



Vol. 10, Núm. 1 (2026): Enero.

ISSN 2528-7966 • e-ISSN 2588-0934 • DOI: 10.37785/nw • ORCID: 0000-0003-2898-8607

10

Años



Guayaquil . Ecuador
Vol. 10, Núm. 1 (2026): Enero

DOI: 10.37785/nw.v10n1



Ñawi. Arte, Diseño y Comunicación se encuentra indexada y en los directorios de:



Ñawi. Arte, Diseño y Comunicación es una publicación científica de frecuencia semestral de la Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual (FADCOM) y de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL). Guayaquil, Ecuador. Campus Gustavo Galindo - Km. 30.5 vía Perimetral.

Todos los artículos que aparecen en este número fueron revisados y aprobados por pares ciegos externos.

Los envíos de los artículos podrán ser remitidos a través de la Plataforma Open Journal System:

<http://www.revistas.espol.edu.ec/index.php/nawi>

La opiniones expresadas son responsabilidad de sus autores y no reflejan la opinión de Ñawi ni de su Consejo Editorial.

Autoridades

Rectora

Cecilia Paredes Verduga, Ph.D.
Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ecuador

Vicerrector Investigación, Desarrollo e Innovación

Carlos Monsalve, Ph.D.
Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ecuador

Vicerrectora Académica

Paola Romero, Ph.D.
Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ecuador

Decana FADCOM

Nayeth I. Solórzano Alcívar, Ph.D.
Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ecuador
e-mail: nsolorza@espol.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5642-334X>

Sub-Decano FADCOM

Carlos Eduardo González Lema, M.Sc.
Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ecuador
e-mail: egonzalm@espol.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7015-6260>

Consejo de Editores (Editorial Board)

Editor en Jefe (Editor in Chief) y

Director General de la revista

Jorge Polo Blanco, Ph.D.
Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ecuador
e-mail: polo@espol.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9415-5406>

Directora Ejecutiva

Nayeth I. Solórzano Alcívar, Ph.D.
Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ecuador
e-mail: nsolorza@espol.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5642-334X>

Editores Asociados (Associate Editors)

Miguel Alfonso Bouhaben, Ph.D.
Universidad Complutense de Madrid. España

e-mail: migalfon@ucm.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4439-4596>

Lidia Navas Guzmán, Ph.D.
Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ecuador
e-mail: lidnavas@espol.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0679-3836>

Jorge Lombeida Chávez, M.Sc.
Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ecuador
e-mail: jlombeid@espol.edu.ec

Editores Invitados:

Paola Ulloa López, Ph.D.
Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ecuador
e-mail: lulloa@espol.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1678-6365>

Co-editores Internacionales (International Co-Editors)

Miguel Alfonso Bouhaben, Ph.D.
Universidad Complutense de Madrid. España
e-mail: migalfon@ucm.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4439-4596>

Coeditoras Internacionales en inglés (International coeditor in English)

Katherine A. Salvador Cisneros, Ph.D.
Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ecuador
e-mail: ksalvado@espol.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0414-3597>

Lcda. Joyce Nan Solórzano
Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ecuador
e-mail: joynana@espol.edu.ec

Consejo Científico (Advisory Board)

David Oubiña, Ph.D.
Universidad de Buenos Aires. Argentina
e-mail: doubinia@retina.ar
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-3377-0103>

Guilherme Maia, Ph.D.
Universidade Federal de Bahia. Brasil
e-mail: maia.audiovisual@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3250-6551>

Javier Mateos-Pérez, Ph.D.
Universidad Complutense de Madrid. España.
e-mail: jmateosperez@ucm.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2056-8704>

Josep Maria Català Domènech, Ph.D.
Universitat Autònoma de Barcelona. España
e-mail: josepmaria.catala@uab.cat
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4768-916X>

José Larrañaga Altuna, Ph.D.
Universidad Complutense de Madrid. España
e-mail: josularranagaaltuna@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6721-0270>

Juan Carlos Arias, Ph.D..
Pontificia Universidad Javeriana. Colombia
e-mail: ariasjuanc@hotmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6197-906X>

Lauro Zavala, Ph.D.
Universidad Autónoma Metropolitana. México
e-mail: zavala38@hotmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3009-2642>

Raquel Schefer, Ph.D.
Universidade de Lisboa y UCLA. Portugal y Estados Unidos
e-mail: raquelschefer@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6353-0688>

Marcelo Báez Meza, Ph.D.
Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ecuador
e-mail: mbaez@espol.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8563-6985>

Ricardo López-León, Ph.D.
Universidad Autónoma de Aguascalientes. México
e-mail: ricardo.lopezl@edu.uaa.mx
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9653-5525>

Ana Gabriela Rivadeneira, Ph.D.
Universidad de las Artes. Ecuador
e-mail: ana.rivadeneira@uartes.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0467-8922>

Consejo Internacional de Revisores (International Reviewers Board)

Carolina Soria, Ph.D.
Conicet y Universidad de Buenos Aires. Argentina
e-mail: soriacarolina@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5759-3132>

Erika Tiburcio Moreno, Ph.D.
Universidad Complutense de Madrid. España
e-mail: erikatiburcio@ucm.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5072-3309>

María Dolores Pérez Murillo, Ph.D.
Universidad de Cádiz. España
e-mail: dolores.perez@uca.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6205-0375>

Jorge Sala, Ph.D.
Conicet y Universidad de Buenos Aires. Argentina
e-mail: jorgesala82@hotmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3245-9137>

Raquel Seijas-Costa, Ph.D.
Universidad de Málaga. España
e-mail: seijas@uma.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2350-6015>

Sergio Jesús Villén Higuera, Ph.D.
Universidad de Sevilla. España
e-mail: svillen@us.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6813-3614>

Lidia Navas Guzmán, Ph.D.
Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ecuador
e-mail: lidnavas@espol.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0679-3836>

Paul Peralta Fajardo, M.Sc.
Universidad de Cuenca. Ecuador
e-mail: paul.peraltaf@ucuenca.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6970-6330>

Javier Díaz-Bajo Rodríguez, Ph.D.
Universidad de Alcalá. España
e-mail: javier.diazb@uah.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9540-1285>

Ketty Daniela Calva Cabrera, Ph.D.
Universidad Nacional de Loja. Ecuador
e-mail: ketty.calva@unl.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6705-5642>

Paola Ulloa López, Ph.D.
Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ecuador
e-mail: lulloa@espol.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1678-6365>

Renata Patricia Aguilera Vásconez, M.Sc.
Universidad Nacional de Chimborazo. Ecuador
e-mail: renata.aguilera@unach.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4596-2249>

Gloria Jiménez Marín, Ph.D.
Universidad de Sevilla. España
e-mail: gloria_jimenez@us.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0252-3975>

Belén Amador Rodríguez, Ph.D.
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas. Ecuador
e-mail: amarod1981@hotmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4692-202X>

Pablo Javier Tatés Anangón, Ph.D.
Universidad Intercultural de las Nacionalidades y Pueblos
Amawtay Wasi. Ecuador
e-mail: pablotatesanangono@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6766-8377>

María Isabel Moreno Montoro, Ph.D.
Universidad de Jaén. España
e-mail: mimoreno@ujaen.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9743-3595>

Jesús Caballero Caballero, Ph.D.
Universidad de Jaén. España
e-mail: jcaballe@ujaen.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1981-9529>

Miguel Alfonso Bouhaben, Ph.D.
Universidad Complutense de Madrid. España
e-mail: migalfon@ucm.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4439-4596>

Diego Paul San Martin, M.Sc.
Universidad de Cuenca. Ecuador
e-mail: paul.sanmartin@ucuenca.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6002-9177>

Gestión de comunicación, publicación y técnica

Difusión y comunicación

Gerencia de Comunicación Social y Asuntos Públicos, ESPOL
José Arturo Maldonado, Ing.
Escuela Superior Politécnica del Litoral

Gestión de apoyo difusión

José Luis Castro, M.Sc
Karina Martínez
Raúl Ruiz
Patricia Robelly
Cristopher Mite
Escuela Superior Politécnica del Litoral

Dirección de arte

Antonio Moncayo M, M.Sc
Escuela Superior Politécnica del Litoral, ESPOL

Asistente informática

Kleber Avelino, Ing.
Escuela Superior Politécnica del Litoral, ESPOL

Colaboradores en el volumen

Portada:

Antonio Moncayo, M.Sc

Imágenes:

Melery Angulo
Ashley Aviles
Alejandro Bejarano
Dayanna Burgos
Emely Cárdenas
Jonathan Delgado
Kevin García
Kenya Macías
Gabriela Manrique
Gabriela Mosquera
Valeska Noriega
David Pacheco
Tahyli Pilco

Dustin Pisco
Mónica Quimis
Sara Revelo
Luis Rosado
Nicole Ruiz
María Sinche
Leslie Tomalá
Janine Urrunaga
Joice Vera
Miguel Vergara
Juan Vergara
José Villacrés
Adriana Zúñiga

Índice

11 Editorial

Sección 1. Artículos de miscelánea .

17 Mariano Veliz. En busca del rostro perdido. Retratos contemporáneos en el cine de Brasil y Argentina.

41 Luis Eduardo Finol Benavides. David Fincher y el asesino en serie como celebridad.

59 Luis Eduardo Finol Benavides. David Fincher and the serial killer as a celebrity.

75 Yi Liu. Identidad intergeneracional y simbolización de la marginalidad migrante. El caso de *Chinas*.

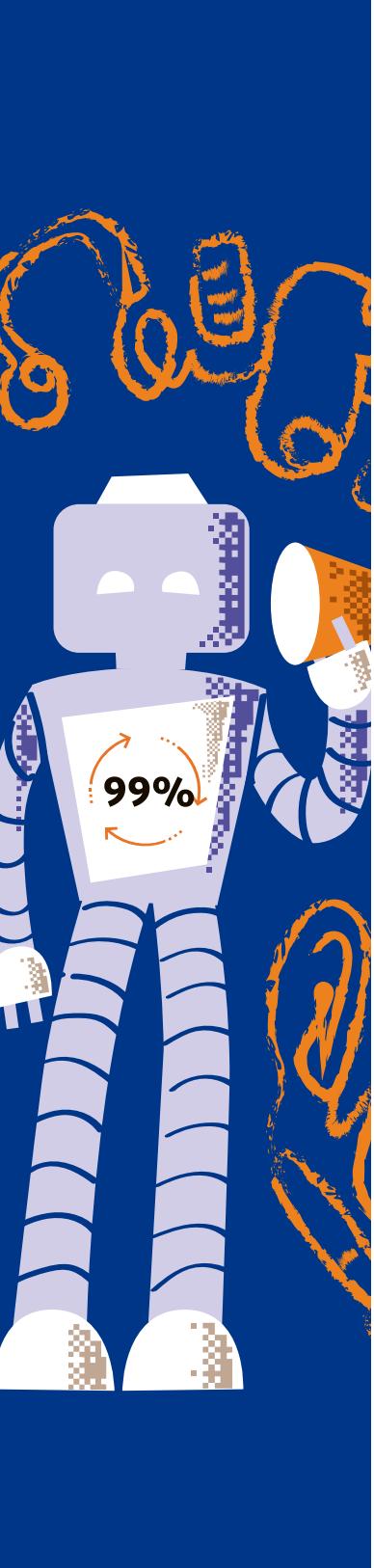
87 Fernando Checa García y Víctor Núñez Fernández. INa y la virtualidad cultural. Estudio estético, semiótico y ético de la primera influencer ecuatoriana creada con inteligencia artificial.

Sección 2. Monográfico

Inteligencia artificial, redes sociales y artivismo.

109 Paola Ulloa López. Introducción.

113 Guadalupe Gómez Abeledo, Hugo Bone Guano y Alexander Quiñonez Gómez. Artivismo. Posición política antirracista desde el cabello como epistemología.



131 Arturo Fabian Toala Quimis y Andrés Johan Caicedo Angulo.
Geometría del abandono. Una autoetnografía literaria desde el
sentipensamiento esmeraldeño.

147 Gabriel Estupiñan Estupiñan, Jodie Martínez Baquerizo y
Guadalupe Gómez Abeledo. ¿Qué diría tu pelo si hablara? Un
documental para resignificar marcos hegemónicos de belleza
racista.

161 Yamil Edinson Lambert Sarango. Redes que atrapan.
Inteligencia artificial, entretenimiento y la erosión del lazo
social.

183 Mercedes Carolina Quispillo Parra. Inteligencia Artificial como
generador de contenido multimedia. Impacto en la producción
de gráficos, audio y videos.

Sección 3. Seducir y emocionar. Reflexionando sobre el diseño y la gestión de marca.

199 Lidia Navas Guzmán. Introducción.

203 Vilma Lucia Naranjo Huera y Karen Esther Flores Zúñiga.
Carteles oficiales de la fiesta de La Fruta y de las Flores de
Ambato. Un análisis desde el diseño gráfico.



A close-up, artistic photograph of a camera lens, likely a vintage SLR lens, with its front element removed. The lens is made of brass or a similar metal, showing a warm, golden-brown tone. The internal elements of the lens are visible, creating a series of concentric circles and a soft, blurred background. In the background, several film strips are visible, some with sprocket holes, adding to the cinematic theme. The word "Cultura" is superimposed over the center of the lens in a stylized, serif font. The overall composition is a high-quality, artistic shot that evokes a sense of nostalgia and craftsmanship.

Cultura

Imagen: Miguel Vergara

Editorial

Desde *Ñawi* siempre hemos considerado que las revistas académicas deben contener reflexiones cargadas de pensamiento crítico. Y es lo que se ha tratado de hacer en el presente volumen, que está dividido en tres secciones. En primer lugar, se ofrece una sección miscelánea que contiene cuatro artículos verdaderamente interesantes. El elemento predominante en esta primera sección es el cine, que siempre ha sido uno de los ejes primordiales de nuestra revista. Seguidamente, en una segunda sección, se ofrece un monográfico titulado “Inteligencia artificial, redes sociales y artivismo”, que se nutre de algunas de las ponencias más destacadas de la cuarta edición del “Congreso Internacional de Investigadores de Comunicación Audiovisual y Tecnologías de la Información”. Invitamos al lector a revisar el índice, pues en él comprobará que los títulos de los cinco artículos incluidos en este monográfico son muy sugerentes. Y, finalmente, podrá disfrutarse de un excelente trabajo incluido en la sección permanente “Seducir y emocionar”, que está dedicada al mundo del diseño y la gestión de marcas.

Jorge Polo Blanco, Ph.D.

Director Editorial

Editorial

At *Ñawí*, we have always believed that academic journals should contain reflections imbued with critical thinking. This is what we have sought to achieve in this volume, which is divided into three sections. First, there is a miscellaneous section containing four truly interesting articles. The predominant theme in this first section is cinema, which has long been a main focus of our journal. Next, in a second section, a special issue entitled “Artificial Intelligence, Social Networks, and Activism” is presented, drawing on some of the most outstanding presentations from the fourth edition of the “International Congress of Researchers in Audiovisual Communication and Information Technologies.” We invite the reader to review the table of contents; they will find the titles of the five articles in this special issue quite thought-provoking. Finally, readers can enjoy an excellent piece included in the permanent section “Seduce and Excite,” which is dedicated to the world of design and brand management.

Jorge Polo Blanco, Ph.D.

Editorial Director



Imagen: Juan Vergara



Artículos





Imagen: Emely Cárdenas

En busca del rostro perdido. Retratos contemporáneos en el cine de Brasil y Argentina.

In Search of the Lost Face: Contemporary Portraits in the Cinema of Argentina and Brazil.

Resumen:

El artículo se propone analizar una serie de documentales de Argentina y Brasil a partir de dos nociones claves: rostro y retrato. Si el rostro ocupó un lugar preponderante en la historia del género del retrato, el objetivo principal del artículo reside en explorar de qué manera este es abordado en la contemporaneidad. En *Diário de uma busca* (Flávia Castro, 2010), 33 (Kiko Gifman, 2002) y *El silencio es un cuerpo que cae* (Agustina Comedi, 2018), el rostro ya no se concibe como la superficie sobre la que se expresa la identidad del sujeto, sino como un espacio a buscar y desentrañar. Estos documentales, dirigidos por hijos e hijas que se proponen rastrear los rostros de sus padres o madres ausentes, funcionan como retratos que abordan el carácter histórico, político y generacional de los rostros.

Palabras clave: América Latina; cine documental; historia; retrato en ausencia.

Abstract:

The article aims to analyze a series of documentaries from Argentina and Brazil based on two key notions: face and portrait. If the face occupied a prominent place in the history of the genre of the portrait, the main objective of the article is to explore how it is approached in contemporary times. In *Diário de uma busca* (Flávia Castro, 2010), 33 (Kiko Gifman, 2002) and *El silencio es un cuerpo que cae* (Agustina Comedi, 2018), the face is no longer conceived as the surface on which the identity of the subject is expressed, but as a space to be searched and unraveled. These documentaries, directed by sons and daughters who aim to trace the faces of their absent fathers or mothers, function as portraits that address the historical, political and generational nature of faces.

Keywords: Latin America; documentary cinema; history; absent portrait.

Sumario. 1. Introducción. 2. Rostros y retratos. 3. *Diário de uma busca*. 4. 33. 5. *El silencio es un cuerpo que cae*. 6. Conclusiones.

Cómo citar: Veliz, M. (2026). En busca del rostro perdido. Retratos contemporáneos en el cine de Brasil y Argentina. *Nawi. Arte, Diseño, Comunicación*, Vol. 10, Núm. 1, 17-39.

<https://nawi.espol.edu.ec/>

www.doi.org/10.37785/nw.v10n1.a1

Mariano Veliz

Instituto de Artes del Espectáculo,
Facultad de Filosofía y Letras
Universidad de Buenos Aires
Argentina

marianoveliz@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-3938-3622>

Enviado: 7/2/2025

Aceptado: 3/10/2025

Publicado: 15/1/2026



Esta obra está bajo una licencia internacional
Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.

Introducción

La prioridad asignada al rostro es una constante en el género del retrato. La valoración del individuo, de sus logros, de su ubicación en el linaje familiar y en la organización social, parece encontrar en el semblante su espacio privilegiado. Desde el surgimiento de su variante humanista, en el Renacimiento, el retrato devino, principalmente, una indagación sobre el rostro. En este artículo quisiera revisar algunos modos en los que el documental contemporáneo latinoamericano disuelve, tensiona y desvía las maneras tradicionales en las que el cine, y el arte en general, concibieron la relevancia del rostro. Estas torsiones promueven no solo una transformación de las reflexiones en torno al rostro, sino también del retrato como género y de las propias subjetividades que se encarnan, o se construyen, en esas imágenes.

En esta dirección, me gustaría proponer un recorrido por una serie de documentales argentinos y brasileños que, en estas primeras décadas del siglo XXI, pusieron en escena retratos conjeturales realizados por hijos e hijas involucrados en ciertas búsquedas en relación con sus madres o padres. En *Diário de uma busca* (2010), Flávia Castro despliega el retrato de su padre, muerto en condiciones extrañas en Porto Alegre en 1984, en el fin de la dictadura brasileña. En *33* (2002), Kiko Goifman, un artista visual brasileño, rastrea a su madre biológica, quien lo dio en adopción treinta y tres años antes. En su documental, Goifman decide registrar los treinta y tres días que dedica a esa búsqueda. En *El silencio es un cuerpo que cae* (2018), Agustina Comedi esboza un retrato de su padre, muerto en 1999, a partir de la interrogación de su archivo y de los testimonios de sus amigos. En todos los casos, se trata de retratos no taxativos, sino interrogativos, no orientados a componer retratos sólidos y rígidos, sino aproximaciones abiertas a lo enigmático e irresoluble.

En los tres documentales se despliegan procesos de retratización que piensan la variabilidad y la mutabilidad del rostro. Este puede ser una superficie añorada, imaginada o desconocida. En gran medida, la composición de estos tres retratos audiovisuales desarticula ciertos rostros de los padres y madres, instaurados socialmente, para restituir un semblante alternativo. Este se articula a través de palabras e imágenes, testimonios y archivos. Estos intentos de restitución suponen el desafío de revisar el modo en el que el rostro y su retrato se asientan en un territorio siempre conflictivo: entre el individuo y la comunidad, entre la singularidad y la tipificación, entre lo visible y la percepción. En *Diário de uma busca*, *33* y *El silencio es un cuerpo que cae* se exploran diversas estrategias para gestar retratos de los padres o madres ausentes que son, al mismo tiempo, variaciones sobre la historia latinoamericana e indagaciones sobre el propio rostro de los y las retratistas.

Rostros y retratos

Una investigación de la potencia del rostro, en sus apariciones y retaceos, en sus presencias y alusiones, en sus búsquedas y reconocimientos, en sus linajes y pertenencias, puede partir de las maneras en las que en su superficie se condensan y superponen la definición de una singularidad, la participación en una identidad colectiva, la permanencia y la mutación de los rasgos familiares, la inscripción de la historia. La variedad de estos dilemas se concentra en una pregunta: ¿qué hay en un rostro? Este se ha convertido, sugiere Hans Belting, en la imagen condensada de lo *humanum*. Esto se debe a que, en su propia amplitud, en la vastedad de sus alcances, “los rostros están ligados a una

vida, a lo largo de la cual van cambiando, y están marcados por esa experiencia vital. Pero también se pueden heredar, practicar con otros (por ejemplo, entre madre e hijo) y, por último, rememorar, cuando queremos evocar a una persona” (Belting, 2021, 8). En el rostro, entonces, se superponen diferentes temporalidades (en un pasaje continuo entre pasado, presente y futuro), dimensiones del sujeto (individuales, colectivas, sociales, étnicas, clasistas) y experiencias (afectivas, culturales, políticas). A su vez, en su extensión, infinita y limitada al mismo tiempo, coexisten tres funciones: el rostro como signo de identidad, como soporte de expresión y como lugar de una representación (Jean-Claude Schmitt, citado por Belting, 2021, 8).

