprendizaje debe ser guiado para que resulte

13 Desde la década de 1950, la idea de *edutainment* (una combinación de las palabras en inglés *education* y *entertainment*, que significan educación y entretenimiento) ha ganado una gran popularidad. Inicialmente, la mayoría de las obras de *edutainment* estaban relacionadas con la formación militar, la propaganda ideológica, la prevención de enfermedades y la salud en general, como se puede ver en varios cortometrajes producidos por los estudios Disney, así como en cómics estadounidenses y japoneses que surgieron al inicio de la Segunda Guerra Mundial.

14 Según Kong y Feng (2024), el *blended learning* en el contexto de la educación inmersiva se basa en la incorporación de tecnologías como la realidad virtual (RV) para transformar la experiencia de aprendizaje tradicional. Ellos destacan que «la combinación de experiencias virtuales e interactivas con clases presenciales mejora la retención de conocimientos y permite a los estudiantes involucrarse activamente con los contenidos de manera más dinámica» (p. 88). Por otro lado, Susanti et al. (2024) enfatizan que el *blended learning* es efectivo cuando se complementa con tecnologías inmersivas bien diseñadas. Los autores argumentan que «si bien el uso de herramientas digitales puede potenciar la comprensión de conceptos complejos, su efectividad depende de la estructura pedagógica y del equilibrio entre lo presencial y lo virtual» (p. 25). En este sentido, el desafío radica en asegurar que las tecnologías no reemplacen la interacción humana esencial en el proceso de aprendizaje, sino que la potencien.

significativo<sup>15</sup>. De otro modo, el contenido de los juegos, por sí solo, tiende a ser interpretado como un mero divertimento y los niños tienden a obviar el contenido subyacente.

3. Las actividades digitales requieren una estrategia de medios que las promueva y visibilice ante el público. En este aspecto, las redes sociales pueden ser un aliado importante para aumentar su alcance, efectividad e impacto.

En este contexto, es importante relativizar las posibilidades didácticas de los museos virtuales, comúnmente destacadas en la bibliografía especializada, como la facilidad de acceso desde cualquier lugar y a cualquier hora, la consulta práctica de obras prestadas o almacenadas, y la posibilidad de explorar diferentes interpretaciones de las colecciones a través de guías virtuales interactivas (Bellido, 2001, p. 253). Aunque técnicamente viable, la situación general de los museos latinoamericanos que no cuentan con un apoyo institucional, con sus limitaciones económicas y acceso restringido a medios digitales, puede convertir estas herramientas en obstáculos, contraviniendo así el principio de accesibilidad museal.

A la vez, el éxito de estas tecnologías depende de su implementación efectiva. Susanti *et al.* (2024) advierten que «si bien la tecnología inmersiva puede potenciar la comprensión y el compromiso del usuario, su efectividad depende de la calidad de la interfaz, la facilidad de acceso y la adecuación pedagógica de los contenidos» (p. 25). En el caso del Museo Taminango, es importante evaluar si las herramientas tecnológicas utilizadas han sido diseñadas considerando la diversidad de públicos y sus diferentes niveles de familiaridad con la tecnología. Si la interfaz no es intuitiva o si la experiencia digital carece de una estructura clara, la tecnología puede convertirse en una barrera en lugar de un facilitador del aprendizaje.

A pesar de esto, también es cierto que los obstáculos del medio no deberían ser una limitación para su puesta en marcha, y que la procura de un espacio digital para un museo puede ser clave para organizar y unificar globalmente sus colecciones dispersas o para

la recreación de su contexto original. Asimismo, es un entorno que propicia la mezcla de diversos recursos con sonido e imagen.

Por otro lado, con respecto al *marketing* digital para el fomento de las actividades museales, la Web 2.0, fundamentalmente interactiva, permite la participación y el intercambio entre usuarios, instituciones y museos. Además, facilita una comunicación bidireccional donde emisores y receptores pueden intercambiar *feedback* y comentarios.

La Casona Taminango, que desde 2014 empezó a construir sus redes sociales (contando ahora con un perfil de Facebook e Instagram y un canal de YouTube), ha ido dinamizando su comunicación con públicos mediante colaboraciones con *influencers* (que también trabajan en la red social Tik Tok) y promotores culturales regionales que hacen clips y notas breves sobre diferentes aspectos del museo (Figura 17). Sin embargo, aún queda mucho camino por recorrer en materia de interactividad y de creación de audiencias digitales que transformen y construyan contenido<sup>16</sup> de forma consecuente a las nuevas dinámicas que supone el advenimiento de la Web 3.0.

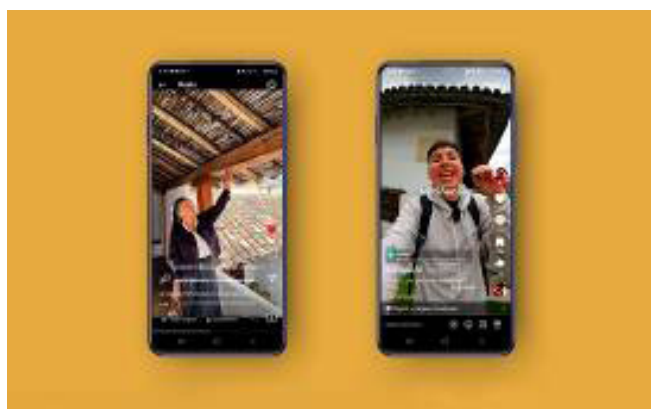


Figura 17. A la izquierda, un reel para Instagram de @evelynguevaras acerca de la Casona Taminango (2024). A la derecha, un tik-tok de @juanpablo31 sobre las colecciones y salas del museo (2023).

En ese sentido, una fortaleza clave del programa — habiéndoselo propuesto o no— ha sido su enfoque en la participación comunitaria a través de reseñas interactivas y estrategias de cocreación. Moreno Zambrano y Gifreu

15 Sin embargo, debe tomarse en cuenta que el proceso de formación en museos tiene una naturaleza informal, en otras palabras, no ofrece una estructura lineal de contenidos ni promueve un modelo progresivo de formación. A este respecto, Nuria Serrat insiste en que, al interior del museo, el aprendizaje se debe basar en la intuición, puesto que los visitantes utilizan mecanismos sensoriales básicos para acercarse a los contenidos, de lo cual se desprende la idea de ir desde lo conocido hasta lo desconocido (Santacana y Serrat, 2005, p. 119).

16 Con respecto a este tema, se ha usado la clasificación propuesta por Moreno y Rivero que categorizan la interactividad digital en el ámbito museal en tres grupos: 1) selectiva: el usuario elige información, 2) transformativa: el usuario modifica contenidos y 3) constructiva: el usuario crea contenido libremente (Santacana y Carolina, 2010).

Castells (2016) argumentan que «el documental interactivo no solo documenta la realidad, sino que permite a los participantes convertirse en agentes activos de la narrativa, promoviendo su empoderamiento y sentido de pertenencia» (p. 156). En este aspecto, el museo ha buscado incluir relatos locales y voces diversas en sus proyectos digitales. Sin embargo, un desafío persistente es garantizar que esta participación sea realmente inclusiva, que las comunidades locales tengan un rol protagónico en la construcción de las narrativas y que el ejercicio de documentación llevado a cabo en redes sociales no sea un ejercicio anecdótico.

#### FASE 5: ESTRATEGIAS PARA UNA EXPERIENCIA HÍBRIDA

En junio de 2024, el Licenciado Jonathan Venegas, que había contribuido con la construcción de la página web de la Casona Taminango y su portal infantil, culminó su último proyecto de didáctica digital.

Se trata de un videojuego *platformer* (juego de plataformas) en el que, una vez más, se toma a Inti como personaje principal de la trama. El videojuego, llamado «La aventura de Inti» (Figura 18), adopta el mismo nombre de la serie de videos creados en el marco del proyecto «La Minga del Museo Taminango». A través de los diferentes niveles, el perrito debe enfrentarse a monstruos de la mitología local que incluyen a la Patasola, el Duende y el Cocopollo, mientras conoce tipos diferentes de energías limpias con la ayuda de tres aliados, la wawita de pan, los Danzantes de Males y las Mojigangas de Funes.

Aunque el juego aún continúa en desarrollo, la versión beta ya se encuentra disponible<sup>17</sup>.

A propósito, un aspecto que requiere atención es la sostenibilidad del programa en términos de preservación digital y actualización tecnológica. Gifreu-Castells (2018) subraya que «la preservación de las narrativas digitales es un reto constante, ya que los formatos y plataformas evolucionan rápidamente, lo que puede volver obsoletos los contenidos si no se implementan estrategias adecuadas de conservación» (p. 90). La digitalización del patrimonio debe ir acompañada de planes a largo plazo que aseguren su accesibilidad futura.

En ese sentido, el próximo reto del museo será prever estrategias de archivo digital y actualización de contenidos, así como la elaboración de un plan de mantenimiento de las tecnologías utilizadas.

17 <https://museotaminango.com/juegos/aventurainti/>



Figura 18. Videojuego «La aventura de Inti» en el «Portal Niños» de la web de la Casona Taminango. Desarrollo: Jonathan Venegas (2024).

Por otro lado, en el inmediato plazo y gracias a un nuevo apoyo del grupo de docentes de la Universidad CESMAG, durante el mes de julio de 2024 se adelantó una actividad en torno a la Chaza, una antigua práctica deportiva regional probablemente derivada del Frontón de los Vascos jugado en España, la cual se practica en varios municipios de la zona andina del departamento de Nariño y de la Provincia del Carchi en Ecuador.

Estas actividades denominadas «Con bombo, tabla y mano se juega chaza en Pasto» se acompañaron de una guía (Figura 19) mediante la cual los niños pueden fabricar su propio bombo (raqueta tradicional que se usa en el juego de la chaza) e incluirá una serie de códigos QR que dirigirán a los niños podrán acceder a videos tutoriales. Se espera que en un futuro proyecto estas actividades puedan incluso incorporar recursos de realidad aumentada. La implementación de estas estrategias está, además, orientada a atender públicos en situación de discapacidad, cuestión capital si se retoma la Observación General 12 del Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de la ONU, mencionada en las secciones anteriores.

Este proyecto también extiende el universo de Inti y la wawita de Pan y corrobora la importancia de generar un *storytelling*<sup>18</sup> que le aporta un valor agregado al material didáctico producido en el museo. A través de los personajes, no solo se hace explícita la conexión entre

18 Entendida en el ámbito de la publicidad y el *branding* como la elaboración de relatos que construyen un universo semántico para una marca. En otras palabras, una historia real o ficcional que permita transmitir los valores que sustentan la estrategia de marca hacia su público. Están por ejemplo los clips de Uber que elaboran una narración a través de los conductores y pasajeros, pero también la marca M&M's de Mars que lo logra mediante el uso de sus célebres mascotas caramelo (Lamarre, 2019, p. 58).



**Figura 19.** Dos aspectos de la guía «Con bombo, tabla o mano se juega chaza en Pasto». 20,5 x 25,5 cm. En producción. Coordinación y concepto pedagógico: Sonia Patiño. Equipo de docentes: Eunice del Rocío Meneses Gómez, Walter Esteban Caicedo Villamarín, Lyda Marcela Narváez Pejendino, Giovanni Adalberto Caicedo Vivas. Asesor diseño industrial para elaboración de raquetas: Jhoan Ronaldo Delofeut Patiño. Docentes en formación, Licenciatura en Educación Física, Universidad CESMAG: Luís Mauricio Rosero Becerra, Kevin Andrés Velásquez Morales, Daniel Fernando Santacruz Romo. Expertos en el juego: Jorge Arteaga Lagos, Rolando Gómez Muñoz. Realización audiovisual: Diana Constanza Mejía Pistala. Diseño e ilustraciones: Iván Benavides.

todo el ecosistema didáctico creado hasta el momento, sino que también se refuerza el sentido de pertenencia sobre la marca que representa la Casona Taminango. A pesar de lo anterior, es fundamental considerar el impacto real de estas iniciativas en la educación patrimonial. Sánchez López (2020) señala que «el empoderamiento narrativo en la educación solo ocurre cuando los participantes pueden apropiarse de los discursos y producir sus propias historias, en lugar de ser meros consumidores de contenido» (p. 312). Si bien el Museo Taminango ha incorporado elementos innovadores en su programa educativo, es crucial evaluar si estos han logrado fomentar un aprendizaje significativo. Al respecto, una dinámica apropiada para su análisis y evaluación podría involucrar la creación de historias para los personajes del propio museo, por parte de los propios niños y niñas visitantes.

Esto entra en consonancia con algunas actividades de producción narrativa que ha llevado el museo como el Primer Concurso de Escritura para la Infancia, que llevó a cabo en 2021 y concluyó en la edición del libro

compilatorio *Entre Cuspes, Trompos y Rayuelas... los Poetas*, cuya descripción no se extiende en este ensayo, por no hacer parte del proyecto *transmedia* del museo.

En ese sentido, dado lo reciente de todos estos experimentos, por ahora no es posible determinar el grado de éxito que tendrán. Sin embargo, queda claro que entre todos los recursos didácticos disponibles estos pueden ser hoy algunos de los más adecuados para trasladar piezas en exhibición al universo digital. No obstante, en el contexto de los museos locales, esta iniciativa solo es posible a través de subvenciones, apoyos, becas y la colaboración de aliados estratégicos. Además, requiere tener presente que, a diferencia de otro tipo de herramientas didácticas, los recursos digitales están, como ya se ha mencionado, en riesgo permanente de resultar obsoletos frente a cambios de *software* o requerimientos *responsive* que demandan ciertos dispositivos.

En cuanto a la medición del impacto de estrategias educativas en museos, especialmente cuando se trata de poblaciones infantiles y en contextos de recursos humanos limitados, presenta desafíos significativos. En primer lugar, la edad de los niños es un factor crítico,



ya que sus habilidades cognitivas y de atención varían considerablemente, lo que puede afectar en la forma en que interactúan y responden a diferentes formatos educativos. Por ejemplo, investigaciones indican que las estrategias interactivas y multimedia pueden ser muy efectivas para niños mayores, pero menos para los más pequeños que pueden requerir más interacción directa y tangible (Piaget, 1964, p. 184).

Además, la escasez de personal en muchos museos limita la capacidad de ofrecer experiencias de aprendizaje personalizadas y adaptadas a las necesidades individuales de los visitantes jóvenes. Esto es particularmente relevante en museos pequeños o locales donde el personal no solo debe gestionar la administración, sino también la educación y la interacción con el público.

Por otro lado, las estrategias cuantitativas tradicionales de medición de impacto, como encuestas y cuestionarios, pueden no captar completamente la profundidad y el matiz de la experiencia de aprendizaje de los niños en los museos. Estas herramientas a menudo no consideran los elementos contextuales y emocionales que influyen en cómo los niños absorben y procesan la información en un entorno museístico.

El debate académico sugiere la necesidad de desarrollar metodologías de evaluación que sean tanto cualitativas como cuantitativas, incorporando la observación directa y la recopilación de *feedback* verbal de los niños para complementar los datos cuantitativos (Screven, 1990, p. 53). Además, sería beneficioso integrar teorías de aprendizaje infantil y modelos de interacción visitante-exposición para mejorar la relevancia y efectividad de las herramientas de medición del impacto.

Así, la complejidad de medir el impacto educativo en museos, especialmente con niños y en entornos de recursos limitados, requiere un enfoque más holístico y adaptable que combine múltiples métodos de evaluación y que tenga en cuenta las capacidades de desarrollo y las necesidades de los jóvenes visitantes.

## CONCLUSIONES

La Casona Taminango ha demostrado su versatilidad a la hora de implementar estrategias educativas con diferentes soportes y tecnologías. Su enfoque en la creación de un ecosistema integrado por productos editoriales, objetos físicos y herramientas digitales ha permitido no solo la preservación y divulgación de prácticas culturales ancestrales, sino también la adaptación a las demandas tecnológicas actuales. Al implementar estrategias pedagógicas que combinan elementos analógicos y

digitales, y al involucrar a la comunidad educativa y a los artesanos locales, la Casona Taminango ha conseguido revitalizar el interés por el patrimonio cultural. Este modelo puede ser replicado en otros museos para fortalecer la educación informal, promover la accesibilidad y garantizar la sostenibilidad de las tradiciones culturales en un contexto moderno.

A la vez, el enfoque holístico no solo amplía las posibilidades de aprendizaje y apreciación cultural, sino que también fomenta una mayor participación de la comunidad en la vida del museo. Al crear un entorno educativo que valora tanto los recursos tradicionales como los contemporáneos, se facilita un aprendizaje más dinámico y accesible para diferentes públicos. La integración de productos editoriales ofrece a los visitantes materiales tangibles que complementan la experiencia museística, mientras que los objetos físicos proporcionan una conexión directa y palpable con el patrimonio cultural.

Por otro lado, las herramientas digitales permiten una mayor interactividad y alcance, facilitando que las colecciones y conocimientos del museo trasciendan las barreras geográficas. La utilización de plataformas en línea, aplicaciones móviles y otros recursos tecnológicos no solo atrae a un público más joven y tecnológicamente inclinado, sino que también proporciona formas innovadoras de narrar y experimentar las historias y conocimientos que el museo custodia. A partir de la experiencia descrita sobre la Casona Taminango se puede formular un modelo replicable en otros museos locales, regionales y con ingresos limitados.

Al respecto, el caso de la Casona Taminango es especialmente relevante en el contexto latinoamericano, donde muchas instituciones museísticas y culturales operan con presupuestos limitados. En este sentido, esta experiencia puede servir como un modelo replicable para otras instituciones que buscan integrar tecnología en la educación patrimonial sin depender de grandes inversiones.

Para garantizar la viabilidad de este modelo en contextos similares, se proponen los siguientes principios clave:

- 1. Uso estratégico de herramientas digitales accesibles:** La selección de plataformas y tecnologías de bajo costo, como aplicaciones móviles de código abierto y herramientas de realidad aumentada basadas en web, puede reducir los costos de implementación.
- 2. Capacitación de mediadores culturales:** La formación de los equipos del museo en el uso y mantenimiento de tecnologías digitales es crucial para su sostenibilidad a

Tabla 1. Etapas del modelo

Etapas	Acciones Específicas	Objetivos
1. Planificación y desarrollo de contenidos	Identificación de temas clave. Desarrollo colaborativo con expertos locales, educadores y comunidad.	Seleccionar temas relevantes del patrimonio cultural. Asegurar autenticidad y pertinencia en los contenidos. Promover la conexión de los contenidos propuestos con aquellos propios del currículo escolar.
2. Implementación de recursos	Creación de cartillas y recursos físicos. Desarrollo de herramientas digitales.	Diseñar materiales interactivos (entendidos como actividades que fomentan la interacción activa del niño con lo que lee u observa). Complementar la experiencia museística con herramientas digitales de creación sencilla (como videos o clips que se pueden hacer con un móvil y compartirse mediante redes sociales)
3. Capacitación y difusión	Formación de personal. Promoción y alcance.	Capacitar a los aliados, en particular a padres, docentes y cuidadores respecto a las herramientas didácticas implementadas y su uso adecuado. Atraer a un público diverso mediante campañas de difusión que se pueden adelantar mediante estrategias básicas de difusión (que usen redes sociales como Facebook, Instagram o WhatsApp).
4. Monitoreo y evaluación continua	Recopilación de feedback. Análisis de impacto.	Evaluar la efectividad de los recursos didácticos. Ante la imposibilidad de adelantar estudios estadísticos, como mínimo llevar a cabo observaciones cualitativas que permitan reconocer aciertos y puntos de mejora. Ajustar estrategias según los resultados obtenidos.
5. Sostenibilidad y mejoramiento	Búsqueda de financiación mediante alianzas, becas o subvenciones. Creación de programas de voluntariado. Actualización de contenidos.	Mantener y expandir los recursos educativos. Asegurar la relevancia y adecuación continua de los materiales e implementar estrategias de storytelling para que exista unidad y coherencia entre todo el sistema de herramientas didácticas elaboradas.

largo plazo. También la propuesta de un calendario de actividades muy cuidadoso en el caso de instituciones que cuenten con personal reducido, de forma que se contemplen espacios de corta duración, pero constantes en el tiempo para revisar y evaluar las estrategias implementadas.

### 3. Alianzas con universidades y centros de investigación:

La colaboración con instituciones académicas puede facilitar el acceso a recursos tecnológicos y metodologías de evaluación sin generar costos adicionales.

### 4. Participación activa de la comunidad:

La cocreación de contenidos con la comunidad local no solo fortalece el sentido de pertenencia, sino que también permite reducir costos asociados a la producción de materiales educativos. A este respecto, trabajar con influenciadores puede ser una estrategia en la que,

estableciendo ciertas contraprestaciones para cada parte, se puedan realizar proyectos de contenido en el mediano plazo.

### 5. Monitoreo y evaluación continua:

Implementar mecanismos de seguimiento para medir el impacto de las estrategias digitales en la educación patrimonial y realizar ajustes según las necesidades identificadas.

Este modelo busca integrar productos editoriales, objetos físicos y herramientas digitales, creando un ecosistema educativo robusto. La combinación de recursos analógicos y digitales permite una conexión profunda y significativa entre los visitantes y el patrimonio cultural. Esto facilita el aprendizaje y la preservación de tradiciones locales.

Ahora bien, buscando armonizar este modelo con la Observación General 12 del Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de la ONU, tenemos lo siguiente:



Tabla 2. Condiciones del modelo

Condición	Ventajas	Desventajas
Disponibilidad	Los recursos digitales permiten el acceso remoto a las colecciones y actividades educativas, incrementando la disponibilidad del contenido.	Requiere acceso a dispositivos y conectividad a internet, lo cual puede ser una barrera para algunos visitantes.
	Las cartillas impresas son fáciles de distribuir y pueden ser utilizadas sin necesidad de tecnología.	La producción y distribución de cartillas impresas pueden ser costosas y logísticamente desafiantes.
	Los objetos/réplicas ofrecen una experiencia tangible y accesible a los visitantes, mejorando la comprensión a través de la manipulación física.	La creación y mantenimiento de objetos/réplicas puede ser costosa y requieren espacio de almacenamiento.
Accesibilidad	Las herramientas digitales facilitan la interacción y el aprendizaje activo, haciendo que la visita sea más accesible y educativa para diversos públicos.	La implementación de tecnologías interactivas puede ser costosa y requiere mantenimiento constante.
	Las cartillas impresas pueden ser diseñadas para ser accesibles a personas con discapacidades visuales (por ejemplo, usando texto en braille o letras grandes).	La actualización de información en las cartillas impresas puede ser lenta y costosa.
	Los objetos/réplicas permiten la interacción física, siendo accesibles para personas con dificultades de aprendizaje que se benefician del aprendizaje kinestésico.	Pueden ser dañados con el uso constante y requieren mantenimiento o reemplazo regular.
Aceptabilidad	Los materiales didácticos pueden ser adaptados para diferentes niveles educativos y estilos de aprendizaje, aumentando su aceptación entre los usuarios.	La personalización efectiva requiere un análisis cuidadoso y una adaptación continua, lo que puede ser demandante en términos de tiempo y recursos.
	Las cartillas impresas son un formato familiar y generalmente aceptado por todos los grupos de edad.	Pueden resultar menos atractivas para las generaciones más jóvenes acostumbradas a los medios digitales.
	Los objetos/réplicas ofrecen una experiencia interactiva que puede ser más atractiva y aceptable para una amplia gama de visitantes.	Requieren de un contexto educativo adecuado para asegurar que sean utilizados correctamente y de manera segura.
Adaptabilidad	Los contenidos digitales pueden ser actualizados fácilmente, permitiendo que la información esté siempre al día y sea adaptable a nuevos contextos.	La falta de recursos puede limitar la capacidad para mantener y actualizar los contenidos digitales.
	Las cartillas impresas pueden ser rediseñadas y reimprimadas para adaptarse a nuevos contenidos y públicos específicos.	La reimpresión de material puede ser costosa y no tan rápida como la actualización digital.
	Los objetos/réplicas pueden ser utilizados en diferentes contextos y actividades, adaptándose a diversas necesidades educativas.	Su producción es menos flexible y puede no adaptarse rápidamente a cambios en los contenidos educativos.
Idoneidad	La recolección de <i>feedback</i> y el análisis de impacto permiten la mejora continua de los recursos didácticos, asegurando su idoneidad y relevancia.	La recopilación y el análisis de datos pueden ser laboriosos y requieren habilidades específicas.
	Las cartillas impresas pueden ser evaluadas y mejoradas mediante encuestas de satisfacción y observación directa de su uso.	Las mejoras en cartillas impresas requieren tiempo y recursos adicionales para su implementación.
	Los objetos/réplicas pueden ser evaluados en términos de su efectividad en el aprendizaje a través de la observación y la retroalimentación de los usuarios.	La evaluación y el ajuste de objetos/réplicas pueden ser complicados y costosos, especialmente si requieren rediseño o fabricación adicional.

Por otro lado, para aumentar el impacto de estas estrategias es crucial fomentar una interacción estrecha entre el área educativa y la de divulgación dentro de los museos. Esta colaboración asegura que los esfuerzos educativos estén alineados con las actividades de comunicación y promoción, y amplifican el alcance y la efectividad de los programas didácticos. Un enfoque coordinado permite desarrollar materiales y eventos que no solo educan, sino que también atraen y mantienen el interés del público.

Una herramienta poderosa en este contexto es el *storytelling* o la narración de historias. La creación y difusión de narrativas envolventes pueden transformar la manera en que los visitantes perciben y se relacionan con las exhibiciones. Las historias bien contadas pueden convertir una visita al museo en una experiencia memorable y emocionalmente resonante y facilitar una conexión más profunda con los contenidos expuestos.

## REFERENCIAS

- ALDEROQUI, S. (1996). *Museos y escuelas: socios para educar*. Paidós.
- AMAYA, R. (2013). *Casona Taminango: Museo de la Ciudad*. Ministerio de Cultura y Programa Nacional de Concertación.
- ASENSIO, M. y Pol, E. (2002). *Nuevos escenarios en educación: aprendizaje informal sobre el patrimonio los museos y la ciudad*. Aique.
- BELLIDO, M. L. (2001). *Arte, museos y nuevas tecnologías*. Trea.
- BENAVIDES, I. (2013). *Diagnóstico de estancia: Museo de Artes y Tradiciones Populares de Nariño - Casona Taminango* [tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia].
- COMITÉ de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de las Naciones Unidas. (2009, diciembre 21). *Observación general n.º 21. Derecho de toda persona a participar en la vida cultural* (artículo 15, párrafo 1 a), del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Naciones Unidas. [https://tbinternet.ohchr.org/\\_layouts/15/TreatyBodyExternal/Download.aspx?symbolno=E%2fC.12%2fgc%2f21&Lang=en](https://tbinternet.ohchr.org/_layouts/15/TreatyBodyExternal/Download.aspx?symbolno=E%2fC.12%2fgc%2f21&Lang=en)
- CORTÉS, C. (2015). *Investigación sobre artesanías en el departamento de nariño: maderas*. Ministerio de Cultura.
- FERNÁNDEZ, L. y Fernández, I. (2010). *Diseño de exposiciones: concepto, instalación y montaje*. Alianza Forma.
- GARCÍA Blanco, Á. (1999). *La exposición: un medio de comunicación*. Akal.
- GIFREU-CASTELLS, A. (2018). Exhibition and preservation of non-fiction interactive and transmedia forms of expression. *Collection and Curation*, 37(2), 85-92.
- HALL, M. (1987). *On display. A Design Grammar of Museum Exhibitions*. Lund Humphries.
- HINDLEY, M. (Septiembre-octubre de 2015). King Tut: A Classic Blockbuster Museum Exhibition That Began as a Diplomatic Gesture. *Humanities*, 35(5). <https://www.neh.gov/humanities/2015/septemberoctober/feature/king-tut-classic-blockbuster-museum-exhibition-began-diplom>
- LAMARRE, G. (2019). *Storytelling como estrategia de comunicación*. Gustavo Gili.
- MONTOYA, P. P. (2021, agosto 11). Nariño: el otro capítulo de la migración en Colombia. *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/colombia/mas-regiones/narino-el-otro-capitulo-de-la-migracion-en-colombia/>
- MORENO Zambrano, V. y Gifreu Castells, A. (2016). Aproximación al potencial colaborativo de la narrativa documental interactiva en los procesos de cambio social. *Cultura, Lenguaje y Representación*, 15, 153-169.
- NAVIA, J. (2012). *Premio Nacional Vida y Obra 2010: Luis Ospina - Pablo Morillo*. Ministerio de Cultura.
- PAZ Noguera, B., Alpala Ramos, O. y Villota Vivas, E. (Enero-junio de 2021). Análisis de la migración venezolana en la ciudad de Pasto: características y percepciones de los migrantes. *Revista Tendencias*, XXII(1), 71-94.
- PIAGET, J. (1964). Part I: Cognitive development in children: Piaget development and learning. *Journal of Research in Science Teaching*, 2(3), 176-186.
- SALAS Salazar, L. y Wolff, J. (2021, febrero 22). El posacuerdo llegó con violencia a Tumaco. *Periodico UNAL*. <https://periodico.unal.edu.co/articulos/el-posacuerdo-llego-con-violencia-a-tumaco/>
- SALAZAR, H. (2009, agosto 31). Nariño: la crudeza del conflicto colombiano. *BBC News - Mundo*. [https://www.bbc.com/mundo/america\\_latina/2009/08/090727\\_conflicto\\_narino\\_rec](https://www.bbc.com/mundo/america_latina/2009/08/090727_conflicto_narino_rec)
- SÁNCHEZ López, I. (2020). *Narrativas en la era digital: Mediaciones del relato y empoderamiento creativo en la generación Z*. Universidad de Huelva.

- SANTACANA, J. y Carolina, M. (2010). *Manual de museografía interactiva*. Trea.
- SANTACANA, J. y Llonch, N. (2012). *Manual de didáctica del objeto en el museo*. Trea.
- SANTACANA, J. y Serrat, N. (2005). *Museografía didáctica*. Ariel.
- SCREVEN, C. (1990). Uses of evaluation before, during and after exhibit design. *Ilvs Review*, 1(2), 36-63.
- SUSANTI, A., Hidayati, A., Wijaya, H., Nusantara, N., Susanty, A. y Fauzi, F. (2024). Transforming science education: The effect of immersive technology on student performance. *ODELIA: Southeast Asia Journal on Open Distance Learning*, 2(2), 23-32.
- VON Stackelberg, P. (2011). *Creating Transmedia Narratives: The Structure and Design of Stories Told Across Multiple Media*. State University of New York Institute of Technology.

---

Derechos de autor: Universidad Nacional de Colombia.

Este documento se encuentra bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0).



**ES Observatorio regional de comunicación Miradas  
609: fomentando el acceso a la información**

**EN Miradas 609 Regional Communication  
Observatory: Advancing Access to Information**

**ITA Osservatorio regionale sulla comunicazione  
Miradas 609: Per il potenziamento dell'accesso  
all'informazione**

**FRA Observatoire régional de la communication  
Miradas 609 : Pour un meilleur accès à  
l'information**

**POR Observatório Regional de Comunicação Miradas  
609: Promoção do Acesso à Informação**

*Daniel Palomero Sanz*

# Observatorio regional de comunicación Miradas 609: fomentando el acceso a la información


Recibido: 29/08/2024; Aceptado: 15/04/2025; Publicado en línea: 27/05/2025  
<https://doi.org/10.15446/actio.v9n1.120620>



**DANIEL  
PALOMERO SANZ**

Relacionador Público con  
 mención en Marketing  
 y magíster en Docencia,  
 posee 16 diplomados y más  
 de 12 años de experiencia  
 en marketing digital. Se  
 desempeña como Director del  
 Observatorio Miradas 609  
 y de la Agencia Comunica,  
 con amplia experiencia en  
 educación superior.

Correo electrónico:  
 da.palomero@profesor.duoc.cl

 0009-0003-8035-3278

## RESUMEN (ES)

Este artículo reflexiona críticamente sobre el rol del acceso equitativo a la información en la construcción de ciudadanía y cohesión social, a partir del caso del observatorio de comunicación Miradas 609 en la región de Valparaíso, Chile. A través de un enfoque basado en la comunicación visual, la narrativa transmedia y la participación ciudadana, se analiza cómo el observatorio se convierte en una herramienta para democratizar el conocimiento, combatir la desinformación y fortalecer los vínculos comunitarios. El artículo combina evidencias empíricas con un análisis conceptual que articula los conceptos de transparencia, derecho a la información y empoderamiento social. Miradas 609 ha logrado visibilizar más de 200 marcas relevantes en la región, generar informes descargados más de 100 veces, y posicionarse como un nodo de conexión entre la academia, las industrias creativas y la ciudadanía. En este contexto, se propone que el diseño de estrategias comunicacionales, desde un enfoque transmedia, puede ampliar el impacto de este tipo de iniciativas, favoreciendo el desarrollo regional inclusivo.

**PALABRAS CLAVE:** *tecnología para el acceso a la información, transferencia de información, narrativas al servicio público, educación para la ciudadanía mundial, educación sobre medios de comunicación, opinión pública.*

## ABSTRACT (ENG)

This article critically reflects on the role of equitable access to information in the construction of citizenship and social cohesion, based on the case of the Miradas 609 Communication Observatory in the region of Valparaíso, Chile. Through an approach based on visual communication, transmedia narrative and citizen participation, it analyzes how the observatory becomes a tool for democratizing knowledge, combating misinformation and strengthening community ties. The article combines empirical evidence with a conceptual analysis that articulates the concepts of transparency, right to information and social empowerment. Miradas 609 has managed to make visible more than 200 relevant brands in the region, generate reports downloaded more than 100 times, and position itself as a node of connection between academia, creative industries and

citizens. In this context, it is proposed that the design of communicational strategies from a transmedia approach can broaden the impact of this type of initiatives, favoring inclusive regional development.

**KEYWORDS:** *Information Access Technology, Information Transfer, Public Service Narratives, Global Citizenship Education, Media Education, Public Opinion.*

## RIASSUNTI (ITA)

Questo articolo riflette criticamente sul ruolo dell'accesso equo alle informazioni nella costruzione della cittadinanza e della coesione sociale, basandosi sul caso dell'Osservatorio della Comunicazione Miradas 609 nella regione di Valparaíso, in Cile. Attraverso un approccio basato sulla comunicazione visiva, sullo storytelling transmediale e sulla partecipazione dei cittadini, si analizza come l'osservatorio diventi uno strumento di democratizzazione della conoscenza, di lotta alla disinformazione e di rafforzamento dei legami comunitari. L'articolo combina l'evidenza empirica con un'analisi concettuale che articola i concetti di trasparenza, diritto all'informazione ed empowerment sociale. Miradas 609 è riuscito a rendere visibili più di 200 marchi rilevanti nella regione, a generare report che sono stati scaricati più di 100 volte e a posizionarsi come nodo di connessione tra il mondo accademico, le industrie creative e i cittadini. In questo contesto, si propone che la progettazione di strategie di comunicazione con un approccio transmediale possa amplificare l'impatto di questo tipo di iniziative, favorendo uno sviluppo regionale inclusivo.

**PAROLE CHIAVE:** *Tecnologia di accesso all'informazione, trasferimento di informazioni, narrazioni di servizio pubblico, educazione alla cittadinanza globale, educazione ai media, opinione pubblica.*

## RÉSUMÉ (FRA)

Cet article propose une réflexion critique sur le rôle de l'accès équitable à l'information dans la construction de la citoyenneté et de la cohésion sociale, à partir du cas de l'observatoire de la communication Miradas 609 dans la région de Valparaíso, au Chili. Grâce à une approche basée sur la communication

visuelle, la narration transmédia et la participation citoyenne, il analyse comment l'observatoire devient un outil de démocratisation des connaissances, de lutte contre la désinformation et de renforcement des liens communautaires. L'article combine des preuves empiriques avec une analyse conceptuelle qui articule les concepts de transparence, de droit à l'information et d'autonomisation sociale. Miradas 609 a réussi à rendre visibles plus de 200 marques pertinentes dans la région, à générer des rapports qui ont été téléchargés plus de 100 fois et à se positionner comme un nœud de connexion entre le monde universitaire, les industries créatives et les citoyens. Dans ce contexte, il est proposé que la conception de stratégies de communication à partir d'une approche transmédia puisse élargir l'impact de ce type d'initiatives, en favorisant un développement régional inclusif.

**MOTS CLÉS :** *Technologie d'accès à l'information, transfert d'information, récits de service public, éducation à la citoyenneté mondiale, éducation aux médias, opinion publique.*

#### **RESUMO (POR)**

Este artigo reflete criticamente sobre o papel do acesso equitativo à informação na construção da cidadania e da coesão social, com base no caso do Observatório de Comunicação Miradas 609 na região de Valparaíso, Chile. Por meio de uma abordagem baseada em comunicação visual, narrativa transmédia e participação cidadã, o artigo analisa como o observatório se torna uma ferramenta para democratizar o conhecimento, combater a desinformação e fortalecer os laços comunitários. O artigo combina evidências empíricas com uma análise conceitual que articula os conceitos de transparência, direito à informação e capacitação social. A Miradas 609 conseguiu tornar visíveis mais de 200 marcas relevantes na região, gerar relatórios que foram baixados mais de 100 vezes e se posicionar como um nó de conexão entre a academia, as indústrias criativas e a cidadania. Nesse contexto, propõe-se que a elaboração de estratégias de comunicação a partir de uma abordagem transmédia pode ampliar o impacto desse tipo de iniciativa, favorecendo o desenvolvimento regional inclusivo.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Tecnologia de acesso à informação, transferência de informação, narrativas de serviço público, educação para a cidadania global, educação para a mídia, opinião pública.*

## INTRODUCCIÓN

En un ecosistema digital marcado por la sobreabundancia informativa, las brechas de acceso y la desinformación, el derecho a la información se ha convertido en una dimensión clave para la consolidación de una ciudadanía activa, crítica y participativa (Unesco, 2021; Castells, 2009). En este contexto, el análisis del acceso a la información ya no puede abordarse solo desde una mirada instrumental, sino como un fenómeno sociocultural que impacta en la cohesión social, la justicia territorial y la equidad informativa.

La transparencia y la rendición de cuentas en el gobierno regional y municipal son pilares fundamentales para fortalecer la confianza de los ciudadanos en sus instituciones, al igual como lo hacen las empresas privadas de diversos rubros (Maestre y Nieto, 2015). Particularmente, en Valparaíso, existe una historia marcada por denuncias de corrupción y gestión ineficiente que subraya la importancia de garantizar que la información relevante sea accesible para todos. Los ciudadanos pueden participar activamente en la toma de decisiones mediante el acceso equitativo a la información, lo que contribuye a una gobernanza más efectiva y a la mejora de la calidad de vida en la región. Tal como lo plantea Awad (2015), la democratización de la información requiere no solo acceso a datos, sino también capacidades críticas para interpretarlos, redes de circulación y contextos de diálogo plural.

El empoderamiento ciudadano mediante el acceso a la información también es importante para abordar las desigualdades socioeconómicas en Valparaíso (González, 2018). Conocida por su vibrante cultura digital y por los desafíos de pobreza y marginación, la región se beneficiaría de una mayor difusión de información sobre educación, salud y oportunidades laborales mediante narrativas digitales. Iniciativas que promuevan la educación y la capacitación laboral pueden tener un

impacto transformador si la información llega de manera efectiva a las comunidades más vulnerables (Calvo y Aruguete, 2020).

Además, el acceso a la información impulsa la innovación y el desarrollo económico en Valparaíso. La región alberga universidades y centros de investigación que, en colaboración con el sector empresarial y las autoridades locales, pueden potenciar su competitividad y generar empleo a través de un intercambio más fluido de información. En un entorno cada vez más digital, las pequeñas y medianas empresas (pymes) tienen la oportunidad de mejorar sus estrategias de negocio y expandirse, si cuentan con acceso a información sobre nuevas tecnologías y mercados.

Por último, la justicia social y la equidad dependen de que los grupos de interés, incluyendo comunidades indígenas, mujeres, jóvenes y otros sectores históricamente marginados, accedan a la información (Vázquez, 2021). Esto es vital para garantizar que estos grupos puedan acceder a los recursos y oportunidades disponibles, promoviendo una mayor inclusión social frente a fenómenos como las inteligencias artificiales, *big data* u otros futuros.

El observatorio de comunicación Miradas 609 se configura como una iniciativa que trasciende la recopilación de datos, orientándose a la construcción de sentido mediante narrativas transmedia, prácticas de comunicación visual y metodologías que promueven una cultura ciudadana centrada en el análisis crítico, la reflexión informada y la corresponsabilidad social. En este contexto, el observatorio inicia su fase de prototipo durante el primer semestre de 2023. Esta propuesta se inserta en el Plan de Desarrollo Estratégico de Duoc U.C., contribuyendo al fortalecimiento institucional a través del fomento de una cultura digital, innovadora y participativa. En cuanto a su financiamiento, el proyecto fue postulado y adjudicado en el marco del Desafío de Innovación Corporativa<sup>1</sup>, desde entonces, se ha desarrollado buscando ser sistema un integral que aborda la relación entre la producción académica, la transferencia de conocimiento y el impacto en las industrias regionales.

El observatorio de comunicación centra su accionar en la incorporación de prácticas como el *fact-checking*, la minería de datos y la elaboración de informes que dan respuesta a las dinámicas cambiantes del entorno regional. Su propósito es contribuir a la transformación de la región de Valparaíso y al fortalecimiento de su tejido social, a través de su implementación y desarrollo progresivo,

1 <https://www.duoc.cl/nosotros/investigacion-aplicada/>

el observatorio consolida su rol como un agente clave en la mejora de la calidad de la información disponible y en la promoción de una ciudadanía más activa, crítica e informada. En esta línea, el presente artículo propone una reflexión crítica acerca del impacto del observatorio Miradas 609 como una experiencia de diseño comunicacional orientada a fomentar la participación ciudadana y el fortalecimiento regional. El análisis se sitúa en la intersección entre el derecho a la información, las narrativas transmedia y la comunicación entendida como práctica emancipadora (Freire, 1970; Jenkins, 2006). Desde esta perspectiva, se busca aportar a la discusión en torno a cómo las tecnologías de la información y los dispositivos de visualización pueden potenciar los procesos de apropiación ciudadana del conocimiento, particularmente en contextos periféricos y descentralizados.

### **NECESIDAD DE INFORMACIÓN: EL DESAFÍO EN EL CONTEXTO REGIONAL**

En la sociedad actual, el acceso desigual a la información no solo reproduce brechas sociales, sino que constituye una forma contemporánea de exclusión simbólica y tecnológica (Van Dijk, 2020). Profundizando en el impacto social, podemos señalar que la sobrecarga de información o «infoxicación» se ha convertido en un desafío real. Este término, acuñado por el sociólogo español Alfons Cornella, describe la situación en la que la abundancia de información supera la capacidad de procesamiento de los individuos, lo que dificulta la distinción entre datos relevantes y ruido (Cornella, 2000). El caso de la región de Valparaíso ilustra cómo la fragmentación del ecosistema informativo puede obstaculizar el ejercicio pleno de los derechos civiles y políticos, especialmente en contextos de crisis o desinformación.

Miradas 609 se presenta como una iniciativa pionera en el ámbito de la comunicación regional, con un propósito claro: democratizar el acceso a la información y fomentar la participación ciudadana, al poner a disposición del público datos relevantes y análisis contextualizados, cumpliendo un rol crucial en diversos aspectos del desarrollo social, económico y político de una región. Cuando la ciudadanía se ve expuesta a grandes volúmenes de datos sin filtros ni curaduría, aumenta la vulnerabilidad frente a discursos manipuladores, noticias falsas o datos sesgados, lo que amenaza la toma de decisiones informadas (Wardle y Derakhshan, 2017). Su importancia se ve reforzada cuando se considera el escenario previamente descrito, donde la infoxicación,

la desinformación y la falta de transparencia en los datos se han convertido en obstáculos significativos para el desarrollo de comunidades informadas y cohesionadas.

Frente a este fenómeno, el observatorio Miradas 609 no se limita a reunir información, sino que actúa como mediador epistémico, organizando, verificando y visualizando datos de manera contextualizada para facilitar su apropiación por parte de diversos públicos. Esta función de mediación responde a una necesidad urgente en la región: construir entornos de información comprensibles, accesibles y éticamente diseñados, que permitan una interpretación crítica de la realidad local.

Impactando positivamente a las marcas participantes, informando al mercado o industria vinculados y fomentando la transferencia académica, proporcionado un acceso equitativo a datos de calidad, el observatorio nivela el campo de juego. Otorga a todos los ciudadanos, independientemente de sus recursos o conocimientos técnicos, la posibilidad de acceder a información precisa y oportuna (Vivanco, 2008). Este acceso equitativo es relevante para el empoderamiento ciudadano, ya que permite a las personas tomar decisiones informadas que afectan sus vidas cotidianas, ya sea en el ámbito político, económico o social. Incluso, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas (ONU), como el ODS 4 garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje vital para todos y reducir la desigualdad en y entre los países. Al igual que, al combatir la desinformación, definida como la difusión deliberada de información falsa o engañosa con la intención de manipular la opinión pública, se ha convertido en un problema global que amenaza la estabilidad social y política (Wardle y Derakhshan, 2017).

