

AÑO 8 NÚMERO 11 - 2024 / ARTE Y DISEÑO EMPRESARIAL UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA ISSN 2227-989X

Zoo!

INVESTIGACIÓN EN DISEÑO
Y COMUNICACIÓN VISUAL



UNIVERSIDAD
SAN IGNACIO
DE LOYOLA

Año VIII N° 11

© Universidad San Ignacio de Loyola
Carrera de Arte y Diseño Empresarial
Título del documento: Zoo, Año 8, N° 11



Director

Dr. Rafael Vivanco

Comité Editorial

Mgr. José Luis Príncipe
Mgr. Leila Munive

Traducción

Mgr. Alonso Ruiz Gonzalez Ilas

Fotografías

Mgr. Christopher Carrasco / portada y contraportada

Artículos

Mgr. Soffía Pinto
Mgr. Juan Pablo Aponte
Mgr. Susana Arias
Mgr. Nicanor Wong
Mgr. Tania Valle
Mgr. Liliana Barreto
Amira Apolaya / Nicolý Peralta / Camila Portocarrero / Ximena Ramírez

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional
del Perú N° 2012-06308
ISSN 2227-989X

Universidad San Ignacio de Loyola
Av. La Fontana 550, La Molina. Lima, Perú
T. 317 1000 Anexo 3251

Investigo, luego diseño

El Diseño ha sido históricamente percibido como una disciplina eminentemente práctica, enfocada en la resolución de problemas visuales y la comunicación efectiva a través de recursos tales como la fotografía, la ilustración, el ícono, el símbolo, la tipografía, etc. Sin embargo, en las últimas décadas, ha emergido un cambio de paradigma que posiciona a la investigación como un componente esencial en el desarrollo de la disciplina. La investigación aplicada no solo enriquece su práctica profesional, sino que también promueve la innovación, eleva sus estándares y permite explorar su impacto cultural, social y económico.

En el ámbito académico, la investigación en Diseño abarca una variedad de enfoques. Desde el análisis teórico de la estética visual hasta los estudios de usabilidad y accesibilidad, los investigadores profundizan en la epistemología que sustenta la creación visual. Esta investigación no solo permite comprender mejor los principios del Diseño, sino que también abre la puerta a nuevas metodologías y técnicas que la transforman en una disciplina más robusta y adaptable a los desafíos contemporáneos.

Como herramienta de comunicación, el Diseño está intrínsecamente ligado a la sociedad, a la cultura, al mercado, etc. Hacer investigación en tales asuntos es crucial para permitir a los diseñadores una oportuna comprensión de los problemas a tratar, a fin de llegar a la construcción de productos visuales que tengan un impacto

significativo en sus públicos objetivos. Esto es particularmente relevante en un mundo en el que la comunicación visual es omnipresente, desde las redes sociales hasta las estrategias de branding corporativo. Los diseñadores no solo crean estética, sino que también juegan un rol crucial en la creación de narrativas y en la construcción de identidades visuales.

Asimismo, la investigación en Diseño es fundamental para la integración de la tecnología en el proceso creativo. Hoy en día, los avances tecnológicos (como la inteligencia artificial, el diseño interactivo, la realidad aumentada, etc.) ofrecen nuevas posibilidades para los diseñadores. Sin embargo, la comprensión de su integración efectiva en la práctica del Diseño requiere un enfoque riguroso de investigación que evalúe tanto las oportunidades como las implicaciones éticas y sociales de su uso.

En el marco de un mundo globalizado, cambiante y condicionado por grandes flujos de información, donde las fronteras entre lo digital y lo físico se difuminan y la comunicación visual juega un papel preponderante, es crucial que los diseñadores se comprometan con la investigación y el ejercicio del espíritu crítico. Solo así podrán estar preparados para liderar los próximos avances en la comunicación visual y continuar con el posicionamiento de la disciplina como un eje central en la sociedad contemporánea.

*José Luis Príncipe
Comité Editorial*



El asombro y la duda como estímulo cotidiano

Mgtr. Sofía Pinto Vilca
Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú
ORCID: 0000-0003-1204-5989

RESUMEN

En un mundo cada vez más complejo, el pensamiento crítico es una competencia fundamental para el desarrollo profesional. Se trata de una herramienta cognitiva que orienta al análisis y la resolución de problemas.

Por otra parte, la filosofía es una disciplina que se ocupa de la reflexión racional acerca del conocimiento y la realidad a través de la historia. Los filósofos han desarrollado una serie de herramientas y métodos para ayudarnos a pensar de manera crítica, creativa y reflexiva. En este ensayo se argumentará que la filosofía es una herramienta valiosa para el fomento del pensamiento crítico en la formación académica, ya que nos enseña a analizar las cosas y no a simplemente aceptarlas como llegan, sino a cuestionarlas y buscar razones para creerlas. Nos enseña a pensar desde diferentes puntos de vista y a tratar de entenderlos mediante un pensamiento más abierto y tolerante; nos invita a pensar en el mundo ante la complejidad de sus problemas. Esto nos ayuda a desarrollar un pensamiento más reflexivo.

A través de la filosofía, los estudiantes aprenden a pensar de forma crítica y creativa, lo que les permitirá tomar mejores decisiones y ser más autónomos. En conclusión, se argumentará que la filosofía es una herramienta valiosa para el desarrollo de esta habilidad.

Palabras Clave: Sesgo cognitivo, actitud filosófica, pensamiento crítico.

ABSTRACT

As the world becomes more complicated day by day, critical thinking is a fundamental quality in professional growth. It is a cognitive tool that helps to solve and analyze problems. On the other hand, philosophy is a discipline that is meant to rationally contemplate reality and knowledge throughout history. Philosophers have developed a series of tools and methods to help thinking in a more creative, reflexive and analytical way. This essay proposes that philosophy is a valuable tool in critical thinking development on academic growth, even though it teaches to analyze elements instead of accepting them as they come, philosophy lets us review over different subjects and look for facts to believe in them. It teaches us to ponder from different perspectives and to try to understand them through a more open thought process, it's an invitation to think in the world against its unfathomable problems. Through philosophy, students learn critical and creative thinking and help to develop a more thoughtful way of analysis, this leads to thought independence and better decision making.

In conclusion, it will be discussed that philosophy is a valuable discipline to develop the previously mentioned abilities.

Keywords: Cognitive bias, philosophical attitude, critical thinking.

Introducción

En el contexto educativo superior, los estudiantes universitarios en América Latina se encuentran inmersos en programas académicos tradicionales donde la memorización y la adquisición de contenidos actualizados son el único fin, en lugar de fomentar el cuestionamiento y promover un enfoque hacia el desarrollo de habilidades analíticas. Así, hoy los alumnos se enfrentan a una realidad compleja, donde se involucran la globalización y la incertidumbre política.

El pensamiento crítico es la capacidad racional de analizar información, evaluar argumentos y reflexionar desarrollando conclusiones fundamentadas. El estímulo del pensamiento crítico es un desafío curricular significativo que requiere la implementación de metodologías de enseñanza participativas, con el propósito de preparar a los estudiantes para ser pensadores críticos y reflexivos, y personas preparadas para desempeñar un rol como ciudadanos activos.

La necesidad del desarrollo de esta competencia es un imperativo inevitable, tanto para tomar decisiones informadas, con la capacidad de cuestionar, como para analizar y evaluar situaciones complejas y tener la habilidad de resolver problemas en la vida académica y profesional. Por ello, su desarrollo en el ámbito universitario contribuye a la formación integral, sin embargo, su desarrollo requiere de una capacitación sistemática.

¿Cómo la filosofía puede cultivar el pensamiento crítico en los estudiantes universitarios?

La filosofía se ocupa de la reflexión racional, cuestiona la realidad y busca razones para creer. Asimismo, promueve el desarrollo de preguntas acerca del conocimiento, el origen y los valores. Por ello, puede contribuir al desarrollo del pensamiento crítico, cultivando el cuestionamiento y el argumento, y acostumbrando al estudiante a no aceptar las cosas como se presentan, sino a identificar y evaluar las evidencias de manera coherente. La filosofía desarrolla el pensamiento lógico.

El presente ensayo explora la importancia y trascendencia del pensamiento crítico en la formación de los estudiantes, analiza el aporte de la disciplina filosófica

como parte del proceso de pensamiento, y plantea el ejercicio filosófico para fortalecer de manera significativa esta capacidad en el ámbito académico.

El pensamiento crítico en la formación académica universitaria

En la obra *Estándares de competencia para el pensamiento crítico*, los autores Paul y Elder (2005) estudian la interrelación en el campo del aprendizaje y la enseñanza. Para ellos es fundamental el pensamiento crítico para lograr un aprendizaje significativo y, sobre todo, efectivo. Dicha habilidad, proponen, debe ser aplicada como proceso formativo para contribuir a los estándares de calidad educativa.

El pensamiento crítico se relaciona con el proceso educativo por participar en la obtención de habilidades cognitivas como el análisis, la evaluación, la síntesis y la resolución de problemas. Pero este proceso debe ser



constante durante el aprendizaje y la práctica: **“para transformar aulas en comunidades de pensadores, necesitamos tener una visión a largo plazo”** (Paul y Elder, 2005, p.1).

En el Perú, el desarrollo del pensamiento crítico en la formación universitaria es indispensable ante la compleja y cambiante situación política y socioeconómica que enfrenta la región. Se requieren ciudadanos informados y participativos capaces de cuestionar y analizar la información que se recibe desde diferentes perspectivas y contextos. Cangalaya (2020) y López Ruiz (2021) definen el panorama actual de la educación superior peruana como una situación en crisis debido a las deficiencias encontradas en ambos estudios, tales como:

- Deficiencia en la calidad docente y en la actualización de contenidos profesionales.
- Falta de equidad en el acceso a la educación.
- Corrupción en el sistema universitario que afecta la calidad en la investigación.

Además, los autores coinciden en la proyección hacia un impacto negativo en la comunidad profesional peruana, y por ello señalan la necesidad de combatir la crisis tomando medidas como:

- Mejorar la formación docente en el desarrollo del pensamiento crítico.
- Implementar políticas públicas para permitir el acceso a la educación.
- Fortalecer los mecanismos de control y evaluación educativa.

Ambos estudios reflejan una preocupación profunda por las deficiencias en el sistema educativo superior. La corrupción afecta al sistema universitario y a la calidad educativa, lo que da como resultado una formación limitada e insuficiente para el desarrollo del país (Cangalaya, 2020; López Ruiz, 2021).

Las siguientes habilidades, dentro de los estándares intelectuales propuestos por Paul y Elder (2005), ayudan a evaluar de manera crítica la información mediática y se requieren para discernir la predisposición de los medios de comunicación, las redes sociales y las noticias sesgadas:

- Entender las posiciones políticas e ideológicas; identificar intereses económicos.
- Analizar la credibilidad y confiabilidad de las fuentes con objetividad.
- Reconocer estrategias de manipulación, como la carga emocional y la omisión.

El pensamiento crítico otorga la habilidad para discernir información y desarrollar argumentos sólidos, asimismo, promueve la participación de ciudadanos informados. La práctica participativa faculta a los estudiantes universitarios a ser agentes de cambio (Brookfield, 2011).

Aporte de la filosofía al pensamiento crítico

Ambos conceptos se encuentran interrelacionados por involucrar características y objetivos compartidos, como una reflexión profunda, así como la evaluación cuidadosa de ideas. La filosofía desafía a las personas a cuestionar sus creencias fundamentales y sobre todo a examinar las razones causales de sus opiniones. Para el pensamiento crítico efectivo, las habilidades filosóficas como

el razonamiento abstracto y evaluación de argumentos, son fundamentales. Existen ideas clave asociadas a este proceso de análisis:

- Análisis lógico, que implica la evaluación de la estructura del razonamiento y la validación de las inferencias.
- Examen y cuestionamiento de premisas, que implica la validez de premisas subyacentes de los argumentos, se fomenta una actitud escéptica y constante cuestionamiento, ya que todo debe pasar por un análisis crítico.
- Evaluación de valores de creencias y ética, implica el pensamiento crítico al justificar las decisiones éticas en relación a los valores y las creencias morales.
- Énfasis en la razón, con argumentos respaldados por la lógica y énfasis en la evidencia empírica (Altuve, 2010; Pedreros, et al., 2020).

Es importante resaltar el aporte significativo de los sofistas al pensamiento crítico. Es relevante su influencia en el desarrollo de habilidades argumentativas y retóricas. Los sofistas se dedicaron a promover la retórica y la capacidad de analizar, cuestionar y debatir para defender con argumentos y de manera persuasiva, logrando, además fortalecer una mentalidad crítica y apertura a diversas perspectivas (Altuve, 2010).

Cultivar el pensamiento crítico mediante el ejercicio filosófico

Dos autores relevantes que han explorado el aporte del ejercicio filosófico para el desarrollo del pensamiento crítico son Richard Paul y Matthew Lipman, ambos enfatizan la importancia de la filosofía para nutrir una mentalidad crítica mediante la enseñanza de capacidades como la evaluación de argumentos, análisis preciso y formulación de ideas.

Paul (2005) sustenta que la disciplina de la filosofía en el marco educativo, orientada a la argumentación y la lógica en una edad inicial, preparan el campo para el cultivo de un pensamiento crítico sólido a nivel superior. Lipman (2002) autor de diversas obras que muestran su aporte y fomento de la introducción de la filosofía para niños, se centra en la aplicación de literatura filosófica con el fin de estimular el pensamiento crítico, mediante la exposición de dilemas filosóficos presentes en narraciones

atractivas para los jóvenes y que promuevan el análisis, razonamiento y la reflexión. Los autores coinciden en la importancia de cultivar las habilidades fundamentales de la filosofía desde una edad temprana para lograr obtener sólidas bases de pensamiento crítico en edad adulta.

La promoción del diálogo a través de la educación

José Sánchez (2022) hace una crítica a la metodología educativa memorística que no considera el pensamiento crítico dentro de su estrategia. Y propone acciones que fomenten el cuestionamiento y la reflexión en lugar de la acumulación de información. Para Sánchez, la filosofía y el pensamiento crítico sólido inician con el planteamiento de preguntas que cuestionen las ideas preconcebidas en el campo de la ética y la moral. Acerca de lo que es correcto o incorrecto, basándose en la reflexión personal y razonamiento mediante el diálogo y debate. Muestra rechazo al dogmatismo y aboga por el desarrollo de una crítica constante y análisis de argumentos, pero no sólo como una habilidad individual, el pensamiento crítico colectivo es propenso a cuestionar las injusticias y fomenta un cambio positivo, generando transformación social.

El pensamiento de John Dewey y Matthew Lipman (en Sánchez 2022) se complementa en el área educativa. Por un lado, la influencia de Dewey como promotor del enfoque pragmático y experimental en el proceso educativo, quien destacó la importancia de la experiencia vivida por los estudiantes como pieza central en el proceso de aprendizaje en interacción con el entorno para la resolución de problemas prácticos. Por otro lado, Lipman propuso un método educativo con el fin de desarrollar habilidades de pensamiento crítico y ético desde una edad temprana, el ejercicio desde temprana edad es fundamental para promover la argumentación y el diálogo filosófico en el aula. Ambas propuestas son examinadas por Sánchez quien busca destacar la relevancia de ambas filosofías didácticas tanto en la formación docente como en la estructuración de ambientes de aprendizaje que fomenten la participación activa de los estudiantes en su proceso educativo.

La filosofía como práctica intelectual hacia la reflexión

La exploración de diversas perspectivas permite llegar a conclusiones particulares, Nomen (2019) explica que

la filosofía es una herramienta exploratoria con carácter creativo y reflexivo, y señala como instrumento la práctica de la duda. Explica que existen tres maneras cómo la filosofía contribuye en el desarrollo del pensamiento crítico:

- Evaluando de manera objetiva la información para encontrar sesgos en el conocimiento, como proceso del pensamiento crítico.
- Facilitando competencias para desarrollar ideas y resoluciones innovadoras, como proceso de pensamiento creativo.
- Persuadiendo a la auto reflexión metacognitiva siendo consciente de los propios procesos emocionales de manera objetiva, como proceso del pensamiento reflexivo.

En su obra *La escuela, ¿un receptáculo del pensamiento crítico?* Nomen también fomenta la integración de la filosofía en la educación desde la niñez, otorgando argumentos acerca de los beneficios en el proceso de aprendizaje y el ejercicio del pensamiento crítico para el desarrollo de su razonamiento. La participación de la filosofía en el ejercicio del desarrollo de habilidades críticas, creativas y reflexivas consta de:

- Cuestionar suposiciones, no aceptar las ideas sin antes cuestionarlas.
- Observar las situaciones y explorar desde diferentes puntos de vista.
- Reflexionar de manera objetiva sobre la complejidad de los problemas presentes y el propio pensamiento.

Ambos autores proponen una educación filosófica desde la infancia, siendo un medio aplicado dentro de la metodología académica que llega a convertirse en una herramienta fundamental para el desarrollo personal y mejora de la capacidad de pensamiento. Desde sus perspectivas, tanto la filosofía como el pensamiento crítico, trabajados de manera integral, van más allá del marco académico, la práctica las convierte en herramientas transformadoras en el pensamiento reflexivo del individuo.

Las ideas fundamentales se basan primero en el cuestionamiento constante de las suposiciones con una participación activa en la opinión y la duda. Segundo, refuerzan la importancia del desarrollo de habilidades críticas y la objetividad en el análisis de la información y tercero, llevar al ejercicio práctico en la vida cotidiana que permita al

individuo tomar decisiones significativas de manera consciente con un enfoque integral sobre el mundo complejo que le rodea (Sánchez, 2022; Nomen, 2019).

La retórica en el ámbito social y político

En un mundo saturado de datos, algunos filósofos contemporáneos abordan la importancia del pensamiento crítico y los obstáculos para el acceso al conocimiento. Es importante discutir sobre la importancia de la verdad con respecto al razonamiento humano, la manera cómo la persuasión se relaciona con la formación de la opinión y la toma de decisiones en la era digital (Lynch, 2005; Mercier, 2017; Fricker, 2007 y Stanley, 2015).

Lynch (2005) aborda la importancia de la verdad por estar ligada a la felicidad, debido a la relación entre el bienestar, la autenticidad y la integridad (p.151). Pero, para ello depende el autoconocimiento y la integridad intelectual. Sostiene que el desarrollo del pensamiento crítico es clave para no afectar nuestra comprensión ante la saturación de información, en muchos casos contradictoria o sesgada, que afecta la formación de la opinión pública. Ante ello, Lynch señala que para formar nuestra propia opinión es importante la identificación de los componentes de una información, el proceso de integración de componentes de diversas fuentes de información y una evaluación objetiva de los resultados para posteriormente obtener argumentos sólidos.

Por otro lado, Mercier (2017) explica que el pensamiento crítico se desarrolla de manera colectiva, fortaleciéndose mediante la interacción social en el debate de ideas. Tanto la argumentación social como la retórica, llegan a persuadir e influir sobre las creencias y en la toma de decisiones para solucionar problemas comunes. Indica tres razones en relación al desarrollo del pensamiento crítico:

- El razonamiento colaborativo, en contextos sociales, donde hay confrontación de ideas, el pensamiento se moldea.
- Hipótesis de la razón en grupo social, donde la persona puede notar con mayor claridad los errores en el razonamiento del otro.
- La razón como instrumento de persuasión, demanda mayor cuidado en la evaluación de argumentos, los cuales se intensifican.

Además, considerando el último punto señalado por Mercier, Fricker (2007) describe cómo la retórica y el poder, dentro de entornos sociales, llegan a influenciar sobre la construcción de opiniones y en la capacidad de pensamiento. Ante ello, es fundamental el pensamiento crítico sobre la carga de información colectiva, de tal manera que se evite la falta de oportunidad para acceder a la información o a ser escuchado.

Tales situaciones se manifiestan por factores como género, clase social, discapacidad u otros, dicho fenómeno se define como injusticia epistémica (p.18). Desde la filosofía y la epistemología, la injusticia epistémica es un problema ético, un fenómeno social que se manifiesta cuando una persona no puede acceder a la información o a manifestarse (injusticia testimonial), dificultando su acceso a la justicia y a la participación ciudadana en el campo social y político.

Por ello, la autora indica que es importante prevenir la injusticia epistémica a consecuencia de la desigualdad de la información colectiva y a los recursos de comunicación, de esta manera se evitará la marginalización o la discriminación. Pero, con la finalidad de conseguir acceso a la información además de poder ser escuchados, debemos ser conscientes de nuestros propios prejuicios al evaluar la información de manera imparcial, ser tolerantes y empáticos ante diferentes perspectivas desde el origen o experiencia, estableciendo espacios de diálogo permitiendo la participación, cuestionando de manera objetiva toda información recibida, conocer su proceso de recopilación y conclusiones. Haciendo el ejercicio filosófico se logra desarrollar el propio conocimiento a medida que se obtiene una comprensión lógica del mundo (Fricker, 2007).

La teoría de Jason Stanley (2015) señala que el pensamiento crítico, ante la información colectiva, identifica y contrarresta todo tipo de discurso que busca manipular a las personas con el fin de orientarlas hacia un comportamiento determinado para que adopten creencias o desarrollen comportamientos violentos. Dado que el uso de técnicas de manipulación apela a las emociones tergiversando la información, Stanley las determina como discurso del odio y propaganda.

Esta forma de violencia retórica surge de la sinergia entre dos factores: la aplicación de técnicas de manipulación que influyen en las emociones y creencias con un fin

determinado, y un grupo vulnerable, referidas a grupos reducidos de personas ajenas al conocimiento, grupos con creencias religiosas o personas discapacitadas, etc. Son grupos particulares que tienen en común el ser susceptibles al control por sentirse aislados o sin apoyo socio político.

Stanley identifica técnicas eficaces de manipulación que toman en cuenta la percepción desde las creencias, los temores y las emociones:

- Apelación a las emociones, para generar temor a ciertas situaciones u odio hacia un grupo vulnerable.
- Síntesis de la realidad, sesgar la información y facilitar su comprensión con el fin de mejorar el entendimiento hacia intereses particulares.
- Manipulación de información, con el fin de respaldar las afirmaciones, mediante estadísticas o hechos adulterados.

La constante exposición al discurso del odio o propaganda en la sociedad, trae consecuencias complejas como la polarización, actitud violenta y discriminación. Para contrarrestar el discurso del odio con el fin de promover la tolerancia y el entendimiento, es necesario identificar las técnicas de manipulación en la información colectiva. Se debe estar dispuesto a escuchar, comprender otras posturas y cuestionar toda información que se presenta, evaluándola de forma objetiva con el fin de formar una propia opinión (Stanley, 2015).

La importancia de la pregunta en el aula

A pesar que la disciplina filosófica estuvo presente en la formación académica durante muchas décadas, hoy en día la metodología didáctica carece del ejercicio. Integrarla nuevamente en el aula forma estudiantes con la capacidad de abordar la carga de información compleja de manera crítica y reflexiva. Nomen y Ruiz destacan la importancia de cultivar esta habilidad con el fin de fomentar la reflexión y la capacidad de evaluación desde perspectivas diversas que ofrecen propuestas creativas en la práctica.

Nomen propone la disciplina filosófica como práctica de la duda (p.35), al cuestionar lo establecido fomenta el pensamiento de manera más abierta y tolerante, logrando el desarrollo del conocimiento enriquecido por

la diversidad de pensamientos. Para ambos autores, la filosofía alimenta las habilidades necesarias para los estudiantes en su desarrollo académico y profesional (Nomen, 2019; Ruiz, 2018).

Como parte del ejercicio filosófico en el aula, Mercier (2019) propone el diseño de actividades y debates críticos para el fomento de intercambio de ideas y argumentación mediante el diálogo, permitiendo la práctica de la evaluación objetiva de argumentos entre compañeros. De esta manera el ejercicio de la argumentación evidenciará el sesgo cognitivo y prejuicios ante el análisis de información, los estudiantes comprenderán cómo interfieren en la percepción, la formación de opiniones y respuesta ante la información.

Tanto Mercier como Lynch (2005) explican la importancia de la evaluación crítica de las fuentes de información y análisis de casos en un entorno de sobreinformación, la discusión en el proceso de selección de argumentos válidos y relevantes que brindarán solidez a la formación de una opinión pública, apoyado por la retroalimentación del docente acerca del análisis reflexivo de fuentes por parte de los estudiantes y su habilidad para discernir y cuestionar. Permite a los estudiantes autoevaluarse y comprender cómo forman sus opiniones y creencias.

Conclusiones

La relevancia del pensamiento crítico en la formación universitaria es indiscutible e integrar la filosofía se convierte en un desafío para las convenciones académicas. No sólo promueve a los estudiantes a desarrollar el debate, sino que demanda en los docentes la apertura y tolerancia al discernimiento.

El pensamiento crítico es importante para la vida cotidiana y la sociedad. En un contexto polarizado y con comunidades expuestas a la manipulación socio política, es inminente cultivar el pensamiento crítico desde la infancia para contrarrestar el discurso del odio y la propaganda. La sociedad requiere de ciudadanos activos que opinen críticamente para hacer prevalecer la equidad, tolerancia y justicia.

Los estudiantes universitarios que ejerciten el pensamiento crítico mediante las herramientas de la filosofía, serán capaces de evaluar su futuro y reflexionar sobre

su vida profesional, personal y participación ciudadana, contribuyendo a una sociedad más justa.

Referencias

- Altuve, J. G.** (2010). El pensamiento crítico y su inserción en la educación superior. *Actualidad Contable Faces*, 13(20), 5-18. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25715828002>
- Brookfield, S. D.** (2011). Teaching for critical thinking: Tools and techniques to help students question their assumptions. John Wiley & Sons.
- Cangalaya Sevillano, L. M.** (2020). Habilidades del pensamiento crítico en estudiantes universitarios a través de la investigación. *Desde el Sur*, 12(1), 141-153. <http://dx.doi.org/10.21142/des-1201-2020-0009>.
- Fricker, M.** (2007). *Injusticia epistémica: el poder y la ética del saber*. Prensa de la Universidad de Oxford.
- Lipman, M., Sharp, A. M., y Oscanyan, F. S.** (2002). *La filosofía en el aula* (Vol. 31). Ediciones de la Torre.
- López Ruiz, C. D. P.** (2021). Pensamiento crítico en estudiantes de educación superior: una revisión sistemática. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/76826>
- Lynch, M. P., & Patrick, M.** (2005). *La importancia de la verdad para una cultura pública decente*. Paidós.
- Mercier, H., & Sperber, D.** (2019). Resumen de The Enigma of Reason. *Teorema: Revista Internacional de Filosofía*, 38(1), 59-68.
- Nomen, J.** (2019). La escuela, ¿un receptáculo del pensamiento crítico? *Folia Humanística*, (11), 29-43. <https://doi.org/10.30860/0048>
- Paul, R. y Elder, L.** (2005). Estándares de competencia para el pensamiento crítico. *Estándares, Principios, Desempeño, Indicadores y Resultados*. Con una rúbrica maestra en el pensamiento crítico. https://www.criticalthinking.org/resources/PDF/SP-Comp_Standards.pdf
- Pedreiros, P. A. M., Torres, D. A. R., y Pajajoy, M. J. S.** (2020). Pensamiento crítico el reto de la formación filosófica en la actualidad. Un aporte desde el observatorio filosófico virtual. *Sincronía*, (77), 3-21. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=513862147001>
- Ruiz, J. C.** (2018). El arte de pensar. Editorial Almuzara.
- Sánchez, J. C. R.** (2022). El papel de la experiencia y la formación de profesorado en la Filosofía de la Educación de John Dewey y Matthew Lipman. *Revista Internacional de Filosofía Aplicada HASER*, (13), 81-103. <https://revistascientificas.us.es/index.php/HASER/article/view/20775>
- Stanley, J.** (2015). *How propaganda works*. Princeton University Press.

