

RESUMEN DE TESIS

Maestría en Gestión de Diseño

Luna Mhya Carrera Caiza

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)

Año y mes de ingreso: marzo 2024

Licenciada en Negocios de Diseño y Comunicación recibida en la Universidad de Palermo (UP), Argentina. Tecnóloga en Diseño Industrial del Instituto Metropolitano de Diseño (La Metro), Quito - Ecuador. CEO de la marca Over y Over Coffee. Encargada del departamento de relaciones internacionales del Instituto Metropolitano de Diseño.

Introducción

Las transformaciones derivadas de la globalización y la digitalización han modificado las formas de interacción social y consumo en las ciudades contemporáneas. Frente a este escenario, las tiendas físicas han dejado de ser únicamente espacios comerciales para convertirse en lugares donde convergen experiencias culturales, relaciones sociales y procesos de construcción simbólica del territorio. Sin embargo, aún existe un conocimiento limitado sobre cómo estos espacios pueden influir en las dinámicas comunitarias y en la identidad de los barrios donde se insertan.

Esta situación resulta especialmente relevante en sectores como La Vicentina y La Floresta, barrios de Quito reconocidos por su actividad cultural, artística y educativa. En este contexto surge Over, una tienda física

de diseño ubicada entre ambos barrios, cuya propuesta integra una galería, una tienda especializada y una cafetería con el objetivo de promover experiencias vinculadas al diseño local.

La presente investigación propone analizar cómo la tienda física Over incide en las relaciones socio-barriales y la identidad territorial de La Vicentina y La Floresta durante el período 2021-2025. Este lapso coincide con un momento de fortalecimiento de las industrias culturales y creativas en Ecuador, impulsado por políticas orientadas a la promoción del arte, la cultura y el emprendimiento creativo.

El estudio parte de la premisa de que las relaciones socio-barriales constituyen un elemento fundamental para la construcción de comunidades cohesionadas. Como señalan García (2001) y López (2010), el barrio no sólo funciona como una unidad territorial, sino también como un espacio donde se construyen memorias compartidas, vínculos afectivos e identidades colectivas. En esta misma línea, Muxí (2017) sostiene que uno de los grandes desafíos contemporáneos consiste en recuperar los espacios de convivencia frente a los procesos de fragmentación social.

Dentro de estas dinámicas, las tiendas de barrio adquieren una importancia particular. Vaquero (2009) afirma que estos establecimientos deben entenderse no sólo desde su función comercial, sino también como espacios culturales capaces de generar encuentros, reconocimiento y sentido de pertenencia. Asimismo, Bourdieu (2007) señala que los actores sociales pueden acumular capital simbólico mediante el prestigio y la legitimidad que alcanzan dentro de una comunidad. A pesar del crecimiento del comercio digital, diversos estudios han

identificado una revalorización de los espacios físicos capaces de ofrecer experiencias sociales y culturales. Desde la perspectiva del retailtainment, Ritzer (1999) explica que muchas tiendas contemporáneas buscan integrar entretenimiento y consumo para fortalecer el vínculo con sus usuarios. Sin embargo, todavía existe una laguna respecto a cómo estos espacios participan en la construcción de relaciones comunitarias e identidades territoriales.

Esta problemática puede comprenderse a partir de la distinción propuesta por Augé (1993) entre lugar y no lugar. Para el autor, un espacio se convierte en lugar cuando produce identidad, memoria y relaciones sociales, mientras que los no lugares se caracterizan por el anonimato y la transitoriedad. Desde esta perspectiva, resulta pertinente preguntarse si espacios como Over logran trascender la lógica comercial para convertirse en escenarios de encuentro y construcción comunitaria.

Esta reflexión cobra mayor relevancia en un contexto donde, según Bauman (1998), la globalización ha debilitado muchos de los vínculos tradicionales asociados al territorio. Frente a ello, autores como Aguirre (2021) sostienen que las interacciones cotidianas continúan siendo fundamentales para la construcción de identidades territoriales y sentidos de pertenencia.