Esta última función resulta relevante porque el rostro está definido por una dinámica de exposición y ocultamiento que remite, en gran medida, a la noción de representación. Giorgio Agamben (2002, 67) explicaba que “El rostro es el estar irremediamente expuesto del hombre y, a la vez, su permanecer oculto precisamente en esta apertura”. El rostro se articula en una tensión entre aquello que se manifiesta en él y lo que queda fuera de la percepción. Agamben propone llamar “tragicomedia de la apariencia” al proceso que hace que el rostro solo descubra en la medida que oculta y oculte en la medida misma en que descubre. “De este modo, el aparecer, que debería constituir su revelación, se convierte para el hombre en una apariencia que le traiciona y en la que ya no puede reconocerse” (2002, 69). En esta tracción entre lo expuesto y lo oculto se inscribe lo enigmático y lo inasible del rostro. Es allí donde se instala su secreto y donde se sugiere que hay algo inaccesible. En este sentido, David Le Breton sostuvo que el rostro es “una cifra, en el sentido hermético del término, un llamado a resolver el enigma” (2010, 16).

La tendencia a “leer” el rostro, a develar su secreto, deriva también de una creencia: el carácter moral de una persona podría revelarse, como señala Belén Altuna (2011, 13), mediante signos corporales y, especialmente, faciales. Altuna denomina “efecto Dorian Grey” a esta creencia. Desde la sentencia latina clásica *In facie legitur homo* (“En la cara se lee al hombre”), se tiende a sostener una idea metafísica que asegura que la cara es el espejo del alma. En el rostro se imbricarían, de este modo, el ser y el parecer. Por eso se despliega allí un ejercicio metonímico: tomar la cara por el individuo. Altuna señala al respecto que “los humanos tendemos a hacer una *lectura* de los rostros ajenos como si fueran la *síntesis*, el retrato o el espejo de su portador, como si nos transmitieran de antemano la información que el despliegue de sus acciones y sus palabras en el tiempo no hará sino confirmar” (2011, 21). La lectura del rostro puede privilegiar las dimensiones psicológica, moral, estética o metafísica, pero en todos los casos es percibido como una unidad visual y se lo identifica como un texto que parece tender a ser fijo, sólido, singular y singularizante.

Sin embargo, la operación de lectura del rostro promueve la aparición de una serie de dilemas éticos, derivados de la posibilidad de comprender ese acercamiento como un gesto de violencia. Judith Butler retoma a Emmanuel Levinas para pensar esta dimensión ética del rostro. En la ética levinasiana de la no violencia, “el ‘rostro’ del Otro no puede ser leído buscando un sentido secreto, y el imperativo que transmite no es inmediatamente traducible a una prescripción que pueda formularse lingüísticamente y cumplirse” (Butler, 2009, 166). Butler retoma estas reflexiones en el marco de su acercamiento a la noción de “demanda”. El rostro del Otro nos hace una demanda ética, aunque no sabemos cuál es. Dado que en el rostro se manifiesta la extrema precariedad del Otro, se debe responder éticamente. “Responder por el rostro, comprender lo que quiere decir, significa despertarse a lo que es precario de otra vida o, más bien, a la precariedad de la vida misma” (Butler, 2009, 169). Esto es lo que vuelve al rostro parte de la esfera de la ética.

La respuesta no violenta ante esa fragilidad y la aceptación de la imposibilidad de traducir en términos racionales aquello que se oculta constituyen una clave de la ética levinasiana. En esta dirección, los tres documentales a explorar deben pensarse, precisamente, en el contexto de esta apertura de lecturas no violentas de los rostros, respetuosas de su fragilidad y atentas a sus propias demandas.

Si la lectura de los rostros, la búsqueda por desentrañar eso que quedó velado por su carácter tensional, implica la aparición de dilemas éticos, también supone la aparición de reflexiones en el entorno cinematográfico. En la década de 1920, Béla Balázs posicionó al rostro en un rol clave en su teoría del cine. Balázs, a diferencia de Levinas, propone recuperar la posibilidad de leer a los rostros. En su argumentación, sostiene que la crisis de lectura de los rostros se inició con la invención de la imprenta. Esta volvió ilegible el rostro del hombre. Para Balázs era “tanto lo que podía leerse en el papel que se descuidó otra forma de comunicarse, centrada en la visión atenta del rostro” (2013, 17). Por eso, “nuestro rostro es ahora como un pequeño y torpe telégrafo óptico del alma, allá arriba, enviando señales lo mejor que puede” (2013, 18). Si en estos términos, históricos y culturales, el rostro fue depreciado, el cine le devuelve un lugar privilegiado porque allí sí conserva esa capacidad comunicativa. En el cine se desarrolla un proceso de magnificación del rostro a través del primer plano. Y esa magnificación ficcional instala el deseo, y la fantasía, de leer allí los secretos, lo oculto e incluso lo invisible. La potencia del rostro, su condensación de valores afectivos, sociales e históricos, hace que Balázs piense que en el cine tiene lugar un proceso de “fisonomía viviente” que encuentra rostros, o los crea, en todas las cosas. Los objetos, los paisajes, los cuerpos¹, las multitudes y los animales tienen así un rostro.

En su rastreo de la relevancia del rostro en el cine, Balázs indica que en su superficie se juega una “polifonía”, dado que allí “pueden aparecer en simultáneo las cosas más disímiles” (2013, 53). Su densidad de emociones y sentidos, su variabilidad de afectos y sensaciones, se complejiza en el cine por la sumatoria de una pluralidad temporal que multiplica y disemina su polifonía. Es allí, en gran medida, donde se trama el atractivo del rostro para el cine. Para Balázs, “la fisonomía de un rostro puede variar a cada momento mediante la mímica, que convierte al tipo general en un carácter particular” (2013, 46). El cine supone la posibilidad de un punto de vista variable, “envolvente, múltiple, que integraría además la movilidad intrínseca de la expresión del rostro, sus variaciones en el tiempo, o, pura y llanamente, su manera de ser en el tiempo” (Aumont, 1998, 101). El cine habilita un proceso de retratización que no capta instantes sino duraciones (1998, 135). En esa expansión de los marcos temporales, en su posibilidad de abrir los enlaces entre el pasado, el presente y el futuro, se centra la capacidad del cine para expandir los contornos del género del retrato, liberarlo de los anclajes temporales de la imagen fija e incrementar, a partir de allí, su diseminación de puntos de vista.

Si en el cine se complejizan tanto la dimensión temporal del rostro (su mutabilidad) como los puntos de vista al respecto (su multiplicidad), esto puede explorarse, como propone Giorgio Agamben, a partir de dos formas latinas que derivan de una misma raíz: *similis*, que expresa semejanza, y *simul*, que significa “al mismo tiempo”. Se establece así una cercanía entre la similitud y la simultaneidad (el estar juntos). En la perspectiva de Agamben, al lado de *similare* (asemejarse) está el *simulare* (imitar, copiar, pero también fingir y simular). Por eso, “el rostro no es simulacro, en el

1 En este proceso de rostrificación, señala Balázs, “el cuerpo entero de un actor que no habla se convierte en una superficie expresiva homogénea, y cada pliegue de su vestuario adquiere la importancia de un pliegue de su rostro (2013, 45).

sentido de algo que disimula y encubre la verdad: es *simultas*, el estar-juntas las múltiples caras que lo constituyen, sin que ninguna de ellas sea más verdadera que las demás. Captar la verdad del rostro significa aprehender no la *semejanza*, sino la *simultaneidad* de las caras, la inquieta potencia que las mantiene juntas y las une” (Agamben, 2002, 73). En los retratos audiovisuales, a diferencia de la tradición pictórica, escultórica y fotográfica, la conjunción de temporalidad y punto de vista promueve una explosión de esta variabilidad y diversidad del rostro.

En este se confrontan, superponen y tensionan una singularidad y una participación colectiva (comunitaria, étnica, familiar, histórica). En *La representación del individuo en la pintura*, Tzvetan Todorov analiza la expansión del retrato humanista en el siglo XV como un gesto histórico inescindible de la preeminencia obtenida a partir del Renacimiento por el sujeto. “A partir de mediados del siglo XV [...] el mundo individual, y los individuos humanos en particular, se introducen masivamente en la representación pictórica” (2006, 20). La representación exige ante todo que el pintor reproduzca los rasgos singulares de ese ser particular. Por eso, el rostro se define a partir de allí como el *locus* del retrato, el sitio en el que se inscribe la individualidad del sujeto representado. En esta dirección, Le Breton precisa que “la semejanza del retrato con el modelo es contemporánea de una toma de conciencia más aguda de la individualidad del hombre” (2010, 35). Los retratos humanistas buscan captar la singularidad del modelo y legar a la posteridad su recuerdo a través de la reproducción de sus rasgos.

El retrato tiende así a funcionar como un modo de afirmación del sujeto. El individuo, señala Le Breton, “es una persona que percibe más su unicidad, su diferencia, que su inclusión en el seno de una comunidad. La afirmación del ‘yo’ se vuelve una forma superior a la del «nosotros»” (2010, 30). Sin embargo, la afirmación del yo difícilmente pueda desprenderse de ser, en sí misma, una forma de participación social (2010, 32). El retrato funciona como la celebración del sujeto también en un sentido social. Los rostros se comportan con frecuencia “como máscaras de rol para ser aceptados por la sociedad y desempeñan aquellos papeles que se espera de sus portadores” (Belting, 2021, 24). De este modo, el rostro, en su presunta singularidad, es siempre definido en términos históricos y socio-culturales.

Si desde su origen el retrato funcionó como la representación de un individuo en el contexto de la sociedad a la que pertenecía, esto requirió que no se limitara a reproducir su fisonomía, sino también a señalar el lugar que ocupaba en su comunidad. En esa búsqueda, en “el rostro representado por el arte, unas veces se hará hincapié en la expresión, el carácter, la personalidad, otras, por el contrario, en la máscara social, la caracterización, la adecuación al decoro, la decencia (Aumont, 1998, 25). En este sentido, los retratos apelan en ocasiones a una esquematización, a la evasión de una singularidad irreductible. En la confrontación y solapamiento entre la individualidad y la tipificación, entre la singularidad y la colectividad, entre una afirmación de lo único del sujeto y una exploración de sus pertenencias identitarias, el retrato revela la potente capacidad de significación social del rostro. También en el rostro representado por el cine se conjugan, de maneras variables, lo singular y lo típico. Béla Balázs se pregunta cuánto hay de tipología en un rostro, de qué manera la raza, la etnia, la clase, el género y la ascendencia familiar están inscriptas allí y de qué manera esas presencias se imbrican y conforman un entramado en parte original.

Si la voluntad de indagar en estas complejidades del rostro estaba presente en la historia del retrato, la invención de la fotografía despertó una pasión por el rostro que invadió el paisaje mental del siglo XIX (Le Breton, 2010, 42)². En 1859 Baudelaire exclamaba, frente a la expansión de la fotografía, que “La sociedad inmundada se abalanzó como un solo Narciso para contemplar su trivial imagen en el metal. El amor por la obscenidad que está tan vivo en el corazón del hombre como el amor a sí mismo, no dejó escapar una ocasión tan especial de satisfacerse” (citado por Le Breton, 2010, 42). El incremento de los medios masivos a lo largo del siglo XX y la explosión de las redes sociales en el siglo XXI supusieron una proliferación de rostros producidos y consumidos como mercancías. En la tecnoesfera digital, como precisa Hans Belting, “se expande un consumo privado de rostros en el que la gente cuelga su propia *face* para otros, como si se estuviera participando en una imaginaria fiesta permanente” (2021, 190). La sobreexposición y sobrecirculación de rostros no solo fomenta una devaluación de su capacidad significativa, sino que los posiciona en un lugar clave de la sociedad de la información y el control. Los programas de reconocimiento facial o de identificación por iris convierten al rostro en un ente abstracto y numérico, un depósito de información. La producción de *cyberface* supone una torsión notoria en la noción misma de rostro. Estos “no son rostros sino máscaras digitales con las que la producción de rostros en los medios modernos ha llegado a un momento crítico” (Belting, 2021, 259). Se trata entonces de asistir a la aparición de rostros que no pertenecen a nadie, que sólo existen como imágenes. Son entes sintéticos, desprendidos de aquello que parecía definir qué es un rostro. Frente a esta sobreexposición de los rostros (como mercancía de la tecnoesfera digital y como objeto inspirador de estrategias de control) surgen prácticas estético-políticas que, en el contexto del arte contemporáneo, “atacan los estereotipos y, por consiguiente, las máscaras contemporáneas, que filtran al margen de las modas técnicas para fijar su atención cada vez más en el rostro. En este sentido, los que surgen, por lo general, ya no son retratos, sino paráfrasis críticas del retrato como actos de resistencia y autoafirmación” (Belting, 2021, 239).

Diário de uma busca de Flávia Castro, 33 de Kiko Goifman y *El silencio es un cuerpo que cae* de Agustina Comedi se inscriben en estas búsquedas de un modelo de retrato que evada la posición contemporánea del rostro como mercancía o fuente de ejercicios de control³. Los tres documentales se alejan también de la concepción tradicional del retrato como *locus* de la afirmación del sujeto representado. Por el contrario, se explora en ellos la posibilidad de gestar retratos exploratorios o conjeturales. La puesta en marcha de retratos sobre las madres o padres ausentes de los y las cineastas concibe al retrato como un proceso más que como el resultado final. Si la fantasía inicial sostiene

2 Un fenómeno simultáneo produce la conjunción de rostro, fotografía y archivos represivos. La relevancia del rostro en las prácticas fotográficas decimonónicas y su vinculación con las teorías fisiognómicas y frenológicas fue asiduamente estudiada. Véase Sekula, Le Breton, Cortés Rocca. Resulta necesario recordar que en estas teorías el rostro se concibe como la forma prioritaria de fijación de las identidades desviadas y/o delictivas. En este marco, “Los movimientos del rostro participan de una simbología, son los signos de una expresividad que se muestra, que se presta a ser descifrada, aunque no sean totalmente transparentes en su significación” (Le Breton, 2010, 91).

3 La recepción de los documentales en sus respectivos países constituye un dato significativo: *El silencio es un cuerpo que cae* logró un reconocimiento notable en la respuesta crítica, en la respuesta del público y en los premios recibidos (incluyendo el Premio Cóndor de Plata a la Mejor Película Documental y reconocimientos en los Festivales de Cine de Hamburgo y Lima); *Diário de uma busca* también obtuvo un estreno en salas comerciales, fue recibido elogiosamente por la crítica especializada y ganó los Premios a Mejor Documental en el Festival Internacional de Cine de Biarritz, en el Festival de Cine de La Habana y en el Festival Internacional de Cine de Río de Janeiro; 33 tuvo una circulación de menor envergadura; sin embargo, también recibió críticas positivas en su estreno y recibió fue nominado como Mejor Documental en el Festival Internacional de Cine de San Pablo.

que la reconstrucción del rostro verdadero podría conducir a un conocimiento completo de la persona representada, el recorrido parece enviar a un retrato tan fragmentario, incompleto y variable como la propia identidad de los sujetos. En ellos, el rostro de referencia está ausente, perdido u olvidado. Sin embargo, se encuentra también diseminado “entre las miradas innumerables de amigos o conocidos de entonces” (Le Breton, 2010, 153). El retrato audiovisual adquiere así un nuevo sentido para pensar la multiplicidad del rostro antes referida: su multiplicidad también depende de la variabilidad de puntos de vista a través de los cuales se lo intenta reordenar o rediseñar. Finalmente, y dado que, como sugiere David Le Breton, “el rostro y el nombre ocultos dejan imaginar la hipótesis más agradable para el deseo” (2010, 197), los y las cineastas suman un nuevo elemento para pensar el retrato: el modo en el que se quiere recordar o imaginar, perpetuar o sugerir, el rostro de sus progenitores.

Diário de uma busca⁴

En octubre de 1984, Celso Afonso Gay de Castro, un periodista y exguerrillero de la izquierda brasileña, fue encontrado muerto en el departamento de Rudolf Goldbeck, un diplomático alemán y ex oficial nazi, al que había entrado por la fuerza. Su hija, Flávia Castro, intenta reconstruir su vida y su muerte a través del esbozo de un retrato conjetural. Su *voice over* señala que la historia “parece la sinopsis de una película policial de quinta categoría”. Su documental se construye, precisamente, en contra del funcionamiento y la retórica del género policial y de sus derivas periodísticas. Castro señala que la muerte incomprensible de su padre borró su vida y una parte de la propia. Por eso, decide restituir otra identidad al padre muerto, ausente en la cobertura de los medios masivos que lo convierte en un “asaltante”, y recuperar su rostro a través de los testimonios de quienes compartieron sus experiencias políticas y afectivas. La reconstrucción de ese rostro permite, de manera simultánea, la construcción de una historia oblicua de Brasil, de los movimientos insurgentes latinoamericanos y de su propia descendencia.

En el primer plano del documental se reproduce una fotografía en blanco y negro del expediente judicial de los dos “asaltantes” muertos, Celso y su amigo Néstor Heredia. Ambas figuras se registran en escorzo: la primera se percibe con nitidez y la segunda fuera de foco. Los cuerpos están segmentados por el encuadre y los rostros se vislumbran de perfil. Se distinguen restos de sangre sobre los cuerpos y los rostros (Figura 1). Esa imagen condensa el modo en el que Celso de Castro fue caracterizado por la policía y una parte de la prensa brasileña: un delincuente que irrumpió violentamente en una propiedad privada y, en un desenlace ambiguo, pudo haberse suicidado o haber sido asesinado por su compañero. Esa imagen mortuoria se posiciona como origen de la indagación. “Pensar en mi padre significaba pensar en su muerte” sostiene Castro desde la *voice over*. ¿Por qué su padre cometió esta acción? ¿Cuáles fueron sus motivaciones? Pero también, ¿qué revela y qué oculta ese rostro en las fotos del prontuario judicial?, ¿cómo desarmar esa imagen para recomponer un retrato alternativo? Las primeras preguntas no obtienen respuestas claras: no hay explicaciones para ese gesto. La investigación “policial” concluye de manera fallida. Las últimas preguntas son las organizadoras del documental y del proceso de investigación que articula un retrato poliédrico del padre muerto y de las batallas políticas de su generación.

4 Flávia Castro es la directora y guionista del documental, la producción estuvo a cargo de Les Films du Poisson y Tambellini Filmes.

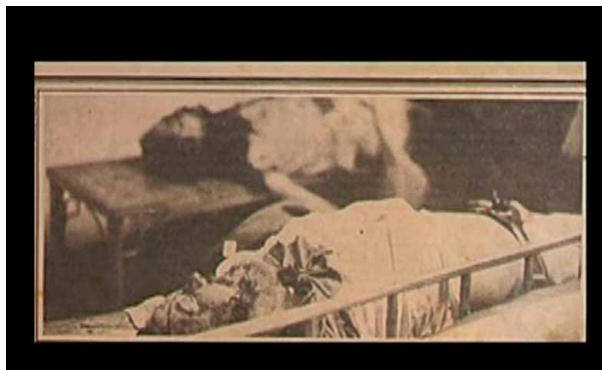


Figura 1. Fotograma de *Diário de uma busca* (Flávia Castro, 2010).

Si las fotografías iniciales lo ubican como un delincuente, Flavia Castro formaliza otro comienzo posible: la fotografía de su padre en su credencial de periodista. A partir de allí, el documental ya anticipa todos los rostros que se condensan, oponen, solapan y alternan sobre Celso. El despliegue del documental ampliará esta multiplicación. Castro no apela a la búsqueda de un rostro considerado verdadero. Todos parecen igualmente cercanos y lejanos, cada uno de ellos revela un segmento de su vida y oculta otros, en cada uno se tensionan todos los sujetos que fue a lo largo de su vida (el estudiante sensible, el periodista comprometido, el guerrillero aventurero, el exiliado melancólico, el padre insatisfecho, el marido incompleto, el exmilitante escéptico, entre otros). El retrato audiovisual posibilita, en esta dirección, un trabajo sobre la propia variabilidad del rostro, su capacidad de mutación y transformación. Es su devenir lo que se materializa en las transformaciones experimentadas por Celso a lo largo de este retrato temporal.