Tendencias populares contemporáneas e involucramiento estudiantil en aprendizaje y proyectos de diseño

Mgr. Juan Pablo Aponte Ruidias
Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú
ORCID: 0000-0002-9901-8192

RESUMEN

La integración de tendencias populares contemporáneas en la educación, particularmente en campos como el diseño y la comunicación visual, se ha revelado como una estrategia innovadora para incrementar el involucramiento y la motivación de los estudiantes. Esta investigación se enfoca en la experiencia de estudiantes y docentes de diseño en instituciones educativas de Lima, destacándose la importancia de utilizar elementos de la cultura popular contemporánea, como el anime, el K-pop, los memes de internet o las referencias geek para fomentar un mayor involucramiento de los estudiantes de diseño en proyectos creativos interdisciplinarios.

La motivación y el compromiso estudiantil son aspectos cruciales para el aprendizaje efectivo y se ven influenciados por la relación interpersonal entre alumnos y docentes, así como por un clima motivacional positivo en el aula. La cultura popular y las tendencias contemporáneas pueden tener un impacto significativo en la percepción y la creatividad de los estudiantes de diseño, sugiriendo que su inclusión en la educación puede enriquecer la experiencia de aprendizaje y mejorar el rendimiento académico. Se resalta la relevancia de comprender y apreciar estas tendencias como manifestaciones de la cultura global, lo que puede enriquecer la perspectiva de los estudiantes de diseño.

ABSTRACT

The integration of popular contemporary tendencies in education, specifically in areas like design and visual communication, has been shown as an innovative strategy to increase the motivation and involvement of students.

This investigation focuses on design student and teacher experiences from learning institutions in Lima, highlighting the importance of using elements of contemporary popular culture such as anime, k-pop, internet memes or geek culture references to encourage greater student involvement in designing interdisciplinary creative projects.

Student motivation and commitment are crucial aspects for effective learning and are influenced in their student-teacher relationship, as well as by a positive motivational environment in the classroom. Popular culture and contemporary tendencies can have a significant impact in creativity and perception of design students, suggesting the correct use of these elements in education can enrich the learning experience and improve academic performance. Relevance to comprehend and appreciate these tendencies as manifestations of a global culture, which could improve the students' perspective of design is also highlighted.

Introducción

La integración de tendencias populares contemporáneas en el ámbito educativo, especialmente en áreas como el diseño y la comunicación visual, representa una estrategia innovadora para fomentar el involucramiento y la motivación estudiantil. Este enfoque se basa en la premisa de que, al incorporar elementos de la cultura popular y tendencias actuales en el proceso de aprendizaje, se puede crear un entorno más atractivo y relevante para los estudiantes, lo que a su vez puede mejorar su participación y rendimiento académico.

La presente investigación está centrada en estudiantes y docentes de diseño en universidades e institutos limeños. Lima es una ciudad con una rica historia y una diversidad cultural significativa. Desde sus orígenes prehispánicos, pasando por la época colonial hasta la actualidad, ha sido un punto de encuentro de diversas culturas y tradiciones. En las últimas décadas, la globalización y los avances tecnológicos han introducido nuevas influencias culturales. En los años 90, la cultura popular norteamericana era la que imperaba, sin embargo, en los últimos años tendencias populares contemporáneas de Japón, Corea del Sur, India y otros países se han integrado en la vida cotidiana de los limeños, en especial de las generaciones Y y Z.

La incorporación de elementos culturales y tendencias populares en el currículo puede aumentar la relevancia del material de estudio y, por ende, la motivación de los estudiantes (Ríos, 2023). Además, una investigación sobre el involucramiento y la motivación estudiantil en Lima sugiere que la relación interpersonal entre alumnos y docentes, así como un clima motivacional positivo en el aula, son factores clave para optimizar la motivación y el compromiso de los estudiantes con su aprendizaje (Kau, 2017). Cuando los alumnos perciben apoyo emocional y académico de sus profesores y compañeros, tienden a utilizar estrategias de autorregulación y a comprometerse más con su proceso educativo.

La influencia de la cultura popular y las tendencias contemporáneas como el anime y el K-pop en el involucramiento y la motivación de los estudiantes de diseño puede ser significativa, especialmente en el contexto de la educación de pregrado. Los docentes que están al

tanto de estas tendencias y las integran en su enseñanza pueden encontrar que sus estudiantes están más motivados e involucrados en el aprendizaje y los proyectos de diseño.

Un estudio realizado en la Universidad de Guayaquil examinó la influencia cultural del anime japonés en la recepción de estudiantes de diseño gráfico, encontrando que el anime puede tener un impacto significativo en la percepción y la creatividad de los estudiantes (Intriago y Rodríguez, 2018). Este hallazgo sugiere que la inclusión de elementos de la cultura popular en la educación de diseño puede enriquecer la experiencia de aprendizaje de los estudiantes y, potencialmente, mejorar su rendimiento académico.

Además, una investigación sobre el K-pop en Perú muestra que este género musical ha tenido una influencia cultural en los jóvenes, convirtiéndose en un complemento de su identidad y teniendo gran importancia en sus vidas (Mayhuascar y Santivañez, 2014). Esto indica que los estudiantes pueden estar más comprometidos con el contenido educativo que refleja sus intereses culturales y estéticos. En dicha investigación también se menciona que la teoría de las culturas híbridas puede aplicarse al diseño educativo, ya que sugiere que la integración de diferentes influencias culturales puede enriquecer el proceso de aprendizaje y fomentar la creatividad.

En términos de metodología de enseñanza, sobre la enseñanza de diseño y el método proyectual, se considera a la cultura y la herencia cultural como factores importantes que envuelven a estudiantes y docentes durante la carrera universitaria (Sánchez-Borrero, 2019). La propuesta de mejorar la metodología de enseñanza del diseño a través de proyectos integradores que consideren la cultura puede ser una forma efectiva de aumentar la motivación y el involucramiento de los estudiantes.

La integración de tendencias populares contemporáneas en la enseñanza del diseño y la comunicación visual en Lima, Perú, representa una estrategia prometedora para aumentar el involucramiento y la motivación estudiantil. Al hacer que el contenido del curso sea más relevante y atractivo para los estudiantes, se puede fomentar una mayor participación y un aprendizaje más significativo. Este enfoque requiere de una comprensión profunda

de la cultura local y global, así como de la capacidad de adaptar las tendencias actuales a contextos educativos específicos (Rodríguez, Robles y Arguedas, 2013).

Objetivos

1. Examinar las perspectivas de los estudiantes sobre el uso de la cultura popular y las tendencias contemporáneas en su aprendizaje.
2. Identificar las opiniones y preferencias de los estudiantes respecto a la integración de estos elementos culturales en proyectos de diseño.
3. Evaluar si la inclusión de tendencias populares contemporáneas aumenta el involucramiento y la motivación de los estudiantes en su proceso educativo.
4. Analizar cómo la motivación para aprender se ve afectada por la relevancia cultural y la actualidad de los temas tratados en los proyectos de diseño.

Metodología

La presente investigación adopta un enfoque cualitativo para explorar cómo las tendencias populares contemporáneas, específicamente el K-pop y el anime, influyen en el involucramiento y la motivación de los estudiantes de diseño en el aprendizaje y la creación de proyectos. Este enfoque permite una comprensión profunda de las percepciones, opiniones y experiencias de los participantes respecto al uso de la cultura popular en el ámbito educativo.

Una de las estrategias metodológicas centrales de este estudio ha sido la observación participante. Se creó y participó activamente en el grupo de investigación "Branding y Gamificación" dentro de la carrera de Arte y Diseño Empresarial. El objetivo principal de este grupo es investigar la relación entre el K-pop, el branding, la gamificación y el diseño, culminando en la creación de un juego de mesa que refleje el concepto, marca y estética de un grupo de K-pop imaginario. La participación en este grupo ha sido notablemente entusiasta, con más de 15 estudiantes y 3 docentes involucrados activamente en el proyecto. Esta inmersión directa ha proporcionado insights valiosos, los cuales serán detallados en los resultados.

Además de la observación participante, se han realizado dos encuestas con muestreo no probabilístico por conveniencia. La primera encuesta se dirigió a estudiantes de la carrera de diseño, mientras que la segunda se enfocó en los docentes. El objetivo de estas encuestas fue recabar información sobre las perspectivas, opiniones y experiencias relacionadas con el involucramiento del K-pop, anime y otros temas de cultura popular contemporánea en el aprendizaje del diseño. Las preguntas de la encuesta estuvieron diseñadas para explorar cómo estos elementos culturales pueden influir en la motivación de los estudiantes para aprender y participar en proyectos de diseño, así como para identificar posibles desafíos y oportunidades en la integración de la cultura popular en la educación en diseño.

El análisis de los datos recopilados a través de la observación participante y las encuestas se realizó mediante técnicas cualitativas, como el análisis temático. Este enfoque permitió identificar patrones, temas y categorías emergentes relacionados con el impacto de las tendencias populares contemporáneas en el involucramiento estudiantil. Se prestó especial atención a las narrativas de los estudiantes y docentes sobre sus experiencias y percepciones, lo que facilitó una comprensión rica y matizada de cómo la cultura popular puede ser un recurso valioso en la educación en diseño.

Se tomaron medidas para asegurar el respeto a la ética investigativa, incluyendo el consentimiento informado de todos los participantes y la confidencialidad de las respuestas.

Resultados

Tras realizar observación participante en distintas reuniones a lo largo del año 2023 en el grupo de "Branding y Gamificación" de la carrera de Arte y Diseño Empresarial, se ha podido observar la motivación de los estudiantes involucrados en un proyecto que incluía la elaboración de un juego de mesa para crear la identidad visual de un grupo ficticio de K-pop. La capacidad de estas tendencias para crear comunidades y movimientos culturales ha demostrado cómo los estudiantes pueden aprender a trabajar en equipo y colaborar en proyectos que aprovechen la pasión compartida por estas tendencias, promoviendo un sentido de pertenencia y compromiso que

impulsa la creatividad. Asimismo, se ha observado cómo los estudiantes analizan críticamente estas tendencias, examinando su impacto en la sociedad y la industria del diseño, permitiéndoles evaluar su relevancia y efectividad en diferentes contextos creativos.

A través del pensamiento crítico, han podido identificar posibles desafíos y dilemas éticos asociados con el uso de estas tendencias, lo que fomenta discusiones significativas y decisiones informadas en sus proyectos. Se ha observado que al trabajar en equipo y al haber colaborado en proyectos con mayor involucramiento, los estudiantes cuestionan y debaten ideas, fortaleciendo su capacidad de análisis crítico y tomando decisiones basadas en evidencia para que, en última instancia, el pensamiento crítico enriquezca su enfoque creativo, alentándolos a explorar nuevas perspectivas y enfoques innovadores en su trabajo.

Asimismo, la encuesta realizada a 62 estudiantes reveló que un **90.4% considera que la cultura popular tiene una influencia significativa en su creatividad como diseñadores, con un 45.2% calificándola como muy influyente, escala 5, y otro 45.2% como bastante influyente, escala 4**. Este dato es crucial porque sugiere una correlación positiva entre la exposición a la cultura popular y la creatividad en el diseño, lo cual podría interpretarse como un aumento en el involucramiento y la motivación de los alumnos para aprender cuando se integran estos elementos en la enseñanza del diseño y comunicación visual. A su vez, el 56.5% de los estudiantes indicó que sí, algunas veces han utilizado referencias de K-pop, anime o cultura y tendencias populares en sus proyectos, mientras que el 29% afirmó que lo hace frecuentemente. Estos resultados sugieren que la cultura popular, incluyendo el K-pop y el anime, tiene una presencia notable en la esfera académica, al menos en el ámbito del diseño y la comunicación visual.

Sobre la utilidad de aspectos específicos del K-pop, el anime y la cultura popular para aprender sobre diseño gráfico y comunicación visual, las tres respuestas más destacadas fueron **“composición y color o identidad visual”, “estilos de dibujo o diseño” y “conceptos y producción”**. Estos resultados indican que los estudiantes ven una conexión directa entre las caracte-



terísticas visuales y estilísticas de la cultura popular y su aplicación. **Un 64.5% de los encuestados considera que sí, definitivamente, estos elementos aportan innovaciones al campo, mientras que un 32.3% cree que en algunos aspectos sí lo hacen**. Notablemente, ninguno de los encuestados opinó que estos elementos no aportan nada innovador al diseño gráfico y la comunicación visual.

La encuesta también revela que un rotundo 91.9% de los participantes considera que el conocimiento de la cultura popular, incluyendo el anime, el K-pop, los cómics y los memes, es algo importante o muy importante para un profesional de su área. Este resultado subraya la creciente relevancia de la cultura popular en el ámbito del diseño gráfico y la comunicación visual, reflejando una tendencia hacia la integración de elementos culturales contemporáneos en la práctica profesional. Sobre la frecuencia con la que los profesores incorporan ejemplos de

adquiridos del anime, el K-pop o la cultura popular. Este dato es significativo, ya que indica que más de la mitad de los estudiantes encuestados ven a la cultura popular no solo como una fuente de entretenimiento, sino también como un recurso valioso para su educación y práctica profesional. **La pregunta sobre la incorporación de elementos de la cultura popular en proyectos de diseño muestra que un 68.1% de los estudiantes se siente “muy interesado y motivado a realizarlos”, mientras que un 29% se siente “algo interesado y un poco motivado a realizarlos”**. Estos resultados manifiestan que la mayoría de los estudiantes encuentran una fuerte motivación y un interés significativo en proyectos que involucran elementos de la cultura popular.

La encuesta muestra que una mayoría de los estudiantes tiene una preferencia por trabajar en proyectos relacionados con la cultura popular. **El 51% de los encuestados expresó una preferencia por proyectos “relacionados con la cultura popular en general”, mientras que un 29% mostró un interés específico en proyectos “relacionados con anime y K-pop”**. Por otro lado, un 12.9% de los estudiantes indicó “me es indiferente” acerca del tipo de proyecto en el que trabajan. Estos resultados reflejan una tendencia entre los estudiantes de diseño gráfico y comunicación visual hacia la incorporación de elementos de la cultura popular en su trabajo. La cultura popular, que incluye al anime, al K-pop, a los cómics, a los memes y a otros fenómenos culturales, ofrece un vasto campo de inspiración y creatividad que puede ser atractivo para los futuros diseñadores.

La pregunta sobre el interés de los estudiantes en incorporar elementos de la cultura popular en sus proyectos de diseño muestra una clara inclinación hacia la integración de estos en su trabajo. Un 53.2% de los encuestados se siente “muy interesado” en incorporar elementos de la cultura popular, mientras que un 45.2% se siente “algo interesado”. Estos resultados indican que casi la totalidad de los estudiantes encuestados ven valor y relevancia en la inclusión de la cultura popular en sus proyectos de diseño gráfico y comunicación visual. La encuesta finalmente revela que un abrumador 83.9% de los estudiantes expresó su deseo de que se incluyan más contenidos o

K-pop, anime o cultura popular en sus clases de diseño gráfico y comunicación visual se revela una tendencia positiva hacia la integración de estos elementos en el ámbito educativo. **Un 48.4% de los estudiantes indicó que sus profesores utilizan ejemplos de cultura popular “a veces”, mientras que un 32.3% afirmó que ocurre “a menudo”**. Por otro lado, un **16.1% de los estudiantes mencionó que esto sucede “raramente”**. Estos resultados hacen inferir que una mayoría significativa de los docentes reconoce el valor de la cultura popular como herramienta didáctica en el campo del diseño gráfico y la comunicación visual. Y que la inclusión de temas como el K-pop, el anime y otros elementos de la cultura popular en la enseñanza puede tener varios beneficios.

Igualmente, la encuesta revela que un 58.1% de los estudiantes ha participado en proyectos o trabajos académicos en la universidad, donde han aplicado conocimientos

proyectos universitarios relacionados con el anime, el K-pop o la cultura popular en el currículo de su carrera. Este resultado denota la creciente importancia y el interés que la cultura popular tiene entre los estudiantes de diseño gráfico y comunicación visual. La cultura popular, con sus diversas manifestaciones, ofrece un rico campo de estudio que abarca desde la estética visual y la narrativa hasta la identidad cultural y las dinámicas de mercado. Su inclusión en el currículo académico puede aportar varios beneficios.

Por otro lado, se ha realizado una encuesta sobre el tema a docentes universitarios de diseño y comunicación visual. La encuesta revela una tendencia significativa hacia la integración de elementos de la cultura popular contemporánea en la enseñanza de ambas especialidades. Con un 85.7% de los docentes afirmando que utilizan o han utilizado elementos como el anime, el K-pop, los cómics y los memes de internet en sus ejemplos, presentaciones, proyectos o material de enseñanza, se evidencia una clara inclinación hacia la adopción de estas tendencias populares en el ámbito educativo.

La frecuencia con la que los docentes universitarios de diseño utilizan elementos de la cultura popular contemporánea en su enseñanza varía, según los resultados de la encuesta. Un 42.9% de los docentes indicó que utilizan dichos elementos “a veces”, mientras que un 35.7% afirmó que los utilizan “frecuentemente”. Esto sugiere que la mayoría de los docentes encuestados incorporan elementos de la cultura popular en su material de enseñanza con cierta regularidad, aunque no necesariamente de manera constante. La adopción de elementos de la cultura popular en la educación puede ser una estrategia para conectar con los estudiantes y hacer que el contenido sea más relevante y atractivo para ellos. La cultura popular puede servir como un puente entre los intereses personales de los estudiantes y los conceptos que se enseñan en el aula, lo que puede aumentar la motivación y el compromiso con el aprendizaje. Además, al reflejar las experiencias cotidianas de los estudiantes y las tendencias actuales, los docentes pueden fomentar un aprendizaje más significativo y contextualizado.

La encuesta también revela una preferencia notable por ciertos tipos de contenido de cultura popular en las cla-

ses. Los resultados muestran que los memes de internet o trends son los más utilizados, con un 85.7% de los docentes incorporándolos en su material de enseñanza. Esto sugiere que los memes, por su naturaleza humorística y su capacidad para reflejar tendencias actuales, son considerados herramientas efectivas para captar la atención de los estudiantes y hacer el aprendizaje más atractivo y relevante.

La cultura geek, que incluye elementos de la ciencia ficción, los videojuegos, la tecnología, entre otros, es utilizada por el 64.3% de los docentes. Este alto porcentaje indica que la cultura geek, con su rica variedad de contenidos y su creciente aceptación y popularidad, es vista como un recurso valioso para enriquecer el proceso educativo, especialmente en campos creativos como el diseño y la comunicación visual.

El cómic es empleado por el 28,6% de los docentes, lo que refleja una apreciación moderada de este medio como herramienta educativa. A pesar de ser una forma de arte establecida con una larga historia en la narrativa visual, su uso es menos frecuente en comparación con los memes y la cultura geek. Esto podría deberse a la diversidad de intereses entre los estudiantes o a la percepción de que otros contenidos de cultura popular son más efectivos para involucrar a la audiencia joven.

El manga y el anime son utilizados por el 21.4% de los docentes, lo que indica una presencia menor, aunque significativa, de estos elementos en la enseñanza del diseño. Su inclusión puede ser una forma de aprovechar el interés de los estudiantes en estas formas de arte japonesas para explorar conceptos de diseño y narrativa visual.

El K-pop es mencionado por el 14.3% de los docentes, lo que sugiere que, aunque tiene una audiencia global y dedicada, su uso como herramienta educativa en el diseño y la comunicación visual es limitado. Esto podría reflejar una preferencia por contenidos que ofrecen más oportunidades directas para la exploración de conceptos visuales y de diseño.

Finalmente, los chismes y noticias de actualidad son el tipo de contenido menos utilizado, con solo un 7,1% de

los docentes incorporándolos en sus clases. Esto podría indicar que, aunque relevantes, estos temas pueden ser considerados menos útiles para lograr objetivos educativos específicos en el campo del diseño y la comunicación visual.

Igualmente, los resultados señalan que los docentes universitarios de diseño tienen objetivos claros al incorporar elementos de la cultura popular contemporánea en sus clases. Un 50% de los docentes señalan que su principal objetivo es “conectar con los estudiantes”, mientras que el 42.9% menciona que buscan “hacer las clases más interesantes, conectar con los estudiantes y estar al día con las tendencias”. Estos resultados subrayan la importancia de la relevancia cultural y la conexión emocional en el proceso de enseñanza-aprendizaje. También se ha descubierto que la mayoría de los docentes universitarios de diseño perciben un aumento en el nivel de participación de los estudiantes cuando se utilizan elementos de la cultura popular contemporánea en las clases. Un 64.3% de los profesores observaron que la participación de los estudiantes es “algo mayor con dichos elementos”, mientras que un 14.3% notó que es “mucho mayor con dichos elementos”. Por otro lado, el 21.4% de los encuestados consideran que la participación es “igual”, independientemente de si se utilizan o no estos elementos. Estos datos sugieren que la inclusión de la cultura popular en el aula puede tener un impacto positivo en la participación estudiantil, aunque el grado de este impacto varía.

En cuanto a la afirmación “El uso de la cultura popular contemporánea consumida por millennials y GenZ en clases mejora la motivación de los estudiantes”, los resultados son los siguientes:

- **50%** de los docentes calificaron esta afirmación con un 4 (“de acuerdo”).
- **28.6%** de los docentes la calificaron con un 3 (“ni de acuerdo ni en desacuerdo”).
- **21.4%** de los docentes la calificaron con un 5 (“totalmente de acuerdo”).

Esto indica que una mayoría significativa de los docentes (71.4%) están de acuerdo o totalmente de acuerdo en que la inclusión de la cultura popular contemporánea en

el aula mejora la motivación de los estudiantes. Solo un 28.6% se posiciona en un punto neutral, sin inclinarse hacia el desacuerdo o el acuerdo total.

Respecto a la afirmación “La cultura popular contemporánea consumida por millennials y GenZ es una herramienta efectiva para enseñar diseño gráfico”, los resultados son:

- **28.6%** de los docentes calificaron esta afirmación con un 5 (“totalmente de acuerdo”).
- **28.6%** de los docentes la calificaron con un 4 (“de acuerdo”).
- **42.9%** de los docentes la calificaron con un 3 (“ni de acuerdo ni en desacuerdo”).

Estos resultados sugieren una percepción mixta entre los docentes sobre la efectividad de la cultura popular contemporánea como herramienta para enseñar diseño gráfico. Una mayoría significativa (57.2%) se muestra de acuerdo o totalmente de acuerdo con la afirmación, lo que indica que los docentes ven valor en la integración de elementos de la cultura popular en la enseñanza del diseño gráfico. Sin embargo, un 42.9% se posiciona en un punto neutral, lo que podría reflejar ciertas reservas o la percepción de que la efectividad de estos elementos depende de otros factores como el contexto de la clase, los objetivos de aprendizaje específicos, o la manera en que se implementan estos elementos culturales.

Para finalizar, en cuanto a la afirmación sobre si incorporar elementos de cultura popular puede distraer más que ayudar en el proceso de aprendizaje, los resultados son:

- **57.1%** de los docentes calificaron esta afirmación con un 2 (“en desacuerdo”).
- **28.6%** de los docentes la calificaron con un 3 (“ni de acuerdo ni en desacuerdo”).
- **14.3%** de los docentes la calificaron con un 1 (“totalmente en desacuerdo”).

Estos resultados indican que la mayoría de los docentes encuestados (71.4%) no consideran que la incorporación de elementos de cultura popular en el aula sea principalmente una distracción. De hecho, la mayoría se inclina hacia el desacuerdo con la idea de que estos

elementos puedan ser más distractivos que beneficiosos. Esto sugiere que, en su experiencia, la integración de la cultura popular ha sido, en general, positiva o al menos no ha interferido significativamente con el proceso de aprendizaje.

Conclusiones

La investigación ha demostrado que la cultura popular y las tendencias contemporáneas son elementos altamente influyentes en la creatividad y la motivación de los estudiantes de diseño. Un porcentaje significativo de alumnos considera que la cultura popular influye en su creatividad como diseñadores, y muchos han utilizado referencias del K-pop, el anime o tendencias populares en sus proyectos. La utilidad de estos elementos para aprender sobre diseño gráfico y comunicación visual es reconocida por los estudiantes, quienes ven una conexión directa entre las características visuales y estilísticas de la cultura popular y su aplicación en el diseño

La mayoría de los docentes también reconoce el valor de la cultura popular como herramienta didáctica y la incorpora en su enseñanza. La inclusión de contenidos relacionados con el anime, el K-pop o la cultura popular en el currículo es deseada por una abrumadora mayoría de estudiantes, lo que subraya la importancia y el interés que la cultura popular tiene entre los estudiantes de diseño gráfico y comunicación visual.

La integración de tendencias populares contemporáneas en la enseñanza del diseño y la comunicación visual representa una estrategia prometedora para aumentar el involucramiento y la motivación estudiantil. Al hacer que el contenido del curso sea más relevante y atractivo para los estudiantes, se puede fomentar una mayor participación y un aprendizaje más significativo.

Referencias

Intriago, D. J., y Rodríguez, T. (2018). Influencia cultural del anime japonés en la recepción de estudiantes de Diseño gráfico de la Universidad de Guayaquil. *Question/Cuestión*, 1(59), e084. <https://doi.org/10.24215/16696581e084>

Kau, M. (2017). Involucramiento escolar en alumnos del colegio público 7014 y el colegio particular Sor Querubina en el distrito de Surquillo. Repositorio de la Universidad San Ignacio de Loyola. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/d9aca002-db08-4c49-adf8-4315c29936a9/content>

Mayhuascar, K., y Santivañez, V. (2014). La práctica del kpop en jóvenes del distrito de Huancayo. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Centro]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional del Centro. https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/911/TTS_22.pdf?isAllowed=y&sequence=1

Parrales, S., Robles, J., y Arguedas, I. (2013). Involucramiento estudiantil en el proceso educativo: cuestionario para determinar necesidades de capacitación de docentes. *Actualidades Investigativas en Educación*, 13(2), 51-53. https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-47032013000200002

Ríos, R. (2023). *Motivación y compromiso en el Aula de Educación Básica: Claves para un Aprendizaje Significativo*. Escuela de Profesores del Perú. <https://epperu.org/motivacion-y-compromiso-en-el-aula-de-educacion-basica-claves-para-un-aprendizaje-significativo/>

Sánchez-Borrero, G. (2019). El estudiante de diseño y su herencia cultural. *Diseño, Arte y Arquitectura*, (6), 43-52. <https://doi.org/10.33324/daya.vi6.218>

La importancia de las disposiciones de pensamiento crítico en los diseñadores gráficos para la toma de decisiones éticas y responsables

Mgtr. Susana Arias Soria
Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú
ORCID: 0000-0002-9026-4856

RESUMEN

El pensador crítico debe contar con habilidades, disposiciones y conocimientos. En la mayoría de situaciones se otorga mayor importancia a las habilidades de pensamiento crítico, en donde se encuentran la solución de problemas, la toma de decisiones y el razonamiento. Asimismo, estas habilidades se apoyan de los conocimientos que posee el individuo (en base a información general, conocimientos específicos y la experiencia) para la resolución de problemas.