A partir de esta problemática surge la siguiente pregunta de investigación: ¿cómo las actividades de diseño desarrolladas por 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?

Para responder a esta interrogante, se propone analizar cómo la tienda física Over articula lo comercial y lo

comunitario mediante actividades como talleres, ferias y exposiciones. La hipótesis sostiene que estas acciones fortalecen las relaciones socio-barriales y la identidad territorial al generar espacios de encuentro donde el diseño actúa como mediador cultural y social. Finalmente, esta investigación busca aportar al estudio de las relaciones entre diseño, territorio y comunidad, explorando el papel de las tiendas físicas de diseño como espacios capaces de generar vínculos sociales, fortalecer identidades locales y contribuir a la construcción simbólica del territorio.

Conclusiones

Esta investigación tuvo como propósito comprender cómo la gestión del diseño incide en la configuración de relaciones socio-barriales y en la construcción de identidad territorial en los barrios La Vicentina y La Floresta, a través del estudio de la tienda de diseño Over durante el período 2021-2025. Para ello se analizó el papel que desempeñan las actividades de diseño, los espacios de encuentro y las iniciativas comerciales-comunitarias en la generación de vínculos sociales y en el fortalecimiento de la cultura de diseño local.

La pregunta que orientó este trabajo fue: ¿cómo incide la gestión del diseño desarrollada por la tienda Over en la configuración de relaciones socio-barriales y en la identidad territorial de La Vicentina y La Floresta durante el período 2021-2025? En relación con esta interrogante, la hipótesis sostuvo que la gestión del diseño, cuando se articula mediante actividades culturales, comerciales y participativas, puede fortalecer las relaciones entre habitantes, promover la apropiación simbólica del territorio y contribuir a la consolidación de una identidad territorial vinculada al diseño.

Los resultados obtenidos permitieron confirmar esta hipótesis. Se comprobó que Over funciona como un espacio de articulación entre ambos barrios, favoreciendo el encuentro entre habitantes, estudiantes, diseñadores y visitantes. Asimismo, se identificó que las actividades desarrolladas por la tienda generan oportunidades de interacción social y fortalecen la visibilidad del diseño local. En particular, la feria La Florentina se constituyó como la iniciativa con mayor capacidad de integración territorial, al conectar espacios creativos, comercios, cafeterías y actores comunitarios de La Vicentina y La Floresta dentro de una misma experiencia colectiva.

Para alcanzar este propósito se desarrollaron tres objetivos específicos. El primero consistió en describir las relaciones socio-barriales y las identidades territoriales presentes en ambos barrios. A partir de los aportes de Bourdieu (1997), Giménez (2005), Verga, Bado y Forzinetti (2015) y Santana Ramos et al. (2024), se evidenció que la identidad territorial se construye a través de memorias compartidas, prácticas cotidianas y formas de apropiación simbólica del espacio. El análisis permitió reconocer que La Floresta posee una trayectoria consolidada como barrio cultural y creativo, mientras que La Vicentina mantiene una fuerte identidad comunitaria vinculada a sus espacios de encuentro y a sus dinámicas vecinales.

El segundo objetivo específico consistió en identificar los mecanismos de articulación entre lo comercial y lo comunitario promovidos por Over. Para ello se recurrió a los planteamientos de Oldenburg (1999), Páramo (2010) y Margolin (2002), que permitieron comprender cómo determinados espacios comerciales pueden

transformarse en lugares de encuentro y convivencia. En este sentido, se observó que los talleres, exposiciones, ferias y actividades organizadas por la tienda trascienden la lógica de la compra y venta para generar experiencias compartidas, procesos de aprendizaje y vínculos entre diversos actores sociales. El tercer objetivo específico buscó evidenciar el aporte de Over y de la cultura de diseño en la conservación, transformación y proyección de los barrios estudiados. Los hallazgos demostraron que el diseño puede funcionar como un recurso cultural capaz de activar relaciones sociales, fortalecer el sentido de pertenencia y proyectar nuevas formas de habitar el territorio. De manera especial, las ferias, exposiciones y eventos colaborativos permitieron visibilizar a diseñadores emergentes ecuatorianos y consolidar espacios de intercambio entre la comunidad y el sector creativo.