En este juego de mutaciones, el retrato de Flávia Castro deviene una suerte de *road movie* que atraviesa tiempos y espacios. Su documental funciona como el diario de esa búsqueda de los rostros perdidos de su padre. Celso y su compañera, junto con su hija e hijo, permanecieron en Brasil hasta 1970. Emprendieron luego una travesía regional que los condujo a Chile en 1971, con el gobierno de la Unidad Popular, se desplazaron a la Argentina para recibir entrenamiento militar en 1972, regresaron a Chile en 1973 y estuvieron allí cuando se produjo el golpe de Estado del 11 de septiembre. El exilio los llevó a la Argentina, Panamá, Bruselas y París, hasta el retorno a Brasil, cuando se dictó la Amnistía que permitió el regreso de los exiliados, en 1979 (“si nos permitieron volver es porque nos derrotaron” le escribe Celso a Flávia en una carta). En esos desplazamientos, *Diário de uma busca* hibrida el retrato del padre muerto, el relato familiar y la historia política de América Latina⁵. Si el retrato se inscribe siempre en la tensión entre lo público y lo privado, esto se extrema en un retrato sobre un guerrillero cuya vida parece estar dedicada a diluir los contornos entre la actividad política y el terreno personal. El retrato íntimo, familiar, y por momentos doméstico, que filma Castro es también un testimonio político y generacional: Celso es el rostro sobre el que se depositan los avatares de

5 En el archivo audiovisual al que recurre este documental para explorar esta dimensión histórica y regional sobresalen: *De américa soy hijo... y a ella me debo* (Santiago Álvarez, 1975), *La batalla de Chile* (Patricio Guzmán, 1975-1979), *ABC da Greve* (Leon Hirszman, 1990) y el programa televisivo *Abertura*.

una generación que convierte a la lucha armada en el motor de la experiencia política. Sin embargo, su historia es, para su hija y para sí mismo, el relato de una derrota, la narración de la revolución interrumpida⁶.

El rostro del padre muerto se reconstruye en el documental a través de dos estrategias: la recuperación de su propia materialidad y la aparición de distintos testimonios. Celso aparece a través de las cartas que les escribía a sus padres y a su hija desde el exilio (leídas por la voz de su hijo Joca) y mediante las fotos que puntúan su vida, desde que era un recién nacido hasta las fotos de su adultez. Cada una de estas imágenes y cada una de estas cartas señalan no solo una parcialidad del individuo ausente, sino que inscriben el tiempo en el retrato. La historicidad se consigna en los pliegues de las cartas, en el deterioro de su materia, en el papel ajado y los trazos borronados. También se manifiesta en los cambios de los rasgos de Celso, en las transformaciones operadas por la edad y las experiencias, por la melancolía y el fracaso. En este sentido, como señala Hans Belting, “en los retratos el rostro no puede envejecer y, sin embargo, envejecen con el medio técnico utilizado, con la pintura que va acumulando polvo o con la fotografía que amarillea” (2021, 13). Esos retratos segmentarios de Celso se incluyen aquí en una suerte de rompecabezas heterogéneo. Las piezas que lo conforman se superponen, se contradicen y se complementan. La sumatoria de imágenes parece intentar completar el vacío, componer un retrato restitutivo del ausente. Sin embargo, ninguna de esas misivas y ninguna de esas fotografías logra captar, fijar o capturar la vida, o la identidad, de Celso.

Al mismo tiempo, este retrato polifónico se complejiza por la inclusión de testimonios sobre el padre de la cineasta: los policías y los periodistas que cubrieron el caso policial (el fotógrafo Fernando Gomes del diario *Zero Hora*, Delmar Marques del diario *Folha de Sao Paulo*) su madre, sus parejas, sus hijas e hijo, sus amigos y compañeros de militancia. Se trata de un retrato compuesto a través de una política de la escucha. A diferencia de los retratos de la tradición pictórica, aquí resulta clave comprender su dimensión audiovisual. Sin embargo, tampoco en este caso se trata de esclarecer mediante los testimonios quién fue Celso, cuál era su verdadero rostro. En *Diário de uma busca* los testimonios hablan, pero también ocultan. Se manifiesta lo dicho, pero también se intuye lo oculto, lo desconocido, lo hipotético y lo contradictorio. La palabra no restituye, aunque sí colabora con la instauración de ese retrato conjetural y poliédrico, incompleto y polifónico.

Esos testimonios componen algunas de las piezas del rompecabezas, pero es Castro quien las escucha primero y quien las monta después. Es en la sutileza de su escucha, en su apertura a los relatos de los otros, que su recopilación de testimonios organiza un retrato que rescata del olvido al padre y lo devuelve, espectral, a su propia vida. Puede recuperarse aquí una diferencia advertida por Walter Benjamin entre los retratos pictóricos (que después de dos o tres generaciones enmudecían y sólo permitían vislumbrar el testimonio del arte de quien las había pintado) y los retratos fotográficos, en los que queda algo que no se agota en el testimonio del arte del fotógrafo, “algo que se resiste a ser silenciado y que reclama sin contemplaciones el nombre de quien vivió aquí y está aquí todavía realmente, sin querer entrar nunca en el ‘arte’ del todo” (2004, 24). En el documental de Flávia Castro, algo de las experiencias vitales y de la identidad de su padre se hace materia en sus fotografías y en sus cartas, así como en los testimonios y los recuerdos.

6 Otros documentales brasieños retomaron, en los últimos años, el interés por componer retratos de antiguos militantes políticos de los movimientos insurgentes. En este contexto se destacan: *Uma longa viagem* (Lucia Murat, 2011), *Mariguella* (Isa Grinspun Ferraz, 2011), *Retratos de identificação* (Anita Leandro, 2014) y *Em busca de Iara* (Flavio Frederico, 2013).

En el marco de estos testimonios, sobresale el recurso a la experiencia de Flávia Castro y su hermano Joca como hija e hijo del antiguo guerrillero. La infancia vivida en la clandestinidad, las experiencias de peligro, los viajes y el exilio son percibidos y tamizados por su memoria infantil. En esa reconstrucción, el rostro de Celso se acerca y se aleja de la mirada y la escucha de su hija. La alternancia de *zoom in* y *zoom out* sobre las fotografías del padre parece remitir a esta tensión entre Flávia y (la generación de) su padre. El recorrido atravesado puede pensarse, como sugiere Ana Amado en su estudio de los documentales realizados por hijos e hijas de militantes políticos argentinos de los años setenta, a partir de la distancia histórica entre ambas generaciones. Los y las cineastas son, en estos casos, “extranjeros en el tiempo de sus padres, apartados de la experiencia política y de los lugares y acontecimientos de una historia que aquellos protagonizaron, se asoman anacrónicamente a esas vivencias con los ojos vírgenes del recién llegado” (Amado, 2009, 158)⁷. Flávia Castro interpela a quienes conocieron a su padre, interroga sus propios recuerdos, ante la imposibilidad de recurrir a la propia voz del retratado. Quizás, como señala Amado, la pregunta que retorna es “¿cómo conceder el discurso a un espectro, a un ausente, en fin, cómo hacer hablar, a través de ellos, a una «época»?” (2009, 167)⁸.

A través de esta exploración, Flávia Castro introduce, en el retrato de su padre, un autoretrato, un abordaje de su infancia y del modo en el que ser hija de guerrilleros afectó sus experiencias afectivas, filiales y políticas. Andréa França (2014) analiza el modo en el que en *Diário de uma busca* surge un proceso de desmoronamiento de la experiencia de ser niño que encuentra su correlato en los extensos planos fijos de plazas y parques, de jardines inertes y de ramas de árboles. Frente a esta situación, precisa França, el montaje permite abrir el relato personal de una infancia a una experiencia colectiva, a la reescritura de la historia vivida por la generación de los hijos de los militantes políticos que enfrentaron directamente la represión. Esa tensión entre el relato personal de la infancia y su apertura a la experiencia política y colectiva se replica en la existente entre la *voice over* en primera persona y los testimonios en tercera persona. En este sentido, como sugieren Bartolomeu y Veiga (2015), la dimensión activa y procesual de la búsqueda dificulta el ensimismamiento del film, lo expande, lo abre hacia situaciones, encuentros y descubrimientos. Su propio devenir lo conduce del interior al exterior. En ese movimiento, el “yo” de Flávia Castro pierde algo de autonomía, de la autoridad de quien habla de sí mismo. Sin embargo, el dispositivo audiovisual diseñado por la cineasta es solidario de la aceptación de su impotencia frente al mundo y se lanza al riesgo del fracaso.

En los vaivenes de las travesías recorridas por Castro tiene lugar una experiencia: la consolidación del vínculo filial con su padre a través del trazado de un retrato espectral, aunque consciente de la imposibilidad de lograr una restitución plena del rostro ausente.

En la clausura del documental, cuando se narran las reacciones de los antiguos guerrilleros ante la declaración de la Amnistía en Brasil en 1979 que les permitiría volver a su país, una fotografía fuera de foco del padre parece sugerir su pérdida paulatina de nitidez (Figura 2). En lugar de tener un retrato cada vez más definido, este se hace cada vez

7 Una búsqueda cercana es emprendida en *Os dias com ele* de Maria Clara Escobar (2013).

8 En una entrevista, Flávia Castro explica la originalidad de su documental en relación con esta inscripción generacional: “O que diferencia meu documentário é um ponto de vista que ainda não foi utilizado no cinema brasileiro, o dos filhos dos militantes” (Miranda, 2011).

más indeterminado e interrogativo. Es cada vez más improbable encontrar el rostro que se buscaba. Ese borramiento, sin embargo, habilita otro movimiento: proyectar sobre ese semblante una serie de imágenes, una proliferación de testimonios, una identidad imaginada. Si David Le Breton señala que “Los signos del cuerpo, y especialmente del rostro, son huidizos, contingentes, propicios a la proyección imaginaria, ambiguos en su manifestación” (2010, 123), esto se radicaliza en un retrato que no monumentaliza al padre; sino que rastrea algunos segmentos de su rostro, algunas esquirlas de esa identidad afectada por la historia, algunas huellas de la identidad de ese padre muerto.



Figura 2. Otro fotograma de *Diário de uma busca* (Flávia Castro, 2010).

33⁹

En 2001 el videasta y cineasta Kiko Goifman emprende la búsqueda de su madre biológica. Ante la inminencia de su cumpleaños 33 decide dedicarle 33¹⁰ días a esa búsqueda improbable y registrar el proceso a través del rodaje de un documental. De manera simultánea, comienza la escritura de un *blog*, en el que vuelca los avances de la investigación y recibe mensajes de posibles testigos, y difunde su búsqueda, mediante artículos y entrevistas, en medios de comunicación tradicionales. 33, al igual que *Diário de uma busca* y *El silencio es un cuerpo que cae*, participa así de una serie de documentales performativos que se expandieron en el cine latinoamericano en los comienzos del siglo XXI¹¹. En este caso, la performatividad se evidencia tanto en la relevancia adquirida por la presencia de la subjetividad del realizador, la valoración de la experiencia personal y el hincapié puesto en las dimensiones afectivas

9 El guión fue escrito por Goifman y Claudia Priscilla; la producción estuvo a cargo de Jurandir Müller, Claudia Priscilla y Roberto Tibiricá; el compositor fue Tetine; el montajista fue Diego Gizze y el departamento de sonido corrió por cuenta de Gus Bernard.

10 Las referencias a este número también incluyen que la madre adoptiva de Goifman, a quien está dedicado el documental, nació en 1933. A su vez, el número 33 posee una vasta y remanida tradición en la cultura judeo-cristiana.

11 El interés de Goifman por la performatividad y los retratos poliédricos también se hace evidente en *Bixa Travesty*, el documental que dirigió junto con Claudia Priscilla en 2018 sobre Linn da Quebrada.

como en la tendencia a la explicitación de la dimensión ficcional y representativa del documental. En ambos sentidos, la performatividad subraya la irrupción de un conocimiento encarnado, situado, y favorece la inscripción de un yo que narra, argumenta y despliega un universo histórico-ficcional.

En un estudio de 33 y *Pasaporte húngaro* (*Un passeport hongrois*, Sandra Kogut, 2001), Jean-Claude Bernardet (2011) propone denominar “documentales de búsqueda” a aquellos que registran un proceso más que un resultado. Aquí, no hay una investigación previa, sino que esta es simultánea al propio rodaje. De esta manera, lo que se impone como organizador del rodaje es una ineludible y premeditada imprevisibilidad. Bernardet alude a la idea de un “principio de incertidumbre” como regulador de los sondeos emprendidos por estos documentales. En el caso de 33, la puesta en marcha de este proceso (el rastreo de la madre biológica) implica una indefinición: no saber si el objetivo será alcanzado, y un riesgo: desconocer qué se pone en duda al iniciarlo. En ese recorrido, la supuesta objetividad de la pesquisa se desvanece por completo y emerge con claridad, como señala Bernardet, una espectacularización de la vida personal (2011, 122). Esta espectacularización, tensionada entre el documental y la ficción, por un lado, expone a Goifman como individuo, pero, al mismo tiempo, lo enmascara detrás de los recursos ficcionales. Así, en gran medida lo que se pone en juego es el proceso identitario que atraviesa el propio Goifman¹².

A lo largo de este proceso, el cineasta difumina los límites entre el documental y la ficción, entre el sujeto histórico y el personaje. Conforma así un documental híbrido, en concordancia con una tendencia destacada en el cine brasileño contemporáneo estudiada por Denis Portó (2007)¹³. En el caso de 33, la recurrencia a la estética del *film noir*, evidenciada en las múltiples citas a la literatura de Raymond Chandler y Dashiell Hammett¹⁴, en la inclusión paródica de bustos de detectives, en el blanco y negro granulado de la imagen, en la preeminencia de imágenes nocturnas, en la oscuridad de los espacios filmados, en las entrevistas a presuntos detectives de San Pablo, acentúa esta indistinción entre el documental y la ficción. En la creación de esa indeterminación sobresalen las reiteradas imágenes urbanas nocturnas que interrumpen el avance de la investigación. Estas son capturadas en ocasiones desde el interior de un vehículo en movimiento. En otras oportunidades, registran desde la altura la velocidad de los desplazamientos del tránsito. Estas imágenes, recurrentes en el documental, no sólo remiten al universo del *film noir* y su predilección por la noche y el movimiento, sino que acentúan una noción de tránsito y travesía que replica la propia performatividad del proceso documental. Esas traslaciones se encuentran también en un rasgo clave de la performatividad presente en 33: aquí confluyen dos personajes autónomos en el relato detectivesco, el cliente y el investigador. En este caso ambos, así como el hijo y el cineasta, coinciden en una misma identidad, múltiple y variable.

12 Goifman precisa que la motivación para filmar el documental reside en su voluntad de abordar el tabú de la adopción. En una entrevista manifiesta que “Existe uma esfera de segredo em torno deste tema, poucas pessoas aparecem dispostas a comentar esse assunto” (Goifman, 2004).

13 Portó (2007) introduce esta reflexión acerca de producciones audiovisuales brasileñas del siglo XXI en el marco de un estudio sobre el carácter híbrido del cine desde sus orígenes. El cine, desde su punto de vista, siempre fue híbrido porque las primeras películas no se preocupaban por diferenciar lo documental de lo ficcional. En la contemporaneidad se recuperaría esta potencia cifrada en el origen del cine.

14 La película se inicia con un epígrafe de Dashiell Hammett: “Soy una de las pocas personas mesuradamente letradas que se toma en serio a las historias de detectives”.

El proceso de retratización de 33 se sostiene sobre una temporalidad conflictiva: una búsqueda presente que reconstruye un enigma del pasado. El pasado aparece aquí como aquello irrecuperable. La madre biológica se ubica como la presencia ausente de su propio retrato, aquello que es permanentemente invocado, pero siempre desde el vacío. En este sentido, conviene precisar que 33, al igual que *Diário de uma busca* y *El silencio es un cuerpo que cae*, se constituye como un retrato espectral. No tanto porque se trate de retratos póstumos (nunca se explicita esto en el caso de 33), sino porque en los tres se anhela trazar un retrato imposible: el retrato de sujetos perdidos en el tiempo, anclados en el pasado. El proceso presente se organiza en términos cronológicos, el pasado que se intenta reconstruir estalla de modos inorgánicos, heterogéneos, dispersos. El pasado es una oscuridad a descifrar, por eso la penumbra del *film noir* compone el fondo inevitable de este documental.

Si el rostro y la voz de Goifman se inscriben en 33 de manera material, su principal desafío consiste en delinear el retrato de un sujeto sin rostro. En este sentido, conviene recordar que la ausencia de rostro constituye un subgénero del retrato. Tanto en su variante pictórica como fotográfica existe una extendida tradición de retratos que posicionan al rostro en el fuera de campo. Aparece en esta corriente una serie de recursos: los personajes de espaldas, los rostros cubiertos por las manos, o ubicados en las sombras, la segmentación del cuerpo que expulsa al semblante de la representación, entre otros. En el caso de los retratos audiovisuales, la posibilidad de suprimir o desplazar al rostro parece apropiada, o necesaria, cuando se intenta retratar a un sujeto ausente por diversas circunstancias. Sin embargo, esta estrategia desafía las bases de un género construido sobre una certeza: el rostro es el lugar privilegiado en el que se asientan las relaciones sociales y la superficie sobre la que se instauran relaciones comunicativas, intersubjetivas y expresivas. Por este motivo, un retrato que no incluya el rostro obliga a redirigir esa potencia a otros espacios: los segmentos visibles del cuerpo, la sombra proyectada, los elementos que componen el fondo de la imagen, entre otros. En 33, la ausencia del rostro de la madre, su carácter inhallable, promueve su desplazamiento a los testimonios de quienes pueden haberla conocido y al propio rostro del cineasta.

En primer lugar, entonces, la falta de ese rostro, como epítome de la identidad negada, se bordea en el documental a través de la exposición de los rostros de las personas entrevistadas por Goifman (su madre adoptiva¹⁵, su tía, su niñera tarotista, el encargado del edificio donde tuvo lugar la adopción, el médico que participó de ella, los médicos del hospital donde nació, su hermana, la partera). En todos los casos, se encuentra con memorias fragmentarias, con esbozos de recuerdos, con la imposibilidad de construir una memoria plena. Los pocos documentos a los que accede no relevan la información esperada. El rostro que resulta de esos devaneos es contradictorio, conjetural. En las palabras de quienes testimonian, su madre puede ser más o menos joven, muy bonita y bastante alta, puede pertenecer a las clases altas o a los sectores populares, puede parecer muy sensible y conmovida, puede ser de la gran ciudad o provenir del interior, puede ser castaña de tez blanca, puede tener las piernas vendadas por un problema

15 La entrevista con la madre adoptiva presenta un dilema ético particular. El rodaje del documental y la búsqueda de la madre biológica, dos procesos inseparables, parece poner en riesgo el vínculo de Goifman con su madre. Su *voice over* aclara que se sentía un canalla en el momento de entrevistarla. Uno de los detectives a los que entrevista le sugiere el empleo de micrófonos ocultos para registrar a su madre. Sin embargo, el realizador explica que esa práctica le parecía inaceptable, entre otros motivos, porque su padre adoptivo, un antiguo militante del PC brasileño, había sufrido la intervención de su teléfono durante la dictadura. De esta manera, también 33 incluye en el retrato de la madre ausente una referencia a la dimensión histórica y política que se cifra, de un modo u otro, en la ejecución de un retrato.

de várices. Una testigo afirma: “No se parecía en nada a vos. Te debés parecer a tu padre”. El rostro de la madre biológica, al igual que sus motivaciones, permanece en la oscuridad. Goifman captura esos testimonios, esas huellas, como piezas de un rompecabezas trunco. Su sumatoria no permite organizar un retrato del rostro, sino articular fragmentos desmembrados, referencias incapaces de conformar un retrato como signo de identidad.

El fracaso ante la búsqueda del rostro de la madre ausente supone que no se encuentran las respuestas que se esperaban (la motivación del abandono, la emoción del reencuentro, la posibilidad de saber). El rostro ausente del retrato fallido es, sin embargo, el espacio donde se gesta la necesidad de explorar, al igual que en *Diário de uma busca* y *El silencio es un cuerpo que cae*, el rostro de los descendientes. En el caso de 33, esta indagación asume la forma de primerísimos primeros planos (Figura 3) de Kiko Goifman interpelando a los espectadores a través de su mirada a cámara. El contraste entre el rostro ausente y el rostro magnificado resulta aquí central. Béla Bálazs señalaba oportunamente que el primer plano constituye en el cine el arte de la acentuación. En este sentido, dado que los planos de detalle llevan adelante un recorte, “muestran únicamente el entorno inmediato del actor, y al achicar el encuadre permiten que la persona pueda iluminarlo con su irradiación interior, por llamarla de algún modo. El espacio se transforma así en un “aura” visible de la persona, en una fisonomía que trasciende los contornos del cuerpo” (2013, 77). En el caso de Goifman, la cercanía de la cámara opera un desdoblamiento: funciona como un espejo para el cineasta. Goifman se refleja en la pantalla y la convierte en la superficie sobre la que se auto-explora. La pantalla se inscribe como el territorio de un auto-descubrimiento y en el espacio en el que se despliega un diálogo consigo mismo. En ese diálogo se desarrolla un viaje hacia su propia identidad.



Figura 3. Fotograma de 33 (Kiko Goifman, 2002).

El retrato fallido se hibrida así, como en *Diário de uma busca*, con un autoretrato. No se trata, sin embargo, de un autoretrato que recomponga una identidad plena, sino que funciona como un retrato desplazado de la madre buscada. ¿Podría ser que el rostro del hijo evidenciara el rostro ausente? ¿Se podría recomponer, a través del rostro filial, el semblante materno? Se trata, en este sentido, de interrogar si el autoretrato del hijo puede ser un acercamiento indirecto, indicial, tentativo e inexacto del rostro materno. De esta manera el retrato opera una

inversión de la relación filial: en vez de partir de la madre para llegar al hijo, parte del hijo para recomponer un rostro posible, deseado, buscado e imaginado de la madre¹⁶.