En Chile, la desinformación ha sido identificada como un factor que contribuye a la polarización social y a la desconfianza en las instituciones (López, Mila y Ribeiro, 2023). En un estudio reciente, Moncayo, Ortiz y Rodríguez (2022) subrayan que la transparencia de los datos no solo mejora la calidad de la información disponible, sino que también fomenta la participación ciudadana al hacer que los procesos gubernamentales sean más accesibles y comprensibles.

### **METODOLOGÍA DE MIRADAS 609: ¿CÓMO FUNCIONA EL OBSERVATORIO?**

La metodología implementada por Miradas 609 articula procesos de investigación, análisis y comunicación visual desde una lógica transdisciplinaria e integrada.



Su estructura responde tanto a criterios técnicos de recolección y visualización de datos, como a principios epistemológicos que conciben la comunicación como un espacio de construcción colectiva de sentido (Martín-Barbero, 2003). Bajo el contexto expuesto, el observatorio funciona bajo tres grandes procesos<sup>2</sup>, desarrollado de la siguiente manera:

#### INVESTIGACIÓN

El proceso de investigación comienza con la identificación del área de interés o la industria que será objeto de análisis. Este enfoque permite que el observatorio se centre en sectores específicos relevantes para la región de Valparaíso, como el comercio, la política, la salud pública, entre otros, buscando capturar las narrativas dominantes y emergentes que configuran el ecosistema informativo local

#### DETERMINACIÓN DE MARCAS

Una vez definida el área de investigación, se seleccionan las marcas o entidades relevantes para ser analizadas, una estrategia de análisis cultural del comportamiento digital. Estas pueden incluir empresas comerciales, instituciones políticas, municipalidades y otras organizaciones clave en la región. La selección se basa en su impacto en la comunidad y su relevancia para los temas de interés público.

#### MINERÍA DE DATOS

La minería de datos es una etapa crucial en el proceso, donde se recopila una gran cantidad de información relacionada con las marcas seleccionadas. Este proceso permite identificar no solo qué se consume, sino también qué se omite, visibilizando así silencios informativos o zonas de exclusión mediática. Se emplean diversas plataformas y herramientas especializadas para esta tarea:

- Comscore<sup>3</sup>: Para medir la audiencia digital y entender el comportamiento de los usuarios en línea.
- Similar Web<sup>4</sup>: Para obtener datos sobre el tráfico web, referencias y análisis comparativo entre sitios.

2 <https://miradas609.cl/metodologia/>

3 <https://www.comscore.com/lat>

4 <https://www.similarweb.com/>

- Google Trends<sup>5</sup> y Ubersuggest<sup>6</sup>: Para analizar tendencias de búsqueda y palabras clave relevantes.
- Keywordtool.io<sup>7</sup>: Para explorar palabras claves de interés en la región.
- Audiense<sup>8</sup> y Trawling Web<sup>9</sup>: Para la segmentación de audiencias y la identificación de patrones en redes sociales.

#### RECOLECCIÓN Y LIMPIEZA DE DATOS

Una vez obtenidos los datos, el siguiente paso es su recolección y limpieza. Este proceso incluye la eliminación de datos duplicados, inconsistentes o irrelevantes, garantizando así que la información utilizada sea precisa y confiable. Este trabajo no solo elimina duplicidades o errores, sino que configura el corpus analítico sobre el cual se construirán las narrativas posteriores. Se utilizan herramientas de IA para optimizar esta tarea.

#### PLANIFICACIÓN, RECOPIACIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS

Los datos recopilados se organizan y tratan para ser analizados de manera efectiva. Este paso incluye la creación de ítems de análisis, que son categorías o indicadores clave que guiarán el estudio de las marcas, este enfoque permite cruzar variables cuantitativas y cualitativas en un mismo marco de lectura.

#### CONSTRUCCIÓN DEL INFORME

A partir de los ítems de análisis, se construyen informes detallados que presentan los hallazgos de manera clara y concisa. La visualización no es solo un recurso estético, sino un acto político que busca hacer inteligible lo complejo y facilitar la apropiación ciudadana de los datos (Tufte, 2006). Herramientas utilizadas:

- Looker Studio<sup>10</sup> y PowerBI<sup>11</sup>: Para la visualización avanzada de datos.

5 <https://trends.google.es/trends/>

6 <https://neilpatel.com/ubersuggest/>

7 <https://keywordtool.io/es>

8 <https://es.audiense.com/>

9 <https://trawlingweb.com/>

10 <https://lookerstudio.google.com/>

11 <https://www.microsoft.com/es-es/power-platform/products/power-bi>

- Excel/Google Sheets<sup>12</sup>: Para la organización y análisis básico de datos.
- Word/Google Docs<sup>13</sup>: Para la redacción y edición de los informes.

#### COMUNICACIÓN

El último paso en la metodología es la difusión de los resultados obtenidos. Esto se realiza a través de varios canales para asegurar que la información llegue a un público amplio y diverso. Esta estrategia multiformato responde al principio transmedia del observatorio: distribuir la narrativa en plataformas diversas para alcanzar públicos heterogéneos (Jenkins, 2006).

#### CONSTRUCCIÓN DE PUBLICACIÓN INDIVIDUAL

Cada informe es preparado para su publicación individual, asegurando que esté listo para ser compartido en diversos formatos, fortaleciendo una lógica de co-creación del conocimiento comunicacional.

#### PUBLICACIÓN WEB

Los informes son publicados en el sitio web oficial del observatorio, [www.miradas609.cl](http://www.miradas609.cl), donde están accesibles al público, incrustados como revista digital y también en formato video.

#### DIFUSIÓN EN REDES SOCIALES

Se utiliza la cuenta de Instagram<sup>14</sup> (@miradas\_609) y otras redes sociales para promover los informes y aumentar su alcance, pensando en soportes más accesibles, favorecemos los contenidos de imágenes y videos.

#### DIFUSIÓN EN LA REGIÓN

Además de la publicación en línea, se llevan a cabo esfuerzos para difundir la información a nivel regional, asegurando que los datos y análisis lleguen a todos los grupos de interés en Valparaíso: se participa en eventos de importancia regional como DV 21, ponencias en congresos,

participación y colaboración con otras casas de estudio en pregrado, posgrado y para generar registros también en *streaming* y *lives*.

#### FORTALECIMIENTO DE LA AGENDA PÚBLICA Y LA INNOVACIÓN A TRAVÉS DE NARRATIVAS TRANSMEDIA

La dimensión narrativa del observatorio no es un componente accesorio, sino una estrategia central para construir sentido colectivo a partir de los datos. En un entorno mediático fragmentado y saturado de estímulos, las narrativas transmedia se posicionan como un vehículo para extender, diversificar y profundizar el acceso a la información (Scolari, 2013). Las narrativas transmedia permiten que la información fluya a través de múltiples plataformas y formatos, conectando con diversos públicos y fomentando una mayor participación ciudadana. Esto no solo crea un entorno informativo más dinámico y diverso, sino que también potencia la creación de contenidos con un impacto social real. Un ejemplo de ello es la participación de alumnos ayudantes del proyecto, estudiantes de Relaciones Públicas y de Publicidad en Duoc UC. La construcción de narrativas con un propósito compartido y significativo contribuye a un ecosistema híbrido donde la información no solo se comparte, sino que se vive, se experimenta y se convierte en un motor de cambio social y cultural en la región.

Al desplegar los contenidos en múltiples plataformas —textos, visualizaciones, videos, cápsulas interactivas— el observatorio no solo amplía su alcance, sino que adapta el relato a las lógicas de recepción de distintas audiencias, la visibilización de problemáticas locales es crucial en este proceso, ya que permite identificar y destacar problemas que, de otro modo, podrían pasar desapercibidos (Ripamonti, 2017). Este enfoque no solo promueve la construcción de una agenda ciudadana más inclusiva, sino que también facilita la identificación de soluciones a problemas específicos.

El observatorio también se centra en la creación de narrativas digitales coherentes con la realidad de la población, integrando la transferencia académica y las tecnologías de acceso a la información para las comunidades locales. De esta manera, el observatorio no solo mejora la comprensión pública de los temas clave, sino que también impacta positivamente en diversas industrias que se benefician de un entorno informativo más rico y diversificado. Las narrativas digitales permiten a las comunidades participar activamente en el proceso

<sup>12</sup> <https://docs.google.com/>

<sup>13</sup> <https://docs.google.com/>

<sup>14</sup> [https://www.instagram.com/miradas\\_609](https://www.instagram.com/miradas_609)

de comunicación, aportando perspectivas únicas que enriquecen el debate público y fomentan una cultura de innovación y creatividad.

El fomento del pluralismo es otro pilar esencial en la labor del observatorio. Al ofrecer diversas perspectivas sobre los temas de interés, Miradas 609 promueve un debate público diverso y enriquecedor que refleja la diversidad de opiniones y experiencias dentro de la comunidad. Este pluralismo es fundamental para evitar la homogenización del discurso público y garantizar que todas las voces, especialmente las de los grupos más vulnerables (Dussel, 2004), sean escuchadas y consideradas en el proceso de toma de decisiones.

Además, Miradas 609 desempeña un papel activo en el desarrollo local y regional, propone una experiencia informativa multisensorial significativa que favorece la apropiación simbólica de los temas públicos, al monitorear la implementación de la comunicación y evaluar su impacto en la población, contribuyendo a un entorno informativo que impulsa el progreso socioeconómico y cultural de la región. Este monitoreo es importante para asegurar que, por ejemplo, las políticas públicas respondan a las necesidades reales de la comunidad y para identificar áreas donde se requieren ajustes o mejoras (Matamoros, 2024). Al proporcionar un análisis detallado de la efectividad de la comunicación, Miradas 609 ayuda como una herramienta para los responsables de la toma de decisiones, apoyándolos a diseñar políticas más efectivas y orientadas al desarrollo sostenible, esto en vinculación con el último informe publicado sobre municipios versus las figuras políticas relacionadas.

#### ANÁLISIS DEL IMPACTO DE MIRADAS 609

El impacto de Miradas 609 puede medirse en múltiples dimensiones: informativa, formativa, simbólica y participativa, indicadores claves que reflejan tanto su impacto en la comunidad, como su capacidad para cumplir con los objetivos establecidos dentro del observatorio, en este sentido, es importante destacar los que se describen a continuación.

#### GENERACIÓN DE DATOS

Desde su implementación, el observatorio ha recopilado y sistematizado más de 200 marcas y actores comunicacionales relevantes, incluyendo municipalidades, medios, instituciones de salud,

universidades y emprendimientos locales. Esta cartografía comunicacional permite construir un mapa dinámico de los emisores que configuran la esfera pública regional. el observatorio ha recibido más de 6000 visitas<sup>15</sup> a los diversos informes, lo que indica un alto nivel de interés y relevancia en la comunidad. Esta cifra se ve reforzada por la interacción constante en redes sociales, especialmente Instagram, donde las publicaciones más visuales (infografías, clips de datos, visualizaciones interactivas) concentran el mayor alcance.

#### MONITOREO Y PARTICIPACIÓN EN AGENDA PÚBLICA

A través de su análisis de medios, el observatorio ha podido identificar y rastrear los temas más importantes en la agenda pública. Este monitoreo no solo permite entender qué temas capturan la atención de la opinión pública, sino también cómo estos evolucionan con el tiempo. La participación en instancias académicas como el COIL, el I Congreso Internacional de Relaciones Públicas, Duoc UC y el IX Congreso Internacional de Comunicación Estratégica en la Universidad de Medellín —ponencia y publicación— ha permitido al observatorio compartir sus hallazgos con una audiencia más amplia y fortalecer su influencia en el ámbito académico y profesional, validando al observatorio y ayudando a la credibilidad de este.

#### FORTALECIMIENTO DE LA TRANSPARENCIA

Al hacer públicos sus hallazgos y análisis, el observatorio contribuye a una mayor transparencia en la comunicación política y mediática. La disponibilidad de estos datos fortalece el derecho ciudadano a saber y a exigir rendición de cuentas. También al analizar más de 200 marcas de diversas áreas en el acumulado de informes, el observatorio ha podido identificar patrones en la cobertura mediática y señalar posibles sesgos. Esto es crucial en un contexto donde la desinformación puede tener consecuencias significativas para la opinión pública y la toma de decisiones.

#### DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

A pesar del impacto positivo, Miradas 609 también enfrenta desafíos significativos que deben ser abordados para garantizar su sostenibilidad y efectividad a largo plazo. El primer desafío clave es garantizar la sostenibilidad financiera e institucional del observatorio, esto requiere no solo asegurar fuentes de financiamiento

15 Información obtenida de Google Analytics directamente del sitio [www.miradas609.cl](http://www.miradas609.cl)

estables, sino también desarrollar capacidades internas para gestionar eficientemente los recursos disponibles. La colaboración interinstitucional es otra área donde el observatorio puede encontrar tanto desafíos como oportunidades. La generación de valor público desde la comunicación requiere estructuras sólidas que permitan sostener procesos de largo plazo.

Un segundo eje crítico radica en la necesidad de profundizar la apropiación ciudadana de la herramienta. Esto plantea el reto de avanzar hacia formatos más inclusivos, traducidos y situados, que respondan a las prácticas culturales locales. Profundizar el uso de tecnologías, como la inteligencia artificial y el análisis de *big data*, puede permitir a Miradas 609 ofrecer servicios más personalizados y eficientes para la comunidad. Finalmente, el gran desafío se presenta como una oportunidad estratégica de consolidar el vínculo entre el observatorio y los procesos de formación académica, integrando sus datos y productos en las mallas curriculares de carreras como periodismo, diseño, comunicación digital, trabajo social y políticas públicas. Esta articulación refuerza su dimensión pedagógica y su vocación de impacto social sostenido.

## CONCLUSIÓN

Miradas 609 representa una experiencia pionera de innovación comunicacional aplicada al fortalecimiento de la ciudadanía en contextos regionales. Su capacidad para articular tecnologías, diseño visual, narrativas transmedia y participación ciudadana lo posiciona como un modelo replicable y escalable para otros territorios de América Latina.

Más que un repositorio de datos, el observatorio actúa como un espacio de producción de sentidos públicos, donde la información no se limita a ser distribuida, sino reinterpretada, visibilizada y compartida en clave colectiva. Esta dimensión transformadora ubica al observatorio en la frontera entre el análisis académico, la incidencia territorial y la pedagogía cívica. En este contexto, la implementación de un observatorio de comunicación como el proyecto Miradas 609 es fundamental para mitigar los efectos negativos de la «infoxicación». Al centralizar y verificar la información disponible, el observatorio no solo proporciona una fuente confiable de datos, sino que también facilita la educación mediática de los ciudadanos, capacitándolos para analizar críticamente la información que consumen. Miradas 609 invita a repensar el rol de los observatorios, no solo como dispositivos técnicos, sino como actores políticos y culturales que habilitan nuevas formas de habitar la

información. Su desafío actual es consolidar esa promesa transformadora, integrando diseño, datos y ciudadanía en una práctica comunicativa orientada al bien común.

## REFERENCIAS

- AWAD, I. (2015). Comunicación y desigualdad: La centralidad de los medios en la lucha por el reconocimiento. *Cuadernos.info*, (36), 10-11.
- CALVO, E. Y ARUGUETE, N. (2020). *Fake news, trolls y otros encantos: Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Siglo XXI Editores.
- CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Oxford University Press.
- CORNELLA, A. (2000). Cómo sobrevivir a la infoxicación. *Infonomía*. [https://www.infonomia.com/img/pdf/sobrevivir\\_infoxicacion.pdf](https://www.infonomia.com/img/pdf/sobrevivir_infoxicacion.pdf).
- DUSSEL, I. (2004). Inclusión y exclusión en la escuela moderna argentina: una perspectiva postestructuralista. *Cadernos de pesquisa*, 34(122), 305-335.
- FREIRE, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI Editores.
- GONZÁLEZ, G. B. (2018). Participación ciudadana a través de la Red de Bibliotecas Populares del Gran Valparaíso (Chile). *Serie Bibliotecología y Gestión de Información*, 103, 1-26.
- JENKINS, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.
- LIMA, M. (2011). *Visual complexity: Mapping patterns of information*. Princeton Architectural Press.
- LÓPEZ, P. C., Mila Maldonado, A. y Ribeiro, V. (2023). *La desinformación en las democracias de América Latina y de la península ibérica: de las redes sociales a la inteligencia artificial (2015-2022)*.
- MAESTRE Góngora, G. P. y Nieto Bernal, W. (2015). Factores clave en la gestión de tecnología de información para sistemas de gobierno inteligente. *Journal of technology management & innovation*, 10(4), 109-117.

- MARTÍN-BARBERO, J. (2003). *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Fondo de Cultura Económica.
- MATAMOROS, G. O. (2024). *Manual de análisis y diseño de políticas públicas*. Universidad Externado.
- MONCAYO Vives, G., Ortiz Chaves, L. T. y Rodríguez, I. F. (2022). Implementación del Barómetro de Datos Abiertos 2020: desafíos y oportunidades en Chile, Colombia, Ecuador y Perú. *Estado & Comunes, Revista de Políticas y Problemas Públicos*, 2(15), 59-76.
- NACIONES Unidas. (2022). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Naciones Unidas. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- REPRESAS, N. F. (2015). Política educativa en la Unesco: reflexiones desde un modelo de análisis supranacional. *Bordón: Revista de Pedagogía*, 67(2), 101-116.
- RIPAMONTI, P. (2017). Investigar a través de narrativas. En M. Alvarado y A. De Oto (eds.). *Metodologías en contexto: intervenciones en perspectiva feminista, poscolonial, latinoamericana* (pp. 83-103). Clacso. [https://www.cud.unlp.edu.ar/uploads/docs/metodologias\\_en\\_contexto\\_intervenciones\\_en\\_perspectiva\\_feminista\\_poscolonial\\_latinoamericana.pdf](https://www.cud.unlp.edu.ar/uploads/docs/metodologias_en_contexto_intervenciones_en_perspectiva_feminista_poscolonial_latinoamericana.pdf)
- SCOLARI, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
- TUFTE, E. (2006). *Beautiful evidence*. Graphics Press.
- UNESCO. (2021). *Hasta la recuperación y más allá: informe de la UNESCO 2021 sobre el acceso público a la información (ODS 16.10.2)*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385454>
- VAN Dijk, J. (2020). *The Digital Divide*. Polity Press.
- VÁZQUEZ Pita, E. (2021). La UNESCO y la gobernanza de la inteligencia artificial en un mundo globalizado. La necesidad de una nueva arquitectura legal. *Anuario de la Facultad de Derecho*, 37, 273-302.
- VIVANCO Martínez, Á. (2008). Transparencia de la función pública y acceso a la información de la administración del Estado: una normativa para Chile. *Revista Chilena de derecho*, 35(2), 371-391.
- WARDLE, C. y Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe.

---

Derechos de autor: Universidad Nacional de Colombia.

Este documento se encuentra bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0).



- ES** Álbum de láminas como artefacto educativo para construir experiencias de educación transmedia
- EN** Picture albums as educational tools for building transmedia learning experiences
- ITA** Album di figurine come strumento didattico per costruire esperienze di educazione transmediale
- FRA** Album de planches comme outil pédagogique pour construire des expériences d'éducation transmédia
- POR** Álbum de figurinhas como artefato educativo para construir experiências de educação transmídia

*Juan Pablo Bravo Zamora*

# Álbum de láminas como artefacto educativo para construir experiencias de educación transmedia

Recibido: 30/08/2024; Aceptado: 21/04/2025; Publicado en línea: 21/06/2025

<https://doi.org/10.15446/actio.v9n1.121094>



**JUAN PABLO  
BRAVO ZAMORA**

Magíster en Comunicación  
Digital y Transmedia.

Licenciado en Diseño.

Especializado en Infografía  
y Diseño de Información.

Coautor del libro Chile  
infográfico y de la serie de  
libros Guía Aves de Chile.

Correo electrónico:

[bravo.juanpablo@gmail.com](mailto:bravo.juanpablo@gmail.com)

0009-0000-3317-1840

## RESUMEN (ES)

El problema público que viven las sociedades posmodernas, en particular las juventudes y la niñez, es la transformación en sus hábitos de consumo informativo que impacta en el pensamiento crítico (Sartori, 1998). La infoxicación y la acelerada vida social en redes sociales requiere nuevas estrategias para lograr resultados de aprendizajes adecuados en hábitos educativos y de lectoría. Estudios recientes en Chile evidencian dificultades en la comprensión lectora de estudiantes junto con una falta de procesos estratégicos y motivacionales. Es en este panorama actual de la educación que se presentan oportunidades y desafíos en la aplicación de nuevos medios que permitan mejorar estos procesos. Pero, ¿será necesario idear nuevos medios para ello?, ¿y si volvemos a utilizar soportes que tanto impacto tuvieron en la educación en generaciones anteriores?, ¿y si utilizamos los álbumes de láminas como elemento educativo? El reimaginar artefactos como el álbum coleccionable puede tener un gran potencial de uso si lo llevamos a lo educativo. Su interacción y uso no solo ocurren en el espacio del individuo, también se expande a ámbitos de comunidades, en que los usuarios requieren de experiencias colaborativas y activas y que, en conjunto con distintas estrategias educativas, puede ser además un espacio de creación propia mediado por docentes y educadores.

**PALABRAS CLAVE:** álbumes, educación, gamificación, transmedia, colección, reimaginar.

## ABSTRACT (ENG)

The public problem facing postmodern societies, particularly young people and children, is the transformation of their information consumption habits, which has an impact on critical thinking (Sartori, 1998). Infoxication and the fast-paced social life on social media require new strategies to achieve adequate learning outcomes in educational and reading habits. Recent studies in Chile show difficulties in students' reading comprehension along with a lack of strategic and motivational processes. It is in this current educational landscape that opportunities and challenges arise in the application of new media to improve these processes. But is it necessary to devise new media for this purpose? What

if we return to using media that had such an impact on education in previous generations? What if we use picture albums as an educational tool? Reimagining artifacts such as collectible albums can have great potential for use if we apply them to education. Their interaction and use do not only occur in the individual's space, but also expand to community settings, where users require collaborative and active experiences and which, in conjunction with different educational strategies, can also be a space for personal creation mediated by teachers and educators.

**KEYWORDS:** albums, education, gamification, transmedia, collection, reimagining.

## RIASSUNTI (ITA)

Il problema pubblico che affligge le società postmoderne, in particolare i giovani e i bambini, è la trasformazione delle loro abitudini di consumo informativo che influisce sul pensiero critico (Sartori, 1998). L'infotossicità e l'accelerazione della vita sociale sui social network richiedono nuove strategie per ottenere risultati di apprendimento adeguati nelle abitudini educative e di lettura. Recenti studi condotti in Cile evidenziano difficoltà nella comprensione della lettura da parte degli studenti, insieme a una mancanza di processi strategici e motivazionali. È in questo panorama educativo attuale che si presentano opportunità e sfide nell'applicazione di nuovi mezzi che consentano di migliorare questi processi. Ma è necessario ideare nuovi mezzi per farlo? E se tornassimo a utilizzare supporti che hanno avuto un grande impatto sull'istruzione nelle generazioni precedenti? E se utilizzassimo gli album di figurine come elemento educativo? Ripensare artefatti come l'album collezionabile può avere un grande potenziale di utilizzo se lo portiamo nell'ambito educativo. La loro interazione e il loro utilizzo non avvengono solo nello spazio individuale, ma si espandono anche agli ambiti comunitari, in cui gli utenti richiedono esperienze collaborative e attive e che, insieme a diverse strategie educative, possono anche essere uno spazio di creazione propria mediato da insegnanti ed educatori.

**PAROLE CHIAVE:** album, istruzione, gamification, transmedia, collezione, reimmaginare

**RÉSUMÉ (FRA)**

Le problème public auquel sont confrontées les sociétés postmodernes, en particulier les jeunes et les enfants, est la transformation de leurs habitudes de consommation de l'information, qui a un impact sur leur pensée critique (Sartori, 1998). L'infoxication et l'accélération de la vie sociale sur les réseaux sociaux exigent de nouvelles stratégies pour obtenir des résultats d'apprentissage adéquats en matière d'habitudes éducatives et de lecture. Des études récentes menées au Chili mettent en évidence des difficultés de compréhension en lecture chez les élèves, ainsi qu'un manque de processus stratégiques et motivationnels. C'est dans ce contexte éducatif actuel que se présentent des opportunités et des défis dans l'application de nouveaux médias permettant d'améliorer ces processus. Mais est-il nécessaire de concevoir de nouveaux moyens pour y parvenir ? Et si nous revenions à l'utilisation de supports qui ont eu un tel impact sur l'éducation des générations précédentes ? Et si nous utilisions les albums de vignettes comme élément éducatif ? Repenser des objets tels que les albums à collectionner peut avoir un grand potentiel d'utilisation si nous les intégrons à l'éducation. Son interaction et son utilisation ne se limitent pas à l'espace individuel, elles s'étendent également aux communautés, où les utilisateurs ont besoin d'expériences collaboratives et actives et qui, associées à différentes stratégies éducatives, peuvent également constituer un espace de création propre, encadré par des enseignants et des éducateurs.

**MOTS CLÉS :** *albums, éducation, gamification, transmédia, collection, réimaginer.*

**RESUMO (POR)**

O problema público que afeta as sociedades pós-modernas, em especial os jovens e as crianças, é a transformação nos seus hábitos de consumo informativo, o que impacta o pensamento crítico (Sartori, 1998). A infoxicação e o ritmo acelerado da vida social nas redes demandam novas estratégias para alcançar resultados de aprendizagem adequados nos hábitos educativos e de leitura. Estudos recentes no Chile evidenciam dificuldades na compreensão leitora dos estudantes, junto a uma carência de processos estratégicos e motivacionais. É nesse panorama atual da educação que surgem oportunidades e desafios na aplicação de novos meios que possam melhorar esses processos. Mas será mesmo necessário criar novos meios para isso? E se voltássemos a utilizar suportes

que tiveram tanto impacto na educação de gerações anteriores? E se utilizássemos os álbuns de figurinhas como elemento educativo? Reimaginar artefatos como o álbum colecionável pode ter um grande potencial de uso se o levarmos ao campo educacional. Sua interação e uso não ocorrem apenas no espaço individual, mas também se expandem para contextos comunitários, nos quais os usuários demandam experiências colaborativas e ativas que, em conjunto com diferentes estratégias educativas, podem também se constituir como um espaço de criação própria, mediado por professores e educadores.

**PALAVRAS-CHAVE:** *álbuns, educação, gamificação, transmídia, coleção, reimaginar.*



## INTRODUCCIÓN

El problema público que viven las sociedades posmodernas, en particular las juventudes y la niñez, es la transformación en sus hábitos de consumo informativo que impacta en el pensamiento crítico (Sartori, 1998). La infoxicación y la acelerada vida social en redes sociales requiere nuevas estrategias para lograr resultados de aprendizajes adecuados en hábitos educativos y lectoría. Estudios recientes en Chile demuestran dificultades en la comprensión lectora de estudiantes de educación básica, una falta de procesos estratégicos y motivacionales que afectan en la comprensión de lo que leen. Esto lo afirman las docentes Macarena Silva y Elvira Jéldrez en sus estudios realizados para el Centro de Investigación Avanzada en Educación (CIAE) de la Universidad de Chile. En *Motivación por la lectura y dificultades de comprensión lectora en estudiantes de Educación Básica* de 2022, las investigadoras dan cuenta de la existencia de dificultades principalmente enfocadas en procesos de decodificación y también en la comprensión del lenguaje, evidenciando una necesidad de promover la lectura durante los primeros años de educación, esto a través de la elección flexible de temáticas y soportes innovadores de entrega de contenidos.

Un estudio de la Universidad de Los Andes enfocado en el impacto de la pandemia de COVID en la educación, realizado en 2022, sostiene que el 96 % de los estudiantes de primero básico no conoce las letras del alfabeto y no son capaces de decodificar las palabras. Esto, según la investigadora Carolina Melo, muestra que un estudiante de cuarto básico tiene un nivel de comprensión lectora que debería tener un alumno de primero básico. Por su parte, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), en la prueba PISA del año 2022, da como resultado que un tercio de los estudiantes chilenos

no demuestra las competencias básicas de comprensión lectora necesarias para desenvolverse eficazmente en la sociedad actual.

El problema no solo está en Chile: el panorama de la comprensión lectora en Latinoamérica es similar. Un estudio del Fondo de las Naciones Unidas para Infancia (Unicef) junto con el Banco Mundial de 2022 indica que, en la región, cuatro de cada cinco estudiantes de 11 años no alcanzan el nivel mínimo de comprensión lectora y no son capaces de comprender un texto simple.

Frente a esto debemos preguntarnos: ¿cómo se puede ayudar, a través de nuevos medios, a mejorar los procesos de comprensión lectora? En un mundo cada vez más digitalizado, ¿será necesario utilizar nuevos medios o reimaginar antiguos?, ¿será una posibilidad el volver a utilizar artefactos impresos que tanto impacto y aporte tenían hace décadas en la educación?, ¿y si volvemos a utilizar el artefacto álbum para promover contenidos educativos, utilizándolo como base para una experiencia lectora con posibilidades de transmedialidad?

## ÁLBUMES DE LÁMINAS EN CHILE

Primero que todo, ¿qué es un álbum de láminas más allá de sus páginas y sus láminas adhesivas? El trasfondo de diversos actos de consumo en la sociedad es la entretención, con distintas soluciones que buscan satisfacer ese deseo o necesidad. Si a esto se le suma las acciones de juntar, coleccionar, reunir y, por otro lado, los conceptos de *comunidad* y *participación*, se obtiene entonces un objeto que contiene y promueve lo anteriormente descrito: los álbumes de colección (de láminas, cromos, *stickers*, etc.).

Este artefacto, comprendiendo necesidades y deseos de segmentos específicos, genera comunidades que tienen un objetivo y un anhelo en común: completar el álbum. Este acto ocurre a través de la recolección de todas sus láminas; es ahí donde ocurren instancias de participación, más allá de la compraventa, como el intercambio, trueque o permuta de láminas, acciones que suceden en ambientes como el hogar, establecimientos educacionales, espacios familiares, de amistades, sociales, etc. Espacios donde no solo ocurre el intercambio de objetos, sino que también de experiencias, vivencias y, finalmente, se genera un espacio social cotidiano de interacción (Núñez, Fuentes y Mena, 2023), todo esto promovido (y gatillado) inicialmente por el objeto álbum.

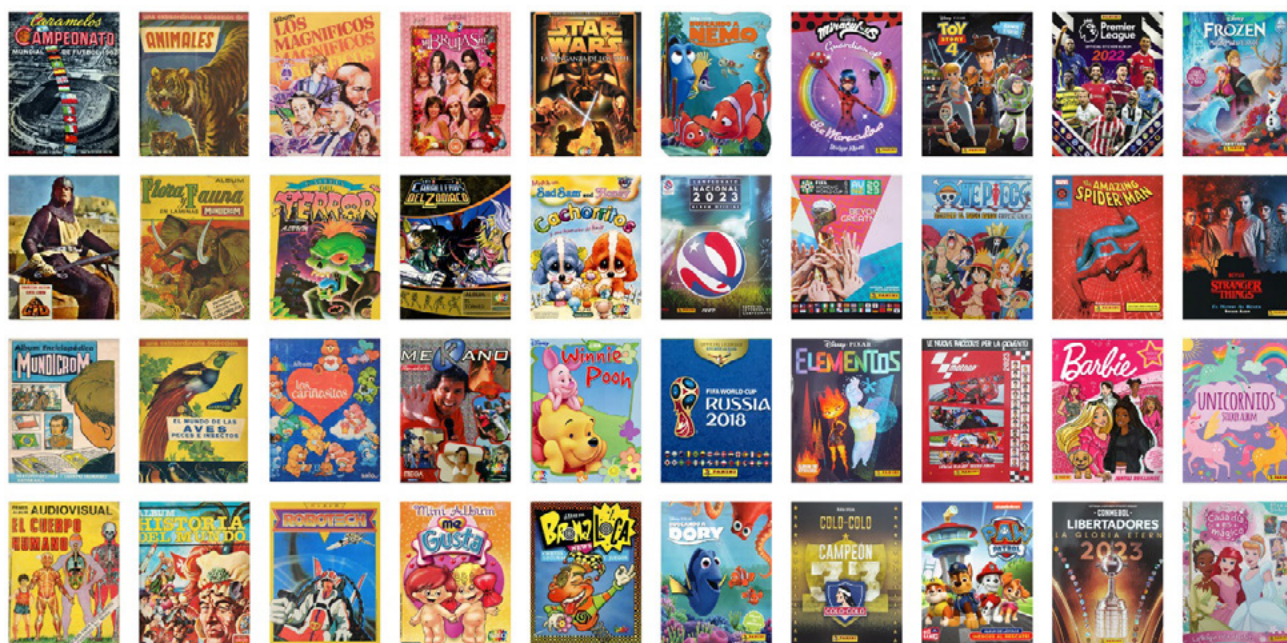


Figura 1. Fotografía de álbumes de láminas de distintas temáticas.

Fuente: archivo personal.

El acto de adquirir un álbum de láminas y comenzar a coleccionarlo permite al usuario la entrada inmediata a un exclusivo grupo de personas que también lo coleccionan, y así es, entonces, parte de una comunidad. En este sentido, el usuario logra ser partícipe de un grupo por un deseo de pertenencia: es un acto de consumo que invita a la interacción (R. Vallecillo, comunicación personal, 21 de abril de 2023). Son estos espacios sociales que promueven incluso diversas emociones en quienes lo utilizan. Esto lo podemos observar en quienes fueron usuarios de hace 30 o 40 años, hoy actuales adultos que atribuyen a este objeto emociones como alegría y felicidad (a través del compartir, del juego y de la diversión) junto con la frustración (láminas repetidas, difíciles o la imposibilidad de completarlo). Pero, ¿ha tenido el mismo impacto en las nuevas generaciones?, ¿se ha mantenido la venta y consumo de este soporte en el país?, o ¿ha cambiado el modelo o el comportamiento de los usuarios?

A partir de las primeras ediciones de álbumes publicados en Chile, durante la década de los años 60, son cientos los álbumes que los chilenos han coleccionado hasta el día de hoy, cada uno con distintas temáticas y públicos objetivos. Este soporte impreso logra generar también un efecto transgeneracional, reuniendo a distintos

integrantes de una familia; desde un niño, su padre y su abuelo, situación que ha sido estudiada en la empresa Panini a través de la publicación de distintos álbumes sobre los mundiales de fútbol (R. Vallecillo, comunicación personal, 21 de abril de 2023).

#### PÉRDIDA DE LO EDUCATIVO

Este artefacto ha utilizado en mayor medida temáticas contingentes que responden principalmente a los consumos de la audiencia masiva (franquicias de películas, series de televisión, dibujos animados o mundiales de fútbol). Es frente al uso de estas temáticas que se puede observar una pérdida de contenidos de tipo educativos, sociales y culturales. Sin embargo, ¿en qué momento se dejaron de lado estas temáticas?, ¿en qué momento el objeto coleccionable llamado *álbum* dejó de ser un objeto también orientado a lo educativo?, ¿por qué no se utiliza hoy en día este objeto en la educación?

Al observar las temáticas presentes en los álbumes publicados en Chile durante las décadas de los años 60 hasta los años 90, podemos identificar un panorama donde predominan contenidos culturales y educativos,



destacando algunas publicaciones icónicas como: *Historia de Chile* de Mundicrom (1968), *Flora y fauna* de Mundicrom (1975), *Flora y fauna de Chile* (1980) y *El cuerpo humano* de Artecrom (1990) y *Bellezas de Chile* de Copesa (1994).

Para tener un panorama estadístico sobre esto, analizaremos el comportamiento de 240 álbumes de láminas publicados en Chile por distintas editoriales, desde 1959 hasta la actualidad. Consideraremos empresas en actual funcionamiento como Panini y Big Bang Copag, e históricas como Salo, Codarte, Mundicrom y Artecrom.

La siguiente gráfica presenta el número de álbumes publicados según temática específica, donde se observa un aumento de publicaciones centradas en fútbol, películas, series y dibujos animados; por otro lado, una disminución de temas culturales y educativos sobre historia, ciencias naturales y biología.

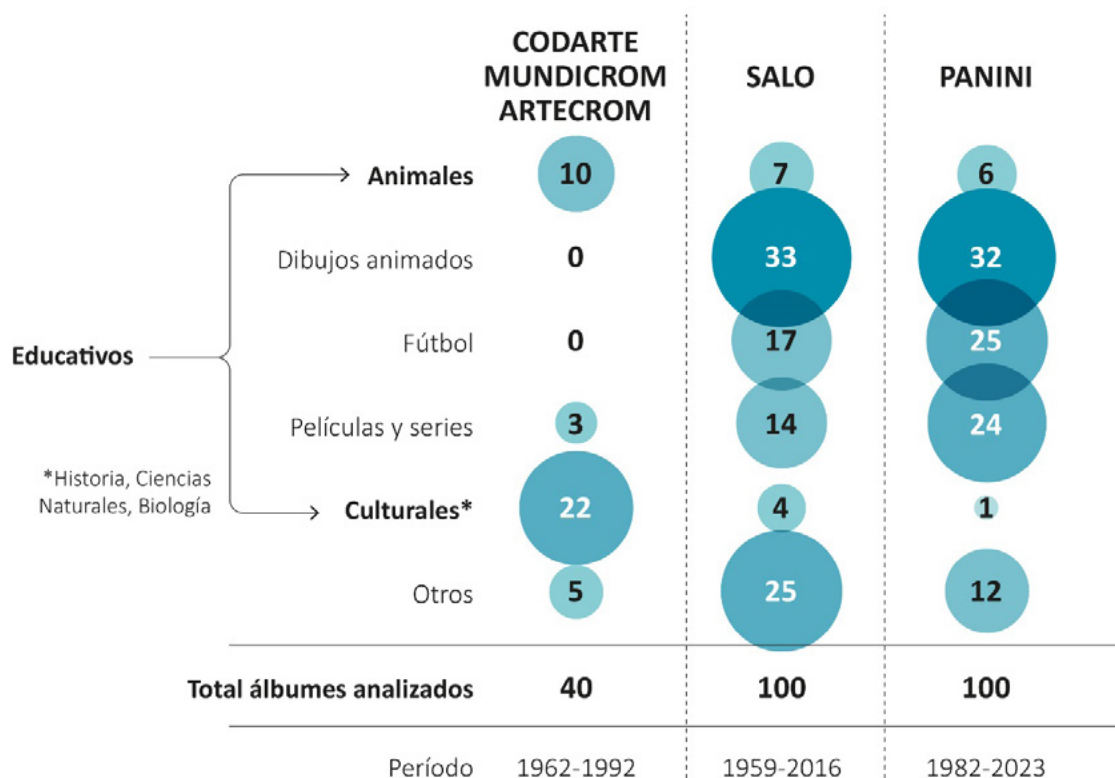
Al revisar las temáticas más recurrentes, se evidencia un mayor uso de contenidos provenientes de la televisión, donde se pueden encontrar ediciones vinculadas a temas sobre dibujos animados: *Los transformers* (Edialbum, 1986), *Sailor Moon* (Salo, 1997), *Dragon Ball* (Salo, 1997), *Caballeros del Zodiaco II* (Salo, 1996). Más tarde, principalmente a partir del año 2000, se observan publicaciones vinculadas a programas de televisión como: *WWE* (Salo, 2001), *Axé Bahía* (Salo, 2002 y 2003), *Machos* (Panini, 2003), *Yingo* (Panini, 2008) y *Reality 1810* (Salo, 2009).

### ÁLBUM DE LÁMINAS EN LA EDUCACIÓN

El álbum de láminas (cromos, pegatinas o *stickers*) se ha mantenido en el tiempo y es relevante identificar que este artefacto tiene un gran potencial si se utiliza para fomentar, a través de una lectura lúdica, dinámica



Figura 2. Fotografías de álbumes de láminas de temáticas culturales y educativas.  
Fuente: archivo personal.



**Figura 3. Análisis a temáticas de 240 álbumes publicados en Chile.**  
Fuente: investigación propia.

y didáctica, la adquisición de contenidos culturales y educativos. Sobre todo, hoy en día, cuando las tecnologías digitales, a través de aplicaciones, realidad aumentada, entre otros, permiten expandir la lectura (Albarelo, 2019) desde un formato impreso a nuevas plataformas donde se suman elementos de comunicación como audio, video y animación. Es posible entonces crear un entorno transmedia a partir de este objeto que nos permita presentar contenidos a través de distintas experiencias. Como lo define Scolari (2013): «las NT [narrativas transmedia] son una particular forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y medios (cine, cómic, televisión, videojuegos, teatro, etc.)». Y deja en claro que las narrativas transmedia no son simplemente una adaptación de un lenguaje a otro, sino que cada medio hace un aporte a la construcción del mundo narrativo y lo interesante está

en identificar, a través de sus diferencias, cómo cada uno de ellos aporta de distinta forma a la entrega de un contenido (Scolari, 2013).

Por otro lado, junto con trabajar la expansión narrativa a través de estos medios, se pueden promover y potenciar espacios de convergencia social y generar comunidades. Es, en el acto de la búsqueda de un fin mayor (completarlo) que existe un espacio de oportunidad para promover la interacción social, sobre todo en un mundo cada vez más solitario y digitalizado.

Una gran oportunidad ocurre en identificar estrategias propias de este formato, que, aunque hoy aplicadas principalmente al ámbito de lo comercial y de consumo, es posible trasladarlas a una adquisición de contenidos educativos. Es la observación e identificación de estas estrategias (propias del objeto) que nos permitirán aplicar

este formato, en conjunto con metodologías educativas, en establecimientos educacionales para lograr objetivos como promover la comprensión lectora, la adquisición de contenidos acorde al currículum escolar y la relación e interacción social entre estudiantes.

Entonces, ¿es tiempo de generar un modelo educativo transmedia que utilice como base permanente el objeto álbum coleccionable para la adquisición de contenidos (educativos y culturales)?, ¿es posible desarrollar y aplicar un modelo que funcione a través de una lectura participativa, gamificada, en un entorno transmedia, en comunidad y que permita la creación propia?

¡Claro que sí! Para comprender la posibilidad de la aplicación de este artefacto como promotor de contenidos educativos, nos basaremos en cinco conceptos fundamentales: artefacto, juego, tecnología, comunidad y aprendizaje. Los que en su conjunto permitirán el diseño y construcción de distintas estrategias educativas transmedia.

#### ARTEFACTO

El álbum es un objeto que motiva el viaje del lector a través de distintos desafíos y logros para la obtención de recompensas. Tiene el rol de actuar como eje principal (troncal) de las distintas plataformas (*online* y *offline*) que pueden ser utilizadas, como lo revisaremos más adelante.

El papel fundamental del objeto es resolver o modificar una situación mediante un acto en el que se le utilice (raíz de las palabras utensilio y útil). Este aparece —y es ya un primer sentido— como mediador entre el hombre y el mundo. (Moles, 1975, p. 15)

Es el objeto, como lo indica Moles (1975), un mediador: es el encargado de gatillar, fomentar y comenzar la experiencia. Es a partir de este objeto impreso (álbum coleccionable) desde el cual se puede dar paso a estrategias lúdicas de gamificación, de desafíos, premios o refuerzos y promover actos de interacción y participación en los sujetos definidos como usuarios y lectores.

Redescubrir artefactos como el álbum no es crear un nuevo objeto, sino que toma un objeto existente y lo conecta con un ámbito distinto de su actual

implementación: ahora destinado a la educación. Esta superposición o intersección entre el objeto y el ámbito crea finalmente un «nuevo» espacio de creación.

«La cotidianidad introduce la dimensión sociológica en lo inmediatamente vivido, ante todo mediante la transformación de los objetos en bienes, en sujetos de deseos, con una función de portadores de signos y de exponentes sociales» (Moles, 1975, p. 15). En este sentido, existe un deseo de juntar, coleccionar y hacerse partícipe (y también propietario) de algo; el álbum permite generar una interacción y una lectura compartida, conecta a personas a través de distintas relaciones: educadores y estudiantes, entre amistades, entre integrantes de una familia (misma generación o transgeneracional), etc. En estos actos de coleccionar e intercambiar se produce, entonces, comunidad (R. Vallecillo, comunicación personal, 21 de abril de 2023)

Este artefacto coleccionable actúa como un gatillante de interacciones entre quienes lo utilizan (de forma individual y colectiva), y es este punto el que lo diferencia de otros formatos tradicionalmente utilizados.

Esta posibilidad de uso (individual y colectiva) se suma al ámbito donde puede ocurrir la experiencia (público o privado). Estos ámbitos pueden ser fomentados o provocados por la plataforma a utilizar (*online* u *offline*). Es en la combinación de estos tres puntos donde comienzan a identificarse las posibilidades de creación de metodologías para lograr los objetivos definidos: promover la comprensión lectora, la adquisición de contenidos acorde al currículum escolar y la relación e interacción social entre estudiantes.