A lo largo de la investigación también se observó que el contexto temporal resultó determinante para comprender los hallazgos obtenidos. El período analizado corresponde a una etapa posterior a la pandemia, caracterizada por la reactivación de los encuentros presenciales y la búsqueda de nuevas formas de reconstrucción del tejido social. En este escenario, las actividades impulsadas por Over adquirieron relevancia al ofrecer espacios donde la creatividad y el diseño funcionaron como mecanismos para volver a reunir a las personas y fortalecer vínculos que habían sido debilitados por el aislamiento.

Desde el punto de vista teórico, esta investigación estuvo guiada por una comprensión del diseño como práctica social y cultural. Los aportes de Margolin (2002), Manzini (2015) y Bourdieu (1997) permitieron analizar al

diseño no solamente como una herramienta de producción material, sino también como un agente capaz de generar capital cultural, activar memorias colectivas y fortalecer procesos de participación comunitaria. Esta perspectiva hizo posible comprender que el valor del diseño no reside exclusivamente en los objetos producidos, sino también en las relaciones que contribuye a construir.

Luego de todo el análisis realizado, se puede afirmar que las tiendas físicas de diseño poseen el potencial de convertirse en infraestructuras relacionales dentro de los barrios donde se insertan. En el caso de Over, su aporte no radica únicamente en la comercialización de productos de diseño ecuatoriano, sino en su capacidad para generar encuentros, promover el aprendizaje colectivo y contribuir a la construcción de identidad territorial mediante experiencias compartidas.

Finalmente, esta investigación aporta al campo del diseño al demostrar que las prácticas proyectuales pueden desempeñar un papel activo en la configuración de relaciones comunitarias y en la producción de sentidos colectivos. Asimismo, abre nuevas posibilidades de estudio sobre la relación entre diseño, territorio y comunidad, particularmente en contextos urbanos donde las industrias creativas se convierten en agentes de transformación social. En este sentido, la presente tesis contribuye a ampliar la comprensión del diseño como una práctica comprometida con la construcción de vínculos humanos, la regeneración barrial y el fortalecimiento de identidades territoriales.

Recorte temático

En cuanto al recorte temporal, lo primero que se tuvo en cuenta fue el contexto de salida de la pandemia por COVID-19, período en el que la recuperación de los encuentros presenciales y la reconstrucción de los vínculos comunitarios adquirieron una relevancia particular. Tras varios años marcados por el distanciamiento social, surgió la necesidad de generar espacios de interacción y convivencia que permitieran fortalecer nuevamente las relaciones entre los habitantes de los barrios. En este sentido, el período posterior a la pandemia resultó pertinente para analizar cómo el diseño podía actuar como un medio de encuentro, participación y articulación comunitaria.

A esto se sumó un contexto político e institucional favorable para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. Durante el gobierno de Guillermo Lasso (2021-2023) y posteriormente con la administración de Daniel Noboa (2023-2025), se mantuvo vigente el Plan Sectorial de Cultura y Patrimonio (2021-2025), instrumento que reconoció al arte, la cultura y el diseño como sectores estratégicos para el desarrollo del país. De esta manera, se generaron condiciones normativas y simbólicas que facilitaron la consolidación de iniciativas independientes vinculadas a la economía creativa.

Por otra parte, el período seleccionado respondió al proceso de desarrollo de Over. La propuesta comenzó a gestarse en 2021 mediante talleres comunitarios y espacios de reflexión en torno al diseño, mientras que en los años posteriores fue consolidando su identidad y ampliando sus actividades. Finalmente, en 2024 se concretó la apertura de Over como espacio físico ubicado entre los barrios La Floresta y La Vicentina. De ahí que el lapso

comprendido entre 2021 y 2025 se consideró lo suficientemente amplio para analizar tanto el proceso de construcción de la propuesta como su incidencia en las relaciones socio-barriales, la identidad territorial y la articulación entre lo comercial y lo comunitario.