5. El silencio es un cuerpo que cae¹⁷

La voluntad de organizar un retrato sobre su padre, muerto en un accidente en 1999, encuentra en *El silencio es un cuerpo que cae* una formulación particular. Si coincide con *Diário de uma busca* y 33 en el establecimiento de un tono introspectivo y en la evasión de cualquier gesto de monumentalización de la figura retratada, se distingue por el abordaje de una dimensión ausente en los retratos previos: la identidad sexual como uno de los múltiples rostros a explorar. En esta dirección, Agustina Comedi¹⁸ traza un retrato de su padre Jaime a partir de una confrontación entre su vida previa y posterior a su conversión en padre. En su investigación, la cineasta recurre al vasto material de archivo audiovisual registrado por Jaime y realiza entrevistas con sus antiguos amigos. Al igual que en los otros dos documentales analizados, el retrato parte de la necesidad de desentrañar un enigma sobre la identidad paterna o materna (aquí, entre otros, ¿por qué un amigo de su padre le dice, tiempo después de su muerte, “cuando vos naciste, una parte de Jaime murió para siempre?”, ¿por qué su padre abandonó su vida como hombre homosexual y decidió formar una familia heterosexual?) y descubre que la ausencia de respuestas claras y verdades contundentes en torno a estos interrogantes le permite llegar a otros saberes, otros relatos y también otros retratos.

En el retrato delineado por su hija, en Jaime (como ella lo llama) se superponen diversos rostros: el joven amante de un juez, el abogado comprometido, el homosexual liberal, el esposo responsable, el padre amoroso, el cineasta amateur, el militante de Vanguardia comunista. Esta variabilidad, y la mutabilidad resultante, ponen en escena el carácter fuertemente político de los rostros. Nora Domínguez precisa al respecto que “el rostro como icono, como figura, tal vez no sea en sí mismo político, pero la exterioridad que esparce y dispersa concentra múltiples puntos de politización” (2021, 245). Esta dimensión política se incrementa porque “tener un rostro [...] constituye entonces una reivindicación del derecho a ser viviente que no se puede desdeñar, sobre todo, cuando lo portan ‘minorías’, sujetos vulnerables, excluidos o físicamente dañados” (2021, 19). En el caso de Jaime, uno de sus rostros resulta particularmente significativo porque en el contexto represivo instaurado por la dictadura cívico-militar (1976-1983), pero también en la moral conservadora sostenida incluso por las organizaciones insurgentes y los partidos políticos de izquierda, su homosexualidad resultaba intolerable. Ese rostro privado, que tiene efectos y consecuencias en el espacio público, no solo permanece en una oscuridad relativa, sino que es el centro en torno al cual se ordenan los silencios y los secretos que parecen regular el funcionamiento de la vida familiar, pero también política y comunitaria.

16 En el desenlace del documental la *voice over* de Goifman explica que, a partir de ese momento, si la búsqueda continúa ya no será de manera pública.

17 La producción de la película estuvo a cargo de Matías Herrera Córdoba, Juan Carlos Maristany y Linda Díaz Pernia; el montaje de Valeria Racioppi; el departamento de sonido de Guido Deniro y Atilio Sánchez.

18 El interés de Comedi por delinear retratos de sujetos históricos arrasados por la represión patriarcal y por la cultura heteronormada también es clave en los cortometrajes que componen la serie *Archivos de la Memoria Trans*, realizados con Mariana Bomba (2021), y en su cortometraje *Playback* (2019).

En *El silencio es un cuerpo que cae*, al igual que en *Diário de uma busca* y 33, se explora la potencia de los dispositivos audiovisuales para complejizar la temporalidad de los retratos. Aquí entran en conflicto distintos tiempos de la vida del padre, pero también distintos momentos de elaboración del retrato. Su juventud reaparece a través de los testimonios recuperados por su hija entre sus amigos y conocidos de los años setenta y ochenta. Su vida familiar se inscribe, mayoritariamente, mediante los videos que él filmaba obsesivamente. Pero estos dos tiempos no se ordenan de manera cronológica, sino a través de una serie de operaciones que los diversifican, los cruzan, los oponen y los superponen.

El documental presenta un empleo singular del montaje que, por un lado, contrasta estos dos planos temporales: la travesía puede conducir de las imágenes de Agustina Comedi en su infancia en un acto escolar a las imágenes de una performance del grupo de artistas trans Las Kalas; del testimonio de un amigo gay de su padre que describe, en fuera de campo, la brutalidad de la represión padecida por las disidencias sexuales en el marco de la dictadura a la imagen de un desfile de carrozas en Disney en unas vacaciones familiares. Sin embargo, el montaje no se limita a establecer un contraste entre estas dos dimensiones temporo-experienciales de Jaime, sino que obliga a pensar qué clase de relación existe entre ellas. En el hiato entre una serie de imágenes y otra surge un interrogante: ¿qué ocurrió en el medio? ¿Por qué Jaime cambió su vida y dejó atrás ese primer rostro? Ese vacío se hace más intenso por la radical heterogeneidad entre ambas series. Pero, por otro lado, además de establecerse una discontinuidad, se produce una superposición. Los fantasmas de ese pasado parecen asediar las imágenes de la vida familiar. El pasado remoto de la vida gay se inscribe como fuera de campo en el pasado idílico de la vida familiar heterosexual (viajes, celebraciones, eventos) y modifica aquello que las imágenes sugieren. Desde el fuera de campo, inscriben lo enigmático. A su vez, las imágenes domésticas también afectan el funcionamiento de ese otro pasado silenciado. Los dos tiempos pasados se intersectan a través de la intervención de un montaje que no busca producir una simple oposición entre tiempos, sino que indaga los modos variables en los que la conjunción produce una transformación en ambos¹⁹.

En esas conjunciones temporales, la relevancia del archivo resulta indudable. Esto se debe a que, como propone Hal Foster en su estudio del giro al archivo en el arte contemporáneo, “los objetos de archivo son como arcas descubiertas de momentos perdidos en los que el aquí y ahora de la obra funciona como un posible portal entre un pasado inacabado y un futuro reabierto” (2017, 60). El archivo abre el pasado al presente y al futuro. No se trata así de ahondar en un repositorio de objetos pertenecientes a un pasado clausurado, sino de indagar en la dimensión vital concentrada en ese archivo. Esta inscripción temporal compleja del archivo se complementa con su propio carácter híbrido. El archivo se establece en un territorio conflictivo: entre el material encontrado y el construido, entre lo fáctico y lo ficticio y, en especial, entre lo público y lo privado. Jaime Comedi filmaba minuciosamente los eventos de la vida familiar. En sus registros se alternan los asados, los cumpleaños, los eventos escolares, los anuncios familiares. Se trata, en este sentido, de situaciones y experiencias que definen el funcionamiento de la vida familiar. Por lo tanto, son archivos significativos en el marco de una experiencia íntima. Este carácter privado de las imágenes depende no solo de aquello que es registrado, sino también de sus modos de circulación. En su documental, Agustina Comedi

19 En esta dirección, Comedi señala que “ese archivo está siendo mirado de una determinada manera y eso es lo que da lugar a la película y no el archivo en sí mismo. Con ese archivo se podrían haber contado muchas otras historias” (Haber & Zgaib, 2022).

aborda la doble capacidad de mutación del archivo: ¿qué le dice al presente sobre las diversas capas del pasado?, ¿qué ocurre cuando esas imágenes privadas toman carácter público?

Agustina Comedi no sólo ve, sino que interroga el archivo paterno. En este se captura la domesticidad de los sectores acomodados en la Argentina de los años setenta y ochenta. La propia precariedad técnica de las imágenes (películas de 8mm. y VHS) parece sugerir el deterioro de esos modelos familiares, el modo en el que se desdibujó el funcionamiento de una organización patriarcal y heteronormada de la institución familiar. A su vez, en *El silencio es un cuerpo que cae* se opera una transformación notable al poner lo íntimo en un lugar jerárquico como fuente de conocimiento histórico (y no solamente familiar). Ese archivo íntimo es arrancado del marco doméstico y trasladado al dominio público. Ese viraje no es relevante solo por aquello que muestra o registra (el ordenamiento familiar, los chistes homofóbicos, los rostros melancólicos), sino por aquello que excluye. ¿Qué se oculta en las *home movies* filmadas por Jaime? Su hija escruta las imágenes para vislumbrar qué silencian. Aquello devenido secreto es lo que asegura la densidad de las imágenes filmadas por su padre. En la tensión entre esas imágenes celebratorias y lo que dejan expulsado se asienta la clave de legibilidad del archivo. En un minucioso análisis del documental, Gabriel Giorgi (2018) sostiene que la producción de *home movies* registra aquí la existencia de la familia heterosexual. Jaime, como autor, queda ubicado dentro y fuera del mundo que construye y retrata. Frente a esa proliferación de imágenes, el secreto es aquello que no tiene imagen.

Ante esa organización de lo visible, la cineasta experimenta distintas estrategias para conseguir hacer hablar a las imágenes. Desde las más sencillas (incluir leyendas sobre las imágenes, que reproducen la tipografía del video de los años setenta) hasta las más complejas, como el montaje con los testimonios que cuentan, en el presente del rodaje del documental, lo que las imágenes registradas por Jaime solo incluyen como fuera de campo. Las intervenciones llevadas adelante por Agustina Comedi pueden pensarse a partir de dos principios explorados por Thomas Osborne (1999) en torno al archivo. Por un lado, un “principio de singularidad” que deposita una atención escrupulosa sobre la singularidad del archivo. El artista archivero debe dedicar una atención prioritaria al detalle porque es allí donde puede surgir un modo de legibilidad de las imágenes y los sonidos. Por otro lado, un “principio de mundanidad”, centrado en asegurar que los elementos microfísicos de la vida cotidiana (el ordenamiento espacial de las celebraciones familiares, en este caso) son los que permiten hacer visible al poder. De la eficacia en el trabajo sobre estas dos dimensiones depende la posibilidad de reavivar el archivo, de favorecer alguna forma de supervivencia.

La conjunción de archivo y testimonios supone el comienzo de la elaboración del retrato de Jaime. Agustina Comedi delinea un retrato de su padre a través de la recuperación de las imágenes de video registradas por este. En esta dirección, la hija debe intervenir sobre las imágenes de Jaime, en las que él no aparece. En algunos casos se escucha su voz desde el fuera de campo, y se vuelve a marcar así la relevancia del sonido en estos retratos audiovisuales, en otras (no filmadas por él) ocupa espacios periféricos en el encuadre o está ensombrecido y resulta apenas visible. Por lo tanto, más que la visión de Jaime, lo que emerge es su mirada. Si su rostro es huidizo, si solo aparece en algunas fotografías tomadas por sus amigos y en algunos planos de video filmados por otros miembros de la familia, su mirada sí es perceptible en el abundante material de archivo. En el comienzo del documental, las imágenes del David de Miguel Ángel filmadas por Jaime en un viaje a Florencia adoptan una potente capacidad táctil. La cámara de video

recorre el cuerpo, lo segmenta y lo disecciona. Magalí Haber (2024) piensa el modo en el que en estas imágenes hápticas se inscribe una forma contundente del deseo. Comedi no recupera así las imágenes de su padre, sino su mirada. ¿Es posible organizar un retrato no a través del rostro sino de la mirada del sujeto retratado? (Figura 4).



Figura 4. Fotograma de *El silencio es un cuerpo que cae* (Agustina Comedi, 2018).

La pregunta que irrumpe frente a *El silencio es un cuerpo que cae* gira en torno a la posibilidad de intervenir sobre el material previamente filmado. No sólo porque ese gesto pone en crisis la noción misma de autoría, sino porque supone una interrogación en torno a la propia significación de las imágenes en relación con el proceso de montaje. ¿De qué manera la apropiación practicada por la hija altera, modifica o desvía el funcionamiento de las imágenes de su padre? Estas operaciones de intervención sobre el material originario se perciben como un gesto filial, un intento de recuperación de esos silencios que pesaron sobre la vida del padre, orientado por la posibilidad de articular un retrato espectral. El propio retrato se establece como un umbral, una superficie en la que se cruzan tiempos, experiencias y generaciones.

Ese retrato espectral del padre se complejiza en el documental de Comedi con otro retrato: el que su padre le dedicaba en sus continuas filmaciones en video. Gabriel Giorgi sostiene que Agustina ocupa siempre el centro de la imagen paterna (2018). Los registros de video priorizan su imagen: Agustina toca el violín, hace gimnasia en un acto escolar, posa con sus amigas, canta en una reunión familiar. Su rostro se ubica en el centro de la imagen. En este sentido, el archivo paterno se dedica a retratar a su hija. En una de las escenas filmadas, y ante un desvío de la cámara paterna, Agustina niña le reclama desde el fuera de campo “Filmame a mí”. La forma en la que Jaime la miraba y la filmaba constituyen, a su vez, la base del autoretrato que Agustina realiza de sí misma a través del rodaje de un documental sobre su padre (Figura 5). En una breve secuencia de montaje, la cineasta introduce una serie de imágenes de ella desde su nacimiento hasta su pubertad. El registro archivístico paterno y el montaje de la

hija difuminan la distinción entre retratista y retratado o retratada. En este caso, ambos ocupan los dos lugares y el documental funciona, precisamente, como una reflexión sobre la mirada y el modo en el cual ser retratista supone, también, una manera de autofiguración. En ambos casos, se trata de retratos discontinuos, incompletos, pero a la vez contundentes e iluminadores.

La elaboración del retrato en ausencia sobre su padre y la aparición del retrato que su padre hizo de ella se colocan como la base de un proceso identitario. La *voice over* de Agustina señala que el día en el que falleció su padre fue el primero en el que ella tomó la cámara y filmó a su padre y a su madre. Se trata de la única imagen en la que ambos están juntos. En una lógica de transferencia o continuidad, la interrupción del rodaje paterno se continúa en su propia dedicación a la creación de imágenes. Y encuentra un nuevo eslabón cuando, en la secuencia final del documental, Agustina filma a su pequeño hijo, Luca. Se inicia así un nuevo esbozo de retrato que amplía y disemina la dimensión generacional y vuelve a posicionar al retrato como umbral que pone en contacto conflictivo a generaciones y tiempos.



Figura 5. Fotograma de *El silencio es un cuerpo que cae* (Agustina Comedi, 2018).

Si las imágenes de archivo son capaces de indicar que hay algo que falta, que fue suprimido en el orden visual de la familia heterosexual, la relevancia de los testimonios reside en hacer hablar a las imágenes y señalar eso silenciado. Entre las voces recopiladas para el documental sobresalen aquellas de los amigos y las amigas de Jaime, quienes compartieron sus años de juventud previos al matrimonio y la paternidad. Solo algunos miembros de su familia dan breves testimonios, más indiciales que informativos. Monona, su mujer, es un rostro de las imágenes de archivo, pero su palabra no es incluida en el documental. Por el contrario, las voces de sus amigos y amigas introducen la fuerza de lo explícito: las experiencias de violencia sufridas durante la dictadura, las persecuciones y los prejuicios. Las voces de los testigos tienen a su cargo la dimensión más claramente informativa del documental, la posibilidad de contextualizar los acontecimientos y los sujetos, los conflictos y los devenires. Al archivo sonoro de las entrevistas

y las conversaciones se suma la propia *voice over* de Agustina Comedi. Su voz es informativa y reflexiva, afectiva y persuasiva. En la conjunción de las imágenes de archivo y los testimonios, en la imbricación de pasado y presente, en la superposición de retratos y retratistas, *El silencio es un cuerpo que cae* indaga en la politicidad del rostro, en las multiplicidades que se dan en él y en la forma en la que la mirada constituye, en sí misma, un retrato posible.

6. Conclusiones

Si en el rostro se hace pública una demanda de reconocimiento que insiste en señalar el necesario respeto a su fragilidad, *Diário de uma busca*, 33 y *El silencio es un cuerpo que cae* exploran los modos en los que es posible escuchar esa pregunta y proponer una respuesta en forma de retrato. Se trata de organizar retratos que desacomodan ciertos rostros impuestos sobre los padres y las madres, determinadas formas fijas de pensar sus experiencias y les restituyan otros rostros e identidades. Esas restituciones no dependen solo de la voluntad filial de rescatar la memoria de sus progenitores, sino de la posibilidad de organizar a su alrededor un proceso de retratización atento a las mutabilidades del rostro, a sus variaciones temporales, a sus aperturas a la historia, a sus linajes y persistencias. Sin embargo, las restituciones son fallidas, interrumpidas o imposibles. Estos retratos, filmados por los hijos y las hijas, no constituyen afirmaciones plenas de los rostros y los sujetos retratados. Por el contrario, se presentan unos rostros discontinuos e incompletos, conjeturales e imaginarios.

Esos rostros espectrales, invocados por los testimonios de sus allegados y encontrados en el material de archivo, evaden la idea del rostro como relevador de la verdad del sujeto. El rostro múltiple y polifónico de los padres y madres ausentes se disemina en las miradas y las palabras ajenas. El rostro es así inescindible de la temporalidad y del punto de vista. En el caso de los hijos y las hijas, estos retratos y la recomposición de estos rostros funcionan como un umbral que pone en contacto diferentes tiempos y generaciones. Por eso, el proceso de elaboración del retrato se imbrica con sus propios procesos identitarios. El retrato en ausencia deviene el esbozo de un autoretrato en el que las nuevas generaciones experimentan un descubrimiento acerca de sí mismas. Si el rostro devino una mercancía del capitalismo visual y un agente de represión en la tecnoesfera digital, los tres documentales retoman su potencia como signo (incompleto) de identidad, como espacio (discontinuo) de comunicación intergeneracional y como portal (incompleto) que conecta tiempos e historias.

Referencias bibliográficas

- Agamben, G. (2002). *Medios sin fin*. Valencia: Pre-textos.
- Altuna, B. (2011). *Una historia moral del rostro*. Valencia: Pre-textos.
- Amado, A. (2009). *La imagen justa*. Buenos Aires: Colihue.
- Aumont, J. (1998). *El rostro en el cine*. Barcelona: Paidós.
- Bálazs, B. (2013). *El hombre visible, o la cultura del cine*. Buenos Aires: El Cuenco de Plata.
- Bartolomeu, A., & Veiga, R. (2015). Rastro e aura em *Diário de uma busca*. En R. Veiga, C. Maia & V. Guimarães (eds.), *Limiar e partilha* (pp. 126-152). Río de Janeiro: UFMG.
- Belting, H. (2021). *Faces. Una historia del rostro*. Madrid: Akal.
- Benjamin, W. (2004). Pequeña historia de la fotografía. En *Sobre la fotografía*. Valencia: Pre-textos.
- Bernardet, J. (2011). Documentales de búsqueda: 33 y *Pasaporte húngaro*. En A. Labaki & M. Mourao (eds.), *El cine de lo real* (pp. 117-128). Buenos Aires: Colihue.
- Butler, J. (2009). *Vida precaria. El poder del duelo y la violencia*. Buenos Aires: Paidós.
- Cortés Rocca, P. (2011). *El tiempo de la máquina*. Buenos Aires: Colihue.
- Domínguez, N. (2021). *El revés del rostro*. Rosario: Beatriz Viterbo.
- Fireman, C. (09/03/2004). Entrevista: Kiko Goifman. Web *Filmesdochico*. Rescatado de: <https://filmesdochico.com.br/3972/>
- Foster, H. (2017). *Malos nuevos tiempos. Arte, crítica, emergencia*. Madrid: Akal.
- França, A. (2014). *Diário de uma busca*. Os brinquedos-fósseis e o tempo da memória. En C. Fukelman (ed.), *Eu assino embaixo: biografia, memória e cultura* (pp. 239-253). Río de Janeiro: Uerj.
- Giorgi, G. (2018). El archivo de las imágenes, el desorden de las familias. Web *Kilómetro 111*. Rescatado de: <https://kilometro111cine.com.ar/el-archivo-de-las-imagenes-el-desorden-de-las-familias/>
- Haber, M., & Zgaib, I. (2022). Archivos de fantasía: una entrevista con Agustina Comedi. *Imagofagia*, 25, 204-222.
- Haber, M. (2024). Archivo, deseo y doma. Una lectura desde *El silencio es un cuerpo que cae*. *Iberoamericana*, 85, 101-123.
- Le Breton, D. (2010). *Rostros. Ensayo de antropología*. Buenos Aires: Letra Viva.
- Miranda, A. (2011). No documentário 'Diário de uma busca', Flávia Castro aposta na memória para tratar da vida do militante Celso Afonso Castro. Web *O Globo Cultura*. Rescatado de: <https://oglobo.globo.com/cultura/no-documentario-diario-de-uma-busca-flavia-castro-aposta-na-memoria-para-tratar-da-vida-do-militante-celso-afonso-castro-2691539>
- Osborne, T. (1999). The ordinariness of the archive. *History of the Human Sciences*, 12 (2), 51-64.

Portó, D. (2007). El retorno del cine híbrido por parte de cineastas brasileños. *Revista de Comunicación*, 6, 131-141.

