

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE DISEÑO

TESIS DE MAESTRÍA

CUERPO

B

El diseño como motor de relaciones socio barriales

El rol de *Over* en el fortalecimiento de la
identidad territorial de La Vicentina y La Floresta
(Quito, Ecuador) (2021-2025)

Luna Mhya Carrera Caiza

0136983

Maestría en Gestión del Diseño

Facultad de Diseño y Comunicación

Creatividad, Emoción y Espacio

17/02/2026



Facultad de Diseño
y Comunicación

Índice	
Introducción	3
Capítulo 1. Relaciones socio barriales e identidad territorial	25
1.1. Identidades culturales y territorio	26
1.1.1. Vínculos comunitarios, lazos fuertes y lazos débiles	28
1.1.2. Construcción social: barrio y territorio, espacio y hábitat	30
1.2. La pertenencia barrial y las expresiones de reconocimiento a través de las redes de apoyo	32
1.2.1. Redes vecinales formales e informales	34
1.2.2. Participación cotidiana e implicación barrial	35
1.3. ¿Qué define a un barrio? La identidad territorial	37
1.3.1. Imaginando la memoria de los barrios	39
1.3.2. La Floresta y La Vicentina: historia, capital simbólico e identidades barriales	41
1.3.3. Cohesión, arraigo y resistencia	44
1.3.4. El diseño en tanto motor de desarrollo y cambio en los barrios La Vicentina y La Floresta	46
Capítulo 2. Tiendas físicas, diseño y articulaciones comunitarias	50
2.1. Mediación cultural a través de las tiendas físicas	51
2.1.1. Socio lugares, enfoques contemporáneos sobre las tiendas físicas	53
2.1.2. Oportunidades y riesgos de las tiendas barriales	55
2.2. Diseño, experiencia y comunidad	57
2.2.1. Mediación simbólica y social a través del diseño: ferias, talleres y exposiciones	59
2.2.2. Participación ciudadana y apropiación del diseño	61
2.3. Capital cultural, legitimidad simbólica y diseño local	63
2.3.1. Redes barriales y aprendizaje colectivo	65
2.4. Tiendas físicas de diseño y reconfiguración de identidades socio barriales	67
Capítulo 3. Over: entre lo comercial y lo comunitario	72
3.1. La incidencia de Over en los barrios de La Floresta y La Vicentina	72
3.2. Tienda Over: el diseño como estrategia diferenciadora	75
3.3. El rol del diseño en la construcción de las relaciones socio barriales	78
3.4. Diseño e identidad territorial: exposiciones culturales de Over	87
3.5. La función del diseño en la articulación entre comercio y comunidad: las ferias de diseño de Over	94
Capítulo 4. Diseño, territorio y vínculos sociales: el caso Over	103
4.1. Over entre La Floresta y La Vicentina: diseño, comercio y comunidad	104
4.1.1. La Vicentina, ¿un barrio de diseño en construcción?	109
4.2. Los eventos de diseño como mediadores de relaciones socio-barriales e identidad territorial	114
4.3. Pandemia, diseño y reactivación relacional en los barrios (2021–2025)	121
4.4. El rol de las tiendas físicas en la reactivación comunitaria	125
Conclusiones	131
Bibliografía	138

Introducción

En los entornos urbanos contemporáneos, las tiendas físicas pueden desempeñar un rol complejo: por un lado, actúan como catalizadoras de creatividad, circulación cultural y dinámicas simbólicas; por otro, si no logran integrarse adecuadamente a los procesos comunitarios, corren el riesgo de desvincularse del territorio y reproducir lógicas centradas exclusivamente en el consumo. Este fenómeno adquiere especial relevancia en espacios donde las relaciones socio-barriales son necesarias para la vida cotidiana, como ocurre en La Vicentina y La Floresta, sectores de Quito-Ecuador con un fuerte arraigo comunitario, reconocidos por su tradición artesanal, su dinamismo cultural y su estrecha conexión con el diseño local.

Esta investigación se propone analizar el papel que desempeña la tienda física de diseño *Over* ubicada entre ambos barrios en la construcción de una identidad territorial, entre los años 2021 y 2025. En este marco, el recorte temporal responde al contexto político-cultural del Ecuador, ya que, a nivel nacional, estos años estuvieron marcados por una transición de gobiernos, desde la presidencia de Guillermo Lasso (2021–2023), que impulsó una agenda de apertura económica y reformas legales en comunicación, hasta la llegada de Daniel Noboa en 2023, cuyo mandato ha buscado reforzar la seguridad, ampliar la cooperación internacional y abrir nuevos mercados para sectores productivos y creativos. Este período de transición no sólo reconfiguró la vida política del país, sino que también abrió posibilidades para las artes y el diseño, en coherencia con el mandato del artículo 21 de la Constitución del Ecuador (2008), que reconoce y garantiza los derechos culturales y la promoción de la creación artística.

En paralelo, en el ámbito cultural, se implementaron políticas relevantes como el Plan de Reactivación Cultural de Quito (2021–2023) que estableció ejes como el incentivo a la producción artística y la democratización de consumos interculturales (CLACSO, 2021); el Plan Sectorial de Cultura y Patrimonio 2021–2025, orientado a consolidar el Sistema Nacional de Cultura y a fortalecer las actividades artísticas (Ministerio de Cultura

y Patrimonio, 2021); y el Catálogo de Servicios Culturales de Pichincha (2024), que promovió formación y financiamiento para proyectos en artes visuales, música y performance (CCE Pichincha, 2024).

Estos programas respondieron al esfuerzo de gobiernos locales y nacionales por fortalecer la economía creativa y el sector cultural en una etapa de transición política y social. En este mismo período, Quito vivió un auge de espacios creativos y de diseño, con barrios como La Floresta y La Carolina, que si bien ya venían desarrollándose hace muchos años, con estos cambios lograron consolidarse como núcleos culturales (Condé Nast Traveler, 2021). Este clima de dinamismo cultural coincidió con el nacimiento de *Over* como proyecto en 2021, su inauguración en 2024 y su inicio de desarrollo en 2025.

El estudio parte de la premisa que las relaciones socio barriales son esenciales para la construcción de comunidades urbanas cohesionadas, especialmente ante las transformaciones impuestas por la globalización y la digitalización. El barrio, entendido como unidad socio económica primaria y como espacio simbólico, ha sido históricamente un lugar de memorias compartidas, prácticas cotidianas y vínculos afectivos. Autores como García (2001) y López (2010) destacan el rol de la convivencia barrial como base para la construcción de identidades colectivas y la armonía social. En palabras de Muxí (2017), transformar estos espacios en lugares de convivencia y aprendizaje en libertad, representa uno de los grandes desafíos contemporáneos, especialmente en contextos marcados por la fragmentación social y la pérdida de sentido comunitario. La revitalización del barrio como espacio de encuentro cobra entonces una importancia crucial para la consolidación de comunidades más integradas, resilientes y cohesionadas frente a los desafíos de la globalización.

En esta perspectiva, las relaciones socio barriales incluyen desde la cooperación entre actores locales y las redes de apoyo mutuo, hasta las dinámicas culturales, afectivas e identitarias que dan forma al tejido social barrial. Son interacciones cotidianas entre

vecinos, comercios, organizaciones e instituciones que, en conjunto, permiten configurar el sentido de pertenencia e identidad local.

En este entramado barrial, la tienda de barrio se configura como un elemento clave de interacción social. Como señala Vaquero (2009), estos establecimientos no deben entenderse únicamente desde su función comercial, sino como productos culturales que combinan tres dimensiones esenciales, una materialidad física que los hace reconocibles, una carga simbólica que los identifica dentro del paisaje urbano y un imaginario social que los sitúa como puntos de encuentro comunitario. En esta línea, se ha propuesto también la generación de capital simbólico, entendido, según Bourdieu (2007), como el reconocimiento y legitimidad que una entidad alcanza dentro de un campo social mediante la acumulación de prestigio, redes y saberes.

La permanencia de estas tiendas físicas, como advierte Vaquero (2009), no se sostiene exclusivamente en el volumen de ventas, sino en su capacidad de integrarse a la vida cotidiana del barrio y en la fidelidad de sus clientes. Contrario a la creencia común, su competencia principal no son las grandes superficies comerciales, sino otras tiendas vecinas, lo cual subraya la importancia de su ubicación y del vínculo estrecho con la comunidad. Más allá de su dimensión económica, las tiendas de barrio permiten comprender la organización social del espacio urbano. Así lo menciona Klaus (2013) cuando afirma que la localización, muchas veces espontánea, en esquinas, media cuadra, frente a parques o cerca de universidades, responde a las dinámicas sociales del entorno más que a planes urbanísticos formales.

A pesar del auge del comercio digital, se observa un resurgimiento de las tiendas físicas como espacios que ofrecen experiencias sensoriales, culturales y sociales, más allá de la simple transacción comercial. Diversos estudios como el de Zorrilla (2002) han abordado aspectos como la interacción personalizada, la creación de confianza entre vendedores y clientes, y la experiencia multisensorial que fortalece el vínculo entre consumidores y espacios comerciales. Sin embargo, existe una laguna en el conocimiento

sobre cómo estos espacios, particularmente aquellos que promueven el diseño local, influyen en las relaciones barriales y en la configuración de redes comunitarias. La mayoría de los estudios sobre tiendas físicas tienden a centrarse en estrategias comerciales, dejando de lado su dimensión simbólica, social y afectiva en contextos urbanos específicos. Este vacío es particularmente relevante en ciudades como Quito, donde ciertos barrios han experimentado procesos de transformación cultural vinculados al auge de emprendimientos creativos. En este marco, no se ha investigado suficientemente cómo espacios como la tienda *Over* inciden en la vida cotidiana de los barrios, ni de qué manera participan positiva o críticamente en la construcción de vínculos comunitarios.

Desde el enfoque del *retailtainment* (Ritzer, 1999), se reconoce que muchas tiendas contemporáneas buscan ofrecer experiencias inmersivas que combinan consumo y entretenimiento. No obstante, poco se ha explorado cómo estos espacios pueden convertirse en lugares significativos en términos antropológicos y sociales, en línea con lo que plantea Augé (1993) al señalar que un espacio deviene lugar cuando genera vínculos identitarios y memorias compartidas. Para el autor, la diferencia entre un lugar y un no lugar radica en su capacidad para articular relaciones, historia e identidad, mientras los no lugares privilegian el tránsito anónimo y la funcionalidad, los lugares condensan experiencias de pertenencia, memoria y reconocimiento colectivo.

De este modo, analizar las tiendas físicas implica preguntarse si permanecen en la lógica del no lugar, centrada en la inmediatez del consumo, o si logran configurarse como verdaderos espacios de encuentro comunitario, donde lo simbólico y lo relacional adquieren centralidad. Este aspecto simbólico, clave para comprender el papel de las tiendas físicas dentro de los tejidos urbanos, aún no ha sido abordado con profundidad en el caso de Quito, ni en relación con su impacto barrial. La presente investigación busca cubrir esa laguna, mediante el estudio del caso de la tienda *Over*, (ver figura. 49) ubicada entre los barrios La Floresta y La Vicentina (ver figura. 33) dos sectores que, tras décadas de transformación, han consolidado una escena cultural y creativa activa. Si bien se

reconoce que el diseño ha sido un factor dinamizador, no se ha analizado cómo una tienda física de diseño puede influir en las relaciones sociales, simbólicas y comunitarias que se tejen a nivel barrial, ni cuál es su rol en los procesos de integración o desplazamiento sociocultural en estos contextos.

Uno de los aspectos centrales de esta investigación es comprender cómo una tienda por medio de sus actividades de diseño puede configurar relaciones socio barriales e identidad territorial. En el caso de *Over*, su ubicación en la intersección de dos barrios con fuerte arraigo cultural plantea preguntas clave sobre su papel en la activación o resignificación de prácticas comunitarias, costumbres barriales e imaginarios locales. Aunque estos territorios han estado marcados históricamente por la creatividad y la producción artesanal, existe escaso conocimiento sobre cómo los espacios comerciales vinculados al diseño pueden reconocer, dialogar o integrarse activamente con ese capital simbólico ya existente.

La tienda surge como una iniciativa del Instituto Superior Tecnológico Metropolitano de Diseño (ver figuras.47-48), una institución educativa con más de cuatro décadas de presencia en el sector. Si bien este instituto ha sido un actor importante en la consolidación de una identidad local vinculada al diseño, su carácter privado ha limitado su interacción con la comunidad barrial. El desconocimiento o distanciamiento entre la comunidad educativa y los habitantes ha impedido una apropiación mutua del territorio, y aquí es donde la tienda introduce una dimensión novedosa. Aunque fue concebida para satisfacer las necesidades de estudiantes y profesionales del diseño, su evolución ha ampliado su alcance hacia una propuesta multifuncional dentro del impacto comunitario.

Actualmente, *Over* articula tres espacios, una galería que promueve la cultura del diseño, una tienda especializada con productos orientados al trabajo creativo y una cafetería que propicia la sociabilidad. Los estudios previos no han indagado cómo esta configuración espacial incide en la generación de vínculos sociales ni qué tipo de relaciones barriales estimula o transforma, lo que constituye el eje problemático de esta investigación.

Estos espacios están concebidos para proporcionar una experiencia integral de diseño desde la inspiración hasta la adquisición de productos, la creación, el conocimiento y las relaciones socio barriales. (Over, 2024).

De este modo, Over busca crear y profundizar en experiencias que fomenten la interacción entre los consumidores, incluyendo la organización de talleres, ferias y exposiciones. Lo que desea es promover encuentros que generen dinámicas sociales sobre diseño en conjunto con las personas que habitan en estos barrios, fomentando la comunidad de diseñadores en un ambiente de intercambio de ideas y colaboración.

Este planteamiento contrasta con las realidades impuestas por la globalización, la que ha transformado profundamente las formas de interacción social, desplazando los vínculos físicos y emocionales hacia plataformas digitales. Así lo menciona Bauman (1998) cuando afirma que la globalización se basa en el desplazamiento de los vínculos tradicionales que existían entre las personas, las naciones y los territorios. El espacio global permite que las relaciones ya no estén sujetas a las limitaciones geográficas o políticas. Este fenómeno ha provocado una creciente desconexión entre los individuos, incluso dentro de una misma comunidad, debilitando los lazos barriales y afectando el sentido de pertenencia territorial.

La aceleración de la vida urbana contemporánea, atravesada por procesos de individualización y mediación tecnológica, ha sido identificada por diversos autores como un factor que debilita las redes de relaciones sociales tradicionales (Sennett, 2012). En este contexto, algunos enfoques proponen recuperar la noción del territorio no solo como una entidad física, sino como un espacio simbólico y afectivo. Según Flores (2017), el territorio puede entenderse como un sistema complejo compuesto por subsistemas naturales, sociales y económicos, en el que se inscriben memorias colectivas y procesos de cohesión cultural. A partir de esta mirada, el territorio es dinámico, y se reconfigura constantemente a través de las interacciones sociales y emocionales que se dan entre sus habitantes. Aguirre (2021), por su parte, subraya que tales interacciones generan

significados simbólicos y afectivos que inciden en la construcción de identidades territoriales tanto individuales como colectivas.

Desde esta perspectiva, resulta relevante explorar cómo ciertos espacios comerciales, como el caso de la tienda *Over*, pueden insertarse en ese entramado de significados territoriales. La tienda ha sido concebida como un espacio donde se busca articular lo comercial con lo cultural. La identidad territorial, entonces emerge de la interacción entre estos elementos, configurándose como una construcción cultural enraizada en el lugar. Haesbaert en Juárez (2018) subraya que el desarrollo local no se fundamenta sólo en factores externos, sino en el propio territorio, sustentado en valores, normas y la organización comunitaria. Salazar (2016) refuerza esta idea al señalar que las sociedades locales operan como sistemas autónomos de producción de riqueza, guiados por la identidad colectiva de sus habitantes. Así el territorio no es un receptor pasivo del desarrollo, sino un agente activo que impulsa procesos sociales, económicos y culturales. A partir de esta problemática, la pregunta guía es ¿cómo las actividades de diseño (talleres, ferias y exposiciones) realizadas en la tienda física *Over* entre 2021 y 2025 han incidido en las relaciones socio barriales y la identidad territorial de los barrios La Vicentina y La Floresta (Quito-Ecuador)?

Para abordar dicha problemática, se propone como objetivo general analizar cómo la tienda física de diseño *Over* incide en las relaciones socio barriales y la identidad territorial en los barrios La Vicentina y La Floresta, a través de la articulación entre lo comercial y lo comunitario por medio de las actividades de diseño como ferias, exposiciones y talleres.

Desde esta perspectiva, como primer objetivo específico se busca describir y clasificar las relaciones socio barriales y las identidades territoriales de los barrios de La Vicentina y La Floresta en los que se inserta la tienda física *Over*. En segundo lugar, se busca identificar los mecanismos de articulación entre el ámbito comercial y comunitario que promueve la tienda física *Over* y el diseño en los barrios mencionados. Y, en tercer lugar, se busca

evidenciar el aporte de *Over* y su cultura de diseño en la conservación, transformación y proyección de los barrios de La Vicentina y Floresta.

La hipótesis de la investigación postula que la tienda física de diseño *Over* incide en las relaciones socio barriales y la identidad territorial en los barrios La Vicentina y La Floresta, al articular lo comercial y lo comunitario, mediante la visibilidad del diseño y generación de actividades de encuentro por medio de talleres y ferias. Al promover acciones y activaciones culturales, impulsa el protagonismo del diseño como agente dinamizador de las relaciones sociales y favorece la reactivación económica y el desarrollo local. De este modo, se configura un círculo virtuoso en el que la tienda, el diseño, la propuesta cultural y las actividades comerciales se integran y retroalimentan mutuamente.

El trabajo se inserta en la línea de investigación Creatividad, Emoción y Espacio, ya que el mismo se centra en el estudio de cómo los procesos de diseño incorporan experiencias estéticas, emocionales y sensoriales en la construcción del espacio. Desde una perspectiva fenomenológica, el espacio no se entiende únicamente como una estructura física o material, sino como una experiencia vivida que se aprehende a través de los sentidos y las emociones. Bajo esta mirada, el diseño proyectual adquiere una dimensión humanizada e integradora, ya que no sólo organiza formas y funciones, sino que también configura atmósferas, genera significados y establece vínculos entre las personas y su entorno. Esta línea busca profundizar en la capacidad del diseño para crear experiencias sensibles que refuercen la memoria, la identidad y la pertenencia, así como para abrir diálogos interdisciplinarios con campos como la filosofía, la psicología y la pedagogía, que aportan a la comprensión del habitar y de la creatividad como fenómenos sociales y culturales.

La investigación se articula con esta línea porque aborda cómo un espacio de diseño, la tienda física *Over*, se convierte en un escenario donde la creatividad y la emoción median las relaciones sociales y territoriales. A través de prácticas como talleres, ferias y actividades de encuentro, muestra cómo el diseño no se limita a su dimensión comercial o

funcional, sino que produce experiencias. De este modo, el estudio se inscribe en los objetivos de la línea al evidenciar cómo la práctica proyectual genera experiencias estéticas, emocionales y comunitarias que transforman el espacio en un mediador cultural y social.

El estado del arte recoge investigaciones relevantes que permiten contextualizar y fundamentar el estudio sobre cómo una tienda física de diseño, como *Over*, puede consolidar relaciones socio-barriales e identidad territorial en los barrios La Vicentina y La Floresta, articulando lo comercial y lo comunitario mediante el diseño. Para ello, se analizan estudios que abordan experiencias comparables, organizados en torno a tres líneas: las relaciones socio barriales; la construcción de identidades territoriales en barrios urbanos culturales; y las tiendas físicas como espacios de encuentro y mediación comunitaria por medio de talleres y ferias dedicadas a diferentes áreas del diseño.

Diversas investigaciones han mostrado que los comercios de barrio, más allá de su rol económico, operan como espacios de interacción cotidiana, construcción de vínculos afectivos y fortalecimiento de la vida comunitaria. Gómez y Martínez (2012), por ejemplo, señalan cómo las tiendas de proximidad en barrios madrileños configuran rutas urbanas que promueven el encuentro vecinal, convirtiéndose en puntos donde se negocian constantemente las normas de convivencia entre lo privado y lo público.

Londoño (2018), al analizar más de 1500 negocios barriales en Medellín, destaca su papel como unidades económicas de escala reducida que, pese a operar muchas veces desde la informalidad, contribuyen a la generación de empleo familiar, la confianza vecinal y la construcción de redes de apoyo. Estos espacios, al favorecer la atención personalizada y la cercanía, consolidan su presencia en el entramado social del barrio. En América Latina, Morales (2017) identifica a los comercios populares como espacios que no sólo garantizan el acceso a bienes, sino que sostienen vínculos solidarios y afectivos que resisten los efectos de la exclusión social y la transformación urbana acelerada.

En el caso específico de Quito, Torres (2022) realiza un análisis profundo del movimiento barrial metropolitano como fenómeno histórico, político y cultural. Su estudio muestra cómo las luchas barriales surgieron en los márgenes urbanos como formas de apropiación del espacio y construcción comunitaria frente a la exclusión y la fragmentación urbana. A través de una periodización histórica, el autor explica el tránsito desde una organización vecinal basada en la cercanía tradicional hacia formas más complejas de subjetividad colectiva como el discurso poblacional y luego ciudadano que tensionan la manera en que los habitantes definen su pertenencia, su agencia política y sus vínculos afectivos con el territorio. Estas reflexiones resultan clave para comprender los antecedentes simbólicos y estructurales sobre los que se insertan prácticas actuales de articulación barrial, como las que podrían generarse en torno a espacios de mediación cultural y comercial como *Over*. En contextos como La Floresta y La Vicentina, estas tiendas pueden entenderse no sólo como espacios de consumo, sino como puntos de encuentro que dialogan con una historia barrial atravesada por disputas simbólicas, apropiaciones colectivas y tensiones entre inclusión e institucionalización.

A estos aportes se suma el estudio de Al-Homoud y Tassinary (2004), quienes analizan cómo el diseño del espacio físico residencial y las tiendas de barrio influyen en las relaciones vecinales. Mediante un análisis empírico, los autores concluyen que los marcadores territoriales como jardines y los espacios transicionales son determinantes para fomentar el soporte social entre vecinos. Estos componentes, más que elementos funcionales o estéticos, actúan como símbolos de apertura y disponibilidad, promoviendo el encuentro cotidiano, la confianza barrial y la construcción de identidad compartida. El estudio enfatiza que los espacios semi-públicos bien diseñados potencian la interacción espontánea y la pertenencia al barrio, aportando claves relevantes para pensar cómo los entornos contruidos median las relaciones sociales, haciendo que se genere confianza entre los habitantes ya que se sienten atraídos al espacio, al ser más abierto y señalizado, llamando así la atención de los consumidores

En una línea complementaria, Solórzano y Toro (2017) abordan las tiendas de barrio desde una mirada estética del habitar. Los autores destacan que estos espacios no deben entenderse únicamente como puntos de intercambio comercial, sino lejos de entenderlas solo como nodos comerciales, los autores las describen como dispositivos estético-éticos en los que se condensan formas de apropiación del espacio, relaciones de vecindad, memorias compartidas y prácticas identitarias. Estos lugares, que difícilmente se inscriben en mapas oficiales, emergen como escenarios híbridos, entre lo público y lo privado, donde el lenguaje, el humor, la confianza y la repetición de actos cotidianos como conversar, saludarse y en ocasiones compartir elementos entre ellos, sedimentan una forma de territorialidad barrial basada en la coexistencia, en donde las relaciones entre los habitantes son lo que generan un arraigo al espacio en donde habitan y se desarrollan.

En esta línea, se destaca la importancia de los marcajes espaciales, mostradores, nombres creativos, objetos expuestos en las aceras, como expresiones del *habitus* barrial (Bourdieu, 2007), es decir, como formas de vida encarnadas en lo cotidiano. La tienda, entendida así, no sólo distribuye bienes, sino también sentidos, afectos y normas comunitarias no escritas. Su poder reside en articular una socialización no idealizada, basada en la cercanía, la confianza, el reconocimiento y la tradición. Esto permite ver a la tienda según los autores como un punto de la configuración simbólica del territorio urbano popular, y no simplemente como un espacio de consumo.

Este enfoque se ve ampliado por el estudio de Torres y Gómez (2022), quienes proponen una visión integral de la sociabilidad barrial al analizar las relaciones vecinales en contextos multiculturales, tomando como eje la experiencia del vecindario inmigrante en barrios españoles. Los autores identifican distintas formas de relación vecinal según su intensidad y composición, por un lado, los lazos fuertes, caracterizados por su estabilidad, confianza y ayuda mutua como los vínculos familiares o de amistad cercana; y por otro, los lazos débiles, aquellos vínculos superficiales pero cotidianos como un saludo diario, un intercambio en una tienda o el uso compartido del espacio público.

Si bien estos últimos suelen parecer insignificantes, su repetición en el tiempo genera un entorno de familiaridad, seguridad y pertenencia. En contextos de alta diversidad, estos lazos débiles pueden funcionar como puentes entre grupos sociales distintos, ayudando a disminuir prejuicios y a normalizar la diferencia cultural.

Asimismo, Torres y Gómez (2022) diferencian entre relaciones endogrupo entre personas del mismo origen o cultura y exogrupo, entre personas de distintos orígenes, proponiendo que la convivencia barrial no se basa únicamente en grandes actos de participación formal, sino también en la acumulación de interacciones cotidianas que configuran el ambiente relacional del barrio. En este sentido, los comercios de proximidad como las tiendas, los cafés o los parques operan como espacios de sociabilidad significativa, donde se establecen rutinas que contribuyen a la cohesión comunitaria o, en su defecto, pueden acentuar tensiones y mecanismos de exclusión.

Para estos autores, la participación vecinal informal, es decir, la implicación cotidiana en la vida del barrio sin necesidad de integrarse a organizaciones o asociaciones es fundamental para entender cómo se construye la convivencia. Este tipo de participación como conversar en la tienda o asistir a una feria muchas veces precede y posibilita formas más estructuradas de involucramiento comunitario.

En esta misma línea, resulta pertinente incorporar los aportes de investigaciones recientes sobre el apego al lugar como dimensión clave en la configuración de vínculos socio-barriales. Estudios desarrollados en Quito han demostrado que el apego al barrio, entendido como una conexión emocional y funcional con el entorno, influye directamente en la participación ciudadana, la apropiación del espacio público y la cohesión comunitaria (Berroeta et al., 2020; Cabrera-Barona et al., 2022). Estos trabajos, desarrollados desde enfoques cuantitativos y socioespaciales, han identificado cómo factores como el orgullo barrial, la intención de permanencia, la tenencia de la vivienda y la vivencia cotidiana inciden en el sentido de pertenencia y la disposición a involucrarse en procesos colectivos de mejora urbana. En particular, la investigación de Berroeta y colaboradores (2020) en

Quito y Valparaíso evidencia que los barrios consolidados con reconocimiento patrimonial presentan mayores niveles de apego y participación que aquellos con menor consolidación. Asimismo, Cabrera-Barona et al. (2022) identifican que durante la pandemia emergieron emociones como la tristeza, la esperanza y la preocupación ligadas al uso del espacio público, lo cual demuestra la dimensión afectiva de los territorios habitados.

Estos enfoques permiten suponer el rol que podría tener Over en su entorno, si bien no comparte las condiciones de informalidad ni la escala de los negocios populares tradicionales, sí se inserta en una lógica barrial que le exige establecer relaciones con sus habitantes más allá del intercambio comercial. La tienda, en tanto espacio físico con programación cultural activa, como ferias o talleres, se convierte en una plataforma potencial para observar cómo el diseño puede mediar procesos de vinculación social. Sin embargo, más que idealizar su impacto, se vuelve relevante investigar si estas iniciativas logran generar relaciones estables, sostenidas y compartidas con el entorno, o si su alcance queda limitado a audiencias específicas y a dinámicas más cercanas al consumo simbólico que a la construcción comunitaria.

Paralelamente, los procesos de construcción de identidad territorial han sido abordados desde enfoques que entienden al espacio urbano como una dimensión simbólica resignificada por medio de prácticas sociales, memorias colectivas y afectos. Decándido, Ferrero y Truccone (2009) proponen comprender la identidad territorial como una producción de sentido dinámica, atravesada por la experiencia de los sujetos en su ubicación social y espacial. Destacan que estas identidades no son homogéneas ni estables, sino que se configuran mediante discursos, recorridos y usos materiales del espacio que los habitantes activan día a día. En esta misma línea, Gravano (2003) plantea que la homogeneidad, la heterogeneidad y la identificación funcionan como dimensiones complementarias que permiten entender cómo se constituyen los territorios simbólicamente. Aunque estos estudios no abordan el papel del comercio o del diseño como agentes identitarios, ofrecen una base conceptual para analizar cómo espacios como

Over, ubicados en barrios con fuerte carga cultural, podrían intervenir en la producción simbólica del lugar, ya sea reproduciendo discursos existentes o generando tensiones con las memorias barriales.

En esta línea, Mejía (2018) sostiene que el barrio opera como un espacio el que el sentido de pertenencia se ancla en la memoria colectiva, la historia compartida y las dinámicas cotidianas. Este vínculo afectivo se expresa en frases como “mi barrio” o “nuestro barrio”, que reflejan una apropiación emocional del territorio. En el caso de La Floresta y La Vicentina, comúnmente reconocidos como “barrios de diseño” según Lalama (2008), este sentido de pertenencia se nutre de una vida cultural activa y de una comunidad que ha hecho del diseño una forma de vida; puesto que, si bien ambos barrios conservan su carácter residencial, han evolucionado como escenarios de dinamismo cultural, gracias a sus diferentes emprendimientos de diseño.

Fruto de esto, en 2021 los barrios de La Floresta y La Vicentina fueron declarados Patrimonio Cultural Nacional de Bienes Inmuebles del Ecuador por el Ministerio de Cultura y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) (ver figura. 25.). Este reconocimiento legitima la importancia histórica de estos territorios, y pone en valor el rol en la construcción de una identidad centrada en el arte, el diseño y la educación superior. Sin embargo, el análisis no profundiza en el papel específico de los comercios como agentes de transformación, lo cual permite justificar la pertinencia de observar cómo una tienda como Over se inserta o no en estas dinámicas identitarias. A su vez, Castillo (2002), al explorar el barrio en México, introduce las nociones de “barrio chico” y “barrio grande” para distinguir entre apropiaciones inmediatas y simbólicas del territorio, destacando que la vida cotidiana es el lugar donde se reconfiguran las estructuras culturales. Esta perspectiva resulta útil para analizar cómo un espacio comercial que incorpora lenguajes del diseño puede, a la vez, articular relaciones vecinales, activar memorias locales y, también, reproducir lógicas de exclusión cultural.

Desde una mirada más local, Figueroa (2016) analiza prácticas comunitarias como las mingas, las ferias barriales y otras formas de interacción cotidiana en La Floresta, observando cómo estas acciones colectivas permiten no solo el uso productivo del espacio público, sino también su apropiación simbólica, afectiva e intergeneracional. Su investigación muestra que la identidad barrial no se construye únicamente desde discursos abstractos, sino desde prácticas concretas como la limpieza compartida de las veredas, la organización de eventos festivos o la solidaridad entre vecinos, que transforman el entorno urbano en un lugar vivo y con memoria. El autor señala cómo, frente a la llegada de habitantes nuevos y a las presiones del mercado inmobiliario y la mercantilización cultural, algunos residentes ejercen formas de resistencia simbólica y social que buscan preservar el carácter comunitario del barrio. Estas tensiones se manifiestan en la polarización entre antiguos y nuevos habitantes, pero también en la coexistencia de dinámicas tradicionales y emergentes que reconfiguran el tejido barrial.

Por su parte, la propuesta de Cristina Herrera (2023) permite conocer que la identidad territorial no es una adscripción fija, sino un proceso vivo que se configura desde el cruce entre prácticas sociales, memorias y relaciones simbólicas. La autora sugiere que los espacios urbanos, incluyendo tiendas y galerías, pueden operar como mediadores entre lo patrimonial y lo contemporáneo, lo colectivo y lo cotidiano. En este sentido, el estudio de *Over* se vuelve relevante no por su capacidad de representar al barrio, sino por su potencial de activar, o disputar, procesos simbólicos en un contexto de fuerte densidad cultural como La Floresta.

La tienda debe ser observada entonces no como un modelo a replicar, sino como un caso que permite problematizar el rol del diseño y el comercio especializado en la configuración de relaciones sociales y territoriales. Estas investigaciones, aunque no analizan de forma directa tiendas físicas de diseño, aportan herramientas comparativas fundamentales para explorar cómo *Over*, desde su ubicación y prácticas, puede contribuir o entrar en tensión con los procesos de identidad barrial y vida comunitaria en La Floresta

y La Vicentina. En donde se busca no sólo identificar sus aportes, sino también sus límites como actor dentro de un ecosistema urbano y simbólico en transformación.

En lo que respecta al diseño como práctica social y comunitaria, algunos autores han explorado cómo este puede funcionar como herramienta para la activación ciudadana, el fortalecimiento de redes y la producción de sentidos compartidos. Manzini (2015) estudia distintos proyectos de diseño social en Europa y destaca su capacidad para activar procesos colaborativos y fomentar la cohesión comunitaria, al generar espacios donde las personas no solo consumen, sino que también participan, co-crean y se expresan. A partir de su experiencia como coordinador de la red internacional DESIS (*Design for Social Innovation and Sustainability*), Manzini plantea que el diseño debe acompañar procesos sociales más amplios, como la transición hacia formas de vida sostenibles, resilientes y culturalmente diversas. Para ello, propone un enfoque donde el diseño difuso (realizado por cualquier actor social) y el diseño experto (realizado por profesionales) se entrelazan en prácticas colaborativas que permitan experimentar, replicar y conectar iniciativas locales con impacto colectivo.

Esta perspectiva es relevante para *Over*, en tanto se configura como un espacio que permite experimentar con nuevas formas de habitar y consumir en comunidad, vinculando diseño, vida cotidiana y construcción de territorio. Manzini también señala que los espacios donde ocurren estas experiencias como ferias, talleres o tiendas son nodos en los que se ensayan nuevas ecologías de relación, bienestar y producción Manzini (2015). En ese sentido, *Over* podría analizarse no sólo como una tienda de diseño, sino como un espacio desde el cual se podrían generar prácticas de colaboración, memorias compartidas y sentidos simbólicos anclados en el barrio. Así, no sólo se limitaría a ofrecer bienes materiales, sino que se proyecta como un generador de vínculos sociales sostenibles y como parte de una red de actores que actúan frente a las transformaciones urbanas desde una lógica más inclusiva y de relaciones sociales.

A esto se suman estudios recientes como los de Nilsson (2023) y Skydropx (2023), que analizan la revalorización de las tiendas físicas en un contexto de creciente digitalización global. Estos autores conceptualizan dichos espacios como socio lugares, es decir, entornos donde la interacción trasciende la lógica de la transacción para convertirse en una experiencia cultural, afectiva y sensorial. Su valor radica en la capacidad de generar vínculos significativos entre los consumidores y el entorno físico, articulando sentidos de pertenencia, fidelización emocional y comunidad. En este marco, el comercio físico adquiere un carácter estratégico, ya que se convierte en espacios de conexión entre narrativas compartidas, valores simbólicos y relaciones interpersonales. Esta perspectiva resulta especialmente pertinente para pensar la experiencia de *Over*, que no se limita a la venta de objetos, sino que propone un enfoque de *design experience* orientado a consolidar relaciones de confianza.

Las relaciones que se generan en torno a las tiendas físicas remiten a las denominadas “relaciones primarias”, conceptualizadas por Cooley y Merton (2016), las cuales operan como espacios de seguridad simbólica frente a la impersonalidad del consumo masivo. A diferencia de los vínculos efímeros propios de las dinámicas comerciales tradicionales, la interacción con el comercio local se transforma en un proceso afectivo continuo, en el que la identidad y la lealtad del consumidor se construyen mediante la experiencia compartida. En esta línea, Sashi (2012) sostiene que el compromiso emocional del cliente convierte el acto de compra en una relación significativa, capaz de generar efectos duraderos sobre la conducta y la fidelización. Esta transformación del acto comercial en un espacio de vínculo social encuentra un marco teórico relevante en la noción de tercer lugar, desarrollada por Oldenburg (1999) y retomada por Alonso (2023), quienes entienden estos espacios como ámbitos intermedios entre el hogar y el trabajo, donde se fomenta la convivencia, el diálogo y el aprendizaje informal. Desde esta perspectiva, las tiendas físicas no sólo ofrecen productos, sino que actúan como espacios de articulación social y cultural, donde confluyen actores diversos clientes, vecinos,

estudiantes, diseñadores y se producen interacciones significativas que inciden en los modos de habitar el territorio.