Revisemos algunos ejemplos: en un formato de álbum impreso (*offline*) es posible desarrollar estrategias educativas para un uso individual de parte del lector. En este caso, se promueve una relación directa con el material impreso, donde el usuario pueda personalizarlo a través de un primer acto de apropiación: escribir su nombre en el objeto («Este álbum pertenece a \_\_\_\_\_»), este acto, junto con actividades como pintar, recortar figuras, pegar láminas, juegos, espacios para dibujos y para anotaciones, crea un objeto único personalizado y propio del usuario, es decir, ya no es «un» álbum, es «su» álbum. Lo anterior ocurre entonces en un ámbito privado.

Otro ejemplo puede ocurrir en un formato impreso (*offline*) como digital (*online*), donde el objetivo es promover experiencias colectivas de lectura y comprensión de

contenidos que ocurran en un ámbito público. En este caso, las estrategias a utilizar se centran en invitar a los propios estudiantes a recrear o crear un álbum a partir de la temática e instrucciones presentadas en el álbum de base. Utilizando guías y plantillas (y material docente para guiar el proceso de creación), se busca como resultado un trabajo colaborativo y participativo entre estudiantes y docentes, con la finalidad de crear un nuevo objeto. En este espacio de creación, se puede, además, incorporar plataformas *online* para integrar contenidos como fotografías, audios y videos registrados por los propios estudiantes, construyendo una publicación (álbum) digital o impresa. Se utiliza en este caso la metodología educativa de Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP) con el objetivo de lograr la adquisición de contenidos y el cumplimiento de los objetivos específicos (conocimientos y habilidades) necesarios para el nivel etario de los estudiantes.

¿Por qué no utilizar solo un formato en específico?, ¿por qué transitar entre lo *offline* y *online*? Para responder esta pregunta, es necesario centrarse en una palabra: diversidad. En primer lugar, es importante reconocer las diferencias entre quienes van a recibir estos contenidos; aunque puedan ser parte de un mismo grupo etario específico, siempre existirán distintas formas de adquirir conocimiento (nivel de atención, comprensión, uso de tecnología, etc.), en esto radica la importancia de considerar formatos que permitan una presentación expandida de los contenidos, trabajando diversas plataformas y lenguajes que consideren además la diversidad de filosofías y metodologías educativas (tradicional, Montessori, Waldorf, Reggio Emilia, Pikler, entre otras).

Es en estos actos donde no solo se modifica al objeto mismo, sino que además se permite la creación utilizando estrategias educativas, hay entonces un juego de tensiones en el que la intervención del sujeto logra transformar al objeto (o crearlo), y el objeto transforma al sujeto, lo afecta (adquisición de conocimientos o habilidades), logrando una acción creativa que puede suceder de forma accidental, preparada o planeada, lo que resulta en una actividad creadora (Roldán, 2015). Se da entonces una mutua afectación comprendida:

[...] por los objetos, los sujetos y el contexto se dimensiona en la medida que se establece una multi-temporalidad (ejercicio en el que se mezclan situaciones sincrónicas y asincrónicas), de relaciones, una intersubjetividad (entendida como la homologación conceptual general conciliada por varios

sujetos frente a una materialidad), y la inter-objetividad (como la relación de los sistemas objetuales) mediadas por una situación de convivencia. (Roldán, 2015, p. 65)

## JUEGO

La metodología de gamificación se incorpora a un objeto ya en sí lúdico que, utilizando distintas estrategias educativas, tiene como objetivo final la adquisición de contenidos por parte del lector (estudiante).

Primero que todo, ¿qué se entiende por gamificación? Como lo definen Beltrán, Rivera y Maldonado (2018): «consiste en aplicar conceptos y dinámicas propias del juego a la educación que estimulan y hacen más atractivo el aprendizaje». Es importante observar que el espacio de cotidianidad educativa que ocurre y existe en los establecimientos educacionales permite integrar la gamificación diariamente «por los profesores con el ánimo de transformar sus métodos de enseñanza y estrategias educativas. Esta herramienta apoya y motiva al ámbito educativo dentro y fuera del aula» (Beltrán, Rivera y Maldonado, 2018, p. 98). Como lo indican también los autores: «La gamificación genera retroalimentación oportuna a los estudiantes, proporciona información al docente y fomenta la relación entre compañeros. Por otro lado, mejora el aprendizaje, motivando a los estudiantes a participar ampliamente en clases» (Beltrán, Rivera y Maldonado, 2018, p. 98).

Al vincular los principios y dinámicas del juego con el artefacto álbum (impreso o digital), aparecen distintas estrategias que han sido utilizadas principalmente en el ámbito comercial, y que en el territorio de la educación deben utilizarse con cuidado, para evitar conceptos como «frustración», «cansancio» y «ansiedad». Es necesario entonces construir un sistema de universo finito, donde sea posible completar el álbum, aunque no de forma simple (láminas repetidas y especiales), en esto radica que este sistema sea lúdico (F. Irigaray, comunicación personal, 13 de octubre de 2023). Es decir, se debe equilibrar el uso de desafíos y promesas establecidas en el propio objeto para que efectivamente las metas sean alcanzables y realizables. En este punto, se pueden reemplazar estrategias propias del álbum coleccionable como,

por ejemplo, condicionar la entrega de láminas especiales a actividades propuestas por los propios profesores para la adquisición de contenidos (clases especiales, encargos, tareas, asistencia a conversatorios, charlas, participación en salidas a terreno, entre otros). En este caso, el elemento diferenciador que actúa como premio (lámina especial), debe poseer cualidades especiales (materialidad o contenido específico), por ejemplo: con relieve, olor, textura, impresión holográfica, como ejemplos de materialidad; lámina con contenido específico: información o imagen destacada, acceso a otro contenido en otra plataforma (a través de códigos QR), entre otros.

Todas estas decisiones tienen como objetivo la motivación, en primer lugar, con el uso del objeto mismo (álbum) y, en segundo, el aprendizaje de los contenidos definidos.

En la educación, la gamificación está ganando un importante lugar, siendo empleada como técnica para motivar a los estudiantes en su proceso de aprendizaje. El juego es un activador en la atención y surge como alternativa para complementar los esquemas de enseñanza tradicionales. (Lozada-Ávila, 2018)

#### TECNOLOGÍA

El uso de plataformas, soportes y tecnologías tiene el objetivo de incentivar y fomentar la lectura de contenidos y la participación de individuos en comunidad (Albarelo, 2019).

Las nuevas tecnologías deben utilizarse con el objetivo de fomentar en los estudiantes el interés y motivación para lograr generar y completar distintas actividades. Incorporando además nuevas estrategias para fomentar la educación del estudiante, motivando la participación constante, transformando las actividades aburridas en divertidas y finalmente, simplificando las tareas difíciles, permitiendo como resultado, un correcto aprendizaje. Como lo describe Jenkins (enero 15, 2003), «hemos entrado en una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales». Es entonces necesario identificar el aporte que distintos medios y plataformas tienen para lograr los objetivos que vinculan al usuario con la lectura, participación, interacción y adquisición de contenidos a través de un ambiente lúdico.

La tecnología tiene un especial protagonismo, ya que permite expandir sensorialmente los contenidos presentados a partir de un objeto gatillante (impreso). Desde este formato sucede una expansión narrativa, que se amplía a distintos dispositivos y plataformas

centrados en lograr una adquisición de contenidos de forma dinámica. A partir de esta fragmentación, se entrega al usuario información y contenidos a través de diversos medios: elementos impresos, soportes digitales como sitios web o aplicaciones (que utilizan formatos como sonido, video, animación, realidad aumentada y realidad virtual), entre otros. Sobre esto, el uso de cada una de estas tecnologías tiene como objetivo: complementar, completar y expandir los contenidos.

La información virtual se añade a la información física ya existente, expandiendo el mundo, solapando una parte sintética virtual a lo real, incluyendo información digital e interacciones que se concretan digitalmente sobre el mundo real. Esto se logra a través de distintos dispositivos. (Lovato, 2019)

Por ejemplo, en un entorno digital, si tomamos el concepto de *coleccionar* referido a los álbumes, podemos identificar oportunidades de expansión privada (registro personal en línea del estado de avance para completar el álbum) y de forma pública, a través de una aplicación o sitio web donde se puede realizar una bitácora de colección digital, la que se puede compartir con distintos usuarios, generando de esta forma comunidades digitales que comparten contenido en base a la temática presentada (resultados de ejercicios, creación de contenidos propios, *rankings* de usuarios, etc.). El uso de la tecnología permite entonces la movilidad del usuario entre estos dos los ámbitos (público y privado).

#### COMUNIDAD

Son aquellas instancias de participación las que permiten una lectura compartida de contenidos a través de actividades relacionadas con la temática presente en el álbum coleccionable. Estas actividades pueden ocurrir de forma espontánea, generadas por los propios usuarios o impulsadas a través de estrategias para lograr espacios sociales de interacción.

¿Dónde ocurre la acción de lectura y participación con este objeto? Al enfocarlo en temáticas educativas, la acción ocurre en un espacio de cotidianidad educativa. La cotidianidad se entiende como un espacio en continua construcción donde los individuos desarrollan acciones de organización y reorganización del entorno para satisfacción de sus necesidades (Núñez, Fuentes y Mena, 2023, p. 126).

Es en este espacio (establecimientos educacionales) donde ocurre una acción creadora, guiada por docentes quienes estructuran el camino del aprendizaje y definen las metodologías de convivencia en función de los objetivos



finales de adquisición del aprendizaje, apoyados en la figura del artefacto álbum, sus estrategias participativas y su acto de coleccionar.

En la sala de clase, el colegio y sus espacios de estudio es donde se materializarán los actos de interacción entre individuos en torno al objeto gatillante. Es, en estos espacios de cotidianidad educativa, donde se sitúa la acción. La construcción del objeto álbum debe entonces considerar las particularidades de este espacio para llegar de forma correcta al usuario definido.

Todos los seres humanos que hacen parte de la sociedad transitan necesariamente por escenarios cotidianos, donde se ponen en marcha las costumbres y como manifestación material moran objetos contenedores de cultura. Es así como la intervención se centra en la interacción, en la medida que cualquier relación de uso significa una afectación mutua y que resulta en una actividad creadora. (Roldán, 2015, p. 102)

Identificados los espacios de convergencia donde ocurre la relación entre sujeto y objeto, podemos definir que, con base en la promoción y reforzamiento de la lectura, este tipo de modelos debe ser administrados por profesores y educadores y estar orientado a estudiantes de educación básica, específicamente quienes cursan desde 1° a 6° básico (grupos etarios entre 6 y 11 años). Estos grupos, través de distintos estudios, presentan dificultades en la comprensión lectora (decodificación y comprensión del lenguaje), lo cual muestra una falta de procesos estratégicos y motivacionales.

#### APRENDIZAJE

El uso de distintas plataformas, ámbitos, formatos, metodologías y estrategias busca acompañar al lector al objetivo final del proyecto: la lectura y comprensión de la temática presentada.

Al momento de utilizar este tipo de objeto, es necesario comprender el significado y valor de la existencia de los objetos en la vida de los individuos (Núñez, Fuentes y Mena, 2023, p. 127). Es entonces vital entender que el objeto a trabajar tiene un estado duplicado, en el que existe como contenedor (material educativo) y receptor (acción de los lectores). El álbum, como contenedor de información, entrega de forma fragmentada contenidos, los que, junto al acto (inherente) de coleccionar, agrupa los distintos componentes que permiten tener acceso al total de la información (integrada), lo que ocurre en plataformas impresas como digitales. Esta entrega

fragmentada se realiza a través de elementos como secciones de páginas, láminas adhesivas, mosaicos de láminas, material adicional, entre otros. Al mismo tiempo:

En la intervención, entendida como un nivel complejo de afectación consciente para la apertura de los sentidos y que abre campos de significación compleja, resultan tensiones predominantes, una relación de afectación que se dinamiza en la medida que se cede y gana terreno, que se logran transformaciones físicas y emocionales, en la medida que se logra expandir por significación la corporalidad matérica que les establece. (Roldán, 2015, p. 44)

Por tanto:

Detrás de todas las prácticas de intervención debe existir un juego de tensiones tendiente a comunicar, expresar o manifestar una idea, un mensaje o un referente. No se logra intervenir sin transformar, lo que hace de las prácticas un acto poético que se resume en la acción creativa accidental, preparada e imprevista que resulta de la afectación del sujeto al relacionarse con los objetos. (Roldán, 2015)

Es en este punto donde resultan ser clave distintas metodologías educativas que deben utilizarse en la creación del objeto álbum, desde la ideación de sus estrategias lúdicas (gamificación), aquellas que fomentan la interacción y participación de los estudiantes (aprendizaje basado en juegos) y las que se enfocan en los actos creadores como una forma de comprender las temáticas trabajadas (aprendizaje basado en proyectos). Todo esto orientado a incentivar y motivar a los estudiantes a utilizar estos formatos con el objetivo de mejorar los niveles de comprensión de los contenidos presentados.

#### CONSTRUIR EXPERIENCIAS DE EDUCACIÓN TRANSMEDIA

Es a partir de la suma de los anteriores cinco conceptos (artefacto, juego, tecnología, comunidad, y aprendizaje) que podemos construir un todo sistémico transmedial que, tomando como base el álbum de láminas coleccionable, desde sus distintos formatos a sus conceptos integrados, nos permitirán promover acciones como: aprender, interactuar, relacionarse y finalmente crear.

En transmedia *storytelling*, cada medio o plataforma está convocado a hacer lo que sabe hacer mejor, contribuyendo a satisfacer la curiosidad de los usuarios y a profundizar la trama narrativa. Cada plataforma, por tanto, se convierte en una puerta de entrada al proyecto. Las historias pueden



circular en medios *online* y *offline*, en diferentes soportes, incorporando, incluso, el territorio como plataforma narrativa. (Lovato, 2019, p. 3)

Al respecto, Lovato (2019) describe la conjunción de antiguos y nuevos medios:

Así, al complejo entramado de (nuevos) medios digitales y (viejos) medios analógicos que pueden resignificarse en las producciones transmedia. Se agregan también los escenarios reales, envoltentes y de gran valor narrativo, que multiplican sus posibilidades a partir de la conectividad, la movilidad y la ubicuidad, permitiendo a los creadores de historias adicionar capas de realidad virtual a la realidad física que nos contiene. (Lovato, 2019)

#### TEMPORALIDAD Y MATERIALIDAD

El objeto «álbum educativo» debe mantener una atemporalidad de contenidos, es decir, incorporar temáticas que perduren en el tiempo, en contraste con el ámbito comercial, donde la circulación promedio no supera los seis meses y predominan contenidos transitorios y pasajeros. Con el objetivo de hacer propio este objeto (por el usuario), tanto los contenidos como la materialidad deben estar definidos con el objetivo de ser un objeto que perdure, convirtiendo este artefacto en un elemento de consulta (no perecedero) que no solo responde a temáticas fugaces.

Sobre esto, podemos observar el caso del álbum de Mundicrom *Flora y fauna*, publicado en el año 1968 (luego reeditado en los años 1975, 1976 y 1992). Cada edición de este álbum se publicaba en conjunto con láminas recortables y coleccionables, pero siempre con el mismo contenido publicado, dando como resultado que un álbum podía tener láminas de diferentes años, es decir, de distintas ediciones. Por otro lado, las láminas (con contenidos educativos sobre flora y fauna) pasaron

de ser «láminas del álbum» a «láminas educativas» y se convirtieron en un valioso material de apoyo para contenidos pedagógicos de los colegios en Chile (declaración del álbum *Flora y fauna* de Mundicrom como material didáctico por el Ministerio de Educación de Chile el 8 de noviembre de 1968). Desde su lanzamiento hasta el año 1995, estas láminas fueron parte importante de tareas y trabajos escolares.

Es decir, coleccionar un álbum con material educativo hace 30 o 40 años podía prolongarse por varios años. Lo único que dificultaba la duración de este objeto es que fue impreso en papel roneo (más grueso que el papel utilizado en prensa), papel que no resiste bien el tiempo: su color se torna más amarillento y es delicado a la constante manipulación. Por esto, suelen encontrarse álbumes de este material con hojas rotas o rasgadas.

Por ello, si se plantea una expansión temporal en el uso del álbum en un ámbito educativo (que puede extenderse al ámbito familiar, del hogar), el papel debe ser resistente y ofrecer una correcta respuesta a las constantes lecturas, anotaciones, dibujos, pegado de láminas, es decir, interacción del usuario con el objeto.

#### CONSTRUCCIÓN DE UNIVERSO NARRATIVO

Utilizar el artefacto álbum de láminas como medio principal de un sistema educativo crea la posibilidad de expandir contenidos y acciones de los usuarios hacia distintas plataformas y utilizar estrategias vinculadas a los objetivos descritos: promover la comprensión lectora, la adquisición de contenidos acorde al currículum escolar y la relación e interacción social entre estudiantes. Se logra, además, una experiencia de lectura activa, dinámica, participativa, colaborativa y que promueve la creación propia.

• LAMINAS RECORTABLES DE BOTANICA • EXTRACTO DEL ALBUM FLORA Y FAUNA MUNDICROM  
DECLARADO MATERIAL DIDACTICO POR EL MINISTERIO DE EDUCACION EN SUCESIVOS DECRETOS  
(1.702 del 8-II-68, 4.869 del 25-VI-68, 548 del 7-VI-74, 770 del 1-VII-74 y comunicación del 21-VI-75)

Figura 4. Fotografía de la leyenda presente en láminas coleccionables Mundicrom (1991).  
Fuente: archivo personal.

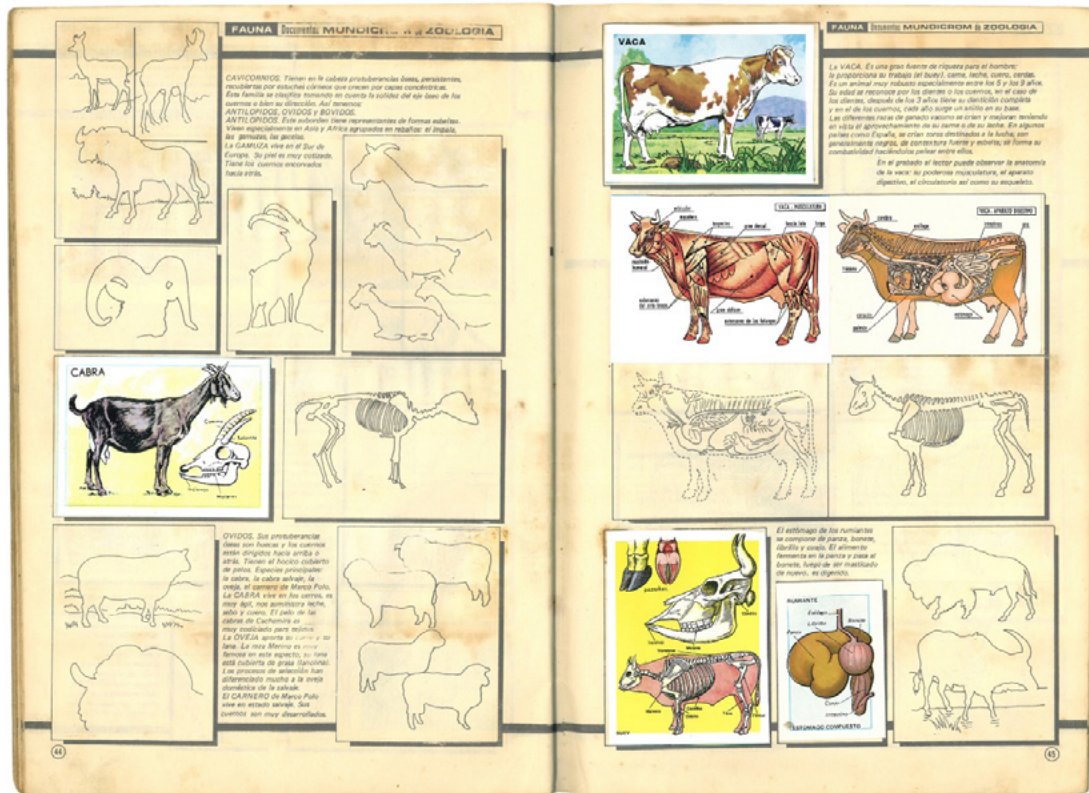


Figura 5. Fotografía del álbum Flora y fauna, publicado por Mundicrom (1978).

Fuente: archivo personal.



Figura 6. Fotografía de láminas recortables publicadas por Mundicrom (1994).

Fuente: archivo personal.

Complementando los ejemplos descritos en el texto, se presentan distintas posibilidades de aplicación.

- Elección de temática: el modelo educativo permite ser utilizado con distintas temáticas (biología, ecología, ciencias, educación cívica, etc.), permitiendo cada una el desarrollo de variadas estrategias para la obtención de los contenidos. Al asociar la temática con un territorio en específico, mientras más acotado o local este sea (por ejemplo: edificios patrimoniales, árboles, o fauna de la zona), mayor posibilidad de realizar salidas para desarrollar trabajo en terreno, expandiendo la enseñanza de los contenidos presentes en el álbum desde la sala de clases a la comuna, barrio, sector, ciudad o región (R. Baos, comunicación personal, 4 de octubre de 2023).
- Uso expandido de plataformas: utilizar distintos soportes, como impresos, sitios web, redes sociales y aplicaciones para dispositivos móviles, permite al usuario expandir la lectura, facilitando y fomentando su participación, interacción y promover la creación de piezas propias.
- Actividades en el colegio: junto con realizar actividades individuales en el objeto álbum, también es posible realizar experiencias de participación colectivas que permitan a los estudiantes entender, interactuar y comprender las temáticas presentadas en el álbum, actividades como charlas de expertos, conversatorios entre alumnos o docentes, exposiciones de material generado por los alumnos sobre la base de la temática presentada en el álbum, debates sobre la temática, entre otros.
- Actividades fuera del colegio: Interacciones *in situ* de los temas presentados en el álbum, exploraciones de las temáticas en terreno que, promovidos por guías entregadas a los docentes, pueden permitir el registro (por parte de los estudiantes) de contenidos propios a través de fotografías, dibujos, anotaciones, audios y videos, utilizados para generar contenido propio.

Creación de álbum propio: posterior a actividades como la exploración de contenidos en terreno (interacción *in situ*), se pueden crear instancias en que los alumnos puedan trabajar en conjunto como cursos o grupos para realizar su propio álbum de la experiencia (Contenido Generado por Usuarios, CGU). Esta creación puede ser en formatos *offline* u *online*, trabajados sobre el uso de plantillas. La versión *offline* permite crear el álbum directamente en materiales como papeles y cartones, los que promueven las acciones de colorear, dibujar, pegar, entre otras. Por otro lado, la versión *online* se puede trabajar en sitios web que permitan que los estudiantes puedan subir

directamente el material audiovisual (fotografías, audios, videos, textos, etc.). Finalmente, la publicación de este álbum propio puede ocurrir en formatos *offline* (impreso) u *online* (*flipbook*) que pueden ser compartidas o expuestas por los alumnos.

Volviendo a lo planteado al inicio, ¿es posible crear entonces un entorno transmedia a partir del objeto álbum de láminas coleccionable que permita presentar contenidos a través de una experiencia educativa expandida?, ¿es tiempo de generar un modelo educativo transmedia que utilice como base permanente el objeto álbum coleccionable para la adquisición de contenidos educativos? ¡Claro que sí!

El uso del álbum de láminas en la educación nos permite generar un modelo educativo transmedia que busca incentivar la adquisición de contenidos educativos (acorde al currículum escolar), promover la comprensión lectora y fomentar la relación e interacción social entre estudiantes. Todo esto a través de una lectura participativa, dinámica, en un entorno transmedia, en comunidad y que permite la creación propia.

Se extiende, entonces, una invitación a volver a ver, recordar y reimaginar el artefacto «álbum de láminas coleccionable» que, utilizado en conjunto con distintas metodologías educativas y estrategias transmediales, nos permite generar modelos educativos innovadores para el aprendizaje de contenidos.

## REFERENCIAS

- ALBARELLO, F. (2019). *Lectura transmedia, leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas*. Ediciones Ampersand.
- ARTECROM. (1980). *Flora y fauna de Chile* [álbum de láminas]. Artecrom.
- ARTECROM. (1990). *El cuerpo humano* [álbum de láminas]. Artecrom.
- BELTRÁN, A. M., Rivera, D. y Maldonado, J. C. (2018). El valor de la gamificación como herramienta educativa. En Á. Torres-Toukouymidis y L. M. Romero-Rodríguez. (Coords.). *Gamificación en Iberoamérica. Experiencias desde la comunicación y la educación* (pp. 97-111). Universidad Politécnica Salesiana.
- BOURRIAUD, N. (2004). *Post producción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*. Adriana Hidalgo Editora

- BRAVO, J. P. (2023). Exigencia de instantaneidad y de estímulos masivos y la resistencia de la sociedad actual a la desconexión. En A. Pacheco, M. Varas (Eds.), *La necesaria hibridez de la comunicación y la cultura participativa, Ruta simétrica de relatos con sentido* (pp. 23-29). Obra independiente.
- COPESA. (1994). *Bellezas de Chile* [álbum de láminas]. Copesa.
- EDIALBUM. (1986). *Los Transformers* [álbum de láminas]. Edialbum.
- JENKINS, H. (15 de enero de 2003). *Transmedia Storytelling, moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling*. Technology Review.
- LOVATO, A. (2019). Diseño narrativo para AR y VR en proyectos transmedia de no ficción. XXI Congreso de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo. Universidad de Salta.
- LOZADA, Á., Betancur, S. (2016). *La gamificación en la educación superior: una revisión sistemática*. Universidad de Medellín.
- LUGO, N., Masanet, M. J. y Scolari, C. (2019). Educación transmedia. De los contenidos generados por los usuarios a los contenidos generados por los estudiantes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 116-132. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1324>
- MOLES, A. (1975). *Teoría de los objetos*. Editorial Gustavo Gili.
- MUNDICROM. (1968). *Flora y fauna* [álbum de láminas]. Mundicrom.
- MUNDICROM. (1968). *Historia de Chile* [álbum de láminas]. Mundicrom.
- MUNDICROM. (1975). *Flora y fauna* [álbum de láminas]. Mundicrom.
- NÚÑEZ, S., Fuentes, E. y Mena, J. (2023). *Los artefactos como objetos de conocimiento en experiencias estéticas desde lo cotidiano*. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.
- PANINI. (2003). *Machos* [álbum de láminas]. Panini.
- PANINI. (2008). *Yingo* [álbum de láminas]. Panini.
- ROLDÁN, A. (2015). *Prácticas estéticas de intervención de los objetos. La arqueología del objeto como contenedor de signos*. Universidad Tecnológica de Pereira.
- SALO. (1996). *Caballeros del Zodiaco II* [álbum de láminas]. Salo.
- SALO. (1997). *Dragon Ball* [álbum de láminas]. Salo.
- SALO. (1997). *Sailor Moon* [álbum de láminas]. Salo.
- SALO. (2001). *WWF* [álbum de láminas]. Salo.
- SALO. (2002 y 2003). *Axé Bahía* [álbum de láminas]. Salo.
- SALO. (2009). *Reality 1810* [álbum de láminas]. Salo.
- SARTORI, G. (1998). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Taurus.
- SCOLARI, C. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
- SILVA, M. y Jéldrez, E. (2022). *Motivación por la lectura y dificultades de comprensión lectora en estudiantes de Educación Básica*. Centro de Investigación Avanzada en Educación (CIAE).

---

Derechos de autor: Universidad Nacional de Colombia.

Este documento se encuentra bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0).



**ES Narrativas Transmedia en Concepción: exploración de la producción audiovisual y cultural en la región del Biobío (Chile)**

**EN Transmedia narratives in Concepción: exploring audiovisual and cultural production in the Biobío region (Chile)**

**ITA Narrative transmediali a Concepción: esplorazione della produzione audiovisiva e culturale nella regione del Biobío (Cile)**

**FRA Récits transmédiás à Concepción : exploration de la production audiovisuelle et culturelle dans la région du Biobío (Chili)**

**POR Narrativas transmídia em Concepción: exploração da produção audiovisual e cultural na região do Biobío (Chile)**

*Manuel Alejandro Rivera Careaga &  
Mario Andrés Montaner Bastías*



# Narrativas Transmedia en Concepción: exploración de la producción audiovisual y cultural en la región del Biobío (Chile)

Recibido: 4/09/2024; Aceptado: 14/05/2025; Publicado en línea: 30/06/2025  
<https://doi.org/10.15446/actio.v9n1.121528>

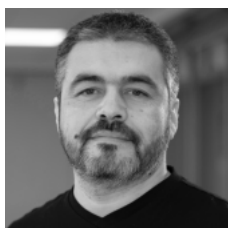


**MANUEL ALEJANDRO  
RIVERA CAREAGA**

Doctor en Investigación en Medios de Comunicación. Académico del Departamento de Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Comunicación, Historia y Ciencias Sociales, en la Universidad Católica de la Santísima Concepción (UCSC) de Chile.

Correo electrónico:  
[mrivera@ucsc.cl](mailto:mrivera@ucsc.cl)

0000-0001-9501-4277



**MARIO ANDRÉS  
MONTANER BASTÍAS**

Magister en Comunicación Creativa, Periodista y Licenciado en Comunicación Social. Académico del Departamento de Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Comunicación, Historia y Ciencias Sociales, en la Universidad Católica de la Santísima Concepción (UCSC) de Chile. Cursa actualmente el Doctorado en Educación en Consorcio (UCSC, UCM, UCT y UBB, Chile).

Correo electrónico:  
[mmontaner@ucsc.cl](mailto:mmontaner@ucsc.cl)

0000-0002-8878-1475

## RESUMEN (ES)

El avance tecnológico, el ecosistema de la comunicación, la convergencia mediática y la cultura colaborativa han permitido que las experiencias de creación audiovisual puedan expandir sus alcances al público gracias a la participación de los públicos. Por ello, la trascendencia de las narrativas transmedia ha permitido dinamizar a la industria creativa y generadora de contenidos creando experiencias y productos mediáticos de interés en todo el mundo. Este estudio, de carácter cualitativo y exploratorio, revisa la implementación y desarrollo de narrativas transmedia en la zona centro-sur de Chile, específicamente, en la ciudad de Concepción, ubicada en la región del Biobío, donde estos trabajos están modificando el panorama cultural y mediático de la zona. Esta descripción recoge, por tanto, información de interés al tratarse de una primera revisión local de estas prácticas. Si bien la producción audiovisual se ha consolidado principalmente en la capital del país, en los últimos años, la creación de estas nuevas experiencias narrativas que han involucrado a las audiencias en el proceso ha ampliado las plataformas de difusión y ha fortalecido la identidad y la producción audiovisual cultural de la región.

**PALABRAS CLAVE:** *narrativa transmedia; contenidos; experiencias; audiovisual; local; Chile.*

## ABSTRACT (ENG)

Technological advances, the communication ecosystem, media convergence, and collaborative culture have allowed audiovisual creation experiences to expand their reach to the public through audience participation. As a result, the significance of transmedia narratives has revitalized the creative and content-producing industry, creating media experiences and products of interest around the world. This qualitative and exploratory study examines the implementation and development of transmedia narratives in south-central Chile, specifically in the city of Concepción, located in the Biobío region, where these works are reshaping the cultural and media landscape of the area. This description offers valuable insights, as it constitutes

the first local review of these practices. While audiovisual production has mainly been consolidated in the country's capital, in recent years the creation of these new narrative experiences—actively involving audiences in the process—has expanded dissemination platforms and strengthened the cultural identity and audiovisual production of the region.

**KEYWORDS:** *transmedia narrative; content; experiences; audiovisual; local; Chile.*

## RIASSUNTI (ITA)

Il progresso tecnologico, l'ecosistema della comunicazione, la convergenza mediatica e la cultura collaborativa hanno permesso alle esperienze di creazione audiovisiva di ampliare il proprio raggio d'azione grazie alla partecipazione del pubblico. Pertanto, l'importanza delle narrazioni transmediali ha permesso di dinamizzare l'industria creativa e generatrice di contenuti, creando esperienze e prodotti mediatici di interesse in tutto il mondo. Questo studio, di natura qualitativa ed esplorativa, esamina l'implementazione e lo sviluppo delle narrazioni transmediali nella zona centro-meridionale del Cile, in particolare nella città di Concepción, situata nella regione del Biobío, dove questi lavori stanno modificando il panorama culturale e mediatico della zona. Questa descrizione fornisce quindi informazioni di rilievo, in quanto rappresenta una prima analisi locale di queste pratiche. Sebbene la produzione audiovisiva si sia consolidata principalmente nella capitale del Paese, negli ultimi anni la creazione di queste nuove esperienze narrative che hanno coinvolto il pubblico nel processo ha ampliato le piattaforme di diffusione e rafforzato l'identità e la produzione audiovisiva culturale della regione.

**PAROLE CHIAVE:** *narrativa transmediale; contenuti; esperienze; audiovisivo; locale; Cile.*

## RÉSUMÉ (FRA)

Les progrès technologiques, l'écosystème de la communication, la convergence des médias et la culture collaborative ont permis aux expériences de création audiovisuelle d'élargir leur portée auprès du public grâce à la participation de ce dernier.

Ainsi, l'importance des récits transmédiés a permis de dynamiser l'industrie créative et génératrice de contenus en créant des expériences et des produits médiatiques qui suscitent l'intérêt dans le monde entier. Cette étude, de nature qualitative et exploratoire, examine la mise en œuvre et le développement des récits transmédiés dans le centre-sud du Chili, plus précisément dans la ville de Concepción, située dans la région du Biobío, où ces travaux modifient le paysage culturel et médiatique de la région. Cette description fournit donc des informations pertinentes, car il s'agit d'une première analyse locale de ces pratiques. Si la production audiovisuelle s'est principalement consolidée dans la capitale du pays, ces dernières années, la création de ces nouvelles expériences narratives qui ont impliqué le public dans le processus a élargi les plateformes de diffusion et renforcé l'identité et la production audiovisuelle culturelle de la région.

**MOTS-CLÉS :** *récit transmédia ; contenus ; expériences ; audiovisuel ; local ; Chili.*

#### **RESUMO (POR)**

O avanço tecnológico, o ecossistema da comunicação, a convergência midiática e a cultura colaborativa permitiram que as experiências de criação audiovisual pudessem expandir seu alcance ao público graças à participação deste. Por isso, a importância das narrativas transmídia permitiu dinamizar a indústria criativa e geradora de conteúdos, criando experiências e produtos midiáticos de interesse em todo o mundo. Este estudo, de caráter qualitativo e exploratório, analisa a implementação e o desenvolvimento de narrativas transmídia na região centro-sul do Chile, especificamente na cidade de Concepción, localizada na região do Biobío, onde esses trabalhos estão modificando o panorama cultural e midiático da região. Esta descrição reúne, portanto, informações relevantes, por se tratar de uma primeira análise local dessas práticas. Embora a produção audiovisual tenha se consolidado principalmente na capital do país, nos últimos anos, a criação dessas novas experiências narrativas que envolveram o público no processo ampliou as plataformas de difusão e fortaleceu a identidade e a produção audiovisual cultural da região.

**PALAVRAS-CHAVE:** *narrativa transmídia; conteúdos; experiências; audiovisual; local; Chile.*

## INTRODUCCIÓN

El influjo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, el surgimiento de nuevas aplicaciones y la disruptiva Inteligencia Artificial presente en múltiples campos de la industria de medios, ha derivado en lo que hoy se conoce como *sociedad hipercomunicada* (Caldeiro-Pedreira y Aguaded, 2015), cuyo relato exhibe, precisamente, la omnipresencia de dichas tecnologías (Foronda, Martínez y Urbina, 2018).

En este nuevo escenario social, digital y mediático, han surgido comportamientos y consecuencias identificadas como no beneficiosas para los usuarios, y por ello han sido denominadas como vicios: una de ellas, la infoxicación (Cornella, 2003), que se relaciona con los efectos que genera un bombardeo y consumo desmedido de contenidos mediáticos por parte de las personas que no cuentan con la capacidad de discernir qué es lo valioso o verdadero y lo qué no lo es; y la infoxicación digitovisual (Aguaded, Marín-Gutiérrez y Caldeiro-Pedreira, 2018), que se sitúa en la misma línea, pero está vinculada exclusivamente a los contenidos audiovisuales. En medio de estas nuevas conceptualizaciones, resuena la visión anticipada del académico inglés H. Jenkins (2006), quien sugería que las nuevas tecnologías, la internet y su gran expansión en el planeta no necesariamente conduciría a estimular habilidades profesionales o sociales, ni tampoco a que las personas pudieran incorporar un amplio conocimiento cultural que desembocara en beneficios para quienes las utilizaran recurrentemente y solo por el hecho de hacerlo. Los avances tecnológicos en materia de información y comunicación, sumado a los consecuentes vicios ya descritos, solo han puesto de relieve la necesidad de asumir, como ciudadanos, un firme rol de responsabilidad y compromiso para la asimilación social y la obtención de beneficios (Culver y Jacobson, 2012). Precisamente una de estas oportunidades de trabajo colaborativo para quienes consumen y producen contenido, los llamados prosumidores, se materializa en la generación de proyectos desarrollados bajo el alero

de las narrativas transmedia que, de forma particular, permiten la expansión de las historias de forma infinita a través de diferentes medios y plataformas, amplificando así su significación por medio de la interacción de los consumidores con ese contenido, pues cooperan activamente de ese proceso abierto de expansión creativa y narrativa (Scolari, 2013).

Esto marca una diferencia significativa con el concepto de adaptación, que se podía limitar solamente a tener un contenido o historia que se transfería directamente desde un soporte a otro, como si un producto se pudiera replicar de forma idéntica desde un medio a otro sin considerar las enormes diferencias, condicionalidades y posibilidades que tiene una plataforma respecto de otra. Del mismo modo, si antes del transmedia se pensaba que una historia narrada se cerraba indefinidamente, sin permitir a las audiencias y públicos receptores transformar esa historia en otras infinitas posibilidades, ampliar los mundos en donde se realiza, modificar los tiempos de la historia o conectar a personajes de una saga con otra, la idea de las narrativas transmedia entrega las posibilidades de redefinir esta tendencia. Esto lo venía estudiando previamente el académico estadounidense Henry Jenkins (2006) al analizar la cultura de la colaboración perfeccionada por los grupos de aficionados al comic, a la TV, el cine y a las consolas de videojuegos, quienes se reunían masivamente en eventos autogestionados, se vestían a la perfección de sus personajes favoritos y recreaban escenas grabándolas en vídeos que luego colgaban en internet para que se difundieran. Finalmente, los contenidos no eran rígidos, las historias mutaban, se amplifican y el público era el detonante de ese cambio.

Las obras de creación audiovisual y cultural, por su carácter masivo, reflexivo y de cercanía con la comunidad, conforman una excelente oportunidad para el desarrollo de este tipo de dinámica de gestión y realización. Precisamente por ello, el valor de descubrir si estos proyectos han sido generados desde regiones, lejos de las grandes urbes metropolitanas, y la eficacia que podrían haber tenido en cuanto a participación de audiencia e impacto mediático. Hubo un primer análisis que, de forma incipiente, y a través de una publicación científica, describió la medición de la plataforma televisiva local y revisó la clasificación de las industrias creativas de la ciudad de Concepción (Rivera, 2018) en la región del Biobío. En este trabajo se describen las categorías referidas por el Consejo Nacional de las Culturas y las Artes (2014) dependiente del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, de la siguiente manera: artesanía, artes visuales, fotografía, teatro, danza, artes circenses, editorial, música, audiovisual, arquitectura, diseño y nuevos medios. Todas ellas abordan el aspecto cultural y artístico en su creación, gestión y ejecución,



por lo que se plantea ahora la necesidad de revisar nuevamente estas disciplinas, y la conexión que pudiesen tener en la generación de proyectos transmedia.

## METODOLOGÍA

Respecto a la metodología que sustenta este estudio, se ha definido que nuevamente se desarrolle en la región del Biobío, ubicada en la zona sur de Chile, ya que no solo existen los antecedentes del análisis previo ya mencionado, sino que es relevante, además, porque con 1 556 805 habitantes (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile [BCN], 2017) es la segunda zona más habitada del país luego de la región Metropolitana. Concepción se ha convertido en un importante polo de desarrollo industrial, artístico y universitario, por lo que continuar con el análisis de lo que allí ocurre es particularmente relevante en cuanto representa un ejemplo de contexto regional de alta potencialidad para implementar productos audiovisuales y culturales con formato transmedia.

Es importante señalar que, para este artículo, la noción de industria se refiere referido al concepto de Industria Creativa, definido por la Unesco como «aquellos sectores de la actividad organizada que tienen como objeto principal, la producción o reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial» (Unesco, 2010). Por otra parte, hacia 2014 aparecen conceptos como multimedia, crossmedia y transmedia por primera vez en los informes del Ministerio de las Culturas como una oportunidad de explorar nuevos formatos para una obra artística y dentro de los sectores más apoyados en torno a su capacidad de generar rentabilidad se encuentran audiovisual, ya que potencia la imagen-país en el exterior (Cultura, 2014).

Por este motivo, al revisar y analizar estas experiencias, el presente estudio no solo contribuye a la comprensión académica de las narrativas transmedia en contextos regionales, sino que también proporciona una base práctica para otros creadores de la industria creativa de otras localidades que busquen innovar en la producción audiovisual, artística y cultural; tema clave en un país geográficamente diverso como Chile.

El propósito general de esta investigación fue descubrir si existen productos culturales y audiovisuales que hayan sido diseñados con base en las narrativas transmedia

en la ciudad de Concepción a partir del año 2020. Los objetivos específicos propuestos incluyen: revisar las estrategias narrativas utilizadas en los productos transmedia como parte de la industria creativa regional, y analizar cómo estas narrativas afectan la identidad audiovisual y cultural regional.

Para atender al objetivo trazado y responder a las preguntas de investigación, se ha optado por desarrollar esta investigación desde una metodología de tipo cualitativa exploratoria, debido a que son escasos los trabajos académicos disciplinares que abordan la temática de las narrativas transmedia a nivel regional en Chile. Por otra parte, dentro de esta metodología, se ha optado por la clasificación de Yin (2009) para los estudios de caso, que aborda dos ejes principales: el número de casos y las unidades de análisis, considerando finalmente el diseño de tipo global, con carácter de caso múltiple no comparativo, ya que, como indica Echevarría (2011), se generan criterios de análisis que permiten estudiar más de un caso, pero sin comparar variables entre ellos, sino solo indagar si componen los criterios seleccionados previamente.

Para definir el procedimiento se definieron los enunciados semánticos: «Narrativas transmedia», «Proyectos transmedia», «Proyectos culturales en», «Proyectos audiovisuales en», «Concepción», «Región del Biobío», «Chile», como conceptos de búsqueda en dos repositorios académicos: Scielo Chile y Scopus. Además, se investigó la cobertura noticiosa que han tenido los eventos de culturales y de espectáculo en las secciones con estas temáticas en los portales de internet de la prensa regional del Biobío, escogiendo dos medios de interés: diario *El Sur* y su web (elsur.cl) y Radio Biobío (Biobiochile.cl), considerados ambos, como los de mayor notoriedad y tradición noticiosa a nivel local. La búsqueda semántica en estas cuatro bases de datos y noticiosas, se complementó con los registros experienciales de los autores y la ordenación cronológica del mapeo de industrias creativas regionales anteriormente publicada.

Para establecer el trabajo de categorización y aceptación se abordaron los tres criterios esenciales de la narrativa transmedia descritos inicialmente por Jenkins (2008) y masificados posteriormente en su traducción en español por Scolari (2013), revisándose alternadamente para ambos autores, en un proceso que se extendió por veinte días. Las categorías que se establecieron fueron:

- Que los relatos se desplegaran a través de diversos medios y plataformas
- Que existiera una expansión de la historia
- Que haya ocurrido una participación de la audiencia en esa expansión

Es importante mencionar que estas dos últimas condiciones están del todo conectadas y dependen una de otra para una configuración real de la experiencia transmedia.

Atendidos estos criterios de selección, se consideraron como parte de la muestra solo aquellas experiencias que estuvieran conformadas por estas tres características claramente definidas y demostrables, tanto en la descripción del proyecto como en sus objetivos. También se consideraron aquellas iniciativas que lograron dichos efectos en sus resultados, una vez ejecutado el proyecto, y que pueden ser validada a través de la cobertura de difusión que se realizó posteriormente.

Se establecieron como marco cronológico las actividades ejecutadas al año 2020, haciendo coincidir el cambio de década con una escala de tiempo que permitiera cumplir con un mínimo de validez metodológica de al menos tres años. Además, ese período de mayor extensión permite observar el avance regional en cuanto a inversión privada, el uso de diferentes estrategias de difusión y los actores involucrados en los proyectos.