Pregunta Problema

¿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)?

Hipótesis

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, exposiciones 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.

Recorrido metodológico

Respecto a la metodología empleada, la presente investigación responde a un enfoque cualitativo, dado que busca comprender en profundidad cómo la gestión del diseño incide en la configuración de relaciones socio-barriales y en la construcción de identidad territorial en los barrios La Vicentina y La Floresta. En relación con los objetivos planteados, el estudio presenta un alcance explicativo, ya que

procura identificar los mecanismos mediante los cuales las actividades desarrolladas por la tienda Over generan vínculos comunitarios, fortalecen procesos de apropiación simbólica y articulan dinámicas comerciales y sociales dentro del territorio (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

De ahí que el objetivo general consiste en comprender cómo la gestión del diseño desarrollada por la tienda Over incide en la configuración de relaciones socio-barriales y en la identidad territorial de los barrios La Vicentina y La Floresta durante el período 2021-2025.

Para abordar adecuadamente este propósito se formularon tres objetivos específicos. El primero consistió en describir las relaciones socio-barriales y las identidades territoriales presentes en ambos barrios, con el fin de reconocer las dinámicas de interacción, los procesos de apropiación del espacio y los elementos simbólicos que configuran el sentido de pertenencia de sus habitantes.

El segundo objetivo específico fue identificar los mecanismos de articulación entre lo comercial y lo comunitario promovidos por la tienda Over, analizando las actividades, estrategias y prácticas desarrolladas por este espacio para vincular el diseño con la comunidad y fortalecer la interacción entre diversos actores barriales.

Por último, se planteó evidenciar el aporte de Over y de la cultura de diseño en la conservación, transformación y proyección de los barrios estudiados, examinando el papel de talleres, exposiciones y ferias como herramientas de encuentro, participación y fortalecimiento de la identidad territorial.

Vale decir también que el desarrollo de los objetivos coincide con la estructura general del análisis. La primera parte aborda las relaciones socio-barriales y las identidades territoriales de La Vicentina y La Floresta; la segunda examina los mecanismos de articulación comercial-comunitaria promovidos por la tienda; y la tercera analiza la incidencia de Over en la construcción de vínculos sociales y en la proyección cultural de ambos barrios.

Por otra parte, la investigación presenta un diseño metodológico que combina trabajo documental y trabajo de campo. Para la recolección de información se utilizaron fuentes secundarias como libros, artículos académicos, documentos institucionales, estudios sobre gentrificación, normativas y material relacionado con el diseño, el territorio y las dinámicas barriales. Todo este material fue examinado mediante análisis documental y análisis de contenido.

En cuanto a los datos producidos por la propia investigación, se realizaron entrevistas semiestructuradas a dirigentes barriales de La Vicentina y La Floresta, diseñadores locales, docentes y actores vinculados al Instituto Metropolitano de Diseño, así como a habitantes de ambos sectores. En total se efectuaron diez entrevistas, las cuales fueron analizadas mediante técnicas de análisis del discurso, permitiendo identificar percepciones, experiencias y significados asociados al diseño y al territorio.

De forma complementaria, se aplicaron encuestas a ochenta participantes entre habitantes, estudiantes y profesionales vinculados a los barrios estudiados. Este instrumento permitió ampliar el alcance de la investigación y reconocer prácticas culturales, formas de participación comunitaria y

percepciones sobre la incidencia de Over en la vida barrial.

Asimismo, se desarrollaron observaciones directas en talleres, ferias, exposiciones y actividades organizadas por la tienda Over. Para ello se elaboraron fichas de observación que permitieron registrar las dinámicas de interacción, los procesos de participación y las relaciones generadas entre los asistentes durante las distintas actividades.