Todorov, T. (2006). La representación del individuo en la pintura. En *El nacimiento del individuo en el arte*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Reseña curricular

Mariano Veliz es Doctor en Historia y Teoría de las Artes, Magister en Análisis del Discurso y Licenciado en Artes por la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. Se desempeña como docente de la carrera de Artes de la misma institución y de la carrera de Artes Audiovisuales de la Universidad Nacional de las Artes. Es investigador en el Instituto de Artes del Espectáculo. Dirige, con Natalia Taccetta, la colección "Imagen e historia" en la editorial Prometeo. Publicó los libros *Figuraciones de la otredad en el cine contemporáneo* (Prometeo, 2020) y *Cines latinoamericanos y transición democrática* (Prometeo, 2019). Es director de la revista *En la otra isla. Revista de audiovisual latinoamericano*.

Declaraciones:

- Los autores declaran que, en la elaboración del presente artículo, no se ha utilizado herramientas de inteligencia artificial.



Imagen: Jonathan Delgado



Imagen: Alejandro Bejarano

David Fincher y el asesino en serie como celebridad.

David Fincher and the serial killer as a celebrity.

Resumen:

Dentro del saturado panorama de la industria cinematográfica actual, un director sobresale por su densa filmografía dedicada en gran medida a desarrollar historias cuyos protagonistas se enfrentan a la amenaza del asesino en serie. David Fincher ha sido responsable de la construcción de un imaginario contemporáneo sobre estos infames personajes, excesivamente mediáticos, que han atemorizado al público y han causado pánico dentro de la sociedad americana. En este trabajo nos proponemos diseccionar las obras de Fincher que se dedican a profundizar sobre el fenómeno de los asesinos en serie, el rol que desempeñan los medios de comunicación en la creación de su imagen pública y el papel de las fuerzas de seguridad a la hora de dar caza a estos terribles homicidas.

Palabras clave: Cine; fama; medios de comunicación; psicópatas; thrillers.

Abstract:

Within the current saturated panorama of the film industry, one director stands out for his dense filmography largely dedicated to developing stories whose protagonists face the threat of the serial killer. David Fincher has been responsible for the construction of a contemporary imaginary about these infamous characters, excessively media-friendly, who have frightened the public and caused panic within American society. In this work we propose to dissect Fincher's works that are dedicated to delving into the phenomenon of serial killers, the role played by the media in creating their public image and the role of the security forces when it comes to hunting down these terrible murderers.

Keywords: Cinema; fame; mass media; psychopaths; thrillers.

Luis Eduardo Finol Benavides

Universidad Complutense de
Madrid - España

luisefinol@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0002-6472-895X>

Enviado: 14/11/2024

Aceptado: 22/7/2025

Publicado: 15/1/2026



Esta obra está bajo una licencia internacional
Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.

Sumario. 1. Introducción. 2. Desarrollo. 2.1 *Seven*. 2.2. *Zodíaco*. 2.3. *Mindhunter*. 3. Conclusiones.

Cómo citar: Finol Benavides, L. E. (2026). David Fincher y el asesino en serie como celebridad. *Ñawi. Arte, Diseño, Comunicación*, Vol. 10, Núm. 1, 41-57.

<https://nawi.espol.edu.ec/>

www.doi.org/10.37785/nw.v9n2.a2

1. Introducción

El cine del director norteamericano David Fincher (Denver, 1966) se ha preocupado por abordar el tema de los asesinos en serie o asesinos seriales desde una perspectiva profunda y compleja, que indaga sobre las causas y motivos subyacentes a la aparición de estos terribles criminales en las sociedades contemporáneas. Filmes como *Se7en* (1995), *Zodiac* (2007) y, más recientemente, la serie producida por Netflix *Mindhunter* (2019), son una muestra del interés de Fincher por acercarse a las condiciones particulares que originan la emergencia de estos homicidas reincidentes y cómo despliegan sus siniestras y terroríficas estrategias, a la vez que enseñan el papel de los medios de comunicación y las fuerzas de seguridad a la hora de perfilar y capturar a estos asesinos múltiples.

Fincher, a través de su cine, nos enfrenta a una cuestión: ¿Qué caracteriza a un asesino en serie? Según el FBI, “un asesino en serie es alguien que comete al menos tres asesinatos durante más de un mes, con un período de enfriamiento emocional entre ellos. La característica principal de esta tipología es la existencia de un período de enfriamiento y una individualización de los crímenes en cuanto a que cada víctima puede verse por separado en momento y lugar” (Jiménez Serrano, 2014, 5). El período de enfriamiento puede considerarse como un espacio temporal en el que el asesino no mata, aunque eso no quiere decir que no esté planeando seguir haciéndolo. Tras el crimen, el asesino consigue cubrir las necesidades psicológicas que buscaba y obtiene una sensación de poder, dominio y venganza que lo sacian temporalmente. En esta situación, el asesino no requiere matar otra vez, aunque a veces siente la necesidad de recrear y revivir el asesinato, por lo que puede quedarse con *souvenirs* o trofeos robados de la escena del crimen. Los asesinos en serie entrarían dentro de la clasificación general de asesinos múltiples.

Atendiendo a los hallazgos del criminólogo Vicente Garrido, recogidos en su libro *El monstruo y el asesino en serie*, podríamos enumerar ciertos rasgos comunes de los individuos que presentan una condición psicopática que les acerca potencialmente a cometer este tipo de actos delictivos. Por ejemplo, lo siguiente: “Habilidad para fingir una personalidad amable y honesta; para manipular y engañar; un narcisismo elevado, donde domina el derecho a sentirse superior y a disfrutar de más cosas y mejores que el resto del mundo; una gran dificultad para sentir profundamente las emociones que nos vinculan afectivamente con los demás, como la empatía, la compasión o el amor” (Garrido & Latorre, 2023, 20). Si bien es cierto que la mayoría de los asesinos en serie demuestran una personalidad psicopática, no todos los psicópatas son asesinos. Sin embargo, es bastante probable que un individuo con las características mencionadas anteriormente esté bien equipado para infringir la ley y cometer crímenes. En los perfiles psicológicos de los asesinos en serie se encuentran sentimientos de insatisfacción y marginalidad que nacen como consecuencia de la imposibilidad de encajar dentro del tejido social. Por otro lado, existe una necesidad de llamar la atención del público, las fuerzas de seguridad y los medios de comunicación con el fin de obtener fama y reconocimiento. Sus crímenes suponen una manera abyecta y perversa de obtener atención a través de titulares en la prensa y la televisión dedicados a condenar las atrocidades causadas por sujetos que, en ciertas ocasiones, consideran sus actos como obras de arte meticulosamente preparadas y ejecutadas.

Una de las cualidades distintivas del abordaje que hace Fincher del fenómeno de los asesinos en serie es la de poner el foco sobre el rol que desempeñan los medios de comunicación en la creación de los mitos que configuran

e immortalizan a estos terribles criminales. Se podría afirmar que existe una relación simbiótica o de dependencia entre el periodismo sensacionalista y la existencia de asesinos seriales. Se retroalimentan, hasta el punto de que mantienen, en la mayoría de las ocasiones, una directa comunicación que se desarrolla a través de mensajes crípticos o acertijos que, en última instancia, deben ser resueltos por la policía y las fuerzas del orden.

A finales del Siglo XIX, la existencia de una prensa cada vez más rápida en su distribución y con la capacidad de llegar a un público masivo comprende que nada capta más el interés que un asesinato aterrador. Nace a partir de esa época el periodismo sensacionalista. “El caso de Jack el Destripador es el ejemplo del crimen sensacional como epicentro de las noticias: es el primer asesino serial de la modernidad que alcanza fama mundial. ¿Por qué tendría que interesar a alguien que vive en París o en Nueva York que alguien cometa crímenes horribles en Londres? Porque está en nuestra naturaleza prestar atención a aquellos fenómenos que, en caso de estar nosotros en el lugar y sitio equivocados, podría convertirnos en las próximas víctimas” (Cancela, 2023).

La gratificación de los crímenes cometidos por los asesinos en serie cobra mayor relevancia cuando otros desvelan las artimañas necesarias para llevarlos a cabo y a raíz de este proceso se genera un sentimiento tanto de temor como de fascinación que termina erigiendo la figura del asesino en serie como un genio del mal capaz de matar a su antojo sin temor a ser castigado. El sensacionalismo con que se tratan los casos relacionados con estos deleznable delincuentes también les dota de cierto estatus de celebridad, que es un síntoma evidente de la admiración perversa del público hacia lo terrorífico. El cine de Fincher pone de manifiesto este carácter célebre que lamentablemente acompaña a los infames asesinos en serie. También muestra los obstáculos enfrentados por policías y detectives durante las décadas finales del Siglo XX (la edad de oro de los asesinos en serie) a la hora de capturarles y cómo los avances tecnológicos y una visión más profunda y compleja sobre estos criminales permitió poner freno a esta espantosa oleada de crímenes.

En el presente artículo nos propondremos como objetivo general la tarea de analizar la manera en que Fincher representa el fenómeno de los asesinos en serie, con la intención de encontrar los rasgos fundamentales de esta temática en su obra y, sobre todo, delimitar de manera clara y directa las complejas y complementarias relaciones que se establecen entre los asesinos en serie, las fuerzas del orden y los medios de comunicación, cuya labor contribuye a la construcción de la figura del asesino serial como un criminal que genera tanto miedo como fascinación y es mitificado por parte de la cultura.

2. Desarrollo

2.1 *Seven*

El largometraje que lanzó a la fama a David Fincher es una obra estéticamente sobresaliente que materializa un guion milimétricamente preparado (escrito por Andrew Kevin Walker, asiduo colaborador de Fincher) y rodado con la precisión característica de un realizador brillante. *Seven*, o *Se7en*, se ha convertido con el paso del tiempo en un clásico contemporáneo que recoge parte de las tendencias estilísticas de finales del Siglo XX (influenciada por el auge del Video Clip) y pone de manifiesto el enorme potencial que desarrollaría Fincher a lo largo de su carrera. La secuencia de

créditos inicial marcaría una de las señas de identidad de la filmografía del director por la capacidad de síntesis tanto estética como temática del film. Este largometraje aparece en un momento histórico en el que el tema de los asesinos en serie vuelve a la palestra e irrumpe con fuerza en Hollywood tras el rotundo éxito de *El silencio de los corderos* (1991) película dirigida por Jonathan Demme, basada en el *Best Seller* homónimo de Thomas Harris.

El film cuenta la aparición de un asesino en serie con una misión clara, limpiar las calles de la ciudad de la escoria humana que comete pecados diariamente con impunidad y corrompe a la sociedad. El plan del asesino pasa por sacrificar a siete personas, cada una de ellas moriría por causa de los pecados capitales (Gula, Avaricia, Soberbia, Pereza, Lujuria, Ira y Envidia). Según Holmes y DeBerger en su estudio sobre los asesinos seriales, estos se clasifican en diversos grupos debido a su *Modus Operandi*. Una de las categorías corresponde a los asesinos en serie catalogados como “Misionarios” que, de acuerdo a los autores, “...no sufre ningún tipo de alucinaciones, sino que es capaz de elaborar una idea delirante en la que tiene la misión de acabar con determinado tipo de personas (prostitutas, drogadictos, vagabundos, etc.) y se cree un salvador, un redentor” (Jiménez Serrano, 2014, 9). John Doe, el asesino en serie de *Seven*, encajaría dentro de esta tipología. John Doe, además, es un nombre común utilizado para referirse a personas sin identificar, y representa a ese hombre anónimo que podría ser cualquiera, demostrando que la mayor amenaza puede esconderse tras la persona aparentemente más inofensiva (Gómez, 2015).

Para detenerlo, dos detectives de perfiles antagónicos pretenden apresar al criminal antes de que pueda culminar su plan. Los detectives Mills (Brad Pitt) y Somerset (Morgan Freeman) actúan como un par binario; los opuestos que conforman una dualidad en eterno conflicto y tensión, como una pequeña representación de las dinámicas universales puesta en escena en términos conceptuales. Somerset adelanta al comienzo del film algunas de las pesimistas reflexiones que posteriormente ampliará John Doe acerca del ser humano, en el sentido en que detesta la falta de empatía y solidaridad de los individuos que habitan esta sombría y desoladora ciudad, (asolada por una lluvia incesante) recordando y comentando con sus superiores del departamento de policía, las horripilantes atrocidades cometidas recientemente por algunos criminales locales. En este sentido, Somerset parece estar resignado con respecto a la violencia destructiva que es capaz de liberar el ser humano y opta por retirarse de su trabajo, apesadumbrado por un halo de hastío y resignación que le impide atisbar un rayo de luz en el oscuro y perverso mundo que le rodea.

Por otro lado, Mills se muestra como un joven detective que ansía impartir justicia y limpiar las calles de criminales, derrochando energía y voluntad en un rabioso esfuerzo tozudo e infatigable. “En términos de punto de vista, *Seven* está alineada reconociblemente con los dos policías, quienes representan una dicotomía organizada en pares platónicos binarios; no sólo veterano y novato, sino también blanco y negro, cerebral e impulsivo y pragmático e idealista” (Nayman, 2021, 36). Este contraste sirve para demostrar la complejidad del universo y la tensión constante que nos define como individuos; de ahí que el film interpele a la audiencia, hasta cierto punto, recordando la bíblica frase: “Aquel que esté libre de pecados, que tire la primera piedra” (Juan 8: 1-7).

Sin duda alguna, el elemento religioso dentro de la propuesta formal del largometraje es fundamental, y estructura toda la narración. Richard Dyer (2008) se refirió al film como un “estudio sobre el pecado”. Los siete pecados capitales

organizan el entramado de crímenes cometidos por John Doe como una forma de escarmiento hacia los pecadores que conforman una sociedad decadente y putrefacta. Los rasgos estilísticos del filme acentúan estas características, mostrando la ciudad como una urbe deshumanizada, gris y sucia, inmersa en un diluvio universal donde la soledad de sus habitantes parece un denominador común (todos los protagonistas de la historia se sienten solos y alienados de alguna u otra forma). Según palabras de Fincher, el número 7 como símbolo está presente en la cultura occidental dentro de la tradición cristiana representado en diversos acontecimientos.

Se7en requiere ser vista en términos de pecado. Pero en sí mismo el título no es indicativo de ello. Los siete pecados capitales son sólo uno de los numerosos siete que existen en la cultura Occidental: días de la creación, de la semana, virtudes cardinales, sacramentos cristianos, maravillas del mundo, pilares de la sabiduría, colores del arco iris; el Libro de las Revelaciones tiene alrededor de cincuenta grupos de siete (incluyendo iglesias, candelabros, ángeles, trompetas) en su visión del Apocalipsis. Aunque *Se7en* va más allá: las siete terrazas del purgatorio de Dante, una referencia a algo que lee el detective Somerset acerca de siete niños asesinados... Pese a ser un título tan sobrio, *Se7en* evoca todas estas resonancias casi cósmicas". (Navarro, 2016, 10).

La divina comedia de Dante Alighieri sirve como referencia para el proyecto de John Doe. En el poema teológico del escritor italiano se puede leer lo siguiente: "Una montaña de 7 círculos se erige en el horizonte del Purgatorio y estos siete giros corresponden a cada uno de los pecados capitales: Lujuria, Gula, Soberbia, Pereza, Avaricia, Ira y Envidia" (Clarín, 2024). Por lo tanto, el asesino en serie ejerce como inquisidor y arremete contra la depravación encarnada en individuos comunes y corrientes que han sucumbido ante sus bajas pasiones y debilidades carnales. John Doe actúa desde una posición de superioridad moral y se sitúa por encima del bien y del mal (una característica común de los psicópatas). El objetivo de sus asesinatos es llevar a cabo una limpieza social, eliminando la basura que habita la ciudad. Dentro de su psicopatía y narcisismo se percibe a sí mismo como el elegido por Dios para llevar a cabo este proyecto, por el cual debe recibir el reconocimiento del público porque supone una contribución a la mejora de la especie humana. También, Doe piensa que en la artesanía de sus crímenes radica un talento y capacidad dignos de elogio que le sitúan dentro de la esfera del Artista con mayúsculas. Las terroríficas escenas del crimen que nos muestra el film son el testimonio de la infinita crueldad del ser humano sublimada por la falta total de empatía de un psicópata con ínfulas de celebridad.

Uno de los elementos de *Seven* que capturó inmediatamente la atención del público fue la potencia visual de sus imágenes. Fincher recrea estéticamente el decaimiento de la psique del asesino en serie, quien en una última cruzada pretende consagrarse con su *Magnum Opus*; un proyecto terrible, macabro y abyecto que, aunque en su justificación pretende servir como un sermón dirigido a las sociedades decadentes de las grandes metrópolis (en este respecto, la película recoge algunos rasgos esenciales de la tradición *Film Noir* y se presenta como un *Neo-Noir*), se revela en realidad como una serie de ajusticiamientos grotescos y abominables inéditos para los detectives. La medida de lo espeluznante de su empresa viene dada por la increíble preparación y anticipación necesaria para desplegarla. Años de trabajo en la sombra que empiezan a ver la luz asombrando a las fuerzas policiales por la perfección con la que se despliega el horripilante espectáculo. El terror inefable de estos asesinatos despierta una cierta fascinación que ubican al asesino en serie en el lugar del genio criminal, una siniestra y oscura mente maligna capaz de elaborar

tétricas y crueles obras maestras de la tortura. Este hecho apela al carácter sensacionalista que atrae a las personas (y sobre todo a los medios de comunicación) como si necesitaran una dosis de pavor que les haga recordar que están vivos. Ese temor hacia el asesino en serie se sitúa a una distancia no muy lejana de una perversa veneración hacia un individuo que actúa como un Dios. “Quizá el aspecto más provocador y problemático de *Seven* es la veneración de la figura del asesino serial como un gurú moderno con algo que decir sobre la Sociedad” (Nayman, 2021, 34).

Mills y Somerset (Figuras 1 y 2) construyen un incipiente perfil del asesino en el que destaca su plausible intelectualidad. La frase del *Paraíso perdido* de John Milton encontrada en una de las escenas del crimen, “Largo y tortuoso es el camino que conduce del infierno hacia la luz”, es una muestra de ello. Otra de las pistas clave que los conducen hacia el asesino la consiguen a partir de los libros que solicita John Doe en la biblioteca pública (entre ellos, *La divina comedia* de Dante Alighieri). Esto les permite dar con la morada del asesino, aunque fracasan en su intento de apresarlos. Sin embargo, John Doe se entrega sorpresivamente reconociendo la astucia de los detectives por haber entendido el mensaje que atraviesa su plan. David Fincher le comentó a Amy Taubin lo siguiente:

Lo que me cautivó del guion es el aspecto de unir los puntos. Es una película de unir los puntos que habla de la inhumanidad. Es psicológicamente violenta. Implica mucho, no sobre por qué lo hace sino sobre cómo lo hace. Tiene este elemento de maldad que es realista, pero no quería que la gente dijera: ¿No es esto lo más espantoso que has visto en tu vida? Lo que me da asco es la violencia que se supone que debes aplaudir (Taubin, 2017).



Figura 1. Uno de los protagonistas de *Seven*, Morgan Freeman.

Doe quiere cumplir un último deseo antes de culminar su obra: hablar con Somerset y Mills, porque los admira y pretende revelarles el por qué de sus atroces actos. La admiración de John Doe por los detectives también es una muestra de la necesidad de atención del asesino. Es la demostración de que sus actos no tienen ningún sentido si no existe un público del otro lado que observe asombrado sus crímenes. También demuestra el narcisismo que mueve al psicópata, que presume de obtener el foco de los medios, aunque esto signifique cometer las más reprobables y monstruosas acciones. El hecho de que John Doe se entregue a la policía resulta ser increíblemente audaz, porque forma parte de su esquema, que logra su culminación cobrándose las últimas dos víctimas de la historia. Una de ellas es presa de la envidia del asesino en serie, la mujer de Mills (el personaje interpretado por Gwyneth Paltrow) y, a raíz

de esta escalofriante revelación, su marido, el detective Mills, liquida a John Doe (el envidioso) en un arrebato de ira (el pecado capital que faltaba por aparecer en la trama) completando así el proyecto del asesino en serie. Este final no hace más que subrayar el maquiavelismo del asesino en serie, y supone un cierre pesimista y oscuro que no hace concesiones con el espectador. John Doe, a raíz de este film, se convirtió en uno de los asesinos en serie más célebres de la historia del séptimo arte.



Figura 2. Los protagonistas de *Seven*: Morgan Freeman, Brad Pitt y Kevin Spacey.

2.2 *Zodíaco*

El sexto largometraje de David Fincher podría ser catalogado como un “drama cósmico”, es decir, un diálogo constante que puede llegar a ser eterno e irresoluto. Desde una perspectiva metafísica, también podría acercarse a lo que algunos críticos de arte se han referido como obras que arrojan preguntas sin respuesta y no hay nada más atemorizante que una pregunta sin respuesta. *Zodíaco* es una representación del fenómeno de los asesinos en serie radicalmente opuesta a la ofrecida en *Seven*. La impactante potencia visceral de las escenas del crimen detalladamente construidas por Fincher en *Seven*, dan paso a una parquedad y economía visual más realista, cercana al género del cine documental y desprovista de efectismo y violencia gráfica *gore*. “*Seven* es una película acerca de un asesino en serie con una idea, validada por la estética macabra propia del estilo cinematográfico de Fincher. *Zodíaco*, sin embargo, ha sido concebida como una película acerca de la idea de los asesinos en serie o de algo aún más abstracto. El asesino en serie como idea” (Nayman, 2021, 55).