Se descartaron los proyectos que no cumplieran con la demostración de algunos de los tres criterios esenciales que caracterizan a las narrativas transmedia. De esta forma, se encontró un total de doce proyectos realizados en el período comprendido entre 2020 y 2024 que cumplieran adecuadamente los requisitos y, a partir de ellos, solo tres estaban vinculados exclusivamente a desarrollos que tuviesen que ver, desde su génesis, con temáticas audiovisuales. Estos son los que se describen a continuación:

1. **Memoria Fílmica Pencopolitana:** inició en el año 2018 como un proyecto colectivo multidisciplinario que busca investigar, hacer divulgación y rescate del patrimonio audiovisual pencopolitano, reúne a comunicadores audiovisuales, investigadores y gestores culturales a través de la realización y participación de diversas acciones culturales y educativas como charlas, talleres y exhibiciones con escolares de enseñanza básica, media y de educación superior, reforzando así sus investigaciones sobre el cine, la fotografía y la ilustración. La agrupación ha adjudicado diversos fondos locales y nacionales con proyectos de
2. **Proyecto Vermut:** colectivo cultural formado por actores, periodistas y agentes culturales, que busca poner en valor los espacios arquitectónicos y de encuentro social que representaban los cines antiguos de la ciudad de Concepción a través de la exhibición de películas al interior de las galerías comerciales donde estos se encontraban establecidos. La agrupación comienza en el año 2012, y en la última década han propiciado un relato de interés patrimonial para las galerías y cines abandonados, que han permitido al público repensar los espacios de antaño en lugares de encuentro y reflexión. Se han adjudicado fondos concursables de carácter público y regional que le han permitido hacer exhibiciones de películas en espacios céntricos de la ciudad donde, durante las décadas de los 80 y los 90, existían cines que hoy en día se encuentran cerrados. Sus iniciativas se han expandido a otras ciudades de la región como Coronel, Tomé, Lebu y Los Ángeles. Además, han propiciado encuentros, conversatorios, caminatas, talleres y capsulas audiovisuales de género documental con arquitectos e historiadores, que transmiten los relatos de cómo era la actividad sociocultural hace algunas décadas.
3. **Biobío en 100 palabras:** creado en el año 2012 por la Fundación Plagio y la Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones (CMPC). Se trata de un concurso literario anual que invita a escribir relatos breves sobre la vida en la ciudad y la región del Biobío, promoviendo

financiamiento público para el rescate del patrimonio fílmico de la región del Biobío, itinerancias de festivales de cine, capacitaciones en historia del cine local y creación de material de difusión fílmica. El rescate del material fílmico perdido en la zona ha consistido en la recuperación del celuloide, en la corrección de imagen de sus fotogramas y en la sonorización de algunos cortometrajes de animación mudos.

Su clasificación como transmedia se debe a su estrategia de expandir la experiencia de las proyecciones audiovisuales más allá de la exhibición física. Muy activos en redes sociales y en plataformas digitales han generado interacciones con sus audiencias de interés, participando de manera personalizada y creando nuevas narraciones y conversaciones que conectan con los contenidos cinematográficos referidos a la comunidad local, lo que se revisa en las diversas actividades ejecutadas en el período de tiempo observado. Por otra parte, han iniciado entrevistas con artistas, charlas, talleres y capacitaciones en vivo y en plataformas digitales vía *streaming*, lo que ha expandido el alcance e impacto de sus iniciativas.

la creatividad y la cultura local en sus más de cien mil cuentos recibidos hasta la fecha. El concurso, que ha alcanzado gran éxito, se ha extendido también a otras regiones del país como Santiago, Valparaíso e Iquique. También se han desarrollado eventos de forma internacional con experiencias en Medellín, Puebla y Praga. El proyecto incluye, además, la edición de libros, encuentros musicales, capacitaciones y talleres con escritores de renombre, premiaciones gratuitas y en espacios abiertos para realizar espectáculos familiares, creación de murales, ilustraciones gráficas que representan a los relatos y exposiciones interactivas en variadas zonas de la ciudad; lo que enriquece la experiencia narrativa, aumenta la interacción en redes sociales, crea un relato de interés en la ciudadanía, y le entrega un valor a la ciudad donde se reside.

## RESULTADOS

Luego de la revisión metodológica desarrollada, los resultados se manifestaron de la siguiente manera:

1. Artículos encontrados con los enunciados semánticos en la plataforma de investigación Scielo Chile: 0
2. Artículos encontrados con los enunciados semánticos en la plataforma de investigación Scopus: 0
3. Actividades culturales transmedia encontrados en el medio digital elsur.cl:5
4. Capacitación en gestión cultural y proyectos transmedia como parte del ciclo de formación que realiza el Festival Internacional de Teatro del Bío Bío (FTB) (El Sur, 2020, abril 2).
5. Estreno película Dominio Vigente (El Sur, 2020, julio 30).
6. Actividades Memoria Fílmica Pencopolitana (El Sur, 2022, mayo 4).
7. BioBingo en lanzamiento de Biobío en 100 palabras (El Sur, 2024, julio 10).
8. Premiación Proyecto Vermut (El Sur, 2024, mayo 25).
9. Actividades culturales transmedia encontrados en el medio digital biobiochile.cl:7
10. Ex cine Windsor y proyecto Vermut (Díaz, 2020, febrero 11).

11. Festival de cine europeo se realizará online (Contreras, 2020, mayo 20).
12. Musicalización de cuentos ganadores en Biobío en 100 palabras (Suazo, 2021, enero 15).
13. Ganadores Concurso Biobío en 100 palabras (Carrillo, 2024, enero 19).
14. Estreno de película en Berlinale (López, 2024, febrero 9).
15. Biobingo como parte de las actividades del concurso Biobío en 100 palabras (Rivas, 2024, agosto 8).
16. Charlas magistrales Concurso Biobío en 100 palabras (Rivas, 2024, agosto 28).

De esta manera, se verifica el acotado número de proyectos que cumplen con las características validadas como transmedia, y que, de ellos, solo tres responden con incidencia directa en la zona delimitada para el estudio. Un hallazgo relevante de este primer estudio regional en el Biobío, y particular con las acciones realizadas en la ciudad de Concepción, es descubrir que los proyectos audiovisuales y culturales que han incorporado las narrativas transmedia están permitiendo que los productos audiovisuales y culturales tengan una expansión de contenido y de alcance en las audiencias y públicos más significativa e interactiva.

La planificación que se ha realizado en cada caso para integrar a múltiples plataformas en el diseño y difusión de los contenidos ha permitido crear universos narrativos más complejos que el formato tradicional. Esto se ha logrado comprendiendo las características propias de cada aplicación móvil, las redes sociales, los portales web o las actividades públicas en vivo con estándares de calidad y objetivos precisos. Por ejemplo, un concurso literario como Biobío en 100 palabras, que se realiza de forma anual a través de una plataforma web desde donde se escriben los cuentos postulantes, ha incorporado a la idea de escribir historias, las diversas posibilidades de narración, desde lo material en el formato físico (libros) hasta lo abierto y disponible en las calles (murales), las intervenciones públicas a través de ilustraciones, las lecturas de cuentos, las interpretaciones musicales de los cuentos ganadores, y diversas actividades que se realizan desde sus plataformas digitales, abiertas todo el año y con una alta cantidad de seguidores.

Dentro de ese contexto, es prioritaria la participación de cada público, audiencia o usuario, creando contenido, interactuando en las plataformas digitales, comentando,

realizando votaciones, grabaciones, o compartiendo fotografías y vídeos. Esta participación, junto con aumentar las redes de alcance y, por ende, la historia que la actividad intenta narrar también fortalece la conexión emocional entre estos receptores y la agrupación organizadora.

Otro resultado importante es la certeza del establecimiento de las narrativas transmedia como una nueva forma de desarrollo de productos audiovisuales y culturales en la región del Biobío y la ciudad de Concepción. El desarrollo de esta metodología de trabajo de forma permanente y con formatos y características diversas permite asegurar espacios de creatividad para la industria creativa multidisciplinaria regional. Destaca en este ámbito lo que ha realizado Proyecto Vermut, que ha valorado el sentido social y cultural de las salas de cine que permanecen cerradas en diversas galerías comerciales de la zona céntrica de la ciudad. El proyecto ha montado dispositivos de recuperación sensorial sobre esas salas, realizando proyecciones públicas en las fachadas de esos espacios, donde los asistentes participan llevando sus propias sillas para la exhibición y generando conversatorios una vez finalizada la obra, la que además se trata mayoritariamente de cine clásico. Junto a eso, durante los meses de exhibición se generan recorridos histórico-culturales en los alrededores, visitas a medios de comunicación, exhibiciones fotográficas con las historias de los cines y charlas en colegios y universidades.

Es trascendente, además, porque a la vista de estas experiencias financiadas a través de fondos públicos concursables le permite repensar a los creadores de la zona en los desafíos financieros y tecnológicos que estas iniciativas conllevan. Se vislumbra, entonces, la necesidad y oportunidad de la colaboración con empresas y organizaciones que apoyen estas actividades, y puedan crear redes de colaboración entre los propios colectivos locales.

Dentro del impacto a la identidad cultural regional se puede señalar que los productos transmedia realizados en Concepción han presentado un impacto positivo en el fortalecimiento de temáticas, personajes y contextos propios de la zona, conectando a la audiencia de manera auténtica, lo que ha llevado a el reconocimiento cultural local y al éxito de las iniciativas.

## DISCUSIÓN

Un apartado importante en la discusión que presenta este artículo es poder revisar en el presente o en un futuro cercano experiencias similares en otros contextos regionales y locales a lo largo del país que sugieran

desafíos respecto a la capacidad de desarrollar proyectos audiovisuales y culturales en formato transmedia, que destaquen por la participación de los públicos y la relevancia cultural de impacto en esas zonas. Esto, en particular, sería interesante de revisar en las regiones más alejadas del centro territorial, donde está ubicada el área metropolitana y la capital (Santiago), específicamente en las regiones del extremo norte y sur de la nación. La revisión de esos antecedentes podría aportar ciertas luces de la situación a nivel país de las narrativas transmedia y proyectar sus alcances más inmediatos. Sería posible, además, poder contrastar la información obtenida (alcance, plataformas utilizadas, financiamiento o participación de la audiencia, entre otros datos) de carácter regional con la derivada desde la capital.

Otra materia relevante para analizar se relaciona con los aspectos evaluativos y de control de los objetivos, dentro de la planificación inicial de cada proyecto audiovisual y cultural en formato transmedia. Esto significa que se deben generar instancias de medición de resultados en las estrategias a corto y mediano plazo dentro de las actividades. Estas evidencias, reflejadas muchas veces en métricas y datos cuantitativos, podrían propender a asegurar una continuidad de los proyectos, a mejorar su financiamiento, y principalmente a disponer de mejor forma, la gestión de los recursos financieros, técnicos y humanos. Mientras existan mediciones permanentes de cada actividad en las etapas que involucran, se podrían corregir las acciones necesarias para que los resultados sean positivos.

## CONCLUSIONES

Este estudio demuestra que las narrativas transmedia, presentes en los productos audiovisuales y culturales en la ciudad de Concepción, están aportando un rol crucial en la transformación del panorama comunicacional y mediático de la región. Si bien inicialmente, el número obtenido parece menor, no deja de ser cierto, que a través de temáticas e historias que generan conexión emocional con las audiencias locales, estas experiencias han permitido contar historias que se expanden gracias a la participación de los públicos y audiencias, generando un polo emergente de gran interés, en cuanto a creatividad y gestión de recursos.

Se concluye, además, que las temáticas y formatos de realización en los productos desarrollados son diversos en su género y amplios en su convocatoria y, por tanto, abarcan todas las áreas de la industria creativa regional. Esto es significativamente relevante porque da cuenta que no existe una especificidad en la que se concentren las iniciativas, o que sea un grupo reducido de participantes

quienes expanden los contenidos, sino que son variadas las oportunidades de creación y de trabajo colaborativo que se puede desarrollar.

Es destacable también que las actividades transmediales realizadas a la fecha responden tanto a esfuerzos de financiamiento con carácter público-estatales como base, también existe un apoyo de organizaciones particulares y de empresas privadas de la zona, que buscan potenciar el carácter y el valor cultural de la ciudad. De esta forma, más allá del origen de los recursos que gestionan los proyectos, se destaca la existencia del consenso transversal en ver a las narrativas transmedia, como una buena forma de crear lazos emocionales con los públicos y de aumentar el impacto narrativo del proyecto.

## REFERENCIAS

- AGUADED, I., Marín-Gutiérrez, I., y Caldeiro-Pedreira, M. (2018). Desarrollo de la competencia mediática en el contexto iberoamericano. *Revista Letral*, 20, 156-182. <https://doi.org/10.30827/RL>
- BIBLIOTECA del Congreso Nacional de Chile (BCN). (2024). *Concepción reporte comunal 2024*. [https://www.bcn.cl/siit/reportescomunales/comunas\\_v.html?anno=2024&idcom=8101](https://www.bcn.cl/siit/reportescomunales/comunas_v.html?anno=2024&idcom=8101)
- CALDEIRO-PEDREIRA, M. y Aguaded, I. (2015). Alfabetización comunicativa y competencia mediática en la sociedad hipercomunicada. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 1(9), 37-56.
- CARRILLO, A. (2024, enero 19). Con la narración de Nestor Cantillana, presentan cuentos ganadores de BioBio en 100 palabras. *BiobioChile*. <https://www.biobiochile.cl/noticias/artes-y-cultura/actualidad-cultural/2024/01/19/con-la-narracion-de-nestor-cantillana-presentan-cuentos-ganadores-de-biobio-en-100-palabras.shtml>
- CONSEJO Nacional de las Culturas y las Artes (2014). *Mapeo de las Industrias Creativas en Chile. Caracterización y Dimensionamiento*. Publicaciones Cultura.
- CONTRERAS, E. (2020, mayo 20). Festival de cine europeo tendrá edición gratuita online. *BiobioChile*. <https://www.biobiochile.cl/noticias/artes-y-cultura/actualidad-cultural/2020/05/20/festival-cine-europeo-concepcion-tendra-edicion-gratuita-online-la-pandemia.shtml>
- CORNELLA, A. (2003). *Infoxicación. Buscando un orden en la información*. Infonomia.
- CULVER, S. y Jacobson, T. (2012). Media Literacy and Its Use as a Method to Encourage Civic Engagement. *Comunicar*, 20(39), 73-80. <https://doi.org/10.3916/C39-2012-02-07>
- DÍAZ, N. (2020, febrero 11). El renacer cultural del ex cine Windsor, más de 10 mil personas lo han visitado desde su apertura. *BiobioChile*. <https://www.biobiochile.cl/noticias/nacional/region-del-bio-bio/2020/02/11/el-renacer-cultural-del-ex-cine-windsor-mas-de-10-mil-lo-han-visitado-desde-su-reapertura.shtml>
- ECHEVARRÍA, H. D. (2011). *Diseño y plan de análisis en investigación cualitativa*. Homo Sapiens Ediciones.
- EL Sur. (2020, abril 2). FTB ofrecerá taller de gestión cultural y proyectos transmedia. *El Sur*. <https://www.elsur.cl/impres/2020/04/02/full/cuerpo-principal/20/>
- EL Sur. (2020, julio 30). Dominio Vigente, primer largometraje de Juan Mora. *El Sur*. <https://www.elsur.cl/impres/2020/07/30/full/cuerpo-principal/20/>
- EL Sur. (2022, mayo 4). Plataforma local rescata patrimonio filmico del Gran Concepción. <https://www.elsur.cl/impres/2022/05/04/full/cuerpo-principal/20/>
- EL Sur. (2024, julio 10). BioBingo dio el vamos a Biobío en 100 palabras. *El Sur*. <https://www.elsur.cl/impres/2024/07/10/full/cuerpo-principal/20/>
- EL Sur. (2024, mayo 25). Raoul Peck logra premio al mejor documental proyecto Vermut. *El Sur*. <https://www.cultura.gob.cl/publicaciones/mapeo-de-las-industrias-creativas-en-chile/https://www.elsur.cl/impres/2024/05/25/full/cuerpo-principal/19/>
- FORONDA Rojo, A., Martínez de Morentin de Goñi, J. I. y Urbina, A. (2018). Grado de competencia mediática en alumno adolescente de Esmeraldas (Ecuador). *Pixel.Bit. Revista de medios y educación*, (52), 151-165.
- JENKINS, H. (2006). Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century. MacArthur Foundation.
- JENKINS, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- LÓPEZ, M. (2024, febrero 9). Oasis, película de colectivo MAFI sobre el proceso constitucional se estrena en Berlinale. *BiobioChile*. <https://www.biobiochile.cl/noticias/artes-y-cultura/actualidad-cultural/2024/02/09/oasis-pelicula-de-colectivo-mafi-sobre-el-proceso-constitucional-se-estrenara-en-la-berlinale-2024.shtml>

MINISTERIO de las Culturas, las Artes y los Patrimonios. (2014, enero 17). *Mapeo de las Industrias Creativas en Chile*. <https://www.cultura.gob.cl/publicaciones/mapeo-de-las-industrias-creativas-en-chile/>

RIVAS, F. (2024, agosto 8). Biobío en 100 palabras celebra día de la niñez con biobingo gratuito para participar en familia. *BiobioChile*. <https://www.biobiochile.cl/noticias/artes-y-cultura/actualidad-cultural/2024/08/08/biobio-en-100-palabras-celebra-dia-de-la-ninez-con-biobingo-gratuito-para-participar-en-familia.shtml>

RIVAS, F. (2024, agosto 28). Escritor Marcelo Mellado realiza tres charlas magistrales para Biobío en 100 palabras. *BiobioChile*. <https://www.biobiochile.cl/noticias/artes-y-cultura/libros/2024/08/28/escritor-marcelo-mellado-realizara-tres-charlas-magistrales-para-biobio-en-100-palabras.shtml>

RIVERA, M. (2018). Caracterización de la Televisión Regional en el sur de Chile. Una mirada a la Industria Creativa de contenidos audiovisuales. En R. M. Comunicación, Creative Industries Global Conference. *Libro de Actas/Proceeding Book* (pp. 379-385). Colección Mundo Digital.

SCOLARI, C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Editorial Deusto.

SUAZO, C. (2021, enero 15). Hermanos Duran serán parte de la premiación de Biobío en 100 palabras. *BiobioChile*. <https://www.biobiochile.cl/noticias/artes-y-cultura/actualidad-cultural/2021/01/15/hermanos-duran-seran-parte-de-la-premiacion-de-biobio-en-100-palabras.shtml>

UNESCO. (2010). *Mapeo de las Industrias Creativas en Chile*. Publicaciones Cultura.

YIN, R. (2009). *Case study research. Design and methods*. Sage Publications.

---

Derechos de autor: Universidad Nacional de Colombia.

Este documento se encuentra bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0).



- ES** La pantalla collage: el nuevo escenario de la estética visual y relacional a partir de la apropiación pictórica. Una experiencia desde las prácticas creativas y de comunicación transmedia
- EN** The collage screen: the new scenario for visual and relational aesthetics based on pictorial appropriation. An experience from creative practices and transmedia communication.
- ITA** Lo schermo collage: il nuovo scenario dell'estetica visiva e relazionale a partire dall'appropriazione pittorica. Un'esperienza dalle pratiche creative e dalla comunicazione transmediale
- FRA** L'écran collage : le nouveau cadre de l'esthétique visuelle et relationnelle à partir de l'appropriation picturale. Une expérience issue des pratiques créatives et de la communication transmédia
- POR** A tela de colagem: o novo cenário da estética visual e relacional a partir da apropriação pictórica. Uma experiência a partir das práticas criativas e da comunicação transmídia

*Carlos Obando Arroyave  
& Ronald F. Meléndez C.*

# La pantalla collage: el nuevo escenario de la estética visual y relacional a partir de la apropiación pictórica. Una experiencia desde las prácticas creativas y de comunicación transmedia




**CARLOS OBANDO  
ARROYAVE**

Investigador y docente colaborador del Magister en Comunicación Digital y Transmedia de la Universidad Viña del Mar, Chile. Profesor/investigador del Grupo de Estudios Literarios (GEL), línea Literatura, Cultura y Sociedad, Universidad de Antioquia, Colombia.

**Correo electrónico:**  
carlos.obando@udea.edu.co

**Página web:**  
www.carlosoyave.net/libros


 0000-0003-4838-3808



**RONALD F.  
MELÉNDEZ C.**

Doctor en Arte: Producción e Investigación y Máster en Producción Artística de la Universitat Politècnica de València. Maestro en Artes Visuales y profesor del Departamento de Artes Visuales, Facultad de Artes, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

**Correo electrónico:**  
melendezr@javeriana.edu.co

 0000-0002-7981-5290

Recibido: 27/08/2024; Aceptado: 27/05/2025; Publicado en línea: 30/06/2025  
<https://doi.org/10.15446/actio.v9n1.122704>

## RESUMEN (ES)

El siguiente texto corresponde al marco teórico y estado del arte para el desarrollo de una investigación cualitativa de corte etnográfico y con un enfoque transdisciplinar denominado: *La pantalla collage: el nuevo escenario de la estética visual y relacional a partir de la apropiación pictórica*. La investigación plantea una experiencia desde las prácticas creativas y de comunicación transmedia en la fase dos de internet o la denominada web 2.0. Los aportes de este artículo se centran en reflexionar sobre el impacto, los usos y las experiencias artísticas, estéticas y comunicacionales surgidas con la aparición de internet y el ecosistema digital de *softwares* y aplicaciones de código abierto que estimulan y potencian el trabajo colaborativo y en red, a partir de tecnologías que incentivan la emergencia de la cultura *fandom*, propiciada por las narrativas transmedia. El proyecto pretende revisar la estética universal *on-line*, visual y relacional que utiliza experiencias y prácticas creativas y de comunicación como el *remix*, el *mamplig*, el *morphing* y el *mash-up*, desde la apropiación de obras artísticas pictóricas tomadas (asaltadas y readecuadas) de la historia del arte.

**PALABRAS CLAVE:** *apropiación pictórica, resignificación, remezcla, memes, web 2.0, remix, morphing, mashup, collage, transtextualidad, yuxtaposición, posproducción, sampling.*

## ABSTRACT (ENG)

The following text corresponds to the theoretical framework and state of the art for the development of qualitative ethnographic research with a transdisciplinary approach entitled: *The collage screen: the new scenario for visual and relational aesthetics based on pictorial appropriation*. The research proposes an experience based on creative practices and transmedia communication in phase two of the internet, or what is known as Web 2.0. The contributions of this article focus on reflecting on the impact, uses, and artistic, aesthetic, and communicational experiences that have emerged with the advent of the internet and the digital ecosystem of open-source software and

applications that stimulate and enhance collaborative and networked work, based on technologies that encourage the emergence of fandom culture, fostered by transmedia narratives. The project aims to review the universal online, visual, and relational aesthetics that use creative and communicative experiences and practices such as remixing, sampling, morphing, and mashups, based on the appropriation of pictorial artistic works taken (appropriated and readapted) from art history.

**KEYWORDS:** *pictorial appropriation, resignification, remix, memes, web 2.0, sampling, morphing, mashup, collage, transtextuality, juxtaposition, post-production.*

## RIASSUNTI (ITA)

Il testo che segue corrisponde al quadro teorico e allo stato dell'arte per lo sviluppo di una ricerca qualitativa di tipo etnografico e con un approccio transdisciplinare denominata: *Lo schermo collage: il nuovo scenario dell'estetica visiva e relazionale a partire dall'appropriazione pittorica*. La ricerca propone un'esperienza basata sulle pratiche creative e di comunicazione transmediale nella fase due di Internet o nella cosiddetta web 2.0. I contributi di questo articolo si concentrano sulla riflessione sull'impatto, gli usi e le esperienze artistiche, estetiche e comunicative emerse con la comparsa di Internet e dell'ecosistema digitale di software e applicazioni open source che stimolano e potenziano il lavoro collaborativo e in rete, a partire da tecnologie che incentivano l'emergere della cultura *fandom*, favorita dalle narrazioni transmediali. Il progetto intende rivedere l'estetica universale online, visiva e relazionale che utilizza esperienze e pratiche creative e di comunicazione come il *remix*, il *sampling*, il *morphing* e il *mash-up*, a partire dall'appropriazione di opere artistiche pittoriche prese (appropriate e riadattate) dalla storia dell'arte.

**PAROLE CHIAVE:** *appropriazione pittorica, risignificazione, remix, meme, web 2.0, sampling, morphing, mashup, collage, transtestualità, giustapposizione, post-produzione.*



### RÉSUMÉ (FRA)

Le texte suivant correspond au cadre théorique et à l'état de l'art pour le développement d'une recherche qualitative de type ethnographique et avec une approche transdisciplinaire intitulée : *L'écran collage : le nouveau cadre de l'esthétique visuelle et relationnelle à partir de l'appropriation picturale*. La recherche propose une expérience à partir des pratiques créatives et de communication transmédia dans la phase deux de l'internet ou ce qu'on appelle le web 2.0. Les contributions de cet article se concentrent sur une réflexion sur l'impact, les utilisations et les expériences artistiques, esthétiques et communicationnelles qui ont émergé avec l'apparition d'Internet et de l'écosystème numérique des logiciels et applications open source qui stimulent et renforcent le travail collaboratif et en réseau, à partir de technologies qui encouragent l'émergence de la culture fandom, favorisée par les récits transmédiés. Le projet vise à revoir l'esthétique universelle en ligne, visuelle et relationnelle qui utilise des expériences et des pratiques créatives et de communication telles que le remix, le sampling, le morphing et le mash-up, à partir de l'appropriation d'œuvres artistiques picturales tirées (appropriées et réadaptées) de l'histoire de l'art.

**MOTS CLÉS :** *appropriation picturale, resignification, remix, memes, web 2.0, sampling, morphing, mashup, collage, transtextualité, juxtaposition, post-production.*

### RESUMO (POR)

O texto a seguir corresponde ao quadro teórico e ao estado da arte para o desenvolvimento de uma pesquisa qualitativa de corte etnográfico e com uma abordagem transdisciplinar denominada: *A tela de colagem: o novo cenário da estética visual e relacional a partir da apropriação pictórica*. A pesquisa propõe uma experiência a partir das práticas criativas e de comunicação transmídia na fase dois da internet ou na chamada web 2.0. As contribuições deste artigo se concentram em refletir sobre o impacto, os usos e as experiências artísticas, estéticas e comunicacionais surgidas com o advento da internet e do ecossistema digital de softwares e aplicativos de código aberto que estimulam e potencializam o trabalho colaborativo e em rede, a partir de tecnologias que incentivam o surgimento da cultura fandom, propiciada pelas narrativas transmídia. O projeto pretende revisar a estética universal on-line, visual e relacional

que utiliza experiências e práticas criativas e de comunicação como o remix, o sampling, o morphing e o mash-up, a partir da apropriação de obras artísticas pictóricas tomadas (apropriadas e readequadas) da história da arte.

**PALAVRAS-CHAVE:** *apropriação pictórica, resignificação, remixagem, memes, web 2.0, sampling, morphing, mashup, colagem, transtextualidade, justaposição, pós-produção.*

## INTRODUCCIÓN

La utilización de las redes de telecomunicación en la práctica artística ha sido un hecho que desde las últimas décadas del siglo xx ha influenciado la manera como el arte ha redefinido su condición social de acuerdo con la incidencia que sus tecnologías han aportado a la producción y transmisión de experiencias estéticas y conceptuales. La web 2.0, en particular, representa en gran medida un último estado tecnológico de la red, que se ha caracterizado fundamentalmente por su carácter colaborativo en la creación, producción y distribución de contenidos. No obstante, el uso de la red y su intención colaborativa y de priorización de la comunicación sobre la representación dentro de la práctica artística no ha sido exclusivamente propio de la web 2.0, sino que tiene sus antecedentes en manifestaciones anteriores como el *web art*, el *net art*, el *mail art*, *horror movies*, *montajes art* y otros medios de comunicación que no necesariamente habían necesitado de la conexión a internet para generar una interpretación crítica de los sistemas de comunicación y expresión audiovisual.

Esta indagación tuvo por ejemplo repercusión en las primeras manifestaciones del arte en internet, en las que, como señala Martín Prada (2012), la práctica artística estuvo:

[...] más vinculada a la producción de situaciones y procesos comunicativos particulares que a la generación de obras y a la relación entre arte y medios que encontraría sus antecedentes en el movimiento artístico Fluxus (que disuelve el arte en lo cotidiano), una concentración de procesos de comunicación dentro de estructuras en red y fuera de los circuitos convencionales del arte. (p. 10)<sup>1</sup>

Lo anterior, en el que el objeto artístico, deja de ser tan significativo como empieza a ser el evento comunicativo. Fluxus fue un movimiento artístico no solo de las artes

visuales, sino también de la música, la literatura y la danza que tuvo su gran eclosión en las décadas de los 60 y los 70 del siglo xx. El movimiento se configura en lo sociológico y psicológico, pero deviene en rito comunicativo al declararse una experiencia vital y de enormes repercusiones en el ambiente artístico de los años 1960. La colaboración de artistas como Joseph Beuys, Nam June Paik y Charlotte Moorman fue fundamental para entender el aura de excentricidad que envolvía a los artistas del movimiento y para reconocer las diferentes personalidades y caracteres que alimentaban sus obras de arte expuestas en galerías, donde el *happening* y el videoarte eran las formas más representativas. Fue en esta propuesta artística donde la interdisciplinariedad, así como la adopción de materiales procedentes de diferentes ámbitos (y he aquí la primera señal de reciclaje) iniciaron un camino como pioneros de un arte que cuestionaba el objeto artístico tradicional como mercancía y se proclamaba como un movimiento donde objeto y evento eran importantes en el desarrollo de su propuesta estética.

En este orden de ideas, la primera aproximación de este artículo es la de revisar la producción de objetos artísticos o estéticos producidos en los últimos tiempos para ser vistos en diversas pantallas y escenarios híbridos, en una suerte de consumo transmedia, siempre desde la apropiación pictórica; es decir, desde la resignificación o readecuación de obras pictóricas de la historia del arte, tomadas o asaltadas con o sin permiso, utilizando diversos lenguajes multimedia para su creación y distribución en diversas plataformas del ecosistema híbrido (pantallas y dispositivos digitales, performances, instalaciones y exposiciones físicas y virtuales).

La llegada de la web 2.0, el uso de redes sociales, el fácil acceso a herramientas y *software* nos están permitiendo nuevas formas de creación de contenidos, fundamentalmente fotográficos, audiovisuales y sonoros, en muchos casos producidos por sujetos no profesionales. También la ubicuidad de la pantalla y el desarrollo de dispositivos móviles que posibilitan nuevas experiencias sociales y comunicativas, nos invitan a reflexionar en la manera como surgen estas prácticas artísticas y propuestas estéticas asociadas a la web, y a revisar la incidencia que sobre la sociedad producen estas nuevas tecnologías, no solo desde el quehacer técnico-artístico, sino también desde el pensamiento crítico sobre sus códigos, usos y formas de apropiación.

La creación artística actual encuentra de este modo en la web 2.0 un medio que facilita y estimula la producción colaborativa desde las diferentes aplicaciones que habilitan formas no convencionales de pensamiento en

1 «Fluxus», 2025.

la construcción y expresión de contenidos, todos ellos, desarrollados con base en los principios y características de aplicaciones propias de esta web que, como señalan Christodoulou y Styliaras (2008), se fundamentan en la arquitectura de participación, los datos y metadatos, la web como plataforma, la escalabilidad, la apertura y la libertad. Estos procesos de creación, que por la naturaleza tecnológica de la misma web 2.0 pueden inscribirse dentro de un proyecto de arte digital, hallan en blogs, wikis, web *feeds*, redes sociales, marcadores sociales, productividad personal y colaborativa, entre otros señalados por Christodoulou y Styliaras: espacios de producción que contribuyen dentro de sus dinámicas y naturaleza a la investigación, la creación, la presentación y la diseminación del objeto artístico, y que corresponden al ciclo de vida de la creación de un proyecto de arte digital (2008, p. 36).

#### OBJETO Y EVENTO COMO PROPUESTA ESTÉTICA

Independientemente de la categoría a la que pueda responder una taxonomía del arte digital (imagen vectorial, pintura digital, fotografía digital, video digital, etc.) la producción artística a través de la web 2.0 permite un amplio abanico de posibilidades en torno a la expresión y comunicación visual de la imagen desde las facilidades que otorga en su investigación, presentación y diseminación, pero, sobre todo, en la forma como afecta la creación. El nuevo paradigma colaborativo que integra esta web se fundamenta dentro de lo que podríamos llamar, siguiendo a Espejo Arce (2020), un «pensamiento *collage*». El autor habla del *collage* como «un archivo de lo banal, un *big data*, un pirateo de *copyrights*, una imagen mestiza, un meme encubierto, apropiacionismo puro del capital simbólico, un laberinto visual» (2020, p. 4), siendo el mix «una actitud más que una receta. Una forma de pensamiento» y que contemporáneamente se acomoda como mecanismo de producción en la web 2.0 al entender que:

[...] un siglo después ha cambiado incluso de nombre. Hoy hablamos de *mampling*, de *remix*, de *morphing*, de *mash-up*. El *ready-made* de siempre pero lleno de desvíos. Cortar, pegar, mezclar, fusionar, filtrar, alterar, reelaborar, reciclar. A veces, es como una especie de desintoxicación ante la saturación de imágenes. Otras, una manera de contar lo cotidiano con el revestimiento de lo inesperado. (2020, p. 5)

Es desde este paradigma, según Ortega (2018), donde se hallan «las herramientas ideales para deconstruir los modos de percepción de la realidad generados por las aplicaciones de la web 2.0 y desde el que, dentro de la práctica artística, tenemos la posibilidad de mutar el significado de las imágenes para mostrar nuevas

realidades, significados y contextos antes ocultos». Con base en ello, es en el desarrollo de distintas prácticas artísticas donde se producen «modos de actuar en la red que se relacionan con conceptos como la conexión constante, la repetición y la creatividad amateur» (2018, pp. 191-192). De esta forma se pueden encontrar obras como *Eat 22* de Ellie Harrison (2021-2022), quien fotografió, registró y publicó en un sitio web todo lo que comió durante un año, al igual que posteriormente hizo con otras actividades rutinarias por largos periodos de tiempo y que responden a ese exceso cotidiano autorreferencial que inunda los medios y redes sociales de la web. 1640 registros de ella consumiendo las comidas que tuvo en ese periodo de tiempo y que se presentan como un todo construido por fragmentos. Perry Bard, en su obra *Man With a Movie Camera: The Global Remake* (2007), incorpora además, dentro de ese pensamiento *collage*, un componente colaborativo (he aquí la primera señal del modelo *fandom* contemporáneo: el fan interactúa, utiliza, modifica y recrea la obra original del autor: el *canon* de la creación) en la realización de la pieza en la que cualquier participante podía contribuir generando una recreación de cualquiera de las escenas del guion original de Dziga Vertov (*Man With a Movie Camera*, 1929) y que, como señala Martín Prada (2012), revela:

[...] muchas coincidencias entre algunos de los fundamentos del *Cine-Ojo* de Vertov y la producción audiovisual amateur que prolifera en las grandes plataformas de la web 2.0; entre otros, la pretensión de Vertov de una cinematografía simple y sin ficción, sin puesta en escena, ni decorados, ni actores, centrada en la captación de experiencias cotidianas, es decir, de una cinematografía descriptiva y no narrativa. (2012, p. 103)

Son prácticas, siguiendo a Ortega (2018), en las que el artista asume un rol de «explorador mediático» y en las que crea «nuevas formas de intervenir estos espacios desde el propio funcionamiento de estas aplicaciones en base en la actividad de los usuarios con este tipo de entornos» (p. 387), donde «el autor aparece camuflado dentro de nuevos modelos de autoría que replantean este concepto desde la interactividad, el anonimato, la creación colaborativa y el intercambio de espacios donde la viralidad y el reciclaje de las imágenes forman parte de nuestra cotidianidad» (p. 388).

Proyectos como *Random Rules: A Chanel of Artists selections from Youtube* de Marina Fokidis (2009), en el que los artistas a la vez se convierten, por la misma intención de Fokidis, en curadores y coleccionistas al crear cada uno de ellos listas de reproducción en YouTube, experimenta de esta manera lo que significa este medio para esta comunidad intelectual al pensarse como un objeto de producción artística. De otra manera, *Les Liens Invisible*, que se describe como un dúo imaginario

de artistas con sede en Italia compuesto por Clemente Pestelli y Gionatan Quintini, en *Silence is Golden* (2009), utiliza Twitter (hoy X) para generar un comentario crítico sobre el propio medio al enviar a través del desarrollo de un *script*, *tweets* sin contenido que irrumpen a través del silencio un espacio caracterizado por la publicación continua de información. Laís Pontes, en *Project Born Nowhere* (2011) utiliza por su lado Facebook para realizar un proyecto en el que propone, a través de la propia red social, construir participativamente la identidad de distintas mujeres creadas ficticiamente por la artista, quien a través de la edición de su propia fotografía se muestra de diferentes maneras llamando a que los usuarios construyan la personalidad de cada una.

#### LA ESTÉTICA UNIVERSAL ON-LINE

Estas aproximaciones reflexivas y teóricas en un campo de producción artística relativamente nuevo y en el desarrollo de nuevos usos «artísticos de internet» nos han permitido interesarnos por una hipotética estética universal *on-line*, que ha conducido a que las nuevas lógicas de comunicación de la web 2.0 constituyan puntos de atención en el desarrollo de una investigación aplicada y en la que la participación, el intercambio, la mezcla, la interacción tecnosocial sirven como ejes conceptuales o categorías de análisis para visibilizar las problemáticas que este medio conlleva en el desarrollo cultural de la sociedad.

El proyecto nos plantea el desarrollo de una práctica investigativa interdisciplinar entre comunicación, arte y tecnología que conduce a la configuración de un problema sustentado en el modelo web 2.0, en el que puede experimentarse tanto el proceso de una construcción creativa y colectiva de la imagen en continuo desarrollo (*work in progress*), como la apropiación de un espacio (pantalla) para la interpretación y resignificación de un contenido original (obra de arte) que es resignificado, mezclado y remixado, expandiendo las posibilidades expresivas de las tecnologías digitales y la pantalla como nuevo soporte artístico-virtual.

En este sentido, la investigación aborda tres problemas y preguntas que nos permiten buscar los intersticios entre lo tecnológico y lo creativo, entre la cultura y el mercado, entre el poder de las corporaciones tecnológicas y las lógicas de creación, producción y consumo de los usuarios artistas o *hackers* en la era del internet. El primer problema es pensar e identificar si el desarrollo de estas tecnologías de la comunicación 2.0 han impactado las experiencias artísticas y la producción plástica de manera significativa; si los *softwares*, *apps* y herramientas de apropiación tecnológica para usos estéticos y narrativos

están reconfigurando un nuevo escenario de la creación y la producción estética. Casos como el *big data*, el pirateo de *copyrights*, el apropiacionismo del capital simbólico de la historia del arte, la producción de imágenes mestizas o incluso el meme encubierto son ámbitos que nos sitúan en un nuevo entorno tecnoartístico que debemos revisar y confrontar. Es a partir de esta primera reflexión que surge una pregunta: ¿es la web 2.0 el nuevo espacio o escenario de resignificación del arte y la comunicación, y cómo se configura a partir de las interfaces y las técnicas de producción estética contemporáneas?

El segundo problema no menos complejo apunta a revisar la pantalla como espacio o soporte material de producción de contenidos artísticos, resignificaciones y nuevas formas de relato o *storytelling transmedial*: ¿la pantalla es el nuevo bodegón-collage? Un nuevo lugar desmaterializado que desarrolla estructuras espaciales y temporales para la creación, producción y distribución de contenidos donde se mezcla el arte, la estética, el diseño, la comunicación, la informática y la programación de código. La pregunta que anima esta reflexión es, si la pantalla es el nuevo soporte para la producción de contenidos artísticos y de comunicación, ¿dónde quedan los viejos soportes, lienzo, papel, etc., y qué propiedades otorga este nuevo soporte a las formas actuales de expresión?

El tercer problema pasa por mirar cuáles o quiénes son los nuevos sujetos de la creación artística en la web, es decir los que producen y realizan obras estéticas o artísticas en este nuevo medio se pueden entender como artistas en el sentido clásico del término o son sujetos provenientes del amateurismo (fans de obras de arte clásicas, o escuelas pictóricas, o tendencias artísticas), pero con potentes competencias tecnológicas o quizás, y aquí radica nuestro mayor interés en este tercer punto, son una nueva generación de artistas para quienes el remix es una actitud, una manera de entender el arte; más que una receta, quizás es una forma de pensamiento o una estrategia para buscar y acomodarse a los nuevos lenguajes transmediales de esta contemporaneidad. Los artistas (toda la historia del arte) versus la cultura *fandom* (prosumidores: consumidores y creadores de contenidos) nos pone de cara a una pregunta clave, y es si en este escenario el papel del artista se desdibuja, si se diluye el autor, si se configura un autor colectivo, hiperconectado y difuminado en su propia y ajena producción estética.

Un elemento significativo de esta investigación es revisar las posibilidades que internet, como medio de comunicación, y la pantalla, como medio de producción, puede otorgar en las nuevas formas de generación y consumo de contenidos artísticos y estéticos. Considerando la incidencia que dentro de la sociedad contemporánea tiene la cada vez mayor hiperconectividad

y la consolidación del ciberespacio, que en gran medida empieza a verse como un espacio de acción en ámbitos como el de la creación artística, la comunicación social y las narrativas transmedia, vemos cómo la imagen puede definir un espacio de mero entretenimiento del consumo, pero también territorio para ampliar la sensibilidad y la percepción humana (Patiño, 2017).

Es causa de interés, o incluso de preocupación dentro de las prácticas desarrolladas en los entornos académicos, la relación que mantienen los estudiantes de las nuevas generaciones con la cotidianidad de una sociedad de excitada visualidad hegemónica y una iconosfera dominada por el régimen de la mirada digital o digitalizada, entendiendo esta como aquella que se somete a las tecnologías de la comunicación hipervinculada para acceder a la información y el conocimiento del mundo. Se hace relevante, pues, indagar la manera como una aproximación crítica a su comprensión podría generar herramientas que permitan potenciar sus cualidades expresivas y comunicativas, que posibiliten pensar no solo en el dispositivo, sino en la actividad que ahí se realiza (efecto de la computación ubicua en la que se enmarca la web 2.0), con el propósito de producir experiencias igualmente críticas en la que se comprenda el valor que sobre la sociedad produce su desarrollo mediático.

La web 2.0 y la pantalla como problema para el desarrollo de una investigación de corte interdisciplinar (arte-comunicación) plantea un escenario rico en preguntas y establece un punto de convergencia de los intereses particulares de cada disciplina involucrada en la creación, producción y circulación de contenidos artísticos y comunicacionales, extendiendo las posibilidades de la investigación al desarrollo de una práctica conjunta y colaborativa en la que puede llegar a entenderse críticamente el impacto que sobre la sociedad contemporánea ha tenido internet y la pantalla como espacio de producción visual e interacción social.

El mundo virtual surge a partir de la consolidación de una «realidad transgénica». Enfermos de imágenes en una percepción saturada, embotados por la opulencia de datos y por el torbellino de mensajes (Patiño, 2017), la investigación contribuye a la expansión de la mirada y de la pantalla al constituirse como soporte material y activo, cuyos valores se ven afectados por la manera como se produce y se interactúa hoy en un espacio ubicuo y transmedia, como efecto de la red de dispositivos móviles contemporáneos de comunicación, y nos pone como sujetos consumidores compulsivos de pantallas y tecnologías, habitantes de la pantallacracia, inmersos en

el juego de interfaces dentro y por fuera de los límites de la pantalla. En este sentido, la interfaz crea su propio contexto, su propia narrativa, traza un horizonte, define un itinerario y lo hace gracias a que construye una interactividad, entendida como el procedimiento por el cual se intercambia información y comunicación entre persona y contenido, entre máquina y máquina o entre persona y persona.

Por otro lado, la tecnocultura implica la aparición de nuevos formatos en la producción artística y, con ellos, nuevos individuos que, haciendo gala de su particular habilidad para operar sistemas, montan su propio esquema de producción sin pasar por los filtros tradicionales de los curadores y expertos que hasta hace poco bendecía lo que es arte y lo que no lo es. Un ejemplo de ello es la aparición de plataformas vinculadas a la web 2.0, como *Google Creative Lab*, *Google Arts & Culture Lab* o *Chrome Experiment*<sup>2</sup>, que son verdaderos escenarios de experimentación tecnoartística que utilizan programadores, diseñadores, escritores, emprendedores, cineastas, animadores, productores, tecnólogos creativos. Es decir, hacedores interdisciplinarios que se convierten en «prosumidores» y nos formulan propuestas transformadoras en el campo de la innovación, la productividad, el reciclaje, el *collage* y el consumo visual. Es el caso de *Play with Arts & Culture*<sup>3</sup>, una colección de cinco juegos interactivos que hacen que el arte, la cultura y la historia sean accesibles de una manera divertida y educativa. Más aún, en un nuevo intento por fusionar creatividad y tecnología, internet se pone al servicio del arte a través de las ediciones limitadas de coleccionistas en la red. Imágenes (o microvideos) originales, seriadas y de edición limitada se exponen en galerías virtuales como es el caso de *seditionart.com*, que pueden ser impresas en grandes formatos, enmarcarse y colgarse en la pared o que pueden ser visionadas en cualquier lugar y momento y en cualquier pantalla: en el ordenador, el teléfono móvil o la pantalla plana del SmartTV. Es decir, es un arte que, gracias a la facilidad de la reproducción digital, puede ser consumido (contemplado) en pantallas. Los artistas del *software art*, pues, parecen decididos a colonizar un espacio paralelo, o al menos alterno al de las galerías, las ferias y los museos convencionales, y transforman el modelo haciendo un arte basado en la venta de muchas unidades a precios asequibles y no en una única obra a un precio alto, como ha sido la tradición pictórica.