Esta conceptualización se ve enriquecida por el estudio etnográfico de Steigemann (2019) sobre calles comerciales en Berlín, donde negocios como cafés, floristerías o farmacias son analizados como escenarios de sociabilidad cotidiana. Basándose tanto en el concepto de *third place* como en los aportes de Goffman y Lofland, la autora argumenta que estos espacios configuran verdaderos ballets sociales, donde clientes, empleados y propietarios desempeñan roles que producen sentidos de pertenencia o exclusión simbólica, mediadas por normas implícitas, diseño del espacio y prácticas afectivas. Aunque el ideal de neutralidad propuesto por Oldenburg se matiza, estas investigaciones evidencian que, bajo ciertas condiciones, los terceros lugares pueden nivelar diferencias sociales y fomentar el arraigo comunitario.

Desde este marco, resulta clave comprender cómo tiendas como *Over* pueden operar como plataformas de mediación comunitaria, en las que lo comercial se entrelaza con dinámicas simbólicas, afectivas y territoriales. Complementariamente, desde una mirada que articula experiencia, memoria y fidelización, resulta pertinente considerar el pensamiento de Edgar Morin (2008), quien plantea que las tiendas actuales no solo buscan captar consumidores, sino que construyen vínculos a través del reconocimiento mutuo y la activación de memorias colectivas, muchas veces expresadas en productos, eventos culturales o prácticas comunitarias. Esta reflexión aporta un marco conceptual desde el cual pensar a *Over* como un espacio que trasciende su dimensión comercial y se abre a nuevas formas de integración social y cultural, consolidándose como una red relacional y simbólica que fortalece la vida barrial y las prácticas del diseño.

Un ejemplo local que permite observar la articulación entre comercio, diseño y comunidad en el contexto de Quito es el caso de la tienda de diseño *La Imaginativa* (2025), ubicada en el barrio de La Floresta. Esta iniciativa ha configurado un showroom permanente que alberga más de cincuenta marcas ecuatorianas, abarcando diversas

categorías como artículos para el hogar, vestimenta, accesorios, mercancía artística y productos para mascotas. Su propuesta según mencionan sus creadoras Pía Vela y María José Ramos, se orienta a la difusión del trabajo de diseñadores nacionales, buscando generar reconocimiento y valoración del diseño local por parte de la comunidad. Uno de los aspectos destacados de esta tienda es la relación afectiva que se establece entre los consumidores y los emprendedores, dado que en muchos casos existen vínculos de cercanía, amistad o parentesco, lo cual refuerza el sentido de pertenencia y la identificación con el producto y su creador.

Además de su función comercial, *La Imaginativa* (2025) (ver figura.43) se posiciona como un espacio de encuentro social a través de actividades culturales participativas, como talleres de pintura de tazas o bolsos. Estas prácticas permiten activar relaciones vecinales, propiciar la apropiación simbólica del espacio y fortalecer los lazos entre los visitantes y la comunidad. En este sentido, el caso de *La Imaginativa* resulta relevante para la presente investigación, ya que ofrece un antecedente concreto sobre cómo una tienda física de diseño puede funcionar como un nodo de integración comunitaria, circulación cultural y visibilización del diseño local. Su análisis permite ampliar la comprensión sobre las posibilidades que otros espacios similares, como la tienda *Over*, podrían tener en la configuración de vínculos socio barriales y en los procesos de resignificación territorial en barrios como La Floresta y La Vicentina.

La investigación se enmarca en un paradigma interpretativo-constructivista con un enfoque socioespacial y cultural que concibe al territorio barrio como una construcción simbólica, emocional y material producida por las prácticas, memorias y relaciones cotidianas. Desde esta perspectiva, se integran los niveles micro y macro, articulando experiencias individuales y estructuras colectivas como el capital simbólico y cultural, y se rechaza una visión técnica del espacio. Habitar, narrar y significar se entienden, así, como actos que configuran la pertenencia y la producción social del territorio. El marco teórico se apoya en los aportes de Pierre Bourdieu, especialmente en los conceptos de *habitus*,

capital simbólico y capital cultural que permiten comprender la reproducción de prácticas sociales y la legitimación de valores dentro del contexto barrial.

Estos se complementan con las nociones de memoria barrial (Thomas, 2006), territorio como constructo social emocional (Aguirre, 2012;) e identidad cultural/local (Molano, 2007;), entendida como el nexo entre prácticas, representaciones y símbolos que fortalecen el sentido de pertenencia. También se retoma la idea del tercer lugar (Oldenburg, 1997), que reconoce en tiendas, cafés y parques catalizadores de interacción y cohesión social.

Desde esta mirada, las tiendas físicas de diseño se entienden como socio lugares que articulan lo material y lo simbólico, superando su función comercial para convertirse en mediadores culturales donde convergen comunidad, comercio y creatividad. Este enfoque permite además abordar el equilibrio global-local (Porrúa, 2014) que explica cómo las culturas territoriales se afirman y transforman en contextos de globalización, resistiendo a la homogeneización y generando nuevas formas de identidad.

Metodológicamente, el estudio adopta una estrategia cualitativa de corte interpretativo y alcance explicativo, basado en la triangulación de fuentes. Se desarrollan tres fases: una exploratoria, centrada en el mapeo de actores, revisión documental y observación de campo; una analítica, abocada a la realización de entrevistas a dirigentes barriales, diseñadores locales y habitantes, además de encuestas y observación en talleres y ferias; y una interpretativa en la que se desarrolla la codificación de resultados en torno a tres variables: el rol del diseño en las relaciones sociales, su influencia en la identidad territorial y su función mediadora entre lo comercial y lo comunitario. Esta estrategia busca comprender cómo el diseño contribuye a la producción social del espacio, al fortalecimiento de vínculos comunitarios y a la consolidación de identidades barriales.

El desarrollo se organiza en cuatro capítulos interrelacionados. El primero aborda el barrio como hábitat socialmente producido, donde prácticas cotidianas, memorias e imaginarios configuran pertenencia e identidad a partir de la vecindad (ayuda diaria) y la

barrialidad (referentes simbólicos). Explica cómo la cohesión surge de la combinación entre lazos fuertes y lazos débiles, mediada por redes y agentes puente. Analiza tensiones entre políticas “desde arriba” y apropiaciones “desde abajo”, y compara capitales simbólicos de los espacios estudiados: La Floresta, vinculada al prestigio cultural y creativo; y La Vicentina, al arraigo y la solidaridad vecinal.

El segundo capítulo examina las tiendas físicas de diseño como espacios de mediación cultural y social que superan su función comercial al transformarse en escenarios de encuentro y aprendizaje. A partir de los conceptos de socio lugar y tercer lugar, se argumenta que estos espacios fortalecen la identidad territorial y fomentan la participación ciudadana mediante ferias, talleres y exposiciones que funcionan como dispositivos de mediación simbólica. Desde la lectura de Bourdieu, las tiendas se analizan como plataformas de legitimación del diseño local y de acumulación de capital cultural y simbólico. Ejemplos de este tipo ubicados en Quito evidencian cómo el diseño dinamiza la economía creativa y contribuye a la reconfiguración de las identidades socio barriales.

El tercer capítulo analiza el papel de la tienda de diseño *Over* en la vida barrial de La Floresta y La Vicentina. A través de entrevistas, encuestas, análisis documental y observación, se demuestra que *Over*, apoyada en el Instituto Metropolitano de Diseño, funciona como puente entre la academia y la comunidad. Sus ferias, talleres y exposiciones visibilizan el diseño local y fortalecen la cohesión social, aunque persiste el reto de ampliar su alcance más allá del ámbito académico y consolidarse como un referente sostenido de convivencia e identidad territorial.

Finalmente, el capítulo cuatro profundiza en cómo la tienda de diseño *Over* incide en la vida barrial al convertirse en un espacio donde el diseño actúa como mediador entre comercio, cultura y comunidad. A partir de los hallazgos previos, se analiza cómo las ferias, talleres y exposiciones impulsadas por la tienda generan nuevas formas de participación y pertenencia, convirtiendo a los consumidores en actores sociales activos. *Over* se consolida, así, como un punto de encuentro que articula vínculos entre vecinos,

diseñadores y estudiantes, reforzando la identidad territorial y fomentando el aprendizaje colectivo. El capítulo demuestra que el diseño no sólo produce objetos, sino también relaciones y sentidos compartidos que reconfiguran lo común y fortalecen el tejido social en los barrios de La Floresta y La Vicentina.

A pesar del creciente interés por los vínculos entre comercio, identidad y comunidad, no se han identificado investigaciones que analicen específicamente el caso de una tienda de diseño que articule lo comercial con lo comunitario desde una perspectiva territorial situada en el contexto ecuatoriano. Tampoco se ha documentado cómo estos espacios pueden activar procesos de construcción identitaria mediante el diseño, el aprendizaje colectivo y la participación cultural.

La presente tesis busca contribuir a este vacío mediante el análisis del caso de *Over* concebida como una experiencia situada que combina comercio, cultura y comunidad en la construcción de nuevas territorialidades urbanas. Asimismo, se desea aportar como hallazgo o contribución que la tienda genera conocimiento sobre el diseño entendido como proceso, práctica y gestión, permitiendo comprender cómo éste se articula con dinámicas empresariales y comunitarias.

Finalmente, la investigación pone en evidencia la capacidad del diseño para tejer relaciones entre empresa y sociedad, mostrando cómo un espacio comercial puede propiciar reconfiguraciones identitarias y culturales que enriquecen la comprensión del territorio y demuestran el potencial del diseño para generar conexiones y articulaciones sociales que fortalecen la disciplina y su práctica profesional.

Capítulo 1. Relaciones socio barriales e identidad territorial

Este capítulo examina las relaciones socio barriales y la identidad territorial en barrios tradicionales e identitarios, entendiendo que el barrio no es sólo un espacio físico, sino un hábitat producido socialmente donde se entrelazan prácticas cotidianas, memorias colectivas y vínculos culturales que sostienen el sentido de pertenencia. Se plantea que la vida barrial se articula tanto en la vecindad, basada en la proximidad y la ayuda cotidiana, como en la barrialidad, que reúne referentes más amplios de carácter material y simbólico. Estas formas de relación no solo estructuran la convivencia, sino que también configuran identidades que resisten, se adaptan y se transforman frente a los cambios urbanos.

En este marco, los lazos fuertes, asociados al cuidado y la solidaridad, se complementan con los lazos débiles, que amplían horizontes y generan acceso a nuevas oportunidades. Cuando ambos tipos de vínculos se articulan mediante reglas de respeto, reciprocidad y agentes que median entre distintos grupos, los contactos cotidianos se convierten en vínculos significativos que fortalecen la cohesión social y aumentan la capacidad colectiva de acción. Así, la convivencia se vuelve un recurso comunitario que sostiene el bienestar y la resiliencia barrial.

El capítulo también aborda el barrio como espacio vivido y simbólico, atravesado por tensiones entre políticas institucionales y prácticas de reapropiación desde abajo. A través de los casos de La Floresta y La Vicentina, se analizan trayectorias históricas, memorias, capital simbólico y procesos de transformación urbana que han configurado identidades singulares. Este capítulo subraya el rol del diseño como mediador entre cultura, comunidad y gestión, capaz de generar vínculos, promover innovación social y contribuir al desarrollo sostenible. El diseño se entiende aquí como motor de cambio que fortalece la identidad territorial y la cohesión comunitaria en los barrios.

1.1. Identidades culturales y territorio

Las relaciones socio barriales constituyen un entramado vital en la vida de los barrios, pues se construyen y reproducen cotidianamente mediante el uso compartido del espacio y la apropiación cultural del territorio. Estas relaciones, como sostiene Castillo (2002), no dependen únicamente de normativas institucionales, sino que emergen de la capacidad de los habitantes para generar códigos culturales propios que otorgan sentido a la vida colectiva y regulan la convivencia más allá de lo prescrito formalmente. En este marco, la vida cotidiana adquiere un poder organizador que se manifiesta en acuerdos implícitos, en prácticas solidarias y en la creación de referentes identitarios comunes que fortalecen el tejido social.

Molina (2020) distingue entre la vecindad y la barrialidad como niveles diferenciados de relación social. Mientras las relaciones vecinales se basan en la proximidad física, el intercambio frecuente y la ayuda mutua a escala de la cuadra o de calles adyacentes, la barrialidad articula un territorio más amplio sostenido en referentes materiales y simbólicos como plazas, escuelas, templos, rutas cotidianas o celebraciones comunitarias. Así, el barrio no es un mero soporte físico, sino un escenario simbólico en el que se desarrollan interacciones que generan pertenencia y memoria colectiva (Castillo, 2002). En este sentido, lo que ocurre a nivel macro, globalización, desigualdades estructurales y debilitamiento de derechos laborales, encuentra un eco en la escala barrial. En los barrios, la cohesión social se ve constantemente desafiada por transformaciones urbanas, inequidades y tensiones en la convivencia. Estas fracturas se expresan en la dificultad de sostener prácticas colectivas, en la debilidad de la participación vecinal cotidiana y en el reto de mantener vínculos de solidaridad frente a la presión de dinámicas externas como las políticas públicas, el mercado inmobiliario o la globalización cultural.

Desde una perspectiva antropológica, el barrio se comprende como una unidad socio espacial que, más allá de sus límites físicos, se configura como un entramado de

relaciones cotidianas, memorias compartidas y prácticas culturales situadas. Es un espacio habitado, transitado y resignificado por quienes lo viven, un territorio que condensa historias, experiencias y vínculos que se entretajan en la vida diaria. Como afirman Koldorf, Castro, y López (2008) “el territorio que se habita es el espacio que construye la gente. Son aquellos espacios habitados por sujetos sociales que los viven, los nombran, los recrean y los resignifican constantemente” (2008, p. 4).

A este enfoque se suma la mirada de Mendoza, Gutiérrez y Winfield (2013), quienes plantean que el barrio puede ser comprendido como un aula expandida, un lugar donde la convivencia y la participación comunitaria se transforman en oportunidades de aprendizaje ciudadano y de construcción crítica de la identidad colectiva. Bajo esta perspectiva, la barrialidad no sólo organiza la vida cotidiana, sino que también impulsa procesos formativos y de transformación social.

Sin embargo, los procesos de crecimiento urbano y la reconfiguración de los territorios modifican costumbres, recorridos y formas de habitar. Frente a ello, persisten prácticas y redes que sostienen la identidad colectiva y la cohesión social, entendida como la capacidad de una sociedad para mantenerse unida pese a desigualdades, tensiones y fragmentaciones (Mendoza, Gutiérrez, & Winfield, 2013). En este sentido, lo que ocurre a nivel macro, desigualdades estructurales, pérdida de derechos fundamentales o presiones de la globalización cultural, encuentra eco en la escala barrial. Allí, la cohesión se ve constantemente desafiada por transformaciones urbanas, inequidades y tensiones en la convivencia. Estas fracturas se expresan en la dificultad de sostener prácticas colectivas, en la debilitación de la participación vecinal cotidiana y en la necesidad de defender referentes culturales frente a dinámicas externas como las políticas públicas, el mercado inmobiliario o los procesos de gentrificación.

De este modo, el barrio se presenta como un espacio complejo y dinámico, ya que contiene memorias e identidades compartidas, pero también refleja los desafíos de la contemporaneidad urbana. Es un lugar en disputa, donde lo comunitario se enfrenta

constantemente a lo global, y donde la vida cotidiana se convierte en el escenario privilegiado para la construcción, resistencia y resignificación de la identidad cultural y territorial (Koldorf, Castro, & López, 2008).

1.1.1. Vínculos comunitarios, lazos fuertes y lazos débiles

Los lazos sociales Según Gómez y Verd (2013) pueden diferenciarse por su intensidad, frecuencia de contacto, confianza y reciprocidad. Los lazos fuertes suelen implicar cercanía afectiva, historia compartida y obligaciones mutuas; ofrecen apoyo emocional y sostén en situaciones críticas. Los lazos débiles, según el autor en cambio, conectan a personas con menor intimidad y contacto esporádico. Aunque parecen frágiles, cumplen una función decisiva: vinculan grupos sociales distintos y habilitan el acceso a información novedosa, oportunidades y recursos que difícilmente circulan en redes cerrada. Los lazos fuertes cohesionan, mientras que los débiles abren el campo relacional.

Este potencial de apertura explica por qué contextos cotidianos de convivencia como mercados, patios de comida, calles comerciales, transporte o parques, funcionan como micro-públicos donde emergen y se activan lazos débiles. En esos espacios se produce un roce ligero que, sin convertirse necesariamente en intimidad, sostiene intercambios útiles como información práctica, pequeños favores, recomendaciones, contactos laborales, o simples gestos de cortesía que en su acumulación generan confianza básica (Burt, 1992). La fuerza de estos lazos radica en su capacidad de conectar posiciones sociales, orígenes culturales y trayectorias distintas, permitiendo que el flujo de saberes y recursos rebase fronteras barriales o simbólicas. Desde esta perspectiva, la figura del agente puente, esa persona que presenta, traduce códigos, legitima la presencia de otros y activa conexión entre grupos, resulta clave para convertir una interacción esporádica en una relación social con efectos concretos. En términos de estructura de redes, ocupa posiciones de intermediación que salvan lo que denomina Burt (1992) como agujeros estructurales y potencian circulación y colaboración. El paso de un lazo débil a un

vínculo significativo requiere condiciones relacionales como cierta simetría en la interacción, metas compartidas, reglas de respeto y ciclos de reciprocidad que refuercen la confianza. Además, las mediaciones institucionales, como normas o asociaciones barriales, brindan marcos de cooperación que sostienen la relación; de lo contrario, el contacto puede quedar en la superficialidad o derivar en desconfianza y conflicto.

En barrios multiculturales como analizan Pérez y Crespo (2022), donde la diferencia étnica, lingüística o religiosa forma parte de la vida cotidiana, la categoría de vínculos significativos ayuda a describir relaciones que, aun sin ser profundas o duraderas, resultan valiosas para sostener la convivencia y el acceso a recursos. Estos vínculos se reconocen menos por la intensidad afectiva que por su capacidad de habilitar. Lo decisivo, como señalan Pérez y Crespo (2022) es el reconocimiento, es decir, que las personas sean vistas y tratadas como sujetos plenos y no como estereotipos, y que puedan relacionarse sin quedar encasilladas de modo reductivo. En ese sentido, un vínculo llega a ser significativo cuando produce experiencias de reconocimiento práctico, es decir ser escuchado, ser orientado, ser tomado en serio, y abre puertas concretas desde la invitación a participar en una actividad comunitaria hasta el dato que habilita una oportunidad laboral o de estudio.

Sin embargo, el camino hacia vínculos significativos no se reduce a poner a la gente en contacto. El contacto por sí sólo no garantiza resultados positivos, puesto que intervienen memorias locales, jerarquías, expectativas y hasta el *habitus* sensorial, olores, ritmos, sonidos y estéticas urbanas que predisponen comodidad o rechazo y que exigen, muchas veces, procesos de re-habitación corporal en zonas que han cambiado con la llegada de nuevos habitantes. Al mismo tiempo, el racismo y la incivildad cotidianos como comentarios despectivos, miradas de sospecha, microagresiones, erosionan la confianza y bloquean la transformación de lazos débiles en vínculos valiosos. Por eso son importantes los dispositivos que crean condiciones de cooperación y que promueven amistades funcionales de baja intensidad, capaces de atravesar diferencias sin borrarlas.

La relación entre lazos fuertes y débiles tampoco es dicotómica. En redes vecinales robustas, los lazos fuertes sostienen el bienestar cotidiano, el cuidado y la ayuda en crisis; a su vez, una constelación amplia de lazos débiles amplía horizontes y reduce la exposición a círculos cerrados que, aunque protectores, pueden limitar el acceso a información y movilidad. Esta complementariedad dialoga con la distinción entre *bonding*, cohesión hacia adentro y *bridging*, puentes hacia afuera, la primera aporta densidad y apoyo; la segunda, apertura y aprendizaje (López, Alcazár, & Fernández, 2007). Así, los contactos cotidianos se transforman en vínculos significativos que sostienen la convivencia y potencian la acción comunitaria.

1.1.2. Construcción social: barrio y territorio, espacio y hábitat

El barrio, como parte constitutiva del territorio, no puede entenderse únicamente como un espacio físico delimitado por calles o edificaciones. Es, más bien, un hábitat en permanente producción social, donde las prácticas cotidianas, los vínculos vecinales y los significados compartidos construyen pertenencia e identidad colectiva. Tal como señala Ascher (1998), el barrio se ubica como una unidad intermedia entre la vivienda y la ciudad pero atravesado por límites móviles y en disputa, esta idea coincide con lo que plantea Lazo y Calderón (2010), para quienes el barrio no es un espacio estático, sino un territorio que se redefine continuamente a través de las interacciones sociales.

La proximidad física es clave en este proceso, ya que no sólo facilita el encuentro, sino que habilita relaciones de solidaridad, confianza y arraigo. Torres y Cañón (2015) lo expresan de manera elocuente al afirmar que “el barrio se hace con construcciones; pero también con personas, ambientes, relaciones, percepciones, encuentros y desencuentros” (p. 67). Es decir, lo material no basta; son los usos y sentidos compartidos los que dotan de vida al espacio barrial.

En esta línea, Brenner y Elden (2009) aporta la noción de espacio vivido, al enfatizar que el barrio no es un dato dado, sino una producción social en la que habitar significa

apropriarse del lugar y resignificarlo constantemente. Los autores mencionan al territorio barrial como una articulación multiescalar, por un lado, una infraestructura material y económica; por otro, una superestructura político-simbólica; y, finalmente, una metaestructura que refleja el vínculo cotidiano entre las personas y su espacio. El barrio, sin embargo, no es homogéneo. Como advierten Torres y Cañón (2015), en él se condensan desigualdades estructurales vinculadas a pobreza, marginalidad o desplazamiento, que dejan huellas emocionales y simbólicas en sus habitantes. Bourdieu (1999) ayuda a comprender esta complejidad al proponer la noción de *habitus*, entendida como los esquemas de percepción y acción que los individuos incorporan y que se expresan en modos de habitar, en las relaciones vecinales y en el uso del espacio público. Estos *habitus*, ligados a la circulación desigual de capitales económicos, sociales, culturales y simbólicos, cohesionan a ciertos grupos, pero también generan jerarquías y exclusiones internas.

Más allá de estas estructuras, el barrio se redefine en las prácticas cotidianas que, a través de recorridos, gestos o usos del espacio, pueden desplegar tácticas de reapropiación que resisten las lógicas de la planificación urbana. Estas acciones sostienen memorias colectivas y consolidan la identidad barrial. Bajtín (2011) introduce la noción de cronotopo para mostrar cómo tiempo y espacio se entrelazan en relatos y experiencias comunitarias que dotan de sentido al habitar barrial. Sin embargo, esta densidad simbólica contrasta con lo que Augé (1996) denomina no-lugares, espacios impersonales como autopistas o centros comerciales que, al carecer de memoria y vínculos, debilitan la pertenencia y la interacción social.

En este escenario, Foucault (1976) advierte que ciertos dispositivos urbanos operan como mecanismos de control y vigilancia que, al disciplinar los movimientos y restringir la sociabilidad, profundizan la tensión entre las fuerzas desde arriba como políticas urbanas que homogeneizan y estigmatizan y las dinámicas desde abajo que, mediante las prácticas vecinales, resignifican y reconfiguran el territorio. A pesar de estas tensiones, el barrio

sigue siendo un recurso económico y social vital; en él se articulan economías de proximidad, trabajos informales y redes de apoyo que fortalecen la resiliencia frente a la vulnerabilidad. Más que un espacio residual, constituye un hábitat donde lo material, lo simbólico y lo narrativo se entrelazan para proyectar memoria y futuro.

1.2. La pertenencia barrial y las expresiones de reconocimiento a través de las redes de apoyo

Las redes de apoyo son un elemento esencial en la vida comunitaria porque no se limitan a cubrir necesidades materiales, sino que también sostienen dimensiones emocionales cognitivas y simbólicas. Méndez y Cruz (2008) señalan que funcionan como sistemas de intercambio que ofrecen seguridad acompañamiento y posibilidades de desarrollo personal y colectivo y de esta forma se convierten en un factor decisivo para la cohesión social del barrio. Este proceso genera además reconocimiento social y emocional que fortalece la autoestima, a su vez consolida el sentido de pertenencia y configura al barrio como un espacio de confianza apoyo mutuo y arraigo territorial tal como lo subraya el Comité de Entidades de Atención a la Infancia y la Adolescencia (2021).

Sánchez (2000) describe que estas redes pueden expresarse en varios niveles como el material vinculado a la provisión de recursos básicos, el instrumental relacionado con la ayuda práctica, el emocional que se basa en el afecto y la confianza y el cognitivo que se centra en el intercambio de información y experiencias. Cada una de estas formas contribuye a reforzar el tejido social y a alimentar la solidaridad barrial permitiendo enfrentar colectivamente los desafíos del entorno. CELADE (2003) añade que este sentido de pertenencia puede comprenderse como un capital inmaterial que sostiene amistades vínculos locales y un comercio de proximidad y que da estabilidad a la vida cotidiana. El CEIA (2021) explica que las redes de apoyo también resignifican la vulnerabilidad ya que las situaciones de precariedad dejan de vivirse como fracasos individuales y se transforman en experiencias compartidas que generan dignidad autoestima y capacidad de acción

comunitaria. Este tipo de dinámicas complementa a las políticas públicas y logra llegar donde la ayuda estatal es insuficiente, lo que amplía la cobertura social y refuerza la resiliencia del territorio.

En el caso específico del barrio La Floresta, la experiencia del Comité Pro Mejoras y del Colectivo de la Floresta ejemplifica el valor de estas redes de apoyo en el fortalecimiento comunitario. Desde su origen como ciudadela en 1917, su consolidación como parroquia urbana en 1947 y su declaratoria como patrimonio cultural nacional en 2021, La Floresta ha cultivado un entramado de relaciones vecinales que se expresa en organizaciones autogestionadas. El colectivo reúne artistas, diseñadores, gestores culturales y emprendimientos locales con el objetivo de impulsar el arte, la cultura y la economía creativa. Su acción, orientada a consolidar un barrio inclusivo y seguro, muestra cómo las redes comunitarias trascienden la dimensión asistencial para convertirse en mecanismos de organización social, generadores de empleo, bienestar común y preservación del patrimonio cultural. (De la Floresta. Colectivo de la Floresta, 2021)

De manera paralela, en el barrio La Vicentina, la Asamblea Barrial, inscrita oficialmente en 2019 con más de 30 integrantes, constituye un ejemplo de cómo lo institucional y lo comunitario pueden articularse para fortalecer el sentido de pertenencia. Esta instancia forma parte de las 130 asambleas activas en Quito, creadas dentro del Sistema Metropolitano de Participación Ciudadana y Control Social establecido por la Ordenanza Metropolitana No. 102. (Asamblea de Quito, 2019) Aunque no tiene capacidad de decisión vinculante, funciona como un espacio abierto de deliberación, representación y co-gobernanza en el que participan vecinos y representantes comunitarios, fortaleciendo la organización democrática del barrio.

La Asamblea ha acompañado celebraciones simbólicas, como los 90 años de fundación de La Vicentina en 2023, y se ha convertido en un canal de participación para visibilizar las demandas barriales, coordinar con autoridades y consolidar un entramado de confianza entre los habitantes. Las redes de apoyo en La Floresta y La Vicentina muestran

cómo lo comunitario se convierte en una estructura fundamental de reconocimiento y pertenencia, al articular dimensiones materiales, culturales, simbólicas e institucionales que sostienen la vida cotidiana y consolidan la identidad colectiva en el territorio.

1.2.1. Redes vecinales formales e informales

En los barrios urbanos, las redes de apoyo constituyen un pilar para sostener la vida cotidiana y fortalecer el sentido de pertenencia al territorio. Estas redes se construyen sobre la base de la confianza, la reciprocidad y el reconocimiento mutuo, elementos que permiten afrontar colectivamente los desafíos del entorno, especialmente en contextos de desigualdad y exclusión. Tal como plantea Baeza (2006), este reconocimiento simbólico y emocional entre pares contribuye a consolidar tanto la identidad individual como la colectiva, y favorece la conformación de una comunidad de pertenencia simbólica en la que los vecinos se reconocen, comparten códigos comunes y producen sentidos que cohesionan el tejido barrial.

Estas redes no son homogéneas como menciona Baeza (2006): en la práctica conviven dos grandes circuitos. Por un lado, las redes informales, conformadas por la familia, las amistades, la vecindad o el voluntariado, que funcionan con normas implícitas, alta accesibilidad y fuerte sintonía cultural, de manera que la ayuda circula de forma recíproca y cotidiana. Por otro lado, las redes formales, vinculadas a servicios públicos y organizaciones profesionales, operan con criterios explícitos para evaluar necesidades, establecer procedimientos estandarizados y asignar roles especializados. La tipología propuesta por Litwak (1978) permite comprender esta dualidad y, al mismo tiempo, destacar que no se trata de lógicas rivales, sino de mecanismos que responden a necesidades distintas y que pueden complementarse en el territorio. La articulación entre ambas, sin embargo, no está exenta de tensiones. Mientras las redes formales privilegian la confiabilidad mediante reglas y registros, las informales valoran la espontaneidad y la privacidad de los vínculos. Froland (1981) advierte que estas diferencias pueden generar

roces si no se atienden, pues cambian las formas de nombrar los problemas y de proponer soluciones, así como la distribución de autoridad y responsabilidad.

En la misma línea, Rothery y Cameron (1985) sostienen que reconocer estas diferencias es fundamental para evitar la cooptación de lo comunitario o la sobrecarga de las redes barriales, preservando así su autonomía y capacidad de producir pertenencia. En este punto resulta pertinente recuperar el concepto de mediaciones desarrollado por Barbero (1987), quien plantea que la vida social no puede comprenderse únicamente desde las estructuras institucionales o los medios formales, sino desde los procesos de mediación cultural que articulan prácticas cotidianas, lenguajes y saberes con las dinámicas de poder. Desde esta perspectiva, las redes vecinales pueden entenderse como mediaciones que hacen posible la producción de sentido en lo comunitario, al traducir necesidades y experiencias en formas de organización, pertenencia y reconocimiento social.

Powell (1994) comenta que la colaboración resulta más efectiva cuando se reconocen los recursos complementarios de cada circuito el conocimiento técnico e institucional de las redes formales, junto con la credibilidad y el anclaje cultural de las informales. Destaca que el diseño de mecanismos claros de intercambio permite generar apoyos más cercanos, pertinentes y sostenibles. De esta manera, las redes vecinales trascienden su papel asistencial para convertirse en espacios de mediación, construcción de identidad y cohesión social en el territorio.

1.2.2. Participación cotidiana e implicación barrial

La participación barrial se despliega principalmente en la vida cotidiana, sostenida por vínculos comunitarios que no siempre se expresan en instancias institucionalizadas. Estas redes operan como espacios de circulación de afectos, saberes, cuidados y memorias, donde el reconocimiento no sólo cumple una función práctica, sino también profundamente humana. Aunque muchas veces invisibilizadas, estas formas de

participación sostienen la vida comunitaria y actúan como estrategias de resistencia frente a la fragmentación urbana. En esta línea, Lavatelli, Aisenson y Marco (2014) señalan que la participación entre la comunidad cumple una función estructurante en la vida de las personas, influyendo en sus trayectorias según la densidad, calidad y tipo de vínculos a los que se accede. La participación cotidiana, entonces, no se limita a los espacios formales de decisión, sino que se manifiesta en gestos aparentemente menores, cuidar a un vecino, organizarse para mejorar un espacio público, participar en celebraciones locales o afrontar colectivamente carencias y exclusiones. Estas prácticas, silenciosas o visibles, refuerzan el capital social y consolidan la cohesión comunitaria.

En el barrio de La Floresta (Quito), durante la pandemia de 2020 más de un centenar de familias quedaron sin empleo y numerosos negocios se vieron obligados a cerrar sus puertas. Frente a esta crisis, el comité barrial y la red cultural impulsaron la creación de Cambalache, una plataforma digital que permitió visibilizar los emprendimientos locales, organizar ferias comunitarias y establecer un sistema de delivery en bicicleta con el apoyo de ACNUR. Como señaló la gestora cultural de aquel año, Alexandra Moshenek, “durante los primeros meses de la pandemia, sesenta familias se quedaron sin empleo o sustento. Luego fueron ciento veinte. Los negocios fueron cerrando, el barrio se fue quedando vacío” (Toranzos, 2020, párr. 2). Esta experiencia evidenció cómo la participación barrial puede innovar en clave de economía solidaria, integrando tanto a jóvenes como a personas en movilidad humana, y reforzando la resiliencia colectiva frente a la vulnerabilidad.

Tal como muestra Dávila (2020) en su estudio sobre el movimiento barrial en Quito, estas formas de implicación no son estáticas, sino que atraviesan ciclos históricos de auge y declive. Los barrios han funcionado como microespacios de disputa por el lugar en la ciudad, desplegando repertorios que van desde la presión por servicios básicos hasta la ocupación ritual del espacio público. Sin embargo, el autor advierte que la participación tiende a ser leve y transitoria, pues suele fragmentarse una vez alcanzados los objetivos inmediatos como regularización, acceso a servicios, infraestructura.

De este modo, la participación cotidiana se mueve en una tensión constante entre la fuerza de los vínculos afectivos y la fragilidad de las organizaciones formales. Los barrios no son entidades homogéneas ni cerradas, sino espacios dinámicos y negociados donde conviven deseos de arraigo con aspiraciones de movilidad. Aun así, siguen siendo un anclaje fundamental de participación ciudadana, más allá de los registros de la política formal. Como comenta Dávila (2020), la implicación barrial se manifiesta en múltiples escalas, va desde la construcción de trayectorias juveniles hasta la acción colectiva en torno a demandas urbanas; desde la reproducción cotidiana de la vida hasta episodios de movilización social. Este entramado confirma que la participación ciudadana, lejos de agotarse en los mecanismos institucionales, encuentra en lo barrial un campo fértil para la innovación social, la resistencia y la producción de comunidad

1.3. ¿Qué define a un barrio? La identidad territorial

A lo largo de la historia, la ocupación de los territorios ha generado distintos sentimientos de arraigo o desarraigo, reflejados en las diversas formas de habitar y poblar un lugar. Estos procesos de ocupación están estrechamente relacionados con las identidades sociales de los grupos que los habitan, construyendo significados y representaciones que crean la relación entre los individuos y su entorno. Según Mercedes (2017) el territorio no sólo se entiende como un espacio geográfico, sino como la manifestación de las formas de pensar y vivir de un grupo determinado en un momento dado. Este vínculo entre el espacio y la identidad resalta cómo los territorios no sólo representan un espacio físico, sino un componente simbólico profundo de la identidad colectiva de los habitantes. Puesto que según Flores (2007) la construcción social que surge de un juego de poder entre actores locales y externos, lo transforman en un espacio que cobra sentido y valor a partir de las interacciones y relaciones que se establecen entre quienes lo habitan, generando una identidad cultural.

Un territorio es considerado una herencia común, como la tierra de los padres y de los antepasados, que es modelado por el trabajo de muchas generaciones, que funciona como vínculo material entre las generaciones pasadas y actuales y que es considerado no solo como un espacio de inscripción de la memoria colectiva, sino también como un referente simbólico de la identidad colectiva (Giménez, 2005, p. 20).

El territorio urbano no puede entenderse únicamente como un entramado físico, sino como un espacio socio-territorial que articula relaciones económicas, sociales y políticas. Flores (2007) subraya que la sostenibilidad de un territorio depende de reconocer sus dinámicas simbólicas y culturales, muchas veces ignoradas por enfoques meramente técnicos de planificación.

En esta línea, Abramovay (2006) destaca que el capital social como los vínculos de confianza y cooperación, se convierte en un recurso estratégico cuando se fortalece a través de la articulación entre comunidad y Estado. Flores (2007) plantea que el territorio no debe entenderse únicamente como una delimitación administrativa, un territorio dado, sino como una construcción social basada en la identificación mutua de actores que comparten objetivos, afectos, memorias y luchas. Esta dimensión cultural del territorio lo convierte en un espacio vivo, con memoria, proyección y sentido.