Zodíaco se centra en un caso real que aterrorizó a la bahía de San Francisco durante la década de los 70’ del siglo pasado, y que tuvo una gran repercusión y alcance mediático. Fincher experimentó de primera mano el miedo que despertó el asesino del *Zodíaco*, puesto que de niño vivió cerca del área de acción del infame criminal. Fincher le confesó a Shawn Levy:

De niño, siempre pensé que el *Zodíaco* había asesinado a más personas y que había una gran cacería para encontrarle. Resulta ser que sólo eran 2 hombres haciendo llamadas telefónicas y tomando notas con bolígrafos Bic. Aun cuando en televisión nos decían que investigaban a través de archivos de ordenadores y comparando huellas dactilares, la realidad es que la tecnología no existió de manera útil hasta mucho después” (Knapp, 2014, 118).

Estas afirmaciones comprueban la errónea concepción que tenía el director antes de investigar sobre el caso en profundidad, quizá presa de las difusas memorias de infancia que albergaba en su psique, alimentadas por una sobre-representación de noticias sensacionalistas y amarillistas en los medios de comunicación y un clima de crispación latente en el país. De ahí la importancia que otorga Fincher a la sala de redacción del *San Francisco Chronicle* como generador de opinión y vehículo fundamental para la exposición pública del asesino del Zodíaco. “Zodíaco eligió él mismo su nombre en una serie de cartas que, hasta 1974, envió a las redacciones del *San Francisco Chronicle* y del *San Francisco Examiner*. En sus misivas incluyó cuatro criptogramas –de los cuales tres todavía no han sido descifrados–, firmados con una cruz rodeada por un círculo” (*Cineastas del Siglo XXI*, 2016, 34). Esto demuestra el carácter narcisista del criminal, que se bautiza a sí mismo como una marca o personaje de ficción.

El miedo que suscita “Zodíaco”, el asesino que está entre nosotros, aviva la paranoia por la seguridad de una sociedad, la estadounidense, hipersensible a cualquier violencia que atente contra el sistema, pero ajena, indiferente, a la que ese mismo sistema genera y, al mismo tiempo, escéptica ante las medidas adoptadas por las autoridades para salvaguardar sus vidas [...]. Los medios de comunicación, nos dice la cinta, son quienes alimentan esa paranoia en connivencia con el sistema (*Cineastas del Siglo XXI*, 2016, 39).

El móvil de “Zodíaco” bien podría ser el de aparecer en los medios de comunicación. Esto nos devuelve a la idea de esa dependencia perversa entre los *Mass Media* y los monstruos, en este caso representado por un asesino en serie, perfil que gozaba de un auge sin precedentes durante este período histórico. “Fincher está fascinado por la idea de que la compulsión del Zodíaco no es, en última instancia, la de matar, sino la de comunicarse con los medios. Eso se convirtió en algo mucho más gratificante de lo que comenzó a hacer en primer lugar... Así que, él era un buscador de atención” (Knapp, 2014, 125).

Todas las sospechas de Fincher quedan respaldadas por el *modus operandi* del criminal. El asesino del Zodíaco reportaba sus crímenes de manera telefónica aportando detalles de los homicidios a la policía para demostrar su autoría. “Zodíaco” confesaba: “Acabo de cometer un crimen, esto es lo que vais a encontrar en la escena del crimen.” Luego estableció una relación epistolar con los medios de comunicación, en concreto, el *San Francisco Chronicle*, con la intención de amplificar y dar publicidad a sus atrocidades. También amenazaba con cometer crímenes abominables, como asesinar niños en el autobús de la escuela, si sus cartas no eran publicadas. Tanto revuelo causó “Zodíaco” que el largometraje dirigido por Don Siegel en 1971, *Dirty Harry*, un *thriller* policiaco protagonizado por Clint Eastwood, se basa en su figura, para contar la historia de un asesino en serie que aterroriza San Francisco y que se hace llamar Scorpio. En el film de Fincher se reproduce el momento del estreno del filme y la reacción de los periodistas del *Chronicle* ante este inusual evento. Esta cuestión de la excesiva fama que obtiene “Zodíaco” a medida que aparece en los medios de comunicación despierta diversas interrogantes en la población. En una entrevista radial una mujer afirma que los periódicos no deberían publicar las cartas del “Zodíaco”, aunque éste hubiera amenazado con cometer más asesinatos. La mujer apunta a la ambición de los medios por vender y obtener más ganancias acudiendo al sensacionalismo.

La policía no quiere que se filtre información sobre las cartas del “Zodiaco”, para no entorpecer la investigación y otorgarle demasiado poder al criminal, pero los medios de comunicación, intentando aprovechar la oportunidad que significa publicar datos sobre el asesino, revelan detalles que despiertan pánico en la población. El “Zodiaco”, a medida que aglutina titulares y toma la consciencia de su poder de negociación, solicita hablar con un personaje público en TV. Este requerimiento refuerza la idea del asesino en serie como una celebridad. Nev Pierce afirma lo siguiente: “Rara vez un asesino múltiple con tan pocos homicidios ha sido culpable de derramar ríos de tinta tan caudalosos en las salas de prensa. Zodiaco reclamaba una treintena de homicidios aunque sólo se confirmaron unos 5. Esto demuestra la capacidad del asesino para publicitarse y venderse de cara a los medios de comunicación” (Knapp, 2014, 120).

Uno de los elementos clave por los cuales “Zodiaco” permanece como uno de los asesinos en serie más importantes en la historia está directamente relacionado con su excesiva exposición en los medios de comunicación. Así lo expresa Mark Browning (2010, 80) en su profundo estudio sobre la filmografía de Fincher que lleva por título *Filmes que dejan cicatrices*: “Zodiaco es acerca de la escritura. Lo que diferencia a Zodiaco de los demás asesinos no es la escala y brutalidad de sus crímenes, sino la relación que estableció con la policía y la prensa a través de sus cartas”. Su imagen se construyó a partir de los periodistas y el imaginario colectivo que edificaron un mito de proporciones épicas que todavía resuena en la memoria de los estadounidenses. El periodista Paul Avery realizó un superficial perfil de “Zodiaco” en uno de sus artículos publicados en el *Chronicle*, describiéndole como un homosexual latente y deduciendo que “...se trata de un sujeto ávido de popularidad que necesita aparecer en los medios a toda costa, aunque ello suponga autoinculparse de otras muertes con las que nunca tuvo nada que ver” (Gómez, 2015, 61).

Fincher construye un triángulo entre los tres personajes principales de la historia (Figura 3). El periodista Paul Avery, quien es la cara visible del importante trabajo de la prensa y los medios de comunicación; el detective David Toschi, que intenta dar con la pista del asesino múltiple pero carece de los recursos necesarios para llevar a cabo su cometido; y Robert Graysmith, caricaturista del *San Francisco Chronicle* quien, motivado por su curiosidad y astucia (y su capacidad para descifrar criptogramas), colabora con la investigación atando cabos y representando a los ciudadanos “obsesionados” por descubrir quién es el “Zodiaco”. Su inusitada capacidad para interpretar las cartas codificadas del asesino en serie le granjean elogios y le convierten en un actor determinante a la hora de comprender las intenciones del criminal. El hecho de que este dibujante se haya convertido en una figura tan relevante en el caso demuestra tanto la insuficiente e ineficaz labor policíaca y de las fuerzas de seguridad con respecto al seguimiento del Zodiaco como la obsesión del público con respecto a esta figura. Graysmith, posteriormente, escribiría el libro *Los asesinatos del Zodiaco* (1986), en el que se basaría el guion de la película, y colaboraría de manera activa en la compleja producción del largometraje.

A medida que avanza el film de Fincher, confirmamos que los inútiles esfuerzos de los protagonistas por descubrir al asesino en serie enfatizan la idea de que “la realidad no es sólo algo mentiroso, sino que además está tremendamente codificada, oculta bajo los criptogramas de un asesino psicópata, escondida tras miles de pistas falsas, pistas verdaderas pero imposibles de demostrar, tras una sobredosis de información que hace imposible

orientarse, recomponer y ordenar el relato de lo sucedido" (*Cineastas del Siglo XXI*, 2016, 40). La impunidad de la que gozó "Zodiaco" constituye la esencia fundamental del terror que ocasionó en la sociedad americana, dejando una cicatriz imborrable en la cultura y en toda una generación marcada por un período histórico convulso.

La película funciona simultáneamente tanto a nivel micro como a nivel macro. La representación de los hechos reales relacionados a la cacería de uno de los más misteriosos asesinos en serie americano del Siglo XX, intercala asiduamente la intimidad y la omnipresencia; mientras se enfoca intencionadamente sobre los microscópicos detalles de la investigación forense, permanece en sintonía con una fluida y amplia progresión de la moda, la tecnología, la política y la cultura pop en un espacio de tiempo que abarca un cuarto de siglo, desde 1969 hasta 1991 (Nayman, 2021, 52).

James Vanderbilt, guionista de *Zodiaco*, pensaba que el film estéticamente estaba más cerca de un estilo documentalista y, por tanto, más realista que se centraba en contar la historia sin artificios y sin mostrar la violencia de una manera frontal. A diferencia de *Seven*, que es una película estilísticamente barroca y pretende impactar a la audiencia con imágenes horripilantes y chocantes (Nayman, 2021, 54). Fincher le comentó al crítico de cine Jonah Weiner lo siguiente: "Estamos tratando de controlar donde mira la gente, así no terminan mirando cosas que van a confundirlos. La forma más simple de describir lo que es dirigir sería: ¿cómo consigo que miren donde necesito que miren? (Weiner, 2020).

Fincher consigue un nivel de precisión narrativa y estilística en *Zodiac* que despoja de todo artificio innecesario al film y lo convierte en una experiencia escalofriante por su manera realista de acercarse a los hechos. La apertura que deja el final del film también resulta desoladora, en una forma diferente a la de *Seven*, pero dejando en la audiencia más preguntas que respuestas y una sensación de desasosiego incómoda. El Zodiaco dejó de asesinar y enviar cartas a la prensa y su larga sombra desapareció de los titulares ocasionando que el público perdiera el interés por su paradero. Sin embargo, el impacto del largometraje de Fincher consiguió que la investigación sobre el Zodiaco, que se encontraba inactiva, se reactivara como consecuencia del hallazgo de nuevas pistas e hipótesis.



Figura 3. Robert Downey Jr., Jake Gyllenhaal, Mark Ruffalo y John Carroll Lynch, en *Zodiac*.

2.3 *Mindhunter*

Una representación tanto clara como fidedigna de las metodologías científicas utilizadas en la construcción del

perfil del asesino serial es la proyectada en la serie *Mindhunter* (Penhall & Fincher, 2017-2019), producción de Netflix que se extendió durante dos temporadas y que, lamentablemente, detuvo la realización de siguientes temporadas debido al alto coste de los episodios y el insuficiente impacto que estaba generando. Fincher dirigió un total de siete episodios esparcidos durante las dos temporadas, y se involucró de manera exhaustiva en la producción de la serie. *Mindhunter* explica de manera plausible los inicios de las investigaciones psicológicas que establecieron los pilares del estudio de los asesinos en serie a través de entrevistas en profundidad con verdaderos homicidas como Edmund Kemper, David Berkowitz (el hijo de Sam) y otros criminales célebres como Charles Manson o Wayne Williams; muchos de ellos activos durante la década de los años 60' y 70' del Siglo XX. El FBI lideró esta empresa desde lo que se denominó como Departamento de Ciencias de la Conducta, con el fin de construir perfiles estándar de los asesinos seriales, antes incluso de que existiera esta etiqueta/definición, con el objetivo de resolver casos abiertos. Previamente, un asesino culpable de una serie de asesinatos similares en sus características y *modus operandi* era sólo un asesino múltiple o un criminal responsable de varios homicidios. Existía entonces un desconocimiento por parte de las autoridades acerca de los móviles que impulsaban a estos criminales a cometer sus abominables actos de forma recurrente. A raíz de las investigaciones del Departamento de Ciencias de la Conducta se inaugura el estudio de los patrones y pautas comunes presentes en la personalidad de los asesinos seriales, dando como resultado las primeras construcciones de perfiles psicológicos que describen a estos criminales.

Robert K. Ressler, una de las figuras más prominentes en la creación de perfiles psicológicos de asesinos en serie, con una trayectoria de más de veinte años en la Unidad de Ciencias del Comportamiento del FBI afirmaba en su libro *Dentro del monstruo*: "Como parte de mi intento de entender a los asesinos múltiples, a mediados de la década de 1970 acuñé el término asesino en serie. Antes de que yo acuñase la expresión asesino en serie a mediados de la década de 1970, a estos crímenes se les denominaba asesinatos cometidos por desconocidos, para diferenciarlos de aquéllos en que las víctimas morían a manos de una persona conocida, por lo general de la familia (Ressler, 1998, 10).

Ressler es una de las figuras representadas en la serie a través del personaje Bill Tench, que es uno de los protagonistas de la ficción y a quien acompaña a Holden Ford en el proyecto innovador del FBI que revolucionaría la forma de abordar la investigación sobre asesinatos seriales. Ford encarna a John Douglas, profesor de Ciencias del Comportamiento en el FBI, a quien la serie introduce desde sus inicios como negociador de rehenes en situaciones extremas. Ambo se embarcan en la misión de viajar a través de los Estados Unidos enseñando las técnicas de perfilación criminal a policías de diversos departamentos e involucrándose en diferentes investigaciones. John Douglas fue el escritor del libro *Mindhunter, cazadores de mentes* (junto con Mark Olshaker) que sirvió de base para la creación de la serie y que relata su experiencia sobre las entrevistas en profundidad que realizaron a verdaderos asesinos en serie encarcelados. El tercer componente del grupo fue Wendy Carr que hace alusión a la doctora Ann Wolbert Burgess, quien aporta una visión académica sobre la psicología que da mayor profundidad y fundamentos teóricos a la investigación (Figura 4).

La idea de que los agentes de la Unidad de Ciencias del Comportamiento del FBI entrevistaran a los asesinos que cumplían condenas en la cárcel fue revolucionaria y transgresora en su momento, encontrando un rechazo inicial

por parte del FBI, pero tenía una justificación muy clara porque respondía a la pregunta: ¿Cómo piensa un asesino en serie? Para conocer su manera de pensar era necesario conocer sus comportamientos, sus métodos y motivaciones. Esta fue la lógica que aplicó John Douglas. “A veces, la única manera de atraparlos es aprender a pensar como ellos. Si queréis entender al artista, tenéis que observar el cuadro. Hemos observado muchos cuadros a lo largo de los años, y hemos hablado largo y tendido con los artistas de mayor talento” (Douglas & Olshaker, 1995, 23). Este método de entrevistas en profundidad facilitó la labor de perfilación criminal debido a los patrones de conducta encontrados en todas las confesiones, un avance que permitió delimitar la búsqueda de asesinos en serie. También contribuyó a diferenciar conceptos como *Modus Operandi* y firma del asesino.

Básicamente, la técnica de perfilación criminal consiste en elaborar un esbozo físico y psicológico, lo más aproximado posible, de la persona a la que se está buscando por un determinado delito. Robert K. Ressler, el mayor experto mundial en esta técnica, la define como la elaboración de un mapa de la mente del asesino. La idea es que si el investigador consigue pensar como él, sentir lo que el asesino siente, será capaz de adelantarse a su próximo movimiento y llegar a capturarlo. Si se entra en la mente de un criminal se puede entender y predecir su siguiente paso, asegura Ressler.

La perfilación funciona especialmente bien con asesinos en serie debido a la repetición de sus crímenes. Este elemento favorece a establecer un patrón o lo que se conoce como *Modus Operandi* (conjunto de acciones realizadas por un criminal de forma repetitiva para lograr su objetivo). Un aspecto diferente al *Modus Operandi* es la llamada “firma del asesino”, compuesta por una serie de acciones que tienen por objeto expresar la identidad del autor. Es una especie de marca dejada para decir “lo hice yo” (Rámila, 2010, 27).

La serie nos cuenta cómo se cimentaron todas las bases y conceptos clave para una aproximación mucho más certera y eficaz hacia el fenómeno de los asesinos seriales. Un esfuerzo necesario y oportuno que pretendía frenar una oleada de crímenes preocupante que azotaba a la nación. En este recorrido de los personajes protagonistas de la serie, Fincher nos vuelve a sumergir en un período histórico que ya había abordado en *Zodíaco* y que demuestra una vez más el importante papel que jugaban los medios de comunicación en la opinión pública. “El auge de los asesinos en serie está relacionado con la creciente complejidad de nuestra sociedad, con nuestra interconexión a través de los medios de comunicación y con la alienación que sentimos muchos de nosotros” (Ressler, 1998, 49). Estos asesinatos cometidos por desconocidos se presentaban como enigmas debido a que no se infería un móvil o motivación aparente. Este elemento despertaba mayor temor en la ciudadanía, que sospechaba de cualquier extraño como potencial homicida. “El hecho de que no podamos realmente comprender, y mucho menos explicar, el fenómeno del asesino en serie lo convierte en un mito, y las historias que contamos sobre él en una mitología” (Danesi, 2016, 138).

Holden Ford, durante el recorrido de la serie, entrevista a una pléyade de asesinos. Figuras rodeadas de un aura siniestra que arrastran una fama que los convierte en celebridades incluso en los centros de reclusión en los que permanecen privados de libertad. Entre los fenómenos patéticamente curiosos que experimentan los criminales que se entrevistan con Ford y Tench, encontramos un fanatismo enfermizo por parte de algunos seguidores que escriben cartas y mantienen una relación por correspondencia con la mayoría de los asesinos seriales que aparecen

en *Mindhunter*. Este hecho o fenómeno *fan* demuestra, una vez más, la fascinación y, en ocasiones, obsesión que despiertan entre el público, cuestión que va trasladándose hacia Ford, que a medida que avanza en su experiencia al frente de la Unidad de Ciencias del Comportamiento, va obsesionándose con sus entrevistados, en especial, con Edmund Kemper, el asesino serial de las colegialas, que durante la primera temporada de la ficción se convierte en la figura sobre la que giran las discusiones más extensas en referencia a los interesantes hallazgos del departamento.

Joe Penhall, *Showrunner* de *Mindhunter* dijo: “David y yo estábamos fascinados con la psicopatía y el narcisismo, además de los trastornos de personalidad porque yo creo que sentíamos, que ahí afuera había otra gente que no eran asesinos en serie que estaban ocupando puestos políticos de altura... Creo que estábamos en una misión con *Mindhunter* de mostrar que esa gente era gente común, muy tristemente” (Nayman, 2021, 75). El fin último de estos criminales es el reconocimiento, la atención.

Los asesinos en serie suelen buscar la fama y el éxito presentando a la sociedad sus actos; no buscan el anonimato, sino todo lo contrario, quieren que se les conozca y se les vea como seres superiores. De ahí las frecuentes comunicaciones con los medios de comunicación y la policía e incluso a veces, la propia auto-inculpación y entrega a la policía cuando es detenido algún sospechoso de sus crímenes o los medios de comunicación dejan de prestarle atención (Jiménez Serrano, 2014).

El trabajo de Fincher en *Mindhunter* fue teniendo cada vez más protagonismo, prescindiendo de Penhall y su equipo de guionista y reescribiendo los guiones de la segunda temporada, dándole al proyecto un tono más personal y un estilo más cercano a los rasgos distintivos de su obra. Uno de los elementos que enfatizó el director de manera evidente fue el tema del asesino en serie como celebridad y figura mediática. En la segunda temporada de la serie atendemos al caso del asesino de niños de Atlanta, el infame Wayne Williams, que desde los años 1979 hasta 1981 se cobró la vida de entre 20 y 30 niños, aunque finalmente fue condenado por el asesinato de 2 adultos. “*Mindhunter* representa el circo mediático alrededor de la investigación del infanticida de Atlanta y cómo interfirió en los esfuerzos de la policía por dar caza a Williams. También, recalca la intromisión de la política en el debate público y las presiones de diferentes grupos de activistas por proteger a la comunidad afroamericana afectada directamente por los homicidios (Nayman, 2021, 84).



Figura 4. Holt McCallany, Jonathan Groff, Anna Torv y Cameron Britton, en *Mindhunter*.

David Fincher desarrolla en la serie conceptos esbozados en *Seven*, expuestos con mayor profundidad en *Zodiac*. “El *serial killer* como *rockstar* mediático; la religión como punto de partida de la moral y la represión

de la sociedad contemporánea; el morbo social ante unos actos tan atroces como atractivos; o los complejos mecanismos de la ley y los medios para poner en el foco la violencia visual más sensacionalista” (Rodríguez Torres, 2019). *Mindhunter* puede explicarse como una fusión entre *Seven* y *Zodíac*, y ha abierto la puerta hacia un renovado interés por los asesinos en serie, alimentado por una profusa producción de documentales y ficciones relacionadas con asesinos seriales en los últimos años. Casos como el de Jeffrey Dahmer, el carnicero de Milwaukee o Ted Bundy, se han convertido en historias populares entre el público debido al éxito de producciones audiovisuales sobre sus figuras. En una entrevista, Fincher admitió:

Creo que parte de la fascinación por los asesinos en serie la hemos fomentado nosotros. En la narrativa cinematográfica o televisiva siempre necesitamos un buen hombre del saco; de Michael Myers a Hannibal Lecter, los presentamos como unos sofisticados genios del mal. Pero en la vida real no son así. Son seres tristes, muchas veces patéticos, que han tenido experiencias vitales terribles y han cometido actos horrendos (Contreras, 2017).