No obstante, a lo largo del ciclo académico se ha podido observar que, en su mayoría, los alumnos cuentan con habilidades de pensamiento crítico, pero carecen de disposiciones de pensamiento crítico. Solo algunos pocos muestran una actitud abierta para admitir sus propios errores. La mayoría son poco tolerantes a las críticas y, en muchas ocasiones, no están dispuestos a enriquecer sus conocimientos tomando en cuenta puntos de vista diferentes a los suyos. Un pensador crítico, además de tener un amplio conocimiento, debe poder aplicarlos en su entorno. Para ello es importante que se cuente con madurez intelectual.

Hay puntos que son importantes para trabajar con los alumnos: la perseverancia intelectual, la humildad intelectual, la empatía intelectual, la integridad intelectual y la imparcialidad intelectual. Es aquí donde empezamos a analizar otra dimensión del pensamiento crítico: la moral y la ética. A través de un aprendizaje basado en problemas, es decir, planteando escenarios o casos específicos, se pueden trabajar estas disposiciones, en donde los estudiantes, además de hacer uso de la información y habilidades desarrolladas para la resolución de problemas, tengan la posibilidad de incorporar conductas éticas.

Palabras Clave: Pensamiento crítico, empatía intelectual, humildad intelectual, moral, ética profesional.

ABSTRACT

One who critically thinks has to have abilities, knowledge and willingness. In most cases it's of great importance the thought process capacity in which problem solving is found, decision making and logic.

Also, these abilities are supported by the wisdom of the individual (based on general information, specific knowledge and personal experience) for problem solving.

Although, throughout the academic semester it has been observed that, most students have the ability to have critical thinking but they lack the resources to apply it, however, only some show the openness to admit their own mistakes.

The vast majority of students are less tolerant to criticism and in most cases they aren't keen to enrich their wisdom taking into account the different perspectives given by their peers.

A person who applies critical thinking, besides having a great amount of knowledge, has to know how to apply it in their surroundings. That is why it is important to have a mature thought process. There are some elements to take into account when working with students such as intellectual perseverance, intellectual humility, intellectual empathy, intellectual integrity and intellectual impartiality. It is here where we start to analyze another aspect of critical thinking, morality and ethics. Throughout a learning experience based on problem solving, designing scenarios or specific cases in which these abilities can be exercised, by the students, and can apply them with the use of new information, therefore problem solving could have a code of ethics implemented.

Keywords: Critical thinking, intellectual empathy, intellectual humility, morality, professional ethics.

Introducción

Empezaremos por definir qué es pensamiento crítico. Los autores Paul y Elder sostienen que “el pensamiento crítico es ese modo de pensar –sobre cualquier tema, contenido o problema– en el cual el pensante mejora la calidad de su pensamiento al apoderarse de las estructuras inherentes del acto de pensar y al someterlas a estándares intelectuales” (Paul y Elder, 2003, p.4).

Para estos autores, alguien que ha ejercitado el pensamiento crítico es aquel que recopila y evalúa información de importancia; asimismo, es capaz de interpretarla y sintetizarla, genera hipótesis y plantea soluciones desde una mentalidad abierta evaluando las implicaciones y consecuencias, para finalizar generando soluciones a los problemas planteados comunicándose efectivamente (Paul y Elder, 2003).

Como diseñador y profesor estoy obligado a hacerme la siguiente pregunta: «¿Cómo haremos para que el diseño sea mejor?» El consenso general parece indicar que la respuesta no es enseñar más diseño. Más bien se trata de que diseñadores y estudiantes se familiaricen con muchas otras especialidades y, conociéndolas, vuelvan a definir la importancia del diseñador para nuestra sociedad. Los avances de las ciencias sociales, la biología, la antropología, la política, la ingeniería, la tecnología, las ciencias del comportamiento, y muchas otras, deben imbuirse en el proceso de diseño (Papanek, 1977, pp. 154-155).

Para que los alumnos puedan desarrollar el pensamiento crítico es importante que se amplíen sus conocimientos sobre diferentes temas. Además de aprender teorías de diseño, es importante que sus conocimientos se enriquezcan con diferentes tópicos, ya que el diseñador no comparte sus labores únicamente con otros diseñadores y tiene la oportunidad de desenvolverse en diferentes campos. Mientras más conocimientos tenga un diseñador, se amplían también las posibilidades para la resolución de problemas. Sin embargo, ¿será únicamente el conocimiento la habilidad de un pensador crítico?

Según lo señalado por Vendrell y Rodríguez (2020), el pensador crítico debe contar con habilidades, disposiciones y conocimientos. Como parte de estas habilidades identificamos la solución de problemas, la toma de decisión y el razonamiento. Con respecto a las disposiciones, encontramos la perseverancia intelectual, la humildad intelectual, la empatía intelectual, la inquietud intelectual y la autonomía intelectual. La disposición de pensamiento crítico significa qué tan dispuesta se encuentra la persona, con base en su conocimiento y madurez intelectual, a realizar dichas habilidades. Los conocimientos se forman a partir de información general, conocimientos específicos y la experiencia, que incluyen la experiencia de vida intelectual y laboral.

A lo largo del ciclo académico se ha podido observar que la mayoría de los alumnos cuentan con habilidades de pensamiento crítico, sabiendo identificar un problema, realizar una correcta investigación, identificar, analizar y generar opciones para la toma de decisiones a partir de un adecuado razonamiento. No obstante, muchos de estos alumnos carecen de disposiciones de pensamiento crítico y solo algunos pocos muestran una actitud abierta para admitir sus propios errores. La mayoría son poco tolerantes a las críticas y, en muchas ocasiones, no están dispuestos a enriquecer sus conocimientos y tomar en cuenta puntos de vista diferentes a los suyos. Un pensador crítico, además de tener un amplio conocimiento, debe poder aplicarlos en su entorno. Para ello es importante que se cuente con madurez intelectual.

Las disposiciones de pensamiento crítico que mencionan Vendrell y Rodríguez (2020) son puntos importantes para trabajar con los alumnos: la perseverancia intelectual, la humildad intelectual, la empatía intelectual, la integridad intelectual y la imparcialidad intelectual. Estos involucran acciones que pueden recaer en la sociedad y es a partir de este punto donde empezamos a analizar otra dimensión del pensamiento crítico: la moral y la ética. Por consiguiente, el docente no solo debe ayudar al alumno a reconocer un problema e investigarlo, sino también a buscar soluciones, teniendo como base valores que influyan y contribuyan positivamente a la sociedad. Ahora bien, ¿cómo podríamos trabajar esta dimensión del pensamiento crítico en los futuros diseñadores gráficos para la toma de decisiones éticas y responsables?

Objetivo

El objetivo de esta investigación es evidenciar la importancia de las disposiciones del pensamiento crítico en la educación superior del diseño gráfico para contribuir a la toma de decisiones éticas y responsables a través de un aprendizaje significativo basado en problemas.

Metodología

Se ha realizado un estudio bibliográfico en base al pensamiento crítico, la moral y la ética y el aprendizaje significativo, contrastando la opinión de diversos autores sobre lo relacionados que se encuentran estos temas entre sí y su importancia en la toma de decisiones éticas y responsables.

Marco teórico

Como primer paso para esta investigación es importante incluir las definiciones de ética y moral, las cuales serán tomadas como punto de partida.

La Real Academia de la Lengua Española (RAE) describe el término moral como las acciones que realizan las personas en su vida individual, y especialmente en su vida colectiva, analizándolas desde el punto de vista del bien y el mal. La moral pretende regular el comportamiento del ser humano en la sociedad, ya que existen deberes y normas que deben ser cumplidos dentro de esta para vivir en moralidad.

Asimismo, la ética es definida por la RAE como el estudio de la moral. Son aquellas normas que rigen las conductas de las personas en todos los ámbitos de la vida. La RAE relaciona ambos términos, moral y ética, como sinónimos por su estrecha relación en significados. A partir de estas definiciones podemos inferir que la moral está relacionada con aquellas acciones que son permitidas o no permitidas dentro de una sociedad, y la ética es el estudio de por qué esas acciones son consideradas buenas o malas.

Partiendo de esto, es importante mencionar también lo que es el concepto de ética profesional, ya que esta investigación aborda el tema dentro de la educación superior en diseño gráfico.

Para los autores Coasaca et al. (2016), la ética profesional “asegura una práctica responsable y eficaz al normar el buen uso de las capacidades profesionales, lo que resulta fundamental para enfrentar y resolver los complejos problemas de la sociedad contemporánea” (p.224). La persona debe contribuir a mejorar las condiciones de vida de su sociedad, partiendo de un adecuado pensamiento crítico hacia una toma de decisiones éticas y responsables desde un compromiso moral, y la ética a su vez mejora la condición profesional y humana de la persona, convirtiéndose en un acto recíproco.

“La ética es una dimensión reflexiva inherente a la formación y al quehacer profesional; ella le permite a la persona no solo comprender el mundo en el que le corresponde actuar, sino también que le ofrece criterios orientadores para entenderse con sus semejantes en acciones cotidianas y comunes” (Coasaca et al. 2016, p.232).

Coasaca et al. (2016) mencionan también que la ética profesional va más allá de reglamentar la conducta de aquello que se debe o no se debe hacer dentro de una comunidad profesional. Aparte de esto motiva a la realización de acciones que puedan tener beneficio tanto para la sociedad como para el profesionista.

Para la Organización de las Naciones Unidas contra la droga y el delito (2019):

La ética profesional encarna los valores y los objetivos de una profesión, como la transparencia y la rendición de cuentas, la prestación de servicios eficaces y de alta calidad y la responsabilidad ante el cliente o consumidor. El cumplimiento de la ética profesional protege tanto al profesional individual como al honor de la profesión (p.5).

Los clientes que uno recibe en el ejercicio de la profesión, en la gran mayoría de casos, desconocen la condición del trabajo profesional debido a que carecen de experiencia en ello, no obstante, estos clientes confían en quienes lo realizan por esta ética que se debe tener como profesional y que es regida por medio de normas que deben ser cumplidas.

Vendrell y Rodríguez (2020) aportan una tabla con el perfil de las disposiciones que debe tener un pensador crítico, lo que incluye componentes afectivos, éticos y morales, de tal manera que el pensamiento crítico no solo sea una actividad intelectual, sino que ayude a contribuir al bienestar social.

Las disposiciones de pensamiento crítico están relacionadas con la moral. Como se puede observar en la tabla 1, los indicadores, en su mayoría, son acciones que, si bien son ejecutadas por una persona, sus consecuencias recaen también en otros.

Tabla 1
Subdimensiones e indicadores de la dimensión Disposiciones de Pensamiento Crítico.

Dimensión	Subdimensiones	Indicadores
DISPOSICIONES	Perseverancia intelectual	Compromiso con el propio aprendizaje. Adhesión a los principios racionales. Renuncia a la impulsividad. Tolerancia con la ambigüedad y la incertidumbre. Actitud reflexiva y de revisión constante. Análisis de la credibilidad de las fuentes de información.
	Humildad intelectual	Actitud abierta para revisar, modificar y reconstruir los propios conocimientos y puntos de vista. Toma de conciencia de la finitud del conocimiento. Disposición en admitir los límites del propio conocimiento. Disposición en admitir los propios errores intelectuales.
	Empatía intelectual	Actitud abierta para debatir con personas con ideas o puntos de vista diferentes a los propios. Disposición en razonar partiendo de ideas, premisas o puntos de vista diferentes a los propios.
	Inquietud intelectual	Motivación para adaptar y filtrar los conocimientos y las habilidades generados en unos contextos a otros. Motivación para buscar ideas alternativas.
	Autonomía intelectual	Toma de responsabilidad de las formas de pensar, creer y valorar. Análisis y evaluación de las creencias tomando como punto de partida la razón y la evidencia. Imparcialidad Intelectual. Discernimiento Intelectual.

Nota. Se detallan las subdimensiones e indicadores dentro de la dimensión de las disposiciones de pensamiento crítico. Vendrell y Rodríguez, 2020.

Las disposiciones de pensamiento crítico, como se ha mencionado párrafos atrás, están relacionadas con qué tan dispuesta se encuentra la persona, con base en su conocimiento y madurez intelectual, para realizar las habilidades de pensamiento crítico. Estas disposiciones tienen que ver con la parte afectiva y moral del pensamiento crítico y por ello es importante que los alumnos puedan conocerlas e interiorizarlas en etapas tempranas, sobre todo la humildad intelectual y la empatía intelectual, las cuales, debido a que vivimos en sociedad, pueden construir un mundo más justo y humano.

Para trabajar esta dimensión del pensamiento crítico, los autores Balen y White (2007), según como se cita en Tilbury, Osmond y Scott (2010), implica trabajar también con un aprendizaje basado en problemas, es decir,

plantear escenarios o casos específicos en donde los estudiantes, además de hacer uso de la información y las habilidades desarrolladas para la resolución de problemas, tendrán la posibilidad de incorporar conductas éticas. Así podrán trabajar la humildad y la empatía intelectual que mencionan Vendrell y Rodríguez (2020) desde una actitud abierta, considerando que siempre existen puntos de vista diferentes a los propios (empatía), por lo que en ocasiones será necesario reconstruir los propios conocimientos y puntos de vista (humildad) para solucionar problemas siendo responsables de su forma de pensar, creer y valorar, interpretando así el pensamiento crítico no solo como una actividad intelectual, sino un medio para contribuir positivamente al bienestar social.

El aprendizaje basado en problemas también es aplicado a la carrera de Arte y Diseño Empresarial de la Universidad San Ignacio de Loyola. Está presente en los cursos de investigación, donde se identifica una problemática social y se procede a investigar a profundidad el tema, y luego se plantea una solución gráfica a través de diferentes ramas del diseño.

Sin embargo, para que algo sea interiorizado es importante que sea conocido y, para ello, es necesario un aprendizaje significativo.

Tabla 2
Fases del aprendizaje significativo.

FASE INICIAL	FASE INTERMEDIA	FASE FINAL
<ul style="list-style-type: none"> • Hechos o partes de información que están aislados conceptualmente. • Memoriza hechos y usa esquemas preexistentes (aprendizaje por acumulación). • El procedimiento es global. • Escaso conocimiento específico del dominio (esquema preexistente). • Uso de estrategias generales independientes del dominio. • Uso de conocimientos de otro dominio. • La información adquirida es concreta y vinculada al contexto específico (uso de estrategias de aprendizaje). • Ocurre en forma simple de aprendizaje. • Condicionamiento. • Aprendizaje verbal. • Estrategias mnemónicas. • Gradualmente se va formando una visión globalizada del dominio. • Uso del conocimiento previo. • Analogías con otro dominio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formación de estructuras a partir de las partes de información aisladas. • Comprensión más profunda de los contenidos por aplicarlos a situaciones diversas. • Hay oportunidad para la reflexión y recepción de realimentación sobre la ejecución. • Conocimiento más abstracto que puede ser generalizado a varias situaciones (menos dependientes del contexto específico). • Uso de estrategias de procedimiento más sofisticadas. • Organización. • Mapeo cognitivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor integración de estructuras y esquemas. • Mayor control automático en situaciones. • Menor consciente. La ejecución llega a ser automática, inconsciente y sin tanto esfuerzo. • El aprendizaje que ocurre en esta fase consiste en: • Acumulación de nuevos hechos a los esquemas preexistentes (dominio). • Incremento de los niveles de interrelación entre los elementos de las estructuras (esquemas). • Manejo hábil de estrategias específicas de dominio.

Nota. Fases para un aprendizaje significativo. Shuell, 1990, como se cita en Rivera, 2004.

Para Rivera, “el aprendiz solo aprende cuando encuentra sentido a lo que aprende” (2004, p.47). No solo se trata de memorizar conceptos, sino de relacionar a estos con conocimientos o experiencias previas y otras nuevas que se van integrando, siendo también importante que exista un orientador de los aprendizajes, en este caso, el docente. El aprendizaje se vuelve significativo cuando el alumno puede aplicar o usar este conocimiento en un contexto dado y tener sus propias experiencias en cuanto a argumentaciones y solución de problemas.

David Ausubel, citado por Sanfeliciano (2023), menciona que hay principios que son necesarios para obtener un aprendizaje significativo:

- Tener en cuenta los conocimientos previos.
- Proporcionar actividades que logren despertar el interés del alumno.
- Crear un clima armónico donde el alumno sienta confianza hacia el profesor.
- Proporcionar actividades que permitan al alumno opinar, intercambiar ideas y debatir.
- Explicar mediante ejemplos.
- Guiar el proceso cognitivo de aprendizaje.
- Generar un aprendizaje situado en el ambiente sociocultural.



A partir de lo expuesto, podemos afirmar que un aprendizaje es significativo cuando el aprendiz puede darle una utilidad a lo aprendido, pero siempre relacionándolo con el conocimiento previo. Además, es importante el último ítem de la lista: “Generar un aprendizaje situado en el ambiente sociocultural”, ya que es aquí donde se asocia la moral y la ética. Se debe aplicar este aprendizaje en un contexto sociocultural, ya que las decisiones éticas tienen que ver con la realización de acciones que beneficien no solo al profesionalista sino también a la sociedad.

Para Vendrell y Rodríguez (2020) es importante, durante las sesiones, usar problemas de la vida real y en contextos de un tema significativo, rico y específico del dominio.

Es necesario emplear casos reales donde el alumno pueda aplicar los conocimientos previos y los nuevos adquiridos, y que sea capaz de utilizar no solo las habilidades y los conocimientos, sino casos en donde pueda aplicar las disposiciones de pensamiento crítico, donde pueda o deba, según el caso, cambiar su punto de vista y tener una actitud abierta para debatir premisas diferentes a las propias.

Victor Papanek (1977), arquitecto y diseñador de profesión, reflexiona lo siguiente en su libro Diseñar para el mundo real:

¿Para quién diseñamos cuando formamos un equipo de trabajo interdisciplinario que prepara una silla de oficina mejorada? Es evidente que al fabricante lo único que le interesa de la silla es que se venda, que pueda hacer dinero. La secretaria tiene que formar parte de nuestro equipo. Y, una vez terminada la silla, ha de pasar por auténticos ensayos (p.114).

El autor continúa reflexionando sobre la probabilidad de que la secretaria pruebe únicamente la silla durante cinco minutos y luego le consulten si está cómoda o no, a lo que la secretaria responderá que sí y se basarán únicamente en eso porque lo que el cliente necesita es vender y generar ingresos. No obstante, al mismo tiempo se cuestiona que las secretarias no están en las sillas cinco minutos al día, sino que hacen turnos hasta de ocho horas, ¿sentirán después de ese turno la misma satisfacción? Es en ellas en quienes se debe pensar, estudiar e investigar al público, pensar en las

consecuencias de las decisiones que se van a tomar. Un mal diseño puede afectar a largo plazo la sociedad de manera física, mental, etc.

Los diseñadores gráficos son comunicadores visuales y por ello tienen una gran responsabilidad ética y moral que cumplir, ya que, si no se tiene el debido cuidado, el mensaje a transmitir puede ser tergiversado y ocasionar un resultado opuesto y negativo en la sociedad.

Las disposiciones de pensamiento crítico ayudarán a tener una actitud abierta en la toma de decisiones, a tener responsabilidad de investigar y analizar la credibilidad de las fuentes de información, y a aplicar principios que ya están en la persona gracias a una educación previa, respetando la diversidad cultural y siendo responsables con el medio ambiente, ya que se vive en sociedad y es importante que se piense de manera colectiva dándole el respectivo cuidado al ambiente en el que vivimos.

Debo reconocer que el diseñador tiene responsabilidad por la forma en que el mercado reciba los productos que diseña. Sin embargo, esto sigue siendo un punto de vista estrecho y provinciano. La responsabilidad del diseñador ha de ir más allá de estas consideraciones. Su buen juicio social y moral tiene que entrar en juego mucho antes de que empiece a diseñar, porque tiene que juzgar, apriorísticamente, además, si los productos que se le pide que diseñe o rediseñe merecen su atención o no. En otras palabras, si su diseño estará a favor o en contra del bien social (Papanek, 1977, p.68).

Es importante también recalcar el tema de la responsabilidad social ya que, como se ha mencionado párrafos atrás, la ética profesional tiene que ver con contribuir a la sociedad de manera positiva. Esto es algo que se da frecuentemente con los alumnos en la universidad. Aquí se aplica un aprendizaje basado en problemas que se torna significativo, ya que los proyectos siempre van orientados a una problemática social en la cual los alumnos, con base en los conocimientos previos y los nuevos adquiridos gracias a la investigación de la temática elegida, son capaces de discernir, analizar, evaluar, debatir y tomar la decisión de qué proyecto a través del diseño gráfico es el más idóneo para contribuir positivamente a la difusión, la compresión y la solución de dicha problemática.

Papanek (1977) menciona también que:

El diseñador tiene que ser consciente de su responsabilidad moral y social. Porque el diseño es el arma más poderosa que ha recibido el hombre para configurar lo que produce, su medio ambiente, y, por extensión, a sí mismo; con ella debe analizar las consecuencias de sus actos, tanto del pasado como del futuro predecible (p.107).

Actualmente se está inculcando también en la universidad el respeto sobre los derechos de autor desde los primeros ciclos, lo cual es indispensable ya que no hacerlo va en contra de los principios que todo diseñador debe tener. Los alumnos deben saber qué tipo de imágenes, tipografías o recursos utilizar que puedan estar libres de derechos, o poder conseguir licencias que permitan su uso. Asimismo, en los proyectos de investigación los alumnos deben apoyarse de fuentes confiables, dando el respectivo crédito a los autores aprendiendo a citar y referenciar correctamente.

Un alumno que solo tiene en cuenta habilidades de pensamiento crítico en la toma de decisiones pasará tranquilamente sobre los derechos de otros, por el contrario, un alumno que además de usar sus habilidades utiliza disposiciones de pensamiento crítico será capaz de anteponer la justicia, tener una mente abierta para debatir puntos de vista diferentes y buscar siempre una mejor solución pensando en un bienestar común. Es importante que los alumnos puedan cuestionarse contantemente lo que haría un diseñador ético: ¿un diseñador ético haría un producto que podría ir en contra de la salud física o mental del consumidor?, ¿un diseñador ético haría publicidades que fomenten el odio y la discriminación?, ¿haría publicidades ambiguas con una doble intención? Son necesarios estos cuestionamientos para aplicar el pensamiento crítico y la moral.

Conclusiones

Para concluir, hay puntos que es importante resaltar:

- El alumno necesita poder conocer conceptualmente lo que es pensamiento crítico, sus habilidades y disposiciones, desde una etapa temprana, para que pueda interiorizarlo previamente y, cuando se dé la

aplicación práctica en el aprendizaje basado en problemas, pueda ejecutarlo automáticamente sin que le genere tanto esfuerzo (aprendizaje significativo).

- Se debe continuar con el aprendizaje basado en problemas, ya que es aquí donde los estudiantes aplicarán esos conocimientos previos y se realizará el aprendizaje significativo, puesto que podrán poner en práctica las disposiciones antes mencionadas y darle utilidad a la humildad intelectual y la empatía intelectual.
- Es importante que los casos que se planteen sean reales y que en estos puedan debatirse y dividirse en grupos en donde los alumnos puedan ser capaces de realizar una correcta investigación, aprender a tener una actitud abierta al cambio, reconocer los límites del propio conocimiento, admitir errores y saber apoyar puntos de vista diferentes a los propios para así juntos llegar a una solución que implique un bienestar común. De esta manera, con el pasar del tiempo y adquiriendo sus propias experiencias, podrán ir alcanzando una madurez intelectual producto del aprendizaje significativo.
- En los casos reales de estudio es importante que los estudiantes constantemente puedan cuestionarse lo que haría o no un diseñador ético con preguntas como: este diseño que pretende dar solución a determinada problemática, ¿es inclusivo o fomenta la discriminación?, ¿estoy respetando los derechos de autor?, ¿mi diseño transmite valores culturales y éticos?, ¿es sostenible y ecoamigable?
- Los alumnos deben aplicar un pensamiento crítico que abarque las tres etapas: habilidades, disposiciones y conocimientos, debido a que es en la etapa de las disposiciones, la cual corresponde a la parte afectiva, donde se trabajará el tema moral para conseguir decisiones éticas y responsables. No solo se trata de habilidades y conocimientos, sino de pensar en si las decisiones tomadas podrán contribuir positivamente en el futuro, tanto para los profesionistas como para la sociedad.

Referencias

- Barba, J.** (2004). La formación ética de los estudiantes en educación superior. Una evaluación del desarrollo del juicio moral. [Conferencia]. 4° Congreso Nacional y 3° Internacional Retos y perspectivas de la Universidad, México.
- Coasaca N., Argota, G., Celi, L., Campos, R. y Méndez, S.** (2016). Ética profesional y su concepción responsable para la investigación científica. *Campus*, (22), 223-234.
- Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito** (2019). *Educación para la justicia*. Serie de módulos universitarios. Integridad y Ética. https://www.unodc.org/documents/e4j/IntegrityEthics/MODULE_14_-_Professional_Ethics_-_Spanish_v.pdf
- Papanek, V.** (1977). *Diseñar para el mundo real*. Pol-len edicions. https://www.academia.edu/28853738/Dise%C3%B1ar_para_el_mundo_real_Victor_Papanek_pdf
- Paul, R. y Elder L.** (2003). *Una mini-guía para el pensamiento crítico, conceptos y herramientas*. Fundación para el Pensamiento Crítico. <https://www.criticalthinking.org/resources/PDF/SP-ConceptsandTools.pdf>
- Real Academia Española.** (2023). *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/%C3%A9tico>
- Rivera, J.** (2004). El aprendizaje significativo y la evaluación de los aprendizajes. *Investigación Educativa*, 8(14), 47-52.
- Sanfeliciano, A.** (2023). Aprendizaje significativo, definición y características. *La mente es maravillosa*. <https://lamenteesmaravillosa.com/aprendizaje-significativo-definicioncaracteristicas/>.
- Tilbury, C., Osmond, J. y Scott, T.** (2010). Teaching critical thinking in social work education: A literature review. *Advances in social work and welfare education*, 11(1), 31-50. <https://research-repository.griffith.edu.au/handle/10072/38225>
- Vendrell, M. y Rodríguez, J.** (2020). Pensamiento Crítico: conceptualización y relevancia en el seno de la educación superior. *Revista de la educación superior*, 194 (49), 9-25.

Diseñar desde la Realidad

Mgtr. Nicanor Wong Ortiz
Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú
ORCID: 0000-0002-8063-1851

RESUMEN

Históricamente, la presión mediática ha sido una variable que ha modificado el valor del diseño, prevaleciendo la apariencia sobre la satisfacción del usuario. A partir de obras propuestas como ejemplares, pero inútiles, se deja en evidencia que se ha de retornar a la primacía de la realidad para llevar propuestas de alta calidad a cualquier persona, tal como se ha experimentado en los cursos de diseño de interiores en una universidad particular en la ciudad de Lima.

Palabras Clave: Diseño de interiores, arquitectura, interiorismo, diseño.

ABSTRACT

Historically, media pressure has been one variable that has modified the value of design, allowing the appearance to trump over a good user experience. Starting from works considered masterpieces but quite useless, leaves evidence that it is imperative to give a higher quality proposal to any person just as it has been developed in the interior design classes in a private university in the city of Lima.