Flores (2007) sintetiza estos planteamientos en cuatro pilares clave, delimitar unidades territoriales con identidad, generar conocimiento situado sobre el territorio, fomentar la acción colectiva y rescatar imágenes y símbolos que refuercen el sentido de pertenencia. Esta perspectiva permite pensar el territorio como un sistema patrimonial donde se entretajan lo material y lo inmaterial, y donde la cultura y la memoria no son elementos periféricos, sino estructurantes de las relaciones sociales y espaciales. Desde lo simbólico, la identidad territorial se manifiesta en signos, rituales, representaciones y costumbres que funcionan como referentes colectivos. Aunque muchos de estos elementos no estén patrimonializados formalmente, poseen un profundo valor cultural para quienes los viven y transmiten. La cultura y el patrimonio, por tanto, deben comprenderse como

sistemas de significación contruidos socialmente, donde los actores locales desempeñan un papel activo en la reconfiguración del sentido del lugar.

La dimensión afectiva de la identidad territorial se vincula con el arraigo, la memoria emocional y el vínculo subjetivo con ciertos espacios. Candau (2001) sugiere que, mientras la historia objetiva el pasado, la memoria lo vivencia; y es precisamente esta vivencia del tiempo la que da forma al núcleo identitario. En este sentido, Betancourt (2004) menciona que la memoria individual está anclada a experiencias personales, y la memoria colectiva, alimentada por tradiciones compartidas, permiten reconstruir una narrativa común del territorio. Esta narrativa se hace especialmente visible en los barrios, donde, como plantea Thomas (2006), la memoria barrial actúa como una forma de resistencia cultural, dotando de significado y singularidad al espacio urbano. Mejía (2018) profundiza en esta línea al afirmar que un barrio identitario no se define sólo por sus límites físicos, sino por el sentido de pertenencia que generan sus habitantes a través de valores, recuerdos y emociones. Este enfoque cobra relevancia frente a los procesos de modernización urbana, que tienden a homogeneizar los espacios, diluyendo sus particularidades históricas y culturales.

1.3.1. Imaginando la memoria de los barrios

En los barrios, la memoria colectiva no sólo conserva recuerdos compartidos, sino que se activa como una herramienta simbólica que permite a los habitantes construir y reconstruir sentidos de pertenencia e identidad territorial. Tal como sostiene Baeza (2011), la memoria no es un archivo estático de hechos pasados, sino un ejercicio dinámico de “re-significación del pasado con los elementos que componen la realidad psíquica y social presente” (p. 76). En esta perspectiva, los recuerdos barriales no se reproducen de manera fiel ni objetiva, sino que son constantemente reinterpretados desde el presente, a partir de las vivencias cotidianas, los vínculos sociales, las emociones y los marcos culturales en los que se inscriben.

Esta reconstrucción de la memoria implica también la participación activa de la imaginación, entendida como una facultad creadora que media entre la experiencia pasada y la significación actual. Baeza (2011) comenta que “la imaginación participa activamente en la tarea asociativa de (re)significación” (p. 90) y permite a los grupos sociales dotar de sentido a sus experiencias compartidas, estableciendo narrativas que cohesionan, explican y legitiman el habitar cotidiano. En este proceso, la memoria se convierte en un mecanismo afectivo y simbólico de anclaje, donde objetos, espacios y prácticas barriales adquieren nuevos significados en la medida en que son evocados colectivamente.

En esta construcción simbólica del sentido de pertenencia, no basta con compartir recuerdos o espacios comunes, sino que también se requiere que las personas perciban que sus necesidades emocionales y sociales encuentran eco en su entorno. Tal como plantea Orozco (2018), el sentido de pertenencia se configura a partir de un vínculo afectivo con el entorno, el cual se activa cuando los individuos interpretan subjetivamente que ese entorno satisface sus necesidades reales. Este compromiso identitario se construye mediante la interacción entre procesos cognitivos, emociones y traducciones personales de las experiencias, elementos que, al articularse, generan lazos simbólicos duraderos con el territorio habitado.

Esta co-construcción de la memoria es especialmente visible en los relatos comunitarios sobre eventos significativos, lugares emblemáticos o figuras barriales, que operan como referentes simbólicos del colectivo. Así, el recuerdo compartido de un terremoto, una figura popular o una celebración vecinal se transforma, a través de la evocación comunitaria, en un relato identitario que fortalece el sentimiento de pertenencia y consolida un nosotros. Como lo plantea Baeza: “la validación colectiva de un recuerdo [...] va dando consistencia a tal o cual significación, que en sentido estricto no es otra cosa que una (re)significación” (2011, p. 84).

En este entramado simbólico, los imaginarios barriales se constituyen como expresiones colectivas de la memoria social que otorgan coherencia y continuidad a la

experiencia del habitar. Castoriadis (2007) sostiene que las sociedades instituyen su realidad mediante un magma de significaciones que organiza el mundo social, generando esquemas compartidos que permiten a los individuos orientarse en su entorno. En el ámbito barrial, estos imaginarios se plasman en prácticas cotidianas, festividades, murales, nombres de calles o relatos orales, que funcionan como marcas simbólicas del territorio y reafirman una identidad común. No obstante, Baeza (2011) advierte que la memoria social no es un terreno neutro, ya que puede ser objeto de manipulación, exclusión o disputa simbólica. En contextos donde se imponen memorias oficiales o narrativas dominantes, otras formas de recordar como las memorias barriales, subalternas o populares pueden quedar silenciadas o desplazadas. Esta violencia simbólica, ejercida desde el poder institucional, configura un campo de lucha por las significaciones sociales, donde se libra una batalla entre distintos modos de narrar el pasado. En palabras de Baeza: “la memoria social puede transformarse también en un campo de batalla simbólica (...) donde una memoria que triunfa derrota muchas otras memorias de lo vivido” (2011, p. 93).

La memoria colectiva y los imaginarios barriales no sólo son mecanismos de conservación del pasado, sino dispositivos activos que reconfiguran el presente, refuerzan los vínculos comunitarios y consolidan el sentido de pertenencia territorial. Son prácticas simbólicas que, atravesadas por la subjetividad, la imaginación y las relaciones de poder, permiten a los habitantes de un barrio reconocerse en un relato común, proyectar una identidad compartida y construir un espacio habitable cargado de sentido.

1.3.2. La Floresta y La Vicentina: historia, capital simbólico e identidades barriales

Pierre Bourdieu (2007) desarrolló su teoría de la práctica como un intento de superar la dicotomía entre objetivismo y subjetivismo que tradicionalmente divide las ciencias sociales. En esta teoría, conceptos como *habitus*, campo y capital se vuelven clave para analizar cómo las prácticas en comunidades reflejan y reproducen estructuras sociales.

El capital simbólico, descrito por Bourdieu (2007) como una alquimia simbólica, permite a individuos y grupos acumular poder social de manera sutil, sin que este se perciba como dominación. A través de actos que generan reconocimiento y legitimidad, las personas y los espacios que acumulan este tipo de capital pueden ejercer una influencia significativa dentro de su comunidad. Bourdieu (2016) añade una dimensión colectiva a este poder simbólico, ubicándolo en el contexto del *habitus*, mencionado como la relación entre la estratificación social y la distribución espacial desigual de actores, bienes y servicios, o como el conjunto de disposiciones que las personas adquieren a lo largo de sus vidas.

En Quito, los barrios de La Floresta y La Vicentina ilustran cómo el capital simbólico se construye de formas diversas y cómo se entrelaza con la historia, la cultura y la organización social. Ambos espacios, pese a sus diferencias de origen y trayectoria, han consolidado identidades barriales que contribuyen a la riqueza urbana de la ciudad, proyectando valores que los convierten en referentes de creatividad, cohesión y resistencia comunitaria.

La Floresta, fundada en 1917 (ver figura. 31) bajo la planificación del arquitecto Rubén Vinci, nació con la intención de aplicar el modelo de ciudad jardín. Sus primeras viviendas, villas rodeadas de jardines, contrastaban con la compacta traza colonial del centro histórico (IDA-USFQ, 2014). Inicialmente concebido como un barrio residencial de clase media, fue transformándose con el tiempo en un espacio cultural clave para Quito. Instituciones como la Casa de la Cultura Ecuatoriana y, más tarde, el cine Ocho y Medio, se convirtieron en referentes que marcaron la identidad cultural del barrio. A partir del año 2001, La Floresta experimentó una revitalización cultural con la apertura de cafés, galerías y propuestas gastronómicas innovadoras, consolidándose como un nodo de creatividad urbana (Cárdenas, 2012).

El capital simbólico de La Floresta se expresa en su reconocimiento como barrio bohemio, en la amplia participación de artistas y en la multiplicidad de actividades

culturales, como el Mercado de los Viernes, que refuerza la cohesión comunitaria mediante la venta de productos artesanales y orgánicos. La declaratoria de Patrimonio Cultural Nacional en 2021 no solo reconoció su valor arquitectónico, sino también su capacidad para integrar lo histórico con lo contemporáneo. Como señala Mérida (2021), la presencia de galerías, centros culturales y cafeterías creativas da cuenta de cómo las prácticas sociales y culturales se convierten en fuentes de prestigio colectivo, consolidando a La Floresta como un espacio donde el capital simbólico se traduce en legitimidad cultural y visibilidad. Sin embargo, este capital simbólico no está libre de tensiones. Tal como advierte Bourdieu (2007), los campos culturales, al ganar autonomía, corren el riesgo de ser absorbidos o distorsionados por influencias externas como el mercado o los medios de comunicación. En La Floresta, la atracción de turistas y nuevos habitantes ha generado presiones que amenazan con modificar la identidad cultural del barrio, potenciando fenómenos de gentrificación. En este sentido, la autonomía simbólica del barrio se convierte en un recurso estratégico para proteger su autenticidad frente a las lógicas globales.

La Vicentina, (ver figura. 32) por su parte, ofrece un recorrido distinto. Fundada en 1933 a partir de la parcelación de terrenos de la hacienda La Cruz Verde y de propiedades administradas por la Junta de Asistencia Social, el barrio surgió en un contexto de expansión urbana hacia el oriente de Quito (El Telégrafo, 2015). Su desarrollo estuvo marcado por la llegada de familias obreras y trabajadores vinculados a la economía ferroviaria, quienes levantaron sus viviendas a través de mingas comunitarias en las décadas de 1940 a 1960. La carencia inicial de servicios básicos fortaleció un espíritu de solidaridad y organización colectiva que se convirtió en el sello distintivo del barrio.

La identidad de La Vicentina no se construyó sobre instituciones culturales de gran visibilidad, sino sobre el esfuerzo compartido y el capital social derivado de la cooperación vecinal. Espacios como el parque José Navarro se transformaron en escenarios de encuentros culturales, ferias de emprendedores y celebraciones populares que refuerzan

el sentido de pertenencia barrial (El Comercio, 2016). Asimismo, la incorporación de proyectos institucionales, como la Concentración Deportiva de Pichincha o la construcción del Instituto Metropolitano de Diseño, ha dado al barrio nuevas dinámicas de interacción, conectándolo con el ámbito educativo, cultural y artístico de la ciudad. El capital simbólico de La Vicentina se fundamenta en su legitimidad social, forjada en la resiliencia y la capacidad de sus habitantes para enfrentar adversidades mediante la organización comunitaria. Mientras que La Floresta proyecta prestigio cultural y visibilidad hacia el exterior, La Vicentina se sostiene en un capital simbólico basado en la cohesión interna, en la confianza mutua y en el reconocimiento de la solidaridad como valor central.

Estas diferencias muestran cómo el capital simbólico puede adquirir formas múltiples en la ciudad. Como plantea Castells (1999), en un mundo globalizado donde los flujos de capital e información tienden a la abstracción, las comunidades buscan en sus territorios y prácticas locales una base sólida para la construcción de sentido. Tanto La Floresta como La Vicentina evidencian que las identidades barriales son claves para resistir a las presiones externas y afirmar la relevancia de lo local frente a la homogeneización cultural. No obstante, el capital simbólico también refleja las desigualdades que atraviesan el espacio urbano. Bourdieu (2010) y Harvey (2007) subrayan que las luchas simbólicas influyen en la manera en que los barrios son percibidos, generando estigmatización o prestigio diferencial. En Quito, estas dinámicas se expresan en la manera en que La Floresta es asociada a la creatividad y la bohemia, mientras que La Vicentina se identifica con el trabajo colectivo y la resiliencia. Ambas formas, aunque distintas, son fundamentales para comprender cómo los barrios construyen su identidad, negocian su lugar en la ciudad y refuerzan el tejido urbano a partir de memorias, prácticas y valores compartidos.

1.3.3. Cohesión, arraigo y resistencia

Las dinámicas culturales, según Molano (2007), aluden a los cambios e interacciones que se producen en la sociedad a lo largo del tiempo, donde las actividades

culturales reflejan poder, influencia y valores compartidos. Estos procesos se transforman en relación con los avances en ciencia, tecnología, innovación y educación, pilares del desarrollo sostenible y del cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU para 2030. En este marco, la educación para la ciudadanía es esencial, pues permite generar nuevas formas de pensar y actuar que fomentan la participación activa en la construcción de entornos más justos y sostenibles.

La participación comunitaria, como plantea Trigeros (1991), convierte a individuos y colectivos en agentes de cambio a partir de la organización social. Al integrarse en procesos colectivos, las personas refuerzan valores como la democracia, la solidaridad y la equidad, consolidando estructuras que responden a las necesidades comunes. Para Bolaños (2003), esta participación es un proceso de crecimiento individual y colectivo que facilita la construcción de metas compartidas y el fortalecimiento de vínculos comunitarios. La motivación, más que emocional, se convierte en un impulso crítico y ético que refuerza el compromiso hacia el bienestar común. Con estrategias de acción social, la comunidad opina, gestiona y decide sobre asuntos colectivos, reforzando cohesión y resiliencia. A estos factores internos se suman elementos externos como el consumo, las políticas culturales y los movimientos artísticos, que inciden en la identidad del territorio. Ortiz (2024) destaca que fortalecen el capital humano y social, generando pertenencia y compromiso con el entorno. En Quito, barrios como La Floresta y La Vicentina ejemplifican esta dinámica mediante actividades que proyectan identidad a través del arte, la gastronomía y la tradición. Hervik (1999) sostiene que estos procesos permiten integrar elementos externos sin perder la estructura identitaria propia.

La Floresta ha preservado su carácter residencial y patrimonial gracias a la organización del Comité Pro-Mejoras; en 2011, impulsó una normativa que limita la altura de las edificaciones, protegiendo la estética tradicional (Bastidas, 2019). Este compromiso con el patrimonio fortalece la identidad local y la responsabilidad comunitaria. Una expresión relevante es el colectivo La Floresta (2021), que agrupa artistas y artesanos para

promover el arte contemporáneo. Cada agosto organiza el verano cultural, evento que revitaliza tradiciones y fomenta la participación ciudadana mediante actividades artísticas. Así, el barrio se convierte en un espacio cultural de Quito, otorgando visibilidad tanto a la herencia como a nuevas expresiones creativas.

En 2022, el colectivo amplió su alcance incorporando diseñadores, gestores y emprendimientos autogestionados, dinamizando la economía local. Espacios como Betero (ver figura. 40), La Cleta, El Nudo (ver figura. 42), La Imaginativa, Ocho y Medio (ver figura. 38) o Bookish conforman un circuito cultural y comercial que refleja el auge de la economía creativa en el barrio. Por su parte, La Vicentina presenta un perfil cultural centrado en la gastronomía. Con más de 90 establecimientos de alimentos y bebidas, se ha consolidado como un polo culinario en Quito donde la tradición ecuatoriana permanece viva (Mérida, 2021). Su referente principal es el parque Navarro, conocido como parque de las tripas, que desde hace más de cincuenta años reúne a residentes y visitantes alrededor de la comida popular. Este espacio se ha convertido en un símbolo de identidad colectiva, pues la experiencia de compartir la gastronomía refuerza pertenencia y cohesión social (El Comercio, 2016). Tanto La Floresta como La Vicentina evidencian cómo las dinámicas culturales fortalecen la identidad territorial y promueven la sostenibilidad social. Sus prácticas, expresadas en la organización barrial, el arte, la gastronomía y la economía creativa, permiten que memoria y tradición coexistan con innovación y participación.

1.3.4. El diseño en tanto motor de desarrollo y cambio en los barrios La Vicentina y La Floresta

El diseño no es una actividad autónoma ni neutral: está profundamente ligado a los contextos sociales, políticos, culturales y económicos que lo condicionan (Santamaría, 2024). Más que resolver problemas técnicos, constituye un proceso de mediación entre el ser humano y su entorno, adaptándose a las dinámicas cambiantes del mercado y de la vida colectiva (Sanz, 2014). De esta manera, el diseño se convierte en una herramienta que no solo responde a necesidades individuales, sino que también genera efectos

sociales, positivos o negativos, configurando realidades diversas. Como señala Chaves (2006), el espectro de acción puede ir desde proyectos que mejoran la calidad de vida, como la vivienda, hasta iniciativas controvertidas, como los campos de refugiados.

La función del diseño varía según los momentos históricos y las demandas de la sociedad, pero siempre está atravesada por intereses políticos y económicos. Por ello, no debe entenderse como una práctica aislada, sino como un campo que integra lo económico, lo cultural, lo artístico y lo científico en procesos sociales complejos (Sanz, 2014). Su carácter transdisciplinar le otorga un papel fundamental en la creación de conocimiento, la innovación y la construcción del tejido social. En el contexto latinoamericano, esta responsabilidad se traduce en la necesidad de incluir al diseño en las políticas culturales, donde puede enriquecer la vida comunitaria y promover la sostenibilidad. En barrios como La Floresta y La Vicentina, esta dimensión del diseño se hace tangible.

Cevallos (2016) destaca que estos espacios son reconocidos como barrios de diseño, gracias a la presencia de centros, tiendas y emprendimientos que los convierten en polos de atracción cultural y turística. La Floresta, por ejemplo, ha buscado que el diseño responda a las necesidades urbanas mediante entornos accesibles e inclusivos, fortaleciendo así la identidad comunitaria (Díaz y Rodríguez, 2021). De este modo, el diseño no sólo se proyecta como estética o funcionalidad, sino como motor de transformación social y urbana.

La identidad cultural, como advierte Molano (2007), es un elemento clave en la construcción social, especialmente en un contexto donde el consumo y los medios de comunicación tienden a debilitar las tradiciones. En este punto se vuelve pertinente considerar el marco de la sociedad post-tradicional. Moret (2012) señala que la posmodernidad ha erosionado los marcos estables de sentido, debilitando el papel regulador de las instituciones y dejando a los individuos expuestos a identidades más móviles, fragmentadas y vulnerables. En estas sociedades, la vida colectiva se organiza

menos por tradiciones compartidas y más por dinámicas de mercado, consumo y flujos mediáticos, lo que intensifica la fragilidad identitaria y la dependencia de experiencias efímeras. Este contexto explica por qué los barrios deben recurrir a herramientas como el diseño para recomponer lo local, fortalecer pertenencias y recuperar narrativas comunitarias.

Ante la emergencia de identidades líquidas y más vulnerables, el diseño puede actuar como un agente equilibrador, capaz de preservar y reconfigurar lo local al articular tradición y modernidad. Aunque el enfoque predominante de las industrias creativas privilegia el aspecto comercial y el incremento de ventas, el diseño social ofrece la posibilidad de generar cambios significativos en contextos vulnerables, aportando innovación y soluciones a problemas específicos (Gaito, 2018).

En este sentido, el reto del diseño en barrios como La Vicentina y La Floresta, según Avendaño (2023), es trascender la lógica del mercado para fomentar prácticas sostenibles, accesibles e inclusivas que fortalezcan la cohesión social. El diseño debe ser entendido como una herramienta de responsabilidad ética y cultural que, más allá de la producción de objetos, contribuye a transformar los espacios urbanos en escenarios de convivencia, participación y reconocimiento mutuo. Su papel en estos barrios no sólo radica en acompañar procesos creativos, sino también en consolidar una identidad territorial que resista las presiones externas y dialogue con las dinámicas globales sin perder su autenticidad.

Los hallazgos de este capítulo evidencian que el diseño actúa como mediador clave entre cultura, comunidad y gestión, generando procesos de innovación social que fortalecen la identidad territorial y la cohesión barrial. La articulación entre lazos fuertes y lazos débiles, sostenida por agentes puente, convierte los contactos cotidianos en vínculos significativos capaces de ampliar la capacidad colectiva de acción y resiliencia.

Asimismo, la memoria y los imaginarios barriales se revelan como anclajes afectivos que organizan la pertenencia y la identidad, aunque también constituyen campos de

disputa simbólica que requieren gestión comunitaria y cultural. En este contexto, el capital simbólico se expresa de manera diferenciada: mientras La Floresta proyecta un prestigio cultural y bohemio, aunque con riesgos de gentrificación, La Vicentina se sostiene sobre la solidaridad y la organización vecinal, reforzando su cohesión interna.

Por otra parte, las redes de apoyo y la participación cotidiana, tanto formales como informales, consolidan la vida comunitaria y permiten responder de manera efectiva ante crisis o transformaciones urbanas. Finalmente, el territorio se entiende como una construcción cultural y patrimonial viva que requiere mediaciones, regulaciones y prácticas de reapropiación para equilibrar las presiones institucionales “desde arriba” con las iniciativas vecinales “desde abajo”.

En conjunto, estos hallazgos sientan las bases para analizar cómo una tienda física de diseño se inserta en este entramado barrial y contribuye a dinamizar el diseño como agente de desarrollo, cohesión y transformación comunitaria, tema que se profundiza en el siguiente capítulo.

Capítulo 2. Tiendas físicas, diseño y articulaciones comunitarias

El capítulo explora cómo las tiendas físicas de diseño trascienden su papel meramente comercial para convertirse en espacios de mediación cultural, social y simbólica dentro de los barrios urbanos. A partir de la noción de interacción multisensorial y de la experiencia situada, se plantea que estos lugares no sólo ofrecen productos, sino que construyen significados, memorias y vínculos comunitarios.

En primer lugar, se analizan las tiendas físicas como escenarios que combinan lo material y lo simbólico, en diálogo con conceptos como el tercer lugar y socio lugares, los cuales muestran cómo estos espacios privados pueden asumir funciones sociales y colectivas en contextos urbanos. Asimismo, se problematizan las oportunidades y riesgos de las tiendas de barrio frente a dinámicas como la competencia de cadenas de *retail*, la inseguridad y la homogeneización del consumo, al tiempo que se destaca su capital simbólico basado en la confianza, la cercanía y la calidez comunitaria. Asimismo, se aborda el diseño como práctica cultural y relacional, destacando su rol en la generación de experiencias significativas y en la construcción de comunidad.

Se profundiza en el diseño como mediación simbólica y social, capaz de articular objetos, narrativas y relaciones, convirtiendo a las tiendas en dispositivos culturales que vehiculan sentidos colectivos y fomentan procesos de apropiación simbólica. Posteriormente, se enfatiza el paso de la venta a la vinculación, donde ferias, talleres y exposiciones son entendidos como prácticas de mediación social que promueven participación ciudadana, aprendizaje colectivo y apropiación territorial.

Estos espacios se configuran escenarios de resistencia cultural, donde la comunidad se reconoce como protagonista en la cocreación de significados. Finalmente, desde la perspectiva bourdiana, se analiza cómo las tiendas físicas participan en la acumulación de capital cultural y simbólico, al legitimar prácticas, discursos y estéticas que fortalecen la identidad del diseño local. En este marco, se destacan las redes barriales y

los procesos de aprendizaje colectivo como pilares para consolidar la confianza, la convivencia y la construcción de ciudadanía a través del diseño.

2.1. Mediación cultural a través de las tiendas físicas

Las tiendas físicas han sido definidas como “espacios de interacción multisensorial en los que el consumidor no solo adquiere bienes, sino que construye experiencias y significados en torno a ellos” (Sachdeva y Goel, 2015, p. 292). En este sentido, las tiendas físicas no pueden ser entendidas únicamente como lugares de intercambio económico, ya que en la actualidad funcionan como espacios de mediación cultural donde se configuran experiencias simbólicas, emocionales y sociales. Tal como señalan Belel y Alaoui (2020), el encuentro físico permite que los consumidores establezcan un contacto directo con el producto y con las narrativas que la marca construye, generando un espacio de interacción y sentido que va más allá de la compra.

Ahora bien, pensar la mediación cultural desde un enfoque latinoamericano implica reconocer que este proceso no es neutral, sino que siempre se inscribe en disputas de significado y de poder. Según Valle y Cimino (2021) toda práctica de mediación cultural constituye una acción política, ya que interviene en la configuración simbólica de las comunidades y puede reproducir o tensionar modelos hegemónicos. “La mediación cultural nunca es neutral, porque todo mediador o mediadora es parte de una matriz cultural y toda intervención genera efectos” (Valle y Cimino, 2021, p. 79). Bajo esta perspectiva, las tiendas físicas no deben limitarse a garantizar el acceso a bienes culturales o de consumo, sino que pueden convertirse en escenarios de democracia cultural, donde se promuevan el intercambio, la coproducción de sentidos y la apertura de nuevas lecturas sociales y culturales.

En un escenario marcado por la expansión del comercio digital, las tiendas físicas continúan ocupando un lugar central (Alaoui y Belel, 2020). Según los autores, el atractivo de la tienda reside en elementos que trascienden lo transaccional, como la atmósfera, la

interacción con otros actores y la experiencia colectiva. Además de su dimensión simbólica, las tiendas físicas generan un valor experiencial que impacta directamente en la relación con el consumidor.

Zhang, Chang y Neslin (2021) introducen el concepto de profundidad de inspección del producto para referirse al grado de interacción que un cliente necesita para tomar una decisión de compra. Mientras que algunos bienes requieren sólo una inspección superficial a modo de imágenes o descripciones, otros exigen experiencias táctiles, visuales e incluso corporales que sólo el espacio físico puede ofrecer. En esta línea, Hall (1966) afirma que toda interacción en una tienda ocurre dentro de un “lenguaje silencioso”, donde la forma en que los cuerpos se aproximan a los objetos, recorren el espacio o gestionan distancias constituye un sistema de comunicación culturalmente codificado. La proxémica permite comprender que la experiencia de compra no es sólo un proceso cognitivo, sino una vivencia espacial en la que los clientes observan la tienda, su disposición, sus recorridos, sus zonas de intimidad o exposición y, al mismo tiempo, expresan interés, vacilación o apropiación mediante gestos y posturas. Esta dimensión no verbal revela que el acto de compra es también una negociación corporal con el ambiente diseñado: tocar un objeto, inclinarse hacia él, retroceder para observarlo mejor o permanecer más tiempo en un área específica son indicios que activan significados y emociones vinculados al consumo.

Desde esta perspectiva, la interacción multisensorial no sólo facilita la compra, sino que, siguiendo la teoría del aprendizaje experiencial de Kolb (1984), convierte la presencia en tienda en un proceso de construcción de conocimiento, donde el cuerpo interpreta y valida información que en el entorno digital permanece abstracta. Así, la tienda física se consolida como un espacio donde mirar, tocar, recorrer y habitar son formas de aprendizaje situadas que fortalecen la confianza y la fidelidad hacia la marca, y que otorgan al consumo un carácter cultural y relacional más complejo. Desde esta perspectiva, el rol del mediador en la tienda adquiere especial relevancia. No se limita únicamente a la venta, sino que funciona como un traductor y facilitador que conecta narrativas de marca con significados

comunitarios. Como señalan Valle y Cimino (2021), la mediación cultural debe estar “al servicio de la construcción de ciudadanía (...) involucrando a la comunidad toda en la disputa en torno a la construcción de sentido” (p. 71). Así, el personal y los diseñadores vinculados a las tiendas pueden ser vistos como mediadores culturales que no solo atienden clientes, sino que también activan memorias locales, refuerzan vínculos identitarios y contribuyen a la democratización cultural en el territorio.

En este contexto, la tienda física se presenta como una herramienta cultural que excede lo comercial, ya que combina lo material con lo simbólico en la configuración de experiencias colectivas. La vista del espacio, los escaparates, la señalización y el estilo arquitectónico no solo cumplen una función estética o funcional, sino que comunican un mensaje, atraen la atención y configuran la habitabilidad del lugar para diversas actividades de interacción y encuentro. (Valle & Cimino, 2021) Estos elementos muestran que la tienda no es un espacio neutro, sino un dispositivo relacional donde convergen lo tangible y lo intangible, lo comercial y lo cultural, en la construcción de significados compartido

2.1.1. Socio lugares, enfoques contemporáneos sobre las tiendas físicas

En el marco de las transformaciones urbanas y culturales contemporáneas, las tiendas físicas han comenzado a redefinir su rol más allá de la venta de productos, asumiendo funciones sociales, culturales y simbólicas que las aproximan a la noción de tercer lugar, propuesta por Oldenburg (1999). Este autor define los terceros lugares como espacios distintos del hogar y del trabajo, donde las personas pueden reunirse libremente, conversar, participar y construir comunidad. Si bien el autor menciona a los bares, cafés y librerías, investigaciones recientes como la de Lima y Caubet (2023) demuestran cómo otras instituciones han reconfigurado sus espacios y servicios para cumplir también con las funciones de un tercer lugar. Los autores sostienen que las unidades de información del siglo XXI ya no se definen exclusivamente por su infraestructura o su acervo, sino por los servicios, experiencias y relaciones que promueven. Este proceso según ellos puede

observarse en las tiendas físicas, donde quienes las gestionan deben articular habilidades curatoriales, comunicacionales y relacionales que permitan anclar el espacio al tejido social (Lima & Caubet, 2023).

En el contexto urbano latinoamericano, Páramo (2011) desarrolla el concepto de sociolugar para dar cuenta de aquellos espacios privados que, ante la desafección y el abandono del espacio público, han asumido funciones de interacción, encuentro y construcción simbólica. La transformación urbana, guiada por lógicas de transporte, consumo y seguridad, ha desplazado las prácticas de socialización hacia lugares cerrados, generando nuevas formas de territorialización afectiva y subjetiva (Páramo, 2011).

Lo que distingue al sociolugar es su doble condición: por un lado, posee una vocación colectiva y una estructura que regula los modos de estar y actuar en él; por otro, está cargado de significados subjetivos contruidos por quienes lo habitan, lo frecuentan y lo narran. En efecto, la investigación de Páramo (2011) destaca que estos lugares no deben analizarse únicamente desde su función o tipología, sino desde las experiencias y relatos que los dotan de sentido. Las personas valoran “lo que tiene el lugar que no tiene la casa” (Páramo, 2011, p. 137), aquello que permite encuentros, rutinas compartidas o rituales simbólicos que los conectan con una comunidad urbana.

El autor propone una clasificación de socio lugares a partir de las interacciones que promueven pasatiempo de comercialización y diversión. Particularmente los sociolugares de comercialización-diversión revelan la importancia de ciertos comercios que, sin dejar de ser espacios de intercambio económico, se transforman en escenarios de experiencia compartida, descanso, vínculo afectivo y apropiación, en donde menciona a las tiendas físicas como ejemplos claros. En estos espacios se cruzan dimensiones físicas como el diseño del espacio, mobiliario, iluminación; sociales como interacciones entre pares; y simbólicas, siendo estas las memorias, identidades o hábitos; constituyendo verdaderos escenarios de conducta en los que los actores internalizan guiones, roles y expectativas (Páramo, 2011).

No obstante, el autor también advierte sobre las tensiones que emergen en estos espacios, en tanto el vínculo social puede quedar reducido a formalidades estereotipadas mediadas por la lógica transaccional. Las formas de interacción como el saludo automático, el trato cortés condicionado por el rol de cliente o vendedor, o la conversación guiada por protocolos tácitos, pueden dar la apariencia de cercanía, sin habilitar necesariamente relaciones significativas. Por ello, Paramo (2011) menciona que resulta clave identificar aquellos sociolugares donde la estructura del lugar, su programación y su apertura simbólica permiten la construcción de experiencias más auténticas, participativas y comunitarias, siendo un dispositivo relacional donde convergen lo material, lo simbólico y lo social.

2.1.2. Oportunidades y riesgos de las tiendas barriales

Las tiendas en barrios enfrentan un escenario complejo en el que coexisten riesgos y oportunidades derivados de las transformaciones del mercado y de la gestión interna de los negocios; según Chang y Chacín (2016), los principales riesgos se encuentran en las presiones competitivas que generan vulnerabilidad en su sostenibilidad, así como la tendencia a una gestión fragmentada e individual que limita la coordinación colectiva y la capacidad de respuesta frente a amenazas externas. A esto se suma la persistencia de modelos de administración tradicionales, que restringen la incorporación de procesos estratégicos más flexibles y la adaptación a entornos dinámicos.

No obstante, las tiendas de barrio también presentan oportunidades significativas, según Chang y Chacín (2016), la experiencia acumulada, la capacidad de resiliencia y la permanencia en el tiempo configuran un capital simbólico y organizacional que les permite sostenerse en medio de contextos adversos. Asimismo, la construcción de estrategias basadas en el conocimiento del cliente, en la eficiencia de los recursos y en la anticipación de escenarios futuros abre posibilidades para fortalecer su papel en la vida barrial y en el tejido económico local. El pensamiento estratégico, entendido como la capacidad de

articular visión de futuro, flexibilidad y análisis del entorno, se convierte en un recurso fundamental para transformar estas debilidades en oportunidades de desarrollo.

En el contexto urbano actual, las tiendas de barrio en Quito, Ecuador enfrentan tanto oportunidades como riesgos que inciden en su permanencia y en su capacidad de aportar a la vida comunitaria. Entre los principales desafíos se encuentra la inseguridad, que ha obligado a muchos negocios a reducir sus horarios de atención y a enfrentarse a prácticas de extorsión conocidas como vacunas, con cobros que pueden ir desde USD 30 hasta montos exorbitantes de USD 6.000 mensuales, especialmente en sectores conflictivos de ciudades principales (González, 2023). Estas dinámicas generan vulnerabilidad en el comercio de proximidad y limitan su papel como espacios seguros de encuentro en el barrio, lo que también repercute en las dinámicas de barrios creativos como La Floresta o La Vicentina en Quito.

Otro riesgo proviene de la irrupción del modelo de *retail hard discount*, representado en Ecuador por cadenas grandes como *Tuti*, cuya expansión ha tenido efectos directos en las tiendas tradicionales. Se estima que la apertura de cada nuevo local de este formato provoca el cierre de hasta diez tiendas de barrio, al ofrecer precios más bajos que resultan difíciles de igualar para negocios familiares (González, 2023). En barrios creativos de Quito, donde la identidad local y la producción cultural buscan consolidarse, este tipo de competencia supone una amenaza que erosiona el tejido económico de proximidad y favorece la homogeneización del consumo.

No obstante, también existen oportunidades que refuerzan la relevancia de las tiendas de barrio en estos contextos. Su fortaleza radica en la cercanía, la confianza y la calidez con que atienden a los vecinos, atributos que les otorgan un capital simbólico distinto frente a la estandarización de los grandes formatos. Como señala Varela, presidente de la Asociación de Tenderos, “tal vez no seamos competitivos en precios, pero somos muy competitivos en calidez humana, en cercanía y en conocimiento de las necesidades de los vecinos” (González, 2023). En este sentido, su profesionalización, el

uso de nuevas tecnologías de pago y la capacidad de diferenciarse mediante la atención personalizada constituyen caminos estratégicos para insertarse en barrios creativos de Quito, donde lo cultural y lo comunitario se entrelazan con lo comercial.

2.2. Diseño, experiencia y comunidad

El diseño, entendido como práctica cultural, mediadora y situada, adquiere múltiples funciones en la vida social contemporánea. Ya no se limita únicamente a la resolución funcional de problemas o a la producción de objetos, sino que actúa como una herramienta simbólica, organizadora de vínculos y generadora de experiencias significativas. Tal como plantea Maturana (2019), el diseño de experiencias consiste en crear aquello que puede sucederle a una persona o colectivo, configurando interacciones que activen sentidos, emociones y significados en un tiempo y lugar determinados. Siguiendo esta línea, Ortega (2023) subraya que el diseño de experiencias requiere comprender tres dimensiones interdependientes; el usuario como sujeto activo, el contexto como marco de sentido y los signos como mediadores de la vivencia. El autor enfatiza que “toda experiencia es un fenómeno situado que no ocurre en el vacío, sino que emerge de la interacción entre la intencionalidad del diseño y la apropiación que el usuario hace de ella” (Ortega, 2023, p. 45).