Intentamos, pues, dar ejemplos de estos nuevos regímenes de visualidad para ilustrar cómo la imagen se rinde a las teletecnologías y cómo el lenguaje más

2 <https://experiments.withgoogle.com/collection/arts-culture>

3 <https://artsandculture.google.com/project/games>

diciente en esta contemporaneidad no es otro que la hibridación de formatos reciclados y la transmedialización de los contenidos y sus consumos a través de medios interactivos puestos en un nuevo soporte digital: la pantalla. Es cierto, aumenta el número de pintores y escultores que trabajan con la cámara de video en un flujo de imágenes que suelen ser de difícil clasificación y que no son analizadas de manera tan exhaustiva como ocurre con la pintura o con las imágenes de la pantalla cinematográfica. Me refiero al uso reiterado del video que despierta interés en las propias galerías, en los museos y, como no, en la web. Pero no es nada nuevo, el video lleva al menos cuatro décadas utilizando diversas formas de intervención en el escenario del arte: desde las monumentales videoinstalaciones al uso de la imagen pixelada en obras de arte más convencionales. Conviene pensar que esta marca de la cultura contemporánea tiene que ver con las buscadas y difusas relaciones entre video y cine, entre video y mundo digital, y, por supuesto, con la cómoda aceptación del público al tener como referente la irrupción masiva del uso del video doméstico en los años setenta con la llegada de las cámaras compactas y ligeras, y hoy con las cámaras integradas en los teléfonos celulares. Está claro que estamos ante la llegada de creadores venidos de diversas disciplinas (arte, comunicación, audiovisuales, diseño, arquitectura, informática) que, haciendo uso de imágenes obtenidas electrónicamente, ya sea por medio de la cámara de video o celular o el uso del computador (imágenes sintéticas), aprovechan las herramientas y *software* con que cuenta la informática para modificar, manipular y recrear, a manera de «*collage*-montaje», piezas artísticas que ahora reclaman un lugar en el gran museo virtual de la red, como son YouTube, Vimeo, Facebook, Instagram, TikTok o Flickr. Son innovadoras obras creadas hoy con aplicaciones en línea muy diferentes a las creadas con herramientas más tradicionales y que pusieron de moda cineastas, pintores y fotógrafos en el siglo xx (Obando, 2017).

#### DE LA MEZCLA A LA REMEZCLA

El cinematógrafo, el invento de los Lumiere, no apareció de la nada. Ya se conocía el fenómeno de la persistencia retiniana, ya existía la fotografía y ya muchos otros habían inventado más de un artilugio precinematográfico. Los Lumiere tomaron lo existente, lo analizaron desde otro enfoque y lo remezclaron lo mejor posible. ¡Ahí está la invención, lo nuevo, lo original! (López Mera, 2013). Dónde está lo original, ¿en la mezcla?, ¿en la remezcla? Cómo se establecen los criterios de valor de lo que es

original y lo que es derivado. Dónde radica la idea de originalidad, se trata acaso de reorganizar lo que ya está ahí y con un ojo creativo, investigativo y osado ver y armar algo de manera novedosa.

Como bien lo enuncia García Canclini (2013), la impronta de la tecnología ha sido decisiva: del *Homo Sapiens* hemos pasado al *Homo Videns* y de ahí al *Homo Sampler*. La cantidad de imágenes digitales tomadas en los últimos diez años supera a las imágenes tomadas desde la invención de la fotografía hasta fines del siglo xx. La creatividad hoy no es un recurso original, quizás nunca lo ha sido, pero hoy el reciclaje, la mezcla, la apropiación de contenidos, el desplazamiento a otras disciplinas, el uso reiterado de técnicas y tecnologías de fácil uso, en su mayoría gratuitas, y la modificación o al menos la alternancia en los escenarios de circulación diferentes al museo tradicional o las galerías de arte por pantallas y dispositivos tecnológicos, redes sociales, plataformas y blogs configuran una etapa de cocreación, recreación y poscreación, características muy marcadas en la cultura transmedia contemporánea.

¿Qué es lo nuevo y por qué nos interesa tanto lo nuevo? Lo nuevo o la novedad aparece permanentemente asociado a lo digital: nuevos modos, nuevas maneras, nuevos soportes, nuevos medios; todos ellos coinciden en la comunicación y el arte, pero quizás asistimos a una era hiperdigitalizada, fuertemente explotada por el *marketing* y el mercado. A lo mejor lo nuevo no es más que una etiqueta que proviene de lo tecnológico, pues nada escapa a esta impronta de accesibilidad permanente. Así es, la documentalidad ubicua (todo está en la web) es la señal del giro tecnológico que vivimos desde hace un par de décadas cuando todo archivo material o físico empezó a volverse algoritmo. Y a esto no ha escapado la historia del arte (sobre todo la pintura, la música y el cine); el archivo de museos al servicio de todos en la red provocó un estallido *on line* donde la idea de accesibilidad y democratización del uso genera baches en la memoria histórica.

La historia del arte pictórico universal es válido en la medida que toda esa memoria acumulativa pueda tenerse a un clic de distancia y toda ella pueda desmontarse, filtrarse, mezclarse y proyectarse como un nuevo objeto de arte, un nuevo orden para ponerse en una nueva relación con otros archivos; en resumen, un nuevo archivo-producto capaz de resignificar y de ser expropiado por otro usuario que repite el proceso remezclando y finalmente exhibiendo en la pantalla este *collage* que crea

la falsa idea de que todos sabemos de arte y, más aún, todos a partir de la digitalización y la democratización *on line* somos cada vez más formados y educados en el arte. Ante tanta abundancia de información, el proceso creativo se parece más a una permanente rotación, yuxtaposición y retroalimentación de los contenidos digitalizados, un pegar un objeto con otro, una proyección en la que nada nuevo se descubre en la historia del arte y, por tanto, el sentido de la obra está en las conexiones y las nuevas relaciones espaciales y en esa arqueología particular de internet, donde todo es nuevo, pero a su vez todo es viejo. Como lo dice Fernández Mallo (2013, p. 139):

[...] cualquier cosa que haya llegado desde tiempos remotos hasta nuestros días es tan contemporánea como lo es un objeto de última generación, ya que el tiempo topológico, el tiempo de las relaciones, las copias y las reinterpretaciones, todo lo actualiza y ese tiempo es la propia esencia de internet... En resumen: un gran contenedor de tiempo en el que, paradójicamente, se ha borrado el tiempo.

La pantalla es ahora el nuevo lienzo y la interfaz de los nativos digitales nacidos en pleno apogeo de las telecomunicaciones. Lo táctil se convierte ahora en el pincel que dibuja, describe y traza líneas y grafías pixeladas en la que convergen las imágenes de las pinturas más clásicas y tradicionales con las nuevas estéticas digitales. Oleos sobre lienzo, madera o murales donde se imprimieron las obras de la historia del arte ahora toman nueva vida en las pantallas y se mezclan y remezclan con las tecnologías del siglo XXI a través de aplicaciones Android e iOS descargables en celulares o directamente desde las pantallas del computador. Es el caso de proyectos como *Starry Night - interactive animation* del artista e ingeniero Petros Vrellis. La obra para web plantea mirar los flujos icónicos de la *Noche estrellada* de Vincent Van Gogh a través de una animación hipnótica y un flujo de interacciones para crear variaciones de la pintura original. La experiencia inmersiva se logra digitalmente con un zoom 3D, mientras se escucha la música ambiental de fondo. Igualmente, de Van Gogh se puede recorrer su pintura en una experiencia 360° recreada a partir de una herramienta digital abierta y gratuita que le permite a cualquier usuario sin conocimientos o competencias complejas recrear las pinturas del artista impresionista<sup>4</sup>.

4 Kuula es una aplicación que permite hacer recorridos virtuales, pensada fundamentalmente para fotógrafos panorámicos amateur y profesionales que quiera compartir y disfrutar sus proyectos de contenido de 360°. <https://kuula.co/>

Experiencias inmersivas y de realidad virtual con tecnologías 360°, como *Dreams of Dalí* en la que el usuario espectador puede hacer el recorrido 3D por la famosa reminiscencia arqueológica del *Angelus de Millet* que el pintor realizó en 1935. En *Dreams of Dalí* se fusiona arte y tecnología en una experiencia de realidad virtual y un paseo al «interior» de la pintura, acompañado de música de piano. El mismo museo oficial del pintor en España acoge esta experiencia y la presenta de esta manera:

Sumérgete en el mundo del maestro surrealista como nunca antes en este encuentro, avénturate en las torres, escúchalas desde tierras lejanas y descubre sorpresas en cada esquina. Imaginamos que el propio Dalí, conocido en su vida como lo que ahora llamamos un «adoptante anterior» de nuevas tecnologías, aplaudiría este inspirador homenaje a su pintura de 1935.

Siempre creamos a partir del inagotable archivo de la cultura, del infinito bastión de la cultura que nos ha precedido. Bajo esta perspectiva casi histórica, la remezcla es una de las fuentes más poderosas para la creación y el acceso a ese amplio baluarte cultural. Y a pesar de la naturaleza analógica de la remezcla como acceso al imaginario cultural, hoy en día esta práctica se ve potenciada por la emergencia de los entornos y herramientas digitales. Es una invitación a organizar esa información y a utilizarla para construir nuestras propias versiones sobre lo que leemos o, de alguna forma, el paso siguiente en la habitual disputa entre tradición y vanguardia que sostiene a la creación artística (McIntosh, 2011).

La remezcla como práctica creativa está impregnada en toda la cultura contemporánea, en la misma historia del arte y en todas las artes, y hoy más que nunca en las creaciones transmedia que la estimulan y promueven fusionando la producción *canon* con la *fandom*. La remezcla es una práctica narrativa, una forma de reflexión sobre la información a la que tenemos acceso. Este texto es también una prueba de ello, pues como habrán leído saltamos de un autor a otro, de un artista a otro; copia y pega, pega y empasta, así remando en varias direcciones,

5 La experiencia es apoyada por el mismo museo del artista, ubicado en Cadaqués, Catalunya, España, consiste en un video lineal de 360 que puede verse desde una variedad de dispositivos como Samsung Gear VR o Google Cardboard o Daydream. Sin dispositivo VR, puede verse el video en cualquier teléfono inteligente, tableta o PC de escritorio utilizando el navegador de Chrome. <https://thedali.org/dreams-of-dali-2/>

mezclando ideas, palabras, conceptos hasta encontrar el hilo que los cose; cómo decirlo: usurpar de aquí y de allá hasta contar, o al menos intentar, la idea perfecta.

### «NOMADISMO ESTÉTICO»

Desde comienzos de los años noventa, un número cada vez mayor de artistas interpretan, reproducen, reexponen o utilizan obras realizadas por otros. Ese arte de la posproducción responde a la multiplicación de la oferta cultural, aunque también más indirectamente respondería a la inclusión dentro del mundo del arte de formas hasta entonces ignoradas o despreciadas (Bourriaud, 2010). Esa manera de actuar es llamada por Nicolas Bourriaud *nomadismo estético*, concepto que utiliza para referirse a esos artistas mutantes que navegan por ese espacio que es la red. Es una habilidad propia de jóvenes artistas que van sumando todos esos lugares lejanos o cercanos, antiguos o contemporáneos que visitan a través de las pantallas; es un juego aleatorio donde los fragmentos se recomponen en piezas nuevas trabajadas desde una creatividad, a veces pulsional a veces reflexiva, pero puesta como *collage* de una aceleración histórica donde todo está permitido, desde la conexión de escuelas pictóricas, épocas disímiles, técnicas y sensibilidades diferentes hasta los nuevos regímenes de visualidad más conectados con la velocidad fragmentada de los *youtuberos*, *instagramers* y *tiktokeros* que pululan en las redes sociales, con sus habilidades tecnológicas y el ruido de fondo que producen por las múltiples actividades que producen en el ciberespacio.

Los buscadores tipo Google (o más recientemente la inteligencia artificial), por ejemplo, son la nueva herramienta para el reciclaje, la simple acción de llamar un contenido o una temática ponen de manifiesto el océano de datos sin clasificar lo que el internauta deberá filtrar: imágenes, textos, audio, videos, grafías, todos se ponen ante los ojos como una gran colcha de retazos que hay que rearmar y coser con el hilo invisible de las conexiones y relaciones propias o arbitrarias de múltiples contenidos dispares. El fragmento tomado de allí o de allá no es más que un minúsculo pliegue (en el sentido Gilles Deleuze) en la cadena de significaciones que el nuevo objeto introduce. En esa acción de navegar, de filtrar, de coser, es donde empieza y termina la nueva práctica artística. Moverse por

las diferentes conexiones y redes multilinguaje de la web es, a nuestro modo de entender, el nomadismo estético con el que empezábamos este apartado.

El trabajo de los nuevos artistas no es otro que el de conectar su propio trabajo con el de otros, eliminar la distinción clásica entre producción y consumo, creación y copia, *ready-made* y obra original. No se trata de manipular la materia prima, sino de trabajar con objetos creados por otros autores para elaborar nuevas formas producto del anclaje, la costura y la mezcla de objetos provenientes de diferentes fuentes. No se crea a partir de la nada (idea extendida de la creación clásica), es lo que Bourriaud (2006) denomina *estética relacional*: esa sensibilidad colectiva en el interior de la cual se inscriben las nuevas formas de la práctica artística. En ambos casos, se toma como punto de partida el espacio mental mutante que se abre al pensamiento en red: internet. Todas estas prácticas artísticas, muy heterogéneas en su conjunto, tienen algo en común y es el hecho de tomar fragmentos de obras ya producidas, datos para manipular, píxeles para reorganizar, vectores con nuevos trazos que tienen un propósito claro: desconocer la originalidad y autonomía de la obra tomada, remarcar el valor de objeto de cambio y señalar las infinitas posibilidades creativas que tiene la experiencia estética. Apoderarse de los códigos de la cultura, de las obras de la historia del arte o del patrimonio universal para ponerlos en un nuevo empaque, resignificados, apropiados y habitados por la nueva obra que circula por esa interfaz de píxeles y bits. La pregunta artística, dice Bourriaud (2010), ya no es: «¿qué es lo nuevo que se puede hacer?», sino más bien «¿qué se puede hacer con?». Los artistas internacionales más destacados de estos años, reitera, inscriben la obra de arte en una red de signos y significados. Ya no se trata de comenzar de cero, sino de encontrar el medio de inserción en las innumerables corrientes de producción.

### MASHUP<sup>6</sup>: POR NADA DEL MUNDO VOLVER AL ORIGEN

Es importante señalar que la remezcla no es nada nuevo, ni en las artes, ni en la cultura en general. Podríamos tomar a internet como ejemplo y nos daríamos cuenta de que este medio no surgió de la noche a la mañana, sino

6 Un mashup es una aplicación que usa y combina datos y funcionalidad procedentes de una o más fuentes para crear nuevos productos. El término implica integración fácil y rápida, usando código abierto y fuentes de datos para producir resultados enriquecidos que no fueron la razón original para la que fueron producidos los originales





**Capture el Código QR para acceder al álbum de imágenes y videos que serán objeto de la investigación: «La pantalla collage: el nuevo escenario de la estética visual y relacional a partir de la apropiación pictórica».**

que fue un cúmulo de experiencias a veces conectadas, otras veces sin conexión alguna, hasta su presentación formal dada por Tim Berners-Lee<sup>7</sup> en 1994.

Pero sin los matemáticos, los lingüistas, los ingenieros, el código binario y la red de redes o *World Wide Web* no existiría el modelo internet. La experiencia, pues, es acumulativa, tanto en la ciencia como en las artes, tan solo se necesita que alguien ordene las ideas, haga las debidas conexiones, establezca las relaciones precedentes entre objetos y experiencias dispersas y dé el salto a lo que, bajo la apariencia de nuevo, está cobijado por varias capas que se superponen y se encadenan dentro de la cual unas obras remiten a otras y otras se deslizan entre otras.

En este sentido, el artista o creador moderno se expresa no solo para sí mismo, sino también para el siguiente productor que tomará de allí su inspiración o su materia prima para recrear la nueva obra y moverse en lo sucesivo dentro de una red de formas conectadas por la infinita posibilidad de resignificar, modificar, ensamblar el nuevo

objeto artístico hasta el infinito. El arte del siglo XXI es el arte del montaje y del recorte, de la sobreposición de imágenes, del pastiche (en el sentido que retomo lo que tengo y lo mejoro) o del *collage*, como lo expresa Walter Benjamín<sup>8</sup>, pero esta vez no en el lienzo o el papel, sino en la pantalla, como también lo enunciaba Baudrillard hace 40 años:

En el corazón de esta videocultura siempre hay una pantalla, pero no hay forzosamente una mirada. La lectura táctil de una pantalla es completamente diferente de aquella de la mirada. Es una exploración digital, donde el ojo circula como una mano que avanza según una línea discontinua incesante. La relación con el interlocutor en la comunicación, con el saber en la información, es del mismo orden: táctil y exploratoria [...]. Todo el paradigma de la sensibilidad ha cambiado. (1984, p. 31)

<sup>7</sup> Un científico de la computación, quien estableció la primera comunicación entre un cliente y un servidor usando el protocolo HTTP, dio origen al consorcio de la *World Wide Web* (W3C) con sede en el MIT, para supervisar y estandarizar el desarrollo de las tecnologías sobre las que se fundamenta la web y que permiten el funcionamiento de internet.

<sup>8</sup> W. Benjamín alude al concepto de *montaje* corrientemente asociado a lo que empieza a ser el arte en las postrimerías del siglo XIX y comienzos del XX y que se conoce con el nombre genérico de *collage*: la dialéctica de la construcción y la destrucción. En este sentido, no solo es yuxtaposición de dos mitades, sino a la vez que lo viejo desaparece y da paso a lo nuevo.

Interpretar cualquier obra artística digital probablemente se pueda reducir a entender la lógica que construye la pantalla como soporte, de la cual un trazo pixelado no es sino un meta-texto que configura huellas de otros textos y que en última instancia se injerta en esa mezcla aleatoria del *collage*, típico del relato posmoderno. Pero la interpretación pone en evidencia su proceso de creación-producción, más que sus significados o su contenido. Inmersos en ese juego azaroso de los significantes, ¿acaso, característica de la posmodernidad?, que ya no produce obras maestras, ni relatos totalitarios, sino que reorganiza fragmentos de textos preexistentes. Bloques de construcción de la antigua producción cultural y social son traídos a ese nuevo y dignificado bricolaje contemporáneo (Obando, 2017).

Una escritura de citas es el *collage*. La imagen moderna asediada por las tecnologías digitales, las *selfis* y las redes sociales: verdaderos cementerios de imágenes que construyen un relato basado en el *collage*-montaje. Máquina de readecuación de citas, de escritura deconstructiva, por esto en *El objeto de la poscrítica* (1972) no duda Ulmer en decirnos: «Casi todo el mundo está de acuerdo en que el *collage* es la innovación formal más revolucionaria en la representación artística que ha tenido lugar en nuestro siglo» (p. 126). El montaje, por otro lado, no reproduce lo real, construye un objeto a partir de su maniobrar operativamente, de pegar, juntar, alzar, combinar, añadir, unir, compaginar, términos todos que involucran el proceso de armar secuencias (editar), construyendo una narración sutilmente tejida con el hijo del montaje.

El *mashup*, por ejemplo, se presenta cuando un video se edita, utilizando otros ya existentes y se muestra como algo novedoso y completamente original (una de las prácticas más comunes en la cultura *fandom* propiciada por las narrativas y estrategias transmedia). Siempre construimos sobre el pasado, recuperándolo, mezclándolo y remezclándolo en su partes y secuencias con orígenes diversos. Pero no es la técnica del *mashup* exclusiva del video, existe en la música cuando se asemeja al *samplear* o en la literatura cuando se utilizan fragmentos o la obra completa clásica de ficción para reescribirla con ingredientes propios de la cultura popular en esa naturaleza intertextual propia de los textos literarios.

*Samplear* es la operación más utilizada en corrientes musicales contemporáneas como el rap y el hip hop, que utiliza otros sonidos y muestras de los discos de otros artistas (o de los propios) para insertarlos en su propia banda sonora. Por tanto, el músico que trabaja con el

*sampler* consume canciones, selecciona trozos y luego los corta y pega sobre la nueva banda sonora; de esta forma sabe o entiende que el trozo musical por él producido puede a su vez ser reutilizado por otros músicos y generar de esta manera nuevas lecturas e interpretaciones. *Samplear*, pues, al igual que en la música también se hace con fotografías y videos. YouTube es un buen ejemplo y campo de experimentación permanente, muestra de ello es su propia interfaz abierta, manipulable y diseñada para la posproducción audiovisual, la modificación de los parámetros de grabación del video y la producción de videos interactivos a través de la inserción de anotaciones. Copiar, transformar, mezclar y pegar son las acciones más usuales en el mundo de la web 2.0, de ahí que la remezcla funcione como un sistema operativo estético-cultural o como una estrategia narrativa y no como una simple herramienta de posproducción digital.

De la misma manera que en la música, el nuevo prosumidor de contenidos tecnoculturales, habitante permanente de la red, en vez de crear, recrea. La actividad del DJ musical se traslada al campo del audiovisual a través del DVJ y la web, haciendo que el nuevo internauta actúe como un creador que construye una retórica de prácticas cercanas a la trampa en las que utiliza la obra para intervenirla, si no de forma conceptual, si de manera formal. Actúa en la frontera de lo permitido o lo alegal, ensamblando trozos de otros autores con *copyright* en beneficio de otros con *copy lifth* instalados en la cultura del *Creative Commons*.

Finalmente, está el *morphing* o la técnica de manipulación de imágenes en el entorno digital, que hace posible la creación de una animación-transición controlada entre dos imágenes distintas. La transformación necesaria para el cálculo se hace con el llamado «espacio de imagen», técnica vinculada a determinados contenidos de manera mucho más intensa que el montaje o el *sampling*, y utilizada con éxito en la industria del video clip<sup>9</sup>. Sin embargo, vale precisar que el *morphing* está más cercano al efectismo propio de todo el catálogo digital, a un efecto banal y no a una auténtica construcción

9 Pionera en este tipo de manipulación digital fue la obra del músico Michael Jackson. El de mayor fama y que se usó primero en un videoclip es el que apareció en «Thriller» y luego en el videoclip de la canción «Black or White», en 1991: <https://www.youtube.com/watch?v=pTFE8cirkdQ>

estética completamente nueva y cuya derivación sea bien recibida por el arte o por la apropiación autorreflexiva de un artista.

### A MANERA DE CONCLUSIONES

Una primera conclusión de la indagación teórica y de los hallazgos en el estado del arte es que las nuevas estéticas *on line* se producen a partir del trabajo acumulado por las diversas capas tecnoestéticas de la cocreación. En este sentido, el valor de las culturas de la apropiación y de la reprocesamiento tejen un paisaje de tramas y urdimbres de difícil clasificación al hacer que las obras pertenezcan a todo el mundo y a nadie en particular. Hoy creamos a partir del inagotable archivo de la cultura, del infinito bastión de la cultura que nos ha precedido por siglos y ese es el foco de la investigación propuesta en este artículo.

Por otro lado, los objetos artísticos o estéticos producidos en esta contemporaneidad y que serán revisados y analizados en esta investigación<sup>10</sup> incentivan el consumo transmedia, una característica del modelo de pantallas, interfaces y escenarios, por donde circulan todo tipo de experiencias que encuentran en las herramientas y *softwares* de la web 2.0 el medio apropiado para facilitar y estimular la producción colaborativa y *fandom*, propia del modelo de producción transmedia.

La pantalla *collage*, como el nuevo escenario de la estética visual y relacional a partir de la apropiación pictórica, se propone como una investigación-creación aplicada en la que la participación, el intercambio, la mezcla, la interacción tecno-social serán los ejes conceptuales o las categorías de análisis que guiarán las problemáticas desarrolladas a lo largo de este texto introductorio y conceptual que plantea tres problemas por resolver: la relación entre comunicación, arte y tecnología en los artefactos de creación estética, a partir del modelo web 2.0 y desde la apropiación pictórica de obras de la historia del arte, que remezcladas y resignificadas se distribuyen por el tejido digital para su consumo transmedia.

Finalmente, no tenemos claro aun con la indagación teórica si los *softwares*, *apps* y herramientas de apropiación tecnológica para usos estéticos y narrativos están reconfigurando un nuevo escenario de la creación o como la denominamos: una hipotética estética universal *on-line*. Esta es apenas una hipótesis de partida que observamos de forma empírica en las diversas piezas

recolectadas para la investigación de campo. Tampoco es claro con la indagación teórica o la sola intuición si nos encontramos ante *nuevos artistas*; sujetos de la creación en la web que producen obras artísticas para las pantallas y el consumo táctil, capaces de competir con los artistas clásicos provenientes del lienzo o el papel, generadores de nuevas escuelas pictóricas o tendencias artísticas emparentadas con el pixel y el algoritmo y no con el pincel o el lápiz. Por ello, será preciso pasar de la indagación teórica y la intuición al territorio de la investigación/creación de campo, donde la creación e hibridación de formatos reciclados y la transmedialización de las imágenes y sus consumos a través del soporte pantalla serán campo para la experimentación a partir de la cocreación, la recreación y poscreación digital.

### REFERENCIAS

- «FLUXUS» (2025). En Wikipedia. <https://es.wikipedia.org/wiki/Fluxus>
- AA. VV. (2009). *Código fuente: la remezcla*. Movimiento Zemos 98
- ACCESO a «La pantalla collage a partir de la apropiación pictórica» [página web]. <https://photos.app.goo.gl/HANT82r1vG4RL6EEA>
- ANIMACIÓN interactiva de «La noche estrellada» de Van Gogh [sitio web]. <http://artofo1.com/starryNight.html>
- BARD, P. (2007). *Man With a Movie Camera: The Global Remake* [video]. <https://docubase.mit.edu/project/man-with-a-movie-camera-global-remake/>
- BAUDRILLARD, J. (1984). *El intercambio simbólico y la muerte*. Monte Ávila Editores.
- BERNERS-LEE, T. y Fischetti, M. (2006). *Tejiendo la red. El inventor del World Wide Web nos descubre su origen*. Editorial Siglo XXI.
- BOURRIAUD, N. (2006). *Estética relacional*. Adriana Hidalgo.
- BOURRIAUD, N. (2010). *Postproducción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*. Adriana Hidalgo.
- CHRISTODOULOU, S. y Styliaras, G. (2008). *Digital Art 2.0: Art meets Web 2.0 trend*. Dimea.
- ESPEJO Arce, B. (2020, marzo 20). *Pensamiento collage. El País*. [https://elpais.com/cultura/2020/03/20/babelia/1584701837\\_297903.html](https://elpais.com/cultura/2020/03/20/babelia/1584701837_297903.html)

<sup>10</sup> Ver la tipología de los artefactos de creación y cocreación que serán materia de análisis y estudio en la investigación: «La pantalla collage a partir de la apropiación pictórica»: <https://photos.app.goo.gl/HANT82r1vG4RL6EEA>

- FERNÁNDEZ Mayo, A. (2013). Tiempo topológico en proyecto Nocilla y en Pospoesía (breve apunte para una exnovela). En J. Villoro y N. García Canclini. *La creatividad redistribuida*. Siglo XXI Editores.
- FERNÁNDEZ Porta, E. (2008). *Homo Sampler*. Anagrama
- FOKIDIS, M. (2009). *PULSE Profiles: Marina Fokidis at PULSE New York 2009* [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=8Ks7F3TxaSk>
- GARCÍA Canclini, N. Y Villoro, J. (2013). *La creatividad redistribuida*. Siglo XXI Editores.
- GATYS, L. A., Ecker, A. y Bethge, M. (2015). A neural algorithm of artistic style. arXiv preprint arXiv:1508.06576. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1508.06576>
- HARRISON, E. (2001-2002). *Eat 22* [sitio web]. <http://eat22.ellieharrison.com/>
- JACKSON, M. (1982). *Thriller* [canción]. Epic.
- JACKSON, M. (2016, noviembre 14 [1991]). *Black or White* [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=pTFE8cirkdQ>
- JENKINS, H. (2010). *Piratas de textos*. Paidós
- LESSIG, L. (2007). *Remix; Making Art and Commerce Thrive in the Hy-brid Economy*. Penguin Books.
- LÓPEZ Mera, D. (2013). Remezclando el audiovisual. *Revista Actitud*, 11(1), 12-17.
- MCINTOSH Jonathan [página web]. <https://www.rebelliouspixels.com/>
- MELÉNDEZ, R. F. (2017). *La pantalla activa como soporte expresivo de la gráfica digital: un análisis de sus cualidades espaciales desde las teorías e influencia de los videojuegos en el arte* [tesis doctoral, Universitat Politècnica de València]. RiuNet.
- OBANDO, C. (2011). *La imagen tele: tecno-estéticas, neo-usos y glocalidades en la sociedad digital*. Editorial Innovalibros.
- OBANDO, C. (2017). *Perversiones digitales; ciberactivismo, producción transmedia y cultura hacker*. Editorial Universidad de Antioquia.
- OBANDO, C. y Hernández, J. (2019). *La metafísica de Internet: nuevas formas de relato en la cultura web*. Ediciones Universidad de San Jorge.
- ORTEGA Lisbona, J. L. (2018). *La invisibilidad del presente: prácticas artísticas y espacios virtuales en la época de la Web 2.0* [tesis doctoral, Universitat Politècnica de València]. RiuNet.
- PATÍÑO, A. (2017). *Todas las pantallas encendidas*. Forcola Ediciones.
- PESTELLI C. y Quintini G. (2009). *Silence is Golden* [Twitter]: <https://twitter.com/liensinvisibles>
- PLATAFORMA para vender y coleccionar arte en formato digital [página web]. <https://www.seditionart.com/>
- PONTES, L. (2011). *Project Born Nowhere* [Facebook]: <https://www.facebook.com/Project.Born.Nowhere>
- PRADA, M. (2012). *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*. Akal.
- PROYECTO de pintura colaborativa [página web]. <https://webcanvas.com/>
- SONVILLA-WEISS, S. (2010). *Mashup Cultures*. Springerwien,
- ULMER, G. (1972). *El objeto de la poscrítica*. Editorial Presencia.

---

Derechos de autor: Universidad Nacional de Colombia.

Este documento se encuentra bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0).



- ES** Repercusiones del giro lingüístico en la subjetividad y participación: ejemplo en las vanguardias artísticas y la narrativa transmedia
- EN** Repercussions of the linguistic turn on subjectivity and participation: example from the artistic avant-garde and transmedia narrative
- ITA** Ripercussioni della svolta linguistica sulla soggettività e la partecipazione: esempio nelle avanguardie artistiche e nella narrativa transmediale
- FRA** Répercussions du tournant linguistique sur la subjectivité et la participation : exemple dans les avant-gardes artistiques et la narrative transmédia
- POR** Repercussões da virada linguística na subjetividade e participação: exemplo nas vanguardas artísticas e na narrativa transmídia

*Javiera Cádiz Pinares*

# Repercusiones del giro lingüístico en la subjetividad y participación: ejemplo en las vanguardias artísticas y la narrativa transmedia


Recibido: 27/8/2024; Aceptado: 14/05/2025; Publicado en línea: 30/06/2025  
<https://doi.org/10.15446/actio.v9n1.122785>



**JAVIERA  
CÁDIZ PINARES**

Universidad Viña del Mar.  
Pontificia Universidad Católica  
de Valparaíso.

Correo electrónico:  
[cadiz.javiera@gmail.com](mailto:cadiz.javiera@gmail.com)

 0009-0004-0357-201X

## RESUMEN (ES)

Este estudio examina cómo el giro lingüístico afectó la realidad y los movimientos artísticos en América y su posterior contrapunto con las nuevas formas de comunicación social. Se destaca la importancia de la subjetividad en la construcción del conocimiento y se analiza su influencia en las disciplinas del conocimiento organizado, explorando particularmente la situación en la historia del arte y las comunicaciones a través de la narrativa transmedia. Es así como, en el presente escrito, se espera analizar cómo influyó el giro lingüístico en el arte en los años 60 y 70 en América, dar cuenta del impacto de este acontecimiento en las vanguardias artísticas y cómo esto, a su vez, sirve para dar cuenta de procesos contemporáneos tales como la cultura de la convergencia y la creación de contenidos y comunidades. **PALABRAS CLAVE:** giro lingüístico, disciplinas organizadas de conocimiento, vanguardias, narrativa transmedia.

## ABSTRACT (ENG)

This study examines how the linguistic turn affected the perception of reality and artistic movements in America and its subsequent counterpoint with new forms of social communication. It highlights the importance of subjectivity in the construction of knowledge and analyzes its influence on the disciplines of organized knowledge, exploring in particular the situation in art history and communications through transmedia narrative. Thus, this paper aims to analyze how the linguistic turn influenced art in the 1960s and 1970s in America, to account for the impact of this event on the artistic avant-garde, and how this, in turn, serves to account for contemporary processes such as the culture of convergence and the creation of content and communities.

**KEYWORDS:** linguistic turn, organized disciplines of knowledge, avant-garde movements, transmedia narrative.

## RIASSUNTI (ITA)

Questo studio esamina come la svolta linguistica abbia influenzato la realtà e i movimenti artistici in America e il suo successivo contrappunto con le nuove forme di comunicazione sociale. Si sottolinea l'importanza della soggettività nella costruzione della conoscenza e se ne analizza l'influenza nelle discipline della conoscenza organizzata, esplorando in particolare la situazione nella storia dell'arte e delle comunicazioni attraverso la narrativa transmediale. In questo scritto si intende quindi analizzare come la svolta linguistica abbia influenzato l'arte negli anni '60 e '70 in America, rendere conto dell'impatto di questo evento sulle avanguardie artistiche e come questo, a sua volta, serva a rendere conto di processi contemporanei come la cultura della convergenza e la creazione di contenuti e comunità. **PAROLE CHIAVE:** svolta linguistica, discipline organizzate della conoscenza, avanguardie, narrativa transmediale.

## RÉSUMÉ (FRA)

Cette étude examine comment le tournant linguistique a affecté la perception de la réalité et les mouvements artistiques en Amérique, puis son contrepoint avec les nouvelles formes de communication sociale. Elle souligne l'importance de la subjectivité dans la construction du savoir et analyse son influence dans les disciplines du savoir organisé, en explorant particulièrement la situation dans l'histoire de l'art et les communications à travers la narrative transmédia. Ainsi, dans le présent article, nous espérons analyser comment le tournant linguistique a influencé l'art dans les années 60 et 70 en Amérique, rendre compte de l'impact de cet événement sur les avant-gardes artistiques et comment cela permet à son tour de rendre compte de processus contemporains tels que la culture de la convergence et la création de contenus et de communautés.

**MOTS-CLÉS :** tournant linguistique, disciplines organisées du savoir, avant-gardes, narrative transmédia.

**RESUMO (POR)**

Este estudo examina como a virada linguística afetou a percepção da realidade e os movimentos artísticos na América e seu posterior contraponto com as novas formas de comunicação social. Destaca-se a importância da subjetividade na construção do conhecimento e analisa-se sua influência nas disciplinas do conhecimento organizado, explorando particularmente a situação na história da arte e das comunicações por meio da narrativa transmídia. Assim, neste artigo, espera-se analisar como a virada linguística influenciou a arte nos anos 60 e 70 na América, dar conta do impacto desse acontecimento nas vanguardas artísticas e como isso, por sua vez, serve para dar conta de processos contemporâneos, como a cultura da convergência e a criação de conteúdos e comunidades.

**PALAVRAS-CHAVE:** *virada linguística, disciplinas organizadas do conhecimento, vanguardas, narrativa transmídia.*

«Los hermosos días de este positivismo, ya terminaron»

M. de Certeau

## INTRODUCCIÓN

El cambio de paradigma que implicó el giro lingüístico marcó el fin de la visión de la realidad como una verdad objetiva, reconociendo la subjetividad como eje central en la construcción del conocimiento. Este artículo analiza la diferencia en el concepto de subjetividad en disciplinas organizadas del conocimiento como la antropología, los estudios culturales, la sociología y estética, y cómo esta influye, a su vez, en la creación y uso de la narrativa transmedia como una forma de comunicación y diálogo en un contexto cada vez más globalizado y cambiante.

A partir de esta transformación, se revisa el impacto del giro lingüístico en la historia del arte americano durante los años sesenta y setenta y se destaca su influencia en los sistemas de comunicación actuales, especialmente en el contexto de las culturas de la convergencia. En este marco, se presentan los movimientos Fluxus en Estados Unidos, con George Maciunas como figura central, y el movimiento neoconcreto en Brasil, liderado por Lygia Clark. Ambos movimientos reflejan una apertura hacia prácticas artísticas que privilegian la participación del espectador, el proceso por sobre el objeto y la experiencia como forma de conocimiento.

En el caso de Chile, se analiza la *performance* a través del Colectivo de Acciones de Arte (CADA), y en Argentina, la instalación con Marta Minujín, ganadora del Premio Nacional Di Tella. Estas experiencias dan cuenta de un tránsito hacia formas artísticas que problematizan la autoría, la temporalidad y la materialidad, incorporando dimensiones sociales y políticas desde una perspectiva subjetiva.

El cruce entre arte y comunicación se complejiza con la aparición de la narrativa transmedia, entendida como una forma de expansión del relato a través de múltiples

plataformas y lenguajes. Las ideas de Henry Jenkins y Carlos Scolari permiten comprender esta práctica como una respuesta a la fragmentación de los discursos tradicionales y al protagonismo creciente de los sujetos en la construcción de sentido.

En este estudio se busca establecer una trazabilidad que permita identificar los elementos comunes en el impacto del giro lingüístico sobre la subjetividad y la participación, y observar cómo estos elementos configuran los movimientos artísticos y las nuevas formas de narrativa. Se analizó en común la manera en que la ruptura del paradigma positivista permite dar cabida a una mayor pluralidad en la interpretación de la realidad, donde la subjetividad se erige como eje central para la construcción de significados. En todas las disciplinas examinadas —historia del arte, ciencias sociales y comunicación— se reconoce el papel del sujeto como productor y transformador de sentido, enfatizando la interrelación entre la experiencia individual y la colectiva.

Los criterios utilizados para la selección de ejemplos se fundamentaron en la identificación de manifestaciones que evidenciaron la transición hacia una mayor apertura en la definición del arte y la comunicación. Entre estos criterios se destacan:

- La relevancia histórica de los movimientos en cuestión, que permiten contextualizar el impacto del giro lingüístico en periodos de cambio paradigmático (por ejemplo, los años 60 y 70).
- La presencia de elementos compartidos, tales como la participación activa del espectador-actor, la ruptura de la objetividad y el énfasis en la subjetividad y la experiencia vivida.
- La capacidad de los ejemplos seleccionados (movimientos como Fluxus, el neoconcreto, la *performance* y la narrativa transmedia) para generar un diálogo entre diversas disciplinas, evidenciando puntos convergentes en la interpretación del cambio cultural.
- La integración de marcos teóricos provenientes de diversos campos del saber, que posibilitan una lectura transversal de cómo la subjetividad se articula tanto en el ámbito del arte como en el de las comunicaciones.
- La consistencia en la manifestación de la temporalidad y el carácter efímero de las prácticas artísticas, elementos que subrayan el papel del tiempo y la inmediatez en la construcción del discurso artístico y mediático.



Como resultado de este escrito y los ejemplos expuestos, se sugiere que la aparición de movimientos artísticos de las décadas responde al nuevo contexto paradigmático, en el cual se traspasan las fronteras del arte y la comunicación convencional. Esto sugiere que el positivismo ha culminado y da paso a nuevas concepciones en el arte, los medios y las nuevas formas de diálogo e interacción social.

### EL GIRO LINGÜÍSTICO

Desde mediados del siglo xx, se generó una nueva perspectiva para analizar e investigar en las disciplinas. En este contexto, Balandier mencionaría que «ya no existe más una teoría general ampliamente aceptada, una ciencia unificada de lo social; al igual que en las ciencias de la naturaleza, la visión se hace a la vez parcial y más inestable», haciendo referencia a la época en la cual existían grandes teorías que contaban con un amplio número de seguidores, sin embargo, con el devenir del tiempo, ya no se les atribuyó la capacidad de dar sentido a la historia (Balandier, 1993, p. 60).

Este cambio de paradigma marcó el fin de la visión de la realidad como una forma en la cual se daba cuenta de verdades objetivas, quitándole el privilegio que poseía la historia al pretender reconstruir la verdad traducida a partir de «hechos históricos» (De Certeau, 1978). Incluso algunos historiadores llegan a proclamar la muerte del acontecimiento, donde este se disuelve en la larga duración y en una ilusión de sociedad sin cambios (Dosse, 2006).

Esta situación da como resultado la exploración de la posibilidad que tiene la historiografía de traducir el acontecimiento en relato, el cual, a través de la narración, reconoce el anhelo de lo imaginario y hace posible hacer frente a las exigencias de lo real (White, 1992). Esto da paso a un enfoque que reconoce la subjetividad como un elemento central en la construcción del conocimiento. En esta era, la relatividad se destaca por una multiplicidad de filosofías individuales (De Certeau, 1978) y da paso a las ciencias modernas actuales.

### LA SUBJETIVIDAD EN LAS DISCIPLINAS ORGANIZADAS DE CONOCIMIENTO<sup>1</sup>

En primer término, es posible conceptualizar las subjetividades desde los estudios de la antropología social, en los cuales es entendida como «el conjunto de modos de percepción, afecto, pensamiento, deseo y temor, que anima a los sujetos actuantes» (Aquino, 2013, p. 273). Es decir, desde la antropología se puede entender la subjetividad como un proceso que tiene la función de darle un sentido al mundo y entregar la posibilidad de dar cuenta de las conductas humanas. Es por eso por lo que, para la antropología, el sujeto no solamente actuará como un agente transformador en este sistema, sino que también como un productor de significado que está inserto en un mundo social en constante cambio.

En segundo término, la subjetividad, también puede ser visto desde la óptica de los estudios culturales, en los cuales está íntimamente ligada a la experiencia. Esta perspectiva se relaciona con la significación e interpretación de las vivencias personales. Es decir, la subjetividad tiene relación con los puntos de vista desde los cuales el sujeto va a experimentar el mundo, por tanto, esta se encuentra desigualmente distribuida debido a que es un valor epistemológico contextualmente producido. En tercer término, también se encuentran las definiciones que nacen desde la sociología y que tienen relación, por una parte, con los diversos movimientos sociales y, por otra parte, con las conductas adquiridas del sujeto en un contexto social.

Desde el punto de vista de los movimientos sociales, Alain Touraine postula que las subjetividades, inscritas en las sociedades hipermodernas<sup>2</sup>, provienen del desgarramiento que se produce entre la fricción del mercado y la comunidad, lo que da como resultado un sujeto que desea ser actor de su propia historia, pero que se encuentra subordinado al sufrimiento y a la pérdida de individualización de las sociedades hipermodernas (Touraine, 1997).

Desde el punto de vista de las conductas, Pierre Bourdieu postula que las subjetividades no son un reflejo de la existencia de los sujetos, sino que tienen relación con

- 1 Este apartado está basado en el artículo *La subjetividad a debate de la investigadora mexicana del Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social de Alejandra Aquino*.
- 2 Paradigma definido por la idea de que «el placer ha sido reemplazado por la angustia, la libertad por la incertidumbre y el goce por la eficacia. La falta de ataduras sociales ya no es vivenciada como un privilegio liberador, sino como un desamparo angustiante» (Villar, 2016, p. 245).

el sistema de estructuras sociales en las cuales han sido formados. A este fenómeno lo denomina *habitus* (Bourdieu, 1997). En definitiva, este autor postula que las subjetividades, más que por un proceso individual, son el resultado de las estructuras en las cuales se forman los individuos. Esta idea de Bourdieu también se ha llevado al campo de la estética y el capital cultural, el cual se define como una herencia que se transmite a través de la socialización.

Finalmente, las subjetividades también pueden ser estudiadas desde el punto de la historia del arte y la estética. Desde la perspectiva de la interpretación de una obra de arte, es claro que al desarrollar el ejercicio se «proyectan ideas y valores de la sociedad en la que se inscribe. La interpretación no “demuestra” ya lo que “es” o lo que “significa” una obra de arte, sino que se entiende y explica como forma de conocimiento local» (Olaiz, 2010, p. 5). Es por eso por lo que las obras pueden tomar distintos y nuevos significados, logrando no solamente prácticas que permiten crear y recrear una obra, sino también dar cuenta de cómo a través del arte y las experiencias de vida de los espectadores es posible «revelar las desigualdades, invisibilidades y relaciones de poder que están inscritas en las estructuras institucionales» (Olaiz, 2010, p. 6).

En suma, la subjetividad se visualiza como un concepto transversal entre la historia, las ciencias sociales y las artes, debido a que estas se materializan desde un sujeto complejo que produce significados, que construye conocimiento y que se instala a sí mismo en el centro del relato. En efecto, el sujeto se autoconstruye, pero esa creación siempre estará ligada a una estructura y a un otro que lo posee, los cuales definen también esta elaboración.

En esa idea sobre la construcción del sujeto, las artes juegan un rol relevante ya que a través de ellas la humanidad ha ido registrándose y dejando un testimonio visual de la historia.