Keywords: Interior design, architecture, interior design, design.

Introducción

Uno de los aspectos recurrentes en la docencia de diseño de interiores proviene de la presión mediática, es decir, asumir que lo visualizado a través de los medios de comunicación (TV, Instagram, Pinterest, YouTube, etc.) es real sin mayor reflexión crítica.

La reflexión crítica, aplicada en el diseño de interiores, se definiría como un proceso mediante el cual se analizan y cuestionan los requerimientos del usuario a partir de experiencias o situaciones propias, evaluando sus fundamentos teóricos y prácticos, implicaciones y posibles alternativas de solución.

Ching y Bingelli (2015) en su libro *Diseño de Interiores. Un Manual*, definen el interiorismo en relación con la arquitectura existente y sus ocupantes, no sujeto a un estilo o en relación con un concepto particular. Más adelante, señalan una de las cualidades más destacadas del proceso de diseño: es cíclico. Así pues, dicen:

El diseño de interiores consiste en la planificación, la distribución y el diseño de los espacios interiores de los edificios. Estos escenarios físicos satisfacen las necesidades básicas de cobijo y protección, crean un marco e influyen en la forma de llevar a cabo las actividades, alimentan las aspiraciones de los ocupantes y expresan las ideas que acompañan sus acciones; afectan a los puntos de vista, los estados de ánimo y la personalidad. En este sentido, los objetivos del diseño de interiores son el logro de ventajas funcionales, el enriquecimiento estético y la mejora psicológica de dichos espacios interiores (...) A pesar de que el proceso de diseño suele presentarse como una serie lineal de pasos, lo cierto es que a veces es cíclico e iterativo, según un proceso que requiere una secuencia de análisis cuidadosa, de síntesis y de evaluación de la información disponible. En algunas ocasiones las soluciones posibles se repiten hasta obtener un ajuste exitoso entre lo que existe y lo que se quiere alcanzar (pp.36-39).

Cabe destacar que los autores pueden proporcionar esta definición en base a la experiencia que les ha proporcionado el ejercicio del oficio, al punto que el libro adopta un esquema temático más afin para arquitectos o ingenieros civiles que los clásicos para interioristas, donde prima la valoración estética.

Lo inútil como ejemplar: la intrusión mediática en el diseño arquitectónico

Al respecto de la intrusión mediática y la valoración de lo inútil como ejemplar, es alarmante el comentario del arquitecto chileno Alejandro Aravena (2023), premio Pritzker en arquitectura, entrevistado por De La Fuente para el diario El País, de Chile: “Tenemos que encontrar una narrativa paralela a las Kardashians del mundo sobre lo que es valioso”. De La Fuente comenta sobre la tesis de Aravena “...es que, en esos mundos, donde las personas perdieron todas las expectativas, la cultura de las pertenencias y del consumo, encarnada en programas de TV como el de las Kardashians, empiezan a generar una nueva escala de valores, donde lo importante no es lo que eres, sino lo que tienes” (De la Fuente, 2023).

Esta intrusión se remonta, principalmente, a la invención de la imprenta que permitió la difusión masiva de publicaciones libros, magazines y anuncios publicitarios promovidos por las tiendas comerciales dedicadas al rubro de la venta de artículos de decoración y mobiliario durante el siglo XVIII (Pile, 2009). Estar a la moda era más imperante que nunca, independientemente de la utilidad o la comodidad. Sirva de ejemplo el catálogo *The gentleman and cabinet-maker's director* (1754), publicado por Thomas Chippendale. Se dispersó rápidamente no solo en Inglaterra sino por toda Europa, América y las colonias inglesas como modelo de buen gusto.

Por otra parte, la historia de la arquitectura moderna recoge icónicos edificios que nunca fueron habitados por sus ocupantes debido a... ¡problemas de diseño! Aunque resulte absurdo, los críticos celebran tales obras bien sea por criterios formales o eruditos fundamentos teóricos por sobre la finalidad real del diseño: el usuario. Lamentablemente, no existe apartado dentro de la historia, la teoría o la crítica sin que la experiencia del usuario ocupe algún párrafo. Dentro de los muchos ejemplos destacan la Villa Savoye (1931) de Le Corbusier o la casa de la cascada de Frank Lloyd Wright (1939), tal como

se aprecia en las figuras 1 y 2. Mientras que la primera es emblema del “funcionalismo”, la segunda lo será del “organicismo”. ¿Cómo es posible que dos arquitectos famosos por la prédica de la función, la unidad y la nueva estética hayan cometido semejantes errores? Simplificando las respuestas podríamos decir que ambos quedaron inmersos dentro de sus propios dogmas estilísticos y estuvieron sometidos a una fuerte presión mediática que alimentó sus innatas personalidades narcisistas.

La arquitectura contemporánea no se salva de más absurdos mediáticos. El famoso Rem Koolhaas, premio Pritzker en arquitectura y autor del bestseller *Delirious New York* (1978) diseñó una residencia estilo “High Tech” en Francia, motivo de un documental premiado dirigido por los arquitectos Bêka y Lemoine: *Koolhaas houselife* (2016). El filme describe la casa Bordeaux (Koolhaas, 1998) desde la perspectiva de la mujer que se dedica a la limpieza que —llena de sentido común— nos conduce por la residencia, a la que denomina “nave espacial”, cuestionando el porqué del diseño, las dificultades de su labor y los problemas de infraestructura, tal como se aprecia en la figura 3.

Edificios míticos a los que se puede viajar en coche: La Villa Savoye de Le Corbusier.

Figura 2

Casa de la cascada, Pittsburgh, Estados Unidos.

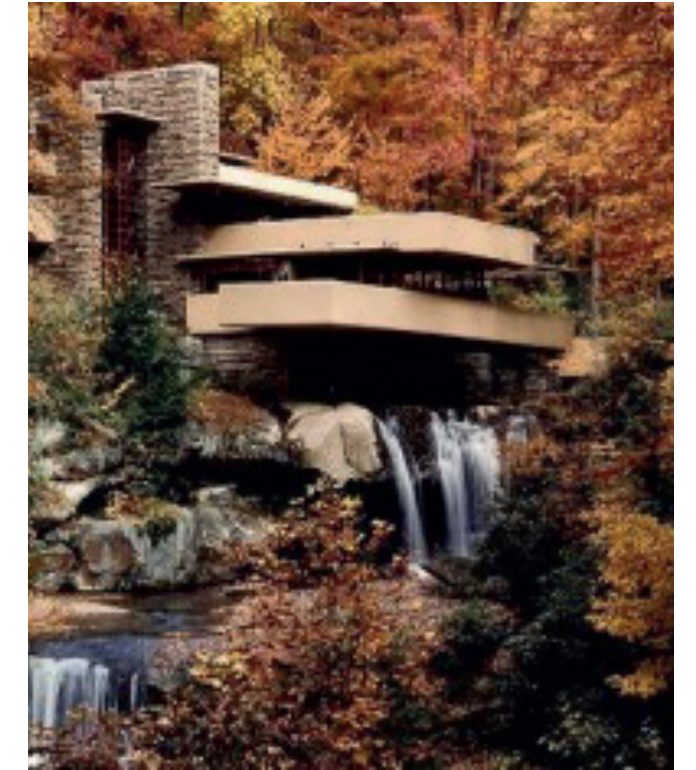


Figura 1

Villa Savoye, Poissy, Francia.



Nota. Madame Savoye demandó al arquitecto Charles-Édouard Jeanneret-Gris (Le Corbusier) por entregarle una vivienda inhabitable. La dueña se quejó del fuerte calor en verano, el intenso frío en invierno, las filtraciones tras las lluvias y los silbidos del viento por los ductos y ventanas. Tras la Segunda Guerra Mundial, el gobierno francés la declaró monumento. García, R., 2020.

Nota. La familia Kaufmann demandó al arquitecto por la entrega de una vivienda con serios problemas de humedad, vibración, ruido, entre otros, que la hacían inhabitable. Dado que el diseño suscitó enorme entusiasmo entre los seguidores y críticos de Wright, la familia la utiliza como centro turístico. Duque, K., 2010.

Figura 3
Secuencia del filme "Koolhaas houselife".



Nota. Secuencia del filme Koolhaas houselife que muestra a la limpiadora abriendo la puerta escotilla y las dificultades que esto le supone. Clinto, K., 2010.

La intrusión mediática en el diseño de mobiliario

Algo semejante a la arquitectura de autor ocurre con el mobiliario contemporáneo. Sirva de ejemplo la silla roja y azul creada por Rietvel, en 1917, bajo los cánones del movimiento "De Stijl". La composición a base de planos (planchas) y líneas (listones) en madera pintados en colores primarios obedece, principalmente, a criterios estilísticos del movimiento holandés, mas no a la comodidad del usuario. Desde su creación, ha servido solo como "mueble" de exposición, tal como se aprecia en la figura 4.

Mejor suerte tuvo otro modelo de silla llevado a la pantalla grande a modo de broma en la película Hombres de Negro (Columbia Pictures, 1997). Se trata de la silla Ovalia Egg, diseñada por Thor-Larsen en 1968, dentro del estilo pop de la época. Al ingresar dentro de la silla, el usuario experimenta su cualidad aislante del entorno. Esta peculiaridad fue tomada por los directores Sonnenfeld y Gray para satirizar la entrevista de un grupo de reclutas al momento de llenar un formulario. El actor Will Smith (agente J), asomado desde su silla huevo, soluciona el problema con el mobiliario inadecuado arrastrando

estrepitosamente una pesada mesa del mismo estilo frente a la mirada reprobatoria del resto de candidatos, tal como se aprecia en la figura 5. La producción de este modelo de silla se discontinuó en 1978. Así pues, ambos modelos icónicos no destacaron por un exhaustivo análisis antropométrico, ergonómico o de seguridad, sino por aparecer en las portadas de revistas y anuncios publicitarios de TV.

Figura 4
Silla roja y azul.



Notas. La "dureza" del diseño y los materiales hacen de este modelo una silla inutilizable. Tienda en línea Iconic Interiors, 2023.

Figura 5
Sillas Ovalia Egg en el filme Hombres de Negro.



La intrusión mediática en el diseño de interiores

Definitivamente, el reality show canadiense Property Brothers (W Network, 2011), traducido como "Hermanos a la Obra", fue el detonante de la gran cantidad de programas de este estilo.

Dos gemelos, uno presentado como experto en bienes raíces y el otro como contratista en interiorismo y construcción, auxilian a familias que disponen de un capital para la remodelación o la venta de una propiedad. En la vida real, los hermanos sí existen, pero profesionalmente se dedican a crear marcas y ventas, tal como se puede verificar en su página web (<https://www.scottbrothersglobal.com/>). Vale aclarar que, contractualmente, todos los participantes conocen perfectamente que son partícipes de un show de entretenimiento.

A la cadena televisiva nada se le escapa del guion: por un lado, una familia desesperada; por otro, los hermanos que se presentan para socorrerlos muestran una vivienda que sirve de inspiración, proponen estupendas ideas, remodelan y entregan la obra. Todos felices.

Un reciente artículo publicado en el diario New York Times enfatiza lo bien planificado que se encuentra todo: las locaciones, el estado de las viviendas, los extras, los contratistas locales, los permisos de remodelación, los diálogos y los gestos, etc., tal como se aprecia en la figura 6. Sirve de ejemplo lo narrado por la periodista durante la grabación de un capítulo: "Dentro de una vivienda en renovación, Jonathan Scott, la mitad de los impecablemente limpios Hermanos a la Obra, estaba arrancando un inodoro del piso. «Hagámoslo una vez más», dijo el productor, mirando desde un monitor cercano. (El equipo de filmación instaló de nuevo el sanitario). El señor Scott entró nuevamente al pequeño baño, fingiendo sorprenderse al ver el inodoro. Luego, lo arrancó del suelo" (Rosman, 2017).

Figura 6
Durante el rodaje de un capítulo de Hermanos a la Obra.



Nota. Los gemelos Drew y Jonathan actúan mientras un equipo de interioristas y contratistas se encargan de la remodelación. New York Times, 2017.

Nota. Mientras los postulantes intentan adoptar una postura cómoda para llenar el formulario que les han entregado el detective (interpretado Will Smith) sale de su silla para arrastrar una mesa y apoyar el papel. Reddit, 2017.

Inclusive, en el reportaje de Mancini para el diario El Clarín, el periodista señala que la aparente relación amical entre los hermanos y sus clientes se reduce solo a las horas de filmación. La productora, para hacerlo más real, les solicita a los hermanos Scott que finjan discrepar, además, siempre tienen por clientes a familias, algo que tiene mayor parecido con la realidad y genera más rating. La remodelación se lleva a cabo con el dinero de la familia que desea participar en el show y la participación de arquitectos, interioristas y contratistas locales encargados del trabajo duro y los trámites de licencia de obra.

Si bien los resultados aparentan elegancia y buena calidad, apenas existe información sobre si las familias en verdad quedaron satisfechas, dado que los participantes han de firmar un contrato con cláusulas de confidencialidad. A pesar de todo, en 2019, la cadena televisiva fue denunciada por violaciones al código de construcción, tras una remodelación ejecutada para la familia King en Las Vegas. La productora respondió: "Cuando nos enteramos de una disputa comercial, alentamos a los contratistas y propietarios a trabajar juntos para resolver el problema" (Realtor magazine, 2022). El mismo magazine señala que hay docenas de denuncias por problemas de construcción. El precio que pagar por aparecer en TV.

Además, se presentan situaciones irreales en las que los clientes participan en actividades relacionadas con la remodelación (usualmente la demolición), actividades prohibidas según las regulaciones para la ejecución de obras de construcción. El televidente se lleva el mensaje que "cualquiera puede ejecutar una remodelación", situación que ha derivado en graves accidentes en el intento de la autoconstrucción sin poseer formación alguna.

La realidad como principio del diseño

La enseñanza de interiorismo, a nivel latinoamericano, tiende a seguir la continuidad de lo mediático. Específicamente en la ciudad de Lima, Perú, la enseñanza en interiorismo suele seguir la conceptualización de un diseño en base a la estereotipación del usuario. Así, por ejemplo, exposiciones como CASACOR o EXPODECO proponen ambientes como: sala del cinéfilo, baño del ciclista, dormitorio de la pintora, etc. La muestra es temporal, por lo que el montaje no necesariamente debe ser tan funcional como atractivo y exuberante. En la figura 7 puede apreciarse, por ejemplo, un dormitorio para un sibarita (Sadias, 2011).

Figura 7

Loft del sibarita.



Nota. Cada ambiente de los eventos CASACOR son propuestos con una temática. Sadias, R., 2011.

Bajo este esquema se inició en 2011 una mención en diseño de interiores en una universidad privada, donde se solicita a los estudiantes diseños similares al de este tipo de exposiciones, tal como se aprecia en la figura 8.

Figura 8

Propuesta temática de dormitorio para niño.



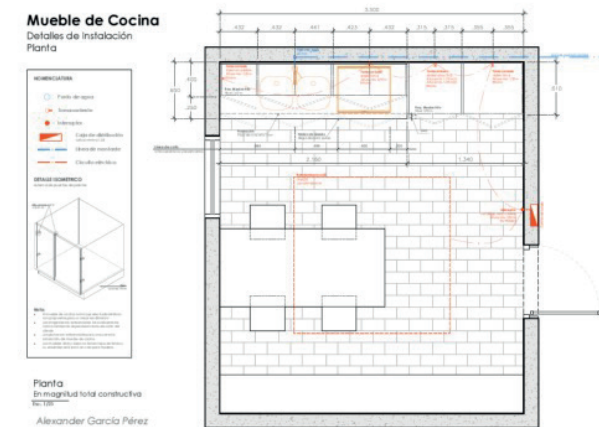
Nota. La estudiante propuso el diseño de un dormitorio con la temática de safari, a semejanza del modo cómo se asignan espacios para los eventos CASACOR. Wisst, L., 2017.

Los docentes cayeron en cuenta de que la metodología no podía sostenerse: el mensaje era contradictorio. Mientras los estudiantes veían un ambiente visualmente llamativo, notaban que, en realidad, aquello era una fantasía. La forma de proyectar llevaba a pensar que el interiorismo era un oficio destinado para gente adinerada, o bien relacionada con la aristocracia limeña. Esta deprimente idea entraba en contradicción directa con una de las premisas de la universidad: ser agentes de cambio. Uno de los docentes comentó que el cambio de vista de la mención provino de la persona menos esperada, una evaluadora del curso que, durante la sesión de aprendizaje de diseño de cocinas, hizo varias preguntas respecto al suyo a fin de mejorarlo.

Así, de espacios imaginarios y personajes fantásticos, se pasó a emplear proyectos reales que alguno de los docentes hubiera desarrollado solicitando a los estudiantes que resolvieran el diseño de los ambientes, transmitiéndoles los requerimientos de los clientes. Los resultados comenzaron a parecerse al trabajo profesional real que elabora un diseñador de interiores, tal como se aprecia en las figuras 9 y 10.

Figura 9

Vista en planta de remodelación de cocina.



Nota. El estudiante propuso el diseño de una cocina en base a los planos de un proyecto real. Garcia, A., 2019.

Figura 10.

Vista fotorrealista de cocina propuesta.



Nota. Los trabajos finales de los estudiantes empezaron a parecerse a los portafolios de proyecto de interioristas profesionales. Garcia, A., 2019.

No fue sino hasta el confinamiento obligado por la pandemia de la COVID-19 cuando, con el sector de diseño y construcción detenido, se les solicitó a los estudiantes que dibujaran los planos de sus respectivas casas y propusieran una remodelación teniendo a sus familias por clientes. A la fecha, los docentes consideran que fue la mejor decisión tomada. Tal como reza el refrán, "se mataban dos pájaros de un tiro". Por una parte, la familia percibía el valor de la carrera de su hija(o) y, por otra, el estudiante aprendía a resolver situaciones reales de diseño y trato directo con los clientes. Esta forma de trabajo llenó un mercado no explorado: un profesional de confianza que desarrollara una propuesta a medida.

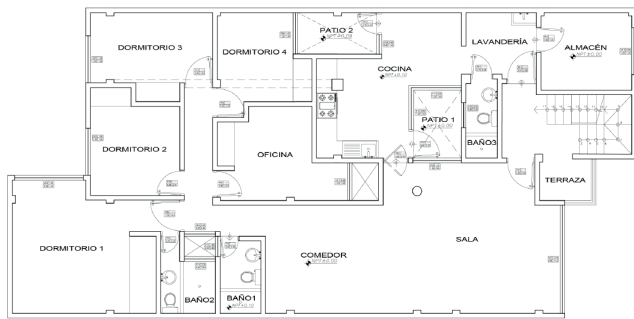
La tarea no fue sencilla, por primera vez los estudiantes se enfrentaban al fenómeno cíclico descrito por Ching y Bingelli (2015) donde, frente a cada propuesta para revisión del cliente, surgían cambios o no conformidades. De cada familia-cliente y vivienda afloraban complejidades propias del oficio del diseño. Así pues, el grupo docente empezó con la metodología propia de un proyecto real: elaborar planos de la vivienda con wincha y anotaciones en papel (planos de levantamiento), pactar reuniones con los "clientes" para recoger expectativas y requerimientos, trasladar estos a los moodboards de diseño por ambiente y digitalizar en dos y tres dimensiones los planos para elaborar la propuesta a detalle de remodelación integral con mobiliario incluido. Este extenso trabajo se distribuyó

dentro de los contenidos de los tres cursos existentes: “Planos y Maquetas”, “Diseño Interior Residencial” y “Diseño de Mobiliario”.

El modelo de diseño desde lo real tuvo que ampliar los conocimientos del curso más allá de lo estético. Hoy, los estudiantes con mención en interiorismo de esa universidad tienen que estar familiarizados con criterios normativos, antropométricos, ergonómicos y de construcción.

En la figura 11 puede apreciarse parte de lo ejecutado durante el curso de “Planos y Maquetas”, donde se aprende a representar en dos y tres dimensiones la arquitectura del espacio antes de plantear una remodelación. Conjuntamente, los estudiantes reciben nociones básicas sobre la normativa existente, así como sobre instalaciones eléctricas, electromecánicas, sanitarias y de estructuras.

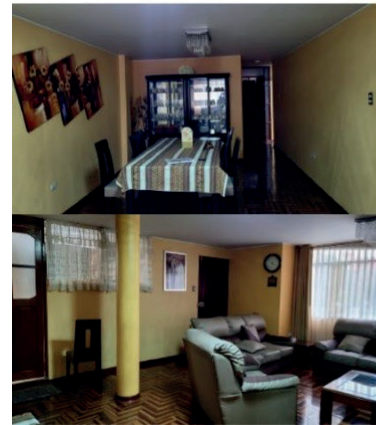
Figura 11
Plano arquitectónico de levantamiento de una vivienda.



Nota. elaborado durante el curso de planos y maquetas, el estudiante no se basa en planos elaborados por otros. Los mismos estudiantes realizan los planos de su vivienda con la finalidad de verificar la exactitud de los mismos. Nima, S., 2022.

Luego, durante el curso “Diseño Interior Residencial”, los alumnos le proponen al cliente la remodelación de algunos ambientes, usualmente son la sala, el comedor, la cocina, el dormitorio y el baño principal. Desde los gráficos asistidos por computadora elaborados en el curso previo, los estudiantes elaboran propuestas según el requerimiento de los clientes. En la figura 12, por ejemplo, se recogen los requerimientos de la sala-comedor, y en la figura 13 se aprecia el moodboard de diseño, donde figuran imágenes de ambientes, mobiliario, paleta de colores y texturas a emplear.

Figura 12
Requisitos solicitados por el cliente para sala y comedor.

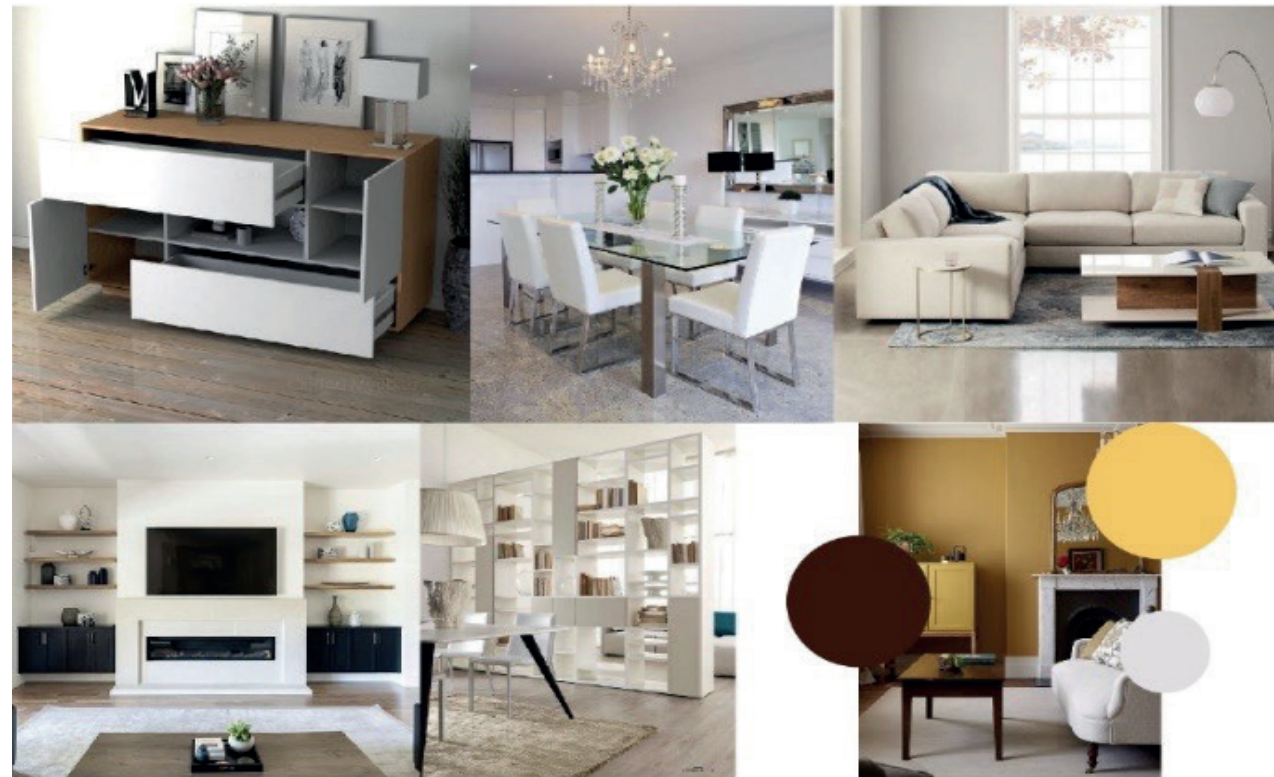


REQUERIMIENTOS:

- Proporcionar más luz natural en la zona del comedor
- Proporcionar una mejor ventilación
- Mueble en L
- Mesa de centro moderna
- Juego de muebles de sala y comedor (colores marrones)
- Protector de madera DD para piso

Nota. Con frecuencia, las viviendas presentan numerosos problemas en la arquitectura del espacio. Nima, S., 2022.

Figura 13
Moodboard de inspiración para sala y comedor a proponer.



Nota. A través de los moodboards, los estudiantes traducen en imágenes ideas, conceptos, paletas de colores y materiales a emplear para su propuesta de diseño. Nima, S., 2020.

Las figuras 14 y 15 forman parte de un portafolio de diseño interior, con elementos diagramados para la comprensión de la propuesta para el usuario. Así pues, la figura 14 muestra una vista de planta fugada, mientras que la figura 16 presenta la propuesta con acabados de piso, pared, techo, mobiliario y accesorios codificados y disponibles en el mercado local, de modo que el portafolio contenga la información técnica suficiente para que algún contratista local pueda hacer una cotización.

Otra de las premisas de la universidad es el cuidado del medio ambiente, por lo que se les da preferencia a las marcas que cuentan con alguna política de responsabilidad social ambiental en su página web (RSA), o bien si sus productos tienen algún tipo de certificación ambiental.

Nota. Croquis de distribución en tres dimensiones. Nima, S., 2022.

Figura 14
Vista en planta de propuesta de remodelación de sala, comedor y cocina.



Figura 15
Modelamiento de propuesta de remodelación de sala.