Desarrollo de la investigación:

En el primer capítulo se tomó como punto de partida el análisis de las relaciones socio barriales y la identidad territorial, entendiendo al barrio no sólo como un espacio físico, sino como un hábitat socialmente construido donde convergen prácticas cotidianas, memorias colectivas y vínculos culturales. A partir de esta base, se examinaron las formas de vecindad y barrialidad propuestas por Molina (2020), así como el papel de los lazos fuertes y débiles en la construcción de cohesión comunitaria y pertenencia territorial, retomando los aportes de Gómez y Verd (2013).

Posteriormente, se abordó el territorio como una construcción cultural y simbólica atravesada por procesos de apropiación, memoria e imaginarios colectivos. Este recorrido permitió comprender cómo la identidad barrial se sostiene tanto en referentes materiales como en relatos, emociones y experiencias compartidas. En este sentido, se recuperaron los planteamientos de Flores (2007) sobre el territorio como construcción social y los aportes de Baeza (2011) respecto a la memoria colectiva como un proceso dinámico de resignificación que fortalece los sentidos de pertenencia.

Más adelante se analizaron los casos de La Floresta y La Vicentina, reconstruyendo sus trayectorias históricas, sus redes de apoyo y sus formas particulares de capital simbólico. Desde la perspectiva de Bourdieu (2007), se examinó cómo ambos barrios han consolidado identidades diferenciadas: mientras La Floresta se posiciona como un referente cultural y creativo, La Vicentina se caracteriza por la solidaridad vecinal, la organización comunitaria y la fortaleza de sus redes sociales.

El segundo capítulo se centró en comprender cómo las tiendas físicas de diseño trascienden su función comercial para convertirse en espacios de mediación cultural, social y simbólica dentro de los barrios urbanos. A partir de los aportes de Valle y Cimino (2021), se evidenció que estos espacios no son neutrales, sino que participan activamente en la construcción de significados, memorias colectivas y formas de ciudadanía cultural.

Asimismo, se analizó cómo la experiencia física de la tienda, sustentada en la interacción multisensorial y en el contacto directo con los productos, permite generar vínculos que exceden el acto de compra. En este sentido, autores como Oldenburg (1999) y Páramo (2011) permitieron comprender a las tiendas como terceros lugares y sociolugares, es decir, espacios donde las personas se encuentran, interactúan y fortalecen relaciones comunitarias dentro del territorio.

Posteriormente, se demostró que el diseño puede entenderse como una práctica cultural y relacional capaz de articular objetos, narrativas y comunidades. Desde la perspectiva de Manzini (2015), las ferias, talleres y exposiciones fueron analizados como

escenarios de mediación social que favorecen la participación ciudadana, el aprendizaje colectivo y la apropiación simbólica del territorio. De esta manera, las tiendas físicas dejan de ser únicamente espacios de venta para convertirse en plataformas de encuentro y construcción comunitaria.

A partir de los planteamientos de Bourdieu (1997), se examinó el papel de las tiendas de diseño en la acumulación de capital cultural y simbólico, destacando cómo contribuyen a legitimar prácticas, discursos y expresiones del diseño local. Los casos revisados mostraron que estos espacios pueden fortalecer redes barriales, promover procesos de aprendizaje compartido y participar activamente en la reconfiguración de las identidades socio-barriales, articulando economía creativa, cultura y comunidad en un mismo territorio.

En el tercer capítulo se analiza el caso de la tienda de diseño Over en los barrios de La Floresta y La Vicentina. En primer lugar, se realiza una descripción de la tienda, su origen, desarrollo y relación con el Instituto Metropolitano de Diseño, así como del contexto cultural y territorial en el que se inserta.

Posteriormente, se articula la información obtenida mediante entrevistas, encuestas, observación directa y análisis documental. Finalmente, se examinan las principales actividades impulsadas por Over, entre ellas talleres, exposiciones y ferias de diseño, a partir de tres variables de estudio: las relaciones socio-barriales, la identidad territorial y la articulación comercial-comunitaria.