Esto supone que el diseño no sólo debe producir objetos o servicios, sino también condiciones para que las experiencias puedan acontecer y transformarse en recuerdos, aprendizajes o vínculos duraderos. Asimismo, Ortega (2023) plantea que la experiencia es siempre corpórea y sensorial, ya que involucra a un cuerpo o persona inmerso en un entorno físico, social y cultural específico. De este modo, los elementos materiales como los colores, texturas, disposición espacial y los elementos simbólicos siendo estos las narrativas, significados, imaginarios, actúan conjuntamente para moldear la percepción y el sentido de pertenencia. Esta articulación se sostiene en lo que el autor denomina diseño

de atmósferas, entendido como la capacidad de configurar ambientes que activen emociones y comportamientos coherentes con la intención proyectual (Ortega, 2023).

En este mismo sentido, autores como Wucius Wong (1987) advierte que reducir el diseño al embellecimiento de las formas es un error, pues su valor real está en articular lo material con lo simbólico, lo funcional con lo cultural. En esta dirección, Buchanan (1992) concibe el diseño como un nuevo arte liberal que integra saberes de las artes, las ciencias naturales y sociales, y que se enfrenta a los llamados problemas perversos, caracterizados por su indeterminación, multiplicidad de actores y ausencia de soluciones definitivas. Para el autor, el diseño no opera únicamente mediante categorías fijas, sino a través de lo que denomina colocaciones, es decir, lugares flexibles de invención que permiten reposicionar los problemas y generar nuevas posibilidades de interacción. Esta perspectiva amplía la comprensión del diseño como práctica cultural, pues resalta su capacidad de actuar como mediador simbólico y relacional en contextos comunitarios complejos.

La dimensión experiencial del diseño no se agota en la esfera individual, sino que adquiere su verdadera potencia en el ámbito comunitario. Desde un enfoque relacional, Sashi (2012) explica que las relaciones entre consumidores y marcas y, en un plano más amplio, entre individuos y colectivos se sostienen no por la transacción económica en sí, sino por la calidad de las experiencias compartidas, que generan confianza, compromiso y fidelidad. Así, la experiencia se convierte en el puente que transforma un acto de consumo en un vínculo social.

De manera complementaria, Morin (2001) advierte que la experiencia humana debe comprenderse como un fenómeno complejo, donde convergen lo emocional, lo cognitivo, lo sensorial y lo social. Desde esta mirada, el diseño aparece como un mediador de experiencias colectivas que, más allá de los objetos, posibilita encuentros, refuerza lazos de pertenencia y fomenta nuevas formas de comunidad. En este sentido, el diseño no sólo moldea la percepción individual, sino que contribuye a la construcción simbólica y relacional de lo común.

2.2.1. Mediación simbólica y social a través del diseño: ferias, talleres y exposiciones

El diseño, más que un ejercicio técnico o estético, puede comprenderse como un proceso de mediación simbólica y social en el que convergen objetos, actores y contextos culturales. Manzini (2015) plantea que en la actualidad el diseño debe orientarse hacia las relaciones sociales, entendiendo al diseñador como un mediador capaz de conectar sistemas, prácticas y comunidades. Su noción de innovación social muestra cómo el diseño se convierte en un lenguaje que articula lo material con lo simbólico, lo individual con lo colectivo, situando la creación de sentido al mismo nivel que la función o la utilidad.

Este enfoque enlaza con el giro epistemológico propuesto por Barbero (1991), quien desplaza la atención de los medios hacia las mediaciones sociales. En lugar de analizar únicamente los aparatos mediáticos, propone mirar cómo las comunidades resignifican y transforman la cultura a partir de prácticas cotidianas. En esa clave, los objetos y experiencias diseñadas no poseen un significado fijo; más bien, se convierten en dispositivos culturales en constante disputa, abiertos a la reapropiación popular y al juego entre estrategias hegemónicas y resistencias sociales. Del mismo modo, un taller o una feria de diseño no son solo espacios de transmisión de técnicas o de exhibición de productos: son lugares donde los usuarios negocian sentidos, reconfiguran identidades y transforman los objetos en vehículos de pertenencia y creación colectiva.

El carácter abierto del sentido conecta con la dimensión sociotécnica del diseño. Simón (1996) recuerda que el mundo actual está configurado por lo artificial, el diseño organiza entornos y prácticas cotidianas, transformando lo material en parte constitutiva de la vida social. En este marco, Latour (2008) introduce la idea de los objetos como actantes que median comportamientos, estabilizan relaciones y orientan acciones. Aquí resulta pertinente Bauman (2000), quien advierte que la modernidad líquida ha desestabilizado los vínculos sociales, volviéndolos frágiles, breves y fácilmente sustituibles; en este escenario de identidades flexibles y relaciones precarias, los objetos y experiencias diseñadas actúan

como anclas simbólicas que permiten recomponer temporalmente el sentido de pertenencia y ofrecer puntos de estabilidad en medio de la fluidez social. En un taller colectivo, por ejemplo, las herramientas y materiales no sólo facilitan un aprendizaje técnico, sino que también organizan interacciones, distribuyen roles y generan vínculos comunitarios. Lo diseñado, en este sentido, actúa tanto como soporte funcional como mediador social.

Este papel organizador otorga al diseño una dimensión política y pedagógica. Escobar (2016) lo denomina ontología del diseño, porque cada objeto o experiencia configura formas particulares de ser, saber y hacer. Diseñar no es simplemente producir artefactos, sino modelar mundos posibles. En esta línea, Lutnaes (2019) propone la noción de alfabetización en diseño, entendida como la capacidad de interpretar, co-crear y transformar los códigos simbólicos y materiales que sostienen la vida social. Ferias, talleres y exposiciones operan precisamente como escenarios pedagógicos y cívicos donde los participantes aprenden no sólo técnicas, sino también a leer críticamente su entorno y a reconocerse como actores de cambio.

Estas dinámicas tienen un valor particular en contextos comunitarios. Manzini (2015) sostiene que las prácticas colaborativas amplifican la capacidad de las comunidades para organizarse y actuar colectivamente. En esa misma dirección, Millán (1994) explica que los espacios autogestionados, como las ferias barriales, funcionan como formas de resistencia social y de reproducción de la vida cotidiana, pues combinan lo económico, lo simbólico y lo social en un mismo escenario. No se trata únicamente de comercializar productos, sino de fortalecer redes, compartir saberes y afianzar territorialidades.

Además, como destaca Alvero (2016), estas actividades cumplen un papel fundamental en la participación ciudadana al convertirse en dispositivos de diálogo y deliberación. Las ferias y talleres no son sólo vitrinas de exhibición, sino momentos privilegiados donde los actores sociales pueden expresar intereses, articular demandas y co-crear soluciones. Esta dimensión participativa se complementa con la idea de

apropiación progresiva de Berroeta y Rodríguez (2010), según la cual los ciudadanos se sienten parte de un proyecto en la medida en que contribuyen a su construcción. Esa apropiación fortalece la sostenibilidad de los espacios y fomenta la corresponsabilidad cultural y política.

Sin embargo, la mediación del diseño también enfrenta desafíos contemporáneos. Berardi (2017) advierte que la sobresaturación de estímulos en la actual infoesfera puede diluir la intensidad de las experiencias y reducir el espesor de los significados. En ferias o exposiciones, la abundancia de imágenes y narrativas corre el riesgo de convertir la mediación en un consumo acelerado de señales. Este límite obliga a pensar dispositivos que cuiden la atención y favorezcan apropiaciones más profundas, evitando que lo simbólico se reduzca a lo efímero.

2.2.2. Participación ciudadana y apropiación del diseño

En el marco de una cultura del diseño expandida, Manzini (2015) introduce el concepto de diseño difuso para referirse a los procesos mediante los cuales cualquier ciudadano, sin ser diseñador profesional, participa activamente en la configuración de su entorno mediante decisiones cotidianas, colaboraciones y apropiaciones simbólicas. Esta perspectiva comprende cómo la participación ciudadana en actividades de diseño potencia la agencia colectiva y promueve una forma de cosmopolitismo local, donde lo global se incorpora desde una mirada situada. Así, la apropiación simbólica no se limita a objetos, sino que abarca prácticas, saberes y relaciones, construyendo identidad territorial desde el hacer compartido. Como lo resume el autor: “el diseño se convierte en un proceso social donde todos pueden contribuir, imaginar, construir y cuidar” (Manzini, 2015, p. 94).

Esta noción de participación no debe entenderse como una simple inclusión de usuarios en los procesos creativos, sino como una forma activa de intervención en lo común. A través de la apropiación simbólica, las personas resignifican su entorno, configuran nuevas territorialidades y generan espacios de reconocimiento y pertenencia.

El diseño, en este sentido, se convierte en un lenguaje relacional y político que habilita formas de subjetivación colectiva. En la experiencia latinoamericana, la participación ciudadana en el diseño ha sido propuesta como una alternativa al modelo de planificación tradicional *top-down*, en el cual la ciudadanía suele quedar excluida de los procesos de decisión sobre su propio territorio. En contraposición, los enfoques *bottom-up* promueven un involucramiento real de la comunidad desde las etapas iniciales del proyecto, lo cual fortalece el empoderamiento, la cohesión social y la apropiación del espacio (Cuartas & Lopez, 2021).

En este marco, la participación ciudadana se ha reivindicado como un derecho político fundamental, capaz de incidir en la transformación del entorno y en la construcción colectiva de lo público. Para que esta participación sea efectiva y no meramente simbólica, es necesario estructurarla metodológicamente, con mecanismos que reconozcan la diversidad de actores, sus saberes situados y sus capacidades de interlocución. Como plantean Agudelo y Garay (2022) la participación no sustituye el rol de la democracia representativa, pero sí amplía su legitimidad y potencia la inclusión, siempre que esté acompañada de procesos metodológicos claros y horizontales.

Un referente clave es el modelo de los escalones de participación de Arnstein (1969), que distingue entre la no participación, la participación simbólica y el empoderamiento ciudadano. En el campo del diseño, alcanzar los niveles más altos implica no solo consultar a los actores, sino integrarlos en la toma de decisiones, en la formulación de problemas y en la creación de soluciones colectivas.

Este enfoque se conecta con experiencias de otros campos culturales, como el arte contemporáneo, donde la participación ciudadana ha sido trabajada como un eje central. Velasco y Leguizamo (2016), al estudiar ferias de arte en América, destacan cómo estas plataformas han incorporado talleres, actividades lúdicas y experiencias sensoriales que trascienden lo expositivo para integrar prácticas pedagógicas dirigidas a públicos diversos, promoviendo una ciudadanía cultural activa.

Cuando se generan condiciones para que la ciudadanía participe activamente en procesos de diseño, se está posibilitando también una apropiación del territorio desde el saber situado, la experiencia compartida y la acción colectiva. Esta lógica rompe con la idea del diseño como competencia exclusiva de expertos y lo vincula con procesos de justicia espacial, democratización cultural y fortalecimiento del tejido social. Como sostienen Fraser et al. (2006), sólo mediante la articulación entre actores públicos, privados y comunitarios es posible lograr un urbanismo participativo, donde la ciudadanía no sólo opina, sino que diseña, cuida y transforma el territorio en el que habita.

2.3. Capital cultural, legitimidad simbólica y diseño local

La noción de capital cultural, propuesta por Bourdieu (1997), permite comprender que las prácticas culturales no se desarrollan de manera aislada ni neutral, sino dentro de estructuras sociales jerárquicas determinadas por la distribución desigual de recursos simbólicos y materiales. En este marco, las tiendas físicas de diseño que operan en barrios creativos pueden analizarse como espacios estratégicos dentro del campo cultural, donde se produce, circula y disputa la legitimidad simbólica del diseño local (Gayo, 2013)

El concepto de campo cultural en Bourdieu refiere a un espacio estructurado de relaciones en el que los agentes y las prácticas adquieren sentido a partir de su posición relativa y de las luchas por los recursos disponibles. En este campo, la visibilidad y el reconocimiento de un producto o trayectoria dependen tanto de su inserción en redes institucionales como de los mecanismos de consagración que operan en él. La valoración del diseño local, por lo tanto, no responde únicamente a sus cualidades estéticas o funcionales, sino a las relaciones que sus productores y objetos mantienen con instituciones, agentes legitimados y procesos de validación simbólica (Bourdieu, 1997).

Las tiendas físicas de diseño cumplen así un papel que trasciende lo comercial, funcionando como plataformas de legitimación donde se consagran determinados discursos estéticos, lenguajes visuales y referencias culturales. De acuerdo con la

UNESCO (2016), las industrias creativas se sitúan precisamente en la intersección entre economía, cultura y derecho, incorporando la creatividad como componente central de la producción y generando tanto riqueza como identidades colectivas. En este sentido, dichas prácticas contribuyen a la acumulación de capital simbólico, entendido como el reconocimiento legítimo dentro de un campo específico (Bourdieu, 1998).

La especificidad del territorio se convierte en un recurso creativo que otorga valor diferencial a los bienes producidos y comercializados en estos espacios; Majdúchová y Bartekova (2020) sostienen que las industrias culturales pueden favorecer la regeneración urbana, diversificar la economía local y resignificar identidades colectivas, reforzando con ello el valor simbólico del diseño local en las disputas por legitimidad cultural.

En los barrios creativos, las tiendas físicas operan como nodos culturales que fortalecen el capital cultural local y facilitan procesos de distinción simbólica al vincular los objetos comercializados con memorias territoriales y prácticas culturales. Esta dimensión adquiere particular relevancia en contextos periféricos como el ecuatoriano, donde la consolidación del diseño como campo autónomo ha estado atravesada por disputas institucionales y simbólicas. Su historia no responde a una evolución lineal, sino a un proceso de emergencia discursiva en el que confluyen actores intelectuales, prácticas culturales y condiciones históricas de legitimación (Palti, 2007).

El valor simbólico del diseño reside tanto en su producción como en su circulación y recepción. De acuerdo con Verón (2004), el discurso constituye una producción social de sentido cuya eficacia se mide por la manera en que es recibido e interpretado por los públicos. En este sentido, las tiendas físicas funcionan como mediadoras entre la creación y el consumo, articulando flujos simbólicos, configurando referentes estéticos y negociando legitimidad frente a audiencias diversas. Este proceso está atravesado por factores como la clase social, la edad y el acceso a capitales educativos y culturales, que condicionan la forma en que se otorga reconocimiento.

Tal como plantea Gayo (2013), aunque la juventud ha sido históricamente tratada como una categoría subordinada dentro de la teoría del capital cultural, los jóvenes participan activamente en la transformación del gusto y de las prácticas culturales, aun cuando lo hacen en condiciones de desigualdad estructural que restringen su capacidad de consagración simbólica.

2.3.1. Redes barriales y aprendizaje colectivo

La construcción de comunidad en el territorio no puede comprenderse únicamente desde la prestación de servicios o la oferta de actividades, sino que requiere la generación de vínculos sociales sostenibles, espacios de confianza y procesos compartidos de aprendizaje. La acción comunitaria, entendida como un proceso colectivo de transformación social, se fundamenta en dinámicas relacionales que fortalecen la autonomía, la deliberación, la cooperación y el respeto mutuo (Gomà, 2020). Su valor radica no sólo en los objetivos alcanzados, sino también en las formas de trabajo, la reciprocidad cotidiana y la construcción conjunta de saberes.

En este marco, resulta pertinente recuperar los aportes de Julier (2014), quien propone comprender el diseño como una práctica social y cultural situada, que participa activamente en la generación de sentido, vínculo y conocimiento compartido. Desde esta perspectiva, el diseño no se limita a la creación de objetos funcionales o estéticos, sino que constituye un entramado de relaciones entre productores, mediadores y usuarios, donde el valor se encuentra en los modos en que los objetos son concebidos, compartidos y resignificados por las comunidades.

Los procesos de diseño, en este sentido, se configuran como escenarios de mediación simbólica y de construcción colectiva de significado. Las personas no sólo consumen, sino que reinterpretan y transforman los objetos y sus usos, produciendo conocimiento práctico, sensible y afectivo. Esta visión desplaza al consumidor pasivo y lo reconoce como actor activo en la co-construcción de saberes. Así, la confianza barrial

puede entenderse como un recurso social que surge de interacciones sostenidas y prácticas cotidianas de cooperación, en las que el diseño ofrece lenguajes y entornos que habilitan el encuentro, la experimentación y la expresión colectiva (Julier, 2014).

De este modo, el aprendizaje colectivo trasciende los espacios institucionales y se manifiesta en prácticas colaborativas que favorecen la autoorganización, la participación ciudadana y la creación de comunidad. La experiencia comunitaria se desarrolla tanto en lo organizativo como en lo afectivo y lo simbólico, reconociendo el papel del cuidado y las redes de apoyo en la convivencia barrial. La comunidad, en consecuencia, no puede pensarse como una unidad cerrada, sino como una práctica relacional que se construye desde la diversidad y la búsqueda de soluciones colectivas.

En este proceso, el territorio cobra un papel central no sólo como espacio físico, sino como lugar de memoria y sentido compartido. La convivencia, requiere entramados sociales y afectivos que deben ser cuidados y resignificados constantemente. El aprendizaje colectivo, en esta clave, se convierte en un proceso de construcción de ciudadanía en el que las comunidades se organizan y resisten desde sus propias capacidades locales, resignificando el espacio barrial como lugar de vida digna y de creación compartida.

Para profundizar en la importancia de las redes barriales, es fundamental introducir el concepto de capital social desde la perspectiva de Putnam (2000) quien lo define como las redes de relaciones, las normas de reciprocidad y la confianza que, al facilitar la cooperación, potencian la acción colectiva.

Desde este enfoque, la confianza barrial a la que hace referencia no es sólo un sentimiento, sino un activo tangible que reduce los costos de transacción social y permite a las comunidades movilizarse de manera más efectiva para resolver problemas comunes (Putnam, 2000). El aprendizaje colectivo, por lo tanto, no es sólo un resultado de estas redes, sino el motor que las fortalece, creando un círculo virtuoso de participación y empoderamiento.

El papel del territorio según la metodología Investigación-Acción Participativa (IAP), mencionada por el autor Freire (1970) se alinea con la idea de la construcción conjunta de saberes y se centra en la alfabetización crítica, donde el conocimiento no es algo que se transmite, sino que se co-crea a través de la reflexión y la acción. En el contexto de las redes barriales, la IAP transforma a los residentes de objetos de estudio a sujetos protagonistas de su propio cambio. Este enfoque pedagógico sitúa al barrio como un laboratorio de aprendizaje activo, donde los habitantes, al investigar sus propias problemáticas, adquieren no solo conocimientos, sino también conciencia crítica y capacidad para incidir en su realidad social (Freire, 1970).

La articulación de estos conceptos demuestra que las redes barriales no son meras estructuras sociales, sino ecosistemas de aprendizaje dinámicos. En ellos, la confianza y la reciprocidad actúan como el pegamento social, mientras que las metodologías de aprendizaje activo y participativo proveen las herramientas para transformar la experiencia cotidiana en conocimiento relevante y acción transformadora. Este enfoque refuerza la visión del territorio como un espacio con significado, donde el aprendizaje es un acto de resistencia y una práctica de ciudadanía activa que empodera a las comunidades para construir un futuro compartido.

2.4. Tiendas físicas de diseño y reconfiguración de identidades socio barriales

La relación entre las tiendas físicas de diseño y la reconfiguración de identidades socio barriales puede observarse en distintos contextos urbanos latinoamericanos donde el arte, la cultura y la creatividad actúan como motores de transformación territorial. En este sentido, Galvis-Bonilla (2023) analiza varios ejemplos representativos en su estudio *La transformación urbana en torno al arte y la cultura*, que permite comprender cómo los espacios culturales, creativos y de diseño se convierten en agentes activos de regeneración urbana y cohesión social.

Uno de los casos más destacados es mARTadero, ubicado en Cochabamba (Bolivia), un antiguo matadero municipal que fue recuperado en 2004 y convertido en un

centro cultural autogestionado. La intervención fue liderada por la Asociación Colectiva y Artística NADA, que impulsó actividades de arte, innovación y experimentación, transformando la identidad del barrio Villa Coronilla en una nueva centralidad urbana asociada al arte y la cultura. Según el estudio, “la transformación de la identidad del barrio inició desde el mismo momento en que la actividad de los artistas se estableció en este espacio de la ciudad, hasta convertirse en un espacio de interés colectivo para la ciudadanía” (mARTadero, 2020, citado en Galvis-Bonilla, 2023, p. 7). Este proceso muestra cómo un espacio de creación cultural puede dinamizar la vida comunitaria, resignificar un territorio degradado y generar nuevas formas de interacción social.

Un segundo ejemplo es el Distrito de las Artes, desarrollado en los barrios San Telmo y La Boca de Buenos Aires (Argentina), donde la recuperación de una antigua fábrica eléctrica, convertida en la Instalación de las Artes en 2012, impulsó la creación de un clúster cultural promovido por el gobierno de la ciudad. Este distrito generó una nueva centralidad urbana vinculada al arte, pero también desencadenó procesos de gentrificación y especulación inmobiliaria. Como señala Thomasz (2016), “el contexto político y la correlación de fuerzas es sumamente desfavorable para los sectores vulnerables y empobrecidos (...) puesto que sus intereses afectan mucho menos que los de inversores y representantes del sector inmobiliario” Este caso refleja los desafíos que enfrentan las políticas de revitalización urbana cuando la economía creativa desplaza las formas tradicionales de vida barrial.

El tercer caso, el Distrito Creativo San Felipe en Bogotá (Colombia), representa una experiencia más reciente de articulación entre arte, diseño y gestión urbana. Galvis-Bonilla (2023) lo describe como un “centro urbano centrado en el arte y la creatividad, que ha impulsado la transformación urbana y atraído a diversos actores públicos y privados” (p. 5) Este distrito combina galerías, talleres, cafés y tiendas de diseño, generando un ecosistema creativo que promueve la interacción entre la comunidad, la academia y el sector cultural. En palabras del autor, los distritos creativos pueden entenderse como

“aglomeraciones de artistas o actividades culturales que surgen de manera orgánica dentro de las ciudades, o que son impulsadas a través de políticas de revitalización o de procesos de renovación urbana de áreas problemáticas” (Celis, 2016, citado en Galvis-Bonilla, 2023, p. 9)

Estos ejemplos ilustran cómo el arte y el diseño pueden ser herramientas de intervención territorial y reconstrucción simbólica, promoviendo la creación de redes colaborativas y la activación de nuevas identidades barriales. En todos los casos, las tiendas y espacios culturales funcionan como plataformas sociales donde se cruzan la creatividad, la economía y la vida cotidiana.

En el contexto quiteño, la tienda La Imaginativa constituye un caso representativo de cómo el diseño puede articular comunidad e identidad territorial. Fundada en febrero de 2022 por dos hermanas, exalumnas de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, La Imaginativa se ubica en el barrio La Floresta, sector caracterizado por su dinamismo cultural y su histórica identidad artística. De acuerdo con Mier Vielma (2022), “La Imaginativa es una tienda de diseño y espacio versátil para artistas” (p. 1).

El espacio fue concebido como una plataforma híbrida, combinando tienda, galería, cafetería y taller. Según el mismo autor, “el lugar cuenta con una sala para exposición de arte o proyección de películas, otra destinada a la realización de talleres dos o tres veces por mes, y una sala principal utilizada para la tienda y la exposición de productos” (Mier Vielma, 2022, p. 3). Este modelo permitió que la tienda funcionara no sólo como un espacio comercial, sino como un centro cultural de encuentro barrial.

Asimismo, La Imaginativa aplica un modelo de negocio mixto, basado en la distribución y venta de productos de diseño artesanal local, combinando artículos propios con los de otros emprendedores. Mier Vielma destaca que “la tienda vende los productos de diferentes marcas y se queda con un porcentaje de la venta (...); el cliente se encuentra con un espacio físico donde se pueden hallar productos artesanales de manera ordenada y con precios accesibles” (2022, p. 4). Esta estrategia impulsa la visibilidad de diseñadores

emergentes y fomenta la colaboración entre productores locales, convirtiendo a la tienda en un actor clave de la economía creativa de Quito.

Además, la incorporación de una cafetería en el mismo espacio refuerza su carácter social y relacional: “se decidió usar una sala única y exclusivamente para que se instale una cafetería (...) y de esta manera dividir los gastos” (Mier Vielma, 2022, p. 3). Con ello, el lugar consolida su papel como espacio de interacción urbana donde confluyen la cultura, el diseño y la vida cotidiana de los barrios La Floresta y La Vicentina.

En términos simbólicos, La Imaginativa contribuye a la reconfiguración de la identidad barrial, al integrar a diseñadores, artistas, vecinos y visitantes en actividades compartidas. A través de ferias, talleres y exposiciones, el espacio fortalece el tejido social y amplía la noción de comunidad creativa. De esta manera, se consolida como un nodo cultural que materializa los vínculos entre diseño, territorio y ciudadanía.

Los hallazgos de este capítulo evidencian que las tiendas físicas de diseño operan como mediadores clave entre consumo, cultura y comunidad, desbordando su función comercial para constituirse en terceros lugares y socio lugares donde se tejen experiencias, vínculos y significados compartidos. La interacción multisensorial, la atmósfera y el “lenguaje silencioso” de los cuerpos en el espacio muestran que la compra es también un proceso relacional y simbólico en el que se construye confianza, pertenencia y memorias urbanas. Al mismo tiempo, se reconoce que estos espacios enfrentan riesgos estructurales como, inseguridad, competencia del retail masivo, homogeneización del consumo, que pueden vaciar su densidad comunitaria si no se articulan con estrategias de mediación cultural y gestión barrial consciente.

Asimismo, el capítulo sostiene que el diseño funciona como mediación simbólica y social que articula objetos, narrativas, prácticas y territorios. Ferias, talleres y exposiciones permiten el paso de la venta a la vinculación, activando participación ciudadana, aprendizaje colectivo y apropiación territorial. Desde esta perspectiva, las tiendas físicas se revelan como dispositivos culturales donde se disputa y se acumula capital cultural y

simbólico, legitimando lenguajes estéticos locales y fortaleciendo redes de cooperación. Los ejemplos latinoamericanos y el caso de La Imaginativa en particular muestran que, cuando se insertan en tramas comunitarias y no sólo en lógicas de mercado, estos espacios contribuyen a reconfigurar identidades socio barriales, resignificar territorios y hacer del diseño un lenguaje cotidiano de organización social.

En conjunto, estos hallazgos sientan las bases para comprender a las tiendas físicas de diseño como nodos estratégicos en la vida barrial, capaces de articular economía creativa, memoria territorial y ciudadanía activa. Sobre esta base teórica, el siguiente capítulo profundiza en las diversas formas en que una tienda física de diseño específica se inserta en este entramado territorial, explorando el rol que cumple en la dinamización del diseño como agente de desarrollo, cohesión y transformación comunitaria.

Capítulo 3. Over: entre lo comercial y lo comunitario

Este capítulo analiza cómo la tienda *Over* incide en la vida barrial de La Floresta y La Vicentina. Para ello, se adopta un enfoque cualitativo y explicativo, con fase exploratoria inicial, y se combinan observación directa, entrevistas semiestructuradas, encuestas y análisis documental. Las entrevistas abarcan representantes barriales, diseñadores y actores institucionales; las encuestas se dirigen a habitantes, estudiantes y usuarios de actividades de *Over*; y la observación se realiza en talleres, ferias y exposiciones.

El análisis se organiza en torno a tres variables: la primera se centra en el rol del diseño en las relaciones socio-barriales, donde se estudia el papel del diseño en la generación de interacciones comerciales y afectivas con los habitantes de los barrios. Como segunda variable se aborda la influencia de *Over* en la identidad territorial, abordada a partir de exposiciones en las que la empresa desarrolla prácticas de visibilización del diseño local y de apropiación social del espacio.

Finalmente, como tercera variable se analiza la articulación comercial-comunitaria a través de ferias de diseño desarrolladas por iniciativa de *Over* que une La Floresta y La Vicentina mediante una ruta, y Destino Diseño, con indicadores de participación comunitaria y diseño como herramienta de encuentro y articulación con redes barriales. Con este dispositivo metodológico se evalúa en qué medida *Over* articula lo comercial y lo comunitario, proyecta identidad y fortalece vínculos socio-barriales en el territorio.

3.1. La incidencia de *Over* en los barrios de La Floresta y La Vicentina

Con el propósito de analizar cómo la tienda de diseño *Over* incide en las relaciones socio barriales y la identidad territorial de los espacios analizados, se elaboró una estrategia metodológica acorde al contexto, características y requerimientos de la investigación. Cuenta con un enfoque cualitativo, dado que como mencionan Hernández, Collado y Baptista (2014) proporciona profundidad a los datos, permite interpretar y contextualizar el entorno estudiado. Asimismo, este enfoque permite examinar lo que la

comunidad entiende por diseño, indagando si las actividades pueden llegar a generar conocimiento, relación e identidad en las personas para responder las preguntas de investigación, desde un punto de vista multidisciplinar.

En cuanto al alcance, la investigación es explicativa, puesto que analiza la incidencia de las actividades de diseño realizadas por *Over* (talleres, ferias y exposiciones) y su incidencia en la consolidación de relaciones socio-barriales e identidades territoriales en los barrios de La Floresta y La Vicentina entre 2021 y 2024. Según Hernández, Fernández y Baptista, “los estudios explicativos van dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales, es decir, buscan explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta” (2014, p. 97). En este sentido, el alcance de la investigación responde a la necesidad de esclarecer los mecanismos mediante los cuales lo comercial y lo comunitario se articulan a través del diseño en un contexto urbano específico.

No obstante, debido a la vacancia local de estudios comparables y al carácter novedoso de la tienda *Over* dentro de su contexto territorial, la investigación incorpora una fase exploratoria inicial orientada al mapeo de actores, prácticas y categorías analíticas, con el propósito de establecer una base sólida para la comprensión del fenómeno.

Para la recolección de datos, se aplicó un enfoque metodológico mixto de carácter cualitativo y cuantitativo, que combinó observación directa, entrevistas semiestructuradas, encuestas y análisis documental, permitiendo abordar distintas dimensiones de la unidad de análisis.

Las entrevistas se dirigieron a representantes de las entidades barriales de La Vicentina y La Floresta, a docentes y personal del Instituto Metropolitano de Diseño, así como a diseñadores locales y habitantes de ambos barrios, seleccionados mediante un muestreo intencional. En total, se realizaron diez entrevistas, distribuidas en cuatro a dirigentes barriales, cuatro a diseñadores locales que desarrollan su labor o poseen tiendas en la zona, y dos a habitantes vinculados con las dinámicas cotidianas de los barrios. Este

instrumento se sustentó en el modelo de entrevista semiestructurada, concebido como “un método poderoso de producción de conocimiento de la situación humana” (Kvale, 2011, p. 32), el cual permite equilibrar la apertura conversacional con el propósito investigativo, favoreciendo la obtención de información profunda, flexible y contextualizada sobre el fenómeno estudiado.

De forma complementaria, se llevaron a cabo técnicas de observación en talleres y ferias organizadas por la tienda *Over*, con el fin de analizar las dinámicas sociales y culturales que emergen en torno a sus actividades y su influencia en la configuración de relaciones socio-barriales y la consolidación de una identidad territorial compartida.

Por su parte, la encuesta permitió ampliar el alcance del trabajo de campo, al recabar información de un total de 80 participantes, entre habitantes, estudiantes y profesionales del diseño vinculados a los barrios de La Floresta y La Vicentina. Se emplearon preguntas abiertas y cerradas con el fin de explorar las prácticas culturales, las formas de relación comunitaria y la percepción del diseño como elemento articulador del territorio. Esta herramienta posibilitó identificar el grado de apropiación simbólica del espacio y la valoración de la tienda *Over* como un agente comercial y cultural dentro del entramado barrial.

Asimismo, con el fin de sistematizar la información se generaron fichas de observación directa que permitieron evaluar las interacciones de los usuarios durante las actividades realizadas por la tienda. Por otro lado, el análisis documental se obtuvo por medio de documentos como trípticos del mapa de La Floresta, leyes realizadas en los años de estudio por los gobiernos, documentos sobre la gentrificación de los barrios e investigaciones relacionadas a las unidades de análisis de la investigación.

La primera variable se centra en el rol del diseño en las relaciones socio barriales, donde se estudia el papel del diseño en la generación de interacciones comerciales y afectivas con los habitantes de los barrios. Esta variable se compone de dos dimensiones, la interacción comercial, asociada a las relaciones de compra, tránsito y recurrencia de

visitas; y la interacción afectiva, vinculada a la confianza, la comodidad percibida y la generación de redes de colaboración.

En segundo lugar, se aborda la influencia de *Over* en la identidad territorial, abordada a partir de exposiciones en las que la empresa desarrolla prácticas de visibilización del diseño local y de apropiación social del espacio. Sus indicadores se centran en el sentido de identidad (fuerte, débil o nulo) y en la apropiación social del espacio (activa, pasiva o inexistente). tercera variable se analiza la articulación comercial–comunitaria a través de ferias de diseño desarrolladas por iniciativa de *Over* que une La Floresta y La Vicentina, como La Florentina y Destino Diseño, cuyos indicadores incluyen la participación comunitaria, el diseño como herramienta de encuentro y la articulación con redes barriales, comités de desarrollo, comités de seguridad y otros que forman parte de la organización propia de los barrios.

3.2. Tienda *Over*: el diseño como estrategia diferenciadora

Over es una tienda física de diseño que surge como idea en 2021 y cuya construcción y desarrollo se concretan en 2023, para que finalmente sea abierta en el año 2024 (ver figura.51). Nació con el propósito de atender las necesidades de la comunidad del diseño, como estudiantes, profesionales y administrativos y, al mismo tiempo, acercar a la sociedad y comunidad barrial al trabajo de los diseñadores. La propuesta inicial se enfocaba en la venta de productos elaborados por diseñadores locales como una forma de fomentar la cultura del diseño. No obstante, con el tiempo el proyecto evolucionó hacia un concepto más amplio. De esta manera, la tienda dejó de ser únicamente un espacio comercial para configurarse también como una galería en la que los visitantes pudieran no sólo adquirir productos, sino también conocer y reflexionar sobre el diseño como disciplina y práctica cultural.

El desarrollo de *Over* no puede entenderse de manera aislada, pues la tienda está inserta dentro del Instituto Superior Tecnológico Metropolitano de Diseño (La Metro) (ver

figura. 47), institución con más de cuarenta años de presencia en los barrios de La Floresta y La Vicentina. La Metro desempeñó un papel fundamental en la concreción del proyecto, al constituirse en aliado estratégico y socio mayoritario del espacio. Durante mucho tiempo, la institución mantuvo una relación limitada con la comunidad barrial; sin embargo, la apertura de *Over*, impulsada por el rector Hugo Carrera y el vicerrector Pedro Avendaño, marcó un punto de inflexión. Gracias a esta iniciativa, la institución comenzó un proceso de proyección hacia su entorno inmediato, estableciendo vínculos con colectivos, habitantes y otras tiendas de diseño, y consolidando un espacio de encuentro entre la vida académica y cultural de los barrios. En este marco, *Over* funciona como puente de comunicación y diálogo entre la institución y la comunidad.

Otro aspecto relevante es el marco institucional del país, que en los últimos años ha favorecido la emergencia de nuevos emprendimientos creativos, brindando condiciones propicias para que proyectos como *Over* se consoliden y se fortalezcan. En este sentido, los artículos del Plan Sectorial de Cultura y Patrimonio (2021–2025) fueron determinantes al establecer un contexto normativo y político que reconoció al arte, la cultura y el diseño como ejes de desarrollo estratégico. Cabe mencionar que, tras el cambio de gobierno primero con el ex presidente Guillermo Lasso (2021-2023) y actualmente con Daniel Noboa (2023-2025) y la aprobación del plan sectorial de cultura y patrimonio, se consolidó una base legal que no sólo visibilizó la relevancia de la cultura y el arte en el Ecuador, sino que también habilitó condiciones institucionales y simbólicas para que iniciativas independientes de diseño pudieran consolidarse (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2023).

En particular, los artículos 23, 24 y 25 (ver figuras 27-28) del reglamento de cultura y patrimonio del ministerio del ramo, fortalecieron esta visión al crear y consolidar el Sistema Nacional de Cultura, un espacio en el que confluyeron instituciones públicas, gobiernos locales, colectivos y actores independientes vinculados con la creación artística, la innovación y los emprendimientos culturales. El hecho de que este sistema incorporara tanto a entidades estatales como a organizaciones y emprendedores independientes

constituyó un reconocimiento a la importancia de la autogestión y el financiamiento privado como pilares de sostenibilidad. Este aspecto resultó especialmente significativo en el caso del diseño, un sector que históricamente había recibido menos apoyo estatal en comparación con otros como el cine o las artes escénicas (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2023).