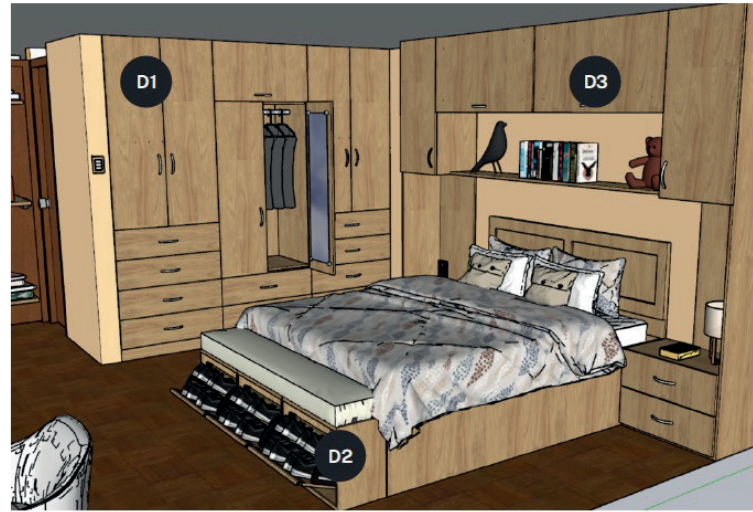
Sofía Nima Mejía 19

Sala - S

<p>S 1</p> <p>TIPO: Mueble Seccional FORMATO: -Largo: 0.93 m -Ancho: 2.89 m -Altiz: 0.78 m -Ancho seccional: 2.04 m MATERIALES: Espuma, tela, madera contrachapada y chapa laminada, y acero inoxidable MARCA: Canarias</p>	<p>S 2</p> <p>TIPO: Estante FORMATO: a medida MATERIALES: Melamina COLORES: Brunate y Wood</p>	<p>S 3</p> <p>TIPO: Pared COLOR: Mango Mojito MARCA: american COLORS</p>	<p>S 4</p> <p>TIPO: Columna COLOR: Marrón chocolate MARCA: american COLORS</p>
--	---	---	---

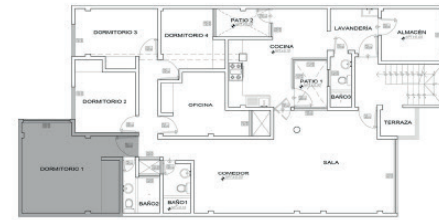
Nota. Acabados detallados de piso, paredes, techo, así como mobiliario y accesorios disponibles en el mercado local. Nima, S., 2022.

Figura 16
Modelamiento de propuesta de dormitorio principal.



Sofia Nima Mejía 25

Dormitorio - D



D 1

TIPO: Clóset
FORMATO: a medida
MATERIALES: Madera y melamina
COLOR: Cosmopolitan
MARCA: Canarias

D 2

TIPO: Zapatera Levadiza
FORMATO: a medida
MATERIALES: Melamina y madera
COLOR: Cosmopolitan
MARCA: Canarias

D 3

TIPO: Mueble
FORMATO: a medida
MATERIALES: Melamina y madera
COLOR: Cosmopolitan
MARCA: Canarias

Nota. Nima, S., 2020.

Por último, durante el curso “Diseño de Mobiliario” los estudiantes tienen la oportunidad de desarrollar algunos muebles específicos y replantearlos en base a un concienzudo estudio antropométrico, ergonómico y constructivo, según los requerimientos del cliente, tal como se aprecia en la figura 17.

Figura 17
Modelamiento a detalle de clóset de dormitorio principal.



Nota. El diseño de cada mueble constituye un portafolio propio que actualiza la remodelación integral. Nótese la diferencia con el mueble original planteado en la figura 16. Nima, S., 2023.

Conclusión

La intrusión mediática ha trastocado los valores del diseño, de modo que se diseña de cara a la aprobación del público obviando al usuario. Esta situación ha degenerado en la premiación de obras inútiles, a todo nivel.

Por otra parte, la proliferación de shows televisivos, las publicaciones de interiorismo en redes sociales y las exposiciones temporales de alto valor conceptual y temático confunden al espectador poco informado o escaso pensamiento crítico, que asume como valioso un diseño solo porque otros le atribuyen valor o una cantidad considerable de calificativos “me gusta”.

Esta situación surrealista debe poner en alerta, tanto a estudiantes como a docentes, en el empleo de la realidad como punto de partida para el diseño, siendo la razón final de este la satisfacción del usuario. Al mismo tiempo, el profesional en diseño no puede aceptar ni proponer algo sin investigar, previamente, aspectos esenciales como la normativa, la ergonomía, la antropometría, la construcción, el mantenimiento, etc.

Por tanto, el oficio del interiorismo es multidisciplinar y corresponde a los centros de formación en educación superior ampliar los conocimientos de las otras especialidades ligadas al diseño y la construcción, por lo menos a nivel básico, de modo que se evite al máximo rehacer trabajos durante la puesta en obra.

Por último, la buena experiencia recogida en la mención de interiorismo de una universidad privada en la ciudad de Lima muestra que el ejercicio de este oficio es asequible para cualquier estrato socioeconómico, pudiendo cualquier individuo convertirse en un auténtico agente de cambio.

Referencias

Barragán, S. (2023). *Los peores y más desastrosos edificios hechos por arquitectos brillantes*. https://www.arquitecturay-diseño.es/arquitectura/los-peores-y-mas-desastrosos-edificios-hechos-por-arquitectos-brillantes_8652?fbclid=IwAR-1XdNIEk_QUB12JrNYoc0BpCMU7UYGhDnpReJEQU771C-sOWHgP_4A7fy78

CASACOR. (sf). *Anuario digital*. <https://casacorperu.com/>

Ching, F; Binggeli, C. (2015). *Diseño de interiores. Un manual*. https://deconolux.com/images/Fr4nc1s_D.K._Ch1ng_-_D1s3_0_d3_1n73r10r3s_Un_M4nu4l.pdf

De La Fuente, A. (2023). Alejandro Aravena: “Tenemos que encontrar una narrativa paralela a las Kardashians del mundo sobre lo que es valioso”. El País. <https://elpais.com/chile/2023-11-11/alejandro-aravena-tenemos-que-encontrar-una-narrativa-paralela-a-las-kardashian-del-mundo-sobre-lo-que-es-valioso.html>

Endicott, B. (2018). *Here’s what the iconic egg chair actually looks like*. Elle Decor. <https://www.elledecor.com/shopping/furniture/a14443746/egg-chair-history/>

Glancey, J. (2017). *La increíble y polémica casa sobre una cascada de Frank Lloyd Wright, la “mejor obra de la arquitectura de Estados Unidos”*. BBC News. <https://www.bbc.com/mundo/vert-cul-40341010>

Keller, H. (2023). *50 sillas icónicas que debes conocer*. House Beautiful. <https://www.housebeautiful.com/design-inspiration/g30750815/chair-types-styles-designs/>

McKay, G. (2011). *El lado oscuro de Villa Savoye*. Misfits’ Architecture. <https://misfitsarchitecture.com/2011/09/03/the-darker-side-of-villa-savoye/>

Mancini, N. (2023). *¿Qué esconde Hermanos a la obra? Todo lo que los Scott no muestran en su exitoso programa*. Clarín. https://www.clarin.com/internacional/espectaculos/-esconde-hermanos-obra-scott-muestran-exitoso-programa_0_pymNj6YdLt.html

Massad, F., Guerrero, A. (2012). *El test de Guadalupe*. Arqa.com. <https://arqa.com/actualidad/colaboraciones/el-test-de-guadalupe.html>

Pile, J. (2009). *A history of interior design* (3a ed, p.210). Laurence King Publishing.

Rosman, K. (2017). *The property brothers are fixing to take over the world*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2017/05/10/fashion/the-property-brothers.html>

Realtor Magazine. (2022). *Homeowners sue tv makeover shows, alleging shoddy work*. Realtor Magazine. <https://www.nar.realtor/magazine/real-estate-news/homeowners-sue-tv-makeover-shows-alleging-shoddy-work>

Influencia del segundo indigenismo en la música académica del siglo XX en el Perú

Mgtr. Tania Valle Peña
Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú
ORCID: 0000-0003-1546-2112

RESUMEN

El segundo indigenismo fue un movimiento trascendental dentro de la historia del Perú por las repercusiones sociales, políticas, culturales y artísticas que se dieron en su época. Esto no fue ajeno al ámbito de la música académica peruana, la cual se vio influenciada por el mismo, dando como resultado la creación de diversas instituciones, así como composiciones musicales esenciales para el repertorio académico peruano.

El objetivo de este artículo es demostrar la relación sociocultural del movimiento y cómo este afectó el ámbito académico musical en el Perú. Para esto, se expondrán los objetivos mediante la explicación de diversos argumentos basados en libros académicos y en la recolección de datos a partir de entrevistas a personajes clave dentro del tema. De esta manera se podrá analizar detenidamente la influencia del movimiento en una época decisiva para la música académica peruana.

Palabras Clave: Música académica, segundo indigenismo, composiciones.

ABSTRACT

The second indigenist movement transcended in Peruvian history due to its social, political, cultural and artistic repercussions during its time. This was not foreign to the academic Peruvian music field, which was influenced by it, resulting in the birth of various institutions, as well as musical compositions essential to the Peruvian academic repertoire.

The objective of this article is to demonstrate the sociocultural relations of the movement and how it affected the music academic field in Peru. To achieve this, objectives will be presented through arguments based in academic books and the information gathered in interviews to key actors of the field. This process allows one to carefully analyze the influence of the movement in a decisive time for Peruvian music.

Keywords: Academic music, second indigenism, compositions.

Introducción

La música académica peruana ha pasado por diversas etapas y movimientos durante toda su existencia, desde la llegada de los españoles con sus instrumentos europeos hasta la actualidad, existiendo hoy instituciones formales donde se trabaja el desarrollo, la educación y las diversas manifestaciones de esta. Sin embargo, uno de los movimientos y etapas donde se tuvo mayor reconocimiento, exposición y creatividad, y se inició la formación formal musical, fue durante los años del segundo indigenismo (Sánchez Málaga, 2012). En ese entonces hubo una reacción artística a un movimiento social que contagió también al ámbito musical, dando como resultado muchas creaciones icónicas reconocidas hasta el día de hoy. Esta clara influencia fue esencial para el ámbito académico de la época y para su desarrollo actual en el ámbito profesional.

Para demostrar esto, se partirá por explicar el movimiento del segundo indigenismo, sus aportes e ideología, así como las contradicciones y discusiones dentro del mismo. También se explicará la situación académica musical antes del movimiento para entender el contexto en el que nos encontramos en la época, es decir, las limitaciones y los problemas de la escasa formación formal académica para los músicos. Finalmente, será crucial el enfoque en el impacto directo que causó el movimiento en el ámbito musical académico y su desarrollo creativo, a fin de exponer los alcances y las derivaciones que se manifiestan hasta la actualidad. De esta manera se podrá analizar detenidamente la influencia del segundo indigenismo en una época decisiva para la música académica peruana.

Metodología

El presente artículo está basado en una investigación cualitativa, dado que se cuenta con un enfoque de estudio cultural de tipo exploratorio explicativo, en el cual se busca la reacción artística musical a un movimiento político-social con la ayuda de instrumentos para la recopilación de datos y su análisis para el beneficio del estudio.

El método de investigación del artículo es documental, ya que se cuenta con diversas fuentes, entre las cuales destacan los libros *Nuestra Música popular y sus intérpretes* y *Obra antropológica* de José María Arguedas,

así como La polémica del Indigenismo de Manuel Aque-zolo Castro, los cuales fueron cruciales para entender las bases del segundo movimiento indigenista peruano. Asimismo, la tesis doctoral *La música orquestal peruana de 1945 a 2005. Identidades en la diversidad* de Clara Petrozzi fue trascendental en la investigación, ya que presenta diversas etapas de la música orquestal peruana, así como sus compositores y obras.

Por otro lado, se consideró fundamental el uso de entrevistas y encuestas realizadas a compositores académicos para entender la visión musical en cuanto al movimiento y el legado de este. De esta manera se presenta la entrevista realizada a Enrique Iturriaga por Juan Carlos Estenssoro para la revista ANTEC (revista peruana de investigación musical), en donde se puede apreciar el legado del movimiento con frases como: “[Holzmann] **escribió varios trabajos sobre el folklore peruano y también hizo ediciones de música peruana. La cuestión es que él escribió un folletín chiquito sobre cómo componer a partir de la pentafonía**”.

De la misma manera, fue crucial la encuesta realizada titulada “El Estado de la música en el Perú” a los compositores José Carlos Campos, Celso Garrido Lecca, Enrique Iturriaga, Francisco Pulgar Vidal y Edgar Valcárcel por la revista Hueso Humero. En ella se menciona la importancia de la época indigenista con frases como la de Garrido Lecca: **“Recién comienza a existir una creación propiamente tal, desde 1920. Es la primera etapa de un indigenismo pujante (...)”**, y la de Edgar Valcárcel: **“Theodoro Valcárcel fue el primer compositor que iluminó mi entrega a la música y, al mismo tiempo, el último maestro que enriqueció mi incansable búsqueda del conocimiento musical”**, las cuales marcan un punto importante para la investigación, ya que afirman la importancia del movimiento.

El segundo indigenismo en el Perú

El indigenismo peruano fue un movimiento que apoyaba las luchas indígenas proponiendo cambios tanto en la política como en la cultura peruana mediante trabajos de antropología, etnología y literatura, con el propósito de obtener una reivindicación al tener una participación continua de los sectores discriminados (De Ilano, 1994).

En otras palabras, fue un movimiento del siglo XX que buscaba la notoriedad del mundo andino en el Perú, pero no solo en el aspecto social, sino también en el ámbito artístico, lo que sumó a muchos pintores, músicos, escritores, entre otros, al movimiento a través de sus creaciones.

Diversos motivos llevaron al surgimiento de este movimiento, siendo el más resaltante y evidente la continua discriminación hacia los indígenas, e incluso mestizos, en aspectos económicos, sociales, políticos y culturales del país (De Ilano, 1994). Se puede afirmar, entonces, que el indigenismo fue una respuesta político-social que buscaba contrarrestar la clara e innegable exclusión de la población y la cultura andina dentro las políticas nacionales.

Esto se vio impulsado, también, por el centenario de la independencia del Perú (1821) y por un gobierno que decía resguardar a la raza indígena (Villanueva, 2021). Sin embargo, las diversas protestas y rebeliones que sucedían en el país eran las respuestas sociales al ver que el gobierno siempre buscaba una modernización e integración nacional, manteniendo aún la marginación continua hacia las clases más pobres (Petrozzi, 2009). Todo ello no solo lograba marcar diferencias en aspectos económicos, sino también en aspectos sociales y culturales, surgiendo una profunda separación y entendimiento de la costa, o capital, con el resto del país. Un ejemplo de este punto se evidencia en las palabras de José María Arguedas, quien afirmaba lo siguiente: **“quien bajaba de la sierra a la costa se encontraba con ciudades que parecían extranjeras: la gente hablaba únicamente el castellano y las comidas eran diferentes”** (Arguedas, 2012). Y lo mismo sucedía con el costeño, quien se sorprendía al ver que en la sierra del país se hablaba aún el idioma quechua y se escuchaba música muy diferente a la “criolla” o europea (Arguedas, 2012). Esto es un claro ejemplo de la ruptura social y cultural que se vivía en la época, desconociéndose casi por completo la realidad de las regiones.

Por otro lado, además del contexto nacional, se debe incluir también como antecedente del segundo indigenismo la influencia de movimientos extranjeros, ya que, a partir del año 1910, lo conocido como indigenismo contemporáneo comenzó a brotar en las ciencias y artes de otros países como México, Guatemala, Bolivia y Ecua-

dor, impulsado por el rechazo al racismo y la aparición del movimiento americanista en las artes (Chang-Rodríguez, 2009). Estos pensamientos fueron fuertemente influenciados por las revoluciones mexicana y soviética, lo cual se vio reflejado en los intelectuales y escritores de la época, tal como lo explica Chang-Rodríguez (2000):

Pronto el desconecto con un modernismo gastado y artificial lleva a los escritores jóvenes a buscar otros caminos expresivos. En esta búsqueda de una nueva orientación para la literatura nacional retoman ellos la bandera indigenista, estimulados por los éxitos revolucionarios en México y Rusia (p.367).

A partir de estas afirmaciones, se rescata la existencia de un elemento ideológico internacional que ayudó a influenciar e impulsar a ciertos personajes y artistas precursores del segundo indigenismo a plasmar sus ideales. Esto resulta interesante, ya que el artista no solo ve un problema nacional, sino una identificación global, y, por ende, una valoración más íntegra y real en su propio arte.

Es dentro de este contexto de corrientes sociales que, en el Perú, aparecen personajes e ideologías que defendían o rescataban públicamente aspectos relacionados a la comunidad andina. Entre los primeros de la época podemos encontrar a Víctor Andrés Belaunde, José de la Riva Agüero y Julio C. Tello. En los tres casos, el reconocimiento a cada personaje constituía un avance fundamental para la cultura peruana, ya que se reconocía la grandeza del imperio incaico y su legado al país. Sin embargo, y a pesar de aclamar y apreciar el esplendor del inca, los tres personajes olvidaron al indígena y solo se basaron en la magnificencia del imperio (Arguedas, 2012). No obstante, el reconocer y valorar una cultura anterior a la hispana sería uno de los primeros pasos que darían pie a movimientos más integrados cultural y socialmente.

Es de esta forma que llega el inicio del segundo movimiento indigenista en el Perú, de la mano de Manuel Gonzáles Prada con su ensayo *Nuestros indios* (1904), en el que trata el tema del pueblo andino y lo toma como motivo central para explicar el problema socioeconómico del país. Este nuevo enfoque se vuelve decisivo para el movimiento, ya que, además de exponer de manera

pública el problema indígena, sus opiniones fueron compartidas por diversos intelectuales de la época. Esto dio como resultado la formación de diversas asociaciones, fundaciones y periódicos que exhibieron una variedad de discursos, pensamientos, tendencias e ideologías sobre el tema. Entre ellos se puede mencionar a personajes como Pedro Zulen y Dora Mayer, quienes fundaron la Asociación Pro-Indígena (1909) y el periódico El Deber Pro-Indígena (1912), los cuales se consideraban los medios abanderados del indigenismo porque informaban sobre las condiciones y abusos relacionados con el pueblo andino (Chang-Rodríguez, 2009).

Asimismo, se debe mencionar que uno de los máximos exponentes del movimiento fue José Carlos Mariátegui, fundador del Partido Socialista del Perú (1928) e impulsor de la innovación artística de muchos poetas con la creación de la revista *Amauta* (1926) (Arguedas, 2012), la cual fue fundamental para el movimiento, ya que incitó a tomar al Perú como tema principal y se convirtió en:

(...) un medio de expresión de los escritores provincianos rebeldes que denuncian, mediante la narrativa o el ensayo, el estado de servidumbre en que se encuentra la población indígena, y como para él no ha cambiado el sistema de gobierno con la independencia del país (Arguedas, 2012, p.80).

Esta revista impacta en la sociedad de tal forma que el argumento andino se convierte en un tema distinguido y preferido por el campo intelectual peruano, e incluso, en la moda de la pintura indigenista (Arguedas, 2012). En otras palabras, *Amauta* fue fundamental para el movimiento artístico, pues no solo estimuló a los creativos, sino que apoyó, difundió y transmitió la base de la ideología del movimiento en diferentes formatos estéticos.

Sin embargo, fue justamente por esta “moda” del indigenismo que el movimiento tuvo cierto rechazo y desconfianza por parte de un sector debido a que, para ellos, solo se consideraba al indio como un motivo poético y atractivo para los artistas (Aquezolo, 1975). Incluso, para Maquiavelo, esta realidad se plasma con la siguiente afirmación: **“El indio está de moda. Hoy se le considera –ya lo dijimos alguna vez– el matiz pintoresco de nuestras serranías y no se ve más allá de**

su leyenda ancestral y su indumentaria exótica” (Maquiavelo citado en Aquezolo, 1975). Estas afirmaciones, tuvieron una respuesta contundente de parte de Mariátegui, quien expresó su desacuerdo afirmando que **“el indigenismo literario traduce un estado de ánimo, un estado de conciencia del Perú nuevo”** (Mariátegui, 2009). Esto resulta en una confrontación más ideológica que artística, ya que la representación de cada artista se basa en sus propias ideologías y vivencias, más que en un sentir global del movimiento. Sin embargo, interesa mencionar esta problemática pues no solo trata temas sociales, sino específicamente del uso de ciertos motivos artísticos de manera “incorrecta”. Para algunos intelectuales como Mariátegui, esto significaba una expresión más del movimiento en el mundo artístico, sin embargo, para otros personajes, como Luis Alberto Sánchez, significaba un posible problema porque se agrandaban las distancias y solo se beneficiaba una pequeña minoría con instrucción artística enfocada en Europa (Aquezolo, 1975). Incluso, se puede encontrar hoy en día el término indigenismo plástico, para calificar ciertas expresiones artísticas que cuestionan la designación indigenista (Villanueva, 2021). Ambos puntos constituyen una problemática que puede llegar a límites bastante frágiles entre la cultura y la expresión artística.

Es justamente esta problemática la que dio como resultado a la polémica indigenista, originada por el empleo popular de motivos literarios y folclóricos, así como también por el apogeo y la estilización del quechuismo y aimarismo (Aquezolo, 1975). Dentro de esta problemática se vieron involucrados muchos personajes de la época y se puso en tela de juicio la frialdad y la autenticidad de los objetivos del movimiento, que, para algunos, eran superficiales, improvisados e incluso no integrales, así como sus consecuencias clasistas (Aquezolo 1975). Incluso, el mismo Mariátegui, quien estaba a favor del movimiento, admite que la versión del indio en el arte y literatura no es una versión realista, sino idealizada por tratarse de un arte mestizo, el cual representa un tipo de unificación de forma íntegra y personal (Mariátegui, 2009). Si bien las consecuencias sociales criticadas fueron reales, como el fracaso de una integración nacional, no se puede negar el valor de un movimiento en donde, por diversas razones, se aclama y valora la existencia del mundo andino y sus representaciones artísticas.

A pesar de esto, resaltando lo influyente de este movimiento en la cultura del Perú, en este periodo se vio la creación de diversas instituciones dedicadas al arte, específicamente a la música, las cuales sirvieron como espacio de creación para el indigenismo. Entre estas instituciones que impulsaron el arte, la cultura y las tradiciones andinas encontramos algunas como La Misión Peruana de Arte Incaico (1923) y El Centro Qosqo de Arte Nativo en Cusco (1924) (Molina, 2012). De la misma manera, se comenzó la protección del patrimonio prehispánico y se crearon el Instituto Histórico del Perú, La Academia Nacional de Música Alcedo y la Escuela Nacional de Bellas Artes (Petrozzi, 2009). Estas instituciones no solo promovían el arte, sino que acogían y apoyaban el arte andino como eje principal del movimiento, lo cual resultó crucial para el desarrollo y el cambio artístico que vivió el país. No obstante, la creación de estas entidades no fue el único legado que tuvo el indigenismo en el mundo artístico-musical, sino que también influyó a diversos compositores con la tendencia de la época, llegando a integrar de forma magistral la cultura andina con la música académica.

La música académica en el Perú antes del indigenismo

Antes de ahondar en las obras indigenistas de los compositores de la época, se debe entender lo importante de este movimiento en la creación e influencia andina dentro de la música académica. Para esto, se realizará un pequeño análisis de la situación antes del movimiento.

Para comenzar, la música orquestal peruana ha seguido, de cierta manera, las bases de la música académica tradicional europea (Petrozzi, 2009). Esto se debe al claro predominio musical que trajeron los españoles, tanto con técnicas de la época, como el canto gregoriano o la polifonía, como también con los compositores ligados a la iglesia que convierten a las catedrales de Lima y Cusco en los primeros centros musicales de América Latina (Sánchez Málaga, 2012). Dicho esto, se puede entender que el ámbito musical académico comienza con la conquista, y, por ende, tiene una gran influencia europea. Por consiguiente, el vínculo o asociación que se tiene de esta música con la clase alta tiene la misma referencia y explicación, dado que la clase oligarca española prefería expresiones de arte netamente europeas.

Sin embargo, el pensamiento nacionalista y el contacto de los mismos músicos con culturas nativas o mestizas, sumándole también la búsqueda de identidad artística, generó un desarrollo claramente diferente al europeo (Petrozzi, 2009). Es importante mencionar esto, ya que, incluso en países europeos, los ritmos y sonoridades folklóricas han sido sumamente utilizados por diferentes compositores, expresando sus propias vivencias e influencias en sus obras. Es por esto que no resulta extraño que desde inicios del virreinato haya habido una búsqueda de integración cultural-musical tanto en aspectos netamente musicales de melodías y armonías, como también en la parte instrumental, tal como nos menciona Sánchez Málaga (2012):

Nuestra organología se enriqueció con la presencia de los instrumentos de cuerda europeos. La vihuela, la guitarra y el arpa renacentista generaron sus versiones locales con el charango y el arpa indígena. Más tarde el violín, la propia guitarra y varios instrumentos de viento se incorporaron a nuestra música tradicional y popular (p.16)

De la misma manera, el compositor Iturriaga afirma que desde épocas coloniales se ha buscado cierto tipo de influencia, creatividad o inspiración dentro de la música nacional:

Una rápida visión de la música en el Perú nos muestra a compositores de la época colonial de formación europea que incorporan temas o simples giros negros (Pasacualillo) o autóctonos (Hanancpachap); otros crean piezas religiosas al estilo español y más tarde a la moda italiana, de acuerdo a las tendencias de la época; en la República, a la par que la patria, los músicos buscan una identidad que se va a dar en las más diversas formas: unos toman temas europeos y los peruanizan, otros toman melodías y ritmos tradicionales y los europeizan (Citado en Campos, 1993).

De esta forma se puede afirmar que sí existió una integración de culturas en temas artísticos que enriqueció a ambas partes de forma substancial. Sin embargo, la exposición o conocimiento de las mismas no han sido

tan populares a pesar de haber tenido obras importantes desde épocas pasadas. Por ejemplo, el coral Hanacpachap que data del siglo XVI, con texto en quechua y melodía con rasgos pentatónicos (Sánchez Málaga, 2012).

El segundo indigenismo y la música académica en el Perú

Las obras con inclinación andina comenzaron a tener una visión más ambiciosa a partir del siglo XX, especialmente debido al movimiento indigenista. Como importantes acontecimientos iniciales de este movimiento se tiene a la ópera Ollanta de José María Valle Riestra, estrenada en el año 1900 en el Teatro principal de Lima; Cajamarca del compositor Ernesto Lopez Mindreau; e Illa Kori de Carlos Valderrama (Sánchez Málaga, 2012). Estas obras son muestra de los indicios que comenzaban a exponer la influencia clara de un movimiento que se expandiría y desarrollaría de manera popular dentro de las artes.

Asimismo, a comienzos de este siglo se pudieron ver cambios esenciales para la música académica que marcan hitos importantes de su historia, tales como la fundación de la Sociedad Filarmónica en 1907 y la, ya mencionada, creación de la Academia Nacional de Música Alcedo (1908). Ambas instituciones significaban un avance tanto para la parte cultural como educacional para la música en el país. Incluso, fue el propio presidente José Pardo, quien establece la creación de una academia musical (Sánchez Málaga, 2012).