El ser humano siempre ha inscrito su devenir, en un inicio de manera rudimentaria, para hacerse un proceso cada vez más complejo, pasando de lo figurativo y lo concreto

hasta lo más abstracto e intangible, que da cuenta de las sensaciones, del gesto y de lo que no alcanza a decirse desde el mero objeto artístico. Es por ello que uno de los movimientos artísticos más relevantes en dar cuenta de cómo la subjetividad comienza a hacerse palpable son las vanguardias. Estas nacen durante siglo xx. Entre los primeros movimientos se encuentran el cubismo, futurismo, suprematismo, constructivismo, dadaísmo y surrealismo. A mediados del siglo surge el arte concreto, *performance* y Fluxus, y ya a finales de siglo comienza el neo-pop y el instalacionismo, que arriban para hacer un cambio definitivo en cómo se observa el arte y redefinir el concepto de obra artística.

### MOVIMIENTO FLUXUS Y NEOCONCRETO, PERFORMANCE E INSTALACIONISMO

«Cualquier cosa puede ser arte y cualquiera puede hacerlo»

George Maciunas, Manifiesto Fluxus, Estados Unidos.

Uno de los movimientos más interesantes para dar cuenta de la subjetividad, la importancia de las vivencias y el carácter vivo y efímero del arte es el Fluxus. En 1961, George Maciunas<sup>3</sup> denominó *Fluxus* a un movimiento artístico donde creadores de múltiples disciplinas como la música, la literatura, la dramaturgia y el videoarte, colaboraban en proyectos experimentales que buscaban traspasar las fronteras de lo considerado arte, incluyendo piezas que contenían una crítica social y lograban acercarse al público de manera abierta, permeable y ambigua (Phillips, 2013). Desde un ejercicio más bien ético que estético, Fluxus buscaba ser una presencia al servicio de la libertad de pensar, expresar y elegir, y donde sus referencias eran directas e inmediatas a la realidad cotidiana (Friedman, 2022).

3 «George Maciunas (Kaunas, Lituania 1931-Boston 1978) se considera el fundador del movimiento artístico experimental denominado *Fluxus*. Creó una asociación libre de artistas experimentales a escala mundial, cuyas performances mezclaban distintas disciplinas artísticas, fundamentalmente arte visual pero también música y literatura. Este grupo siguió los pasos de las vanguardias futuristas y dadaístas, mostrándose en contra de los principios de las bellas artes y del arte oficial, a la vez que promovían la farsantería como una dimensión estética. La estética interdisciplinaria *Fluxus* une influencias tan diversas como el Zen, la ciencia y la vida cotidiana para ponerlas al servicio del uso poético» (CCCB, 2016, octubre 20).

Dick Higgins, músico y artista multimedial estadounidense, consideraba que, para que una obra fuera parte de este movimiento debía cumplir con alguno de los doce parámetros<sup>4</sup> que se mencionan a continuación:

- **Globalismo:** este concepto se basa en la idea según la cual la sociedad vive en un mundo único en donde los límites políticos subyacen a los límites de la cultura y la naturaleza.
- **Unidad del arte y la vida:** Fluxus consideraba que el arte no podía separarse de la vida, por lo tanto, ambos eran uno solo.
- **Intermedia:** si no hay límites entre el arte y la vida, tampoco existen fronteras entre las formas del arte, dando lugar a nuevos híbridos.
- **Experimentalismo:** en este movimiento no solamente se intentaban cosas nuevas, sino que también, se debían evaluar los resultados. Tal como en la experimentación científica, Fluxus no se trataba solamente de una diversión ocasional, sino más bien un método de trabajo a largo plazo.
- **Azar:** el sentido del azar, en el cual se considera lo aleatorio y casual, también se incluye en este movimiento.
- **Carácter lúdico:** Fluxus incorporaba las bromas, los juegos, los puzzles y los gags como forma de dar cuenta de la actitud irreverente del movimiento, incorporando más allá del humor la crítica, la experimentación y el concepto.
- **Sencillez:** esto se refiere a la capacidad de expresar una idea compleja a través de recursos lo más concentrados posibles, permitiendo la utilización de medios esenciales.
- **Capacidad de implicación:** una obra puede ser complementada por otras, lo que tiene directa relación con el término anterior. Varias obras sencillas pueden ser parte de un universo global.
- **Ejemplificación:** la ejemplificación es la cualidad de una obra de ilustrar la teoría y el significado en su construcción.

<sup>4</sup> A pesar de ser un movimiento que intenta romper con las estructuras, los parámetros que se comentan a continuación reflejan el estructuralismo del siglo XIX.

- **Especificidad:** posibilidad de que una obra sea distinta y autónoma, basándose en la ambigüedad y en los múltiples significados que puede acumular.
- **Presencia del tiempo:** el tiempo, la gran condición de la existencia humana, es una cuestión central en Fluxus. Por lo tanto, las obras de este tipo se encuentran entre lo efímero y lo extremadamente largo, como por ejemplo, composiciones musicales que duran días o semanas.
- **Musicalidad:** la posibilidad de que una obra sea diseñada al estilo de una «partitura», es decir, la factibilidad de que una pieza sea ejecutada por una persona distinta a su creador (CENDEAC, 2023).

Es así como este movimiento va permeando diferentes partes del globo, y particularmente al continente americano, donde se van gestando movimientos locales que llevan el arte a espacios donde la subjetividad y el trabajo con y desde los espectadores toma un rol fundamental. Es así como se puede observar la evolución del espectador hacia un espectador-actor con la facultad de incorporar nuevas narrativas que ya no solamente serán definidas por los imaginarios de los artistas.

«a partir de entonces todos mis trabajos exigen la participación del espectador: mi labor siempre estuvo guiada por la voluntad de que el otro experimentara, no solo para experimentar yo».

Lygia Clark, pintora y escultora, Brasil.

Brasil es un país fuertemente marcado por la multiculturalidad, el sincretismo y la hibridación, por lo que esto podría ser la respuesta a su papel como pionero en el campo de los movimientos que buscan un lenguaje más completo en la escena del arte latinoamericano.

En el caso de Lygia Clark, ella perteneció al movimiento neoconcreto de los años sesenta en Brasil, donde la obra estaba basada en lo sensorial y en el arte de la participación. En este movimiento la experiencia permitía generar un encuentro entre la subjetividad del receptor y la creación. Es así como la obra perdía su autonomía, y su potencialidad sería solamente actualizada por el receptor. Desde ahí, la artista se dedicó a provocar situaciones

que permitieran la liberación del participante, no solo limitándose en el terreno de lo estético, sino que también inmiscuyéndose en lo psicológico. Por lo tanto, los denominados *participantes* se convertían en dueños de su propia experiencia.

Un ejemplo de aquello es una obra donde se presentaba una diminuta piedra sobre de una bolsa de plástico que debía ser inflada por el participante. En el proceso, este debía ejercer presión que, dependiendo de la intensidad, permitiría que la piedra se hundiera o no en su soporte. Con este sencillo gesto, Clark entregaba la autoría de la obra al espectador, permitiendo que este abandonara su acostumbrada pasividad y tomara contacto con su propia realidad (Muñoz, 2020, mayo 22). En una entrevista la artista hace alusión a la relevancia de:

[...] dar al participante un objeto que no tiene importancia por sí mismo y que sólo la tendrá en la medida en que el participante actúe. En definitiva, es como un huevo que sólo revela su interior al ser abierto. [...] Es menester que la obra no cuente por ella misma y que sea un simple trampolín para la libertad del espectador-autor. (Muñoz, 2020, mayo 22)

«La performance es una práctica de vida y tenemos diferentes caminos impredecibles, es un trabajo vinculado a la experiencia, aunque en un principio tengamos un plan al enfrentarnos con el propio cuerpo»

Gonzalo Rabanal, performista, Chile

La *performance* es una «modalidad artística de carácter efímero que propone una obra viva, desarrollada en tiempo real, por medio del uso del cuerpo como soporte artístico» (MNBA, 2023). La *performance* surge como un movimiento que intenta escapar del dispositivo convencional, generando de manera intempestiva acciones de arte efímeras que exponen al ciudadano a una obra con el objetivo de generar una remoción en torno al concepto y al discurso.

Muchos artistas de los años setenta veían como el consumo de masas sólo hacía que se crearan falsas necesidades y estandarizaba la existencia humana. Debido a esto, Michael Foucault, en 1974, plantea que el control de la sociedad no sólo se realiza a través de la ideología, sino que también requiere del control del cuerpo de los individuos, generándose el concepto de biopolítica

(Foucault, 1976). En ese contexto surge un grupo de artistas que, a través de un lenguaje creativo, expresan su descontento con la sociedad de la época. En ese momento emergen una serie de disciplinas como los *assemblages*, *happenings*, *performance*, entre otros. Estas nuevas técnicas crean obras híbridas que remecen al espectador, poniendo en tensión los cuerpos y el poder.

«La performance a veces pone al público en situaciones confusas e incómodas. Los actos performáticos desafían los límites tanto de los artistas como de sus espectadores» (Taylor, 2015). Justamente ese es el gran cambio que se genera en este periodo: la posibilidad del público de completar la obra permitiendo que la interpretación sea particular y que dependa del contexto, de la experiencia y el conocimiento del espectador haciendo que este se involucre en la creación.

En Chile, el movimiento se instala en la década de los ochenta y se va formando gracias a la Escena de Avanzada, conformada por agrupaciones tales como la Asociación de Pintores y Escultores de Chile (APECH), Centro Cultural Mapocho y el Colectivo de Acciones de Arte (CADA), conformado por Rosenfeld, Dittborn, Richard, Kay, Altamirano, Leppe, entre otros. Durante este periodo, la principal institución que se encarga de producir y difundir el quehacer artístico es la Universidad de Chile, que luego del golpe de Estado se ve profundamente fracturada y vive el intervencionismo de la dictadura militar.

Para ejemplificar el sentido subjetivo de la *performance*, se analizará «Un ángel negro, un cuervo» de Gonzalo Rabanal. Este proyecto pone en crisis la figura del padre mediante una acción donde el hijo castiga a su progenitor. El hijo cuelga de los pies a su padre, para luego azotarlo (con una toalla mojada) con 27 golpes en el cuerpo. En esta obra se sobreponen los elementos y van creando en conjunto una obra performática. Los componentes como el agua, las cadenas y la vestimenta adquieren diferentes capas de significado y, al mismo tiempo, es posible dar cuenta sobre la narratividad transversal que se genera a lo largo de su realización, ya que no sólo es un espectador, sino que son múltiples observadores-actores los que están relacionándose por lo que da cabida a variadas interpretaciones y reacciones sobre el discurso. Sin duda se generan cambios emocionales como exaltación e incomodidad frente a situaciones de violencia que muestran el quiebre de reglas éticas establecidas, y dónde entran en escena las concepciones

culturales, particularmente, aquellas que tienen que ver con lo venerable o lo despreciable que puede resultar la existencia del otro.

«La performance es la guerrilla de las bellas artes: acostumbra a aparecer en un momento imprevisto, se hace notar intensamente y luego desaparece en los anales de los cuchicheos y la leyenda» (Gompertz, 2013) y, sobre todo, hace que los espectadores sientan una profunda sensación de protagonismo, cosa que ninguna otra disciplina del arte contemporáneo logra tan agudamente. Los espectadores-actores son parte del relato y, por un momento, también se vuelven artistas.

«Para mí (el arte) es una forma de intensificar la vida, de impactar al contemplador, sacudiéndolo, sacándolo de su inercia»

Marta Minujín, artista plástica e instalacionista, Argentina.

La instalación es:

un tipo de obra que surge a comienzos del siglo xx, realizada en y para un contexto y espacio determinado, siendo elaborada mediante diversos medios. En la mayoría de los casos permite una interacción activa con el espectador. Por definición, la instalación tiene una duración determinada y, por ende, un carácter efímero (MNBA, 2023).

Esta técnica tiene la característica de establecer un diálogo entre el espacio, los objetos y el espectador. Esta disciplina se hizo conocida en la década de los sesenta y, generalmente, tendían a ser piezas efímeras. Sin embargo, con el paso del tiempo, también se incorporaron obras que podían ser almacenadas y vueltas a montar. En este tipo de disciplina se busca la inmersividad que permite sumergir al público en una historia. No obstante, esta carece de guion, por lo que la acción solamente transcurre en el imaginario de los espectadores (Phillips, 2013).

Las instalaciones permiten la apreciación desde variados sentidos y muchas veces son recopilaciones de objetos que adquieren un significado global en la composición. En el caso de los exponentes del sur del continente, está la figura de la artista argentina Marta Minujín quien en 1964 crea «Revuélquese y viva» y por la cual recibió el Premio Nacional Di Tella. Esta obra se basaba en variados colchones coloridos de tela que movilizaban al espectador-actor a sumergirse en ellos, volviéndose un ejercicio artístico sensorial (*Arte por Excelencias*, 2010, diciembre 27). Esta obra se convertía en un espacio de tres dimensiones donde lo festivo y lo lúdico se entremezclaban, incitando al observador a tomar acción y, por qué no, a revivir memorias de la infancia en un ejercicio de apropiación

del dispositivo cultural. Esta obra marcará fuertemente la historia de la instalación en el país trasandino, la que también está enmarcada también en el arte pop.

Los movimientos y disciplinas analizadas tienen relación con la participación y creación de significado por parte del espectador y advierte cómo el arte se manifiesta como un instrumento que pone en tensión la subjetividad. Este espectador-actor, como ya se ha indicado, operará desde su individualidad, por lo que la creación de un sentido colectivo en torno a lo vivenciado resulta relevante. Solo a través de esta memoria común será posible crear una comunidad que encarne, sienta y transfiera el sentido que el arte propone en este tipo de acciones, evitando que se diluya en el tiempo y que, efectivamente, genere una reflexión y un cambio social frente a los temas (culturales, políticos, económicos, sexuales, religiosos, morales, éticos, medioambientales y sociales, entre otros) que el arte propone cada vez que se expone frente a un otro.

#### TRANSMEDIA COMO EJERCICIO DE PARTICIPACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE COMUNIDADES

Esta constante resignificación de los mensajes del entorno implica que las comunidades se aglutinen en cuanto se sienten representadas desde diversos paradigmas, carencias, requerimientos y estilos de vida. En las artes visuales los movimientos surgen como respuesta o contra respuesta a los modelos implantados, en su gran mayoría por las elites, produciendo nuevos significados y nuevas formas de desarrollar las disciplinas, sin embargo, no solamente es posible estudiar este fenómeno desde el campo de las ciencias sociales, sino que también desde las comunicaciones y las tecnologías, ámbitos que hoy en día dominan las relaciones humanas.

Este proceso de acción y respuesta frente a los contenidos producidos por los grupos de poder ya venía desarrollándose desde inicios del siglo xx. Sin embargo, la diferencia actual radica en que el escenario de hoy en día se vuelve cada vez más complejo debido a la globalización, la heterogeneización, la diversificación de los medios y al constante cambio social y cultural. A este panorama se suma el internet, una herramienta que ha cambiado radicalmente los procesos sociales del siglo xxi determinando que estos no solamente se muevan en un entorno físico, sino que también un entorno virtual.

La revolución técnica y la masificación de los dispositivos plantea nuevos desafíos que refuerzan la idea de que la virtualidad es el territorio donde se generan actualmente las relaciones sociales, económicas y culturales. Así pues, en el año 2003, Henry Jenkins académico estadounidense y especialista en el área de las comunicaciones, acuña el

concepto de «cultura de la convergencia» la cual dice ser un fenómeno social, colaborativo y principalmente virtual, que permite visibilizar a las personas no solamente como receptoras de mensajes, sino que también enfatiza su capacidad de producir contenidos dando forma a una cultura participativa (Scolari, 2010). Esto va a depender en gran medida de «las vivencias, percepciones y concepciones particulares de los individuos, de los grupos y clases sociales que lo conforman» (Pacheco, 2022, p. 2). Los discursos unívocos son cada vez menos comunes, ya que, en esta nueva cultura participativa, los individuos pasan a ser prosumidores donde «cada uno construye su propia mitología personal de fragmentos de información extraídos del flujo mediático» (Jenkins, 2008, p. 15). En ese marco, y relacionado con su campo de acción, Jenkins también elabora el concepto de *narración transmediática*, la cual está íntimamente ligada a esta convergencia de medios, refiriéndose a una comunicación que se genera entre consumidores activos que persiguen partes de historias a través de canales mediáticos, los cuales intercambian, experimentan, discuten, nutren contenidos y producen experiencias de entretenimiento más ricas (Jenkins, 2008). Asimismo, la transmedia se sustenta en dos elementos: uno que tiene relación con la participación de las audiencias y otro que considera la expansión de un relato en múltiples plataformas, presentándose como una solución para hacer frente a la atomización de las audiencias (Scolari, 2014).

A pesar de que la transmedia es un término que se crea asociándose en un sentido más bien comercial (en el cual consumidores adquieren un bien o servicio y se asocian según gustos y necesidades), también es cierto que, con el paso del tiempo, este ha ido evolucionando hasta llegar a ámbitos educativos y sociales.

Con relación a la transmedia aplicada al campo de la educación, en el artículo «Educación transmedia. De los contenidos generados por los usuarios a los contenidos generados por los estudiantes», de Carlos Scolari, Nohemí Lugo y María José Masanet (2019), se hace referencia a este cambio en la manera de percibir el concepto transmedia y adaptarlo al ámbito de las pedagogías. Si bien los autores comentan que, no es automáticamente trasladable, lo cierto es que generar procesos de enseñanza-aprendizaje explorando las dimensiones colaborativas que la transmedia ha posibilitado, es una oportunidad para visibilizar y fomentar diversos tipos de inteligencia y estilos de aprendizaje que pueden potenciarse desde plataformas sonoras, visuales y textuales variadas. Por esta razón, los autores insisten en que, tanto del lenguaje como los soportes, deben ser definidos por los estudiantes para cada contenido educativo para atender de manera eficaz sus necesidades. Por consiguiente, se presenta el concepto de *alfabetización*

*transmedia*, el cual hace referencia a «un conjunto de competencias transmedia que el sujeto ha aprendido en entornos no formales e informales, como redes sociales» (Scolari, Lugo y Masanet, 2019, p. 121).

En lo concerniente a las narrativas con corte social, Carmen Costa-Sánchez y Xosé López-García, investigadores de la Universidad de Coruña y de la Universidad de Santiago de Compostela, hacen una precisión al definir el concepto de *narrativa transmedia social*, definiéndola como una terminología que van más allá de la creación de los contenidos emanados desde la ficción y la no ficción. En ese sentido, su fin último es persuadir a nivel de las ideas, movilizar conductas y proponer valores inscribiéndose dentro del ámbito de la comunicación social, por lo cual se define como:

una estrategia de producción de contenidos que sigue una estructura expansiva en múltiples medios, en la que cada medio abre una puerta de entrada a un determinado público, con objeto de crear afinidad, concienciar sobre una problemática social y/o proponer alguna mejora en la sociedad en colaboración con los públicos a los que se dirige. (Costa-Sánchez y López-García, 2020, p. 240)

#### **TRIADA HISTORIA, ARTES Y TRANSMEDIA, DESDE EL PARADIGMA DEL GIRO LINGÜÍSTICO**

El giro lingüístico permitió exaltar el rol de la subjetividad en las disciplinas organizadas de conocimiento, lo que reveló la importancia de esta en la construcción de significados y la interpretación de la realidad en el contexto histórico de mediados del siglo xx en América.

Este paradigma transformó la forma en que se concebía y se experimentaba el arte, afectando la forma en la cual se desarrollaba la disciplina artística hasta ese momento. Como resultado de este quiebre, surgen nuevos movimientos y disciplinas que promovieron una mayor interacción del espectador. Esta situación también es posible observarla en lo que ocurre con las comunicaciones y de manera mucho más contemporánea, en las nuevas formas de generar procesos de información y generación de comunidades respecto a relatos diversos.

Es así como este análisis invita a reflexionar sobre la complejidad del sujeto en la producción de significados y su influencia en la creación y transmisión del conocimiento en la historia, las ciencias sociales, las artes y las comunicaciones, subrayando la importancia de comprender la subjetividad en su contexto histórico y social. En efecto, es posible visualizar puntos de correlación que exponen cómo la subjetividad, la cual toma relevancia en el contexto del giro lingüístico

aproximadamente en los años 60 y 70 del siglo xx, y su propuesta de apertura hacia una concepción de la realidad más diversa y donde la concepción individual, se vuelve una variable transversal en la construcción del conocimiento. Asimismo, se propone la posibilidad de aplicar estos conceptos en el ámbito de las comunicaciones, ya que desde la narrativa transmedia, la participación de los sujetos juega un rol central. Desde ahí se puede entender cómo operan las interrelaciones culturales, logrando plantear dispositivos que permitan la creación espacios de diálogo, de comunidades y de narrativas.

En primer lugar, se puede observar que en todas las materias desarrolladas se considera la importancia de observar al ser humano en su calidad de ciudadano del mundo, es decir, no se encuentra aislado, sino que siempre está siendo influido por el entorno y el contexto social. En segundo lugar, se manifiesta cómo la vida juega un rol principal y cómo la realidad se complementa con historias de la otredad, pudiendo recrear a través de la historia, del cuerpo y las realidades de la alteridad. En tercer lugar, se observa que la presencia del tiempo es un factor relevante que influye de manera distinta en cada uno de los conceptos, pudiendo estar enmarcada en una larga línea de tiempo, en un instante fugaz o bien en un tiempo que viene y va entre lo sincrónico y lo asincrónico.

Finalmente, se verifica que todos los elementos se basan en la ambigüedad y en los múltiples significados que puede acumular una situación / obra / objeto / relato, es decir, cada uno de ellos va a variar según la experiencia del sujeto, siendo todos igualmente válidos.

En consecuencia, se asume a la historia, al arte y a la transmedia como herramientas que le permiten a la humanidad crear realidades que dependerán única y exclusivamente de la subjetividad de los individuos, otorgándole valor a través de la facultad de compartirlo y recrearlo con los demás. Si bien esta creación es totalmente libre, se configura como un espacio que mantendrá cautivo a sus creadores en sus propias estructuras, narrativas y discursos.

## REFERENCIAS

- AQUINO, A. (2013). La subjetividad al debate. *Sociológica*, 28(80), 259-278.
- BALANDIER, G. (1993). *El desorden. La teoría del caos y las ciencias sociales*. Gedisa.
- BOURDIEU, M. (1997). *Razones prácticas*. Anagrama.
- CENTRO de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCCB). (2016, octubre 20). George Maciunas. CCCC. <https://www.cccb.org/es/participantes/ficha/george-maciunas/12151>
- FRIEDMAN, K. (2022). Cuarenta años de Fluxus, fragmentos. En B. Sichel, (coord.) *Fluxus y fluxusfilms*. 1962-2002. MNCARS. <http://www.geifco.org/actionart/actionart03/secciones/1marca/artistas/MarcaDeLosMovimientos/fluxus/fluxusfilms/index.htm>
- COSTA-SÁNCHEZ, C. y López-García, X. (2020). Narrativas transmedias sociales. *Arte, individuo y sociedad*, 33(1), 237-257.
- DE Certeau, M. (1978). *La escritura de la historia*. Gallimard.
- DOSSE, F. (2006). *La historia en migajas: de Annales a la nueva historia*. Universidad Iberoamericana.
- FOUCAULT, M. (1976). *Historia de la sexualidad*. Gallimard.
- GOMPERTZ, W. (2013). *¿Qué estás mirando? 150 años de arte moderno en un abrir y cerrar de ojos*. Taurus.
- JENKINS, H. (2008). *Cultura de la convergencia*. Paidós.
- MUSEO Nacional de Bellas Artes (MNBA). (2023). *Performance*. Artistas visuales chilenos. <https://www.artistasvisualeschilenos.cl/658/w3-printer-54880.html>
- OLAIZ, I. (2010). Subjetividad en las prácticas de interpretación del arte. Algunas narrativas visuales para una comprensión crítica de la historia del arte. *Revista Iberoamericana de Educación*, 52(3). 1-9. <https://doi.org/10.35362/rie5231796>
- PACHECO, A. (2022). *Territorios en la comunicación*. Universidad Viña del Mar.
- PHILLIPS, S. (2013). *Ismos para entender el arte moderno*. Turner.
- SCOLARI, C. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. En *Anuario AC/E de cultura digital* (pp. 73-81). AC/E - Acción Cultural Española. [https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario\\_ACE\\_2014/6Transmedia\\_c\\_scolari.pdf](https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/6Transmedia_c_scolari.pdf)
- SCOLARI, C. (2010). *Convergencia, medios y educación*. Red Latinoamericana de Portales Educativos: [https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/27098/Scolari\\_RELPE\\_Conv.pdf?sequen](https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/27098/Scolari_RELPE_Conv.pdf?sequen)

- SCOLARI, C., Lugo, N. y Masanet, M. (2019). Educación transmedia. De los contenidos generados por los usuarios a los contenidos generados por los estudiantes. *Revista Latina de Comunicación Social*, (74), 116-132. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1324>
- TAYLOR, D. (2012). *Performance*. Asunto Impreso.
- TOURAINÉ, A. (1997). *¿Podremos vivir juntos?* Fondo de Cultura Económica.
- VILLAR Boullosa, P. (2016). El psicoanálisis como alternativa en la hipermodernidad. *Psicología, Conocimiento y Sociedad*, 6(2), 243-258.
- WHITE, H. (1992). *El contenido de la forma*. Paidós.
- ARTE por Excelencias. (2010, diciembre 27). ¡Revuélquese y viva! *Arte por Excelencias*. <https://www.arteporexcelencias.com/es/noticias/2010-12-27/%C2%A1revuelquese-y-viva.html>
- MUÑOZ, M. (2020, mayo 22). Imagen, acción y corporalidad en el trabajo de Lygia Clark. *Mundo performance*. <https://mundoperformance.net/2020/05/22/imagen-accion-y-corporalidad-en-el-trabajo-de-lygia-clark/>

---

Derechos de autor: Universidad Nacional de Colombia.

Este documento se encuentra bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0).





- ES** Gamificación en la educación superior: proyecto transmedia de aula gamificada para estudiantes de Periodismo en la Universidad Viña del Mar (Chile)
- EN** Gamification in higher education: transmedia gamified classroom project for journalism students at the University of Viña del Mar (Chile)
- ITA** Gamification nell'istruzione superiore: progetto transmediale di aula gamificata per studenti di giornalismo all'Università di Viña del Mar (Cile)
- FRA** La gamification dans l'enseignement supérieur : projet transmédia de salle de classe gamifiée pour les étudiants en journalisme de l'Université de Viña del Mar (Chili)
- POR** Gamificação no ensino superior: projeto transmídia de sala de aula gamificada para estudantes de Jornalismo na Universidade Viña del Mar (Chile)

*Martín Eduardo Ferrer Contreras*

# Gamificación en la educación superior: proyecto transmedia de aula gamificada para estudiantes de Periodismo en la Universidad Viña del Mar (Chile)


Recibido: 6/09/2024; Aceptado: 31/05/2025; Publicado en línea: 30/06/2025  
<https://doi.org/10.15446/actio.v9n1.123179>



**MARTÍN EDUARDO  
FERRER CONTRERAS**

Jefe de la carrera de Animación Digital de la Facultad de Arquitectura, Comunicaciones y Diseño, en la Universidad Viña del Mar, Chile. Estudiante del doctorado en Industrias de la Comunicación y Culturales de la Universidad Politécnica de Valencia, España. Magister en Comunicación Estratégica y Digital, Universidad Finis Terrae.

Correo electrónico:  
[martin.ferrer@uvm.cl](mailto:martin.ferrer@uvm.cl)

 0000-0002-7720-7363

## RESUMEN (ES)

La gamificación en el ámbito de la educación es una metodología de diseño de actividades de aprendizajes que incluye experiencias y elementos del juego, buscando el disfrute y las emociones positivas por parte de los estudiantes, además de mejorar significativamente el aprendizaje. Desde el 2008, existen evidencias científicas de que no solo es una tendencia educativa, sino que se ha demostrado ser eficaz, que sigue siendo de interés para muchos investigadores y docentes y que su desarrollo e implementación se va a mantener e incrementando en el tiempo. En este estudio/proyecto, se creó, diseñó e implementó un proyecto de gamificación con base en narrativas transmedias para estudiantes de la carrera de Periodismo de la Universidad Viña del Mar, en la asignatura transmedia de Social Media de tercer año, lo que permitió experimentar una nueva forma de aprendizaje: lúdico, colaborativo e interactivo. La aplicación del juego transmedia, generó aprendizajes significativos tanto para los estudiantes como para el investigador y creador, permitiendo evidenciar una metodología que busca ser replicada en otras asignaturas y contenidos de los estudiantes de las universidades de Latinoamérica en el área de las comunicaciones.

**PALABRAS CLAVE:** *gamificación, transmedia, redes sociales, juegos, aprendizaje, Chile.*

## ABSTRACT (ENG)

Gamification in education is a methodology for designing learning activities that includes game-based experiences and elements, aiming to foster enjoyment and positive emotions among students, while also enhancing meaningful learning. Since 2008, there has been scientific evidence showing that it is not only an educational trend, but it has proven to be effective, continues to attract the interest of many researchers and teachers, and that its development and implementation will persist and expand over time. In this study/project, a gamification project based on transmedia narratives was created, designed, and

implemented for journalism students at the University of Viña del Mar in the third-year transmedia course on social media, allowing them to experience a new form of learning: playful, collaborative, and interactive. The application of the transmedia game generated meaningful learning both for the students and for the researcher, as creator, highlighting a methodology that seeks to be replicated in other subjects and content for students at Latin American universities in the field of communications.

**KEYWORDS:** *gamification, transmedia, social networks, games, learning, Chile.*

## RIASSUNTI (ITA)

La gamification nel campo dell'istruzione è una metodologia di progettazione di attività di apprendimento che include esperienze ed elementi di gioco, con l'obiettivo di suscitare divertimento ed emozioni positive negli studenti, oltre a migliorare in modo significativo l'apprendimento. Dal 2008 esistono prove scientifiche che dimostrano che non si tratta solo di una tendenza educativa, ma che si è dimostrata efficace, continua a suscitare l'interesse di molti ricercatori e docenti e che il suo sviluppo e la sua implementazione continueranno e aumenteranno nel tempo. In questo studio/progetto è stato creato, progettato e implementato un progetto di gamification basato su narrazioni transmediali per gli studenti del corso di giornalismo dell'Università di Viña del Mar, nell'ambito del corso transmediale di Social Media del terzo anno, che ha permesso di sperimentare una nuova forma di apprendimento: ludico, collaborativo e interattivo. L'applicazione del gioco transmediale ha generato un apprendimento significativo sia per gli studenti che per il ricercatore, in quanto creatore, consentendo di evidenziare una metodologia che mira a essere replicata in altre materie e contenuti nelle università latinoamericane nel settore della comunicazione.

**PAROLE CHIAVE:** *gamification, transmedialità, social network, giochi, apprendimento, Cile.*

### RÉSUMÉ (FRA)

La gamification dans le domaine de l'éducation est une méthodologie de conception d'activités d'apprentissage qui inclut des expériences et des éléments liés au jeu, visant à susciter le plaisir et des émotions positives chez les étudiants, tout en améliorant de manière significative l'apprentissage. Depuis 2008, il existe des preuves scientifiques démontrant qu'il ne s'agit pas seulement d'une tendance éducative, mais qu'elle s'est avérée efficace, qu'elle continue d'intéresser de nombreux chercheurs et enseignants et que son développement et sa mise en œuvre vont se poursuivre et s'intensifier au fil du temps. Dans le cadre de cette étude/projet, un projet de gamification basé sur des récits transmédia a été créé, conçu et mis en œuvre pour les étudiants en journalisme de l'Université de Viña del Mar, dans le cadre du cours de transmédia et réseaux sociaux de troisième année, ce qui a permis d'expérimenter une nouvelle forme d'apprentissage : ludique, collaborative et interactive. L'application du jeu transmédia a généré des apprentissages riches de sens tant pour les étudiants que pour le chercheur, en tant que créateur, permettant de mettre en évidence une méthodologie qui cherche à être reproduite dans d'autres matières et contenus destinés aux étudiants des universités d'Amérique latine dans le domaine de la communication.

**MOTS-CLÉS :** *gamification, transmédia, réseaux sociaux, jeux, apprentissage, Chili.*

### RESUMO (POR)

A gamificação no âmbito da educação é uma metodologia de concepção de atividades de aprendizagem que inclui experiências e elementos lúdicos, buscando o prazer e as emoções positivas por parte dos estudantes, além de melhorar significativamente a aprendizagem. Desde 2008, existem evidências científicas de que não se trata apenas de uma tendência educacional, mas que se mostrou eficaz, continua a ser de interesse para muitos pesquisadores e professores, e que seu desenvolvimento e implementação se manterão e aumentarão ao longo do tempo. Neste estudo/projeto, foi criado, projetado e implementado um projeto de gamificação baseado em narrativas transmédia para alunos do curso de Jornalismo da Universidade Viña del Mar, na disciplina de Transmédia e Mídias Sociais do terceiro ano, o que permitiu experimentar uma

nova forma de aprendizagem: lúdica, colaborativa e interativa. A aplicação do jogo transmédia gerou aprendizagem significativa tanto para os alunos quanto para o pesquisador, como criador, permitindo evidenciar uma metodologia que busca ser replicada em outras disciplinas e conteúdos nas universidades da América Latina na área de comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** *gamificação, transmédia, redes sociais, jogos, aprendizagem, Chile.*

## GAMIFICACIÓN: APRENDER JUGANDO

El concepto de *gamificación* es clave en este trabajo. Diversas teorías dan soporte a la gamificación. Gabe Zichermann y Christopher Cunningham (2011) lo plantean como «un proceso relacionado con el pensamiento del jugador y las técnicas de juego para atraer a los usuarios y resolver problemas», y Karl Kapp (2012) como «la utilización de mecanismos, la estética y el uso del pensamiento, para atraer a las personas, incitar a la acción, promover el aprendizaje y resolver problemas» (p. 9).

Por todo esto, implementar la gamificación para que los alumnos puedan aprender con técnicas lúdicas podría servir en el aula sin necesidad de implementar tecnologías muy costosas.

Para atraer la atención de la generación Z —aquellos nacidos entre mediados de la década de 1990 y el 2000 y que son dependientes de la tecnología (Fernández Cruz, 2016)—, es necesario presentarles contenidos atractivos que los incentiven a la acción.

## REDES SOCIALES: COMUNICACIÓN Y APRENDIZAJE

A nivel mundial, las redes sociales se transformaron en espacios de comunicación, entretenimiento, trabajo y aprendizaje. Chile es el segundo país en Latinoamérica con más usuarios activos en redes sociales. A la fecha (junio de 2025), según Statista, más de 18 millones de personas tienen un perfil en alguna red social. Facebook posee 12,5 millones de usuarios registrados, Instagram (11,65 millones), TikTok (8,55 millones) y Twitter (2,9 millones).

Facebook fue creada en 2004 por Mark Zuckerberg y tiene 2910 millones de usuarios activos a nivel mundial, y sus usuarios se concentran entre los 25 y los 54 años. En Chile es la red social favorita de la generación X (41 a 55 años), con una preferencia del 58 %. TikTok, creada en China, se masificó en pandemia y se caracteriza por ser la red social favorita de las nuevas generaciones; hoy en día, acumula más de 1023 millones de usuarios a nivel mundial.

Instagram es la red social más utilizada por la generación Z (13 a 23 años), ya que un 73 % la utilizan a diario. Los millennial (24 a 40 años) la utilizan un 60 % (Cancino, 2022).

Según la TELCO Chilena Entel, durante el primer semestre del 2022 —superando en un 32 % al 2021—, las redes sociales que más se consumieron, según los datos

## INTRODUCCIÓN<sup>1</sup>

La gamificación, cuyo término deriva del concepto inglés *gamification*, se compone de los términos *game* y *affic*. *Game* proviene del alemán *gamen*, ‘divertirse’, ‘jugar’; y *affic* proviene del latín *affictio*, palabra que con el tiempo ha derivado a *ficere* y *facere*, que significa ‘hacer’ (Meng, et al., 2024).

Un elemento importante de la gamificación en la enseñanza es la habilidad para aumentar la implicación activa de los estudiantes, también en materias menos atractivas o poco llamativas (Aldalur, 2024). Asimismo, la gamificación permite a los estudiantes experimentar situaciones de éxito y fracaso en un entorno controlado, desarrollando su resiliencia y su capacidad para gestionar emociones. El-Sayed, et al. (2024) menciona que la motivación es un elemento esencial en el proceso de enseñanza, dado que impacta directamente en el desempeño y la memorización del saber.

Se trata de experimentar en primera persona qué es la gamificación y los beneficios que puede traer en sus aulas. La gamificación es una herramienta que se asocia con el aprendizaje (Habachi, et al., 2024). Con la gamificación no se trata únicamente de aprender datos nuevos, teorías, conceptos relacionados con la materia que se esté impartiendo a toda la clase, sino que el enfoque gamificado se centra en todo el alumnado. De esta forma, cualquier persona puede conocer la materia de una nueva forma, mejorando su motivación y disfrutando de la experiencia de aprendizaje. Por ello, se pueden obtener excelentes resultados en el aprendizaje e individuos muy satisfechos con el proceso (Habachi, et al., 2024).

<sup>1</sup> Proyecto desarrollado en el Diplomado de Habilidades para Gamificar el aula, del programa (GCSA) Universidad de Chile. Agradecimientos a las profesoras Dra. Jessica Meza-Jaque y Dra. Sandra Meza.

móviles en Chile, fue Instagram con 147 687 TB, seguido por YouTube con 140 016 TB, y Facebook con 118 304 TB, donde se concentra el 51 % del tráfico de datos móviles en las 3 redes sociales (Corporativo Entel, 2022).

Los datos de las redes sociales a nivel mundial y en Chile son relevantes para los futuros comunicadores sociales y/o periodistas, pues desde ese punto de inicio es donde se genera la comunicación digital para diferentes públicos y audiencias, generando una comunicación transmedia.

*Transmedia* significa ‘a través de los medios’, ‘a través de plataformas’. Se cuentan las historias a través de las plataformas o medios; con la participación activa de la audiencia, se crean contenidos que alimentan constantemente a la historia.

Jeff Gómez (Andersen, 2010), experto en *transmedia storytelling*, la define como «El arte de transmitir mensajes y argumentos al gran público a través del uso planificado de múltiples plataformas de medios». *Transmedia* es, entonces, contar historias y enviar mensajes a la sociedad a través del uso estratégico de medios y plataformas de comunicación en esta nueva era de la convergencia. La participación activa de la audiencia es una condición imperiosa para que este lenguaje subsista.

La gamificación permite que los estudiantes, en este caso de la carrera de Periodismo, prioricen y reflexionen sobre las redes sociales de manera lúdica, colaborativa e interactiva a través de un juego de mesa.

## METODOLOGÍA

### PROBLEMÁTICA

Los estudiantes de quinto semestre (3 año) de la carrera de Periodismo de la Universidad Viña del Mar (Chile), al ser nativos digitales, se les dificulta que procesen información, más aún, que la puedan recordar y a su vez generar reflexión.

Desde la asignatura Social Media se requiere enseñar las redes sociales, conocer cada una, con sus características, para que luego sean especialistas en cada una de las áreas que se requieren en el mercado laboral.

El perfil de estudiantes tiene características de ser muy dispersos, poseer bajo grado de concentración y privilegian lo audiovisual y/o lúdico para aprender. Dentro de resultados de aprendizajes que se establecen en el programa académico en la asignatura de Social Media son los siguientes:

R1: utilizar medios sociales como Twitter y Facebook para su aplicación como recursos de promoción de un sitio web.

R2: identificar las principales herramientas de *marketing* y publicidad disponibles en Google para su aplicación en un sitio web.

R3: aplicar diversas técnicas de analítica web para obtener información acerca de los intereses, actuaciones, búsquedas y compras realizadas por los visitantes de un sitio.

### PERFIL DE ESTUDIANTES

A doce estudiantes elegidos mediante una convocatoria abierta de la asignatura Social Media, durante el año 2022, se les aplicó el test del juego de mesa, mediante test, observación y grupo focal.

El grupo de estudiantes corresponde a la clase social media chilena, entre 20 a 23 años, nacieron con internet y utilizan principalmente las redes sociales para comunicarse e informarse. Al estar en proceso de formación universitaria, visualizan las redes sociales como una plataforma de trabajo a futuro por su accesibilidad y constante actualizaciones para entretenerse.

### METODOLOGÍA DEL PROYECTO

Se aplica una metodología mixta cualitativa y cuantitativa a 12 estudiantes (8 hombres y 4 mujeres) divididos para su juego en 2 grupos de 6. Se utilizaron 3 técnicas de investigación propicias para su aplicación y resultados: observación grupal, test de conocimientos y grupo focal.

La técnica de observación es un método de recolección de datos utilizado en investigaciones sociales, psicológicas, antropológicas y en muchos otros campos. Se trata de una técnica que permite a los investigadores observar comportamientos, actitudes y eventos en un entorno natural o controlado. La observación es una técnica valiosa debido a su capacidad para proporcionar información objetiva y detallada sobre un sujeto o situación (Campbell y Stanley, 2005; Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

El test es una técnica valiosa y efectiva en la investigación que puede proporcionar una medida cuantitativa y objetiva de una amplia variedad de 33 características humanas. Aplicado al proyecto, en el test se evalúan los conocimientos en una materia o campo específico.

El grupo focal es una herramienta de investigación de mercado que permite obtener opiniones y percepciones de un grupo pequeño de personas seleccionadas al azar con respecto a un producto, servicio o idea en particular. Estos grupos son moderados por un facilitador y se llevan a cabo en un ambiente controlado, lo que permite obtener una discusión libre y espontánea entre los participantes (Bunge, 2004; Kumar, 2011). Para el proyecto se aplicó el grupo focal tradicional: un grupo de personas que se reúnen para discutir y proporcionar opiniones y perspectivas sobre un tema en particular, en este caso el testeo del juego.

OBJETIVOS

El objetivo es que los estudiantes de Periodismo de la Universidad Viña del Mar, en la asignatura de Social Media de tercer año, puedan jugar y conocer las características de cada una de las redes sociales para luego desempeñarse como especialista en una de las áreas que requiere una agencia de comunicación real en la región donde estudian.

DISEÑO DEL AULA GAMIFICADA:

Al diseñar actividades gamificadas, se busca que los estudiantes tengan vivencias de aprendizajes llamativas y participativas, tomando diferentes juegos para motivar a cada uno de ellos (Meng, et al., 2024). Estas actividades ayudan a tener una mejor conexión con los contenidos de estudio ya que no es un aprendizaje común, sino que es interactivo y dinámico. Al incluir estrategias de

gamificación, los estudiantes tienen mayores experiencias donde pueden participar activamente y explorar; se enfoca en la instrucción y también promueve habilidades para resolución de problemas, pensamiento crítico y trabajo en equipo (Domínguez, et al., 2013).

El juego diseñado se aplica en el mundo real porque genera una experiencia, significados y aprendizajes. El juego posee en sí, reglas externas, mecánicas y etapas.

TAXONOMÍA DEL JUEGO:

A través del entretenimiento, existe un desafío que permite, por medio de preguntas, generar una competencia y juego en un determinado tiempo.

Se utiliza la selección de criterios CoA basado en una comunidad de gamificación. Selección de estudiantes con intereses comunes que se ven a diario.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE QUE SE APLICAN:

- Distinguir las redes sociales según los atributos/ características de cada una.
- Aprender de una manera lúdica sobre las redes sociales.
- Reflexionar sobre las características de cada una de las redes sociales.

Tabla 1. Comunidad de aprendizajes

CoA (comunidad de aprendizajes)
<b>¿Qué hace esta comunidad?</b> Definen propósitos a partir del conocimiento.
<b>Definición:</b> Grupo de personas que construyen a partir de confianza y colaboración entre sus miembros y se aglutinan alrededor de objetos de estudio por los que hay interés compartido.
<b>Tipos de actividad que desarrollan:</b> Desarrollan proyectos. Analizan su práctica. Estudio de casos.
<b>Perfil de los usuarios de la comunidad:</b> Tiene formación profesional y académica. Aprenden y resuelven desde el conocimiento.
<b>Periodicidad de encuentros de la comunidad:</b> Seguido, por lo general a diario.

## INSTRUCCIONES

En una sala con una mesa redonda, aislada de estímulos y digitalización, se posicionan 6 estudiantes. Se les pide concentración al recibir las instrucciones mediante un guía.

Diseño de cartas: se eligieron 6 principales redes sociales —porque son 6 jugadores por ronda—, se diseñaron las cartas, con 6 características relevantes para las mecánicas del juego.

Narrativa: los 3 especialistas ganadores pueden optar por trabajar en la agencia de comunicación digital real de la V región (Chile) «Comunica» (<https://agenciacomunica.cl/>) en cada área de las categorías que participan.

- Audiencias/encargado de métricas.
- Crecimiento/analista de tendencias.
- Rendimiento/generador de contenidos digitales.
- Juegan equipos de 6 estudiantes con 6 cartas.
- Se desarrollan 3 rondas por cada grupo de estudiantes.
- De las 3 rondas, los 2 ganadores que aciertan en menor tiempo, en una de las siguientes áreas de las cartas —audiencia/crecimiento/rendimiento—, pasan a la final.