Asimismo, el Plan subrayó que el diseño fue el subsector de mayor peso en la producción cultural ecuatoriana, con un 49% de participación en las industrias culturales y creativas, seguido del audiovisual con un 36,5%. Este dato legitimó al diseño como el principal motor de la economía creativa en el país y lo ubicó como una prioridad dentro de las políticas culturales. Gracias a este reconocimiento, iniciativas como *Over* encontraron un terreno fértil para desarrollarse, proyectarse y consolidarse como un espacio que articula lo comercial, lo cultural y lo comunitario en torno al diseño.

La apertura de *Over* en 2024 se dio en un contexto urbano atravesado por procesos de gentrificación cultural en los barrios de La Floresta y La Vicentina. Estos sectores, históricamente vinculados a la producción cultural, artística y comunitaria, experimentaron desde la última década una revalorización que atrajo a nuevos residentes de clase media y a una creciente oferta de negocios vinculados al arte, la gastronomía y el diseño. En este proceso, como señala Mérida (2021), no se produjo un desplazamiento masivo de los habitantes originales, sino más bien una coexistencia marcada por tensiones entre prácticas comunitarias tradicionales y las dinámicas introducidas por la llamada “clase creativa”, siendo esta constituida por estudiantes, diseñadores locales y extranjeros como menciona Mérida (2021).

Esta transformación reconfiguró el paisaje simbólico y económico de los barrios, generando nuevos espacios de consumo cultural, al mismo tiempo que suscitó debates sobre la preservación de la identidad local y la mercantilización de la cultura. Al respecto, La Floresta reúne más de cincuenta emprendimientos culturales, cafés y espacios artísticos, entre los que destacan el cine Ocho y Medio, el Centro Cultural Casa Toledo, el

Incine y el Centro Cultural Trude-Sojka. Estos lugares han consolidado al sector como un espacio donde confluyen iniciativas de cine, teatro, artes visuales, diseño y gastronomía (Vilatuña, Godoy y Andrade, 202

La llegada de *Over* se sumó a este proceso, pues al igual que otros actores culturales, busca generar actividades que no se limiten a lo comercial, sino que refuercen la interacción comunitaria a través de talleres en colaboración con diseñadores locales, ferias como la Florentina en honor a la Floresta y Vicentina y exposiciones de diseñadores ecuatorianos, en donde no sólo se genera conocimiento de diseño, sino que también se exponen las siete carreras que ofrece La Metro en el campo disciplinar: gráfico, multimedia, industrial, publicitario, interiores, moda y fotografía, haciendo que por medio de los eventos se genere reconocimiento a esta disciplina.

La pertinencia del caso también radica en el contexto contemporáneo marcado por la digitalización del comercio y la migración de gran parte del consumo hacia plataformas en línea. En este escenario, *Over* se diferencia al apostar por lo presencial, activando una dinámica de encuentro y de “tercer lugar”, como aquellos espacios distintos del hogar (primer lugar) y del trabajo (segundo lugar), donde las personas se reúnen de manera informal, construyen comunidad y fortalecen la vida social cotidiana (Oldenburg, 1999). De esta forma, el diseño no se limita a la transacción de productos, sino que se convierte en experiencia cultural y comunitaria.

Si bien la gentrificación en los barrios La Floresta y La Vicentina ha sido objeto de análisis desde distintas perspectivas urbanas y culturales, la apertura de *Over* introduce un matiz novedoso que aún no ha sido estudiado en profundidad. Al ser una tienda nueva que abrió en abril de 2024, constituye un caso emblemático para analizar la incidencia del diseño en la generación y fortalecimiento de lazos comunitarios.

3.3. El rol del diseño en la construcción de las relaciones socio barriales

Este apartado examina el papel del diseño en la construcción de las relaciones socio-barriales a partir del caso de la tienda Over en los barrios de La Floresta y La Vicentina. Se entiende por relaciones socio barriales a las interacciones cotidianas entre vecinos, comercios, organizaciones e instituciones que contribuyen a la configuración del sentido de pertenencia e identidad local (Vaquero, 2009). Para ello, se trabaja con la dimensión de los vínculos sociales entendidos por Bourdieu (1986) como parte del capital social, es decir, la red de relaciones de reconocimiento y confianza que los individuos pueden movilizar en su vida social. Estos lazos no son sólo interacciones, sino recursos acumulados que inciden en las oportunidades y posiciones dentro de un campo social. Esta dimensión se desagrega en dos indicadores: la interacción comercial y la interacción afectiva. La primera hace referencia a relaciones de carácter más superficial, asociadas a la compra, la circulación de personas y la recurrencia de visitas; la segunda se vincula con aspectos más cualitativos, como la confianza y la comodidad percibidas, la calidad de las conversaciones, la generación de redes de colaboración y la permanencia en el espacio. En esta línea, Manzini (2015) subraya que el diseño es capaz de generar ambos tipos de vínculos: facilitar intercambios económicos inmediatos y, al mismo tiempo, activar ecologías relacionales que otorgan sentido y construyen comunidad.

Dentro de la interacción afectiva, también se considera el papel del lenguaje no verbal como un factor clave en la dinámica social. Este constituye un sistema complejo que acompaña e incluso sustituye al lenguaje verbal en la interacción. Birdwhistell (1970) plantea que todo movimiento corporal como gestos, posturas, micro expresiones, es un acto comunicativo cargado de significado, consciente o inconsciente. De manera complementaria, Davis (1971) sostiene que pausas, contacto visual, sonrisas o tensiones corporales funcionan como “claves de acceso” que pueden facilitar o bloquear la integración en el grupo. Por su parte, Hall (1966) aporta el concepto de proxémica, entendido como el uso del espacio físico en la interacción, que expresa grados de confianza, intimidad o jerarquía, influyendo en la calidad del aprendizaje colectivo. Estos

elementos se relacionan con lo que Manzini (2015) denomina el aporte del diseño experto, visibilizar oportunidades de encuentro, habilitar entornos de apoyo y promover dinámicas que se repliquen y conecten en el tiempo bajo el principio PLOC (pequeño, local, abierto y conectado).

Para evaluar la variable, la investigación combina tres técnicas: observación directa, encuestas y entrevistas. A partir de la observación directa, se identificaron diferencias en la composición y dinámica de los barrios La Floresta y La Vicentina, donde la presencia del diseño ha influido de manera distinta en la vida comunitaria, se hizo un recorrido por los espacios, el 15 agosto del año 2025 permitiendo ingresar a las tiendas y conocer sobre las dinámicas de los mismos.

La Floresta, ubicada en el centro-norte de Quito y perteneciente a la parroquia de Guápulo, fue declarada Patrimonio Cultural de Bienes Inmuebles en 2021 por el Ministerio de Cultura y Patrimonio mediante el Acuerdo Ministerial Nro. MCYP-MCYP-2021-0030-A (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2021). Esta designación busca proteger su valor histórico, arquitectónico y simbólico, caracterizado por la mezcla de construcciones antiguas y modernas de colores vivos, como menciona Marcelo Yepez, actual encargado de la cafetería del Ocho y Medio del barrio de La Floresta y gestor cultural “las ordenanzas de construcción mencionan que no se pueden construir edificios demasiado altos o que no intervengan demasiado las fachadas para preservar un poquito la arquitectura, la cultura general y el paisaje clásico del barrio” (entrevista, octubre 2025).

Desde la llegada del INCINE en 2005 (ver figura. 39), un instituto fundado por cineastas, actores y escritores que impulsaron la idea de que “un país sin cine es un país sin espejo” (INCINE, 2025) como mencionaba Lissette Cabrera co fundadora, La Floresta experimentó una transformación significativa. La apertura de la cafetería Ocho y Medio como extensión del INCINE dio paso a un corredor creativo en el que surgieron comercios vinculados al arte y al diseño, entre ellos El Nudo (galería), Betero (tienda de arte), Cucko Box (juguetería), Bookish (librería), La Imaginativa (diseño local) y Mane Silva Shop (moda

independiente) (ver figura.44). Estos espacios reconfiguraron la imagen del barrio y lo posicionaron como un referente del diseño y la cultura contemporánea en Quito, ya que se puede caminar sin problema y sus calles pintorescas generan impacto visual, al que se está acostumbrado en la ciudad de Quito. El barrio ha sido reconocido por su diversidad social y por albergar nuevas propuestas económicas y artísticas impulsadas por una población joven, estudiantes, extranjeros y creadores.

La Vicentina, por su parte, pertenece a la parroquia Itchimbía y cuenta con aproximadamente 10 mil habitantes, según la publicación *Quito en 360*. Aunque tradicionalmente ha sido un barrio residencial, la instalación de instituciones educativas transformó su dinámica social y económica. Entre ellas se destaca el Instituto Metropolitano de Diseño (La Metro), con más de 40 años de trayectoria, fundado por el Msc. Hugo Carrera, rector del Instituto, aporta una mirada institucional y educativa. Tras vivir en España y Alemania, introdujo una visión del diseño vinculada a la innovación y la cultura, promoviendo proyectos que conectan la formación académica y desarrollo comunitario, el menciona que “la presencia de universidades (...) PUCE, Politécnica, Salesiana, Simón Bolívar; la presencia del Instituto Metropolitano (diseño), El INCINE (desarrollo cinematográfico) que creó Ocho y Medio” (entrevista, agosto 2025) (ver figura. 45), son actores claves que atraieron estudiantes de distintas provincias, configurando un barrio mixto entre lo residencial y lo estudiantil.

Este crecimiento impulsó la apertura de pequeños negocios destinados a satisfacer las necesidades de los nuevos habitantes, aunque la mayoría no está directamente relacionada con el diseño. Sin embargo, muchas tiendas de diseño establecidas en La Floresta pertenecen a exalumnos de La Metro, lo que evidencia un vínculo simbólico entre ambos barrios. En 2024, La Vicentina celebró sus 91 años de aniversario con eventos culturales que incluyeron desfiles y actividades comunitarias, reafirmando su identidad y el espíritu solidario que ha caracterizado al barrio a lo largo de las décadas (ViajandoX, 2024).

Un espacio emblemático de La Vicentina es el Parque José Navarro, conocido popularmente como Parque de las Tripas (ver figuras. 35-36) por la comida tradicional ecuatoriana que se vende. El espacio es considerado un ícono de la gastronomía popular quiteña y de la vida comunitaria. Con más de cuarenta años de tradición, este lugar representa el espíritu del barrio, donde se entrelazan historia, sabor y relaciones cotidianas entre estudiantes, vecinos y visitantes. Según Hugo Carrera, “el Parque Navarro y su gastronomía típica, tradicional... convoca tanta gente. Entre 5:30 de la tarde y casi medianoche es un lugar en que las diferencias sociales se acaban alrededor de la comida” (Entrevista, agosto 2025). Este espacio logra, así, reunir a personas de distintos orígenes y condiciones en torno a la convivencia y el disfrute colectivo. A esta percepción se suma la de Oswaldo, residente venezolano que vive en La Vicentina desde 2021 y trabaja en un restaurante de comida rápida del sector. Él destaca que el Parque Navarro “es el lugar donde más se reúne la gente, tanto de La Vicentina como de La Floresta” (Entrevista, julio 2025), reconociendo su importancia como punto de encuentro barrial y cultural.

En las noches, el parque se transforma en un escenario vivo con bailes tradicionales, presentaciones de artistas locales y actividades espontáneas que fortalecen el tejido social y cultural del barrio. De manera complementaria, Isabel Heredia, diseñadora industrial y dueña de la tienda Bookish en La Floresta, señala que “el Parque José Navarro fomenta presentaciones culturales y ofrece un espacio de degustación gastronómica local para ambos barrios” (Entrevista, septiembre 2025). Su testimonio evidencia que el parque no solo es un punto de encuentro vecinal, sino también un nexo simbólico y cultural entre La Vicentina y La Floresta, donde el arte, la música y la gastronomía popular se entrelazan en una misma experiencia comunitaria. En esta red de vínculos territoriales y culturales, la tienda de diseño Over se inserta al estar frente al parque.

Dentro de La Floresta y La Vicentina, diversas tiendas locales organizan actividades que fortalecen la vida comunitaria mediante el arte, la cultura y el diseño. En este proceso, Mane Silva, diseñadora y gestora cultural, cumple un papel fundamental. Llegó a La

Floresta en 2005, tras su experiencia en Italia, Chile y Argentina, y cofundó el Colectivo La Floresta, que promueve la colaboración entre las tiendas de diseño del sector. Inspirada por sus viajes y por el potencial creativo del barrio, explica: “empezamos como artistas a decir: bueno, hay que hacer algo juntos” (Entrevista, julio 2025), reflejando una identidad colectiva basada en la cooperación y la acción cultural compartida. Mane menciona que el principio del colectivo fue hacer visible “nuestros talleres, nuestras tiendas, eh nuestros productos” (Entrevista, julio 2025), consolidando así una red de espacios creativos que dinamizan la vida cultural del barrio y fomentan el sentido de pertenencia. Entre las actividades más destacadas se encuentran los eventos de cine, coffee parties y talleres de diseño realizados en lugares como La Imaginativa, Cucko Box y Bookish, que reúnen a vecinos, estudiantes y visitantes en torno a la creatividad y la participación colectiva. A estos espacios se suma *Over*, vinculada al Instituto Metropolitano de Diseño que promueve talleres en colaboración con diseñadores locales e internacionales, con el objetivo de acercar a las personas a distintas áreas del diseño. Su inserción en La Metro refuerza su identidad académica y profesional, al sustentarse en la trayectoria de la institución y en la participación de exestudiantes y empresas asociadas. *Over* ofrece talleres que permiten a los participantes vincularse con el diseño desde sus propios intereses y contextos. Miguel Ángel Carrera, diseñador de modas y CEO de la marca SPOT (ver figura.46), cuya boutique se ubica en la fachada del Instituto, señala: “Desde mi perspectiva, La Metro funciona como un nodo articulador por su ubicación estratégica y por el tipo de actividades que impulsa, conecta a jóvenes, creativos, vecinos, comerciantes y artistas. *Over*, como tienda de diseño dentro del Instituto, también juega un papel interesante porque crea espacios de encuentro entre comunidad académica y barrio” (Entrevista, agosto 2025).

Esta articulación se evidenció durante la observación directa del taller “Un platito para tu peludo”, (ver figuras 52-55) realizado el 14 de junio de 2025 en la galería de *Over*, se identificaron dinámicas que reflejan el valor del diseño como herramienta para fortalecer la convivencia y la identidad territorial. Desde el inicio, el ambiente fue participativo y

cercano, los asistentes en su mayoría jóvenes adultos, elaboraban sus piezas de cerámica mientras conversaban, compartían anécdotas sobre sus mascotas y se ayudaban mutuamente. Este intercambio espontáneo transformó la actividad en un espacio de confianza y horizontalidad, donde el aprendizaje técnico se combinó con la construcción de vínculos afectivos y vecinales. El taller dejó de ser únicamente una experiencia formativa para convertirse en una práctica social, en la que el diseño actuó como mediador de encuentro entre personas con trayectorias diversas, pero intereses comunes.

El lenguaje verbal y no verbal fortaleció la atmósfera de respeto y confianza que se generó durante el taller. Tal como plantea Birdwhistell (1970), toda expresión corporal, ya sea un gesto, una postura o una microexpresión, transmite significado y forma parte de la comunicación, incluso cuando no es intencional. En este contexto, las miradas atentas, las risas, los gestos de entusiasmo y el contacto visual entre los participantes reflejaron una sensación de seguridad emocional y comodidad, tanto con la facilitadora como entre los asistentes. El entorno físico, acompañado por música e iluminación cálida, contribuyó a propiciar una interacción genuina y un intercambio espontáneo de experiencias.

Se observó también una notable diversidad territorial entre los asistentes. Participaron vecinos de La Floresta y La Vicentina, así como personas provenientes del norte (Carcelén y El Inca), del centro (La Mariscal y San Blas) y del sur de Quito (Chillogallo y La Magdalena). Esta variedad mostró la capacidad de *Over* para atraer públicos de distintos sectores y consolidarse como un espacio abierto e inclusivo. Uno de los aspectos más relevantes fue el intercambio de contactos y la creación de redes colaborativas, ya que a medida que avanzaba el taller, los participantes comenzaron a compartir sus perfiles de Instagram y a dialogar sobre proyectos personales y profesionales. Este gesto sencillo se transformó en un mecanismo de conexión social, donde diseñadores, especialistas en marketing, abogados y contadores compartieron saberes, experiencias y consejos desde sus distintas disciplinas. Así, *Over* no solo fortaleció vínculos locales, sino que amplió su alcance territorial al facilitar la conexión entre personas de diferentes contextos.

Durante la actividad se aplicó una encuesta cualitativa a los diez asistentes para conocer su percepción sobre el ambiente, los vínculos generados y el papel del espacio en la comunidad. La mayoría describió el entorno como “relajado”, “creativo” y “tranquilo”, destacando la oportunidad de conocer nuevas personas y compartir experiencias. Una participante expresó: “Es un gran espacio para conocer personas que les guste el arte y los perritos”, mientras otra señaló: “Aunque no soy del barrio, me sentí parte de él” (entrevista, junio 2025). Estas respuestas coinciden en que los talleres de Over fortalecen los lazos comunitarios y la identidad barrial, incluso entre quienes no residen en la zona. Los asistentes destacaron el deseo de participar nuevamente en actividades similares y reconocieron la importancia de que Over continúe impulsando iniciativas que conecten el diseño con la vida local.

De manera complementaria, se realizó una encuesta a 80 personas, entre ellos: habitantes de los barrios, estudiantes del Instituto Metropolitano de Diseño y profesionales del sector. La encuesta se realizó en google forms y se envió a los profesores del instituto, a su vez los estudiantes participaban en la encuesta cuando visitaban Over, al igual que los habitantes de los barrios. Los resultados evidenciaron una participación comunitaria limitada: un 66,7 % de los encuestados afirmó no involucrarse en actividades sociales del barrio, frente a un 29,2 % que sí lo hace. Esta baja implicación refleja que las iniciativas culturales todavía no logran consolidar una participación sostenida, lo que coincide con lo mencionado por Sandra Puertas, vecina de La Vicentina y coordinadora de la Asamblea Barrial:

Son muy encerrados. La gente está acostumbrada a ver y estar tras las ventanas, tras las cortinas. No son tan participativos y eso nos complica como dirigencia barrial: hacemos mingas y limpiezas generales y la gente no sale. Lamentablemente la comunidad es más de estar en su casa: no quiere salir, no quiere compartir. Por eso intentamos una vez al mes hacer actividades: tenemos la feria Mi Mercadito La Vicentina y ocupamos espacios públicos (entrevista, julio 2025).

Desde la perspectiva del diseño, este dato pone de relieve que la práctica proyectual como herramienta de cohesión social sigue siendo intermitente y concentrada en ciertos grupos, sin llegar aún a constituir una red estable de relaciones barriales.

A pesar de ello, la mayoría de los encuestados reconoce el potencial de los talleres, ferias y exposiciones para fortalecer los lazos sociales. Leslie Pinta, habitante y trabajadora de La Floresta desde hace dos años, ofreció una mirada cercana sobre la convivencia barrial:

Es más común ver cómo la gente se reúne en actividades culturales, por ejemplo, en ferias y parques dentro del sector, porque es un lugar muy activo. En esos eventos se encuentra gente del barrio y también personas que no son del barrio, y ahí se convive y se conversa. Las ferias llaman, los parques mantienen el flujo, y eso genera encuentro de forma natural, sobre todo en fines de semana o tardes (entrevista, julio 2025).

Estas percepciones se reflejan también en las encuestas, donde los participantes señalaron que estos espacios “ayudan a conocer nuevos productos y servicios”, “arraigan la cultura” y “estimulan una economía comunitaria”, evidenciando el papel del diseño como mediador cultural y económico. Sin embargo, varios comentarios advirtieron que las actividades de *Over* están “muy sesgadas hacia lo académico y los diseñadores”, lo que revela una distancia entre la comunidad creativa y los vecinos tradicionales. En cuanto a la frecuencia de participación, el 56,5 % de los encuestados indicó asistir solo ocasionalmente y el 30,4 % nunca lo ha hecho, lo que confirma que su alcance comunitario todavía es limitado.

Quienes sí participan, sin embargo, describen a *Over* como un espacio acogedor, integrador y formativo. Miguel Carrera lo resume al señalar que “por ejemplo, las ferias de diseño o talleres abiertos organizados por la comunidad académica, como las actividades de *Over*, se convierten en espacios de diálogo entre diseñadores, estudiantes y residentes, fortaleciendo el tejido social” (entrevista, agosto 2025). En concordancia, el 95,8 % de los encuestados afirmó que *Over* contribuye al fortalecimiento del sentido de comunidad en el barrio, destacando comentarios como que “inculca el diseño” y “abre brecha en la

comunidad". No obstante, la mayoría de los asistentes son estudiantes (56,5 %) y diseñadores (43,5 %), lo que confirma su rol predominante como punto de encuentro académico más que vecinal.

En conjunto, la observación las encuestas y entrevistas, demuestran que el taller no solo promovió la creatividad y el aprendizaje práctico, sino también la generación de vínculos sociales, el reconocimiento del entorno y la revalorización del diseño como medio de encuentro entre distintos territorios y comunidades de Quito. *Over*, en este sentido, emerge como un espacio que articula conocimiento, cultura y comunidad, aunque aún enfrenta el desafío de ampliar su influencia más allá del ámbito académico para consolidarse como un verdadero nodo de interacción barrial sostenida

3.4. Diseño e identidad territorial: exposiciones culturales de *Over*

En este apartado se aborda la identidad territorial a partir del caso de la tienda *Over* en los barrios de La Floresta y La Vicentina, entendida no sólo como un vínculo geográfico, sino como una apropiación social y simbólica del espacio que incorpora valores, memorias colectivas, prácticas culturales y relaciones interpersonales (Lalama, 2008). Para su análisis se establecieron dos dimensiones. La primera es el sentido de identidad, cuyo indicador se expresa en distintos niveles de permanencia (fuerte, débil o nula), dependiendo del grado de vinculación de los habitantes y visitantes con el territorio. La segunda es la apropiación social del espacio, que se observa en formas activas, pasivas o inexistentes de apropiación. Estas dimensiones permitieron indagar en qué medida el diseño, a través de *Over*, contribuye a consolidar la identidad territorial de los barrios.

En este sentido, la cultura de diseño puede entenderse como un conjunto de valores, símbolos y prácticas que inciden en la manera en que los individuos y colectivos se apropian de los espacios (Hofstede et al., 1990; Borja, 2006). Borja (2006) identifica cuatro poderes estratégicos del diseño: diferenciador, integrador, transformador y como buen negocio, lo que permite comprender cómo una exposición puede funcionar tanto para

distinguir a un territorio como para cohesionarlo alrededor de un relato compartido. Liedtka, King y Bennett (2013) agregan que la cultura de diseño no se limita a resultados cuantitativos, sino que transforma percepciones y valores colectivos, fortaleciendo la identidad compartida.

El barrio de La Floresta, con más de un siglo de historia, comenzó a formarse en 1917 con sus primeras viviendas, convirtiéndose en uno de los primeros sectores de Quito ubicados fuera del Centro Histórico. La Vicentina, por su parte, surgió en 1933 y cuenta con más de ochenta años de existencia. (Quitoen360, 2021) Ambos barrios, profundamente tradicionales, han desarrollado un fuerte sentido de identidad y pertenencia entre sus habitantes, construido a lo largo de generaciones que han conservado sus memorias y vínculos comunitarios.

Este arraigo se refleja en los testimonios de sus residentes. Sandra Puertas, vecina de toda la vida y actual coordinadora de la Asamblea Barrial de La Vicentina, expresa con emoción:

La Vicentina es mi vida: nací aquí hace 53 años, me crié, me casé y mis hijos nacieron aquí. De niña la ciudad era muy segura, a las 5–6 pm salíamos a patear una botella por toda la Vicentina; había campeonatos de básquet en las canchas y colonias vacacionales (yo las hacía en San Pedro y San Pablo). Hoy lo especial es la ubicación estratégica (...): La Vicentina es el ombligo de Quito (entrevista, julio 2025).

Sus palabras revelan la profunda conexión afectiva con el territorio, donde la memoria personal se entrelaza con la historia barrial y la vida comunitaria, lo que la ha llevado ahora a ser la presidenta barrial. Esto se refuerza con lo que menciona Oswaldo, residente de la Vicentina:

A nivel personal, La Vicentina para mí es el lugar donde vivo, un barrio que te ofrece mucho por poco. Tiene un buen ambiente, es tranquilo, está bien ubicado y tiene muchas cualidades que lo hacen un buen lugar para vivir. Es un sector que combina lo residencial con lo cotidiano (entrevista, julio 2025).

De manera similar, en La Floresta se mantiene un fuerte sentido de identidad colectiva. Marcelo Yépez, gestor cultural y miembro del espacio cinematográfico Ocho y Medio, comenta:

Que se hagan llamar 'los florestinos' es algo muy fuerte. Es una forma de identidad que viene de mucho tiempo atrás. Ha pasado de generación en generación, porque las familias han permanecido en el mismo lugar. Eso genera una relación de pertenencia muy marcada y un sentido de comunidad muy fuerte (Entrevista, octubre 2025).

Aunque Yépez nació en Argentina, después de varios años de residencia en Quito afirma sentirse plenamente integrado: "Soy un florestino más." Estas palabras evidencian que, tanto en La Floresta como en La Vicentina, la identidad barrial trasciende el origen y se construye desde la convivencia, el tiempo compartido y la memoria colectiva que aún define la vida cotidiana de ambos territorios.

Esto se vincula con los resultados de la encuesta aplicada a habitantes, estudiantes y profesionales del diseño, en la cual el 66,7 % de los participantes afirmó que La Floresta y La Vicentina poseen una identidad propia y reconocible, asociada principalmente con la cultura, el arte urbano, la cercanía y el diseño. Estos elementos coinciden con la percepción de Leslie Pinta, residente de La Floresta, quien señala:

Para mí, tanto La Vicentina como La Floresta son lugares realmente creativos. En comparación con otros barrios de Quito, estos dos se sienten más coloridos, más vivos, y con una presencia constante de personas vinculadas al arte, el diseño y la cultura (entrevista, julio 2025).

Sus palabras reflejan cómo ambos barrios proyectan una imagen de vitalidad y expresividad, donde el diseño y la creatividad se integran en la vida cotidiana y en la identidad colectiva de sus habitantes.

De manera complementaria, las respuestas cualitativas de la encuesta destacaron valores como la tradición familiar, la vida cultural y la escala humana, reafirmando que el diseño no se percibe únicamente como estética o producción material, sino como una

forma de vida barrial, en la que las prácticas cotidianas, el encuentro y la convivencia configuran la identidad del territorio. Sin embargo, un 16,7 % de los encuestados manifestó no identificar con claridad esa identidad, lo que evidencia las tensiones derivadas de la transformación urbana y de la llegada de nuevos actores que reconfiguran el paisaje simbólico de los barrios.

Esta situación se refleja en el testimonio de Sandra Puertas, exdirigente barrial de La Vicentina, quien advierte sobre los cambios recientes en la composición social del sector:

La Vicentina es reconocida como un barrio dormitorio, porque está cerca de todas las universidades y tiene transporte a todas, incluida la San Francisco, la UTE... A muchos les parece 'chévere, hay juventud', pero no es verdad: los jóvenes que vienen a vivir acá no se involucran en el barrio; vienen solo a estudiar, llegan el lunes, se van el viernes (entrevista, julio 2025).

Su reflexión evidencia una fragmentación en la vida comunitaria, marcada por la movilidad estudiantil y la falta de integración de los nuevos residentes, lo que genera un contraste entre la memoria colectiva del barrio y su actual proceso de reconfiguración simbólica.

Frente a este debilitamiento de la vida comunitaria, los espacios culturales y creativos emergen como escenarios capaces de mantener la identidad y la cohesión barrial. La misma Leslie Pinta destaca su papel articulador al señalar:

Creo que la identidad barrial se expresa sobre todo en los espacios culturales y creativos. Las galerías, los estudios de arte, los talleres y los locales de diseño son los lugares donde se puede visualizar con más claridad la actividad local. Cada uno de estos espacios transmite una parte de lo que somos como comunidad: el gusto por el arte, la estética, la artesanía, la innovación. También en los cafés o tiendas que integran productos hechos por diseñadores o artistas locales se refleja ese mismo espíritu. En conjunto, estos lugares funcionan como una vitrina del barrio: muestran su carácter, su producción y su manera de entender la cultura urbana (entrevista, julio 2025).

Así, mientras ciertos sectores muestran signos de desarticulación social, el diseño y las prácticas culturales actúan como mediaciones simbólicas que reactivan la identidad colectiva y promueven formas de pertenencia más abiertas e inclusivas.

En este contexto, la observación directa de actividades culturales en los barrios confirma la relevancia de estos espacios como catalizadores de identidad y encuentro. La exposición realizada el 4 de abril de 2025 en la tienda de diseño *Over* con motivo de su primer aniversario, es un ejemplo, (ver figuras.59-60). El evento reunió a personal administrativo, comunidad barrial, diseñadores y colaboradores locales, promoviendo la interacción entre distintos actores del ecosistema creativo. La curaduría se desarrolló en colaboración con los departamentos de Diseño Fotográfico y Diseño Industrial de La Metro, lo que fortaleció el vínculo entre la institución, los estudiantes y la tienda. La muestra incluyó fotografías de los principales hitos de *Over*, como su construcción, ferias, talleres y equipo humano e incorporó elementos de realidad aumentada que permitieron a los visitantes interactuar con las imágenes desde sus dispositivos móviles. Asistieron alrededor de 100 personas, y el evento, acompañado de un brindis, discursos y registro fotográfico, se extendió durante tres semanas en la galería de la tienda, consolidando un espacio de encuentro entre academia, comunidad y cultura del diseño.

En este marco, las exposiciones organizadas por *Over* son un referente central. Estos eventos, que incluyen desde la exhibición de productos de diseñadores locales hasta muestras de fotografía, diseño gráfico o moda, funcionan como espacios de visibilización y aprendizaje donde se articula el trabajo creativo con la vida barrial. A través de ellos, los visitantes reconocen el diseño como parte de la cultura del territorio y, al mismo tiempo, se genera un sentido de identidad en torno a la noción de barrios de diseño. La coexistencia de actividades gratuitas y pagas refuerza esta dinámica, pues amplía el acceso y permite que distintos públicos como vecinos, estudiantes, profesionales y visitantes participen activamente en la construcción de una cultura de diseño anclada en el territorio.

Los resultados de las encuestas también evidencian esta tendencia: el 100 % de los encuestados considera que *Over* cumple un papel positivo en el fortalecimiento de la identidad colectiva de los barrios La Floresta y La Vicentina, destacando su capacidad para promover el diseño local, visibilizar nuevos exponentes y mantener estándares de calidad en sus productos y exhibiciones. No obstante, aunque la percepción general es favorable, algunos comentarios sugieren que el proceso aún podría ser más participativo, integrando de forma más activa a los habitantes tradicionales del sector. Esto indica que el diseño funciona como un eje articulador de identidad, pero con un alcance que todavía se concentra en los círculos académicos y creativos.

De igual modo, la exhibición realizada el 11 de octubre de 2024 en colaboración con *Quito Design Week (QDW)* (ver figuras.56-58) marcó otro momento clave en la consolidación de *Over* como espacio de mediación. Organizado por dos exprofesoras de La Metro y gestoras culturales, el evento reunió a universidades e instituciones educativas de Quito en una semana de actividades dedicadas al diseño local e internacional. Dentro del recorrido, *Over* presentó una exposición de productos desarrollados por estudiantes y exalumnos de Diseño Industrial, muchos de ellos hoy emprendedores con marcas posicionadas en el mercado ecuatoriano. La muestra permitió al público conocer los procesos creativos detrás del diseño de producto, visibilizando el potencial del diseño como campo de innovación y de construcción social. Además, generó un espacio de encuentro entre jóvenes diseñadores, docentes y profesionales que compartieron ideas y reflexiones sobre la enseñanza del diseño y su relación con la comunidad. De estos intercambios surgió la propuesta de conformar grupos interuniversitarios orientados a desarrollar actividades de vinculación comunitaria y difusión del diseño como práctica social.

El intercambio de contactos durante la QDW propició la realización de dos reuniones posteriores en la galería *Over*, con el propósito de convertirla en un punto permanente de encuentro y colaboración entre actores del ecosistema creativo. La exposición se mantuvo durante un mes, impulsando nuevas colaboraciones entre

diseñadores, instituciones y marcas, y consolidando a *Over* como referente emergente de la economía creativa en el sector. Su papel se fortaleció como mediador entre la formación académica, la práctica profesional y la participación comunitaria, integrando los barrios de La Vicentina y La Floresta en una red cultural activa.

Este proceso visibilizó al territorio como un eje articulador entre universidades, diseñadores y comunidad. Espacios como *Over*, La Metro y el Parque Navarro fueron los espacios de encuentro donde convergen generaciones de estudiantes, profesionales y vecinos, eso lo podemos comparar con lo que menciona Oswaldo, “Las plazas suelen ser puntos de encuentro naturales, donde la gente se reúne para conversar o para participar en actividades” (entrevista, julio 2025) fortaleciendo la identidad barrial y el sentido de pertenencia.

Esta dinámica coincide con los resultados de la encuesta aplicada a habitantes, estudiantes y profesionales del diseño, donde el 75 % de los participantes expresó sentir un vínculo emocional con los barrios, asociado a nostalgia, inspiración, alegría y creatividad. Tales emociones revelan que el entorno físico y simbólico de La Floresta y La Vicentina actúa como catalizador de experiencias significativas, en las que las exposiciones y actividades de *Over* refuerzan la memoria colectiva y la identidad territorial. En este marco, las exposiciones y actividades impulsadas por los espacios culturales del sector contribuyen a mantener vivos los lazos sociales y el sentido de pertenencia barrial.

Esta percepción se ve reforzada en el testimonio de Valeria Vizuete, diseñadora industrial que exhibe sus piezas de joyería en tiendas locales, quien señala:

Creo que esa identidad se nota cuando las personas se juntan en eventos o incluso en situaciones de emergencia, como robos o incendios. Los espacios donde más se ve eso son las plazas, los parques y las ferias, porque ahí la gente se conecta con los vecinos, conversa, compra y comparte. Son momentos donde se siente la unión del barrio (entrevista, julio 2025).

Sus palabras destacan el valor de los espacios públicos y de encuentro como escenarios donde se materializa la cohesión social, más allá de las fronteras físicas o generacionales.

Sin embargo, aunque el 58,3 % de los encuestados manifestó una alta identificación con los barrios (niveles 4 y 5 en la escala de pertenencia), persiste un grupo de población que no se siente plenamente integrado. Ruth Conde, dirigente comunitaria de La Vicentina, lo expresa con claridad al afirmar que el sentido de pertenencia en su barrio aún es “limitado. No se concentra en personas mayores. La ausencia de festividades/rituales y la escasez de espacios disminuyen el arraigo. Cuando hubo misa, árbol, desfiles y fiestas, la pertenencia creció” (entrevista, julio 2025). Su testimonio revela que la pérdida de prácticas comunitarias y celebraciones tradicionales ha afectado el sentimiento de cohesión, especialmente entre los residentes mayores, quienes resguardan gran parte de la memoria cultural barrial. Esto evidencia la necesidad de ampliar el alcance social y generacional de las prácticas culturales, promoviendo la participación de públicos diversos y el reconocimiento del valor simbólico de los habitantes históricos como portadores del patrimonio y la identidad de los barrios.

3.5. La función del diseño en la articulación entre comercio y comunidad: las ferias de diseño de *Over*

Este subcapítulo analiza cómo el diseño actúa como mediador en la articulación entre lo comercial y lo comunitario a partir del caso de la tienda *Over* en los barrios de La Floresta y La Vicentina. Se entiende por articulación comercial comunitaria la capacidad de generar vínculos entre dinámicas económicas y procesos sociales, culturales y simbólicos, donde el diseño opera como lenguaje común que conecta prácticas de consumo y experiencias colectivas. Según Julier (2010), el diseño debe comprenderse dentro de circuitos culturales donde los objetos y las prácticas no solo circulan como bienes de consumo, sino como textos sociales que producen identidades y relaciones compartidas.

En el barrio de La Floresta se han desarrollado diversos eventos culturales y comunitarios que han consolidado su identidad como un territorio creativo. Un ejemplo significativo es el evento “La Madre de las Ferias organizado por el Colectivo Cultural de La Floresta (ver figura.26) y realizado los días 6 y 7 de mayo de 2023. Esta feria, surgida en 2014, tuvo como propósito fortalecer los emprendimientos locales y promover el consumo responsable, reuniendo a más de 60 marcas de diseño de autor, gastronomía, artesanía y productos orgánicos.