Dicho esto, el legado del movimiento indigenista dentro del ámbito académico se basó en la ambición artística de componer piezas más elaboradas, lo cual convalidaría en mayor conocimiento de técnicas musicales y desarrollo de las mismas. Se debe entender que es a partir de este siglo que se comienza a dar más notoriedad a los compositores peruanos y sus obras. Esto mismo lo menciona Celso Garrido-Lecca en su entrevista con José Carlos Campos (1993):

El siglo pasado adoleció de significación en el plano de la creación musical erudita. Recién comienza a existir una creación propiamente tal, desde 1920. Es la primera etapa de un indigenismo pujante, aunque muchas veces provinciano, que deja los primeros aportes musicales. (p.98)

Esto quiere decir que el indigenismo no solo fue un movimiento cultural que trajo una influencia andina dentro de la música académica, sino que fue un apoyo e impulso para que esta se desarrolle y busque el perfeccionamiento de sí misma. Si bien las técnicas y conocimientos aplicados no estaban a la par de la música académica europea, esta época significa un gran paso y acercamiento a las nociones de esta con influencias andinas. Esto también puede ser visto como una respuesta a otros factores que afectan a la industria a mediados del siglo XX, como la difusión de música en los medios de comunicación (Petrozzi, 2009), lo cual haría más atractivo el aporte andino porque recibiría mayor difusión y aceptación dentro del ámbito popular. Asimismo, cabe resaltar que toda la actividad musical estuvo centrada en la capital, por lo cual muchos compositores viajaron hacia Lima para poder enriquecerse tanto culturalmente como intelectualmente siendo parte de este movimiento (Romero, 2003). Esto demuestra, una vez más, que el movimiento indigenista marcó el inicio de una época diferente y enriquecedora para la música académica peruana, dándole mayor exposición y movimiento cultural. Eso mismo se ve reflejado en el repertorio inicial de la Orquesta Sinfónica Nacional (OSN) (1938), la cual mostraba su interés no solo por música extranjera, sino en piezas compuestas por compositores peruanos, algo que fue sumamente provechoso para ellos en temas de exposición y reconocimiento (Garrido-Lecca, 2003).

Si bien la llamada música indigenista comenzó siendo una simple admiración a la cultura andina que buscaba elevarla en temas musicales a estándares europeos, terminó siendo una expresión integradora que plasma la riqueza andina en obras altamente valiosas para la época y el país (Petrozzi, 2009). Dichas obras son reconocidas hasta el día de hoy tanto por la incorporación de temas andinos con armonía occidental, así como por la innovación y la creatividad que hubo de parte de sus compositores, dentro de los que encontramos a Daniel Alomía Robles y Theodoro Valcárcel, los personajes más representativos de la época.

Daniel Alomía Robles (1871 -1942), procedente de la ciudad de Huánuco, comienza su vida artística en la ciudad de Lima junto al maestro Manuel de La cruz Panizo, para luego recibir clases de composición con el mismo Claudio Rebagliati (Valcárcel, 2010). A diferencia

de otros compositores de la época, se interesó también en recopilar e investigar diversas melodías folklóricas, lo cual le dio la oportunidad de viajar por diversas provincias del país (Romero, 2003). Esto, definitivamente, le permitió estar en contacto con diferentes culturas y expresiones artísticas, lo que se vio reflejado en su obra, la cual se considera, en su totalidad, de carácter nacionalista-indigenista (Romero, 2003). Entre sus piezas más reconocidas encontramos su ópera Lila Cori ("La conquista de Quito por Huayna Cápac"), El himno al Sol y La Danza Huanca. Con simplemente ver los títulos de las obras se puede reconocer la influencia casi netamente incaica de las mismas, característica que sería usual en sus piezas, salvo por la temática utilizada en su obra cumbre El Cóndor Pasa (1913). Esta obra cuenta con un argumento claramente nacionalista, ya que narra los conflictos que tienen los trabajadores de una mina con los dueños norteamericanos (Romero, 2003). Este ejemplo y desarrollo simboliza un entendimiento más profundo del movimiento, pues no se basa en temáticas netamente incaicas, sino en situaciones más cercanas a la época y sus circunstancias. En los años 70, un segmento de la obra se haría popular en forma de canción, lo que la llevaría a la fama y popularidad mundial (Romero, 2003). De esta manera, se puede contemplar que la formación del músico, tanto en la serranía del país como en la capital, constituyen su mayor influencia, ya que aplica conocimientos "occidentales" musicales para plasmar un ideal fuertemente andino, representado en la parte melódica con uso de la escala pentatónica.

Como se mencionó anteriormente, otro de los compositores representativos fue Theodoro Valcárcel (1846-1942), puneño quien realizó obras tales como Concierto indio, Reflejo en la cumbre, Suite Incaica (1929), En las ruinas del templo del sol, Suray-Surita (1939), Canto de Cosecha, Ayarachi, Kachampa, y el ballet Saccahuaman (1928). Al igual que Alomía Robles, Valcárcel dejaba notar su clara influencia andina desde los títulos de las obras para las temáticas tanto incaicas como campesinas. Asimismo, se le atribuye la sublime integración del arte y el mundo andino, que inclusive se le compara con la calidad lograda por Arguedas en la literatura y Urteaga en la pintura (Petrozzi, 2009). Por esto, Valcárcel es considerado uno de los expositores máximos de la música indigenista, y de su generación, llegando también a estrenar sus obras en ciudades europeas como

París, Barcelona y Sevilla (Romero, 2003). Esto deja en evidencia la calidad compositiva del artista, así como su innegable exaltación andina en sus obras, las cuales son altamente valoradas hasta la actualidad.

De la misma manera, se encontró a otros compositores que decidieron incorporar la cultura e ideología de la época en sus obras. Uno de ellos es el italiano Vicent Stea, quien fue director de la Academia Nacional de Música en 1929, e incluso dirigió la OSN del Perú. Asimismo, escribió la Sinfonía Autóctona, en la cual emplea temas pentatónicos haciendo referencia a una sonoridad claramente andina (Petrozzi, 2009). Por otro lado, entre los compositores que se vieron influenciados por el movimiento también encontramos al Monseñor Pablo Chávez Aguilar, quien escribió Ocho variaciones sobre un Tema Incaico y la Suite Peruana; y a Alfonso Silva, quien utilizó temas pentatónicos, por única vez, en su Canción India para violín y piano (Romero, 2003).

Asimismo, hubo otros compositores como Daniel Hoyle y Carlos Valderrama, quienes crean un vínculo entre la música andina y la europea. De igual manera, se pudo encontrar a Ernesto López Mindreau, quien integró influencias de ópera italiana y zarzuela española con la ya mencionada escala pentatónica y ritmos indígenas, resultando en obras como Choquehuanca, Sinfonía Peruana y Marinera y tondero para orquesta (Petrozzi, 2009). De la misma forma, se pueden mencionar otros compositores de la época como Renzo Brecso con sus obras Danza rústica, Idilio, Adagio espressivo y Canto incaico; Mariano Béjar Pacheco, puneño que compone la ópera Melgar y El pueblo del sol, Amazonas y Andinola Aymara; Enrique Fava Ninci, un flautista y compositor con obras tales como La cadena de Huáscar y La visión Viracocha; Rosa Mercedes Ayarza de Morales, estudiosa de música popular y compositora que posee el álbum Pregones limeños; Carlos Valderrama, quien orquesta la canción La pampa y la puna, y compone la ópera Inti Raymi; Andrés Sas, belga que compone la Canción india, Tres estampas del Perú y Pequeñas variaciones sobre un tema indio; y para terminar, Raoul de Verneuil, quien compuso Sinfonía Virreinal y Danza Peruana para orquesta (Petrozzi, 2009).

Finalmente, es crucial mencionar que en la época también se desarrollaron estilos regionalistas, los cuales

tuvieron como base las regiones de Arequipa y Cusco. Los representantes de Arequipa fueron Manuel Aguirre, quien mezcló su lado europeo con obras andinas y mestizas; Luis Duncker Lavalle, quien tomó melodías andinas y las colocó en estructuras europeas como el vals (Petrozzi, 2009); Roberto Carpio quien compuso obras como Suite Hospital, Tríptico, Tres Estampas de Arequipa y Huayno Mestizo; y Carlos Sánchez Málaga, quien utilizó tanto melodías pentatónicas como influencias impresionistas, lo cual lo ubican como uno de los compositores más avanzados de la época (Romero, 2003). De igual manera, en la región Cusco se ve la clara influencia del movimiento indigenista teniendo compositores que utilizaron melodías andinas en sus creaciones. Entre ellos se puede encontrar a Calixto Pacheco, Mariano Ojeda, Juan de Dios Aguirre, Pio Wenceslao Olivera, Manuel Monet y Leandro Alviña, quienes transcriben y armonizan melodías puramente andinas; y a los músicos Roberto Ojeda y Baltazar Zegarra quienes realizan variaciones en orquesta sobre temas andinos (Petrozzi, 2009).

Dicho esto, se puede apreciar la gran cantidad de compositores peruanos que se vieron influenciados por el movimiento y por la búsqueda constante de hacer uso de diferentes herramientas, tanto europeas como netamente peruanas. La combinación de estas, que van desde temas armónicos europeos con el uso de melodías pentatónicas hasta el uso de motivos rítmicos de forma creativa con armonía de vanguardia para la época, dio como resultado un periodo crucial de creación de música académica en el país, en el cual no solo se vio la ampliación de repertorio peruano, sino también la perfección de temas teóricos musicales en los artistas nacionales.

El movimiento llega a su fin en el ámbito musical a fines de los años 30, teniendo como fecha crucial el año 1942, cuando fallecen sus compositores representativos: Theodoro Valcárcel y Daniel Alomía Robles. A partir entonces, se vive una transición hacia la época siguiente de la mano de músicos extranjeros como Rodolfo Holzmann y Andrés Sas (Romero, 2003). Esta transición se verá marcada por diversos cambios y estilos, pero con la clara búsqueda del perfeccionamiento de técnicas compositivas y estilísticas.

En conclusión, el segundo indigenismo fue un movimiento tanto social como cultural que dejó consecuencias importantes en el ámbito artístico que deben ser reconocidas, pues gracias a su percepción y popularidad se logró dar más atención a las bases artísticas del país. De esta manera, se pudo lograr la preservación, la formalización de educación y la exposición de diferentes expresiones artísticas. Para el ámbito musical académico, esto significó la creación de instituciones que ayudaban a la exposición de compositores y de la música, así como también de instituciones de educación formal musical, entre las cuales la más importante fue la Academia Nacional de Música Alcedo, hoy conocida como Universidad Nacional de Música, y anteriormente también como Conservatorio Nacional de Música.

Por otro lado, es pertinente resaltar la gran influencia que tiene el movimiento como fuente de creatividad, exploración y desarrollo. Esto es crucial porque significó la aparición de obras importantes, siendo la más popular El Cóndor Pasa, así como de compositores reconocidos a nivel internacional.

También es importante mencionar que la mayor influencia en la creación musical se basa en el uso de escalas pentatónicas y de palabras y/o contextos quechuas. Sin embargo, hubo composiciones y compositores que llevaron su visión e inspiración del movimiento de forma más intrínseca, teniendo en cuenta temáticas desafiantes para la época. Finalmente, cabe resaltar que este movimiento no solo fue visto en el ámbito musical como un tema colorido o folklórico, sino como una corriente que permitió e impulsó el crecimiento del ámbito académico, pues originó una diferenciación con los estándares europeos y el inicio de la creación de la voz propia.

Referencias

- Aquezolo Castro, M.** (comp.) (1976). *La polémica del Indigenismo*. Editorial Mosca Azul.
- Arguedas, J.** (1977). *Nuestra Música popular y sus intérpretes*. Editorial Mosca Azul y Editorial Horizonte.
- Arguedas, J.** (2012). *Obra antropológica*. Tomo 6. Editorial Horizonte.
- Arguedas, J.** (2012). *Obra antropológica*. Tomo 7. Editorial Horizonte.
- Campos, J., Garrido Lecca, C., Iturriaga, E., Pulgar Vidal, F. y Valcárcel, E.** (1993). Estado de la música en el Perú. *Hueso Húmero*, (29), 93-104.
- Chang-Rodríguez, E.** (2009). José Carlos Mariátegui y la polémica del indigenismo. *América sin nombre*, (13-14), 103-112.
- De Llano, A.** (1994). Culturas en interacción: Arguedas y la actualidad. *CELEHIS*, 1(6,7,8), 225-229.
- Estenssoro, J.** (2019). Conversación con Enrique Iturriaga. *Antec. Revista Peruana de Investigación Musical*, 2 (1), 81-91. <http://revistas.unm.edu.pe/index.php/Antec/article/view/39>
- Marcerá, P.** (1977). Reflexiones a propósito de la polémica del indigenismo. *Apuntes. Revista De Ciencias Sociales*, (6), 75-81. <https://doi.org/10.21678/apuntes.6.121>.
- Mariátegui, J.** (1927). Heterodoxia de la tradición. En H. Alimonda (Ed.). *La tarea americana de José Carlos Mariátegui* (pp. 159-161). Promoteo Libros. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Mariátegui, J.** (1991). *7 ensayos de interpretación de la realidad peruana*. Amauta.
- Martínez, M. y Vásquez, C.** (2000). *Entrevista a Celso Garrido Lecca*. [http://www.chalenasvasquez.com/videos/celso-garrido-lecca-entrevista-por-marino-martinez-y-chalena-vas-](http://www.chalenasvasquez.com/videos/celso-garrido-lecca-entrevista-por-marino-martinez-y-chalena-vasquez-peru-2000/)

[quez-peru-2000/](http://www.chalenasvasquez.com/videos/celso-garrido-lecca-entrevista-por-marino-martinez-y-chalena-vasquez-peru-2000/)

Mendivil, J. (2006). Las locas ilusiones. *Amérique Latine Histoire et Mémoire. Les Cahiers ALHIM*. <http://journals.openedition.org/alhim/692>

Petrozzi, C. (2009). *La música orquestal peruana de 1945 a 2005. Identidades en la diversidad*. Instituto de investigación de las artes musicología. Universidad de Helsinki.

Petrozzi, C. (2010) Identidades en la música peruana del cambio de milenio. El caso de Circomper. *Cuadernos de música, artes visuales y artes escénicas*, 5 (2), 43-59.

Quezada, J. (2010). *Celso Garrido-Lecca*. Filarmonía 102.7 FM. <http://www.filarmonia.org/page/Celso-Garrido-Lecca.aspx>

Quezada, J. (2010). *Enrique Pinilla*. Filarmonía 102.7 FM. <http://www.filarmonia.org/page/Enrique-Pinilla.aspx>

Sánchez Málaga, A. (2012). *Nuestros otros ritmos y sonidos: la música clásica en el Perú*. Fondo Editorial del Congreso del Perú.

Valcárcel, E. (2010). *Daniel Alomía Robles*. Filarmonía 102.7 FM. www.filarmonia.org/page/Daniel-Alomia-Robles-.aspx

Vásquez, G. (2010). (28 de junio de 2010). *Theodoro Valcárcel siempre presente*. Puno Cultura y Desarrollo. <http://punocultu-raydesarrollo.blogspot.com/2010/06/theodoro-valcarcel-siempre-presente.html>

Villanueva Ccahuana, P. S. (2021). Cuestionamiento al indigenismo plástico peruano: el caso de Camilo Blas en la década de 1920. *Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas*, 16(2), 250-263. <https://doi.org/10.11144/javeriana.mavae16-2.cipp>

La colaboración interdisciplinaria en la enseñanza de Diseño de Interiores

Mgtr. Ida Liliana Barreto Bardales
Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú
ORCID: 0009-0009-3968-7130

RESUMEN

El modelo educativo de la Universidad San Ignacio de Loyola busca una formación integral de los estudiantes, considerando los valores institucionales, los requerimientos profesionales, el desarrollo humano y el impacto social. Por ello, la carrera de Arte y Diseño Empresarial viene desarrollando algunas estrategias que permitan consolidarlo, entre ellas podemos mencionar el aprendizaje basado en proyectos reales. Ajustado a las necesidades específicas de los clientes que plantea el desarrollo de proyectos de intervención de inmuebles en los cursos de Planos y Maquetas y el curso de Diseño de Interiores.

Por tanto, este artículo tiene como finalidad mostrar la experiencia generada en el curso Diseño Interior Residencial a través de una estrategia de aprendizaje basado en proyectos colaborativos, la cual responde a las necesidades específicas de cada vivienda, integrando trabajo interdisciplinario, un enfoque sistémico y una visión estratégica.

Esta investigación trata de estudiar la interacción entre las diversas disciplinas del diseño al involucrarse en un determinado proyecto, campaña publicitaria, manejo de identidad comercial o corporativa, o desarrollo de marca.

Palabras Clave: Diseño de interiores, ciencias del hábitat, interdisciplina, proyectos colaborativos, arquitectura, diseño.

ABSTRACT

The education philosophy of San Ignacio de Loyola University strives for an integral and comprehensive development for students, taking into account institutional values, professional requirements, humanitarian development and social engagement. This is how the "Business art and Design" degree has been developing strategies that allow to consolidate these practices like learning throughout projects with an application to the real world. Adjusted to specific needs of clients arising from the development of real estate intervention projects in the Blueprints and Models and the Interior design classes.

The objective of this article is to demonstrate the experience created by the class of Residential interior design through a learning strategy based on collaborative projects, which answers to the specific needs of each household, combining an interdisciplinary work with a systematic and strategic focus.

This research studies the interaction of different disciplines of design when it's applied to a specific project, advertising campaign, commercial or cooperative identity or brand development.

Keywords: Interior design, habitat sciences, interdisciplinary, collaborative projects, architecture, design.

Introducción

El diseño interior ha pasado por muchos cambios en los últimos años. Lo que una vez fue una actividad individual es ahora una actividad que se ha diversificado mediante disciplinas tanto afines como opuestas.

En la última década hemos podido apreciar cómo las disciplinas del diseño han venido trabajando de forma independiente, sin embargo, en la actualidad la colaboración interdisciplinaria y la gestión se han vuelto más importantes y relevantes en la enseñanza de esta disciplina. Hoy en día, al existir una competencia significativa en el ámbito comercial, el diseño interior ha ido encontrando formas innovadoras de posicionarse mediante una gestión interdisciplinaria.

Según Yakubu (2023), los arquitectos llevan el proceso de diseño más allá de su práctica y se involucran con los posibles usuarios como participantes del diseño. Esto amplía el marco de diseño y hace que la contribución de los futuros usuarios sea clave para el desarrollo del proyecto. Al buscar el conocimiento, las habilidades y la toma de decisiones de un colectivo comunitario, el proyecto se adapta más a sus necesidades, se diseña mejor para encajar en su contexto local y se convierte en una plataforma para intercambiar técnicas y habilidades vernáculos. También crea un sentido general de pertenencia en las comunidades y otorga a los usuarios la autoridad para reclamar el entorno que los rodea.

Cabe destacar que el diseño participativo es un proceso que se puede aplicar a todas las escalas de la arquitectura (casas, oficinas, espacios públicos y espacios interiores).

La colaboración comunitaria hace que los diseñadores obtengan una comprensión más profunda del valor que tiene el proceso de diseño, desglosándose los principios teóricos de colaboración, co-creación y empoderamiento participativo en ejemplos concretos.

Metodología: trabajo en equipo

Un buen ejemplo es la forma como viene desarrollándose la Mención de Interiores en la Universidad San Ignacio de Loyola, pues es una rama muy ligada a la arquitectura

en la que una de las principales actividades, cuando los alumnos salgan a la vida profesional, será el desarrollo de proyectos de diseño o remodelación de viviendas. En este contexto, se vienen reforzando temas como el lenguaje arquitectónico, los materiales y acabados, la reglamentación oficial, las funciones y la ergonomía. Así, en la vida profesional, los egresados podrán trabajar en equipo y utilizar conocimientos de arquitectura, ingeniería, diseño gráfico, etc.

La colaboración interdisciplinaria en proyectos creativos es una práctica que involucra a equipos de diferentes departamentos dentro de una organización para trabajar juntos en proyectos importantes.

Reditúa más crear marcas

Analizando la importancia de la marca, Estupiñán (2010) menciona:

De chicos, ver una eme amarillita al horizonte de una autopista, aún y cuando no sabíamos leer, nos refería a un lugar paradisíaco que, además de ofrecernos de comer, nos daría un tiempito de diversión, una cajita con juguetes sorpresa, una pausa en el viaje familiar, los personajes que animaban el lugar y sus gráficos. Sabíamos incluso lo que pediríamos de comer y el gusto que tendría, que nunca era lo más importante, sino la suma de un todo que, con solo imaginarlo, nos dibujaba una sonrisa. Toda la identidad de McDonald's, estratégicamente diseñada para seducir a los niños, es una suma de mensajes que para nosotros tenía un significado muy superior a esa eme amarillita.

Figura 1

Logotipo de McDonald's



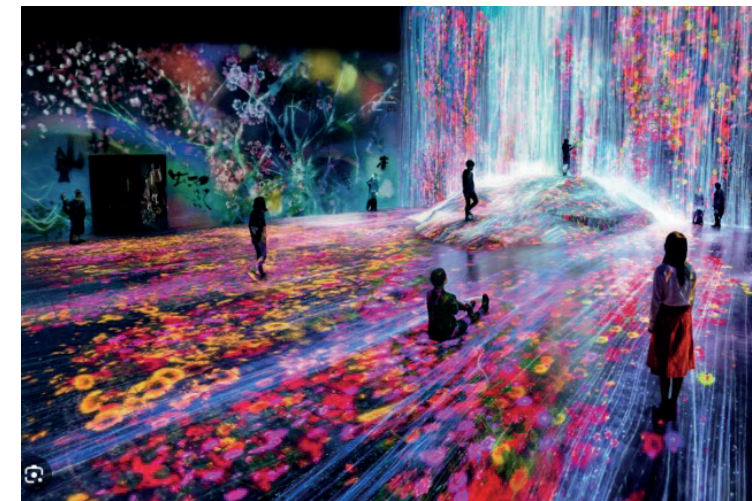
Schindler, 1953.

Los proyectos y la tecnología

Otro ejemplo interesante podría ser un proyecto de arte multimedia en el cual los estudiantes puedan crear una obra de arte multimedia que combine diferentes formas de arte, como música, video, fotografía y diseño gráfico. Para ello, pueden trabajar en equipo y utilizar conocimientos de arte, tecnología y diseño.

Figura 2

Museo de Arte Digital, edificio Mori, Tokio.



Adaptado de MORI Building, Digital Art Museum [Fotografía], 2024. teamLab (<https://www.teamlab.art/>).

Todo el estudio sobre diseño interdisciplinario busca, además de definirlo y entenderlo, utilizarlo para construir un plan de estudios que pueda ser aplicado en un futuro cercano a través de esta y otras universidades que estén dispuestas a ofrecer una enseñanza que forme a los diseñadores para dirigir proyectos interdisciplinarios de cualquier magnitud.

Según Zurro (2020), los proyectos interdisciplinarios y multidisciplinarios son una excelente manera de fomentar el pensamiento crítico y el diálogo entre disciplinas divergentes. Algunas propuestas de proyectos interdisciplinarios y multidisciplinarios son:

1. Proyecto de diseño urbano: Pueden pedir a sus estudiantes que diseñen un espacio urbano que tenga en cuenta la sostenibilidad, la accesibilidad y la estética. Para ello, pueden trabajar en equipo y utilizar conocimientos de arquitectura, ingeniería, diseño gráfico, entre otros.
2. Proyecto de investigación científica: Pueden pedir a sus estudiantes que realicen un proyecto de investigación científica sobre un tema de su elección. Para ello, pueden trabajar en equipo y utilizar conocimientos de biología, química, física, entre otros.
3. Proyecto de arte multimedia: Pueden pedir a sus es-



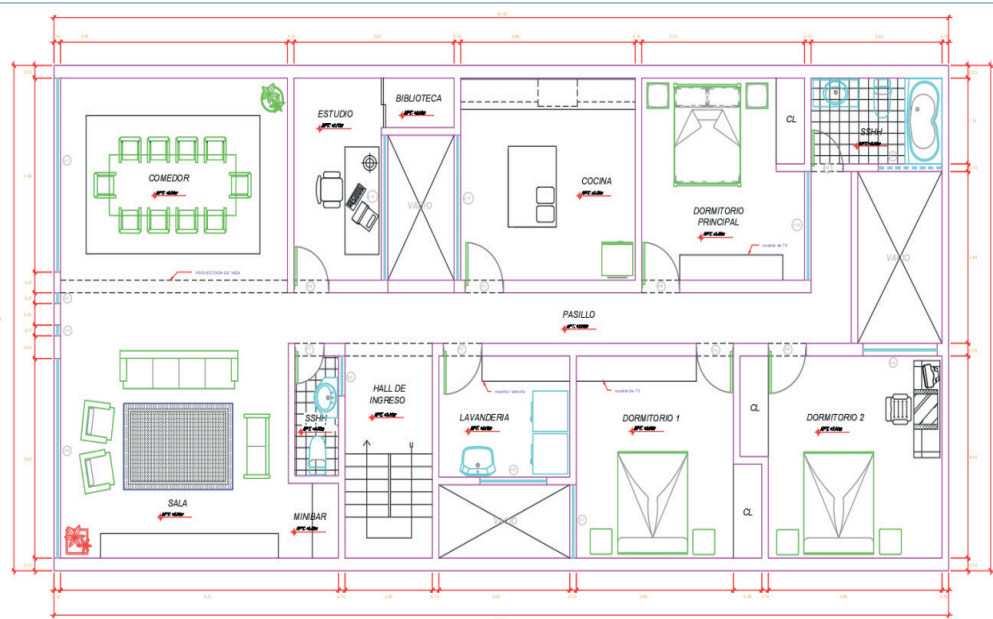
tudiantes que creen una obra de arte multimedia que combine diferentes formas de arte, como música, video, fotografía y diseño gráfico. Para ello, pueden trabajar en equipo y utilizar conocimientos de arte, tecnología y diseño.

4. Proyecto de emprendimiento social: Pueden pedir a sus estudiantes que desarrollen un proyecto de emprendimiento social que aborde un problema social relevante. Para ello, pueden trabajar en equipo y utilizar conocimientos de negocios, economía, ciencias sociales, entre otros.
5. Proyecto de literatura comparada: Pueden pedir a sus estudiantes que realicen un proyecto de literatura comparada sobre dos o más obras literarias. Para ello, pueden trabajar en equipo y utilizar conocimientos de literatura, historia y cultura.

Es importante tener en cuenta que estas propuestas no son exhaustivas y que pueden ser adaptadas según las necesidades específicas del grupo de estudiantes y del contexto educativo.

Propuesta arquitectónica de remodelación de una vivienda

Figura 3
Plano de arquitectura.



Nota: La estudiante propuso el diseño de una vivienda en base a los planos de un proyecto real. Torres, A., 2023.