Señaló la profesora Nicola Nixon: “Los asesinos seriales han pasado a ocupar el lugar de monstruos clásicos como Drácula, Frankenstein o el Hombre Lobo” (Garrido & Latorre, 2023, 34). Podría decirse que son equivalentes postmodernos y son comparables no solo por su monstruosidad (que, en su caso, no reside solo en su aspecto, sino en su interior moral monstruoso) sino también por la fama o celebridad que han llegado a alcanzar en nuestra cultura.

Dado que nuestra cultura tiene el consumo de masas como uno de sus rasgos esenciales, ese consumo se ha adueñado de los propios asesinos como de cualquier otro famoso, de ahí todo el *Merchandising* y *Murder Memorabilia* que los rodea, desde biografías, camisetas y pósters, hasta colecciones de sus actividades artísticas o pertenencias. Por no hablar de todas aquellas personas (muchas de ellas mujeres) que, como si fueran estrellas del rock, buscan cartearse o acercarse a ellos (Garrido & Latorre, 2023, 34).

3. Conclusiones

El trabajo de los medios de comunicación en relación al fenómeno de los asesinos en serie ha sido determinante en la propagación de los mitos que les rodean. Como consecuencia de la sobre-explotación sensacionalista de los crímenes cometidos por los asesinos en serie, la opinión pública se ha escandalizado y obsesionado por estas figuras, idealizando su poder y alcance, temiéndoles y reverenciándoles en un movimiento doble de atracción/repulsión que demuestra la perversa relación que se establece entre los asesinos y el público. Sin esta dependencia entre los medios de comunicación y los crímenes abominables cometidos por estos infames homicidas como principales generadores de noticias, el alcance y la fama de los asesinos en serie no sería la misma.

John Doe y Zodíaco representan dos paradigmas del asesino en serie. Uno es el genio macabro absoluto, que se sacrifica para completar su tétrico proyecto motivado por una misión divina; el otro es el escurridizo y enigmático criminal que burla a las autoridades y permanece en la sombra hasta el final de sus días. La perfección con la que realizan sus atrocidades les encumbra hacia un Olimpo de criminales, tanto en la ficción como en la realidad, que les inmortaliza y les incorpora a la Historia. *Mindhunter* complementa estas dos visiones con toda la variedad de asesinos en serie que contribuyeron a la comprensión de estos criminales. En conjunto conforman una pléyade de homicidas que gozan de una popularidad inusitada que revela el fanatismo del público por estos monstruos, cuestión que demuestra el papel fundamental de los *mass media* en la creación de estas infames celebridades.

La filmografía de Fincher, desde sus inicios hasta sus últimas manifestaciones, evoluciona hacia una comprensión más profunda y compleja sobre los asesinos en serie, pasando de dirigir productos efectistas y barrocos a construir reflexiones sesudas y realistas en las que no existen respuestas para los problemas esenciales del ser humano, más en concreto, los derivados de impredecibles estallidos de violencia gratuita. Fincher transita desde una actitud moralista y crítica en *Seven*, hacia un proceso de conocimiento en profundidad de las condiciones en las que aparecen los asesinos seriales (*Zodíaco*), identificando los rasgos comunes del *ser*, que pueden derivar en conductas psicopáticas. Los juicios categóricos de Mills y Somerset sobre las atrocidades cometidas por John Doe dan paso hacia la obsesión por el conocimiento de la mente criminal por parte de Graysmith y, finalmente, desemboca en la siniestra comprensión de las oscuras psiques de los asesinos en serie que entrevista Holden Ford.

Con el paso de los años, David Fincher se ha convertido en el director por antonomasia con respecto a la temática de los asesinos en serie. Sus inquietudes referentes a la figura del asesino serial han encontrado en su cine la forma de expresión más adecuada para indagar y escarbar en la mente de los criminales más célebres de la historia, transformando la visión del público sobre éstos, arrojando preguntas complejas que en la mayoría de las ocasiones no encuentran respuestas satisfactorias y derribando cualquier edificio de certezas que tranquilicen a la audiencia.

En esa dialéctica que se genera a partir de la búsqueda de protagonismo y atención por parte de los asesinos en serie, y la excesiva exposición de sus crímenes en los medios de comunicación, se construyen los mitos que rodean a estos monstruos, encumbrándolos hasta el estatus de celebridades. El cine de Fincher pone de manifiesto este proceso de manera profunda y compleja, reflexionando sobre las causas subyacentes que dan origen a la mitología que acompaña a estos psicópatas.

Referencias bibliográficas

- Browning, M. (2010). *David Fincher. Films That Scar*. California: Praeger.
- Cancela, L. (2023). No hace falta ser un psicópata para cometer un asesinato. Web *La voz de Galicia*. Rescatado de: <https://www.lavozdeg Galicia.es>
- Clarín. (2024) ¿Cuáles son los siete círculos del purgatorio? Web *Clarín*. Rescatado de: https://www.clarin.com/internacional/circulos-purgatorio_0 ROwZvIKcgP.html
- Contreras, M. (2017). David Fincher: "Los cineastas hemos ayudado a fomentar la fascinación por los asesinos en serie". Web *El País*. Rescatado de: https://elpais.com/cultura/2017/10/12/television/1507802096_341789.html
- Danesi, M. (2016). *The "Dexter Syndrome". The Serial Killer in Popular Culture*. Nueva York: Peter Lang Inc., International Academic Publishers.
- Douglas, J., & Olshaker, M. (1995). *Mindhunter*. Zaragoza: Titivillus.
- Dyer, R. (2008). *Seven*. London: BFI.
- Garrido, V., & Latorre, V. (2023). *El monstruo y el asesino en serie*. Barcelona: Ariel.
- Gómez, P. (2015). *David Fincher. El viajero de las sombras*. Madrid: T&B Editores.
- Jiménez Serrano, J. (2014). Asesinos en serie. Definición, tipologías y estudios sobre esta temática. *Gaceta internacional de ciencias forenses*, 10, 4-12.
- Knapp, F. L. (2014). *David Fincher. Interviews*. Jackson: University Press of Mississippi.
- Navarro, A. (2016). Cineastas del siglo XXI: David Fincher. *Cineclub Universitario/Aula de Cine*, febrero.
- Nayman, A. (2021). *David Fincher's Mind Games*. New York: Little White Lies.
- Rámila, J. (2010). *La ciencia contra el crimen*. Madrid: Nowtilus.
- Ressler, K. R. (1998). *Dentro del monstruo*. Zaragoza: Titivillus.
- Rodríguez Torres, F. (2019). *David Fincher. Obsesión por el asesino en serie*. Web *Eldiario.es*. Rescatado de: https://www.eldiario.es/vertele/noticias/zapping-critica-review-batwoman-internet-rotten-tomatoes_1_7417784.html
- Taubin, A. (2017). *Seven* (1995): The Allure of Decay. Web *Scraps from the loft*. Rescatado de: <https://scrapsfromtheloft.com/movies/seven-1995-allure-decay/>
- Weiner, J. (2020). David Fincher's Impossible Eye. Web *The New York Times Magazine*. Rescatado de: <https://www.nytimes.com/2020/11/19/magazine/david-fischer-mank-interview.html>

Películas y series:

- Fincher, D. (1995). *Seven United States of America*. New Line Cinema.
- Fincher, D. (2007). *Zodiaco United States of America*. Paramount Pictures.
- Fincher, D. (2017). *Mindhunter United States of America*. Netflix.

Reseña curricular

Luis Eduardo Finol Benavides es Doctorado en Teorías y Análisis Cinematográfico por la Universidad Complutense de Madrid (2014), obteniendo la calificación *Cum Laude* y recibiendo el Premio Extraordinario por la Tesis titulada *Claves de lo siniestro en el cine de Stanley Kubrick*. Cuenta con experiencia docente en la Universidad Europea de Madrid y en la Escuela Universitaria de Artes TAI. Fue ganador del premio a mejor realizador joven en la Bienal de Cine Científico de Ronda (2014) por el documental *Tintoretto: el paraíso en restauración*. Actualmente se desempeña como investigador y escritor de artículos científicos.

Declaraciones:

- Los autores declaran que, en la elaboración del presente artículo, no se ha utilizado herramientas de inteligencia artificial.

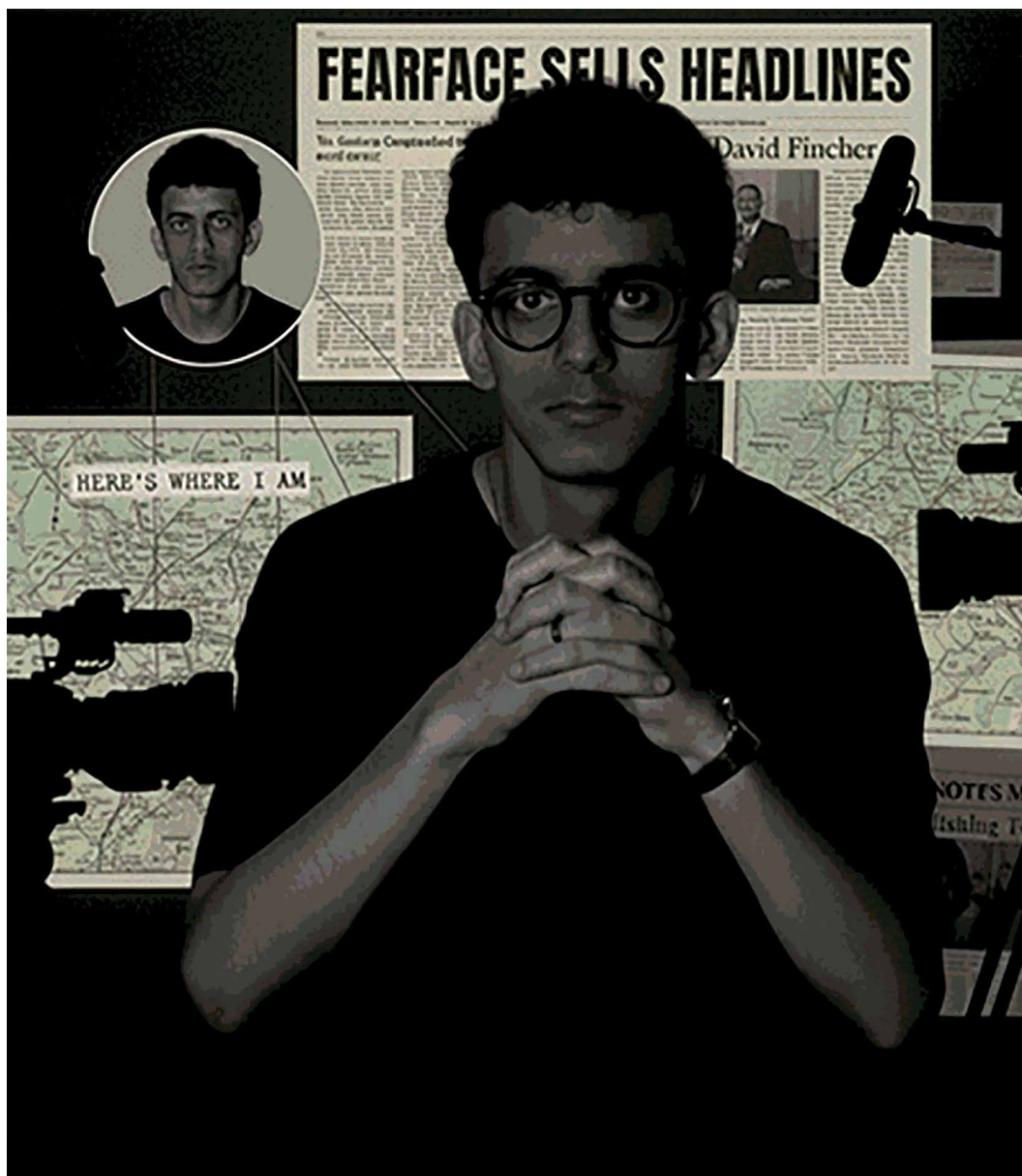


Imagen: Dayanna Burgos



Image: Alejandro Bejarano

David Fincher and the serial killer as a celebrity.

David Fincher y el asesino en serie como celebridad.

Abstract:

Within the current saturated panorama of the film industry, one director stands out for his dense filmography largely dedicated to developing stories whose protagonists face the threat of the serial killer. David Fincher has been responsible for the construction of a contemporary imaginary about these infamous characters, excessively media-friendly, who have frightened the public and caused panic within American society. In this work we propose to dissect Fincher's works that are dedicated to delving into the phenomenon of serial killers, the role played by the media in creating their public image and the role of the security forces when it comes to hunting down these terrible murderers.

Keywords: Cinema; fame; mass media; psychopaths; thrillers.

Resumen:

Dentro del saturado panorama de la industria cinematográfica actual, un director sobresale por su densa filmografía dedicada en gran medida a desarrollar historias cuyos protagonistas se enfrentan a la amenaza del asesino en serie. David Fincher ha sido responsable de la construcción de un imaginario contemporáneo sobre estos infames personajes, excesivamente mediáticos, que han atemorizado al público y han causado pánico dentro de la sociedad americana. En este trabajo nos proponemos diseccionar las obras de Fincher que se dedican a profundizar sobre el fenómeno de los asesinos en serie, el rol que desempeñan los medios de comunicación en la creación de su imagen pública y el papel de las fuerzas de seguridad a la hora de dar caza a estos terribles homicidas.

Palabras clave: Cine; fama; medios de comunicación; psicópatas; thrillers.

Luis Eduardo Finol Benavides

Complutense University
Madrid, Spain

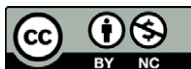
luisefinol@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0002-6472-895X>

Sent: 14/11/2024

Accepted: 22/7/2025

Published: : 15/1/2026



This work is under an international license
Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.

Table of contents. 1. Introduction. 2. Development. 2.1 *Seven*. 2.2. *Zodiac*. 2.3. *Mindhunter*. 3. Conclusions.

How to cite: Finol Benavides, L. E. (2026). David Fincher and the serial killer as a celebrity. *Ñawi. Arte, Diseño, Comunicación*, Vol. 10, Núm. 1, 59-73.

<https://nawi.espol.edu.ec/>

[www.doi.org/10.37785/nw.v10n1.a2e](https://doi.org/10.37785/nw.v10n1.a2e)

1. Introduction

American director David Fincher (Denver, 1966) has consistently explored the subject of serial killers from a deep and complex perspective, one that probes the underlying causes and motives behind the emergence of these terrifying criminals in contemporary societies. Films such as *Se7en* (1995), *Zodiac* (2007), and, more recently, the Netflix-produced series *Mindhunter* (2019) exemplify Fincher's interest in examining the particular conditions that give rise to these repeat murderers, the sinister and frightening strategies they deploy, and the role played by both the media and law enforcement agencies in profiling and capturing these multiple killers.

Through his cinema, Fincher confronts us with a central question: What defines a serial killer? According to the FBI, "a serial killer is someone who commits at least three murders over a period of more than a month, with an emotional cooling-off period between them. The main characteristic of this typology is the existence of a cooling-off period and the individualization of the crimes, in the sense that each victim can be considered separately in terms of time and place" (Jiménez Serrano, 2014, 5). The cooling-off period can be understood as a temporal interval during which the killer does not commit murders, although this does not mean that they are not planning to continue doing so. After committing the crime, the killer succeeds in satisfying the psychological needs he was seeking to fulfill, gaining a temporary sense of power, control, and revenge. In this state, the murderer does not immediately need to kill again, although he may feel compelled to recreate and relive the act, often keeping souvenirs or trophies taken from the crime scene. Serial killers fall within the broader classification of multiple murderers.

Drawing on the findings of criminologist Vicente Garrido, as presented in his book *El monstruo y el asesino en serie* (*The Monster and the Serial Killer*), we can identify certain common traits among individuals who exhibit a psychopathic disposition that may potentially incline them toward committing such criminal acts. These include, for example: "The ability to feign a friendly and honest personality; to manipulate and deceive; heightened narcissism, characterized by a sense of entitlement to feel superior and to enjoy more and better things than the rest of the world; and a profound difficulty in experiencing the emotions that bond us affectively to others, such as empathy, compassion, or love" (Garrido & Latorre, 2023, 20). While it is true that most serial killers demonstrate a psychopathic personality, not all psychopaths are killers. Nevertheless, it is quite likely that an individual with the characteristics mentioned above is well equipped to violate the law and commit crimes. Psychological profiles of serial killers often reveal feelings of dissatisfaction and marginalization that stem from their inability to integrate into the social fabric. Moreover, they exhibit a need to attract attention from the public, law enforcement, and the media to gain fame and recognition. Their crimes constitute an abject and perverse means of obtaining attention through newspaper and television headlines dedicated to condemning the atrocities perpetrated by subjects who, in some cases, regard their acts as meticulously planned and executed works of art.

One of the distinctive qualities of Fincher's approach to the phenomenon of serial killers is his emphasis on the role played by the media in creating the myths that shape and immortalize these terrifying criminals. It could be argued that a symbiotic, mutually dependent relationship exists between sensationalist journalism and the very existence of serial killers. They reinforce each other to such a degree that, in most cases, they maintain direct communication

through cryptic messages or riddles that must ultimately be deciphered by the police and law-enforcement agencies. By the late nineteenth century, a press that was increasingly swift in its distribution and capable of reaching a mass audience understood that nothing captured the public's attention more effectively than a horrifying murder. It is during this period that sensationalist journalism emerged.

The case of Jack the Ripper is the paradigmatic example of the sensational crime as the epicenter of news: he is the first modern serial killer to achieve worldwide fame. Why would someone living in Paris or New York care that horrible crimes are being committed in London? Because it is in our nature to pay attention to phenomena that, were we to find ourselves in the wrong place at the wrong time, might turn us into the next victims (Cancela, 2023).

The gratification derived from the crimes committed by serial killers becomes even more significant when others reveal the elaborate strategies required to carry them out. This process generates a simultaneous sense of fear and fascination, ultimately elevating the serial killer to the status of an evil genius, someone capable of killing at will without fear of punishment. The sensationalistic treatment of these reprehensible criminals also grants them a certain degree of celebrity, a clear symptom of the public's perverse admiration for the terrifying. Fincher's cinema underscores this unfortunate celebrity aura that accompanies infamous serial killers. It also illustrates the obstacles faced by police officers and detectives throughout the final decades of the twentieth century (the golden age of serial killers) in attempting to capture them, as well as how technological advancements and a deeper, more complex understanding of these criminals eventually helped curb this horrifying wave of crimes.

In this article, our primary objective will be to analyze the manner in which Fincher represents the phenomenon of serial killers, with the aim of identifying the fundamental features of this theme across his work and, above all, delineating clearly and directly the complex and complementary relationships established among serial killers, law-enforcement agencies, and the media—whose involvement contributes to constructing the figure of the serial killer as a criminal who evokes both fear and fascination, and who ultimately becomes mythologized by culture as celebrities.

2. Development

2.1 *Seven*

The feature film that launched David Fincher to fame is an aesthetically outstanding work that materializes a meticulously crafted screenplay written by Andrew Kevin Walker (a frequent Fincher collaborator), and is shot with the characteristic precision of a brilliant filmmaker. *Seven*, or *Se7en*, has over time become a contemporary classic that incorporates some of the stylistic tendencies of the late twentieth century (influenced by the rise of the music video clip format) and reveals the enormous artistic potential that Fincher would develop throughout his career. The opening credit sequence would become one of the hallmarks of the director's filmography, due to its capacity for both aesthetic and thematic synthesis. This feature film appears at a historical moment in which the subject of serial killers resurged forcefully in Hollywood following the resounding success of *The Silence of the Lambs* (1991), directed by Jonathan Demme and based on the eponymous best seller written by Thomas Harris.

The film follows the emergence of a serial killer with a clear mission: to cleanse the city's streets of the human filth that commits sins daily with impunity and corrupts society. The killer's plan consists of sacrificing seven people, each of whom will die because of one of the seven deadly sins (Gluttony, Greed, Pride, Sloth, Lust, Wrath, and Envy). According to Holmes and DeBurger in their study on serial killers, these criminals can be classified into various groups depending on their *Modus operandi*. One of these categories corresponds to serial killers classified as "Mission-oriented" who, according to the authors, "...do not suffer from hallucinations, but are capable of constructing a delusional idea that they have a mission to eliminate a particular group of people (prostitutes, drug addicts, vagrants, etc.) and believe themselves to be saviors, redeemers" (Jiménez Serrano, 2014, 9). John Doe, the serial killer in *Seven*, fits within this typology. Moreover, "John Doe, is a generic name used to refer to unidentified individuals, representing the anonymous man who could be anyone, demonstrating that the greatest threat may hide behind the seemingly most harmless person" (Gómez, 2015).

To stop him, two detectives with opposing profiles attempt to apprehend the criminal before he can complete his plan. Detectives Mills (Brad Pitt) and Somerset (Morgan Freeman) function as a binary pair, opposites that form a duality in perpetual conflict and tension, a small-scale representation of universal dynamics staged in conceptual terms. Early in the film, Somerset expresses some of the pessimistic reflections that John Doe will later elaborate upon, particularly the way he detests the lack of empathy and solidarity among the inhabitants of this bleak and desolate city (ravaged by incessant rain), while recalling and discussing with his police department superiors the horrifying atrocities recently committed by local criminals. In this sense, Somerset appears resigned to the destructive violence human beings can unleash and chooses to retire from his job, weighed down by a sense of weariness and resignation that prevents him from glimpsing even a ray of light in the dark and perverse world that surrounds him.