Todo ello permitirá comprender cómo el diseño trasciende la función comercial de la tienda para convertirse en una herramienta de encuentro,

aprendizaje y fortalecimiento de los vínculos comunitarios en ambos barrios. En el cuarto y último capítulo, teniendo en cuenta todo lo desarrollado hasta el momento y los resultados obtenidos en el trabajo de campo, se realizó un análisis del material recabado. El objetivo fue comprender de qué manera la tienda de diseño Over contribuyó a la configuración de relaciones socio-barriales, al fortalecimiento de la identidad territorial y a la articulación entre diseño, comercio y comunidad en los barrios La Floresta y La Vicentina. En este sentido, se examinó cómo la localización de Over entre ambos barrios influyó en su capacidad de generar vínculos con actores locales y de integrarse a dinámicas territoriales diferentes. A la vez, como a lo largo de la investigación se identificó que los talleres, ferias y exposiciones constituyeron los principales dispositivos de interacción impulsados por la tienda, también se analizó este aspecto. Es decir, se observó de qué manera estas actividades favorecieron la participación, el aprendizaje, el reconocimiento del diseño local y la construcción de vínculos entre vecinos, estudiantes, diseñadores y gestores culturales. Asimismo, se retomaron algunos fragmentos de las entrevistas realizadas a representantes barriales, diseñadores, comerciantes y actores culturales para profundizar en sus percepciones sobre el papel que desempeñó Over dentro del territorio y sobre la relación entre diseño y comunidad. De igual manera, se abordó el contexto pospandemia con el fin de comprender cómo estas iniciativas contribuyeron a la reactivación de las dinámicas sociales y al fortalecimiento de espacios de encuentro presenciales.

Como cierre final, se realizó un repaso de las nociones más importantes desarrolladas en esta tesis, articulando los conceptos de diseño, identidad territorial, relaciones socio-barriales y cultura comunitaria, con el propósito de contrastar la hipótesis planteada y presentar las conclusiones de la investigación.

Marco Teórico

En cuanto a la teoría general, la presente investigación se inscribe en una perspectiva interdisciplinaria que entiende al diseño como una práctica social, cultural y territorial, capaz de incidir en la construcción de vínculos, identidades y dinámicas comunitarias. Desde este enfoque, el territorio no se concibe únicamente como un espacio físico, sino como una construcción simbólica producida a través de las experiencias, relaciones y significados que los actores desarrollan en su vida cotidiana.

Siguiendo el orden de abstracción, se delineó un corpus conceptual proveniente de los estudios territoriales, la sociología, los estudios urbanos y el diseño. En el primer eje, referido a las relaciones socio-barriales, fueron centrales los aportes de Molina (2020), quien aborda las dinámicas de interacción comunitaria en el territorio. Asimismo, se retomaron los conceptos de cohesión social desarrollados por Mendoza (2013), redes de apoyo planteados por Méndez y Cruz (2008), memoria colectiva de Castillo (2002), barrio como construcción social de Ascher (1998) y la teoría de los lazos fuertes y débiles para comprender la configuración de los vínculos comunitarios.

En el segundo eje, correspondiente a la identidad territorial, esta investigación tomó como referencia principal los

planteamientos de Flores (2007), quien entiende la identidad como una construcción vinculada a la apropiación simbólica del territorio. En esta línea, también fueron relevantes los conceptos de habitus, capital cultural y capital simbólico desarrollados por Bourdieu (1997; 1999), la noción de mediación simbólica propuesta por Julier (2014) y la reflexión de Augé (1996) sobre los no lugares, permitiendo analizar los procesos de pertenencia, reconocimiento y valoración cultural presentes en los barrios estudiados. Finalmente, en el eje de articulación comercial-comunitaria, se toman los aportes de (Valle & Cimino, 2021) para comprender la relación entre las prácticas económicas y la construcción de comunidad. Asimismo, fueron fundamentales el concepto de diseño difuso desarrollado por Manzini (2015), la noción de terceros lugares propuesta por Oldenburg (1999), los aportes de Hall (1966) sobre proxémica y alfabetización del diseño, y el concepto de diseño de experiencia planteado por Ortega (2023). Estos enfoques permitieron comprender cómo las tiendas físicas de diseño pueden constituirse en espacios de encuentro, aprendizaje e interacción social que trascienden la función comercial.