Según un artículo de *El Comercio* (27 de abril de 2023), la iniciativa buscó dinamizar la economía local y tejer redes de intercambio entre productores, vecinos y visitantes, posicionando la cultura como un dispositivo de transformación social. Este proceso refleja dinámicas presentes en otros países que han logrado consolidar barrios culturales activos y sostenibles, donde la convivencia entre arte, comercio y comunidad fortalece el tejido urbano. En esa línea, Marcelo Yépez observa que

para mí, La Floresta es un poquito como estar en Buenos Aires. Sí, porque siempre hay algo para hacer. Es verdad que hoy, por las horas de cierre, nos limitan un poco, pero sigue siendo un barrio que vibra culturalmente. Se parece a Palermo o a Caminito, con ese aire de barrio bohemio y colorido. Creo que deberíamos fomentar eso más: la cultura, la seguridad y las propuestas ya sean de negocios, de arte o de gastronomía, que mantengan viva la esencia del barrio (entrevista, octubre 2025).

Su reflexión muestra cómo La Floresta ha comenzado a consolidarse como un espacio cultural vivo, donde las prácticas artísticas y comerciales dialogan para sostener una identidad barrial distintiva. En este contexto, el Colectivo Cultural de La Floresta fortaleció su gestión mediante la creación de un mapa comercial y cultural del barrio, además de establecer alianzas con universidades y espacios artísticos que ampliaron su alcance e impacto, reforzando el reconocimiento del barrio como un territorio creativo y comunitario.

El Mapa Cultural y Comercial de La Floresta (ver figura.29), elaborado por el colectivo barrial, funciona como una guía interactiva que permite reconocer la diversidad

de espacios creativos del sector. En él se visibilizan talleres de arte, galerías, cafeterías, librerías, tiendas de diseño, espacios de bienestar y gastronomía, integrando la cultura, el comercio y la vida comunitaria. Así también lo menciona Miguel Carrera:

existen varias colaboraciones, especialmente en La Floresta. Es común que cafeterías, librerías y galerías se unan para organizar ferias, festivales o actividades culturales conjuntas. También hay colectivos barriales que trabajan de la mano con artistas y vecinos para impulsar proyectos patrimoniales o culturales (entrevista, agosto 2025).

La organización describe su labor como una red de artistas, diseñadores, gestores culturales y emprendimientos auto gestionados, comprometidos con impulsar el arte, la cultura y la economía creativa local. Su objetivo es fortalecer el barrio como un espacio organizado, inclusivo y seguro, contribuyendo al desarrollo cultural de la ciudad, al empleo y al bienestar común. Este circuito fomenta una experiencia de recorrido y encuentro, donde la calle recupera su sentido de espacio público: lugar de contacto, diversidad y comunidad, en contraste con el aislamiento que caracterizó los años de pandemia. La Floresta, fundada en 1917 como ciudadela y convertida en parroquia urbana en 1947, tiene una historia y un presente que la consolidan como cuna de arte, diseño y buena vecindad, con una proyección internacional que se refleja incluso en la versión bilingüe (español e inglés) del mapa, orientada a los visitantes extranjeros interesados en su oferta cultural y comercial.

Dentro del mapa destacan espacios emblemáticos como *Ocho y Medio*, *La Casa Museo Otro Soga*, *Paquito Estudio de Arte*, *Betero*, *La Imaginativa*, *Cuckobox*, *Mane Silva Boutique* y *Villa Fauna*, entre otros. En la categoría de bienestar se incluyen propuestas como *Te Quiero Verde*, *Fundación Rompe*, *Tienda Teos* y *el Mercado Natural*, mientras que en gastronomía aparecen *Paccari*, *Casa de Chocolate Ecuatoriano*, *Ciro*, *Nero Café*, *Ocho Café* y *La Plazuela Pizzería*. (ver figura.30) Como parte del Colectivo Cultural de La Floresta, Mane Silva subraya la relevancia de estas acciones al señalar que “en las ferias que organizamos desde el colectivo, del cual soy parte desde 2005, lo importante es tener

cultura en el barrio y generar cultura de diseño” (Entrevista, julio 2025). Su testimonio evidencia cómo las ferias y proyectos culturales no sólo fortalecen el tejido económico local, sino que también consolidan a La Floresta como un territorio creativo y participativo, donde el diseño se integra a la vida cotidiana como forma de identidad y de comunidad

Sin embargo, en la Vicentina, recién se está abriendo la posibilidad. Según Hugo Carrera:

En la Vicentina, aunque el enfoque es más residencial, el diseño y el arte han ido ganando espacio gracias a La Metro, que funciona como un polo creativo. Las ferias de diseño, exposiciones de estudiantes, talleres comunitarios y eventos institucionales se convierten en actividades que dinamizan la vida del barrio, atrayendo tanto a vecinos como a visitantes. Entre los espacios culturales más representativos destacaría el cine Ocho y Medio, las galerías de La Floresta, las cafeterías con programación cultural y los espacios dentro de La Metro, que cada vez están más abiertos a la comunidad como la tienda *Over* (entrevista, julio 2025).

Esta reflexión permite comprender cómo el diseño se configura como una herramienta de articulación entre comercio y comunidad, capaz de activar dinámicas sociales, educativas y simbólicas en contextos urbanos diversos.

En este marco, las ferias de diseño se estudiaron como el principal dispositivo de análisis, considerando tres dimensiones: la participación comunitaria (alta, media o baja), el diseño como herramienta de encuentro y la articulación con redes barriales (redes activas o colaboraciones puntuales). Los resultados de la encuesta muestran que el 54,2 % de los participantes ha asistido a ferias de diseño en La Floresta y La Vicentina, frente a un 45,8% que no lo ha hecho. A partir de estos datos, se realizó la observación directa de La Florentina, feria organizada por *Over* en 2024 y continuada el 30 de marzo y 30 de agosto de 2025. Este evento surgió con el propósito de unir los barrios de La Floresta y La Vicentina bajo la denominación de “barrios de diseño”. La feria propuso una ruta que conectaba tiendas y espacios creativos de ambos sectores, en la que los visitantes recorrían los locales con un pasaporte simbólico que les permitía sellar su visita en cada punto y recibir productos de las marcas participantes.

Over no sólo abrió sus puertas a diseñadores locales para exhibir y vender sus productos, sino que también fomentó la colaboración entre marcas invitadas, integrando a la comunidad en dinámicas de reconocimiento mutuo, circulación cultural y apropiación simbólica. Además, se convocó a feriantes de distintas áreas para que colocaran sus productos dentro de la galería de la tienda, ampliando así la visibilidad de nuevos creadores. Con ello, La Florentina no sólo generó un recorrido entre los barrios, sino que también ofreció un espacio de exhibición y venta donde los diseñadores pudieron mostrar su trabajo directamente a la comunidad. Entre los participantes hubo desde vendedores de stickers y cuadernos hasta emprendedores gastronómicos locales, lo que reflejó la diversidad del ecosistema creativo del sector.

En este contexto, Leslie Pinta destacó el papel del diseño en la vida cotidiana de los barrios al afirmar que:

el diseño es parte esencial de la vida diaria de estos barrios. La presencia de murales, tiendas conceptuales y ferias de diseño se ha vuelto algo cotidiano y esperado. Las ferias, especialmente, tienen un papel muy importante porque son momentos donde los vecinos se encuentran, los artistas muestran su trabajo y los comerciantes pueden presentar nuevos productos o servicios (entrevista, julio 2025).

Esta percepción se complementa con los resultados de la encuesta, que confirman la fuerza del consumo local como expresión de identidad y pertenencia: el 66 % de los encuestados realiza compras en los barrios entre una y tres veces al mes, y el 79,2 % destina al menos un 25 % de sus compras generales dentro del territorio. Estos datos evidencian que la experiencia comercial en La Floresta y La Vicentina está atravesada por un sentido de proximidad y comunidad, donde iniciativas como las ferias y la participación de *Over* contribuyen a visibilizar a los artistas locales y fortalecer los vínculos entre diseño, economía y territorio.

Como parte de esta estrategia, la primera edición de la ruta de La Florentina integró tiendas, galerías y cafeterías de ambos barrios, como La Imaginativa, Betero, Bookish,

Ocho y Medio, El Nudo y Over, promoviendo un recorrido creativo que permitió a los visitantes comprender qué es el diseño y cómo este se articula con la vida barrial. En palabras de Isabel Heredia, dueña de Bookish:

en cuanto a los espacios o actividades que fomentan el encuentro entre los vecinos de La Vicentina y La Floresta, lo más relevante es La Florentina, una feria que se ha realizado en varias ocasiones y que integra las dos áreas del sector (entrevista, septiembre 2025).

Los resultados de la encuesta refuerzan esta percepción: aunque las ferias impulsadas por Over logran vincular el diseño con la vida económica y social del barrio, los niveles de participación aún son moderados, ya que un 75 % de los encuestados declaró haber asistido a uno o dos eventos barriales en el último año, y solo un 8,3 % participó en cuatro o más. Como advierte nuevamente Isabel Heredia:

La Vicentina no está especialmente ligada al arte o al diseño, mientras que La Floresta sí se centra en las manifestaciones culturales. Casi todas las semanas hay pequeñas ferias o negocios que los fines de semana sacan sus productos a la calle, lo que genera una apropiación del espacio público muy interesante (entrevista, septiembre 2025).

Esta diferencia explica la menor participación comunitaria en La Vicentina, donde, aunque existen iniciativas como “Mi Mercadito” mencionado por Sandra Puertas, aún no alcanzan la consolidación cultural lograda en La Floresta. En ese contexto, la gestión de Over resulta clave, al promover eventos que buscan revitalizar la identidad cultural y creativa de La Vicentina, ampliando el alcance territorial del diseño.

En esa misma línea, se analizó la participación de Over en Destino Diseño, feria organizada por La Metro entre el 18 y el 21 de junio de 2025, bajo la temática “aeropuerto”, que propuso una experiencia lúdica e inmersiva. Los asistentes recibían un pasaporte simbólico para recorrer los espacios activados por las distintas carreras del instituto, siendo estas: moda, interiores, gráfico, industrial, multimedia, publicidad y fotografía, finalizando el recorrido en la tienda Over, concebida como la estación que integraba lo creativo, lo

comercial y lo comunitario. El objetivo central fue abrir las puertas del diseño a la ciudadanía, fomentar una cultura de valoración estética local y visibilizar el trabajo de diseñadores emergentes ante públicos diversos, entre ellos habitantes de La Floresta y La Vicentina, así como visitantes de otros sectores de Quito.

La participación de *Over* se estructuró en tres espacios complementarios: galería, tienda y terraza, cada uno diseñado para activar diferentes formas de interacción social y apropiación simbólica. En la galería, una exposición participativa invitó a los asistentes a intervenir una pared dibujando o pintando libremente, con materiales provistos por *Over*, promoviendo la creatividad y el reconocimiento de los productos locales como herramientas de expresión personal. Elementos como pufs, alfombras y un espejo en el techo ofrecieron una experiencia sensorial y fotográfica que extendió la presencia simbólica de *Over* al entorno digital.

La tienda mantuvo un flujo constante de visitantes, quienes exploraban materiales, compraban productos y participaban en una micro actividad artística junto a Franco, una marca aliada, reforzando las redes locales y difuminando las fronteras entre consumo y creación. Finalmente, la terraza se transformó en un espacio de descanso y encuentro, con aviones decorativos, mesas y una cabina amarilla para fotografías, y culminó con un workshop de cócteles en colaboración con Ocho Café, donde familias, parejas y amigos compartieron una experiencia creativa y afectiva en torno al diseño. Esta actividad reflejó la importancia de las alianzas locales en la activación del territorio.

En este sentido, Marcelo Yépez, dueño de Ocho Café, destacó que las colaboraciones son parte esencial de la dinámica barrial entre comercio y comunidad:

Hay muchas colaboraciones y conversaciones entre bartenders, cafeterías, chefs. Yo constantemente estoy colaborando, no solo acá en el Ocho Café, estoy muy poco porque me la paso colaborando con otros lugares, trayendo amigos, trayendo gente, o yendo a lugares de amigos. Entonces nada, eso creo que está buenísimo, hay mucha movida y muchos eventos, y todo eso contribuye a mantener viva la comunidad (entrevista, octubre 2025).

En total, más de 1.100 personas participaron en la feria, lo que evidencia el creciente interés por las experiencias de diseño cuando se plantean desde una perspectiva accesible, participativa y territorial. La apropiación del espacio fue evidente, las personas recorrían libremente los ambientes, permanecían más tiempo del habitual, dibujaban, reían y conectaban con otros. Uno de los aspectos más significativos fue la espontaneidad de las interacciones entre estudiantes, exalumnos, vecinos y docentes, quienes compartieron actividades sin jerarquías, en un clima de cercanía y apertura. Dinámicas como la intervención del mural o el “juego del espejo escondido” generaron momentos de complicidad y afecto que resignificaron el espacio de *Over*, convirtiéndolo en un lugar de convivencia más que de consumo.

Para muchos habitantes de La Floresta y La Vicentina, esta fue su primera aproximación al diseño desde lo cotidiano, lo que consolidó a la feria como un puente entre el campo profesional y la comunidad barrial, demostrando que el diseño puede ser vivido, compartido y transformado en una auténtica herramienta de articulación colectiva. Así lo expresa Leslie Pinta, al señalar que “*Over*, El Zíngaro, Ocho y Medio y La Imaginativa. Todos ellos aportan algo distinto, pero comparten la intención de mantener viva la relación entre cultura, diseño y comunidad” (entrevista, julio 2025). Esta percepción coincide con los resultados de la encuesta, en la que el 78,2 % de los encuestados calificó entre 4 y 5 (en una escala de 1 a 5) el grado en que las actividades de *Over* fomentan el diseño como herramienta para conectar a la comunidad.

Del mismo modo, Miguel Carrera sostiene que “en La Vicentina, este impulso se ha fortalecido a través de *Over*, que ha servido como un espacio para visibilizar el trabajo de diseñadores jóvenes y locales, así como para conectar propuestas creativas con la comunidad” (entrevista, agosto 2025). Estas apreciaciones refuerzan la idea de que el diseño actúa como mediador social, generando redes simbólicas y económicas a partir de sus eventos. En la misma línea, Mane Silva destaca que:

creo que juega un papel fundamental... en cualquier barrio... el arte, el diseño y la cultura es lo que nos hace más humanos, más sensibles, más conectados... poder llegar a la gente... hacia una educación de un mejor vivir en comunidad (entrevista, julio 2025).

Finalmente, el hecho de que un 67 % de los participantes realice transacciones en tiendas barriales confirma que existe una base activa de consumo local sobre la cual *Over* puede seguir construyendo comunidad. Las ferias de diseño operan entonces como plataformas híbridas, donde la lógica comercial se entrelaza con la cultural, fortaleciendo la identidad territorial y dinamizando la economía creativa del sector. En este sentido, el diseño se convierte en un lenguaje común, capaz de visibilizar el trabajo de los creadores y articular prácticas de encuentro, colaboración y sostenibilidad económica.

Capítulo 4. Diseño, territorio y vínculos sociales: el caso Over

Este capítulo aborda el rol del diseño desde un enfoque social y espacial, entendiendo el espacio que construye Over con los barrios, como una construcción simbólica y emocional configurada por prácticas, memorias y relaciones sociales individuales y colectivas. Desde esta perspectiva, el diseño se concibe como una práctica cultural y social, más allá de su dimensión estética o funcional, capaz de articular comercio, comunidad y cultura y de operar sobre vínculos y experiencias situadas en la esfera de lo práctico y lo simbólico. En este sentido, se pone en evidencia al como diseño factor de mediación que transforma los modos de encuentro, participación y convivencia en La Floresta y La Vicentina, generando nuevas formas de vínculo entre los actores locales y el territorio. El capítulo ofrece, además, reflexiones integradas entre los hallazgos teóricos y los resultados empíricos construidos durante el estudio.

La primera sección se identifica y caracteriza la localización estratégica de Over entre La Floresta y La Vicentina y muestra cómo su inserción se relaciona con densidades relacionales diferentes: mientras La Floresta posee una tradición cultural activa que naturaliza el encuentro, en La Vicentina las tramas son más frágiles y la vida comunitaria requiere ser activada. En este espacio, el diseño aparece como elemento que organiza lo social en pequeña escala y proyecta una industria creativa incipiente.

La segunda sección examina los dispositivos relacionales de diseño, con énfasis en interacción, conversación y cooperación fortaleciendo el sentido de pertenencia y capital simbólico. El valor no se observa únicamente en la producción material, sino en la posibilidad de experimentar el diseño como práctica compartida que habilita reconocimiento mutuo y circulación de saberes.

La tercera sección incorpora la temporalidad pospandemia (2021–2025) como marco que condiciona estos procesos. Allí se muestra cómo, en un momento donde la vida comunitaria aún se estaba recomponiendo, el “hacer” situado permitió reinstalar confianza barrial y recuperar la presencia física sin depender de eventos masivos. Esto permite

comprender por qué *Over* fue significativo en esta etapa: su oferta se inserta en un tiempo donde la interacción necesitaba soporte y donde el diseño funcionó como argumento para volver a habitar el barrio de manera compartida.

Finalmente, el capítulo cierra discutiendo el rol contemporáneo de las tiendas físicas en tanto infraestructuras sociales: espacios donde el comercio no desplaza lo comunitario, sino donde se ensayan formas de estar, aprender y vincularse. A partir de ello, se plantea el alcance, los límites y la proyección del caso *Over* para el campo del diseño y su relación con los territorios urbanos en transición.

4.1. *Over* entre La Floresta y La Vicentina: diseño, comercio y comunidad

Como se evidenció en el capítulo anterior, La Floresta ha experimentado una transformación con la llegada de cafés, galerías, estudios de diseño y propuestas gastronómicas, convirtiéndose en un nodo de creatividad urbana (Cárdenas, 2012). Este proceso fue impulsado por el Colectivo La Floresta y el Comité Pro Mejoras, redes de apoyo que, como señalan Méndez y Cruz (2008), fortalecen la seguridad y la cohesión social, generando bienestar común y preservación del patrimonio cultural (De la Floresta. Colectivo de la Floresta, 2021). Estas iniciativas reunieron a artistas, diseñadores y gestores culturales con el propósito de revitalizar el barrio y fortalecer sus expresiones culturales, como explicó Mane Silva, una de sus integrantes entrevistada para esta investigación.

Estas redes de apoyo son generadores de empleo, bienestar común y preservación del patrimonio cultural. Sin embargo, esta transformación también dio paso a procesos de gentrificación. En efecto, la revitalización de barrios a partir del diseño se centra en la transformación de áreas urbanas mediante intervenciones planificadas que combinan el diseño físico con la participación comunitaria. Esto implica mejorar espacios públicos, rehabilitar viviendas y crear infraestructura que fomente la cohesión social, la sostenibilidad y la mejora de la calidad de vida, abordando tanto la decadencia física (un cierto grado de

marginalidad) y social como el aumento del valor económico de la zona. Se ha logrado identificar algunos principios claves que actúan como estructura social y que operan sobre las transformaciones socio barriales

La participación comunitaria es fundamental para la construcción de una visión compartida a través de acuerdos y compromisos que involucran a la comunidad en el proceso de diseño y recuperación. Asimismo, el uso estratégico del espacio público revitaliza y amplía el espacio público para crear zonas de encuentro seguras y accesibles, que conecten diferentes puntos del barrio e incorporen usos mixtos. Así, integración social y económica asociadas al diseño busca superar la fragmentación urbana, fortalecer la cohesión social e identidad vecinal, e incentivar la inversión en la zona.

Cárdenas (2012) señala que el barrio, concebido originalmente como un espacio residencial de clase media, se fue transformando con el tiempo en un centro cultural y turístico que atrajo nuevos habitantes, turistas y proyectos creativos. Esta nueva dinámica urbana generó presiones sobre la identidad del barrio y provocó tensiones sociales y económicas que amenazan con transformar su carácter original. Frente a ese desafío, la estrategia comunitaria ha buscado el diálogo: “tratamos de ser súper respetuosos... de informar, de socializar, de anticipar”, señalaba Mane Silva, con la intención de que la comunidad no se sienta amenazada y participe en las decisiones, esto ha conllevado a que las relaciones entre las redes de apoyo y la comunidad del barrio tengan una mejor comunicación.

En paralelo, La Floresta consolidó una imagen “bohemia”, término repetido en las entrevistas, que no surge de la nada, sino de una construcción social sostenida en prácticas de ocio, arte y consumo, pero también potenciada por políticas urbanas y estrategias de marketing territorial (Rodríguez, Zumelzu y Andersen, 2018). Esto se reforzó cuando el barrio, como se identificó a partir del análisis documental, fue declarado Patrimonio Cultural de Bienes Inmuebles en 2021 por el Ministerio de Cultura y Patrimonio mediante el Acuerdo Ministerial Nro. MCYP-MCYP-2021-0030-A (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural,

2021). Desde entonces, La Floresta se proyecta en el imaginario de la ciudad como emblema cultural, lo que incrementa su atractivo para públicos locales e internacionales y la integra en agendas de promoción urbana.

Por ello el barrio fue adquiriendo esta identidad mediante una apropiación simbólica colectiva en la que los habitantes y actores culturales lo resignificaron a través de sus prácticas cotidianas. Como relata Mane Silva, su regreso al barrio después de cinco años de estudiar en Italia la condujo a involucrarse en las redes barriales y generar conexiones entre grupos con un objetivo común: fortalecer el apoyo barrial usando el diseño como mediador. Con el tiempo, nuevas miradas reafirmaron ese carácter; por ejemplo, Marcelo Yépez, encargado del ocho café y extranjero, comentó “se parece a Palermo o a Caminito, con ese aire de barrio bohemio y colorido” (entrevista, octubre 2025), dotándolo de una proyección internacional y consolidando el cambio cultural del área. El resultado se ve en la proliferación de espacios y proyectos ligados al diseño como Betero, El Nudo, La Imaginativa, Ocho y Medio, Bookish, entre otros, que hoy conforman un circuito cultural-comercial emblema de la economía creativa en Quito.

Estas iniciativas evidencian que el diseño ha asumido un rol protagónico en la configuración simbólica y cultural de los barrios, especialmente en La Floresta. Un elemento clave es que esta condición no surge de manera espontánea, sino que está vinculada con la trayectoria del Instituto Metropolitano de Diseño. Como señaló Hugo Carrera, la institución ya lleva 40 años y ha introducido nuevas dinámicas barriales al integrar educación, arte y cultura en la vida cotidiana del sector. Esto se refleja en la presencia de múltiples tiendas y emprendimientos de diseño, muchos de ellos liderados por exalumnos de La Metro, que hoy forman parte activa del ecosistema creativo de La Floresta. Este hecho demuestra que sí existe un aporte institucional significativo para visibilizar y fortalecer el diseño local, lo que coincide con la ubicación estratégica de *Over* dentro del Instituto.

No obstante, aún es necesario continuar reforzando este proceso en la zona de La Vicentina, ya que la apropiación cultural vinculada al diseño no es aún tan sólida ni reconocida como en La Floresta. La Vicentina ha sido históricamente un territorio residencial, con baja participación vecinal y pocas actividades culturales sostenidas. Como señalaba Sandra Puertas dirigente barrial, la gente “está acostumbrada a ver tras las ventanas”, mientras que Ruth Conde, ex dirigente barrial agregaba que “la gente opina mucho y actúa poco”, reflejando una dinámica de observación más que de involucramiento. Ambas coincidían en que las iniciativas colectivas suelen activarse únicamente frente a emergencias o conflictos, y no como parte de una práctica organizativa cotidiana. Aunque se realizan ferias ocasionales, el diagnóstico revela la ausencia de espacios estables de encuentro, lo que limita la construcción de vínculos consistentes.

Sin embargo, a pesar de estas evidencias empíricas en el plano barrial, esta transformación sociocultural ha sido todavía poco explorada desde el diseño como campo de estudio. La falta de articulación sostenida en el territorio evidencia la escasez de análisis académicos que aborden estos procesos desde la disciplina, ya que el diseño suele quedar relegado a un rol complementario y no como operador social. Trabajos como el de Mérida (2018), por ejemplo, abordan la transformación del territorio desde perspectivas fenomenológicas y hermenéuticas vinculadas a la gentrificación, y permiten reconocer que los barrios no son estructuras fijas sino espacios que se reconfiguran en función de prácticas, usos y nuevos discursos urbanos. Sin embargo, estas aproximaciones no profundizan en el diseño como práctica social específica ni como disciplina que articula sujetos, objetos, circulación económica y producción cultural. Es decir, no consideran al diseño como operador capaz de activar sentido y generar nuevas formas de vinculación barrial a través de su práctica, su materialidad y sus dispositivos de encuentro.

En este sentido, el caso de *Over* se convierte en una oportunidad para observar cómo el diseño no sólo se inserta en el territorio, sino que puede actuar como factor activo de reconfiguración que no se limita a acompañar el cambio, sino que participa de su

producción al habilitar experiencias compartidas, reconocimiento mutuo y procesos culturales que inciden en la vida cotidiana del barrio.

La apertura de *Over* en 2024 se inserta precisamente dentro de estas dinámicas de transformación. Su creación surge del interés por comprender cómo la localización, la identidad territorial y el diseño pueden participar en la consolidación de espacios de encuentro, consumo y cultura. La decisión estuvo respaldada por un diagnóstico previo que incluyó observación de eventos, dinámicas comerciales, cambios urbanos y la lectura del diseño como componente activo del territorio. Si bien inicialmente se esperaba que la participación proviniera principalmente del estudiantado, la experiencia demostró una realidad distinta, los eventos convocaron también a la comunidad barrial, cuya respuesta fue abierta, interesada y receptiva al diseño como forma de interacción social y expresión cultural.

Esto ha permitido que *Over* comience a configurarse como un espacio donde confluyen dinámicas diversas, integrando públicos heterogéneos en torno a la creación, el aprendizaje y los intercambios simbólicos. Bajo esta lógica, y retomando la noción de Oldenburg (1999), *Over* puede ser interpretado como un “tercer lugar”, un espacio informal de encuentro, donde las personas se sienten cómodas y pueden construir vínculos significativos. Esta percepción no se limita al plano conceptual, en una encuesta aplicada, el 95,8 % de los participantes señaló que la tienda fortalece el sentido de comunidad.

Ahora bien, esta condición no se explica sólo por la atmósfera de “tercer lugar”. Desde la noción de socio lugar (Páramo, 2011), *Over* adopta parcialmente funciones comunitarias propias de lo público al abrir su estructura (programación de talleres, ferias y exposiciones; reglas básicas de uso; accesibilidad simbólica) para que la gente se encuentre y produzca sentido compartido. Y lo hace parcialmente porque, a diferencia del socio lugar pleno, *Over* mantiene una lógica comercial y un marco institucional (vínculo con La Metro) que regulan tiempos, curaduría y usos del espacio. Aun así, en la práctica, el

significado del lugar no proviene del mobiliario, sino de las experiencias que construyen diseñadores locales, estudiantes y vecinos al estar y hacer juntos.

Este cruce entre lo comercial y lo comunitario dialoga con lo señalado por Sachdeva y Goel (2015), un espacio de venta puede convertirse en mediador cultural cuando el encuentro presencial produce experiencias significativas. Como señaló Hugo Carrera, “una tienda sin vínculo comunitario sería solo una sala”. En ese sentido, aunque Over es una tienda de diseño, su aporte no se limita a la circulación de objetos, sino que habilita procesos de interacción sostenida que refuerzan la pertenencia y la identidad territorial compartida en los dos barrios. Y esto coincide con lo planteado por Gaito (2018), quien señala que, aunque las industrias creativas suelen centrarse en el aspecto comercial y en el incremento de ventas, el diseño social puede generar cambios significativos en contextos específicos, aportando soluciones y nuevas formas de innovación vinculadas a las realidades territoriales.

En estos barrios, donde la participación no es equivalente y las redes comunitarias no están igualmente consolidadas, este matiz es clave. El aporte del diseño no se reduce a aumentar consumo cultural, sino a producir condiciones para que lo social ocurra. Esto permite comprender que el diseño, cuando se vuelve práctica compartida, puede incidir en cómo se construye comunidad y cómo se transforma la relación de las personas con su propio barrio. Esta idea es clave para el siguiente apartado, porque son precisamente las actividades, talleres, ferias y exposiciones, los dispositivos donde esta dimensión relacional se hace observable

4.1.1. La Vicentina, ¿un barrio de diseño en construcción?

Aunque La Floresta y La Vicentina comparten proximidad geográfica, sus trayectorias socioculturales, organizativas y simbólicas son profundamente distintas. La Floresta se ha consolidado como un ecosistema creativo con cafés, galerías, librerías, estudios, cine independiente y redes barriales activas que legitiman el diseño como parte

de la vida cotidiana. La Vicentina, en cambio, conserva una identidad predominantemente residencial, con economías domésticas, comercios de uso múltiple y un tejido social menos articulado. Como señalaba Isabel Heredia, esta divergencia se refleja incluso en las jurisdicciones administrativas, La Floresta depende administrativamente del Distrito Municipal La Mariscal, mientras La Vicentina pertenece a Itchimbí, produciendo estructuras organizativas separadas y reduciendo las posibilidades de colaboración entre ambos territorios.

En el contexto de lo que plantea Bourdieu (1997), esta diferencia puede comprenderse como una desigual distribución del capital cultural y simbólico. En La Floresta circulan *habitus* afines a prácticas creativas y redes de legitimación cultural que permiten que el diseño opere como un valor socialmente reconocido. En La Vicentina predomina un *habitus* residencial orientado al resguardo, la rutina doméstica y la estabilidad, lo que dificulta que el diseño se integre como práctica identitaria o cotidiana. Esta distancia simbólica explica por qué las dinámicas creativas encuentran suelo fértil en un barrio y no en el otro.

Las entrevistas realizadas en La Vicentina confirman esta lectura. Para Heredia, aunque en el barrio existen familias de larga data, la creciente presencia de estudiantes provenientes de otras provincias, que residen por periodos cortos de tiempo, reduce el sentido de pertenencia y dificulta la consolidación de redes comunitarias estables. Esta dinámica de tránsito, más que de arraigo, produce un territorio donde “lo local” circula débilmente y donde las manifestaciones culturales no logran sostener continuidad. En palabras de la diseñadora: “La Vicentina no está especialmente ligada al arte o al diseño, mientras que La Floresta sí se centra en las manifestaciones culturales. Casi todas las semanas hay pequeñas ferias... eso genera una apropiación del espacio público muy interesante” (entrevista, septiembre 2025).

A ello se suma la percepción de desvalorización del diseño local. Como señalaba Valeria Vizuite, “en La Floresta casi todas las tiendas promueven el diseño local... en La

Vicentina siento que eso se ha dejado un poco de lado”. La diseñadora afirma que, aunque el Colectivo La Floresta intenta apoyar el diseño ecuatoriano, todavía existen personas, especialmente fuera de este circuito cultural, que desconocen el trabajo de los diseñadores locales o no le atribuyen legitimidad. Esto contribuye a que La Vicentina no incorpore el diseño como parte de su identidad, mientras La Floresta lo convierte en plataforma de proyección urbana.

En este contexto sociocultural frágil, las iniciativas comunitarias en La Vicentina suelen activarse sólo frente a emergencias o conflictos y no como parte de una práctica organizativa sostenida. Sandra Puertas sintetizaba esta problemática al señalar que los habitantes “están acostumbrados a ver tras las ventanas”, mientras que, según Ruth Conde, “la gente opina mucho y actúa poco”. Ambos testimonios reflejan un territorio donde la participación barrial es baja y donde el espacio público carece de un uso social continuo.

Estas limitaciones se agravan por condiciones materiales y administrativas que obstaculizan la apropiación comunitaria del barrio. Puertas mencionaba la precariedad del alumbrado “tenemos una iluminación muy pobre” que afecta la percepción de seguridad y limita actividades culturales en horarios nocturnos. A ello se suman las trabas municipales para utilizar los espacios públicos: “el Municipio siempre nos pone el pie con los permisos... para vender 3–4 horas y hacer 5–6 dolaritos piden un montón de documentos; eso desanima” (entrevista, julio 2025). Estas exigencias desproporcionadas inhiben la organización comunitaria y explican por qué ferias o iniciativas culturales no logran convertirse en prácticas continuas.

Otro aspecto crítico que condiciona la vida barrial es la presencia de población migrante y vivientes de calle, especialmente en sectores próximos al Trébol. Puertas relataba que, aunque se ha intentado coordinar con instituciones como el Patronato San José, los procesos son complejos y no siempre exitosos: “hemos traído al Patronato... pero exigen ingreso sobrio; muchos no aceptan. Es un tema social crítico... mientras no haya una ley clara, empeora” (entrevista, julio 2025). Esta tensión social, difícil de gestionar para

los líderes comunitarios, impacta la convivencia y contribuye al retraimiento de la población local, reforzando el uso defensivo del espacio público.

La lectura territorial de Tuan (1977) permite comprender esta dinámica: el sentido de lugar en La Vicentina se construye desde la vivienda como núcleo de seguridad, lo que debilita la apropiación emocional del espacio barrial y limita la producción de imaginarios compartidos. En La Floresta, por el contrario, el lugar se vive hacia afuera, en la calle, en prácticas culturales constantes y en experiencias colectivas que facilitan que el diseño opere como recurso simbólico.

A pesar de estas limitaciones, La Vicentina no se encuentra aislada. Es conocido por su tranquilidad residencial, como mencionaba Oswaldo, residente del barrio “lo que lo hace atractivo para familias y personas que buscan un lugar tranquilo para vivir”. A pesar de su ambiente residencial, La Vicentina alberga pequeños comercios y servicios locales, lo que facilita la vida diaria de sus habitantes. El barrio cuenta con varios centros educativos, lo que es un factor importante para las familias que valoran la educación de sus hijos. Además de tiendas, La Vicentina ofrece una variedad de servicios que incluyen supermercados, farmacias y restaurantes. Tiene un buen acceso a transporte público, facilitando la movilidad hacia otras partes de Quito. La Vicentina también es un lugar donde se pueden apreciar eventos y actividades culturales, lo que enriquece la vida comunitaria. A diferencia de otros barrios de Quito, este espacio posee lugares emblemáticos, como El Obelisco de La Vicentina un monumento emblemático ubicado en el barrio. El Obelisco de La Vicentina no solo es un monumento físico, sino también un símbolo del sentido de comunidad y pertenencia entre los habitantes del barrio; como mencionaba Hugo Carrera, rector de La Metro “el Obelisco de la Perrier con lámparas art déco quiteño tardío (marcaba límite de ciudad y de la quebrada)”. Un lugar donde se celebran eventos culturales y sociales, siendo un punto de encuentro para los vecinos. Asimismo, la presencia del Instituto Metropolitano de Diseño y la proximidad con el Parque Navarro generan un punto de cruce cotidiano entre ambos barrios. Este parque, identificado reiteradamente en entrevistas con diseñadores, vecinos, gestores culturales y autoridades, funciona como un eje articulador donde convergen actividades recreativas,

gastronómicas y culturales, y donde el encuentro social es más probable. Vizuite lo sintetizaba al afirmar que el parque, junto al Coliseo Rumiñahui y el “Parque de las Tripas”, constituye uno de los pocos puntos de referencia reconocidos por los habitantes y frecuentado por personas de otras zonas. El Parque Navarro, representa un espacio de encuentro entre diferentes actores sociales, unidos por la comida típica, ofertada por una asociación de mujeres. El parque de la Vicentina, mejor conocido como la plaza de las tripas, durante más de cuarenta años, en este lugar se han ubicado personas con diferentes platos tradicionales de Quito y de la sierra.

Desde la perspectiva de Castells (1999), podría afirmarse que, mientras La Floresta funciona como nodo urbano asociado a flujos de creatividad y redes de innovación, La Vicentina opera como un espacio de lugares, orientado a rutinas domésticas y prácticas repetitivas. Sin embargo, cuando un nodo se aproxima a un espacio de lugares, como ocurre en el Parque Navarro, se generan zonas de interacción potencial que pueden reconfigurar gradualmente la identidad territorial.