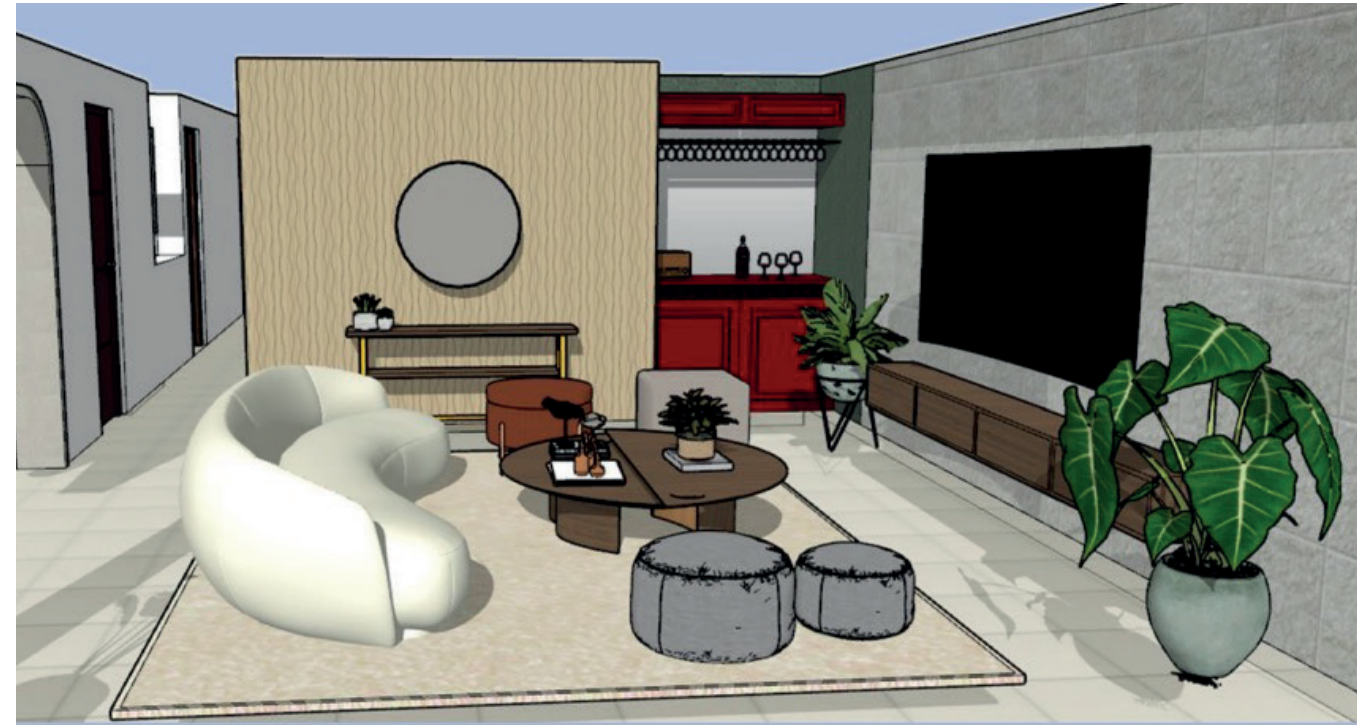
Figura 4
Moodboard.



Nota: La estudiante realizó un collage del estilo y los colores, el cual será la base para su propuesta de remodelación interior. Torres, A., 2023.

Propuesta arquitectónica de remodelación de una vivienda

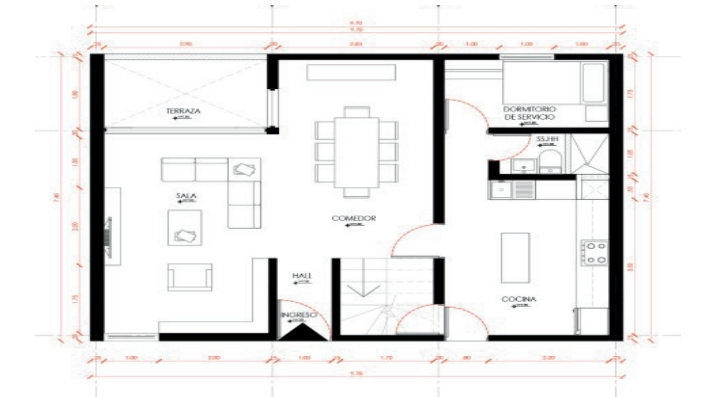
Figura 5
Vista fotorrealista de la sala propuesta.



Nota: Los trabajos finales de los estudiantes empezaron a tener similitud con los portafolios de proyecto de interioristas profesionales. Torres, A., 2023.

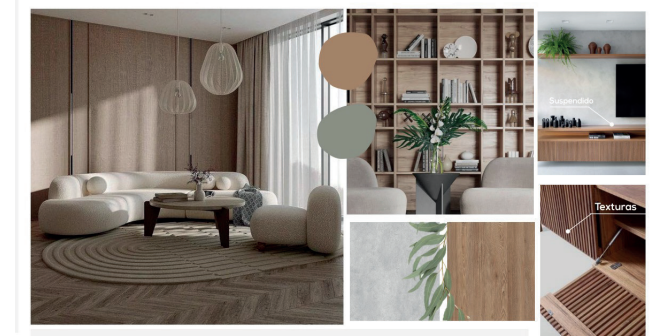
En el curso Diseño Interior Residencial los alumnos proponen al cliente la remodelación de algunos ambientes de su vivienda. El levantamiento de los planos de arquitectura ya fue realizado y aprendido en el curso anterior, con el soporte de un programa de modelamiento en 2D y 3D, trabajando de acuerdo a los requerimientos. Por ejemplo, en la figura 3 se muestra el plano arquitectónico de la vivienda con las remodelaciones representadas en planta. En la figura 4 se muestra el moodboard de inspiración donde figuran imágenes de ambientes, entre ellas la sala, que contiene mobiliario, paleta de colores y texturas propuestas. En la figura 5, se muestra la aplicación de la propuesta en una representación en 3D. Este trabajo se desarrolla paso a paso durante el curso de diseño residencial y culmina hasta la aprobación de los clientes (en este caso son los padres de los alumnos).

Figura 6
Plano de arquitectura.



Nota: La estudiante propuso el diseño de una vivienda con base en los planos de un proyecto real. Milussich, G., 2023.

Figura 7
Moodboard.



Nota: La estudiante realizó un collage del estilo y colores, el cual será la base para su propuesta de remodelación. Milussich, G., 2023

Figura 8

Vista fotorrealista de la sala propuesta.



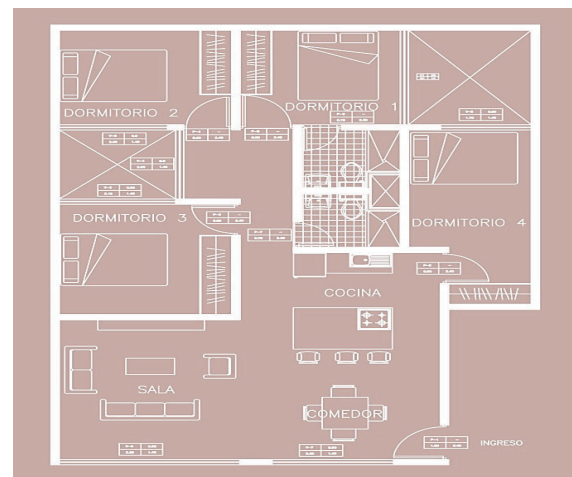
Nota: Los trabajos finales de los estudiantes también incluyen iluminación y renderizados de tipo profesional. Milussich, G., 2023.

Las propuestas de diseño nacen desde una realidad (sus propias viviendas) y se inspiran a través de los moodboards. Los alumnos amplían sus conocimientos del curso, más allá de la estética, a través de las visitas programadas a los centros de exposición y venta de materiales y acabados de construcción. Asimismo, se imparte a los estudiantes los conocimientos necesarios a fin de lograr un manejo de criterios normativos, antropométricos, ergonómicos y de construcción.

Propuesta arquitectónica de remodelación de una vivienda

Figura 9

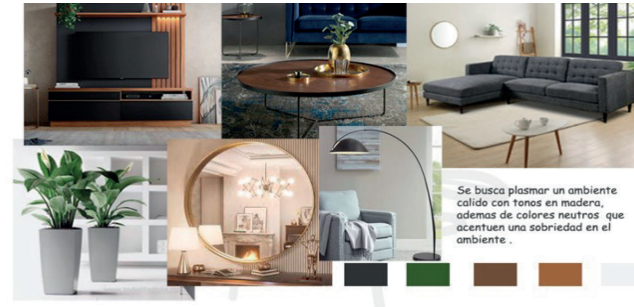
Plano de arquitectura.



Nota: La estudiante propuso el diseño de una vivienda con base en los planos de un proyecto real. Ortega, H., 2023.

Figura 10

Moodboard.



Nota: El estudiante realizó un collage del estilo y colores, el cual será la base para su propuesta de remodelación. Ortega, H., 2023.

Figura 11

Vista fotorrealista de la sala propuesta.



Nota: Los trabajos finales de los estudiantes empezaron a tener similitud con los portafolios de interioristas profesionales. Ortega, H., 2023.

El portafolio

El portafolio es el documento final que muestra el proyecto más destacado del estudiante. Está orientado a la comprensión del usuario para su aprobación. Es una forma de explorar otras disciplinas comerciales para la publicación y difusión de sus proyectos.

Se orienta a los estudiantes para la creación de una marca personal, de manera que inicien una forma de publicidad de sus propios trabajos, a fin de ir creando, poco a poco, un portafolio sólido y variado que los hará reconocidos en el ámbito profesional.

Los planos representan la propuesta en dos dimensiones. Para su realización, los estudiantes revisan regla-

mentos técnicos oficiales. Por otra parte, los moodboards representan la inspiración de los alumnos referente a la paleta de colores, las texturas y los tipos de acabados. Finalmente, imágenes en 3 dimensiones representan la propuesta con la representación y la aplicación de acabados de piso, pared, techo, mobiliario y accesorios debidamente codificados y disponibles en el mercado. Cabe resaltar que se les da preferencia a las marcas que tienen publicada una política de responsabilidad social ambiental en su página web (RSA).

Figura 12

El cuadro de acabados.

SALA				
CUADRO DE MATERIALES				
ITEM	CARACTERÍSTICA	COLOR	MARCA	ACABADO
Sofá	Medida total 360x97x alt.75 cm. Lounge: 90x180x alt. 75 cm. Base1: 160x97xalt.75 cm. Base2: 1.10x97x alt.75 cm.	Acero	Milk	Fibra natural, Algodón, Madera, Tela
Lámpara de pie	160 cm	Negro Mate	Just Home Collection	Metal
Wall panel	290x20 cm	Castaña	Pisopak	Poliestileno
Melamina	244X215 CM	Negro mate	Pelikano	MDF
Mesa de centro	0.60m diámetro x0.40m de altura.	Negro	DECORATI	Mármol, Metal
Alfombra	160x225cm	Gris, negro	MICA	Sintético

BAÑO				
CUADRO DE MATERIALES				
ITEM	CARACTERÍSTICA	COLOR	MARCA	ACABADO
Inodoro	Alto 75.5 cm Ancho 48.5 cm Profundidad 69 cm	Bianco	Trebol	Losa vitrificada
Lavamanos	Alto 13 cm Ancho 48 cm Profundidad 37 cm	Bianco	Trebol	Losa vitrificada
Espejo	70x55 cm	Bianco	Zaga	Vidrio
Grifería	Alto 30 cm Ancho 19 cm	Negro Mate	XM	Metal
Ducha	Alto 110 cm Ancho 22 cm	Negro mate	Sensi Docquis	Metal
Melamina	1.8x215x244 cm	Castaña	PELIKANO	MDF

Nota: El estudiante elabora un cuadro de acabados y materiales, el cual contiene información sobre el acabado final que se le dará al proyecto (tipo de puertas, ventanas, pisos, acabados en muros y techo, etc.). Ortega, H., 2023.

El cuadro de acabados es un documento técnico, elaborado luego de las visitas a las casas comerciales. Contiene la información detallada del acabado final que se le dará al proyecto. Es a partir de su elaboración que los alumnos inician la exploración e investigación de otras disciplinas y elementos como la arquitectura, las instalaciones eléctricas, las instalaciones sanitarias, las consideraciones de seguridad en materia de defensa civil, etc.

Conclusiones y recomendaciones

Dada la situación actual del diseño contemporáneo, se tendría que analizar su interacción con el cliente, los proveedores y el usuario, para así mostrar cómo el diseñador actual abarca áreas que trascienden las disciplinas específicas de estudio que se imparten académicamente (arquitectura, diseño gráfico, diseño industrial, diseño de indumentaria, publicidad, diseño web y multimedia, animaciones, etc.).

Resulta urgente capacitar al diseñador en niveles de gestión, así como completar su formación artística y estética con un perfil profesional que tenga a su cargo la labor de gestionar el correcto desempeño de múltiples disciplinas encausadas a la satisfacción de una tarea común: el ejercicio interdisciplinario.

Entonces, a partir del argumento supuesto de que el diseñador contemporáneo no egresa del aula preparado para dirigir proyectos interdisciplinarios, sino que dicha formación la adquiere empíricamente a lo largo de los años en el ejercicio profesional, se deberá buscar la figura de un gestor de diseño interdisciplinario capacitado para dirigir proyectos de esta envergadura.

Para fomentar el trabajo interdisciplinario en las aulas es importante crear un ambiente en el que los equipos se sientan cómodos y seguros para expresarse creativamente. Además, es fundamental que los equipos se comuniquen regularmente y definan un lenguaje y objetivos comunes al principio del proceso de planificación. El trabajo interdisciplinario puede ser fundamental para que las empresas trabajen de manera eficiente y finalicen sus proyectos de manera exitosa.

Referencias

- Aaker, D.** (2007). *Construir marcas poderosas*. Ediciones Gestión 2000.
- Aaker, D.** (1994). *Gestión del Valor de Marca*. Ediciones Díaz de Santos.
- Ander-Egg, E.** (1995). *Interdiscipliniedad en la Educación*. Magisterio del Río de la Plata.
- Armario, E. M.** (1980). *La gestión publicitaria*. Pirámide.
- Bachelard, G.** (2000). *La formación del espíritu científico*. Siglo Veintiuno Editores.
- Baughman, J.** (1980). *Encyclopedia of American Economic History*. Vol. 1. Charles Scribner's Sons.
- Bernsed, J.** (1998). *La empresa basada en el diseño*. Bernsed Jens Editores.
- Bunge, M.** (1989). *La ciencia. Su método y su filosofía*. Ediciones Nueva Imagen.
- Bürdek, B.** (1994). *Diseño, historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Editorial Gustavo Gili.
- CASACOR.** (sf). *Anuario digital*. <https://casacorperu.com/>
- Estupiñán, C. A.** (2010). *Diseño interdisciplinario. Rol y perfil del diseñador gestor*. [Tesis de maestría, Universidad de Palermo]. https://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/64%20Estupinian.pdf

Estudio y desarrollo de un tarot como objeto semiótico e instrumento de diseño funcional para afrontar el estrés en los estudiantes

Amira Rebeca Apolaya Córdova
Universidad San Ignacio de Loyola,
Lima, Perú
ORCID: 0009-0001-0291-5509

Nicolý María Peralta Moscoso
Universidad San Ignacio de Loyola,
Lima, Perú
ORCID: 0009-0001-1232-6855

Camila Portocarrero Quispe
Universidad San Ignacio de Loyola,
Lima, Perú
ORCID: 0009-0000-1701-8491

Ximena Ramírez Jamanca
Universidad San Ignacio de Loyola,
Lima, Perú
ORCID: 0000-0001-5960-9070

RESUMEN

La producción de las cartas del tarot se desarrolló bajo un sistema de barajas que se desprende como un producto comercial que tiene un doble uso. El primero, como lectura de adivinación y, el segundo, como un elemento de juego, aquello en relación con el objeto semiótico, lo que permite el análisis de los signos y cómo estos se enlazan con los sentidos de la persona.

El presente documento describe y evidencia el proceso de producción de un tarot, contemplando la síntesis de información, el planteamiento, el diseño, la creación, la composición, la diagramación y el significado final por carta, según la temática y el concepto, centrándose en la exploración de su potencial uso para la gestión del estrés.

A partir de ello, se expone el proceso de conceptualización, historia, función y la necesidad del diseño del producto de acuerdo con la segmentación y dirección, así como la experiencia final del usuario. Finalmente, se realiza una exposición y lectura al público objetivo y se corrobora la efectividad de las cartas como instrumento para afrontar situaciones de estrés en los estudiantes de Arte y Diseño Empresarial. En los resultados se concluye la viabilidad del diseño del tarot como una herramienta pragmática y social que gestiona los problemas de tensión mental.

Palabras Clave: Diseño gráfico, semiótica del diseño, gestión del estrés, diseño de producto, diseño social.

ABSTRACT

Tarot cards production were developed as a pack of cards with multiple purposes, the first one would be as a tool for divination and the second one as a game due to the semiotics (analysis of the signs or drawings) of the decks.

This document describes and shows the process of a tarot deck production, paying attention to the synthesis, conceptualization, design, creativity, composition, layout and final meaning per card, according to the theme and concept, focusing on exploring its potential use for stress management.

The conceptualization process, history, function and necessity of the product design were exposed, aligning with segmentation, direction and user experience. Finally, a public presentation and reading validate the effectiveness of the cards as a tool to address stress situations among Art and Business Design students. The results conclude the viability of tarot design as a pragmatic and social tool managing mental tension problems.

Keywords: Graphic design, semiotics, stress management, product design, social design.

Introducción

El diseño, como un producto de comunicación, ha profundizado el trabajo de los signos visuales hacia la razón convencional, es decir, el fruto del diseño tiene como resultado la influencia en el intercambio de sentidos según el contexto. Asimismo, la sociedad ha propuesto distintas formas y perspectivas del pensamiento humano, de modo que el individuo tiene su propia percepción sobre todas las cosas que visualiza; esto se conecta en conjunto con la esencia del mundo en su proporción natural. Así, se plantea la principal disyuntiva de la necesidad comunicativa en el entorno social y el uso de herramientas visuales originalmente trascendentes en la antigüedad, que influyen en el estilo de vida de las personas en la actualidad. Entonces, se propone un producto semiótico que es de utilidad como herramienta de adaptación de estilos y perspectivas interpretativas, el cual también es llevado a ser un producto comercial y comunicativo dentro del mercado, por el simbolismo que contiene en su diseño.

Según Moreno et al. (2004), en los últimos años la mayoría de los trastornos por estrés se presentan por la interacción negativa o excesiva de lo personal, lo social, la personalidad y los factores ambientales que conforman el entorno del individuo. De este modo, las víctimas responden con una elevada carga o presión que los somete a mantener un estado de ánimo rígido y automático. Sin embargo, al evaluar cómo la problemática afecta actualmente a la sociedad, es factible mencionar la importancia de saber qué es lo que una persona necesita y la manera de conectar con sus emociones, de manera que los problemas de estrés se sobrelleven de manera sana y efectiva. Bajo el contexto de las disciplinas que estudian la salud mental y su cuidado, es consistente relacionar la medida significativa de generar una ayuda, más que una distracción, para poder elevar los niveles de satisfacción mientras el individuo mantiene la actividad.

Por ello, el objetivo de las cartas del tarot también parte de la necesidad de encontrar nuevas vías de afrontamiento hacia el estrés, pues es un trastorno presente en la sociedad que continúa causando efectos negativos en los pensamientos, las emociones y la forma de vida de las personas. Por otro lado, en cuanto al proceso del análisis de la imagen, se considera relevante la síntesis de los

elementos visuales que se perciben, pues es importante darle un sentido específico y particular a lo que se desea transmitir en la línea gráfica de las cartas del tarot; pues aquel debe estar conectado a la intención con la que se comunica y difunde el producto. Cabe mencionar que la sociedad clasifica lo que acepta, es decir, aquello que puede asimilar y comprender. En este sentido, las personas imponen estilos, modelos, estándares y ejemplares que se miden a través de la validación, la misma que decide si la propuesta podrá volverse tendencia o quedarse en disponibilidad durante un corto periodo de tiempo. Eventualmente, estas tendencias miden el mercado, es decir, el rendimiento de cada producto o servicio que sale o entra, y cómo este se ajusta a los deseos, gustos, intereses y necesidades de su entorno.

Por ello se considera importante entender cómo ve, qué piensa y qué siente el consumidor, pues el valor de la experiencia del cliente debe ser centrada y efectiva hacia el objetivo de este. Es así como se comprende la necesidad de la problemática; posteriormente, esto se aplica para emprender el desarrollo del producto y el respectivo plan de comunicación para su difusión.

Al proponerse la idea del producto, este debe cumplir con las expectativas específicas del futuro cliente. Principalmente, al formularse el concepto, este debe ser comprensible más que interpretativo; relacionando el criterio ideal bajo un contexto social y convencional. Entre tanto, la representación gráfica debe ser significativa y comercial; así el potencial generará mayor utilidad e impacto en el producto. Por consiguiente, la intención de este sintetiza los factores influyentes para la estructura de la idea, proyectando lo que se desea transmitir tomando en cuenta las expectativas y el juicio determinado con el que lo asociará el consumidor.

Objetivos de la investigación

1. Profundizar en la dualidad funcional de las cartas del tarot como un objeto semiótico, y explorar cómo esta dualidad se refleja en la producción y el diseño de las cartas, bajo nuevos conceptos, con el propósito de explorar su potencial en la mitigación y el afrontamiento del estrés.

2. Investigar y documentar el proceso completo de producción de las cartas del tarot, desde la recopilación inicial de información y el planteamiento conceptual hasta la creación final, la composición y el significado de cada carta según su temática respectiva.
3. Evaluar cómo este proceso se relaciona con la función, la necesidad y la experiencia del usuario, y analizar críticamente la orientación y composición visual del proyecto en base a los resultados que comprobarán la efectividad del diseño como un elemento funcional para afrontar situaciones de estrés en los estudiantes de arte y diseño empresarial.

Metodología

Se analizaron distintas investigaciones con herramientas de segunda mano sobre semiótica y la percepción del consumidor dentro del mercado. Asimismo, se tomaron aspectos importantes como la incorporación del concepto de una película elegida por el equipo de investigación, de manera aleatoria, cuyo objetivo es la irrupción del proceso creativo y el aporte de un reto semiótico; además de la integración del sentido de los significados para la propuesta gráfica de las cartas del tarot; la resistencia del material final para la impresión y la presentación de las cartas y la relevancia de los medios de comunicación para el plan de marketing final, ello en cuanto a la difusión del contenido. Ciertamente, la adaptación de una película aterrizada a un concepto para la propuesta del diseño engloba la idea innovadora del conocido atractivo visual que el filme expresa hacia un producto interpretativo y comercial. Por lo que el análisis y la recolección de información en torno a los aspectos simbólicos proporcionó la facilidad de adecuar la idea denotativa al estilo gráfico, en conjunto con lo elemental de su versatilidad de significado.

De esta manera, el producto optaría por mantener un diseño funcional, reconocible y accesible a su entorno, y también porque aquella propuesta se dirija según la espontaneidad de su personalización simbólica del tarot como objeto de consejería y adivinación lúdica, y a su vez como objeto semiótico e instrumento de diseño funcional para afrontar el estrés en los estudiantes de la Carrera de Arte y Diseño Empresarial. Por consiguiente, el fin de la propuesta de diseño del tarot promueve el

estudio psicológico del estudiante que presenta estrés y cómo el instrumento lo ayuda a gestionarlo. Por tanto, esto iniciaría la investigación y la evaluación de los resultados con respecto a la prueba del tarot como una herramienta funcional recreativa y pragmática.

Fundamentos teóricos

El tarot, origen y pragmatismo

Según Gonzáles (2022) el origen de las cartas del tarot proviene del antiguo Egipto, del templo dedicado a la diosa "Hator", donde se manifestó el zodiaco. A este conjunto de cartas se les llamaba "El juego de los triunfos", en el que las barajas portaban decoraciones con personajes históricos y mitológicos para bautizar las situaciones de influencia de acuerdo con la adivinación. Las barajas se dividen en arcanos mayores y arcanos menores. Los arcanos menores provienen de Arabia y se componen de 56 cartas; surgieron en el Renacimiento y fueron difundidos por todo Europa, en donde aparecieron las variantes que se conocen y utilizan hasta hoy. Por otro lado, los arcanos mayores, compuestos por 22 cartas, fueron agregados posteriormente a lo oculto de la percepción y la comprensión.

Matienzo (2006) indica que no se conoce con certeza el lugar de nacimiento del tarot. Algunos afirman que proviene del Oriente y otras fuentes mencionan que existe desde la Edad Media. Hay especialistas en el tema que comentan que los arcanos mayores provienen de Egipto, por su relación con los jeroglíficos que se encontraban en la Gran Pirámide de Ghiza, donde se encuentran 108 ilustraciones que representan distintas situaciones, de las cuales solo se conocen 78.

Entre las variedades de tarot que más destacan están el tarot de Marsella y el tarot Rider Waite, puesto que son los más usados actualmente. También existen otros como el tarot Lombardo, el tarot Palladin, el tarot Oswald Wirth, que son los más clásicos, aunque, según los especialistas, el tarot egipcio es el más destacado por sus simbolismos y detalles. En el presente estudio y proyecto se analizaron el tarot egipcio y el tarot de Marsella.

Actualmente existen más de 40 mil mazos distintos, desde representaciones que son fieles a los mazos antiguos

hasta los modernos, aunque la variedad depende del agrado y complacencia de las personas. Por ello, podemos decir que el tarot se adecúa a diferentes pueblos, culturas y épocas.

Según Tiziana (2021), el tarot es un arte de adivinación con el que se pueden interpretar y revelar los sucesos futuros en sincronización con nuestra vida. Su uso parte de la investigación y sirve como guía para indagar el porvenir de la existencia de la persona. Esto se refiere a que estas cartas no cumplen un rol mágico o místico como usualmente se suele pensar, por el contrario, estas ilustraciones revelan en secuencia los posibles escenarios a ocurrir en la vida cotidiana. De esta manera, el tarot sirve para comunicar, alertar o prevenir un eventual destino de fortuna o desgracia.

Por otra parte, tomando en cuenta el valor práctico de las cartas en la sociedad, cabe mencionar que en la contemporaneidad se pueden encontrar mazos de tarot con orientaciones wicca/pagana, celtas, feministas y de modelos étnicos. Esto sucede porque hay creadores que introdujeron culturas o un tipo de filosofía en sus cartas, por ello, al adquirirse estos mazos, se debe de leer el libro que los acompaña. Este es uno de los puntos más importantes al intentar traducir cualquier tipo de cartas de tarot, y es que cada creador compone a su propia manera las imágenes y simbolismos de estas.

El tarot y la semiótica

Según Ortiz (2017), la semiótica se define como la disciplina que parte del proceso de análisis y percepción de los sentidos hacia el proceso de significación, es decir, es el estudio del simbolismo como un proceso comunicativo para establecer una razón o sentido significativo. Este se refiere a que, para establecer una relación entre las cosas, es necesario encontrar, conocer y determinar el sentido hacia el entendimiento. En nuestro caso, el simbolismo en las cartas del tarot también funciona como una idea que representa a otra, porque cada una plasma un concepto distinto e indica lo que se desea manifestar. En este sentido, el diseño del tarot debe dominar el carácter representativo y expresivo y, finalmente, lograr plasmarse como un objeto comercial entendible para el público objetivo.

El tarot y el diseño

En cuanto al diseño visual en el tarot, aquel representa la iluminación espiritual bajo símbolos que dan valor a su humanidad, el espiritismo o el modelo universal. De este modo, se toma lo tradicional de su antigüedad en los elementos de forma distinguida y peculiar, como espadas, coronas y artefactos de valor o realeza. En adición, enfatizando el color y la textura cromática, el diseño de las cartas se distinguen por la técnica y la producción del grabado antiguo.

Por otro lado, la profundidad del simbolismo posterior a la lectura se direcciona hacia la predicción correspondiente de responder, explicar y determinar el destino del individuo bajo el elemento o acción que se emite en la selección codificada de las cartas. Por lo tanto, la manera de transmitir la información debe enmarcarse en un tiempo y espacio determinado, para así adecuar el aspecto y la apariencia de las cartas al entendimiento visual y objetivo de cada persona. Pues, como resultado, el manejo adecuado del lenguaje visual proporcionará la simplificación del mensaje de los signos.

El tarot y la psicología

La interpretación visual conlleva un sentido que le proporciona a su pensar, por lo que es necesario tomar en cuenta el desarrollo de su percepción y su entendimiento. Según Ramos (2023), todo lo referido a personas, información, objetos y demás, son parte de una determinada perspectiva impuesta a ser juzgada. En efecto, la mente humana evalúa los modelos del pensamiento hacia su propio razonamiento, por eso es posible que la persona adapte un producto o servicio si este le orienta a otorgar influencia en el ámbito emocional.