- Las duplas finalistas de cada categoría compiten con la finalidad de que entreguen un ganador por cada categoría.

Mecánica del juego: existe un moderador (profesor/guía) que realiza las preguntas sobre las características de las redes sociales (sin saber qué cartas tienen los estudiantes), a medida que van acertando. Quien complete las 6 características, gana.

Se reitera el tiempo como un elemento para triunfar y se hace énfasis en una de las 3 áreas a ganar.

Dinámica del juego: juego de mesa, real, con 6 jugadores y una guía. Se puede resolver estudiando previamente las características de las redes, adelantándose al guía.

Estética del juego: es un juego en el que se socializa para aprender a través de un desafío, cada uno se siente parte. Pertenecer a todos los tipos de jugadores. Es una actividad para que el estudiante nunca se le olvide las características de lo aprendido en el juego. Posee nivel intermedio con salida equilibrada, y puede continuar con otra ronda de juego. Durante el mes de octubre y noviembre de 2022, se desarrolló la implementación del



Figura 1. Diseño de cartas: Instagram, Facebook y LinkedIn.



## Diseño de las cartas.

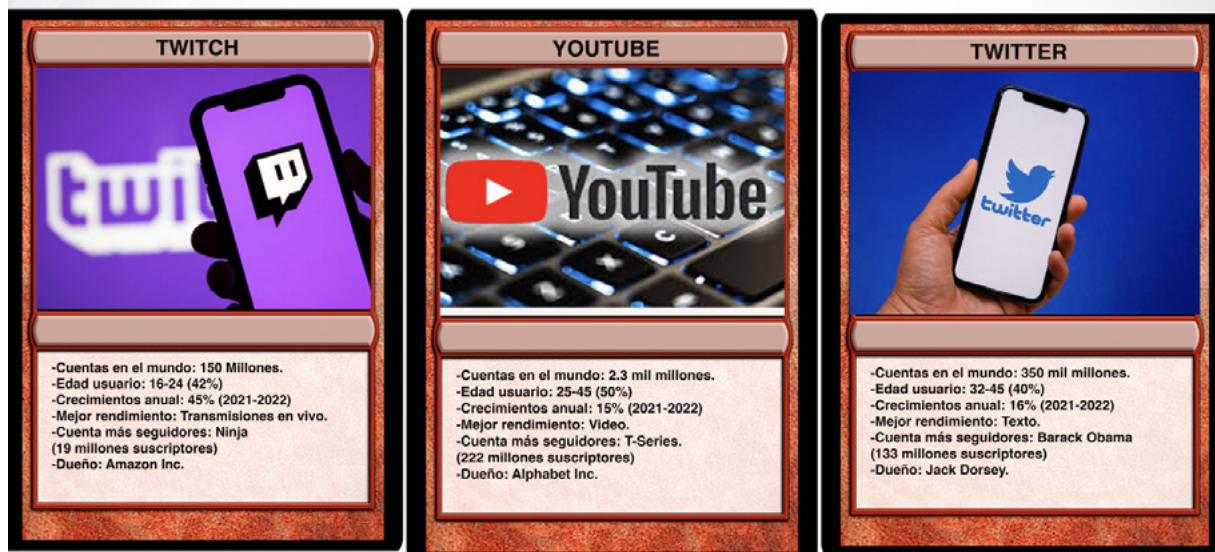


Figura 2. Diseño de cartas: Twitch, Youtube y Twitter.

proyecto con un grupo de estudiantes de la asignatura de Social Media del tercer año de la carrera de Periodismo en la Universidad Viña del Mar, Chile.

### RESULTADOS

Al finalizar el juego, se les aplicó una encuesta con 8 preguntas y una valoración de la experiencia gamificada.

- Un hallazgo relevante en este primer proyecto de aula gamificada con estudiantes de la carrera de Periodismo en la Universidad Viña del Mar, Chile, es descubrir que la gamificación genera nuevas metodologías de aprendizajes en donde el estudiante tiene un rol activo y relevante dentro del proceso de autoaprendizaje.
- El juego genera una instancia lúdica de entretenimiento, por lo tanto, la predisposición siempre es positiva a participar, ir descubriendo el juego y proponer mejoras.
- El trabajo colectivo, entre pares, es un elemento principal, lo que potencia la ayuda y reflexión de contenidos disciplinares.

d. Se aprecian diferentes tipos de jugadores:

- Socializadores: quieren interactuar y sociabilizar.
- Jugadores: están motivados por la recompensa.
- Espíritus libres: quieren crear y explorar.

- En el lugar/sala permea la interactividad. En este proyecto se plantea la idea de evitar las pantallas digitales para el aprendizaje. Se vuelve a la esencia de la comunicación en donde los canales *offline* potencian el aprendizaje y generan mayor poder de recordación y reflexión de los participantes.
- El tiempo/duración es clave para el desarrollo del proyecto y del juego. Al asumir un desafío de «ganar», el estudiante despliega sus habilidades comunicacionales para poder, en el menor tiempo posible, ir superando las etapas. Por lo cual, su foco y concentración está totalmente en el aquí y ahora.
- Se propician los aprendizajes lúdicos individuales y luego reflexiones grupales acerca del tema jugado y sobre la disciplina de las redes sociales. Lo que tradicionalmente en un aula no gamificada puede



Tabla 2. Resultados de encuestas a estudiantes UVM

Resultados Encuesta Estudiantes UVM	Respuestas		
	Sí	Medianamente	No
Aprendí nuevos conocimientos	10	2	0
Aprendí de mis compañeros	6	4	2
El juego me permite aprender mejor que una clase expositiva	11	1	0
Me gustaría jugar más para aprender contenidos	11	1	0
El juego requiere mejoras de instrucciones	3	3	6
Recomiendo el juego a mis compañeros	10	2	0
El juego me prepara para la vida profesional	9	3	0
Comprendí la gamificación mediante el juego	8	2	2
Con qué nota calificarías la experiencia del juego de 1 a 7	Promedio 5.5		

lograrse en 3 sesiones (6 horas total), en el juego, en 1 hora y 30 minutos, se puede lograr el mismo objetivo, en donde el estudiante es el centro del aprendizaje y recibe ayuda de sus compañeros y guía.

## DISCUSIÓN

Un apartado importante en la discusión que presenta este artículo es poder desglosar un proyecto de comunicación transmedia desde la idea/ejecución/ testeo, a través de nuevas metodologías de aprendizajes basado en la comunicación transmedia, específicamente la gamificación.

Determinar/comprobar si las nuevas generaciones de estudiantes del área de las comunicaciones pueden aprender de manera lúdica e interactiva, en donde se propician condiciones, según el propósito del curso, para un aprendizaje en aula. Se comprueba la hipótesis de que efectivamente, desde el 2008, investigadores y educadores utilizan las narrativas transmedia para generar nuevas maneras de comunicación y de aprendizajes de forma colaborativa en ambientes educativos.

La educomunicación, como interdisciplina y transdisciplina entre la educación y comunicación, permite efectivamente que los estudiantes, cuyas edades fluctúan entre los 20 y 23 años, aprendan de manera focalizada sobre datos importantes y, a su vez, genera un espíritu crítico frente al objetivo que se les plantea, propiciando no solo el aprendizaje disciplinar,

sino transdisciplinar de mejorar el juego, vinculándose con nuevas estrategias de aprendizajes en un ambiente positivo y lúdico.

Respecto a otros proyectos desarrollados, de los reconocidos, este es el primero en el área de formación de las comunicaciones en Chile que posee un juego analógico, con dinámicas, mecánicas y estéticas de juego de cartas, con una finalidad de incorporación real en el mundo laboral.

## CONCLUSIONES

Este estudio expone cómo los proyectos transmedia, especializados en gamificación para las nuevas generaciones en la ciudad de Viña del Mar (Chile), están aportando un rol crucial en la transformación de la educación superior. A través actividades desarrolladas históricamente, como los juegos de cartas, se potencia, en un ambiente no digitalizado, la reflexión y aprendizajes de los estudiantes.

El prototipo aplicado a 6 estudiantes permite escalar el proyecto, entendiendo y aplicando las mejoras propias del testeo realizado con estudiantes del mismo nivel y carrera profesional.

El propósito del juego es crucial: se debe presentar un desafío claro y específico que deben lograr los estudiantes en un tiempo determinado, y debe estar mediado por un guía y/o profesor que indique las reglas y resultados de aprendizajes que se logran.

La recompensa al ganar debe ser atractiva: en este caso, se potenció con el premio realizar una pasantía en una agencia digital, ingresando al mercado laboral de la disciplina, lo que es una entrada para competir de manera lúdica.

Lo juegos analógicos y/o digitales se deben testear varias veces para incluir mejoras, incluso, tomar los consejos de los mismos participantes, pues ellos también tienen experiencia jugando en su infancia, adolescencia, incluso en su vida adulta.

Este proyecto se puede replicar a otros ambientes digitales, como es el metaverso, donde a través de avatares los estudiantes pueden jugar aprendiendo de manera lúdica.

Por último, este proyecto permite generar un prototipo de metodología que se pueda extrapolar a cualquier área del conocimiento y de disciplina, entendiendo el propósito de aprendizaje que se requiere aplicar a los estudiantes de universidades de Latinoamérica.

## REFERENCIAS

- ALDALUR, I. (2024). Gamifying software engineering subject to enhance the quality of knowledge. *Software: Practice and Experience*, 54(12), 2299-2315. <https://doi.org/10.1002/spe.3339>
- ANDERSEN, M. (2010, noviembre 18). Jeff Gomez reveals secrets to transmedia franchise development at Cinekid. *WIRED*. <https://www.wired.com/2010/11/jeff-gomez-reveals-secrets-to-transmedia-franchise-development-at-cinekid/>
- BUNGE, M. (2004). *La investigación científica: Su estrategia y sus filosofías*. Editorial Siglo XXI.
- CAMPBELL, D. T. y Stanley, J. C. (2005). *Diseños experimentales y cuasi-experimentales en la investigación social*. Amorrortu.
- CANCINO, K. (2022, noviembre12). Ministros influenciar y gobierno millennial: la estrategia digital de La Moneda. <https://eldesconcierto.cl/2022/11/12/ministros-influencers-y-gobierno-millennial-la-estrategia-digital-de-la-moneda>
- CORPORATIVO, Entel. (2022, agosto 8). Nuevo análisis de Entel: Instagram es la app más usada por los chilenos durante 2022. <https://informacioncorporativa.entel.cl/comunicados-de-prensa/posts/instagram-es-la-app-mas-usada-por-los-chilenos-durante-2022>
- DOMÍNGUEZ, A., Sáenz-de-Navarrete, J., de-Marcos, L., Fernández-Sanz, L., Pagés, C. y Martínez-Herráiz, J. J. (2013). Gamifying learning experiences: Practical implications and outcomes. *Computers & Education*, 63, 380-392. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.12.020>
- EL-SAYED, M., Pérez, L., González, R. y Ahmed, N. (2024). La motivación como eje central del aprendizaje significativo. *Revista Internacional de Educación y Psicología*, 35(2), 112-130.
- FERNÁNDEZ Cruz, F. J. (2016). La generación Z y la educación digital: herramientas para el aprendizaje. *Revista Internacional de Educación y Aprendizaje*, 4(2), 45-56.
- HABACHI, S., Matute, J. y Palau-Saumell, R. (2024). Gamify, engage, build loyalty: exploring the benefits of gameful experience for branded sports apps. *Journal of Product and Brand Management*, 33(1), 57-75. <https://doi.org/10.1108/JPBM-07-2022-4070/FULL/PDF>
- HERNÁNDEZ-SAMPIERI, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.
- KAPP, K. M. (2012). *The gamification of learning and instruction: Game-based methods and strategies for training and education*. Pfeiffer.
- KUMAR, R. (2011). *Investigación de mercados: un enfoque práctico*. Pearson Educación.
- MENG, C., Zhao, M., Pan, Z., Pan, Q. y Bonk, C. J. (2024). Investigating the impact of gamification components on online learners' engagement. *Smart Learning Environments*, 11(1). <https://doi.org/10.1186/s40561-024-00336-3>
- MERINO, L. (2010). *Nativos digitales: una aproximación a la socialización tecnológica de los jóvenes* [Tesis doctoral, Universidad del País Vasco].

STATISTA. (2025). *Usuarios de redes sociales en Chile en junio de 2025 - Estadística*. <https://es.statista.com/temas/10669/redes-sociales-en-chile/>

ZICHERMANN, G. y Cunningham, C. (2011). *Gamification by design: Implementing game mechanics in web and mobile apps*. O'Reilly Media.

---

Derechos de autor: Universidad Nacional de Colombia.

Este documento se encuentra bajo la licencia Creative Commons  
Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0).



**ES** **Diseño mestizo y decolonialismo: una mirada desde las plazas de mercado**

**EN** **Mestizo design and decolonialism: a view from the market squares**

**ITA** **Design meticcio e decolonialismo: uno sguardo dalle piazze dei mercati**

**FRA** **Design métissé et décolonialisme : un regard depuis les places de marché**

**POR** **Design mestiço e descolonialismo: uma visão a partir das praças de mercado**

*Angell Sue Valencia Rodríguez*

# Diseño mestizo y decolonialismo: una mirada desde las plazas de mercado


Recibido: 26/08/2024; Aceptado: 25/05/2025; Publicado en línea: 30/06/2025  
<https://doi.org/10.15446/actio.v9n1.123180>



**ANGELL SUE  
VALENCIA RODRÍGUEZ**

Diseñadora industrial de la Universidad Nacional de Colombia, con una amplia experiencia en proyectos colaborativos con comunidades locales. Con enfoque en el ámbito alimentario, ha trabajado con productores de mora y en la recuperación de la memoria colectiva del pueblo ambika pijao en Bogotá.

Correo electrónico:  
[anvalenciar@unal.edu.co](mailto:anvalenciar@unal.edu.co)

 0009-0005-3986-8426

## RESUMEN (ES)

Este proyecto busca definir el diseño de servicios en seis plazas de Bogotá, partiendo del debate de que todos somos diseñadores en cierta medida. Las plazas de mercado son un conjunto de espacios habitados de diversas formas; cuando hablamos de plazas, nos referimos no solo a una en específico, sino a las miles que existen alrededor del mundo. Cada una ofrece una experiencia diferente y cada una responde a necesidades y realidades sociales, políticas, económicas y técnicas. El objetivo es abordar un campo poco explorado en el diseño y analizar qué puede aportar este estudio en una época en la que la interdisciplinariedad y los diversos entendimientos del mundo son más necesarios que nunca. Como diseñadores, buscamos siempre abordar problemáticas y «mejorarlas» o «diseñar soluciones», pero también es crucial entender qué soluciones han creado las personas y bajo qué conocimientos lo han hecho. Para esto, el enfoque será desde el decolonialismo, las formas de conocimiento no académicas, la biopolítica, la seguridad alimentaria, las vivencias del cuerpo, los diseños heterodoxos, los ensamblajes sociotécnicos y las formas de cariño como herramientas catalizadoras para el diseño de servicios. Todo esto lleva a plantear una reflexión abierta en torno a las formas de diseñar y para quién diseñamos.

**PALABRAS CLAVE:** *diseño, plaza de mercado, diseño en el Sur, decolonialidad, diseño de experiencias, diseño de servicios.*

## ABSTRACT (ENG)

This project seeks to define service design in six market squares in Bogotá, based on the argument that we are all designers to some extent. Market squares are a set of spaces inhabited in various ways; when we talk about squares, we are referring not only to one specific one, but to the thousands that exist around the world. Each one offers a different experience and each one responds to social, political, economic, and technical needs and realities. The objective is to address a little-explored field in design and analyze what this study can contribute at a time when interdisciplinarity and diverse understandings

of the world are more necessary than ever. As mestizo designers, we always seek to address problems and “improve” them or “design solutions,” but it is also crucial to understand what solutions people have created and what knowledge they have used to do so. To this end, the approach will be based on decolonialism, non-academic forms of knowledge, biopolitics, food security, bodily experiences, heterodox designs, socio-technical assemblages, and forms of care as catalytic tools for service design. All of this leads to an open reflection on the ways we design and for whom we design.

**KEYWORDS:** *design, market plaza, design in the South, decoloniality, experience design, service design.*

## RIASSUNTI (ITA)

Questo progetto cerca di definire il design dei servizi in sei piazze di mercato di Bogotá, partendo dal presupposto che tutti noi siamo in qualche misura designer. Le piazze di mercato sono un insieme di spazi abitati in modi diversi; quando parliamo di piazze, non ci riferiamo solo a una in particolare, ma alle migliaia che esistono in tutto il mondo. Ognuna offre un'esperienza diversa e ognuna risponde a esigenze e realtà sociali, politiche, economiche e tecniche. L'obiettivo è affrontare un campo poco esplorato nel design e analizzare cosa può apportare questo studio in un'epoca in cui l'interdisciplinarietà e le diverse comprensioni del mondo sono più necessarie che mai. Come designer, cerchiamo sempre di affrontare i problemi e di “migliorarli” o “progettare soluzioni”, ma è anche fondamentale capire quali soluzioni hanno creato le persone e con quali conoscenze lo hanno fatto. A tal fine, l'approccio sarà incentrato sul decolonialismo, le forme di conoscenza non accademiche, la biopolitica, la sicurezza alimentare, le esperienze corporee, i progetti eterodossi, gli assemblaggi sociotecnici e le forme di cura come strumenti catalizzatori per la progettazione di servizi. Tutto ciò porta a una riflessione aperta sulle modalità di progettazione e sui destinatari dei nostri progetti.

**PAROLE CHIAVE:** *progettazione, piazza di mercato, progettazione nel Sud, decolonialità, progettazione di esperienze, progettazione di servizi.*

**RÉSUMÉ (FRA)**

Ce projet vise à définir la conception des services dans six places de marché de Bogotá, en partant du principe que nous sommes tous, dans une certaine mesure, des concepteurs. Les places de marché sont un ensemble d'espaces habités de différentes manières ; lorsque nous parlons de places, nous ne faisons pas référence à une place en particulier, mais aux milliers qui existent à travers le monde. Chacune offre une expérience différente et répond à des besoins et des réalités sociales, politiques, économiques et techniques spécifiques. L'objectif est d'aborder un domaine peu exploré dans le design et d'analyser ce que cette étude peut apporter à une époque où l'interdisciplinarité et les différentes compréhensions du monde sont plus nécessaires que jamais. En tant que designers, nous cherchons toujours à aborder les problèmes et à les « améliorer » ou à « concevoir des solutions », mais il est également crucial de comprendre quelles solutions les gens ont créées et sur la base de quelles connaissances ils l'ont fait. Pour cela, l'approche sera axée sur le décolonialisme, les formes de connaissances non académiques, la biopolitique, la sécurité alimentaire, les expériences corporelles, les conceptions hétérodoxes, les assemblages sociotechniques et les formes de soin comme outils catalyseurs pour la conception de services. Tout cela conduit à une réflexion ouverte sur les façons de concevoir et pour qui nous concevons.

**MOTS-CLÉS :** *conception, place de marché, conception dans le Sud, décolonialité, conception d'expériences, conception de services.*

**RESUMO (POR)**

Este projeto busca definir o design de serviços em seis praças de mercado em Bogotá, partindo do debate de que todos nós somos designers em certa medida. As praças de mercado são um conjunto de espaços habitados de diversas formas; quando falamos de praças, nos referimos não apenas a uma específica, mas às milhares que existem ao redor do mundo. Cada uma oferece uma experiência diferente e cada uma responde a necessidades e realidades sociais, políticas, econômicas e técnicas. O objetivo é abordar um campo pouco explorado no design e analisar o que este estudo pode contribuir em uma época em que a interdisciplinaridade e as diversas

compreensões do mundo são mais necessárias do que nunca. Como designers, sempre buscamos abordar problemas e “melhorá-los” ou “projetar soluções”, mas também é crucial entender quais soluções as pessoas criaram e com base em quais conhecimentos elas o fizeram. Para isso, a abordagem será a partir do descolonialismo, das formas de conhecimento não acadêmico, da biopolítica, da segurança alimentar, das experiências corporais, dos designs heterodoxos, dos arranjos sociotécnicos e das formas de cuidado como ferramentas catalisadoras para o design de serviços. Tudo isso leva a uma reflexão aberta sobre as formas de projetar e para quem projetamos..

**PALAVRAS-CHAVE:** *design, praça de mercado, design no Sul, descolonialidade, design de experiências, design de serviços.*

## INTRODUCCIÓN

Antes de comenzar con este proyecto, considero necesario detenerme a pensar desde dónde hablo y qué me ha llevado a interesarme por esta temática. Soy una mujer indígena Pijao nacida en Bogotá. Con el paso del tiempo, he ido reencontrándome con mis raíces, tradiciones y saberes ancestrales, descubriendo que mi identidad está profundamente vinculada con el alimento. Las historias que mi madre, mi abuela y otras mujeres de mi comunidad compartían alrededor del fogón me enseñaron que la cocina no es solo un lugar de preparación, sino un espacio de memoria, de transmisión cultural y de construcción identitaria.

Esta relación íntima con el alimento me ha llevado a conectar de forma especial con las plazas de mercado, espacios que para mí están cargados de significados, afectos y recuerdos. Desde niña, conservo imágenes vívidas de mis visitas a la plaza: los colores de las frutas, las voces de las personas, los aromas, y el goce de compartir esos alimentos.

Sin embargo, también reconozco que mi vínculo con estos espacios ha sido desde una posición privilegiada. Siempre he habitado la plaza desde el lugar de quien compra, sin experimentar directamente la cotidianidad ni las condiciones de quienes trabajan día a día en los puestos de frutas, verduras, pescados y carnes.

Mi formación como diseñadora me ha brindado una mirada estructurada sobre lo que entendemos por «servicio» o «experiencia». Aun así, en el último año, el contacto cercano con las y los trabajadores de la plaza

Las Ferias y el trabajo colaborativo con colegas me han permitido cuestionar esa mirada desde una perspectiva decolonial, más crítica y situada.

Durante mi proceso académico aprendí a identificar problemas para luego diseñar soluciones, pero rara vez se nos invita a pensar si las propias comunidades ya han generado formas de resolver y organizar sus vidas, sin depender de una figura externa como el «diseñador». Este proyecto comenzó con la intención de retratar la experiencia personal de una habitante de la plaza, pero a partir del diálogo con docentes de sociología y artes plásticas, se transformó en una exploración más amplia de los entramados sociales, culturales y económicos que conforman estos espacios como escenarios vivos de mestizaje y creación.

Desde mi lugar como diseñadora indígena, me interesa cuestionar la noción de que el diseño pertenece únicamente a quienes tienen un título o una formación académica. Para mí, el diseño es una práctica situada, política, que nace de las realidades y necesidades de quienes habitan un territorio. En las plazas de mercado, las personas diseñan a diario: crean soluciones, adaptan espacios, resisten a los cambios impuestos desde afuera y sostienen formas de vida que combinan lo popular, lo mestizo y lo ancestral.

Por eso, emplearé la etnografía visual —a través de la fotografía y la ilustración— como herramienta sensible para capturar y expresar lo que estos lugares significan para quienes los habitan. Siguiendo a Pergolis (2020), la memoria de la infancia se construye como una colección de escenas fragmentadas, imágenes que no buscan ser historia lineal, sino que emergen como sueños vívidos. Así también, mi memoria se llena de escenas de la plaza: su belleza cotidiana, mi forma de habitarla primero como niña y ahora como diseñadora.

## METODOLOGÍA

Esta investigación parte de una intención profundamente situada: cuestionar la noción dominante del diseño como una práctica exclusivamente profesional, académica y occidental, y visibilizar las formas de diseño que emergen desde contextos mestizos y populares, particularmente en las plazas de mercado de Bogotá. La pregunta que

guía este trabajo —¿qué implica que el diseño sea un acto y no una profesión a la hora de intervenir la realidad?— se aborda desde una metodología que combina la autoetnografía crítica, la etnografía visual y una perspectiva decolonial. Cabe resaltar que este texto corresponde al resumen de una investigación de un año de trabajo, por lo que aquí se presentan fragmentos seleccionados del proceso investigativo y no la totalidad del estudio desarrollado.

### ENFOQUE METODOLÓGICO GENERAL

El diseño metodológico se estructura a partir de tres dimensiones complementarias:

#### AUTOETNOGRAFÍA CRÍTICA:

Se parte de la propia experiencia como mujer indígena Pijao, habitante urbana y diseñadora. La autoetnografía, en este caso, no solo ofrece una narrativa personal, sino que se convierte en una herramienta para reflexionar críticamente sobre los sistemas de conocimiento, poder y exclusión en los que se enmarca el diseño como disciplina. Esta metodología permite situar al sujeto investigador como parte activa del fenómeno estudiado, reconociendo la subjetividad, la memoria y la afectividad como elementos válidos de análisis.

#### ETNOGRAFÍA VISUAL:

Se emplean la fotografía y la ilustración como herramientas para captar y analizar prácticas cotidianas en la plaza de mercado Las Ferias. A través de estas imágenes se identifican momentos clave, relaciones espaciales, arreglos materiales y gestos que revelan formas de diseño no institucionalizadas. Las imágenes no solo ilustran, sino que también constituyen objetos de análisis. Para ello, se diseñó un instrumento de análisis visual con las siguientes categorías:

1. Forma y función de los objetos diseñados por los vendedores/as
2. Adaptaciones materiales al espacio
3. Relaciones sociales mediadas por el diseño
4. Estrategias de comunicación visual y organización del puesto

Estas categorías surgen tanto de observaciones de campo como de las conversaciones informales con trabajadores/as de la plaza, a quienes se reconoce como diseñadores/as mestizos/as.

#### PERSPECTIVA DECOLONIAL Y SITUADA:

Inspirada en los trabajos de Aníbal Quijano (1992) y Silvia Rivera Cusicanqui (2018), esta investigación se posiciona desde el Sur global, reconociendo la herencia de saberes ancestrales, mixtos y populares. Se privilegia el análisis de prácticas que tradicionalmente han sido excluidas del canon del diseño occidental, y se analizan conceptos como herencia, saberes aprendidos, análisis del entorno y competencia territorial, como categorías emergentes que permiten interpretar el diseño como una práctica social situada, transmitida generacionalmente o adquirida por experiencia.

#### LA PLAZA EN LA PARAMODERNIDAD

Consideremos esta hipótesis: el pensamiento moderno ha cambiado las plazas a tal punto que van perdiendo la identidad histórica que han creado a lo largo de los años.

Ramírez (2022) nos habla del *paramoderno*: «El prefijo *para-*, es un extranjerismo derivado del griego *παρά-* o *pará*, que significa ‘al margen de’, ‘junto a’ o ‘contra’ (Real Academia Española, 2020)». Esto implica que el sufijo que se añada debe estar en proximidad o en relación directa con el diseño. Al igual que la investigación de Ramírez (2022) *Diseños invisibles: tres giros epistemológicos para reconocer un diseño mestizo en la práctica de los vendedores/as informales en Bogotá*, el enfoque de este estudio también se centra en el diseño que está en contra, en sintonía y en los bordes del diseño moderno, al cual también llamaremos: el diseño mestizo.

La categoría *mestizo*, a pesar de su controversia y de su origen entre las castas de raza que se originaron en América Latina, la uso al igual que Ramírez (2022) porque, como su investigación, el propósito es caracterizar una forma de diseño híbrida que no se ha visibilizado y que ha ido mutando adoptando, adaptando y apropiando en las sociedades latinoamericanas en las que la identidad europea marcó una «cultura» colonizadora que erradicó el pensamiento indígena e impuso un pensamiento blanco hegemónico cuando barbáricamente colonizaron a Abya Yala o al mal llamado «nuevo mundo».

El mestizaje en un contexto de fusión y mezcla cultural, pero también en un contexto de dominio jerárquico donde solo algunas formas (racial y culturalmente,





**Figura 1. Puesto de venta, Plaza Las Ferias.**  
Fuente: fotografía de Angell Sue Valencia (2024).



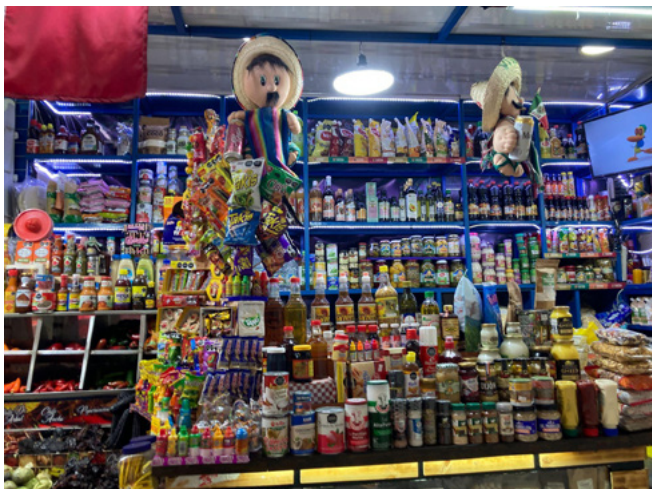
**Figura 2. Puesto de venta de frutas, Plaza La Concordia.**  
Fuente: fotografía de Angell Sue Valencia (2024).

como en el caso de la colonización) fueron (y son) consideradas legítimas y preferibles, e incluso reconocidas como existentes, erradicando así las otras formas de pensamiento no coloniales que había y siguen existiendo en el territorio colombiano.

Actualmente, las plazas de mercado han atravesado diversas etapas históricas, normativas y sociales con la pandemia, porque hubo una ruptura de su actividad comercial por casi dos años, y por los cambios normativos del IPES (Instituto para la Economía Social) que buscan higienizar la plaza. ¿Estos cambios han ido de la mano con los vendedores/as o los compradores/as habituales? ¿Las plazas han mantenido su identidad a pesar de las nuevas

tendencias? Por varios años han intervenido las plazas, haciéndolas más «limpias», «estéticas», «experienciales», «turísticas», ¿acaso todas estas palabras son solo un adorno para promover un cambio dirigido a extranjeros (colonos en su mayoría) y personas con altos recursos económicos que siguen en la punta de la jerarquía dejada por los españoles? Veamos un ejemplo: ¿cuál es la diferencia entre estas dos plazas de mercado?

Ambos establecimientos son adecuados para la venta de frutas y ambos reflejan una decisión basada en la practicidad y la estética. Por más que solo uno de ellos será considerado un diseño de experiencia que destaca por su alta calidad estética y un profundo pensamiento de



**Figura 3. Puesto de venta de productos importados, Plaza Las Ferias.**  
Fuente: Angell Sue Valencia (2024).



**Figura 4. Puesto de venta de santería y hierbas, Plaza Las Ferias.**  
Fuente: Angell Sue Valencia (2024).

diseño. ¿Acaso la percepción de un buen diseño implica un modelo de estandarización y orden visual, al punto de que el minimalismo suprime las texturas, los colores, las sensaciones y los olores, privando al espectador de la oportunidad de vivir una experiencia más rica? ¿Es el propósito del diseño ser tan «limpio» e higiénico que homogeneiza toda una experiencia?

¿Podrían estos puestos de venta (figuras 3 y 4) ser considerados ejemplos de diseño de virilismo? ¿No podría el acto de regalar una mandarina, un plátano u otras frutas ser un claro ejemplo de diseño de experiencia que lleva a cabo doña Marta en su puesto de frutas cuando recibe a un cliente nuevo?

En estas fotografías (figuras 1, 2, 3, 4 y 5) vemos que los dueños de estos puestos no solo se preocupan por la funcionalidad de su puesto (¿diseño de mobiliario?) que es hecho por ellos mismos, sino que también regalan fruta o parte de sus productos antes o después de la compra (¿diseño de experiencias?). Este modelo de servicio es

casi como un autoservicio donde se van escogiendo los productos que lo puede hacer el comprador o la vendedora, se puede pedir descuentos y hasta una ñapa o regalo.

Este modelo de servicio es, al mejor estilo McDonald's, un 'autoservicio': el comensal paga y retira su pedido en 'caja', y luego, según su preferencia, decide si comer en el espacio de mesas o 'pedir para llevar'. Tienen a su disposición un espacio para botar sus desechos y devolver la bandeja a su lugar, en el carrito de venta. (Ramírez, 2022, p.10)

Así mismo, como el ejemplo caricaturesco que propone Ramírez, ¿por qué el diseño de servicio de McDonald's sí se percibe como «diseño», pero el servicio de las plazas no llega a reconocerse?, al igual que los vendedores/as informales que estudia Ramírez, McDonald's en comparación con la plaza muestra que 1) los vendedores/as de la plaza hacen diseño con un mayor o menor grado de conciencia de lo que hacen, dependiendo de su visión sobre su local o puesto; 2) pero, no por ello este carece



**Figura 5. Invitación de doña Marta, Plaza Las Ferias.**  
**Fuente: Angell Sue Valencia (2024).**

de estética, funcionalidad o racionalidad. Cada una de las decisiones que han tomado ha sido desde su visión como comprador y desde la conexión con las personas que van y compran sus productos, haciendo que cada esquina de su puesto esté diseñada de manera visual o estructural para ofrecer el mejor servicio que puedan brindar.

En cuanto a la visión del diseño se entiende que se debe realizar desde una perspectiva moderna como vimos en la Plaza de Mercado La Concordia (figura 4), la percepción minimalista de lo limpio, lo aseado, lo bien diseñado y lo moderno, en contraposición de lo que construye la plaza basada en su racionalidad desde su ingenio popular.

Para comprender cómo se expresa material, social, cultural, política y económicamente este diseño mestizo del que hablo no se puede observar con los lentes modernos de la profesionalización, es decir, para (re)conocer el diseño mestizo hace falta concebir al diseño mismo como acción y no únicamente como profesión. (Ramírez, 2022, p.10)

De esta manera, el diseño se integra en la vida diaria de los vendedores/as de la plaza; cada producto que llega se considera cuidadosamente para determinar su ubicación óptima, su aspecto más atractivo y cómo destacará entre las otras frutas. «Así, el diseño juega cada vez más un rol activo en la (re)producción de la realidad, rol que, como explicaba en el desarrollo de los roles del diseño moderno..., es de carácter bidireccional» (Ramírez, 2022, p.10).

#### DISEÑO DE EXPERIENCIAS Y SERVICIOS EN EL SUR

Para entender que el diseño forma parte de las acciones cotidianas y cómo se presenta en todo tipo de espacios, me interesa resaltar la crisis epistémica como un sistemático bloqueo y confusión en los procesos del conocimiento, la «crisis civilizatoria» como lo llama Rivera (2018). Inicialmente, hubo una represión sistemática de creencias, ideas, imágenes y conocimientos que no servían a la dominación colonial. Esta represión se centró en los modos de conocer, producir conocimiento, perspectivas, imágenes y símbolos. Posteriormente, se impuso el uso de los patrones de expresión de los dominantes, junto con sus creencias sobre lo sobrenatural, como medios de control social y cultural (Quijano, 1992).

Por consiguiente, el diseño de experiencias y servicios es un tema que ha cobrado una relevancia significativa en la actualidad, especialmente impulsado por las organizaciones que buscan mejorar la calidad de las interacciones con sus clientes. Aunque parece

reduccionista considerar que este enfoque es exclusivo del ámbito empresarial o que haya surgido únicamente en ese contexto, el diseño puede actuar como un agente de cambio al desafiar o reforzar el *statu quo* establecido, revelando una intencionalidad inherente en la racionalidad del proceso de diseño, como sugiere Ramírez (2022). Es importante reconocer que el enfoque del diseño varía entre el Sur y el Norte globales u occidental. En el Sur global, las personas participan activamente en el proceso de diseño a diario, en respuesta a las complejas interacciones de sus necesidades sociales, económicas y políticas. Además, al igual que en el diseño se considera que los problemas representan oportunidades, en la vida cotidiana de los vendedores/as, estos desafíos se convierten en oportunidades para generar ingresos adicionales.

La respuesta es una combinación de bajo costo (reciclaje), mayor estabilidad (para sortear los altibajos de las calles capitalinas) y mayor facilidad de movilidad (para reducir el esfuerzo de mover la chaza). Las llantas viejas, por ejemplo, son muy apreciadas en este tipo de diseños siendo que reusar partes o mecanismos aparentemente inútiles (desde los lentes modernos) reduce los costos de producción y brinda estabilidad a la hora de moverse. Sus ensamblajes son una combinación 'armoniosa' entre economía, practicidad, estabilidad, movilidad y durabilidad, aunque no se las perciba como tal. (Ramírez, 2022, p.15)

En el contexto del diseño en el Sur global, la respuesta a los desafíos de venta urbana se basa en una combinación de factores clave. Esto incluye la búsqueda de soluciones de bajo costo, como el reciclaje de materiales disponibles localmente. Además, se prioriza la estabilidad de los dispositivos para adaptarse a las condiciones cambiantes de las calles de la ciudad, lo que permite sortear los desafíos de terreno de manera más efectiva. (Ramírez, 2022)

Los diseñadores cotidianos, a menudo, se ven impulsados a utilizar los recursos disponibles a su alcance para resolver los desafíos que enfrentan en su vida diaria. No obstante, su trabajo a veces queda eclipsado por el enfoque predominante de los diseñadores académicos, cuya formación está arraigada en el pensamiento eurocéntrico y norteamericano, donde la estética suele tener prioridad sobre la funcionalidad, quienes dirían que el diseño de estas personas no es diseño o es insuficiente para el diseño moderno.

Para abordar el diseño de experiencias, es necesario primero comprender el diseño de servicios, el cual se concibe como un sistema detallado que guía el

recorrido del usuario a través del producto ofrecido. Este enfoque no solo configura la experiencia del cliente, sino también la realidad tanto del proveedor como del receptor del servicio. En el contexto del Sur global, el diseño de servicios representa una forma de racionalidad practicada por vendedores/as y proveedores.

Además, el diseño de servicios es inherentemente intangible; solo se percibe al experimentarlo como cliente. Los vendedores/as, actuando como diseñadores, crean sistemas y subsistemas de atención que definen su enfoque de venta y los servicios que ofrecen. Para ello, emplean tanto su experiencia práctica como sus conocimientos empíricos para adaptar el proceso de diseño a sus circunstancias y necesidades. Este enfoque práctico les capacita para desarrollar soluciones que no solo satisfacen sus propias necesidades, sino también las de sus clientes.

#### LA DIALÉCTICA DE LA PLAZA DESDE LA IMAGEN

García (2022), citando a Barthes (1980), señala que «La incapacidad de nombrar es un buen síntoma de trastorno. [...] El efecto es seguro, pero ilocalizable, no encuentra su signo, su nombre, es tajante, y, sin embargo, recalca en una zona incierta de mí mismo». La plaza y su imagen, no solo desde la fotografía, sino también a través del sentido de la vista, constituyen una de las esencias fundamentales de la plaza. El desorden de colores, la formalidad en su disposición, la mezcla de volúmenes y la calidez o frialdad de sus tonos componen el orden visual de las plazas de mercado. Esta complejidad visual no solo crea una experiencia sensorial rica, sino que también refleja la identidad y la dinámica cultural del espacio.

Inicio este apartado con este pensamiento de Barthes (1980) porque busco influenciar en ese efecto ilocalizable que produce la imagen, intentando establecer una relación entre la imagen y el sentimiento, entre la infancia y la memoria, y entre la imagen borrosa, mágica y melancólica que ofrece la fotografía en un espacio como las plazas de mercado. Mi objetivo es cuestionar la expresión y la experiencia desde la niñez, tal como lo describe Pergolis citando a Halbwachs (2020, p.11): «Cuando la memoria, que es un archivo de fragmentos, de instantes, de recorridos, se convierte en imágenes, se pueden

comunicar los recuerdos: las imágenes transforman la memoria en palabras y estas permiten compartir los recuerdos».

Quiero cuestionar la imagen en el diseño, esa imagen que debe ser limpia, altamente estética y solo con el propósito de recopilar datos para encontrar una finalidad práctica. Barthes (1990, p.128) nos recuerda:

La Fotografía no rememora el pasado (no hay nada de proustiano en una foto). El efecto que produce en mí no es la restitución de lo abolido (por el tiempo, por la distancia), sino el testimonio de que lo que veo ha sido.

A través de esta reflexión, invito a explorar cómo las imágenes en las plazas de mercado no solo capturan datos, si bien que evocan sentimientos y recuerdos, transformando la percepción de estos espacios en algo profundamente personal y emocional.

#### DELINEANDO LAS PLAZAS

En cada uno de los puestos en las plazas de mercado se observa una creatividad única, aunque a veces repetitiva debido a patrones de aprendizaje compartidos, la estética del entorno y la capacidad de los vendedores para diseñar sus espacios con los materiales y mobiliario disponibles, como estantes y canastos.

Las ilustraciones son para cartografiar la experiencia y relatar, honesta y sencillamente, los puestos que habitan en las plazas, las canastas que construyen sus puestos y la dedicación de cada vendedor con su espacio y su diseño que devienen de su creatividad y se vuelven referentes en la cotidianidad. Estos dibujos hacen parte de la observación y el recuerdo, adquieren en este conjunto una importancia vital, al hacer la mirada particular de quien los traza. Todos estos dibujos se producen en torno a las plazas de Bogotá, pero cada uno contiene la esencia y vivencia del vínculo que los une con aquellos lugares.





PALOQUEMAO  
PUESTO DE FRUTAS

Figura 6. Puesto de frutas 1. Plaza de mercado Paloquemao.  
Fuente: Angell Sue Valencia.

# PALOQUEMAO PUESTO DE HIERBAS Y SANTERÍA



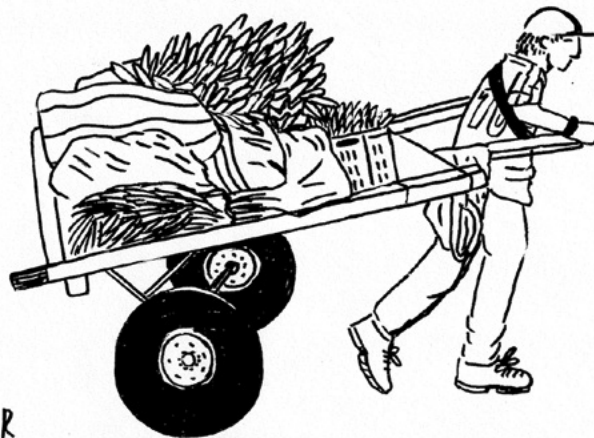
Figura 7. Puesto de hierbas. Plaza de mercado Paloquemao.  
Fuente: Angell Sue Valencia.



PLAZA  
SAMPER  
MENDOZA

Figura 8. Hombre llevando plantas. Plaza de mercado Samper Mendoza.

Fuente: Angell Sue Valencia.



PLAZA SAMPER  
MENDOZA  
CARRETA

Figura 9. Carreta. Plaza de mercado Samper Mendoza.

Fuente: Angell Sue Valencia.



Figura 9. Puesto de frutas. Plaza de mercado La Perseverancia.  
Fuente: Angell Sue Valencia.