La ampliación y remodelación del parque en 2025 marcó un punto de inflexión. La intervención incorporó elementos vinculados al diseño en la imagen urbana y mejoró la infraestructura del espacio público. Como relataba Leslie Pinta, “la convivencia se modificó, pero no se detuvo”, indicando que las prácticas habituales se reacomodaron sin desaparecer. En este sentido, el rediseño del espacio abrió condiciones para que las prácticas creativas empiecen a filtrarse también hacia La Vicentina, aun sin una base comunitaria consolidada que permita convertir estas dinámicas en un eje cultural estable.

Desde la mirada de Manzini (2015), La Vicentina representa un territorio donde todavía no emergen plenamente ecosistemas de innovación social, debido a la fragilidad de sus redes, la baja participación y la ausencia de mediadores culturales permanentes. Sin embargo, la presencia de Over, ubicada estratégicamente entre ambos barrios— y la renovación del Parque Navarro funcionan como intervenciones de escala intermedia que

habilitan pequeñas aberturas para imaginar futuros vínculos entre diseño, territorio y comunidad.

La Vicentina puede entenderse como un barrio de diseño en construcción: un territorio donde las prácticas creativas empiezan a aparecer, pero donde persisten obstáculos estructurales, bajo capital cultural, escasa participación, precariedad de infraestructura, tensiones sociales críticas, trabas municipales y redes comunitarias débiles, que impiden que el diseño opere con la misma fuerza que en La Floresta. La proximidad al Parque Navarro, la intervención urbana de 2025 y la presencia de Over abren un campo potencial para la expansión del diseño en el barrio, pero su consolidación dependerá de que existan condiciones materiales, institucionales, sociales y simbólicas capaces de sostener nuevas formas de cultura barrial.

4.2. Los eventos de diseño como mediadores de relaciones socio-barriales e identidad territorial

Como plantea Manzini (2015), el diseño social no se limita a producir objetos, sino que actúa sobre las relaciones entre las personas, habilitando encuentros colaborativos donde se negocian sentidos, identidades y formas de convivir en lo cotidiano. El autor sostiene que estos espacios de interacción no son accesorios, sino el núcleo donde realmente se producen las transformaciones culturales, ya que allí el diseño contribuye no sólo a resolver problemas, sino también a crear sentido y generar confianza entre los participantes, y es un elemento observado que tiene cabida dentro del análisis de ambos barrios. Desde esta perspectiva, las actividades de diseño como talleres, ferias o exposiciones, no deben entenderse únicamente como eventos de consumo cultural, sino como dispositivos relacionales que permiten a las comunidades experimentar modos distintos de estar juntas, de compartir saberes y de construir pertenencia territorial. Por ello, el análisis de los eventos impulsados por Over resultó pertinente, ya que su práctica como se logró evidenciar en el análisis de campo, no sólo articula creación y exhibición de

objetos, sino que produce encuentros que fomentan cooperación, reconocimiento mutuo y vínculos sociales que fortalecen la identidad barrial.

A partir de las entrevistas realizadas se evidenció que ambos barrios ya venían activando ferias como formas de encuentro comunitario. En La Floresta, desde 2005 el circuito cultural ha crecido progresivamente; como señaló Mane Silva, “ahora somos más de 70... la gente sale a las calles y se toma el espacio público”, lo que ha permitido generar memoria colectiva y apropiación territorial. En La Vicentina, según Sandra Puertas, la feria Mi Mercadito se realiza cada 15 días o tres semanas en espacios como el obelisco, el Parque Navarro o el Parque Vacas Galindo, buscando que “la comunidad salga y se conozca”.

Sin embargo, en este barrio las iniciativas no siempre logran sostenerse. Ruth Conde mencionó que intentó formar un grupo artístico denominado Vicentinarte, pero la propuesta “se quedó ahí” y no llegó a consolidarse. También recordó el caso de El Zíngaro, un espacio que organizaba ferias de diseño, pero que se interrumpió por conflictos con vecinos. Según Conde, “el Zíngaro hacía ferias de diseño, pero los problemas con vecinos rompieron eso: cuando ya creas y rompes lazos, ya no trabajas con esa gente”. Uno de los factores que generó ese conflicto fue la realización de actividades hasta altas horas de la noche, lo que produjo rechazo entre habitantes longevos.

A partir del análisis realizado en el capítulo anterior, se identifican factores que ayudan a comprender este estancamiento. En La Vicentina, la participación barrial es baja porque se superponen dos dinámicas: por un lado, el barrio funciona como “barrio dormitorio” para estudiantes que transitan, pero no se vinculan simbólicamente; y por otro, los habitantes longevos, aunque con arraigo, suelen involucrarse poco en actividades colectivas. Esta combinación genera una base relacional débil que limita la sostenibilidad de proyectos comunitarios. A esto se suma la falta de recursos económicos y logísticos para apoyar iniciativas culturales emergentes. Incluso siendo Conde parte del Comité Pro Mejoras, no hubo financiamiento ni respaldo institucional suficiente, lo que muestra que el

barrio no cuenta con un entramado mínimo capaz de transformar la intención en continuidad real.

Ante este escenario, y frente a la distancia simbólica entre ambos contextos, uno con una trayectoria cultural consolidada y otro con un bagaje emergente, *Over* propone la feria Florentina, un evento que articula La Floresta y La Vicentina mediante la colaboración entre negocios, tiendas y diseñadores locales, ofreciendo además un espacio para creadores emergentes. Con esta iniciativa, ambas comunidades, que antes realizaban ferias separadas, se reúnen en un mismo escenario, promoviendo no solo la integración de los actores del diseño y del comercio local, sino también el encuentro y la participación de los habitantes de ambos barrios.

Los datos de la encuesta permiten ver este potencial. El 66,7 % de los participantes indicó que no tiene mucha participación en actividades sociales del barrio, pero en las ferias la participación aumenta: 54,2 % frente a un 45,8 % que no asiste. Esto muestra que las ferias son un formato que activa la presencia del público más que otras actividades y confirma que este tipo de eventos puede fortalecer la circulación del diseño. De este modo, la Florentina ha sido un punto de entrada clave para que *Over* logre reconocimiento dentro del Colectivo de La Floresta, facilitando su incorporación en redes culturales ya consolidadas mediante circulación boca a boca y el vínculo directo con gestores como Mane Silva. A partir de esta inserción inicial en La Floresta, la tienda se proyecta también hacia La Vicentina, donde, aunque existe una estructura comunitaria más débil, se registra una participación emergente de artesanos y personas mayores. En entrevistas con representantes barriales se señaló que existe apertura para trabajar en conjunto, lo que sugiere que el fortalecimiento de la presencia del diseño podría extenderse hacia la Vicentina si se sostienen espacios y dinámicas de encuentro.

En este proceso resulta clave considerar las diferencias de arraigo entre los dos barrios. En La Floresta, el sentido de pertenencia está fuertemente arraigado y vinculado a la permanencia histórica de las familias: como señalaba Marcelo Yépez, “los florestinos

es algo muy fuerte (...) ha pasado de generación en generación". En cambio, en La Vicentina el arraigo se percibe más acotado y concentrado en personas mayores, como expresó Ruth Conde. Esta diferenciación explica por qué la participación en La Floresta emerge desde una identidad barrial sólida, mientras que en La Vicentina se requiere activar mecanismos que permitan incorporar a nuevos actores y generar sentido de pertenencia actualizado.

En este sentido, actividades como La Florentina no sólo permiten visibilizar diseño, sino que también operan como dispositivos de conexión entre barrios con trayectorias distintas, convirtiéndose en oportunidades concretas para generar espacios compartidos y fortalecer vínculos territoriales de forma transversal. Esto se vincula con la noción de capital social de Bourdieu (1997), entendido como valor que emerge de la relación entre actores, instituciones y procesos de legitimación. De hecho, en la encuesta aplicada, el 77,3 % de los participantes afirmó conocer que *Over* realiza actividades conjuntas con otros espacios, lo que confirma que la tienda ya está posicionada dentro de una red comunitaria y que su potencial no depende únicamente de su rol en La Floresta, sino de la capacidad de expandir estas mediaciones hacia La Vicentina para contribuir a construir vínculos donde aún no están plenamente consolidados.

En cuanto a lo comercial y comunitario, la venta de productos locales, el público no sólo compra, sino que reinterpreta y transforma los objetos, generando conocimiento práctico y emocional. Si bien algo que se obtuvo de la metodología es que en ambos barrios se valora mucho el adquirir elementos de vecinos, es decir apoyar a los comerciantes antiguo barriales. Escuchar el relato detrás de cada producto ayuda a comprender su valor simbólico y la trayectoria del diseñador, y esa mediación es justamente lo que *Over* promueve al vincular a consumidores y creadores en un intercambio basado en la interpretación y el aprendizaje. Como plantea Julier (2008), el consumo es un proceso cultural de auto identificación donde la interacción social y el conocimiento otorgan al diseño un valor relacional que trasciende lo comercial. En esa línea, ferias como Florentina,

impulsadas en colaboración con tiendas y actores del barrio, permiten que diseñadores locales sean reconocidos por la comunidad y atraen públicos de otras zonas de Quito, ampliando el campo de circulación del diseño y fortaleciendo una cultura de diseño entendida como el estudio de las relaciones entre objetos, diseñadores, producción y consumo. Este enfoque, de naturaleza transdisciplinaria, no sólo convierte al diseño en objeto legítimo de estudio, sino que invita a pensarlo de manera compleja, acorde con el papel que cumple en la vida social contemporánea.

Por otro lado, los talleres impulsados por la tienda, como “Un platito para tu peludo” (junio de 2025), se constituyen en espacios de mediación social donde el aprendizaje técnico se entrelaza con la convivencia barrial. Estas actividades fomentan la participación colectiva y promueven un tipo de conocimiento situado, que integra saberes académicos y experiencias locales. En cada encuentro, estudiantes, docentes, vecinos y diseñadores comparten tiempo, materiales y conversaciones, comenzando a generar lazos de confianza, cooperación y reconocimiento mutuo. La observación de estos procesos revela que el taller no sólo produce un objeto o una habilidad manual, sino que construye relaciones sociales que transforman la forma en que los habitantes se reconocen entre sí. Como menciona Miguel Carrera, diseñador local y académico de La Metro, “Over, como tienda de diseño dentro del Instituto, también juega un papel interesante porque crea espacios de encuentro entre comunidad académica y barrio” (entrevista, agosto 2025).

Ahora bien, estas relaciones no se producen únicamente a nivel discursivo o racional: se concretan también en el cuerpo y en la manera en que los participantes habitan el espacio. En *Over*, la disposición de las mesas, los recorridos dentro del espacio y los movimientos con las manos organizan la forma de aprender. Ver cómo otro manipula un material o coordinarse con el de al lado es parte constitutiva de la práctica. Foucault (1995) recuerda que el cuerpo no es libre de estas dinámicas, siempre está atravesado por disciplina; incluso en contextos creativos existen reglas, como los tiempos definidos o las

formas de uso de las herramientas. El aprendizaje se configura así en un equilibrio entre libertad creativa y pautas que ordenan la actividad colectiva.

En este sentido, la interacción se enriquece con lo que Hall (1966) denominó proxémica, entendida como la comunicación no verbal que emerge del cuerpo y del espacio compartido. Durante la observación directa de los talleres, fue evidente que gestos, risas, miradas y movimientos sutiles entre los participantes, al compartir materiales o ejecutar una ilustración u objeto, generan una forma de comunicación silenciosa pero profundamente significativa. Barreiro (2004) distingue entre el cuerpo-objeto, evaluado como torpe o eficiente, y la corporalidad vivida, construida en relación con otros: en los talleres, la ayuda entre compañeros, incluyendo la corrección mutua o los errores compartidos, transforma la experiencia corporal, desplazando el foco del desempeño individual hacia la participación colectiva.

De manera complementaria, Luthaes (2019) plantea el concepto de alfabetización del diseño, que alude a la capacidad de comprender, co-crear e interpretar objetos o procesos de diseño sin necesidad de una formación profesional previa. En los talleres de *Over*, el diseñador o docente asume el rol de mediador, facilitando que los participantes, aun sin pertenecer al campo disciplinar, puedan transformar materiales, resignificar objetos y vincularlos con su propia realidad cotidiana. Este proceso convierte al taller en un espacio de aprendizaje horizontal, donde el saber circula y se transforma en diálogo constante entre el conocimiento técnico y el saber popular.

En contraste con estos formatos participativos, el análisis de las exposiciones realizadas en *Over* permitió identificar un resultado clave para comprender la relación entre diseño e identidad territorial. Si bien las exposiciones operan como dispositivos de visibilización y legitiman simbólicamente el trabajo de los diseñadores locales, esto no se traduce necesariamente en una participación comunitaria directa. La información proveniente de entrevistas, observación y encuesta evidencia que, a diferencia de los talleres y las ferias, donde existe manipulación de materiales, conversación y co-presencia

activa, las exposiciones generan, en muchos casos, una participación más distante, contemplativa e incluso expectante desde el exterior. Se percibe curiosidad, pero no siempre se concreta en ingreso, permanencia o interacción social dentro del espacio expositivo.

Este resultado permite afirmar que la exposición, entendida como formato de “mostrar diseño”, no garantiza por sí misma la construcción de identidad barrial. En otras palabras, la visibilidad estética del objeto no produce el mismo efecto cultural que la práctica compartida del diseño. La construcción de identidad territorial no radica únicamente en exhibir productos, sino en habilitar situaciones que promuevan convivencia, diálogo y experiencia común. Desde esta perspectiva, las exposiciones revelan que el diseño adquiere potencia identitaria cuando se vive colectivamente y no únicamente cuando se contempla.

Las observaciones y entrevistas realizadas durante los talleres muestran que *Over* ha comenzado a trascender su alcance local, atrayendo no sólo a residentes de La Floresta y La Vicentina, sino también a personas externas a ambos barrios. Este fenómeno amplía el reconocimiento del diseño a nivel nacional y fortalece su visibilidad, pero al mismo tiempo evidencia la necesidad de consolidar vínculos más directos con los habitantes inmediatos del territorio, es decir, con quienes comparten el entorno cotidiano del espacio.

En el caso de La Vicentina, este proceso adquiere una relevancia particular. La información obtenida en las entrevistas y la observación de campo muestra que la comunidad comienza a reconocer el diseño como herramienta de transformación social. La participación en los talleres ha crecido progresivamente, generando mayor confianza y apertura hacia los espacios compartidos. Sin embargo, esta expansión del impacto no ocurre únicamente a través de la presencia física, sino también mediante su prolongación en el espacio digital.

Como explica Ovalle (2011), en la sociedad digital las coordenadas de espacio y tiempo se transforman por la mediación tecnológica, lo que permite una copresencia

distribuida: un taller no termina cuando finaliza el encuentro presencial, sino que continúa en las fotografías, videos y relatos que circulan en redes sociales. En esta misma línea, Castells (1999) sostiene que la revolución informacional se sostiene en la socialización del conocimiento, donde lo vivido se convierte en contenido replicable y compartido. *Over* opera dentro de esta lógica, al registrar, editar y difundir lo que ocurre en los talleres, las experiencias presenciales se transforman en memoria colectiva mediada, ampliando su alcance más allá del territorio inmediato y potenciando nuevas formas de pertenencia, reconocimiento y circulación simbólica del diseño.

4.3. Pandemia, diseño y reactivación relacional en los barrios (2021–2025)

El caso *Over* no se analizó en abstracto, sino en un tramo específico donde la vida barrial todavía se estaba recomponiendo. Entre 2021 y 2025, periodo que atravesó la salida progresiva del encierro, la normalización del contacto y la aceleración del consumo presencial como forma de “volver a vivir”, el diseño se volvió un recurso para recuperar prácticas de interacción que habían sido suspendidas o debilitadas. En ese contexto, en La Floresta ya existían antecedentes previos como La Imaginativa que, si bien abrió sus puertas en 2021, durante la pandemia activó actividades pequeñas como talleres reducidos, microventa, e intercambio de saberes para disminuir el miedo al contacto y sostener vínculos culturales mínimos sin depender de grandes eventos. Así mismo, otro referente fue el Ocho y medio que volvió con la proyección de películas locales para generar conexión con el público que, si bien fueron con poca audiencia, esta forma de sociabilidad, de escala baja, y centrada en hacer, se volvió referencia local.

Con el paso del tiempo, ese impulso se amplió. No sólo diseñadores y artistas empezaron a usar lo creativo como oportunidad económica, sino cualquier persona con competencias básicas en áreas creativas comenzó a realizar talleres o actividades de aproximación y se llenaron de emprendedores recientes que vieron en el diseño un vehículo comercial rápido. Pero este crecimiento no siempre estuvo acompañado de

profundidad técnica o contenido metodológico, lo que generó un circuito donde la manualidad y la estética inmediata desplazaron, en muchos casos, el rigor disciplinar.

Es en ese marco que se inscribe a *Over*. La tienda no surge en un tiempo de normalidad cultural, sino en un momento donde el encuentro debía justificarse de nuevo y donde la presencia física tenía que ser sostenida por un motivo concreto. Desde el 2021, la reflexión en estos barrios se reorientó no hacia el objeto terminado, sino hacia el proceso, porque el proceso implicaba permanecer, conversar, observar y, sobre todo, estar cerca sin que “estar cerca” sea amenazante. *Over*, al estructurarse como espacio mixto (tienda / galería / actividades), no se limitó a abrir un local comercial, organizó situaciones de aprendizaje situadas, donde el diseño funcionó como excusa legítima para volver a poner los cuerpos en interacción, pero dándole un valor a la metodología de enseñanza por profesionales del área. En este marco, la enseñanza no se reduce a “compartir consejos prácticos”, sino que implica la construcción de conocimiento aplicado; no consiste únicamente en exhibir objetos, sino en generar sentido sobre los procesos mediante los cuales estos se conciben, se diseñan y se producen. Esta distinción resulta analíticamente relevante porque explica por qué la tienda trasciende la categoría de espacio meramente emergente o inspiracional, situándose más bien como un dispositivo pedagógico y cultural con capacidad de incidir en las prácticas y relaciones socio-barriales. En La Floresta, esta inserción se articula con una base cultural que ya venía activa desde años previos, por eso la continuidad fue más fluida. En La Vicentina, donde las actividades culturales habían perdido continuidad y donde la participación barrial suele ser más intermitente, esas actividades funcionaron más como capas iniciales para volver a juntar a personas que no comparten trayectorias comunes ni redes estables.

Desde una perspectiva territorial, esta recomposición no es menor. Tal como plantean Torres y Cañón (2015), el barrio no se reduce a un contenedor físico, sino que “se hace” cotidianamente a través de relaciones, percepciones, encuentros y desencuentros que dotan de sentido al espacio habitado. En la misma línea, Koldorf, Castro

y López (2008) señalan que el territorio que se habita es, ante todo, el espacio que la gente construye, nombra y resignifica de manera constante. La pandemia interrumpió precisamente esos procesos ordinarios de apropiación, el uso del parque, las visitas a tiendas, las conversaciones callejeras, debilitando los soportes cotidianos de la identidad territorial. En este contexto, las actividades de Over no sólo reactivan el consumo cultural, sino que contribuyen a reinstalar prácticas de presencia compartida que permiten volver a “hacer barrio”, reanudando, aunque sea de forma parcial, los circuitos de memoria, reconocimiento y pertenencia que sostienen el tejido socio-espacial de La Floresta y La Vicentina.

Lo que se observa en este período temporal es que el valor se desplaza del objeto al encuentro. La compra, la observación del proceso o la conversación puntual operan como ejercicios mínimos de confianza barrial: se comparte material, se pide ayuda, se compara técnicas, se produce un resultado visible. No es espectacular, pero en un contexto donde la vida colectiva pos pandemia todavía tenía cautelas, esos microgestos fueron suficientes para volver a habilitar presencia. Desde la perspectiva metodológica, esto es observable en las entrevistas, las encuestas y la observación directa, la gente no va solo a comprar, va a estar un rato, mirar, preguntar y generar conexión.

En términos relacionales, estos movimientos pueden leerse como la activación de lo que Gómez y Verd (2013) denominan lazos débiles: vínculos de menor intimidad y compromiso que, sin embargo, cumplen una función decisiva al conectar grupos sociales distintos y abrir acceso a información, oportunidades y experiencias que no circularían en redes cerradas. Los talleres y ferias vinculadas a Over no generan de inmediato lazos fuertes de vecindad, pero sí producen conexiones efímeras entre estudiantes, diseñadores, comerciantes y habitantes que, al repetirse, empiezan a tejer un entramado relacional más amplio. En este sentido, el diseño social opera como mediación: organiza situaciones donde los lazos débiles se vuelven posibles y donde ciertos actores —profesionales del diseño, gestores culturales o integrantes de redes comunitarias— actúan como agentes-

puede capaces de traducir códigos, legitimar presencias y articular grupos que antes permanecían separados. Esa función puente no elimina las fracturas pos pandemia, pero sí ofrece una infraestructura mínima para recomponer el tejido social a partir de encuentros acotados, situados y recurrentes.

Este tipo de activación todavía tiene límites, en La Floresta se percibe riesgo de saturación (demasiada oferta cultural), en La Vicentina aún falta continuidad y sostén institucional. Pero en ambos casos el diseño ya no opera como estética o producto, sino como práctica de interacción que organiza la convivencia mínima. En futuro, este tipo de oferta puede escalar; pero hoy, lo verificable empíricamente es esto, en el pos-COVID el diseño funciona como mediación relacional de baja escala, capaz de volver a producir contacto presencial sostenido sin depender de grandes eventos. Sin embargo, esta reactivación relacional también revela tensiones estructurales que condicionan el alcance de Over y de las ferias, talleres y eventos desarrollados. Estas tensiones no son externas al proceso, emergen del propio territorio y se evidencian en los datos de campo, lo que permite comprender con mayor precisión los límites de la reconstrucción comunitaria pos pandemia.

En primer lugar, aunque los eventos de Over lograron reinstalar la presencialidad y activar confianza básica, no todos los actores del entorno se involucraron de la misma manera. Tal como mostraron las encuestas, un 66,7 % de personas no participa regularmente en actividades barriales, lo que indica que los talleres funcionan como catalizadores momentáneos, pero no alcanzan todavía a consolidar hábitos sociales permanentes. Esto sugiere que el vínculo generado es más efímero que estable, y que la reapertura pospandemia no se traduce automáticamente en una red comunitaria sostenida.

Un segundo obstáculo identificado es la asimetría entre el reconocimiento simbólico y la inclusión social efectiva. Aunque la mayoría de los encuestados valora positivamente a Over, la participación real en sus actividades sigue concentrada en estudiantes, diseñadores y públicos creativos, mientras que familias, vecinos históricos y otros grupos

del territorio participan de manera reducida. Esta brecha muestra que el diseño como lenguaje y práctica no siempre es legible ni accesible para todos, especialmente para quienes no se identifican con los códigos estéticos o culturales del campo creativo.

A ello se suma un condicionante más amplio que dejó la pandemia, el COVID-19 interrumpió rutinas de encuentro, disminuyó el uso del espacio público e instaló formas de ansiedad y cautela frente a la proximidad física. Ese retraimiento no solo individualizó comportamientos, sino que dificultó la participación colectiva, particularmente en contextos urbanos donde los vínculos ya eran frágiles. En este escenario, los adultos mayores enfrentaron barreras adicionales, pues la pandemia afectó con mayor intensidad a este grupo y profundizó su tendencia a resguardarse. Como indicaba Sandra Puertas, “la comunidad es más de estar en su casa: no quiere salir”, reflejando una disposición social marcada por el temor y la pérdida, que requiere acciones sostenidas para recuperar pertenencia y confianza. Frente a este panorama, el diseño social opera como un recurso parcial, permite habilitar encuentros acotados y experiencias compartidas de baja escala, pero no logra revertir completamente el retraimiento y la fragmentación emocional que todavía condicionan la forma en que distintos actores, incluyendo a la población longeva, quien habitan y se relacionan con el barrio. Entonces el diseño y las tiendas pueden ser el elemento de unión que permitan se vuelvan a conectar, tras el aislamiento de la pandemia, sin embargo, es un proceso que lleva tiempo y debe ser paulatino para que puedan sentirse cómodos de regresar a la vinculación con la comunidad y de conexión con el barrio, esto nos lleva a analizar el apareamiento de tantas tiendas de diseño en la post pandemia dentro de estos barrios

4.4. El rol de las tiendas físicas en la reactivación comunitaria

El apareamiento de nuevas tiendas físicas en los barrios también se explica por la necesidad de volver a conectar con la comunidad después de la pandemia, que generó distancias y fragmentó la vida cotidiana. Aunque el desarrollo tecnológico impulsado por el

COVID-19 fortaleció el comercio electrónico y la interacción entre usuarios y dispositivos digitales, el acercamiento humano sigue siendo irremplazable. La experiencia sensorial, el encuentro cara a cara y la posibilidad de habitar un espacio compartido ofrecen dimensiones que lo digital no reproduce. Esta búsqueda de vinculación se vuelve aún más relevante en un contexto donde, como señalan Vizcarra y Ovalle (2011), las identidades se vuelven circulares y migrantes debido a la constante interacción en entornos digitales, lo que produce consumidores que alternan entre la compra por utilidad, estética o proyección de imagen. Castells (1999) coincide al afirmar que la revolución informacional reestructura las formas de interacción social, ampliando lo virtual sin sustituir la necesidad de experiencias presenciales significativas. Por ello, en este escenario, el diseño emocional emerge como una estrategia clave para generar conexión con el usuario y compensar la volatilidad y fragmentación propias de la vida digital.

En este contexto, el diseño emocional adquiere especial relevancia porque, como plantea Ortega (2023), el diseño de atmósferas consiste en configurar ambientes que activan emociones y comportamientos coherentes con la intención proyectual. Elementos como la música, la iluminación, los aromas, las texturas o la disposición espacial dejan de ser decisiones estéticas aisladas y pasan a ser componentes que construyen una atmósfera alineada con la identidad de la tienda. Cada detalle del espacio contribuye a una experiencia envolvente capaz de conectar al visitante con los valores, la narrativa y la cultura del lugar.

Este proceso explica por qué, en los años posteriores a la pandemia, surgieron o se relanzaron varias iniciativas de diseño en La Floresta y La Vicentina. La Imaginativa, por ejemplo, buscó desde su apertura generar una conexión directa con las personas a través del diseño local ecuatoriano, ofreciendo objetos con un valor más emocional que estrictamente funcional. Bookish, inaugurada en 2022, respondió a la misma necesidad de ofrecer un espacio cultural que invitara a permanecer, como señaló su creadora, Isabel Heredia. Por su parte, Mane Silva Boutique, aunque ya existía, optó por reubicarse y

relanzarse en 2021, reforzando su presencia física y apostando por el encuentro presencial.

La acumulación de estas aperturas y relanzamientos post-pandemia muestra cómo el comercio físico se reactivó mediante propuestas que reconocieron la importancia de una experiencia sensorial y cercana. En esta misma línea, Miguel Carrera señala que en La Vicentina, “las tiendas de barrio y negocios familiares son parte esencial de la convivencia diaria; generan confianza, redes de apoyo y sentido de pertenencia”, mientras que en La Floresta “el comercio cultural (cafés, galerías, tiendas de diseño) dinamiza el espacio público, atrae visitantes y mantiene el barrio vivo más allá de lo residencial”. Su observación evidencia que, incluso después de la pandemia, el vínculo comunitario continúa construyéndose a través de las tiendas físicas, que siguen funcionando como espacios de encuentro y conexión en ambos barrios.

Estos cambios han llevado al comercio físico a pasar de un modelo transaccional a uno experiencial. A pesar del auge del comercio digital, estas tiendas apostaron por espacios presenciales porque comprar ya no es únicamente un acto económico, sino un proceso emocional, sensorial y narrativo. Ortega (2023) subraya que la experiencia es siempre corpórea y sensorial, ya que involucra a un cuerpo inmerso en un entorno físico, social y cultural específico. Los consumidores buscan sentir, explorar, aprender y conectar; buscan tiendas que ofrezcan inspiración, personalización y un entorno que resuene con su identidad y sus valores, ya que comentaba Leslie Pinta, habitante de La Floresta “lo que más identifica a los barrios es caminar unas pocas cuadras y encontrar cafés, tiendas y estudios completamente diferentes entre sí, cada uno con un estilo propio y una propuesta distinta. Hay por lo menos unas seis cafeterías en el sector y ninguna se parece a otra: cada una tiene un concepto único, un ambiente que comunica algo particular y una estética que responde a su dueño o a su público; esto es lo que lleva a conectar a la comunidad con las tiendas y con el diseño y sus actividades

Por ello, los espacios comerciales se han convertido en destinos donde la atmósfera y los estímulos sensoriales influyen directamente en la decisión de compra, lo que plantea un desafío para los minoristas tradicionales, que deben adaptarse para seguir siendo relevantes. Sin embargo, antes de esta transformación hacia la experiencia, las tiendas físicas ya cumplían un rol social fundamental: eran puntos de encuentro donde se entretejían relaciones cotidianas y donde la interacción con el personal y otros clientes formaba parte del tejido comunitario. En La Floresta, por ejemplo, espacios como Ocho Café con varios años de trayectoria, funcionan como lugares de reunión donde vecinos, estudiantes y visitantes se encuentran de manera habitual. Tanto estos pequeños comercios como las grandes cadenas aportaban proximidad, familiaridad y continuidad a la vida barrial.

Este carácter social no ha desaparecido; más bien, se ha complementado con nuevas expectativas culturales y experienciales que buscan entornos inspiradores y significativos. En este sentido, el aumento de tiendas de diseño responde a la necesidad de combinar la función comercial con la generación de vínculos y experiencias. Como señala Varela citado en (González, 2020) la fortaleza de las tiendas de barrio radica en su “calidez humana, cercanía y conocimiento de las necesidades de los vecinos”, elementos que constituyen un capital simbólico diferencial frente a otros formatos comerciales. Estas cualidades se articulan ahora con propuestas que incorporan diseño, estética y experiencia, reforzando el papel de la tienda física como espacio de encuentro y pertenencia dentro de los barrios.

En este marco, las tiendas físicas de diseño que operan en barrios creativos pueden entenderse, como plantea Gayo (2013), como espacios estratégicos dentro del campo cultural, donde se produce, circula y disputa la legitimidad simbólica del diseño local, lo que si ocurre dentro de estos barrios por su dinámica. Esto se vincula con la idea de Bourdieu (1997), para quien la valoración del diseño local no depende solo de las cualidades estéticas o funcionales de los objetos, sino también de las relaciones que estos mantienen

con instituciones y agentes legitimados que validan simbólicamente su existencia. En respuesta a estas dinámicas, muchas tiendas han comenzado a rediseñarse como espacios inmersivos donde la prioridad no es únicamente exhibir productos, sino ofrecer experiencias completas. Leslie Pinta señala que “estos barrios se diferencian del resto de la ciudad por la forma en que integran la vida cotidiana con la expresión artística; no son solo lugares donde se vive, sino donde también se crea y se comparte lo que se produce” (entrevista, julio 2025). Por eso, la incorporación de elementos culturales y artísticos se vuelve fundamental para estimular la curiosidad, despertar la creatividad y ofrecer nuevas perspectivas sobre los productos. En lugar de funcionar como espacios de tránsito, estas tiendas buscan convertirse en lugares donde las personas quieran permanecer, descubrir y generar vínculos emocionales con la marca.

En este sentido, las tiendas adquieren la capacidad de reflejar la identidad de la comunidad en la que se insertan. En el caso de La Floresta y La Vicentina, y específicamente en *Over*, esta conexión se expresa mediante colaboraciones con artistas, diseñadores y productores locales, la personalización de servicios según las dinámicas de cada barrio y la organización de actividades que reconocen y celebran la cultura del entorno. Estas acciones han permitido iniciar procesos de conexión, identidad y relación entre los habitantes, reforzando una dimensión territorial que los consumidores valoran profundamente y que convierte a la tienda en un espacio significativo más allá de lo comercial.

El análisis de ambos barrios muestra que la presencia de emprendimientos de diseño no se limita a la venta de productos; implica también integración, aprendizaje, experiencia y participación. Los colectivos y actores locales evidencian que existe apoyo y articulación comunitaria, y que, aunque uno de los barrios tenga mayor visibilidad que el otro, las tiendas forman parte de sus dinámicas de vida y convivencia. Para 2025, los propios habitantes siguen valorando el contacto humano y la cercanía, confirmando que la

tienda física continúa siendo un espacio relevante para construir vínculos y sostener la identidad barrial.

Conclusiones

Esta investigación tuvo como propósito comprender cómo la gestión del diseño incide en la configuración de relaciones socio-barriales y la identidad territorial en dos sectores de Quito, La Vicentina y La Floresta, a través del estudio de la tienda de diseño Over en el período 2021-2025. El foco no estuvo solamente en la tienda como unidad comercial, sino en cómo sus actividades, prácticas y eventos de diseño pueden influir en la convivencia vecinal y aportar a la construcción de identidad territorial, fortaleciendo el reconocimiento de la cultura de diseño local.

Es importante subrayar la temporalidad en la que se estudió este caso. Analizar a Over en el período pos pandemia implicó considerar que las formas de relación barrial todavía se estaban reconfigurando después de un período prolongado de distanciamiento y temor al contacto. En ese contexto, el diseño, cuando se activó a través de actividades prácticas, funcionó como recurso para volver a reunir a personas y habilitar interacción sin imponerla. La buena acogida que tuvieron los talleres y espacios de encuentro mostró que la creatividad operó como punto de contacto y permitió reestablecer vínculos que habían estado debilitados.

Al mismo tiempo, esa reactivación no se interpretó como tendencia asegurada. El auge de propuestas que convirtieron lo creativo en modelo de negocio era reciente y estaba en expansión, pero no existía certeza de permanencia a mediano plazo. Por ello, la temporalidad no fue un dato secundario, Over se analizó en un momento inicial de apertura y experimentación, y sus resultados estuvieron condicionados por ese contexto. En un escenario donde la digitalización seguía avanzando y volvía a desplazar prácticas presenciales, este tipo de iniciativas podían transformarse, sostenerse o desaparecer.

El análisis permitió identificar que la gestión del diseño no sólo se limita a estrategias organizacionales o comunicacionales, sino que adquiere un rol social cuando se inserta en un territorio concreto. Las tiendas físicas de diseño, cuando están inmersas dentro de barrios consolidados, pueden transformarse en infraestructuras relacionales capaces de

activar vínculos comunitarios. Las conclusiones que se presentan a continuación recuperan estos hallazgos y también las tensiones detectadas en el proceso.

En relación con la hipótesis, los resultados permitieron confirmarla y precisarla. Se comprobó que *Over*, al estar ubicada en un punto intermedio entre La Floresta y La Vicentina, y considerando que el Parque Navarro funciona como un punto clave de encuentro, logra conectar a ambos barrios. Esto significa que no sólo asisten habitantes de La Floresta, sino también personas de La Vicentina. Además, se identificó que las actividades organizadas por la tienda sí tienen impacto en la interacción social. Sin embargo, la feria La Florentina fue el evento que generó una mayor integración entre los dos barrios. Esta feria reúne a la comunidad de ambas zonas, permite visibilizar los espacios de diseño existentes en La Floresta y muestra cómo poco a poco también se van activando espacios de diseño en La Vicentina. Asimismo, se observó que La Florentina también sirve como plataforma para diseñadores emergentes ecuatorianos. Allí pueden mostrar lo que producen, vender, y relacionarse no sólo con los habitantes de los dos barrios estudiados, sino también con personas de otros sectores de Quito.

Asimismo, se cumplió con los objetivos específicos propuestos. Se describieron y clasificaron las relaciones socio-barriales y las identidades territoriales de La Vicentina y La Floresta, a partir de documentos sobre la gentrificación de los barrios, que permitieron contextualizar el desarrollo de ambos barrios y a partir de encuestas dirigidas a habitantes, diseñadores y representantes barriales. También se identificaron los mecanismos de articulación entre lo comercial y lo comunitario que promueve la tienda física *Over* y el diseño en estos territorios, a partir de las observaciones directas realizadas durante las actividades de la tienda y del análisis de la documentación recopilada. Finalmente, se evidenció el aporte de *Over* y de su cultura de diseño en la conservación, transformación y proyección de los barrios estudiados, a partir de entrevistas y encuestas que permitieron reconocer cómo este espacio contribuye a generar vínculos, prácticas y sentido de pertenencia en La Vicentina y La Floresta.