Aportes de la investigación

Se infiere que el presente trabajo genera una importante contribución al campo del diseño. Por un lado, porque aborda una temática poco explorada dentro de los estudios de diseño ecuatorianos al analizar cómo la gestión del diseño puede incidir en la configuración de relaciones socio-barriales, la construcción de identidad territorial y la articulación entre comercio y comunidad. Al contrario de los

enfoques que conciben al diseño únicamente como una práctica orientada a la producción de objetos, servicios o estrategias comerciales, esta investigación demuestra que también puede desempeñar un papel activo en la generación de vínculos sociales y en la consolidación de espacios de encuentro dentro del territorio.

Asimismo, el análisis del caso Over permitió evidenciar que las prácticas proyectuales vinculadas a talleres, ferias, exposiciones y experiencias presenciales pueden trascender su dimensión comercial para convertirse en mecanismos de mediación social. Con ello, se observó que el diseño es capaz de fortalecer el sentido de pertenencia, activar memorias colectivas y promover procesos de cohesión comunitaria. Lo que aporta una comprensión más amplia del diseño como práctica cultural y territorial, cuyo impacto no se limita al objeto diseñado, sino que también se manifiesta en las formas de interacción y convivencia que se generan entre las personas.

Por otra parte, esta investigación propone una lectura original de la gestión del diseño a partir de la articulación de conceptos provenientes de los estudios territoriales, la sociología y el diseño. De esta manera, se plantea que los espacios de diseño pueden funcionar como infraestructuras relacionales capaces de conectar actores, conocimientos e iniciativas locales. Con ello, se aporta un marco conceptual que permite comprender al diseño como una herramienta de transformación territorial y desarrollo comunitario.

Finalmente, el estudio demuestra que la vinculación entre diseño, cultura y comunidad constituye una estrategia capaz de fortalecer procesos de regeneración barrial y dinamización

local. Esto permite ampliar las perspectivas tradicionales del diseño y consolidar una visión más crítica y socialmente comprometida de la disciplina, orientada no solo a la creación de productos, sino también a la construcción de identidades colectivas, redes de colaboración y futuros compartidos dentro de los territorios.

1-Presentaciones previas de la Tesis en proceso

2026 – Ciclo de Conferencias junto a Polygonus (Colombia). Participación en la conferencia Diseño y transformación digital: el uso de la inteligencia artificial como herramienta para la innovación y el desarrollo de proyectos creativos.

2025 – Conferencia académica en el Instituto Metropolitano de Diseño. Presentación sobre nuevas oportunidades académicas y de formación en instituciones de América Latina y Europa para estudiantes de diseño.

2025 – Foro con participantes de la Feria Florentina y de la Ruta de Emprendimientos del Colectivo de La Floresta. Exposición y discusión de resultados preliminares relacionados con el impacto del diseño en la comunidad y el fortalecimiento de redes territoriales.

2024 – Participación en el Foro de Diseño de la Quito Design Week. Ponencia sobre la visualización del diseño industrial desde la perspectiva ecuatoriana y su proyección en el ámbito regional.

2024 – Publicación del proyecto de titulación “Tienda de Diseño: Propuesta de Plan de Negocios para la tienda Over de Diseño en Quito, Ecuador”, desarrollado como antecedente de la presente investigación.

2024 – Defensa del proyecto de titulación de la Licenciatura en Negocios de Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Argentina. Presentación de la propuesta

“Tienda de Diseño: Plan de Negocios para Over”, base conceptual y metodológica de la investigación actual.