Resultados

Las cartas del tarot usualmente suelen ser muy llamativas visualmente y cuentan con una variedad de significados según el simbolismo que le atribuye cada elemento.

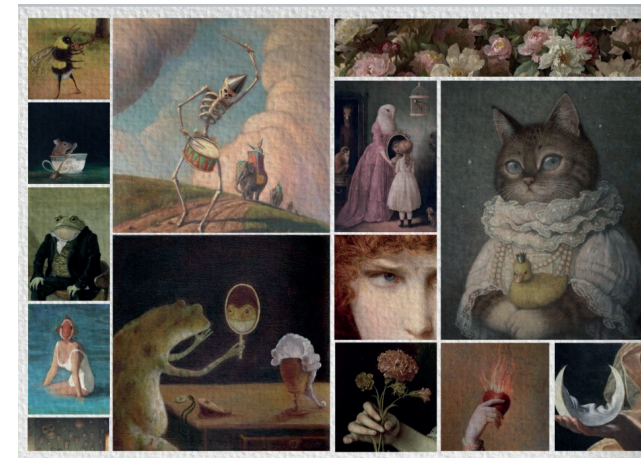
Para realizar el presente proyecto se seleccionó la versión live action de la película *Alicia en el país de las maravillas*, al cual consideramos un filme audiovisual con una abundancia de estilo, temas y subtemas interesantes

para tomar en cuenta en el diseño del tarot. Entre estos se destacan aspectos puntuales como la distorsión, la fantasía, la imaginación, la utopía, las posibilidades y el espejismo observables a lo largo de la cinta, la cual muestra escenarios fuera de lo común con atmósferas que carecen de gravedad y muestran formas poco convencionales, tramados de colores fríos y gradualmente inexactos, así como personajes ficticios. Por otra parte, se abordan algunos temas sociales y psicológicos tales como la familia, las amistades, la duda antes de la decisión, la búsqueda de la evolución, el cambio de perspectiva de acuerdo con los giros circunstanciales de la vida, entre otros.

El tarot, al ser una herramienta interpretativa que abarca formas del pensamiento bajo la percepción y las expectativas futuras del individuo, se plantea como abstracto, simbólico y de extrañeza ante lo conocido, pero, lógicamente, entendible. Tomando en cuenta lo anterior, se propuso el “realismo surrealista” como concepto de la propuesta de cartas de tarot.

Figura 1

Moodboard digital.



Nota. Propuesta de estilo del moodboard digital con base en el concepto realismo surrealista. Ramírez, 2023.

El moodboard plantea ciertos puntos como elementos, colores, emociones, estilos, escenarios, personajes y objetos, los cuales se estiman reflejar en la propuesta de las cartas del tarot. A partir ello, se comenzaron a

realizar los primeros bocetos de las cartas, en el que se planteó un estilo expresivo, abstracto y elemental. Del mismo modo, se incluyeron ciertos elementos como la vegetación y objetos o personajes con formas orgánicas, rellenos de detalles en los escenarios ficticios que conforman vacíos lineales o irregulares. Las primeras propuestas plantean un estilo por cada integrante, de esta manera, se hace inclusión a las ideas de dibujo como sugerencias que engloban el concepto previamente expuesto, en el que el principio del lineart tiende a relatar un poco sobre los personajes inspirados en la película y los espacios en los que se desarrolla su historia.

En dichos bocetos se forman distintos tipos de trazado, unos más sueltos y orgánicos que otros, algunos más espontáneos y otros más reflexivos. A continuación, se presentan los primeros dibujos de cartas hechos a mano, según la personalización de las cartas de tarot propuestas.

Figura 2

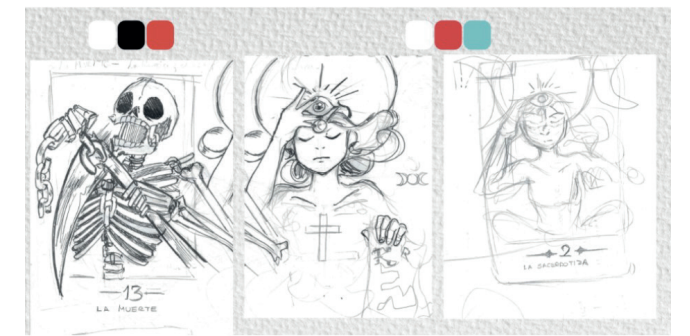
Bocetos de línea gráfica.



Nota: Primeros bocetos sobre las propuestas de línea gráfica para las cartas del tarot. Peralta, Ramírez y Apolaya, 2023.

Figura 3

Bocetos de línea gráfica.

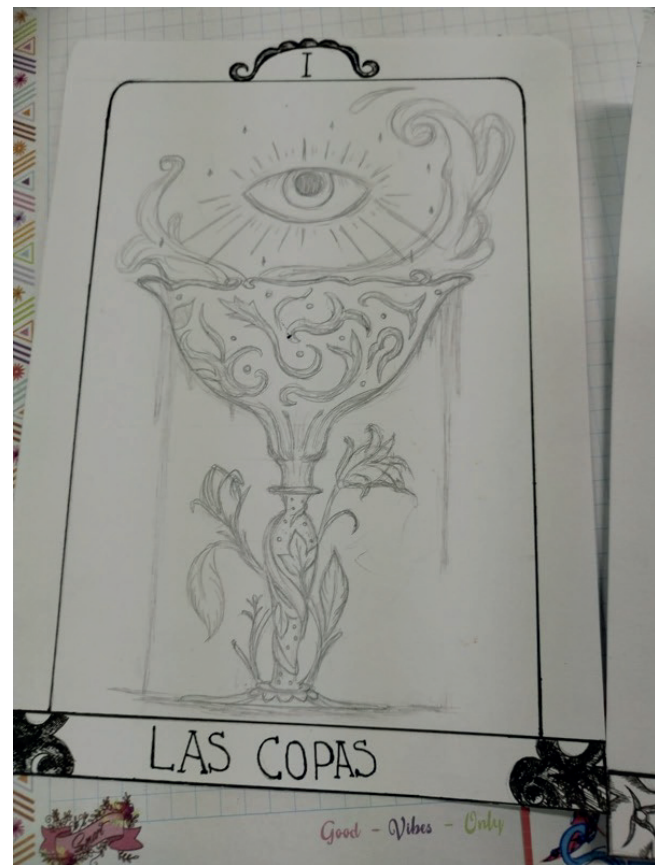


Nota: Primeras propuestas de línea gráfica y paletas de color para las cartas del tarot. Portocarrero, 2023.

Luego se propuso adaptar los estilos de trazado a uno más suelto, sin necesidad de un diseño tan figurativo. En ese caso, las nuevas referencias para el dibujo de las cartas serían con base en un carácter peculiar, libre y bastante geométrico, sin limitar a los elementos a ser tan compactos y cotidianos. De esta manera, se tomó en cuenta la sencillez de los símbolos convencionales a expresarse retóricamente por medio de cada representación que se le atribuyó a cada carta y su arcano correspondiente. Así pues, se delimitó el proceso expresivo y representativo a las cartas del tarot como un objeto simbólico. Esto se puede apreciar en las figuras 4 y 5.

Figura 4

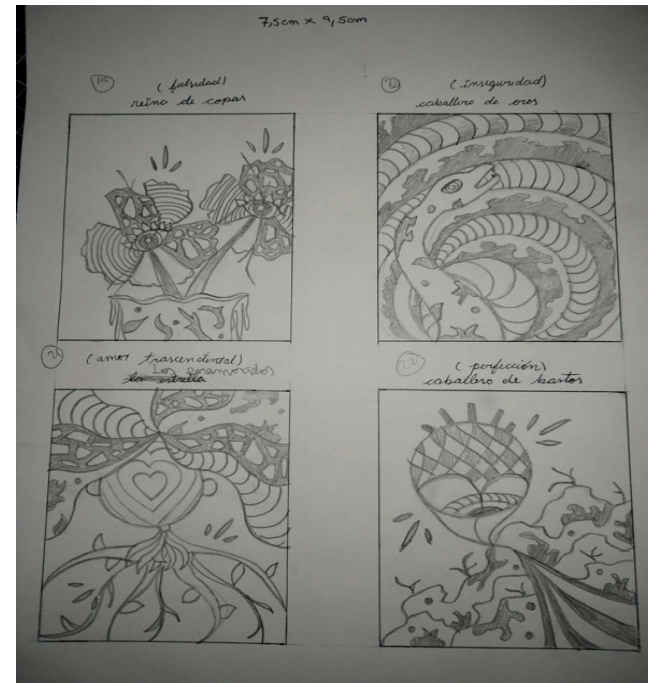
Bocetos a lápiz de cartas adaptadas a concepto.



Nota. Boceto a mano sobre la propuesta del estilo de dibujo y tamaño de la carta. Ramírez, 2023.

Figura 5

Bocetos de a lápiz de cartas adaptadas a concepto.



Nota. Boceto a mano de posibles personajes e inclusión de elementos según la narrativa. Apolaya, 2023.

Posteriormente, se planteó la asignación de un nombre significativo al juego de las cartas del tarot, en el que se buscaba plasmar algunas ideas como sueños distorsionados, realidad alterada, visiones oníricas, imaginación desatada, magia y fantasía, espejos infinitos, ojos cósmicos, universos paralelos, mil y una posibilidades, reino de lo posible, jardín de las maravillas, visiones inesperadas, jardín de las fantasías, entre otras. Aunque, al final, se propuso adaptar todas las proposiciones de ideas en un nombre de solo dos palabras claves que engloben el concepto y la historia.

Figura 6

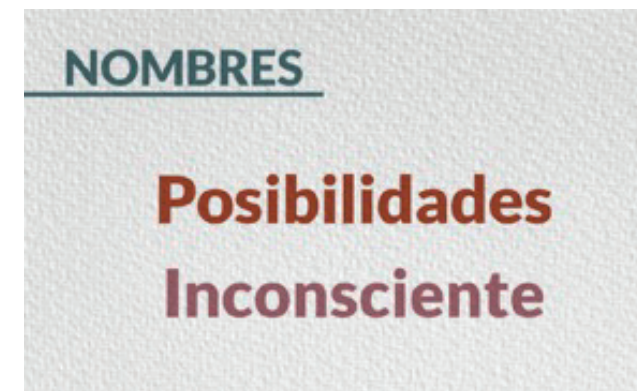
Digitalización de las cartas.



Nota. Digitalización de arcanos para las cartas del tarot. Ramírez y Apolaya, 2023.

Figura 7

Propuesta del nombre para el tarot.



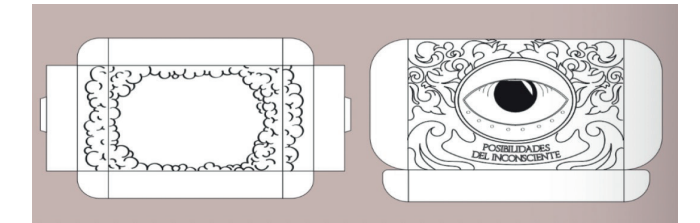
Nota: Propuesta de fusión de términos para el nombre final de las cartas del tarot. Ramírez, 2023.

De esta manera, se propone como nombre final del tarot "Posibilidades del subconsciente". En él se estima reflejar el espejismo de la perspectiva, aquel juicio y opinión que proviene del subconsciente y transforma todo pensamiento y delirio que existe dentro de las posibilidades de la imaginación. En adición a esto, el planteamiento del nombre trasciende sobre cómo escapar de los límites del razonamiento, la contradicción en base a la distinta interpretación que posee el individuo, y la manera en la que el subconsciente es el responsable de otorgarle las posibilidades de su entendimiento hacia algo. Agregando a lo anterior, el primer diseño de la caja y el libro (ma-

nual) que incluye el producto contienen la línea gráfica de abstractismo, las formas orgánicas y los escenarios irregulares presentes en el diseño de las cartas.

Figura 8

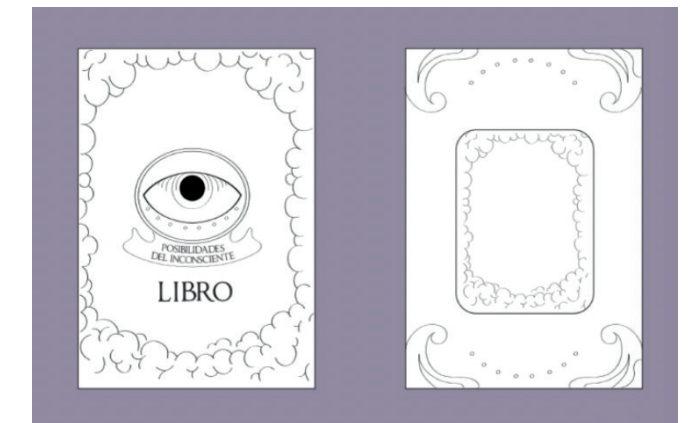
Propuesta de lineart.



Nota. Propuesta de lineart y troquel de la caja para las cartas del tarot. Ramírez, 2023.

Figura 9

Propuesta diseñada del manual.



Nota. Propuesta de diagramación y diseño del manual para las cartas del tarot. Apolaya, 2023.

Asimismo, la historia dirige la narrativa potencial enfocada en los arcanos mayores, donde el máximo poder lo tiene la carta "El Mundo", que representa a aquel individuo que busca dejar su poder al mejor heredero. Tiene tres hijos: el sol, la luna y la estrella, por lo que la historia se basa en "el mundo" poniendo a prueba las habilidades, los límites dentro de la dicha y el caos para encontrar quién es su hijo más fuerte y digno de acompañarlo y sea su mano derecha. De igual manera, las demás cartas tendrían el papel de seguidores divididos entre ellos, cada uno con poderes peculiares otorgados por su superior. Algunos datos adicionales a la histo-

ria serían las calaveras, quienes se encargan de vigilar y visualizar el ambiente, son los caballeros de la luna; también están los ojos, que son los espectadores del mundo; y los bastos, las copas, los oros y las espadas, que son elementos que acompañarán a los diferentes seguidores/guerreros de cada bando.

Para la producción de las cartas del tarot se propuso el uso de un material considerado resistente y con el brillo necesario, así, la impresión de estas se hizo en papel adhesivo pegado en foldcote, para una mayor densidad y dureza. De este modo, se realizaron las primeras impresiones de prueba de color, la aproximación del tamaño, así como la propuesta del material a usarse para la exposición de venta final del producto.

Figura 10
Pruebas de impresión.



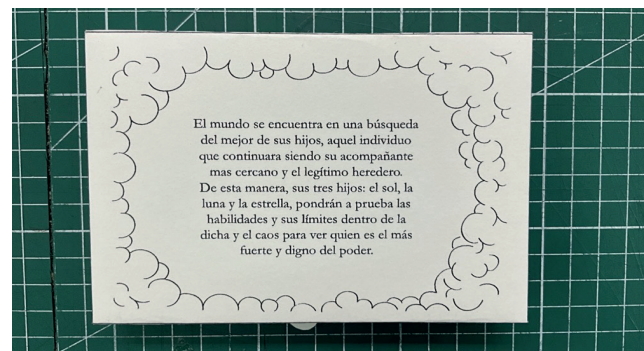
Nota: Pruebas de impresión de las cartas del tarot en el material finalmente seleccionado. Portocarrero, 2023.

Figura 12
Vista frontal del armado final de caja.



Nota: Vista frontal del armado final de la caja para las cartas del tarot. Ramírez, 2023.

Figura 13
Vista posterior del armado final de la caja.



Nota: Vista posterior del armado final de la caja para las cartas del tarot. Ramírez, 2023.

En añadidura, se propuso el nombre de la editorial, como parte de la identidad de la marca del tarot. Este parte de un nombre que se considera acorde a la función y la temática que maneja el tarot. El nombre elegido fue “El Portal”, pues dicho elemento funciona como un medio por el cual, usualmente, se suele pensar que se atraviesan o conectan dos mundos. El portal sería el que tendría el puesto de mantener el contacto sobre el interesante mundo de las imposibilidades del subconsciente. A continuación, se da paso a la exhibición de la digitalización del nombre de la editorial para el tarot, el cual está de acuerdo con el estilo y la funcionalidad de lo planteado con antelación.

Figura 14
Propuesta de logo para editorial.



Nota: Propuesta de nombre de la editorial para las cartas del tarot en vectores digitales. Apolaya, 2023.

Con respecto al público objetivo, en el apartado de segmentación del mercado geográfico se decidió dirigirse a las personas que residan en la ciudad de Lima (Perú), que hablen el idioma español y sean adolescentes y jóvenes entre los 20 y 30 años. Debían ser de género masculino o femenino y contar con ingresos o una suma suficiente de dinero para la inversión en gustos e intereses personales.

Psicográficamente, el grupo objetivo debía mantener vigente un estilo de vida o la actividad regular de buscar, probar y conocer nuevas tendencias. Son aquellos usuarios que buscan relacionarse frecuentemente con lo social y compartir con sus amigos, de igual manera, mantienen una búsqueda constante de novedades mientras navegan en las redes sociales. También son personas fieles a las recomendaciones, bajo la interacción del atractivo y la utilidad en su adquisición como consumo; su expectativa de compra hace alusión a la curiosidad, la particularidad y el impacto que aporte en la sociedad actual. Así, los usuarios debían sostener un perfil libre y explorador, valorando la imagen afectiva y/o siendo de un estatus adaptable a la simpatía de su entorno más cercano, como el familiar y el amical, y susceptibles a la interacción visual y perceptiva dentro el mercado.

Por otra parte, para la adaptación de la historia del tarot según su concepto, se tuvo en consideración la función de las cartas como mediadoras, que parte de la predicción de sucesos bajo un lineamiento de barajas que actualmente es utilizado para la adivinación. Por lo que, en el proyecto, la producción personalizada de las cartas del tarot cubre la necesidad popular, continuando su función como una herramienta de lectura esotérica. En adición a esto, al tomar en cuenta las tendencias en cuestión a la popularización de los temas zodiacales y astrales, se incluyó en el proceso del diseño un estilo expresivo y llamativo de lo poco conocido, es decir, las posibilidades e imposibilidades de un mundo que parece estar cerca de ser lo que no es, o en caso contrario, se aparta de no ser lo que es.

El objetivo del producto se basará en un doble uso, el primero, para la lectura de adivinación futura y, el segundo, como un elemento de juego bajo una historia. Como se explicó brevemente, el conjunto de las cartas del tarot será llevado a un juego de rol, en el que los principales arcanos mayores —el sol, la luna y la estrella— pelean por ganarse la mejor posición para servir a su padre: el mundo. Luego, cada arcano menor servirá para indicar los poderes en jerarquía que contiene cada personaje, elemento o ambiente. De esta manera, los clientes podrán tener la opción de competir por ganar cartas que otorgan mayores poderes e irán juntando puntos o, por el contrario, podrán eliminar las cartas que aporten poco o nada a sus principales jugadores. El juego de azar y suerte permitirá observar y analizar los elementos

simbólicos asociándolos a una herramienta sencilla de manipular, con la que podrán compartir, conocer, experimentar, interpretar y, finalmente, decidir.

Por consiguiente, se plantea el plan de comunicación a partir del análisis inicial, en este se mantiene la línea de producción de las cartas del tarot con el objetivo de darle un sentido interpretativo, añadiéndose también un segundo uso lúdico para que las personas se despejen de su vida académica o laboral. De esta manera, se dan un respiro compartiendo con sus cercanos y cubriendo su necesidad de relajación, además que realizan su propia exploración de perspectiva mística y emocional. Así pues, se espera que el cliente adquiera conocimientos de lectura sobre el tarot, conozca el estilo surrealista del espejismo y comparta con sus seres queridos un tiempo de calidad mientras juega con las cartas.

La venta de las cartas posteriormente se genera, principalmente, en torno a los tomos personalizados y exclusivos para los primeros clientes, pues el valor característico estimula la curiosidad dentro del público, el cual espera alcanzar el disfrute del tiempo mientras explora la experiencia del realismo surrealista dentro del mundo personalizado de las cartas del tarot.

Figura 15
Propuesta de boceto digital para el afiche de promoción.



Nota: Propuesta digital de afiche como parte del plan de acción externo. Apolaya, 2023.

Por otro lado, el mensaje del proyecto promete profundizar en la valoración del espejismo hacia una nueva perspectiva desarrollada con base en la adivinación y cómo mediante aquello se pueden obtener nuevos aprendizajes sobre temas históricos, míticos y emocionales, mientras se juega con los compañeros, los amigos, la familia o el entorno más cercano. Por lo tanto, en cuanto a la comunicación externa, se consideraron los medios digitales y físicos para la difusión de la campaña publicitaria. En este caso, los volantes físicos de invitación a una reunión de bienvenida al proyecto, la charla informativa sobre el origen y tendencia del producto en el mercado y, adicionalmente, la venta de este. También se creó la cuenta del producto en las plataformas de Instagram y TikTok para la transmisión en vivo de la reunión de bienvenida, así como para publicitar y dar información en detalle sobre el tarot.

El medio de marketing trasciende de la relevancia del constante uso de las redes sociales, puesto que actualmente las personas navegan regularmente algunas horas en estas, así pues, los usuarios tendrían acceso a visualizar los anuncios, las historias, las publicaciones, los comentarios y las reacciones publicadas. Asimismo, podrían ingresar a enlaces y, de esta manera, obtener más información del producto. En adición, los usuarios usualmente reciben volantes mientras se dirigen a sus instituciones educativas, y en ocasiones tienen curiosidad de leer e investigar lo que se comunica a través de dicho medio. Así que la efectividad del plan considera la popularización de los medios digitales para un mayor alcance nacional, así como la difusión de volantes como interacción física para que se aproveche el movimiento comercial y haya susceptibilidad de intercambio visual y emocional. Finalizando con la experiencia del usuario, se estima que el individuo pueda comprender la semiótica del diseño aplicada a un producto comercial, es decir, se busca lograr el aprendizaje tanto como la lectura de cartas, y lo que se refleja mediante estas. De este modo, el usuario podrá aumentar sus conocimientos lingüísticos y espirituales, así como también podrá mantenerse activo mientras juega, comparte y conecta aprovechando el significado interpretativo de su producto en relación con su vida.

La exposición del tarot tuvo lugar el día 26 de junio en el edificio B del Campus 1 de la Universidad San Ignacio de Loyola. En la presentación se optó por el armado de un stand que mantuvo la paleta de color propuesta, algunas piezas gráficas sobre las redes sociales de las “las posibilidades del tarot”, la respectiva lectura de cartas, tarjetas de presentación, stickers con el logotipo y algunas cartas en formato más compacto como regalo después de la lectura.

Los estudiantes e invitados en general tuvieron acceso a la realización de consultas sobre el tarot, incrementaron sus conocimientos sobre semiótica, conocieron un poco sobre el origen de esta herramienta de consejería y adivinación, y compartieron un momento de relajación y conexión espiritual, es decir, la experiencia completa que ofrece el producto de las cartas del tarot.

Figura 16
Armado final del stand.



Nota: Armado del stand para la exposición de las cartas del tarot. Peralta y Apolaya, 2023.

En cuanto al planteamiento de la venta de las cartas del tarot se comunicó toda la información y los datos importantes en la red social de Instagram. Dicho medio obtuvo un crecimiento en cuanto al público debido a la lectura de cartas completa que se brindó durante las horas de exposición y a la atención a cada consulta que se tuvo sobre el producto. También se detalló todo el proceso de invitación, producción y exposición final como parte del sustento y evidencia del trabajo.

Figura 16
Cuenta oficial de Instagram.



Nota: Creación de cuenta y publicación de anuncios en la red social Instagram. Apolaya y Ramírez, 2023.

Conclusiones

Es importante conocer el margen del entorno social hacia la perspectiva de un producto, pues el diseño simbólico bajo la propuesta de un objeto comercial se encuentra particularmente relacionado a cómo él mismo responde a la necesidad de la sociedad en la actualidad. La observación y el análisis del ambiente social conforman las bases para implementar una nueva proposición de utilidad e impacto dentro del negocio masivo. De este modo, el presente proyecto adapta su valor bajo la personalización del juego de barajas hacia el concepto de realismo surrealista, el cual continúa hacia la producción de las cartas del tarot para aterrizar a estas como un producto interpretativo y lúdico.

Por otra parte, el proceso de producción parte de la investigación previa del origen simbólico del producto. Esto incluyó el análisis del principio de las cartas del tarot, la significación del simbolismo de cada carta, el replanteamiento de la idea principal de cada arcano, la concepción del nombre y la propuesta del estilo gráfico según el simbolismo de la película *Alicia en el país de las maravillas*, en conjunto con la proposición del troquelado de la caja, la diagramación y el diseño del manual explicativo. Finalmente, en cuanto a la comercialización

y la producción física de las cartas, se dio paso al diseño de las piezas gráficas para la difusión digital. En tal sentido, se crearon afiches de invitación, tarjetas de presentación, anuncios publicitarios para la red social Instagram, stickers de venta para la exposición del stand y elementos para la decoración de este. Asimismo, se estableció el presupuesto para el pegado de las cartas teniendo en cuenta el material adhesivo brillante, así como el foldcote para un mejor acabado en cuanto a la textura y resistencia del producto.

De este modo, el producto cumple su misión frente al mercado, puesto que promete proyectarse a ser de utilidad como un medio de propuesta de pensamiento, una nueva vista interpretativa mediante los simbolismos que contiene su diseño. En añadidura, facilita el proceso de análisis del signo, del mismo modo que sintetiza los elementos visuales más dinámicos en su línea gráfica. Esto permite conectar con el sentido del estilo, la tendencia del producto y cómo este ayuda a aminorar los niveles de estrés o tensión, sirviendo como medio de distracción y relaxo. Por último, en cuanto a la experiencia del proyecto, se estima que la valoración final del usuario le permitirá visualizar y conectar con el producto, así como otorgarle la conveniencia de conocimiento y valor de uso.

Referencias

- Bartlett, S.** (2007). *La biblia del tarot*. Gaia Ediciones. https://kupdf.net/download/-la-biblia-del-tarot-sarah-bartlett-okpdf_59b2dd53dc0d608a05568edb_
- Matienzo, A.** (2006). Tarot. Significado, tiradas y más. Mirbet.
- Moreno, B., Morante, M. E., Garrosa, E., Rodríguez, R. y Losada, M. M.** (2004). El estrés traumático secundario. Evaluación, prevención e intervención. *Terapia Psicológica*, 22(1), pp. 69-76. <https://www.redalyc.org/pdf/785/78522108.pdf>
- Ortiz, M.** (2017). *Análisis semiótico y estudio de la percepción de las piezas publicitarias de la marca Tuenti Ecuador en Facebook*. [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. Repositorio institucional de la Universidad Andina Simón Bolívar. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/5980>
- Ramos, I.** (2020). *Psicología del consumidor: Estudios de mercado y de publicidad*. Universidad Peruana Cayetano Heredia. [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana Cayetano Heredia]. https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/8550/Psicologia_RamosQuispe_Isabel.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Tarot de Tiziana** (2021). *Tarot Gratis Online y Lectura de Tarot barato y fiable*. <https://tarotdetiziana.com/>



Av. La Fontana 550, La Molina - Lima, Perú
Teléfono: (511) 317 1000 - 3250

www.usil.edu.pe