El capítulo uno permitió establecer los marcos teóricos y conceptuales desde los cuales se comprendió la relación entre diseño, barrio - territorio, identidad y formas de relación. A través del diseño como práctica social se indagó cómo este actúa como mediador entre cultura, comunidad y gestión. Este enfoque permitió reconocer que el diseño no opera únicamente como solucionador formal u operativo, sino como una práctica que incide en la producción de vínculos, imaginarios y memorias colectivas. A partir de este análisis, el capítulo evidenció que las actividades vinculadas al diseño pueden facilitar la convivencia comunitaria al generar espacios de encuentro, fortalecer el sentido de pertenencia mediante experiencias compartidas y, al mismo tiempo, visibilizar tensiones simbólicas presentes en los barrios que requieren negociación y gestión colectiva. Estas enseñanzas permitieron comprender de manera más precisa cómo el diseño interviene en lo social más allá de lo material y qué tipo de dinámicas activa en el territorio.

En paralelo, se abordó el territorio y al barrio como un hábitat socio espacial producido por prácticas cotidianas, por la memoria compartida y por los imaginarios que permiten sostener identidad territorial. Esta mirada llevó a indagar en la historia reciente de La Floresta y La Vicentina para reconocer si existía capital cultural acumulado y si la apropiación del espacio era activa o pasiva, es decir, si la identidad barrial se expresaba con fuerza, de forma débil o casi inexistente.

Este análisis se complementó con la dimensión de las relaciones socio barriales para identificar si los habitantes sostenían vínculos comerciales, afectivos o de cooperación cotidiana. Para ello se distinguieron dos escalas: la vecindad, asociada a cercanía y apoyo mutuo, y la barrialidad, vinculada a referentes materiales y simbólicos como parques, rutas culturales o ferias. Desde este enfoque, la convivencia se interpretó a través de los lazos fuertes, que brindan sostén y cuidado, y de los lazos débiles, que abren conexiones, información y oportunidades más amplias. Lo relevante no fue la mera existencia de contacto, sino la mediación que facilita que un encuentro eventual pueda convertirse en vínculo significativo.

El capítulo dos abordó el estudio de las relaciones comerciales-comunitarias, enfocándose en comprender cómo las tiendas físicas, y como estas pueden vincularse al tejido comunitario, sin perder su importancia y valor en los barrios. Desde la noción de Olderburg (1999) y Paramo se analizó a las tiendas desde la experiencia situada y de interacción multisensorial, como espacios que no sólo ofrecen productos, sino que producen significados, memorias y vínculos comunitarios. En diálogo con los “terceros lugares” y los “socio lugares”, se muestran sus oportunidades, cercanía, confianza, calidez y riesgos como competencia de retail estandarizado, inseguridad, homogeneización del consumo. Paralelamente se tuvo en cuenta que, si bien existen tiendas de diseño dentro de los barrios como La Imaginativa, con alternativas similares a la tienda, se deseaba profundizar en comprender más a la comunidad y la generación de cultura de diseño desde las actividades culturales. Finalmente, desde una lectura bourdiana, se analizó cómo estas tiendas intervienen en la circulación y acumulación de capital cultural y simbólico, legitimando estéticas y discursos del diseño local: en este marco, las redes barriales y los procesos de aprendizaje compartido emergieron como pilares para consolidar confianza, convivencia y ciudadanía.

En el capítulo tres se analizó la incidencia de la tienda *Over* desde varias perspectivas. En primer lugar, el rol del diseño en la construcción de relaciones socio barriales, identificando que la coexistencia entre población longeva y estudiantil opera como una limitante en el acercamiento entre ambos barrios; sin embargo, se observaron dispositivos que comienzan a romper estas distancias, especialmente los talleres de *Over* donde los participantes se reúnen para aprender, experimentar y conocer de primera mano a los diseñadores locales. Asimismo, se constató que espacios como el Parque Navarro operan como puntos de encuentro cotidianos, donde la gastronomía popular propicia interacción sin distinción generacional o socioeconómica.

Posteriormente, se analizó la relación diseño–identidad territorial a partir de las exposiciones organizadas por la tienda. Si bien existe reconocimiento hacia algunos

diseñadores, aún es necesario ampliar la oferta y abrir más actividades gratuitas para fortalecer la apropiación simbólica del espacio y proyectar el diseño como parte de la cultura barrial. Finalmente, se estudió la articulación comercial–comunitaria mediante las ferias. Aunque La Floresta y La Vicentina cuentan con colectivos activos, como el Colectivo La Floresta y el Comité Pro Mejoras de La Vicentina, la integración entre ambos sigue siendo parcial. La Florentina, con apenas tres ediciones, evidenció el mayor potencial de conexión entre los dos territorios al proponer una ruta conjunta entre tiendas, galerías y cafeterías, habilitando un circuito donde la compra se transforma en vínculo social. Iniciativas como Destino Diseño refuerzan esta dinámica al involucrar a estudiantes, vecinos y visitantes en experiencias que combinan diseño, comercio y encuentro comunitario.

Durante el desarrollo del trabajo surgieron varios obstáculos, entre ellos la escasa información disponible sobre La Vicentina desde la perspectiva del diseño. Aunque este barrio ha sido analizado principalmente a partir de su parque como espacio de vínculo social y preservación de la comida tradicional, no se encontró una mirada más amplia comparable a la existente sobre La Floresta. La información que se logró obtener provino principalmente de personas involucradas en actividades barriales del sector, pero su acceso resultó limitado. No obstante, este vacío se interpreta como una oportunidad, ya que la información recogida por esta investigación puede constituir un punto de partida para futuros estudios que profundicen en el parque de La Vicentina y en sus posibles articulaciones con el diseño.

A partir de los hallazgos obtenidos, se identifican nuevas líneas de investigación que pueden ampliar y profundizar esta propuesta. En primer lugar, podría profundizarse el análisis de los procesos de gentrificación, esta investigación se centró principalmente en la identidad territorial y las relaciones socio barriales a través de la articulación comercial comunitaria, pero resulta pertinente ampliar la mirada hacia cómo estos barrios se han transformado urbanamente en las últimas décadas. En el caso de La Vicentina y La

Floresta, la llegada del Incine, del Instituto Metropolitano de Diseño y de nuevas tiendas de diseño creadas por exalumnos ha generado cambios en el uso del suelo y en las dinámicas residenciales, convirtiendo estos sectores en espacios de alquiler para estudiantes, áreas de consumo cultural y zonas atractivas para nuevos habitantes. Analizar esta transformación desde una perspectiva de gentrificación permitiría comprender con mayor precisión cómo se producen desplazamientos simbólicos, económicos y sociales en el territorio.

Por otro lado, una segunda línea futura sería comparar el rol de las tiendas físicas de diseño con las tiendas virtuales. Como plantea Bauman (2007), la sociedad de consumo y las tecnologías han impulsado prácticas aceleradas que reducen el contacto material, debilitan la interacción interpersonal y desplazan la experiencia del objeto hacia un consumo inmediato que asigna identidad solo desde la compra. Contrastar los espacios físicos, que generan experiencia, presencia y vínculos, con los espacios digitales, que priorizan velocidad y transacción, permitiría analizar cómo se modifica la identidad, la memoria de compra y el sentido comunitario en contextos donde el diseño circula cada vez más como objeto simbólico dentro de plataformas virtuales.

Una tercera línea futura de investigación podría centrarse la economía creativa en la sostenibilidad financiera de las tiendas de diseño en barrios creativos, analizando si estos emprendimientos realmente pueden mantenerse en el tiempo bajo modelos que combinan venta, talleres, cafés o actividades culturales. En un contexto donde los flujos de clientes fluctúan, la competencia digital aumenta y los costos de arriendo y producción se elevan, resulta necesario estudiar con mayor precisión las cadenas de valor, la capacidad de generar ingresos diversificados y la dependencia de redes de proveedores y diseñadores locales que sostienen estos negocios. Explorar cómo circula el capital económico y simbólico en estos espacios permitiría evaluar si los modelos híbridos fortalecen su resiliencia o si, por el contrario, los vuelven más vulnerables a la saturación del mercado, a la estacionalidad y a la presión inmobiliaria de los barrios creativos. Con

ello se abriría un campo de investigación orientado a comprender hasta qué punto estas tiendas pueden consolidarse como actores económicos estables y no solo como iniciativas culturales de corta duración dentro del ecosistema barrial.

La investigación aporta al campo del diseño al demostrar que el diseño, cuando se practica desde una perspectiva situada y territorial, deja de operar únicamente como un recurso estético o técnico para convertirse en un mediador social que produce vínculos, activan memorias y fortalece identidades. El caso de *Over* evidencia que las prácticas proyectuales como los talleres, ferias, exposiciones y experiencias presenciales pueden configurar infraestructuras relacionales que articulan comercio, cultura y comunidad. Este hallazgo reafirma la dimensión social el diseño y muestra que su impacto no se limita al objeto, sino que incide en los modos en que las personas habitan un territorio, se reconocen en él y construyen formas de convivencia cotidiana. En este sentido, la investigación amplía la comprensión del diseño como una práctica cultural capaz de participar activamente en la regeneración barrial y en la creación de sentidos colectivos.

Asimismo, el estudio aporta al diseño al evidenciar la importancia de integrar metodologías cualitativas, análisis territorial y lecturas sociológicas para entender cómo los espacios de diseño influyen en dinámicas comunitarias reales. Este enfoque propone al diseño como una herramienta para leer y transformar el territorio, ofreciendo un marco aplicable a otros contextos urbanos que buscan articular identidad, comunidad y emprendimientos culturales. Con ello, la investigación contribuye a consolidar una visión del diseño más amplia, crítica y socialmente comprometida con las relaciones humanas y con la construcción de futuros barriales más cohesionados.

Bibliografía

- Abramovay, R. (2006). *Para una teoría de los estudios territoriales*. Argentina.
- Agudelo, L., y Garay, N. (2022). *La participación ciudadana en el diseño de las políticas públicas*. Editorial EAFIT. <https://doi.org/10.17230/9789587207743ch5>
- Aguirre, C. (2021, 2 de julio). *Territorio y territorialización: Una mirada al vínculo emocional con el lugar habitado a través de las cartografías sociales*. Universidad de San Buenaventura, Colombia.
- Aguirre, M., Chiriboga Vega, M., Jaramillo, G., y Torres, M. D. (2009). *Quito, identidad, innovación y competitividad*. <https://biblioteca-repositorio.clacso.edu.ar/handle/CLACSO/6090>
- Alemán, I., y Francés, F. (2006). Validación del Cuestionario de Apoyo Social (CAS). *Ansiedad y Estrés*, 12(1), 63–74.
- Alonso, L. E. (s. f.). *El estructuralismo genético y los estilos de vida: Consumo, distinción y capital simbólico en la obra de Pierre Bourdieu*. UPNA
- Aráuz, A. M. (2019, noviembre). *¿Y si llamamos hibridación a la gentrificación? Caso La Floresta, Quito* [Tesis de maestría]. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Quito, Ecuador.
- Asamblea de Quito. (2019). *Registro de las asambleas barriales del Sistema Metropolitano de Participación Ciudadana*. Secretaría de Coordinación Territorial.
- Asamblea Nacional. (2016, 30 de diciembre). *Ley Orgánica de Cultura*.
- Ascher, F. (1998). *Los nuevos principios del urbanismo. El fin de las ciudades no está a la orden del día*. Alianza.
- Augé, M. (1993). *Los no lugares: Espacios del anonimato*. Gedisa.
- Avendaño, P. (2023–2024). *Plan de mejoras*. Instituto Superior Tecnológico Metropolitano de Diseño. Quito, Ecuador.
- Babin, S. A. (2013). Effects of consumer psychographics and store characteristics in influencing shopping value and store switching. *Journal of Consumer Behaviour*. <https://doi.org/10.1002/cb.1411>
- Baeza, M. A. (2011). *Memoria e imaginarios sociales*. Universidad de Concepción.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- Barría, V. T. (2015). ¿De qué hablamos cuando hablamos de barrio? Trayectoria del concepto de barrio y apuntes para su problematización. *Revista Antropologías del Sur*, 3, 121–135.

- Bastidas, A. (2019). Fundamento para la redacción de objetivos en los trabajos de investigación de pregrado. *MEXTESOL*.
- Bauman, Z. (2000). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- Belel, P., y Alaoui, A. (2020). *What is in a physical store?* Department of Business Administration.
- Belleli, M. G. (2001). *La trama cultural. Textos de antropología y arqueología*. Caligraf.
- Benas, L. V. (2014). *Los espacios públicos de Puerto Madero y las formas de legitimación del urbanismo neoliberal* [Tesis]. Universidad de Buenos Aires.
- Betancourt, E. (2004). *Memoria individual, memoria colectiva y memoria histórica: Lo secreto y lo escondido en la narración y el recuerdo*. UPN.
- Birdwhistell, R. (1970). *Antropología de la gestualidad*. https://vertov14.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/05/antropologia_de_la_gestualidad.pdf
- Bolaños, C. D. (2003). La formación comunitaria como generadora de participación y transformación social. *Anuario de Filosofía, Psicología y Sociología*, (6), 241–252.
- Borja, J. (2016). La no ciudad. *Revista de Ciencias Sociales*. <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500>
- Bork, A. (1995). La modernidad: Desafíos por construir. *Última Década*, (3), 1–5.
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2010). *La miseria del mundo*. Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, P. (2016, 16 de octubre). *Capital simbólico y clases sociales*. *Herramienta*, (52), 103-109.
- Bravo, L. A. (2021, 8 de septiembre). El diseño: Una herramienta de mediación, interacción y diálogo humano. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, (143). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi143.5138>
- Brenner, N., y Elden, S. (2009). Henri Lefebvre sobre el Estado, el espacio y el territorio. *International Political Sociology*, 353–377.
- Buchanan, R. (1992). Wicked problems in design thinking. *Design Issues*.
- Baudrillard, J. (1978). *Cultura y simulacro*. Kairós.
- Burt, R. S. (1992). *Structural holes: The social structure of competition*. Harvard University Press.
- Cabello, A. M. (2014). Teorías sobre la globalización: Una evaluación crítica. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 9(2), 333–359. <https://doi.org/10.14198/OBETS2014.9.2.04>

- Cálad, C. A. (2010). Los vínculos afectivos y la estructura social: Una reflexión sobre la convivencia desde la red de promoción del buen trato. *Investigación y Desarrollo*, 11(1), 70–103.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo.
- García Canclini, N. (1999). *La globalización imaginada*. Paidós.
- Candau, J. (1998). *Mémoire et identité*. Presses Universitaires de France.
- Candau, J. (2001). *Memoria e identidad*. Del Sol.
- Carrión, F. (1976). Existen los barrios periféricos. *Trama. Revista de Arquitectura*.
- Carvajal, A. (2025). El capital cultural y otros tipos de capital en la definición de las trayectorias escolares universitarias. En *X Congreso Nacional de Investigación Educativa. Área 16: Sujetos de la educación*.
- Castaño, J. S. (2016, 19 de mayo). Consumo cultural y el papel de los medios en el control social. *Trans-pasando Fronteras*, (10), 121–141.
- Castells, M. (1997). *La sociedad red. La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (1999). *La era de la información. Politeia*, (29), 230–232.
- Castillo, G. (2021). El territorio como apropiación sociopolítica del espacio: Entre la desterritorialización y la multiterritorialidad. *Investigaciones Geográficas*, (103).
- Castoriadis, C. (2007). *La institución imaginaria de la sociedad*. Tusquets.
- Castro, A. (2017). *Distribución física y online: Análisis de la categoría de producto como factor determinante en la elección de canal* [Trabajo de fin de grado]. Universidade da Coruña. <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/19800>
- Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Pichincha. (2024). *Catálogo de servicios 2024*.
- CELADE. (2003). *Redes de apoyo y bienestar social*. CEPAL.
- Cevallos, A. M. (2016). *¿Y si llamamos hibridación a la gentrificación? Caso La Floresta, Quito* [Tesis de maestría]. FLACSO Ecuador.
- Chang, E., y Paredes Chacín, A. J. (2016). Pensamiento estratégico en la gestión de las tiendas de barrio. *Opción*, 32(13), 228–254.
- Chasco, S. R. (2020). Barrios, capital simbólico e (in)seguridad ciudadana: Una aproximación a través del análisis de dos barrios del centro de Madrid. Universidad Complutense de Madrid.
- Claridge, T. (2022). La diferencia entre capital social y capital cultural. *Instituto de Capital Social*.

- Coello, P., y Samaniego, R. (2023). Transformaciones urbanas: Un análisis de la gentrificación en la ciudad de Quito (barrios Mariscal Sucre, La Floresta, Centro). *Kalpana. Revista de Investigación*, 84–104.
- Comité de Entidades de Atención a la Infancia y la Adolescencia (CEIA). (2021). *Redes comunitarias y apoyo mutuo en contextos urbanos*.
- Correa, R. (2017, 6 de junio). *Reglamento General a la Ley Orgánica de Cultura*. Ecuador.
- Corredor, J., Ósca, P., y Rosa, G. (2011). Mundo sin centro: Cultura, construcción de la identidad y cognición en la era digital. *Revista de Estudios Sociales*, 40, 44–56. <http://www.scielo.org.co/pdf/res/n40/n40a05.pdf>
- Cravino, M., y Carvajal, M. (2019). *El barrio son los vecinos: La (re)urbanización de villas y la perspectiva de sus habitantes*. FLACSO.
- Cuartas, S., y López, A. (2021). Diseño urbano participativo del espacio público: Una herramienta de apropiación social. *Revista Bitácora Urbano Territorial*, 31, 13–26.
- Cuesta Moreno, Ó., y López-López, G. (2017). Comunicación urbana: Antecedentes y configuración de líneas de investigación en América Latina y España. *Territorios*, 37, 205–228. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.4889>
- Daros, W. (2015). La creación de la modernidad: Nuevos deseos e intereses de la humanidad. *Invenio*, 51–65.
- Dávila, V. H. (2020). La contestación social. *Investigación Decolonial*, (4), 217–313.
- Colectivo de la Floresta. (2021). *Recorre nuestro circuito comercial y cultural*.
- Díaz Rodríguez, K. E. (2021, 1 de diciembre). *Diseño de equipamiento urbano para el barrio La Floresta de la ciudad de Quito* [Tesis]. PUCE.
- Díaz, V. (2005). Teoría emergente en la construcción del saber pedagógico. *Revista Iberoamericana de Educación*, 3, 1–18.
- Duarte Velasco, V. L. (2016). Arte y educación: Un nuevo camino para la formación de públicos en las ferias de arte de América. *Comunicación, Cultura y Política*, 129–158.
- El Comercio. (2016, 30 de septiembre). *El parque de las tripas, en Quito, guarda trucos culinarios*.
- El Comercio. (2016, 21 de septiembre). *El parque Navarro recupera su función de espacio público*.
- El Telégrafo. (2015, 22 de febrero). *La Vicentina fue hogar de parte de la naciente clase obrera quiteña en el siglo XX*. Quito.
- Escobar, A. (2005). Bienvenidos a Cyberia: Notas para una antropología de la cibercultura. *Revista de Estudios Sociales*, 15–35.

- Avilés-Ochoa, E., y Martínez-Rodríguez, P. (2012). Industrias culturales y crecimiento económico: Un modelo para el estudio del surgimiento de clusters creativos. *Economía, Sociedad y Territorio*, 15(47).
- Fermín, D. M. (2007, abril). Cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización. CLACSO.
- Flamarique, L. (2015). Modernidad y cambio social: Una perspectiva integradora, o el más acá de los estudios de género. Universidad de Navarra.
- Flores, M. (2007). La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible. *Revista Opera*, (7), 35–54.
- Foucault, M. (1976). *Defender la sociedad*. Seuil/Gallimard.
- Froland, C., et al. (1981). *Linking formal and informal support systems*. En B. H. Gottlieb (Ed.), London.
- Gaito, J. (2018). La función social del diseño o el diseño al servicio social. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, (69).
- García, D. L. (2001). El barrio: ¿Una dimensión incomprendida? Dialnet.
- Gayo, M. (2013). La teoría del capital cultural y la participación cultural de los jóvenes: El caso chileno. *Última Década*, 21(38), 141–171.
- Giménez, G. (1999, enero). Territorio, cultura e identidades: La región sociocultural. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Giménez, G. (2009, junio). Cultura, identidad y memoria: Materiales para una sociología de los procesos culturales en las franjas fronterizas. Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM.
- Giménez, G. (2011). Comunicación, cultura e identidad: Reflexiones epistemológicas. En *Comunicación, cultura e identidad* (pp. 109–132).
- Gobierno del Ecuador. (2023). Concluye exitosamente negociación del acuerdo comercial entre Ecuador y China. Recuperado de <https://www.produccion.gob.ec/concluye-exitosamente-negociacion-del-acuerdocomercial-entre-ecuador-y-china/>
- Gómez, I., y Verd, J. (2013, 16 de mayo). La fuerza de los lazos: Una exploración teórica y empírica de sus múltiples significados. Universidad Autónoma de Barcelona.
- González, K. (2023). Tiendas de barrio pierden terreno frente a cadenas 'hard discount' como Tuti. *Primicias Ecuador*. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/tiendas-barrio-tuti-hard-discount-ecuador/>
- González, N. M. (2006). Territorios e identidades. <https://dialnet.unirioja.es>
- Gruson, A. (2006). *Socioscopio. Cultura e identidad*. Scorpio.

- Guachichullca, E. M. (2023). Escucha activa como estrategia didáctica para el desarrollo de habilidades sociales en estudiantes del bachillerato. *Ciencia Latina. Revista Científica Multidisciplinar*, 1–19.
- Guarderas, S. (2021–2023). *Plan de reactivación cultural para el Distrito Metropolitano de Quito*.
- Guevara, M. (2012). *La participación ciudadana en la gestión del patrimonio cultural en centros históricos*. Universidad Internacional SEK.
- Gutiérrez, V. D. (2007). Comercio y ciudad: La misión del marketing de ciudades en el desarrollo de la competitividad del comercio urbano. *Mediterráneo Económico*, 11, 299–312.
- Halbwachs, M. (1950). *La memoria colectiva*. Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Hall, E. (1966). *La dimensión oculta*. Siglo XXI.
- Harvey, D. (2007). *Espacios del capital*. Akal.
- Sonntag, H. R., y otros. (1995). *Lo global, lo local, lo híbrido. Gestión de las transformaciones sociales (MOST)*. UNESCO.
- Heredia, D., y otros. (2022). El comercio electrónico y su perspectiva en el mercado ecuatoriano. *Revista Científica de Comunicación*, 1–33.
- Hidalgo, L. B. (2020, 1 de octubre). Los territorios digitales en el contexto del ciberespacio. *Aracne. Revista Electrónica de Recursos en Internet sobre Geografía y Ciencias Sociales*. <https://doi.org/10.1344/ara2020.247.32468>
- IDA-USFQ. (2014). *Plan barrial La Floresta, Quito*. Universidad San Francisco de Quito.
- INCINE. (2025). *INCINE Universitario*. <https://www.incine.edu.ec/quienes-somos>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2021). Barrio La Floresta es declarado Patrimonio Cultural Nacional de Bienes Inmuebles. <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/inpc-declara-al-barrio-la-floresta-como-patrimonio-cultural-nacional-de-bienes-inmuebles/>
- Julier, G. (2008). *The culture of design*. Gustavo Gili.
- Alonso, J., y Cid, M. (2023, 10 de enero). La biblioteca como tercer lugar. *Desiderata*, 21. <http://hdl.handle.net/10366/151329>
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.
- Koldorf, A., Castro, R., y López, V. (2008). El barrio como espacio de interacción social. Facultad de Misiones.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing* (8.^a ed.). Pearson Educación.

- Kumari, V. B. (2023). Consumer buying behaviour towards online shopping: An empirical study on Patna City, Bihar, India. *Journal of Business Management and Information Systems*, 1–9. <https://jbmis.qtanalytics.in>
- Kvale, S. (2011). *Las entrevistas en investigación cualitativa*. Morata.
- La Metro. (2023). *Conócenos*. <https://lametro.edu.ec/conocenos/>
- Lalama, F. (2008). *Quito Distrito Metropolitano. Plan espacial La Floresta*. Quito, Ecuador.
- Lane, A. (2015, 15 de julio). Cómo ha evolucionado el comportamiento del consumidor en el comercio electrónico. *Shopify Blog*. <https://www.shopify.com/es/blog/36925189-como-ha-evolucionado-el-comportamiento-del-consumidor-en-el-comercio-electronico>
- Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social: Una introducción a la teoría del actor-red*. Manantial.
- Laudon, K. C. (2020). *E-commerce 2019: Business, technology, society*. Pearson.
- Lavatelli, L., Aisenson, G., y de Marco, M. (2014). La importancia de las redes y apoyos como recursos en la construcción de trayectorias de jóvenes vulnerables. *Anuario de Investigaciones*, 21, 93–103.
- Lazo, A., y Calderón, R. (2010). El barrio: Espacio en construcción. Aproximación exploratoria a un barrio pobre de la periferia de Santiago de Chile. *L'Ordinaire des Amériques*, 214.
- Lechón, D., y Ramos, D. (2020). ¿Es Internet un territorio? Una aproximación a partir de la investigación del hacktivismo en México. *Economía, Sociedad y Territorio*, 20(62), 273–301.
- Lima, A., y Caubet, F. (2023). La biblioteca como tercer lugar: Promoción de productos y servicios de información. *Brazilian Journal of Information Science*, 17.
- Litwak, E. (1978). Agency and family linkages in providing neighbourhood services. En D. Thurz y Vigilante (Eds.), *The structure of neighborhood services*.
- Llanos-Hernández, L. (2010). El concepto del territorio y la investigación en las ciencias sociales. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 7.
- López, G. (2022). *Servicio al cliente en un nuevo mundo*. Penguin Random House.
- López, M., Alcázar, F., y Fernández, M. (2007). Una revisión del concepto y evolución del capital social. Universidad de Cádiz.
- Majdúchová, H., y Bartekova, M. (2020). Innovations in the creative industry entities. Bratislava University of Economics and Business.
- Manzini, E. (2015). *Design, when everybody designs*. MIT Press.

- Margolin, V. (2015). *World history of design*. Bloomsbury Academic.
- Meersohn, C. (2005). Introducción a Teun van Dijk: Análisis del discurso. *Cinta de Moebio*.
- Mejía, C. S. (2018, 25 de abril). *Vida y muerte de un barrio: Una reflexión sobre la memoria territorial como aporte para evitar el olvido de un barrio a consecuencia de su transformación urbana. Caso de estudio barrio San José, Manizales, Colombia*.
- Mendes, G. (2014). Uso do território para inovação. *Geografia da UFC*, 13(2), 53–60. <https://doi.org/10.4215/RM2014.1302.0004>
- Méndez, E., y Cruz, C. (2008). Redes sociales de apoyo y persona adulta mayor. CONAPAM.
- Mendoza, L., Gutiérrez, H., y Winfield, F. (2013). Barrio, identidad y convivencia. *Revista de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Nuevo León*, 7, 53–64.
- Mercedes, M. (2017). Identidades y territorialidades: Un análisis desde los relatos de grupos de migrantes en Argentina. <https://doi.org/10.4067/S0719-09482017000100095>
- Mérida, J. (2021, 4 de mayo). *Gentrificación creativa en Quito: El caso de la nueva centralidad cultural de La Floresta* [Tesis]. Universidad del País Vasco.
- Miguélez, F. (1997). *Desigualtat i canvi: L'estructura social contemporània*. Edicions Proa.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2014, marzo). *Programación operativa 2014: Proyecto fortalecimiento de capacidades para la gestión cultural en el espacio público*. Ecuador.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2023). *Plan sectorial de cultura y patrimonio 2021–2025*. Gobierno del Ecuador.
- Miranda, C. G. (2015). *El diseño como soporte de la identidad en la cultura clásica contemporánea* [Tesis doctoral]. Universidad de Málaga.
- Molano, L. (2007). Identidad cultural: Un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, 69–84.
- Molina, E. (2016). La construcción de los espacios públicos de ocio en la ciudad de Quito. pp. 123–146.
- Moreno, C. (2024, 19 de julio). La “ciudad de 15 minutos”: Rediseñar la vida urbana con la proximidad de servicios. *HAL Open Science*. <https://hal.science/hal-04648669v1>
- Municipio de Quito. (s. f.). *La Vicentina, mi vecina verde. Memoria técnica y metodología de la propuesta*.
- Navarro, J., Granda, L., y López, F. (2023). De la tienda física al mercadillo digital: El consumo online de moda en España. *Revista Española de Sociología*, 32(3), 1–22.
- Núcleo de Pichincha – Casa de la Cultura Ecuatoriana. (2022, 6 de diciembre). *Mapeo de infraestructuras culturales de Pichincha*.

- Oldenburg, R. (1999). *The great good place*. Marlowe y Company.
- Olmos, H. A. (2008). *Gestión cultural e identidad: Claves del desarrollo*. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.
- Ormaechea, S., y otros. (2020). *Las redes sociales como herramienta de comunicación persuasiva*. McGraw-Hill/Interamericana de España.
- Orozco, A. H. (2018). El sentido de pertenencia y la identidad como determinante de la conducta, una perspectiva desde el pensamiento complejo. *IE. Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*, 9(16), 83–97.
- Ortiz, A. M. (2024). Dinámicas sociales, económicas y culturales. *Ánfora*, 31(56), 13–21.
- Over. (2024). *Sitio web de Over*. <https://over.ec/>
- Palacios, A. P. (2019, 2 de agosto). La memoria y la tradición oral en la formación del conocimiento: Una mirada al desarrollo de la identidad cultural. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.
- Paquette, L. C. (2021). Arte y cultura en la transformación de barrios populares en América Latina. *IdeAs*, (17).
- Páramo, P. (2011). *Sociolugares públicos*. Universidad Pedagógica Nacional.
- Paula. (2023). Prácticas comunitarias y psicosociales emprendidas por las víctimas del conflicto armado: Revisión de literatura. *Revista Interamericana de Psicología*, 1–27.
- Pérez, F., y Crespo, P. (2022). Relaciones vecinales, participación y convivencia en barrios multiculturales: Una mirada desde el vecindario inmigrante. *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 26(4), 143–163.
- Hervik, P. (1999). *Mayan people within and beyond boundaries: Social categories and lived identity in Yucatán*. Harwood Academic Publishers.
- Kotler, P., Kartajaya, H. y Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0*. LID Editorial Empresarial.
- Pírez, P. (2010, enero). *Las tensiones en la producción de la ciudad y el Estado*. National Scientific and Technical Research Council.
- Polanco, V. D. (2010, 11 de enero). *Aburguesamiento de barrios centrales: Un proceso en expansión y mutación*. Universidad Autónoma de la Ciudad de México.
- Porrúa, M. (2014). Diseño con identidad local: Territorio y cultura como eje para el desarrollo y la sustentabilidad. *Tejiendo identidades latinoamericanas*, (47).
- Powell, T. J. (1994). Agency involvement with self-help programs and quality of mental health services for the elderly. T. J. Powell Ed..
- Quilaqueo, D. C. (2012). Habitus profesional y relaciones intersubjetivas entre profesores principiantes y experimentados. *Perfiles Educativos*, 34(136).

- Quito en 360. (2021, 16 de marzo). Publicación sobre el barrio La Vicentina [Publicación de Facebook]. <https://www.facebook.com/quitoen360ec/posts/-la-vicentinasab%C3%ADasque-el-barrio-la-vicentina-naci%C3%B3-en-1933-de-la-parcelaci%C3%B3n-de/2866519577008735/>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2014). *Revista del Patrimonio Cultural del Ecuador*.
- Ramírez, G. F. (2010). Importancia del lenguaje en el contexto de la aldea global. *Horizontes Educativos*, 95–107. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97916218008>
- Ramos, D. G. (2020, 12 de marzo). ¿Es Internet un territorio? Una aproximación a partir de la investigación del hacktivismo en México. *Economía, Sociedad y Territorio*, 20(62), 273–301.
- Ríos, M. A. (2020). Territorialidades en la ciudad-región Eje Cafetero, Colombia. *Territorios*, 42, 1–24. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.8675>
- Ritzer, G. (1999). *Enchanting a disenchanted world: Revolutionizing the means of consumption*. SAGE.
- Romero, J. M. (2004). Ciberespacio y comunicación: Nuevas formas de vertebración social en el siglo XXI. *Espéculo: Revista de Estudios Literarios*, 1–33.
- Rothery, M., y Cameron, G. (1985). *Understanding family support in child welfare: A summary report*. Ministry of Community and Social Services.
- Salinas, R. S. (2020). Las políticas culturales y su rol en la definición de elementos identitarios en organizaciones comunitarias: El caso de Chacras para Todos en la provincia de Mendoza (Argentina). *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 159–178.
- Samour, H. (2013). Globalización, cultura e identidad. *Temas y Propuestas*, 7(1). <https://doi.org/10.5377/typ.v1i7.15086>
- Sampieri Hernández, R.; Collado, C. y Lucio, P. (2014). *Definición conceptual o constitutiva*. McGraw-Hill.
- Santamaría, J. (2024, 11 de mayo). El diseño como motor de productividad. *Revista 180*, 1–4.
- Sanz, J. (2014). El diseño y la creación en las dinámicas culturales. *Revista KEPES*, 11(10), 335–348.
- Sashi, A. (2012). Compromiso del cliente, relaciones comprador-vendedor y redes sociales. *Management Decision*, 50(2), 253–272.
- Sassen, S. (2007). *Una sociología de la globalización*. Katz.
- Secretaría de Cultura. (2013). *Culturas y política cultural en el DMQ. Plan Distrital de Cultura al 2022*. Municipio de Quito.

- Secretaría de Cultura. (2020, 13 de abril). *Lineamientos de la política cultural del Distrito Metropolitano de Quito 2020–2025*. Municipio de Quito.
- Serrano, E. (2012). Territorio urbano y ciberterritorio. Conferencia en las *Jornadas sobre Capital y Territorio III*. Universidad Internacional de Andalucía.
- Simmel, G. (1903). The metropolis and modern life. En *The Sociology of Georg Simmel*. New York.
- Skydropx. (2023). ¿Cómo funciona una tienda física? *Blog Skydropx*. <https://blog.skydropx.com/tienda-fisica/>
- Stephens, D. (2017). *Reengineering retail: The future of selling in a post-digital world*. Figure 1 Publishing.
- Thomasz, A. G. (2006). El patrimonio y la memoria barrial: Relaciones de hegemonía y subalternidad en el barrio porteño de San Telmo. *Runa*, (26), 49–72.
- Torre, R. de la, y Safa, P. (2000). El mundo en que vivimos: Modernidad y ciudadanía a fin de siglo. *Desacatos*, (3).
- Torres, B., y Cañón, L. (2015, 30 de octubre). El barrio: Ámbito social de encuentros y desencuentros. *Revista Amazonia Investiga*, 4(7), 66–77.
- Trigueros, L. (1991). *Manual de práctica de trabajo social comunitario en el movimiento de ciudadanos*. Siglo XXI.
- Tuñas, A. C. (2017). *Distribución física y online: Análisis de la categoría de producto como factor determinante en la elección del canal* [Trabajo de fin de grado]. Universidad de La Coruña.
- Valbuena, D. R. (2010). Territorio y territorialidad: Nueva categoría de análisis y desarrollo didáctico de la geografía. *Facultad de Educación, Universidad de Antioquia*.
- Valle, D., y Cimino, R. (2021, 26 de febrero). *La mediación cultural: apuntes para un enfoque latinoamericano*. Universidad Nacional de las Artes.
- Valle, D. Cimino, R. y Racioppe, B. (2024). Prácticas de enseñanza en la formación docente: un análisis desde las producciones de los estudiantes. *Revista ArteDoc*, (2), 22-31.
- Valverde, J. L. (2014). *Libro de marca*. Instituto Metropolitano de Diseño.
- Vergara, L. (2021). Convivencia y conflictos en barrios. *Revista Bitácora Urbano Territorial*, 31(1).
- Vergara, N. (2012). Significación social y territorio: Aproximaciones epistemológicas. *Revista Líder*, (21), 9–18. <https://doi.org/10.5212/TerraPlural.v5i2.0002>
- ViajandoX. (2024). La Vicentina. *ViajandoX Ecuador*. <https://ec.viajandox.com/quito/la-vicentina-A4024>

- Warnaby, N. y otros. (2013). The effect of urban environment on service quality perception and behavioural intentions. *International Journal of Retail y Distribution Management*. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-05-2013-0106>
- Wong, W. (1987). *Fundamentos del diseño*.
- Zhang, J., y otros. (2011). How physical stores enhance customer value: The importance of product inspection depth. *Journal of Marketing*.
- Zorrilla, P. (2002). *Nuevas tendencias en merchandising: Generar experiencias para conquistar emociones y fidelizar clientes*. Universidad del País Vasco. https://www.portaldocomerciante.gal/datos/biblioteca/nuevas_tendencias_merchandi