3- CV Director Pedro Avendaño

Pedro Avendaño Garcés
Profesor de Castellano y Filosofía
Universidad Austral del Chile
Profesor de Lengua y Literatura Española
Universidad Complutense de Madrid
Doctor en Filosofía y Letras
Universidad Complutense de Madrid
Doctor en Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales
Universidad de La Sorbona, París, Francia

Lista de Referencias Bibliográficas

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.

Aguirre, C. (2021). Territorio y territorialización: Una mirada al vínculo emocional con el lugar habitado a través de las cartografías sociales. Universidad de San Buenaventura.

Aráuz, A. M. (2019). ¿Y si llamamos hibridación a la gentrificación? Caso La Floresta, Quito [Tesis de maestría]. FLACSO Ecuador.

Augé, M. (1993). Los no lugares: Espacios del anonimato. Gedisa.

Baeza, M. A. (2011). Memoria e imaginarios sociales. Universidad de Concepción.

Bauman, Z. (2000). Modernidad líquida. Fondo de Cultura Económica.

Bourdieu, P. (1997). Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción. Anagrama.

Bourdieu, P. (2007). El sentido práctico. Siglo XXI Editores.

Bourdieu, P. (2010). La miseria del mundo. Fondo de Cultura Económica.

- Buchanan, R. (1992). Wicked problems in design thinking. *Design Issues*, 8(2), 5–21.
- Castells, M. (1997). *La sociedad red*. Alianza Editorial.
- Castillo, G. (2021). El territorio como apropiación sociopolítica del espacio: Entre la desterritorialización y la multiterritorialidad. *Investigaciones Geográficas*, (103).
- Cuartas, S., y López, A. (2021). Diseño urbano participativo del espacio público: Una herramienta de apropiación social. *Bitácora Urbano Territorial*, 31, 13–26.
- Flores, M. (2007). La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible. *Revista Opera*, (7), 35–54.
- 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?
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo.
- Giménez, G. (2009). *Cultura, identidad y memoria: Materiales para una sociología de los procesos culturales en las franjas fronterizas*. UNAM.
- Gómez, I., y Verd, J. (2013). *La fuerza de los lazos: Una exploración teórica y empírica de sus múltiples significados*. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Hall, E. T. (1966). *La dimensión oculta*. Siglo XXI Editores.
- Julier, G. (2008). *The Culture of Design*. Sage Publications.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Prentice Hall.
- Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social: Una introducción a la teoría del actor-red*. Manantial.
- Manzini, E. (2015). *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*. MIT Press.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- 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.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2023). *Plan Sectorial de Cultura y Patrimonio 2021–2025*. Gobierno del Ecuador.
- Molina, E. (2020). Relaciones socio-barriales y construcción comunitaria del territorio.
- Oldenburg, R. (1999). *The Great Good Place*. Marlowe & Company.
- Orozco, A. H. (2018). El sentido de pertenencia y la identidad como determinante de la conducta. *IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*, 9(16), 83–97.
- Páramo, P. (2011). *Sociolugares públicos*. Universidad Pedagógica Nacional.
- Porrúa, M. (2014). *Diseño con identidad local: Territorio y cultura como eje para el desarrollo y la sustentabilidad*. *Tejiendo Identidades Latinoamericanas*, (47).
- Ritzer, G. (1999). *Enchanting a Disenchanted World: Revolutionizing the Means of Consumption*. Sage.
- Salinas, R. S. (2020). *Las políticas culturales y su rol en la definición de elementos identitarios en organizaciones comunitarias*. *Cuadernos del Centro de*

Estudios en Diseño y Comunicación, 159–178.

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.

Torres Dávila, V. H. (2020). La contestación social. *Investigación Decolonial*.

Zorrilla, P. (2002). Nuevas tendencias en merchandising: Generar experiencias para conquistar emociones y fidelizar clientes. Universidad del País Vasco.