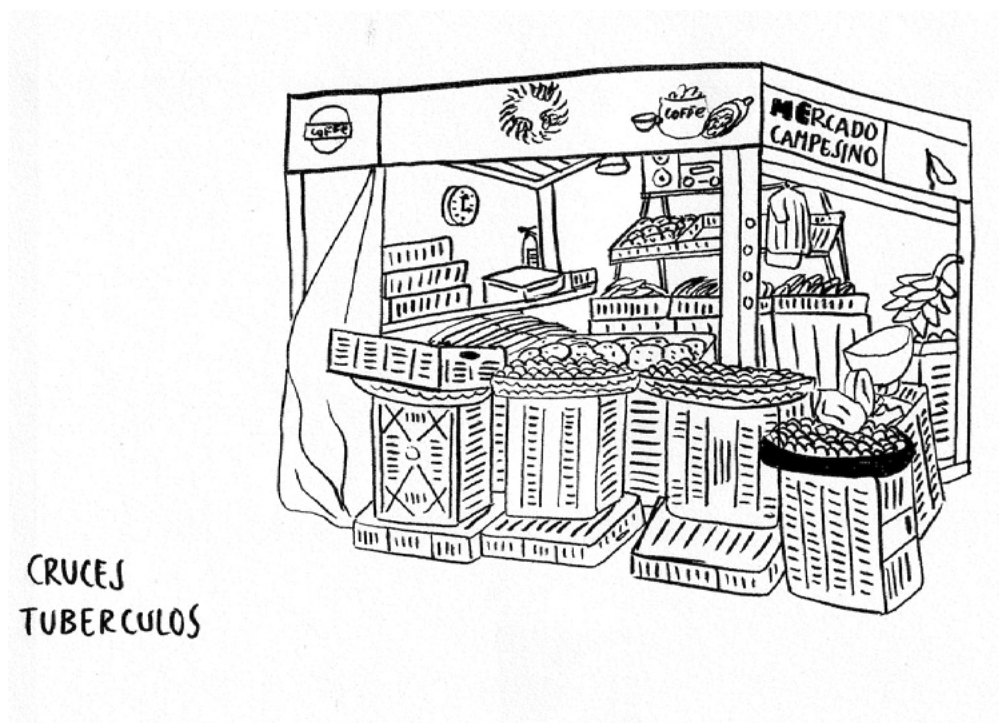
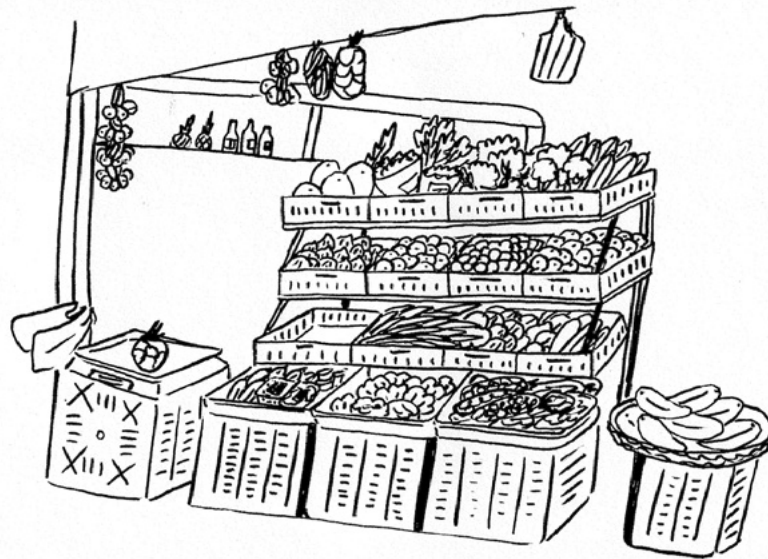


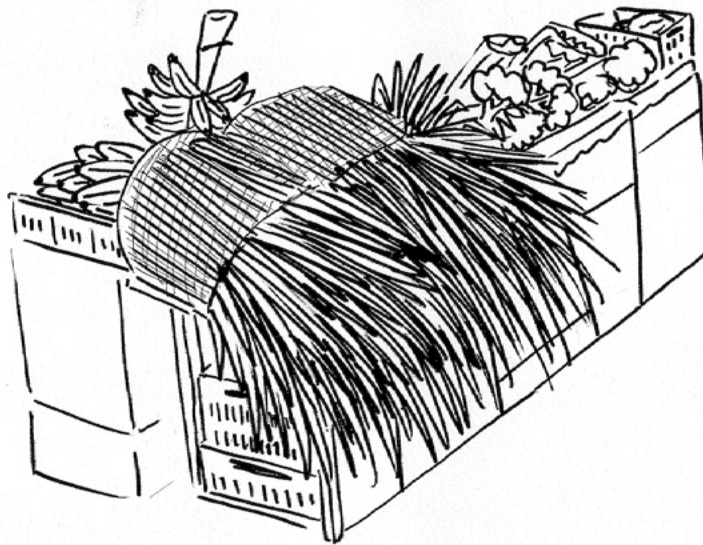
Figura 10. Puesto de tubérculos. Plaza de mercado Las Cruces.  
Fuente: Angell Sue Valencia.





## CRUCES VERDURAS

Figura 11. Puesto de verduras. Plaza de mercado Las Cruces.  
Fuente: Angell Sue Valencia.



## FERIAS VEGETALES

Figura 12. Puesto de frutas. Plaza de mercado Las Férias.  
Fuente: Angell Sue Valencia.

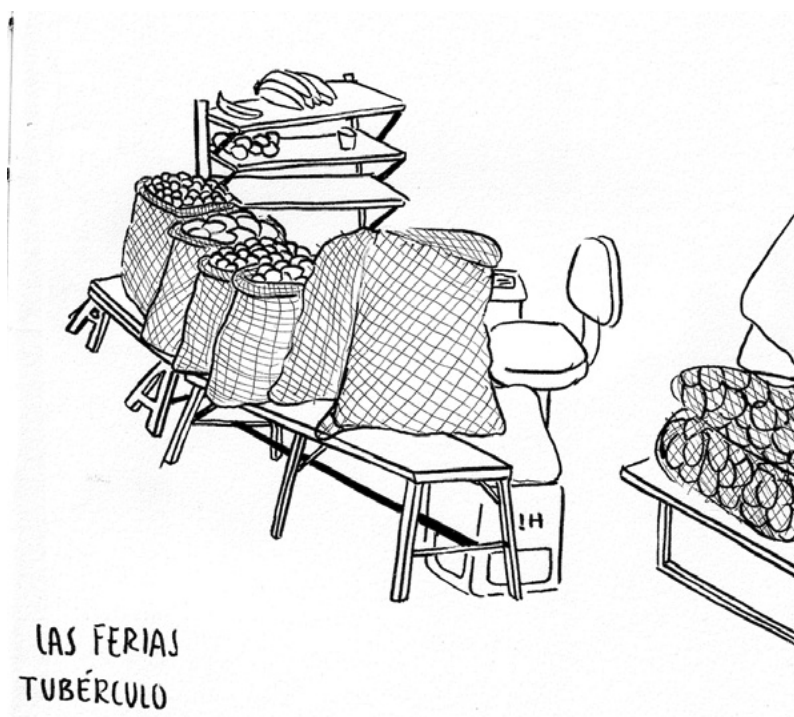


Figura 13. Puesto de papa. Plaza de mercado Las Ferias.  
Fuente: Angell Sue Valencia.



Figura 14. Puesto de verduras. Plaza de Mercado La Concordia.  
Fuente: Angell Sue Valencia.

## CONCORDIA PLANTAS



Figura 15. Puesto de Plantas. Plaza de mercado La Concordia.  
Fuente: Angell Sue Valencia.

### VIVIR Y HABITAR LAS PLAZAS DESDE LA SENSIBILIDAD

Las plazas de mercado son mucho más que simples espacios de intercambio comercial; constituyen el corazón palpitante de la vida comunitaria. En estos lugares, las interacciones humanas transcurren con una autenticidad única, donde se entrelazan los sentidos y las experiencias. Vivir y habitar estas plazas desde la sensibilidad implica sumergirse en una comprensión profunda de su significado cultural, social y emocional.

Como parte de mi autoetnografía, me propongo explorar y compartir la sensibilidad intrínseca de las plazas de mercado a través de una combinación de imágenes y relatos basados en mis vivencias personales. Esta fusión de elementos visuales y narrativos no solo busca capturar la esencia de estos espacios, si bien también transmitir la intimidad y la riqueza emocional que los caracterizan.

Mediante fotografías cuidadosamente seleccionadas y relatos detallados, pretendo revelar cómo las plazas de mercado son lugares donde los colores brillantes de los

productos frescos, los aromas tentadores de especias y hierbas, y el bullicio de las negociaciones convergen para crear un ambiente vibrante y vital.

### EL OJO INTRUSO EN LAS PLAZAS

Las fotografías a continuación forman parte de mi investigación y buscan ir más allá de ser una herramienta visual. El propósito de este apartado es mostrar las plazas desde la perspectiva de la niñez, evocando esos sueños o recuerdos borrosos que permanecen en nosotros. Aunque no siempre podemos rememorar fácilmente estos recuerdos, ellos tejen en nosotros sentimientos de cariño hacia los lugares que habitamos y las personas que conocemos en estos.



**Figura 16.** Domiciliario recoge el pedido de fruta de un local en la plaza de Paloquemao.  
**Fuente:** Angell Sue Valencia (2024).





**Figura 17.** Vendedor de flores sentado afuera de la plaza de Paloquemao exhibiendo las flores y llamando clientes.  
**Fuente:** Angell Sue Valencia (2024).



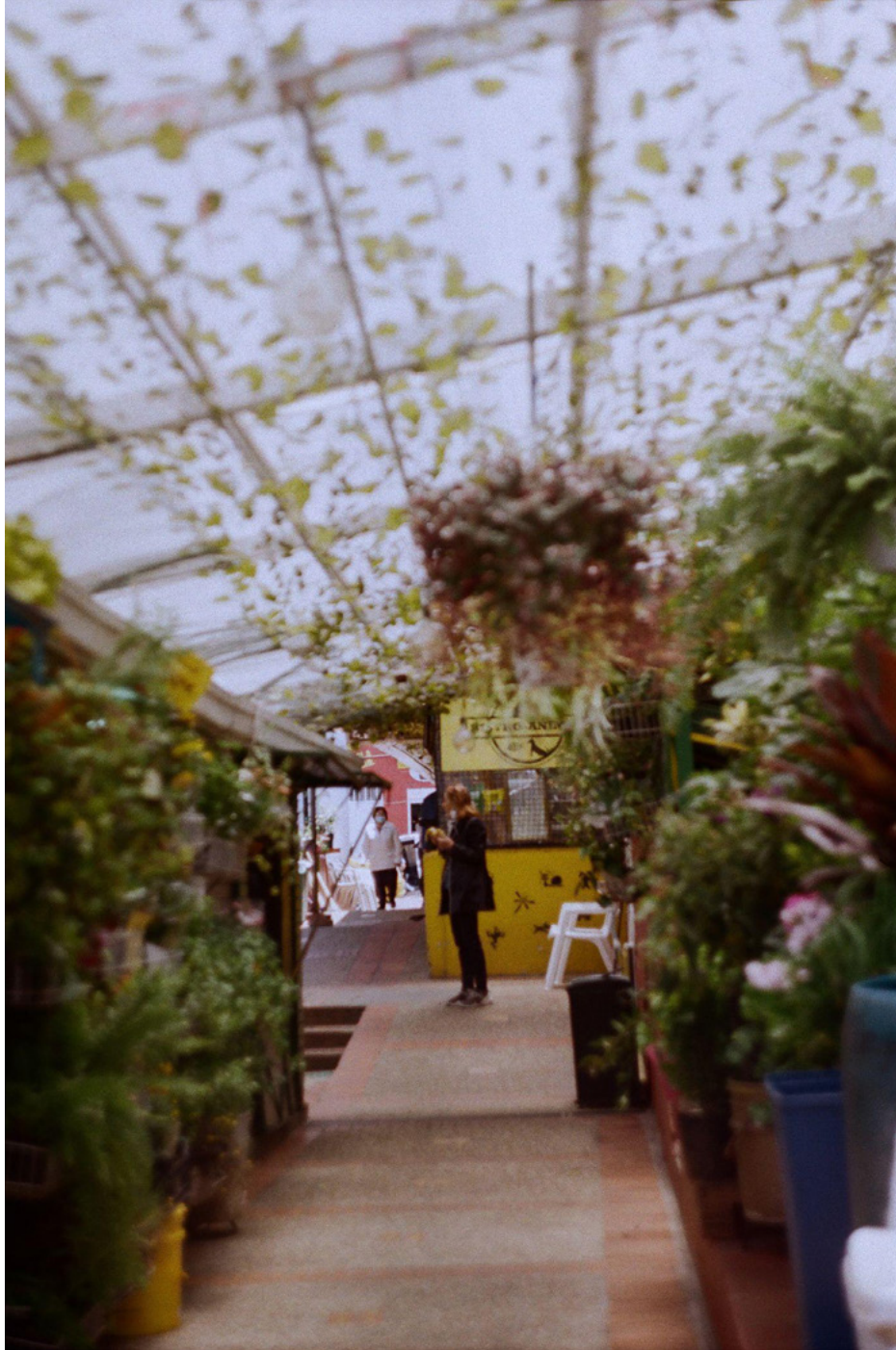
**Figura 18.** Mujer y esposo en la plaza Samper Mendoza arreglando sus productos y vendiendo alimentos artesanales.  
**Fuente:** Angell Sue Valencia (2024).



*Figura 19. Pasillo vacío de la plaza La Perseverancia debido al abandono de los comerciantes por los locales de comida.*

*Fuente: Angell Sue Valencia (2024).*





*Figura 20. Pasillo de la plaza La Perseverancia actúa casi como un sueño lucido del único pasillo que aún tiene puestos de venta de frutas, plantas y vegetales.*  
*Fuente: Angell Sue Valencia (2024).*





**Figura 21.** Letrero «El mercado» en la plaza de La Perseverancia, frente a un local con el letrero de «Fruver», donde se resalta la modernización y el cambio de nombre de la plaza.

Fuente: Angell Sue Valencia (2024).



**Figura 22.** Plaza Rumichaca demolida en el año 2022. Nuevo espacio cultural según la alcaldía de la Candelaria, la demolición se realizó para crear un espacio cultural y evitar el peligro arquitectónico que representaba la plaza.

Fuente: Angell Sue Valencia (2024).





Figura 23. Construcción de un espacio de venta y mostrador por medio de canastos, al igual que un Lego, el diseñador que es el mismo vendedor lo modifica según sus necesidades.

Fuente: Angell Sue Valencia (2024).



Figura 24. Las manos de doña María Himelda al pedir mazorca desgranada, ella atiende las necesidades de su cliente y busca brindarle comodidad al ofrecerle el producto que busca.

Fuente: Angell Sue Valencia (2024).



**Figura 25.** *Mujer de un puesto de restaurante de la plaza de Paloquemao va en compra de hierbas que necesita para su negocio dentro de la misma plaza, actuando como un ecosistema que se interconecta.*  
**Fuente:** Angell Sue Valencia (2024).





*Figura 26. Exterior de la plaza Samper Mendoza, donde camioneros dejan exhibidos sus productos frente a sus camiones, montan luces y hacen su propia vitrina con el fin de atraer clientes.*  
Fuente: Angell Sue Valencia (2024).



**Figura 27.** El uso del espacio, su transformación y modificación son parte del ingenio de estos vendedores, usando los container interiores para colgar y exhibir las pencas de sábila, configuran el espacio a su necesidad y posibilidades.  
Fuente: Angell Sue Valencia (2024).





*Figura 28. Mujer a la entrada de la plaza vendiendo marañón traído de Brasil, vinculando el espacio en uso con la necesidad de exhibir, armando su propio puesto con las herramientas que tiene a la mano, como baldes, cajas como bases y canastillas de plástico.*

*Fuente: Angell Sue Valencia (2024).*





**Figura 29.** Uso de carretas en la plaza Samper Mendoza como medio para transportar las cargas de hierbas o productos dentro y fuera de la plaza, conectando así los camiones con los puestos de la plaza.  
Fuente: Angell Sue Valencia (2024).





**Figura 30.** Diseño del exhibidor de frutas por doña Marta, en la plaza Las Ferias. Cada fruta es propuesta con una razón, como de resaltar, embellecer, atraer y armonizar.  
**Fuente:** Angell Sue Valencia (2024).

## CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

### PERSPECTIVAS INTERCONECTADAS: CONOCIMIENTO, HISTORIA, CULTURA Y FUTUROS POSIBLES EN EL CONTEXTO DE LAS PLAZAS

¿Qué pueden aprender otros diseñadores/as de ejemplos como estos sobre el diseño desde otras perspectivas y otros conocimientos? Diseñar junto al sistema alimentario implica reconocer y reconciliar las tensiones que lo atraviesan: lo rural y lo urbano, lo tradicional y lo innovador, los saberes empíricos y el conocimiento académico, lo humano y lo natural (Domingo, 2024). En este contexto, las plazas de mercado se revelan como organismos vivos en constante transformación, espacios donde convergen múltiples actores, prácticas y relaciones que sostienen y reconfiguran la red de abastecimiento de alimentos en Bogotá.

El desafío del diseño contemporáneo es, entonces, integrar estas formas de conocimiento, respetar las dinámicas locales y potenciar su valor, no desde una lógica de sustitución o mejora, sino desde la escucha, la colaboración y la sensibilidad contextual. Diseñar desde esta perspectiva nos obliga a imaginar futuros posibles más inclusivos y equitativos, donde el diseño no sea una imposición, sino una herramienta situada que sirva verdaderamente a las comunidades y sus territorios.

Desde un enfoque de diseño de servicios, este ecosistema puede entenderse en distintos niveles: los macroservicios, que abarcan la estructura del sistema alimentario urbano; los microservicios, representados por las plazas de mercado como nodos de abastecimiento; y los nanoservicios, encarnados en las prácticas cotidianas de vendedores y vendedoras, quienes diseñan con y desde lo que tienen a mano. Integrar estos niveles resulta fundamental para crear soluciones que no solo resuelvan problemas técnicos, sino que reconozcan y fortalezcan los saberes, la memoria y las condiciones materiales de quienes habitan estos espacios.

Los diseñadores mestizos —vendedores y vendedoras que configuran sus puestos, narrativas y formas de atención— operan desde el ingenio, la necesidad y la experiencia. En ellos se expresa una manera de diseñar que es, a la vez, compleja y sencilla: una forma de conocimiento encarnado. A diferencia del diseño profesional, que podría privilegiar la ergonomía o la estética visual desde criterios

externos, estos diseñadores construyen soluciones profundamente adaptadas a sus realidades. El resultado no es solo funcional: es identitario, cultural y político.

En este sentido, las plazas de mercado no pueden comprenderse únicamente como espacios de comercio; son territorios cargados de historia, identidad y resistencia. Integran elementos de la economía local al sostener a pequeños productores y comerciantes; garantizan la seguridad alimentaria al ofrecer productos frescos, diversos y muchas veces ancestrales; preservan saberes culinarios y agrícolas que escapan a las lógicas industriales del supermercado. También son espacios donde se manifiestan tensiones biopolíticas —como las regulaciones higiénicas o sanitarias— que, bajo el discurso de modernización, muchas veces deslegitiman prácticas tradicionales sin reconocer su valor ni su eficacia.

Más allá de lo material, estos espacios encarnan derechos culturales y expresan formas de vida que perduran a pesar de los procesos de homogeneización. Son archivo vivo de tradiciones, prácticas y relaciones sociales que moldean una identidad colectiva. Reflexionar desde estas perspectivas —que conectan conocimiento, historia, economía, salud, cultura e identidad— permite visibilizar que el diseño no es neutral ni universal, sino profundamente condicionado por los contextos desde los cuales se ejerce.

Así, los diseñadores/as que observan y aprenden desde estas experiencias pueden comenzar a cuestionar sus propios marcos de referencia, abrirse a otras formas de saber y redirigir su práctica hacia un diseño más justo, plural y arraigado.

### DISEÑAR DESDE LA PLAZA: SABERES COTIDIANOS Y EXPERIENCIAS MESTIZAS

Cuando hablamos del rol del diseño mestizo en las plazas de mercado, nos referimos a cómo los vendedores configuran su realidad desde sus propios saberes y metodologías, muchas veces no reconocidas por el diseño hegemónico. Estos actores intervienen tanto en lo tangible como en lo intangible del espacio, desde la manera en que se relacionan con sus clientes hasta cómo organizan y adaptan sus puestos a las condiciones particulares de su entorno. En este contexto, el diseño no se presenta como una disciplina externa que llega a ordenar, sino como algo que emerge de la cotidianidad misma, moldeado por experiencias, necesidades y saberes situados.

El diseño mestizo se encuentra en el corazón de las plazas, en ese punto donde lo funcional y lo simbólico se entrelazan. Tal como lo define Ramírez (2022), este



tipo de diseño es una manifestación creativa de sectores históricamente excluidos, una forma de apropiarse de lo ajeno y traducirlo a lo propio. Es, en sí, una respuesta adaptativa al entorno, cargada de saberes empíricos y redes de colaboración que permiten a sus actores no solo sobrevivir, sino también incidir activamente en las estructuras sociales, económicas y culturales que los atraviesan.

Dentro de las plazas, este diseño se manifiesta en múltiples niveles. A través del diseño de servicios y de experiencias, es posible observar cómo los vendedores articulan prácticas que responden directamente a sus contextos y clientes. Un ejemplo claro es la comparación entre la vendedora de frutas en la plaza de Las Ferias y el vendedor en Paloquemao. Aunque ambos ofrecen productos similares, el modo en que gestionan su servicio es profundamente diferente: no solo por su procedencia —ella es de Bogotá, él de Santander—, sino también por las condiciones políticas, económicas y espaciales que les rodean. El mobiliario que usan, el trato con sus clientes, el saludo que ofrecen o los pequeños gestos de servicio, como ayudar a cargar el mercado o pelar una fruta, son todos elementos de un diseño vivo, hecho desde la experiencia.

Estos servicios no son planeados desde una lógica empresarial ni optimizados por una consultora de diseño: nacen de la intuición, la empatía y la constante interacción con el entorno. Son servicios proactivos que responden en tiempo real a lo imprevisto y transforman necesidades en oportunidades. Esta capacidad de anticipación, de ofrecer justo lo que el cliente necesita sin que lo haya pedido, es un rasgo clave del diseño mestizo en acción.

La experiencia, entendida como el resultado de estos servicios, se construye desde lo micro: desde los nanoservicios que cada puesto de venta produce. Aunque pensemos en la plaza como un todo, es en los detalles —el saludo de confianza, la fruta seleccionada a mano, el consejo sobre cómo conservar un producto— donde se forjan las experiencias más memorables. Así, la experiencia en la plaza no es homogénea ni estandarizada, sino tejida por múltiples capas de interacción humana y sensorial que convierten cada visita en algo único.

Estos ejemplos nos muestran que los diseñadores mestizos, a través de sus conocimientos prácticos, crean soluciones con sentido, funcionales y profundamente enraizadas en su realidad. Diseñar desde otras perspectivas, como la de los «diseñadores del día a día», revela tanto la complejidad como la aparente simplicidad de aquello que verdaderamente funciona. Como plantea García (2022), los objetos más útiles —una cuchara, un cuchillo— no fueron inventados por diseñadores titulados,

sino por personas comunes que respondieron a sus propias necesidades. Esto cuestiona la idea del diseño como un acto puramente racional y controlado, y nos invita a reconocer su dimensión mágica, inconsciente y profundamente conectada con el entorno.

Desde esta mirada, el diseño no debe reducirse a una epistemología del Norte que se impone sobre otras formas de saber. Más bien, debe abrirse a la posibilidad de diseñar desde la intuición, desde la inspiración, desde lo que no siempre puede explicarse. Diseñar es también abandonar el control, confiar en lo que emerge y reconocer que, muchas veces, quienes no se nombran como diseñadores están creando soluciones más coherentes, humanas y sostenibles que aquellas que surgen desde los laboratorios del diseño institucional.

## REFERENCIAS

- BARTHES, R. (1990). *La cámara lucida*. Planeta.
- DESMET, P., Overbeeke, K. y Tax, S. (2001). Designing Products with Added Emotional Value: Development and Application of an Approach for Research through Design. *The Design Journal*, 4(1), 32-47. <https://doi.org/10.2752/146069201789378496>
- DOMINGO, V. (2024, mayo 19). La sostenibilidad de los sistemas alimentarios con Vicente Domingo. *Food Design Festival*. <https://fooddesignfest.com/la-sostenibilidad-de-los-sistemas-alimentarios-con-vicente-domingo/>
- GARCÍA Urueña, F. A. (2022). *Objetos mentales: Un problema de representación en la teoría de la mente y en la teoría del diseño*. Universidad Nacional de Colombia.
- PERGOLIS, J. C. (2020). *Investigación en Historia: Ciudad, Memoria y Arquitectura*. <https://doi.org/10.21892/2422085X.484>
- QUIJANO, A. (1992). Colonialidad y modernidad/racionalidad. *Perú Indígena*, 13(29), 11-20. <https://www.lavaca.org/wp-content/uploads/2016/04/quijano.pdf>
- RAMÍREZ, C. (2022). *Diseños invisibles: Tres giros epistemológicos para reconocer un diseño mestizo en la práctica de los vendedores informales en Bogotá* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia]. Repositorio Universidad Nacional de Colombia. <https://repositorio.unal.edu.co/items/5379bod4-aa64-46d6-8fbo-413a296ea723>

- RIVERA Cusicanqui, S. (2015). *Sociología de la image: Miradas ch'ixi desde la historia andina*. Tinta Limón. [https://www.professores.uff.br/ricardobasbaum/wp-content/uploads/sites/164/2020/09/Cusicanqui\\_Sociolog%C3%ADa-de-la-imagen-Miradas-ch%E2%80%99ixi-desde-la-historia-andina.pdf](https://www.professores.uff.br/ricardobasbaum/wp-content/uploads/sites/164/2020/09/Cusicanqui_Sociolog%C3%ADa-de-la-imagen-Miradas-ch%E2%80%99ixi-desde-la-historia-andina.pdf)
- RIVERA Cusicanqui, S. (2018). *Un mundo ch'ixi es posible: Ensayos desde un presente en crisis*. Tinta Limón. [https://tintalimon.com.ar/public/s7loyv7qkqfy9tlizbaucr6z67/pdf\\_978-987-3687-36-5.pdf](https://tintalimon.com.ar/public/s7loyv7qkqfy9tlizbaucr6z67/pdf_978-987-3687-36-5.pdf)

---

Derechos de autor: Universidad Nacional de Colombia.

Este documento se encuentra bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0).



*Otras gráficas*

**Reseña del libro Europa ante su imagen: cine y series de televisión en la encrucijada del siglo XXI**

*Daniela Alexandra Tunjano Bautista*

**Compendio de métodos visuales para el proceso de diseño y desarrollo de productos**

*Juan Mendoza-Collazos et. al.*

**A9**  
**2025 - 01**  
**ACTIO**  
Journal Of Technology  
in Design, Film Arts &  
Visual Communication



UNIVERSIDAD  
**NACIONAL**  
DE COLOMBIA

- ES**    *Reseña del libro Europa ante su imagen: cine y series de televisión en la encrucijada del siglo XXI*
- EN**    *Review of the Book Europe Facing Its Image: Cinema and Television Series at the Crossroads of the 21st Century*
- ITA**   *Recensione del libro L'Europa di fronte alla sua immagine: cinema e serie televisive al bivio del XXI secolo*
- FRA**   *Compte rendu du livre L'Europe face à son image : cinéma et séries télévisées à la croisée des chemins du XXI<sup>e</sup> siècle*
- POR**   *Resenha do livro A Europa diante de sua imagem: cinema e séries de televisão na encruzilhada do século XXI*

*Daniela Alexandra Tunjano Bautista*

# Reseña del libro *Europa ante su imagen: cine y series de televisión en la encrucijada del siglo XXI*

Recibido: 3/02/2025; Aceptado: 12/05/2025; Publicado en línea: 16/06/2025.


<https://doi.org/10.15446/actio.v9n1.120977>



**DANIELA ALEXANDRA  
TUNJANO BAUTISTA.**

Licenciada en Educación Básica  
con énfasis en humanidades:  
español y lenguas extranjeras de la  
Universidad Pedagógica Nacional,  
Magíster en Comunicación y  
Medios e integrante del grupo de  
investigación IE CO - Comunicación  
Visual de la Universidad  
Nacional de Colombia.

Correo electrónico:  
dtunjano@unal.edu.co

 0000-0001-8335-4565

## **E** L LIBRO *EUROPA ANTE SU imagen: cine y series de televisión en la encrucijada del siglo XXI*, editado

en 2025 por Lorenzo Torres Hortelano, tiene como precedente las Primeras Jornadas de Cine Europeo: Europa Ante su Imagen celebradas el año 2022 en la Universidad Rey Juan Carlos. Se trata de una compilación de once abordajes analíticos de filmes y series televisivas europeas no angloparlantes, que se caracterizan por distanciarse de los imaginarios estereotipados, exaltar situaciones y escenarios altamente simbólicos, además de abordar temáticas que vinculan universos más íntimos con aspectos propios de la condición humana, teniendo la particularidad del espacio-tiempo de diferentes países europeos.

El libro se divide en tres grandes secciones: «Existencialismo y melancolía», «Raíces ardientes» y «Encrucijada entre lo global y lo íntimo». Los abordajes analíticos se caracterizan por la diversidad de temáticas y metodologías; sin embargo, comparten elementos significativos que enriquecen la experiencia de lectura, tal es el caso de la inclusión de los fotogramas como parte sustancial de la escritura y la atención minuciosa a los elementos audiovisuales en vínculo con la narrativa y la estética.

La sección «Existencialismo y melancolía» está conformada por los análisis de tres largometrajes y una serie televisiva:

*Melancholia* (2011) de Lars von Trier, *La grande bellezza* (2013) de Paolo Sorrentino, *La casa junto al mar* (2017) de Robert Guédiguian y *Petra* (2020) de María Sole Tognazzi. Los analistas Jesús González Requena, Noé Sotelo Herrera, Julio César Goyes Narváez y Valentina Carla Re destacan la esencia metafórica de los personajes, las atmósferas modernas y transculturales en constante diálogo con el pasado, así como los cuestionamientos de corte subjetivo, estético, identitario y social. Estos análisis generan una lectura de Europa enfocada en los lugares y los personajes que los habitan, donde las imágenes tienen una gran potencia simbólica, destacando la confrontación entre el presente y el pasado, como un encuentro marcado por la añoranza de todo aquello que se ha deteriorado, y un gran cuestionamiento sobre la identidad europea en la actualidad.

En lo que respecta a la sección «Raíces ardientes», el diálogo entre temporalidades persiste como una parte fundamental para configurar la imagen de Europa y, con esta, la identidad europea. Son cuatro las obras audiovisuales que permitieron ahondar al respecto: la trilogía *Heimat* (1984-2004) de Edgar Reitz, *Fantasia Lusitana* (2010) de João Canijo, *Transit* (2018) de Christian Petzold y *O que arde* (2019) de Oliver Laxe. Los analistas Ib Bondebjerg, Daniel Ribas, Eduardo Russo y José Luis Castro generan diferentes reflexiones en torno a la historia y su relación con la cotidianidad de los personajes. La construcción narrativa (vinculada a elementos estéticos), la convergencia entre las memorias individuales y colectivas, los cambios generacionales, la modernidad, los intereses ocultos tras imágenes idealizadas en propagandas políticas, y la realidad de los migrantes y refugiados en contextos de guerras son los temas centrales que permiten develar las dinámicas del poder,



**Figura 1. Portada del libro *Europa ante su imagen: cine y series de televisión en la encrucijada del siglo XXI*.**

su influjo en la construcción ideológica de las naciones y la afectación en los personajes. Esta sección del libro es una mirada a las cicatrices de un pasado marcado por los horrores de las guerras y la agonía del mundo rural en el marco de la modernidad, donde la perspectiva del presente y la ficción propician una reflexión profunda en torno a la identidad y la alteridad.

El libro termina en la confluencia intitulada «Encrucijada entre lo global y lo íntimo», conformada por tres piezas audiovisuales: el filme *Cold War* (2018) de Pawel Pawlikowski, el documental *España, la primera globalización* (2021) de José Luis López- Linares, y la serie *Intimidad*

(2022) de Verónica Fernández y Laura Sarmiento. Los anteriores filmes tienen una estrecha relación con las temáticas y reflexiones de las dos secciones que les preceden. En esa medida, los analistas Lorenzo Torres, Luis Martín Arias y Vanessa Brasil profundizan en las imágenes donde la intimidad de los personajes se vincula a aspectos políticos, históricos, éticos y estéticos, y se reconoce el valor cultural y artístico los elementos constitutivos de los textos audiovisuales. Se destacan las atmósferas opresivas y la censura producidas por los regímenes totalitarios, la construcción de la identidad y los imaginarios reproducidos según diversos intereses,



la relación de Europa con el mundo, la destrucción del espacio privado en la modernidad y algunas de las problemáticas que esto genera.

En términos generales, el libro *Europa ante su imagen: cine y series de televisión en la encrucijada del siglo XXI* (2025) es un viaje a la diversidad de las imágenes que configuran la manera en que Europa es mostrada al mundo. A partir de esta travesía visual y la profundización realizada por las y los analistas, se reconoce la consciencia histórica, social, cultural y reflexiva producida gracias al arte fílmico.

El libro se encuentra disponible en el siguiente enlace:  
<https://editorial.tirant.com/es/libro/europa-ante-su-imagen-cine-y-series-de-televisión-en-la-encrucijada-del-siglo-xxi-lorenzo-j-torres-hortelano-9788411839464?busqueda=europa+ante+su+imagen&>

## REFERENCIAS

- CANIJO, J. (2010). *Fantasia Lusitana* [documental]. Periferia Filmes.
- FERNÁNDEZ, V. y Sarmiento, L. (2022). *Intimidad* [serie de televisión]. Txintxua Films.
- GUÉDIGUIAN, R. (2017). *La casa junto al mar* [película]. Agat Films, France 3 Cinéma y Canal+.
- LAXE, O. (2019). *O que arde* [película]. Miramemira, 4 A 4 Productions, 4A4 Productions, Kowalski Films, Tarántula Luxemburgo.
- LÓPEZ-LINARES, J. L. (2021). *España, la primera globalización* [documental]. Film4 Productions.
- PAWLIKOWSKI, P. (2018). *Cold War* [película]. Film4 Productions.
- PETZOLD, C. (2018). *Transit* [película]. Schramm Film Koerner & Weber.
- REITZ, Ed. (1984-2004). *Heimat* [serie de televisión]. Westdeutscher Rundfunk (WDR), Sender Freies Berlin (SFB).

SORRENTINO, P. (2013). *La grande bellezza* [película]. Medusa Film, Pathé, France 2 e Indigo Film.

TOGNAZZI, M. S. (2020). *Petra* [película]. Fresdeval Films, Wanda Visión, Oberon Cinematográfica y Les Productions Balthazar.

TORRES HORTELANO, L. (Ed.). (2025). *Europa ante su imagen: Cine y series de televisión en la encrucijada del siglo XXI*. Tirant lo Blanch-Humanidades.

VON TRIER, L. (2011). *Melancholia* [película]. Zentropa.

---

Derechos de autor: Universidad Nacional de Colombia.

Este documento se encuentra bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0).




- ES** Compendio de métodos visuales para el proceso de diseño y desarrollo de productos
- EN** Compendium of Visual Methods for Product Design and Development Process
- ITA** Raccolta di metodi visivi per il processo di progettazione e sviluppo dei prodotti
- FRA** Recueil de méthodes visuelles pour le processus de conception et de développement de produits
- POR** Compêndio de métodos visuais para o processo de design e desenvolvimento de produtos

*Juan Mendoza-Collazos, Juan Nicolás Torres Arce,  
Nicole Natalia Vargas Torres, Maday Alejandra Ramírez García,  
Dana Sofía Chacón Patacón, Gabriela Monroy Herrera,  
Wilmer José Oviedo Martínez, Richar Muñoz Muñoz &  
Karen Lange-Morales*

# Compendio de métodos visuales para el proceso de diseño y desarrollo de productos


**JUAN  
MENDOZA-COLLAZOS**

jcmendozacol@unal.edu.co

 0000-0003-1498-1359


**JUAN NICOLÁS  
TORRES ARCE**

juananicot@gmail.com

 0009-0008-9778-605X


**NICOLE NATALIA  
VARGAS TORRES**

nivargast@unal.edu.co

 0009-0005-3255-3827


**MADAY ALEJANDRA  
RAMÍREZ GARCÍA**

madramirezga@unal.edu.co

 0009-0005-6806-2392


**DANA SOFÍA  
CHACÓN PATACÓN**

dchaconp@unal.edu.co

 0009-0009-1938-5098


**GABRIELA  
MONROY HERRERA**

gmonroyh@unal.edu.co

 0009-0008-0261-9719


**WILMER JOSÉ  
OVIEDO MARTÍNEZ**

woviedo@unal.edu.co

 0009-0003-2228-7110


**RICHAR  
MUÑOZ MUÑOZ**

rlmunozm@unal.edu.co

 0009-0005-7873-1609

**KAREN  
LANGE-MORALES**

klangem@unal.edu.co

 0000-0003-0775-0800

Recibido: 1/06/2025; Aceptado: 15/06/2025; Publicado en línea: 30/06/2025.  
<https://doi.org/10.15446/actio.v9n1.122078>

## RESUMEN (ES)

Esta contribución académica presenta un compendio de métodos visuales, los cuales son muy útiles en el diseño y desarrollo de productos para comprender las variables que juegan un papel en dichos procesos. Es el resultado de una investigación que incluyó una revisión sistemática no exhaustiva de los métodos, observación de campo y validación con expertos. Los métodos están organizados en diferentes categorías que facilitan su ubicación, dependiendo de la actividad de diseño que se esté llevando a cabo.

**PALABRAS CLAVE:** *Métodos visuales, Contextos, Diseño y desarrollo de producto, Semiótica.*

## ABSTRACT (ENG)

This academic contribution presents a compendium of visual methods that are highly useful in the design and development of products, helping to understand the variables involved in these processes. It is the result of research that included a non-exhaustive systematic review of the methods, field observation, and validation by experts. The methods are organized into different categories to make them easier to find, depending on the design activity being carried out.

**KEYWORDS:** *Visual methods, Contexts, Product design and development, Semiotics.*

## RIASSUNTI (ITA)

Questo contributo accademico presenta una raccolta di metodi visivi molto utili nella progettazione e nello sviluppo dei prodotti, per comprendere meglio le variabili coinvolte in questi processi. È il risultato di una ricerca che ha incluso una revisione sistematica non esaustiva dei metodi, osservazioni sul campo e una validazione con esperti. I metodi sono organizzati in diverse categorie per facilitarne la consultazione, in base all'attività di progettazione svolta.

**PAROLE CHIAVE:** *Metodi visivi, Contesti, Progettazione e sviluppo del prodotto, Semiotica.*

## RÉSUMÉ (FRA)

Cette contribution académique propose un recueil de méthodes visuelles très utiles pour la conception et le développement de produits, afin de mieux comprendre les variables en jeu dans ces processus. Elle résulte

d'une recherche incluant une revue systématique non exhaustive des méthodes, une observation de terrain et une validation par des experts. Les méthodes sont organisées en différentes catégories pour en faciliter l'accès, selon l'activité de conception en cours.

**MOTS-CLÉS :** *Méthodes visuelles, Contextes, Conception et développement de produit, Sémiotique.*

## RESUMO (POR)

Esta contribuição acadêmica apresenta um compêndio de métodos visuais muito úteis no design e desenvolvimento de produtos, ajudando a compreender as variáveis envolvidas nesses processos. É fruto de uma pesquisa que incluiu uma revisão sistemática não exaustiva dos métodos, observação em campo e validação com especialistas. Os métodos estão organizados em diferentes categorias para facilitar sua consulta, de acordo com a atividade de design em andamento.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Métodos visuais, Contextos, Design e desenvolvimento de produto, Semiótica.*



Enlace que lleva a la tabla:

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1wgm5j8JDOTNHHJKCQMZZYlbbxvmQuIc\\_/](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1wgm5j8JDOTNHHJKCQMZZYlbbxvmQuIc_/)

## INTRODUCCIÓN

Un reto de los equipos de trabajo en el diseño y desarrollo de producto es la comprensión de los diferentes contextos en el proceso de diseño: contexto organizacional, de origen, de uso y de destino. De la comprensión de estos contextos depende la definición de las variables que se tendrán en cuenta (o no) para la configuración del producto. El equipo debe comprender el mayor número posible de variables y las relaciones entre ellas. El problema es que herramientas tradicionales, como encuestas o listas de verificación, no permiten exponer muchas de estas variables.

Los métodos visuales son una alternativa para explorar y definir estas variables, ya que usan recursos semióticos que facilitan el acceso al conocimiento implícito, las asociaciones lógicas y espaciales, entre otras. Entre el

2023 y el 2024, se desarrolló el proyecto de investigación «Exploración de métodos visuales dentro del modelo EQUID (Ergonomics Quality in Design) para la comprensión de contextos y optimización de procesos en el diseño de productos», el cual fue ganador de una convocatoria que incentivó el trabajo interdisciplinario entre diferentes laboratorios de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Colombia.

Uno de los resultados del proyecto fue la creación de una tabla de métodos visuales, categorizada según nivel de aplicación y fundamento semiótico, entre otras variables. Con el fin de dar acceso a esta información a un público más amplio, se incluye en esta sección de Actio la tabla con los 155 métodos identificados.

Esperamos que esta fuente de información sea de mucha utilidad para los lectores de esta revista.

## CÓMO LEER LA TABLA

La tabla está organizada en tres secciones. La primera sección incluye el nombre del método o la herramienta, así como una breve descripción (ver figura 1).

La segunda sección señala la fuente, autora(s) y/o autor(es), el año de creación, su categoría (si se trata de una herramienta, un método o un concepto), así como la fecha en que fue consultada en la página web, en el caso de ser fuente digital (ver figura 2).

Por último, la tercera sección (ver figura 3) presenta el objetivo del método o la herramienta, palabras clave, nivel de aplicación, fundamento semiótico, categoría de evolución, así como una clasificación según Kumar (2012).

Nombre del método o herramienta		Descripción
---------------------------------	--	-------------

Figura 1. Primera sección de la tabla.

Fuente / Autor	Año	Categoría	Fecha de consulta a la página web
----------------	-----	-----------	-----------------------------------

Figura 2. Segunda sección de la tabla.

Objetivo	Palabra clave	Nivel de aplicación	Fundamento semiótico	Categoría de evolución	Clasificación según Kumar	Clasificación según Kumar	Clasificación según Kumar
----------	---------------	---------------------	----------------------	------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------

Figura 3. Tercera sección de la tabla.

A continuación, se presenta el desglose de las categorías anteriores:

**Tabla 1. Desglose de categorías del compendio de métodos**

Categoría	Descripción	Subcategorías
Palabras clave	Hace referencia a las áreas donde más aplicación tiene el uso el método o la herramienta. Esto no quiere decir que solo se usen para este tipo de actividades.	Análisis de tendencias y oportunidades Comunicación y marketing Desarrollo de soluciones Desarrollo organizacional Ejecución Evaluación y priorización Investigación de usuarios Organización conceptual
Nivel de aplicación	Se refiere a si es útil para asuntos estratégicos, tácticos u operativos.	Estratégico Estratégico y táctico Táctico Táctico y operativo Operativo
Fundamento semiótico	Establece si el fundamento semiótico de la herramienta es diagramático, icónico o mixto (que combina las dos anteriores)	Diagramático Icónico Mixto
Categoría de evolución	Algunos de los métodos son resultado de adaptaciones o hibridaciones de otros métodos. En esta categoría se señala esta característica.	Original Adaptación Hibridación
Clasificación según Kumar	Uno de los libros más importantes en términos de métodos visuales es <i>101 design methods: A Structured Approach For Driving Innovation In Your Organization</i> de V. Kumar (2012). Este autor propone siete actividades de diseño, en las cuales los métodos pueden ser útiles. En estas columnas presentamos los métodos encontrados según esta clasificación.	Sentir la intención Conocer el contexto Conocer a las personas Enmarcar los descubrimientos Explorar conceptos Enmarcar soluciones Realizar ofertas

## REFERENCIAS

KUMAR, V. (2012). *101 Design Methods: A Structured Approach For Driving Innovation In Your Organization*. John Wiley & Sons.

Derechos de autor: Universidad Nacional de Colombia.

Este documento se encuentra bajo la licencia Creative Commons

Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0).



## PORTADA REALIZADA POR CÓDIGO JAVASCRIPT Y LA BIBLIOTECA OPENTYPE

```
$colorc: #ee8fb5 //rgb(random(255),random(255),random(125))
$colora: #d144ce //rgb(random(255),random(255),random(125))
$colorb: #fc4488 //rgb(random(255),random(255),random(125))
$colord: #407de1 //rgb(random(125),random(125),random(255))
$colore: #fc8865 //rgb(random(255),random(125),random(125))
$colorf: #9a5db6 //rgb(random(125),random(125),random(255))
$bg: rgb(random(10),random(10),random(10))

.container
  background: $bg
  width: 100%
  height: 100vh
  overflow: hidden
  position: relative

&:after
  content: ""
  width: 100%
  height: 100vh
  background: url('https://www.textureking.com/content/img/stock/big/10_4955.JPG')
  background-size: cover
  mix-blend-mode: overlay
  position: absolute
  top: 0
  left: 0
  // opacity: 0

.blobs
  width: 50vh
  height: 50vh
  display: block
  position: absolute
  top: 50%
  left: 50%
  transform: translate(-50%, -50%)
  // filter: contrast(30)

.blob
  width: 100%
  height: 100%
  border-radius: 100%
  position: absolute
  mix-blend-mode: multiply
  filter: blur(80px)

&.a
  background-color: mix($colora, white, 80%)
  animation: circular2 40s linear infinite
&.b
  background-color: mix($colorb, white, 50%)
  animation: circular 20s linear infinite
&.c
  background-color: mix($colorc, white, 50%)
  animation: circular3 60s linear infinite
&.d
  background-color: mix($colord, white, 80%)
  animation: circular 40s linear infinite
&.e
  background-color: mix($colore, white, 30%)
  animation: circular2 100s linear infinite
```

&.f

background-color: mix(\$colorf, white, 70%)  
animation: circular3 60s linear infinite

\$R: 500px

\$S: 300px

@keyframes circular

0%

transform: translate(0, -\$R)

25%

transform: translate(\$R, 0)

50%

transform: translate(0, \$R)

75%

transform: translate(-\$R, 0)

100%

transform: translate(0, -\$R)

@keyframes circular2

0%

transform: translate(0, \$S)

25%

transform: translate(-\$S, 0)

50%

transform: translate(0, -\$S)

75%

transform: translate(\$S, 0)

100%

transform: translate(0, \$S)

@keyframes circular3

0%

transform: translate(0, \$R)

25%

transform: translate(-\$S, 0)

50%

transform: translate(0, -\$R)

75%

transform: translate(\$S, 0)

100%

transform: translate(0, \$R)



# A9

2025- 01

## ACTIO

Journal Of Technology  
in Design, Film Arts &  
Visual Communication



UNIVERSIDAD  
**NACIONAL**  
DE COLOMBIA