On the other hand, Mills is portrayed as a young detective who longs to dispense justice and cleanse the streets of criminals, radiating energy and determination in a fierce, stubborn, and tireless effort. "In terms of point of view, *Seven* is recognizably aligned with the two police officers, who represent a dichotomy organized into Platonic binary pairs; not only veteran and rookie, but also black and white, cerebral and impulsive, and pragmatic and idealistic" (Nayman, 2021, 36). This contrast serves to illustrate the complexity of the universe and the constant tension that defines us as individuals; hence the film's appeal to the audience, which, to a certain extent, echoes the biblical phrase: "Let him who is without sin cast the first stone" (John 8: 1-7).

Without a doubt, the religious element within the film's formal proposal is fundamental and structures the entire narrative. Richard Dyer (2008) referred to the film as a "study of sin". The seven deadly sins organize the network of crimes committed by John Doe as a form of punishment directed at the sinners who make up a decadent and putrefying society. The film's stylistic traits accentuate these characteristics, depicting the city as a dehumanized, gray, filthy metropolis, immersed in a kind of universal flood where the loneliness of its inhabitants seems to be a common denominator (all the protagonists feel lonely and alienated in one way or another). According to Fincher, the number seven functions as a symbol deeply embedded in Western culture within the Christian tradition and is represented through various events.

Se7en must be viewed in terms of sin. But in itself, the title is not indicative of this. The seven deadly sins are only one among the many sevens found in Western culture: days of creation, days of the week, cardinal virtues, Christian sacraments, wonders of the world, pillars of wisdom, colors of the rainbow; the Book of Revelation contains around fifty groups of seven (including churches, candlesticks, angels, trumpets) in its vision of the Apocalypse. Yet *Se7en* goes further: the seven terraces of Dante's Purgatory, a reference to something Detective Somerset reads about seven murdered children... Despite being such a stark title, *Se7en* evokes all these almost cosmic resonances (Navarro, 2016, 10).

Dante Alighieri's *Divine Comedy* serves as a key reference for John Doe's project. In the Italian writer's theological poem, we read the following: "A mountain of seven circles rises on the horizon of Purgatory, and these seven levels correspond to each of the seven deadly sins: Lust, Gluttony, Pride, Sloth, Greed, Wrath, and Envy" (Clarín, 2024). Therefore, the serial killer functions as an inquisitor who strikes against the depravity embodied by ordinary individuals who have succumbed to their lowest passions and carnal weaknesses. John Doe acts from a position of moral superiority, placing himself above good and evil, an attribute common to psychopathic personalities. The aim of his murders is to carry out a form of social cleansing, eliminating the "trash" that inhabits the city. Within his psychopathy and narcissism, he perceives himself as God's chosen instrument tasked with executing this project, for which he believes he deserves public recognition, as it constitutes a contribution to the improvement of the human species. Doe also believes that the craftsmanship of his crimes reveals a talent and skill worthy of praise, elevating him to the status of an Artist with a capital A. The film's terrifying crime scenes testify to the boundless cruelty of human beings, sublimated by the complete lack of empathy of a psychopath with delusions of celebrity.

One of the elements of *Seven* that immediately captured the public's attention was the visual force of its images. Fincher aesthetically recreates the deterioration of the serial killer's psyche, who, in a final crusade, seeks to consecrate himself through his *Magnum Opus*: a terrible, macabre, and abject project that, although ostensibly conceived as a sermon addressed to the decadent societies of major metropolis (in this regard, the film adopts essential traits of Film Noir and presents itself as Neo-Noir), ultimately reveals itself as a succession of grotesque and abominable executions unlike anything the detectives have seen before. The horror of his enterprise is measured by the extraordinary preparation and anticipation required to execute it. Years of work carried out in the shadows begin to surface, astonishing the police forces by the perfection with which the horrific spectacle is unfolded. The unspeakable terror of these murders awakens a certain fascination that places the serial killer in the realm of the criminal genius, a sinister and malevolent mind capable of building dark and cruel masterpieces of torture. This fact appeals to the sensationalistic impulse that attracts people (and especially the media), as if they required a dose of fear to remind themselves that they are alive. This dread directed at the serial killer stands not far from a perverse veneration of an individual who acts as a kind of God. "Perhaps the most provocative and problematic aspect of *Seven* is the veneration of the serial killer figure as a modern guru with something to say about society" (Nayman, 2021, 34).

Mills and Somerset (Figures 1 and 2) construct a preliminary profile of the killer in which his plausible intellectualism stands out. The *Paradise Lost* quote by John Milton found at one of the crime scenes: "Long is the way and hard that out of Hell leads up to light", is evidence of this. Another key clue that leads them toward the killer emerges from the books John Doe checks out from the public library (among them, Dante Alighieri's *Divine Comedy*).

This enables them to locate the killer's residence, although they fail in their attempt to apprehend him. However, John Doe unexpectedly turns himself in, acknowledging the detectives' cleverness in understanding the underlying logic that structures his plan. David Fincher explained the following to Amy Taubin:

What captivated me in the script is the aspect of connecting the dots. It's a movie about connecting the dots that speaks about inhumanity. It is psychologically violent. It implies a lot, not about why he does it, but about how he does it. It has this element of evil that is realistic, but I did not want people to say: Isn't this the most horrendous thing you've ever seen in your life? What disgusts me is the violence you're supposed to applaud" (Taubin, 2017).



Figure 1. Morgan Freeman listing the 7 deadly sins.

Doe wishes to fulfill one final request before completing his work: to speak with Somerset and Mills, whom he admires and to whom he intends to reveal the reasons behind his atrocious acts. John Doe's admiration for the detectives also reveals the killer's need for attention. It demonstrates that his acts hold no meaning unless there is an audience observing his crimes in astonishment. It also exposes the narcissism that drives the psychopath, who prides himself on capturing the media spotlight, even if doing so requires committing the most reprehensible and monstrous actions. John Doe turns himself in as part of his scheme, which reaches its culmination with the final two victims. One of them falls prey to the killer's envy: Mills's wife (played by Gwyneth Paltrow). Upon this chilling revelation, her husband, Detective Mills, executes John Doe (the envious one) in a fit of wrath, the final deadly sin yet to appear in the narrative, thereby completing the serial killer's project. This ending underscores the killer's Machiavellian nature and provides a dark and pessimistic closure that offers no concessions to the viewer. Through this film, John Doe became one of the most iconic serial killers in the history of cinema.



Figure 2. *Seven*'s protagonists: Morgan Freeman, Brad Pitt and Kevin Spacey.

2.2 *Zodiac*

David Fincher's sixth feature film could be classified as a "cosmic drama", that is, a constant dialogue that may become eternal and irresolvable. From a metaphysical perspective, it could also approach what some art critics describe as works that pose unanswerable questions, and there is nothing more terrifying than a question without an answer. *Zodiac* offers a radically different representation of the serial-killer phenomenon from that seen in *Seven*. The shocking visceral impact of the meticulously crafted crime scenes in *Seven* gives way to a sparer visual economy in *Zodiac*, one that is more realistic, closer to documentary cinema, and stripped of sensationalism and graphic gore. "*Seven* is a movie about a serial killer with an idea, validated by the macabre aesthetic proper to Fincher's cinematic style. *Zodiac*, however, was conceived as a film about the idea of serial killers, or something even more abstract. The serial killer as idea" (Nayman, 2021, 55).

Zodiac focuses on a real case that terrified the San Francisco Bay Area during the 1970s and generated enormous media impact. Fincher experienced firsthand the fear instilled by the Zodiac Killer, as he lived as a child near the zone where the infamous criminal operated. Fincher told Shawn Levy:

As a kid, I always thought the Zodiac had killed more people and that there was a massive manhunt underway to find him. It turns out it was just two guys making phone calls and taking notes with Bic pens. Even when television told us they were investigating through computer files and comparing fingerprints, the truth is the technology did not exist in any useful way until much later (Knapp, 2014, 118).

These statements confirm the director's mistaken conception of the case before researching it in depth, perhaps shaped by the hazy childhood memories lodged in his psyche, fed by an overrepresentation of sensationalist and tabloid news in the media and by a climate of latent national tension. Hence Fincher's emphasis on the newsroom of *The San Francisco Chronicle* as a generator of public opinion and a fundamental vehicle for the Zodiac's exposure. "Zodiac chose his own name in a series of letters which, until 1974, he sent to the newsrooms of *The San Francisco Chronicle* and *The San Francisco Examiner*. In his messages he included four cryptograms, three of which remain unsolved, signed with a cross enclosed within a circle" (*Cineastas del Siglo XXI*, 2016, 34). This demonstrates the criminal's narcissistic nature, baptizing himself as a brand or fictional character looking for notoriety.

The fear provoked by “Zodiac,” the killer who is among us, fuels the paranoia surrounding the safety of a society—American society—hypersensitive to any violence that threatens the system yet indifferent to the violence the system itself produces and, at the same time, skeptical of the measures adopted by the authorities to safeguard their lives [...] The media, the film suggests, are those who feed that paranoia in collusion with the system (*Cineastas del Siglo XXI*, 2016, 39).

The motive behind Zodiac may well have been to appear in the media. This returns us to the idea of that perverse dependence between the mass media and monsters—here embodied by a serial killer, a figure enjoying unprecedented cultural prominence during this historical period. “Fincher is fascinated by the notion that the Zodiac’s compulsion is not, ultimately, to kill but to communicate with the media. That became far more rewarding than what he had started doing in the first place... So, he was an attention seeker” (Knapp, 2014, 125).

All of Fincher’s suspicions are supported by the criminal’s *Modus operandi*. The Zodiac Killer reported his crimes by telephone, providing the police with details of the homicides to prove his authorship. Zodiac would confess: “I have just committed a crime; this is what you will find at the crime scene”. He later established an epistolary relationship with the media, specifically *The San Francisco Chronicle*, with the intention of amplifying and publicizing his atrocities. He also threatened to commit abominable crimes, such as murdering children on a school bus, if his letters were not published. The uproar caused by Zodiac was so great that Don Siegel’s 1971 police thriller *Dirty Harry*, starring Clint Eastwood, is based on his figure, telling the story of a serial killer who terrorizes San Francisco and calls himself Scorpio. Fincher’s film recreates the moment of the film’s premiere and the reaction of *Chronicle* journalists to this unusual event. The issue of the excessive fame that Zodiac acquires as he appears in the media raises various questions among the public. During a radio interview, a woman argues that newspapers should not publish the Zodiac’s letters, even if he had threatened to commit more murders. She points to the media’s ambition to sell and profit by turning to sensationalism.

The police do not want information about the Zodiac’s letters to be leaked, so as not to hinder the investigation or give the criminal too much power. But the media, eager to exploit the opportunity presented by publishing details about the killer, reveal information that provokes panic in the population. As Zodiac amasses headlines and becomes aware of his bargaining power, he requests to speak with a public figure on television. This demand reinforces the idea of the serial killer as a celebrity using his status to negotiate. Nev Pierce states: “Rarely has a multiple murderer with so few homicides been responsible for spilling so much ink in newsrooms. The Zodiac claimed around thirty murders, although only around five were confirmed. This demonstrates the killer’s ability to publicize and market himself to the media” (Knapp, 2014, 120).

One of the key elements that have ensured that Zodiac remains as one of the most significant serial killers in history is directly related to his excessive exposure in the media. As Mark Browning explains in his extensive study of Fincher’s filmography, *Films That Leave Scars*: “Zodiac is about writing. What distinguishes Zodiac from other killers is not the scale or brutality of his crimes but the relationship he established with the police and the press through his letters” (Browning, 2010, 80). His image was constructed by journalists and by the collective imagination that built a myth of epic proportions, one that still resonates in American memory. Journalist Paul Avery produced a superficial

profile of Zodiac in one of his *Chronicle* articles, describing him as a latent homosexual and deducing that "...he is a subject hungry for popularity who needs to appear in the media at all costs, even if that means claiming responsibility for other deaths with which he had nothing to do" (Gómez, 2015, 61).

Fincher sets up a triangle among the three main characters in the story (Figure 3): journalist Paul Avery, who embodies the visible face of the crucial work carried out by the press and mass media; detective David Toschi, who attempts to track down the serial killer but lacks the necessary resources to fulfill his mission; and Robert Graysmith, a cartoonist at *The San Francisco Chronicle* who, driven by curiosity and cleverness (and by his aptitude for deciphering cryptograms), collaborates with the investigation by connecting disparate clues and representing the citizens "obsession" with discovering the Zodiac's identity. His unusual ability to interpret the murderer's coded letters earns him praise and turns him into a decisive actor in understanding the killer's intentions. The fact that this illustrator became such a relevant figure in the case demonstrates both the insufficiency and inefficiency of police work regarding the Zodiac investigation and the public's fixation on this figure. Graysmith would later write *Zodiac: The Full Story of the Serial Killer's Reign of Terror in Northern California* (1986), the book on which the film's screenplay is based, and he participated actively in the complex production of Fincher's feature.

As Fincher's film progresses, we come to confirm that the protagonists' futile efforts to uncover the serial killer's identity emphasize the notion that "reality is not only deceitful but also tremendously encoded, hidden beneath the ciphers of a psychopathic killer, concealed behind thousands of false clues, genuine clues that are nonetheless impossible to prove, and an overdose of information that makes it impossible to orient oneself, reconstruct, and organize the narrative of what happened" (*Cineastas del Siglo XXI*, 2016, 40). The impunity enjoyed by Zodiac constitutes the essential core of the terror he instilled in American society, leaving an indelible scar on its culture and on an entire generation marked by a tumultuous historical period.

The film operates simultaneously on both micro and macro levels. The depiction of the real events surrounding the hunt for one of the most enigmatic American serial killers of the twentieth century constantly alternates between intimacy and omnipresence; while it intentionally focuses on the microscopic details of forensic investigation, it also remains attuned to a fluid and expansive progression of fashion, technology, politics, and pop culture over a span of twenty-five years, from 1969 to 1991 (Nayman, 2021, 52).

James Vanderbilt, *Zodiac's* screenwriter, believed that the film was aesthetically closer to a documentary style and therefore more realistic, "focusing on telling the story without artifices and without depicting violence in a frontal manner, unlike *Se7en*, a film stylistically baroque and designed to shock audiences with horrific and jarring images" (Nayman, 2021, 54). Fincher told film critic Jonah Weiner the following: "We are trying to control where people look, so they don't end up looking at things that are going to confuse them. The simplest way to describe directing would be: how do I get them to look where I need them to look?" (Weiner, 2020).

Fincher achieves a level of narrative and stylistic precision in *Zodiac* that strips the film of any unnecessary artifice and transforms it into a chilling experience due to its realistic approach to the events. The openness of the film's ending is also devastating, different from that of *Se7en*, but leaving the audience with more questions than answers

and with an uncomfortable sense of unease. The Zodiac stopped killing and sending letters to the press, and his long shadow eventually disappeared from the headlines, causing the public to lose interest in his whereabouts. However, the impact of Fincher's film led to the reactivation of the Zodiac investigation, which had previously been dormant, as new clues and hypotheses emerged.



Figure 3. Robert Downey Jr., Jake Gyllenhaal, Mark Ruffalo and John Carroll Lynch, in *Zodiac*.

2.3 *Mindhunter*

A clear and faithful representation of the scientific methodologies used to build serial killer profiles is found in the series *Mindhunter* (Penhall & Fincher, 2017-2019), a Netflix production that ran for two seasons and unfortunately halted further development due to the high cost of each episode and its insufficient audience impact. Fincher directed a total of seven episodes across both seasons and was extensively involved in the show's production. *Mindhunter* plausibly depicts the early stages of the psychological investigations that established the foundations for the study of serial killers through in-depth interviews with real murderers such as Edmund Kemper, David Berkowitz (the Son of Sam), and other notorious criminals including Charles Manson and Wayne Williams, many of whom were active during the 1960s and 1970s. The FBI spearheaded this effort from what became known as the Behavioral Science Unit, with the goal of building standardized profiles of serial killers even before such a label or definition formally existed, ultimately to help solve open cases. Previously, a murderer responsible for a series of killings that shared similar characteristics and *Modus operandi* was simply considered a multiple murderer or an offender accountable for several homicides. Authorities lacked an understanding of the motives that drove these criminals to commit their abhorrent acts repeatedly. As a result of the Behavioral Science Unit's investigations, the study of common patterns and traits present in the personalities of serial killers was inaugurated, leading to the first psychological profiles describing these offenders.

Robert K. Ressler, one of the most prominent figures in developing psychological profiles of serial killers, with a career spanning more than twenty years in the FBI's Behavioral Science Unit, stated the following in his book *Inside the Monster*: "As part of my attempt to understand multiple murderers, in the mid-1970s I coined the term serial killer. Prior to me coining the expression serial killer in the mid-1970s, these crimes were referred to as killings by

strangers, to distinguish them from those in which victims died at the hands of someone known to them, usually a family member" (Ressler, 1998, 10).

Ressler is represented in the series through the character Bill Tench, one of the show's protagonists, who accompanies Holden Ford in the FBI's innovative project that would revolutionize the way serial murder investigations were approached. Ford embodies John Douglas, a professor of Behavioral Sciences at the FBI whom the series introduces from the outset as a hostage negotiator in extreme situations. Together, they embark on a mission to travel across the United States teaching criminal profiling techniques to local police departments and involving themselves in various investigations. John Douglas authored the book *Mindhunter* (with Mark Olshaker), which served as the basis for the series and recounts his experience conducting in-depth interviews with incarcerated serial killers. The third member of the team is Wendy Carr, a fictional counterpart to Dr. Ann Wolbert Burgess, whose academic perspective on psychology provides greater depth and theoretical grounding to the investigation (Figure 4).

The idea that agents from the FBI's Behavioral Science Unit should interview convicted murderers inside prison was, at the time, both revolutionary and transgressive. Although the proposal initially met with resistance within the Bureau, it had a clear justification: it sought to answer the question "How does a serial killer think?". To understand their inner logic, it was necessary to examine their behaviors, methods, and motivations. This was the reasoning that guided John Douglas. "Sometimes the only way to catch them is to learn to think like them. If you want to understand the artist, you must look at the painting. We've examined many paintings over the years, and we've talked at length with the most talented artists" (Douglas & Olshaker, 1995, 23). This method of in-depth interviewing facilitated the work of criminal profiling by revealing recurring behavioral patterns across numerous confessions, an advancement that significantly narrowed the search for serial offenders. It also helped distinguish conceptual categories such as *Modus Operandi* and the killer's signature.

Essentially, criminal profiling consists of creating the most accurate possible physical and psychological sketch of the person being sought for a particular crime. Robert K. Ressler, considered the world's foremost expert in this technique, defines profiling as the process of constructing a map of the killer's mind. The idea is that if the investigator can manage to think like the offender and feel what the offender feels, they may be able to anticipate his next move and ultimately capture him. According to Ressler, entering the criminal's mind makes it possible to understand, and even predict, his subsequent actions.

Profiling is particularly effective with serial killers due to the repetitive nature of their crimes. Repetition enables the identification of a pattern, what is commonly known as the *Modus Operandi* (the set of actions a criminal performs repeatedly to achieve his goal). Distinct from the *Modus Operandi* is the so-called "killer's signature", a series of actions intended to express the perpetrator's psychological identity. It is a kind of mark left to declare "*I did this*" (Rámila, 2010, 27).

The series depicts how the foundational concepts and methods that made a more accurate and effective approach to serial-killer investigations possible were gradually established. This effort, both necessary and timely, aimed to halt a worrying wave of crimes sweeping the nation. Through the protagonists' journey, Fincher once again immerses us in a historical period he previously explored in *Zodiac*, highlighting the crucial role played by the media in shaping public

opinion. “The rise of serial killers is connected to the growing complexity of our society, our interconnection through the media, and the alienation many of us feel” (Ressler, 1998, 49).

These crimes, committed by unknown aggressors and lacking an apparent motive, were perceived as enigmas. This absence of a clear motive heightened public fear, leading citizens to suspect any stranger as a potential murderer. “The fact that we cannot truly understand—or even explain—the phenomenon of the serial killer turns him into a myth, and the stories we tell about him into a mythology (Danesi, 2016, 138).

Throughout the series, Holden Ford interviews a plethora of murderers; figures wrapped in a sinister aura whose notoriety elevates them to the status of celebrities, even within the correctional facilities where they remain incarcerated. Among the pathetically curious phenomena experienced by the criminals interviewed by Ford and Tench, we find a disturbing form of fan devotion: some admirers write letters and maintain regular correspondence with several of the serial killers featured in *Mindhunter*. This “fan phenomenon” illustrates once again the fascination and, at times, obsession these offenders evoke in the public, an obsession that gradually transfers to Ford himself. As his involvement in the Behavioral Science Unit deepens, he becomes increasingly fixated on his interview subjects, particularly Edmund Kemper, the co-ed killer, who during the first season becomes the central figure around which the team’s most substantial discussions revolve.

Joe Penhall, the showrunner of *Mindhunter*, explained: “David and I were fascinated by psychopathy and narcissism, as well as personality disorders, because we felt that there were people out there, who were not serial killers, occupying high political positions... I think we were on a mission with *Mindhunter* to show that these people were, very sadly, ordinary” (Nayman, 2021, 75). The ultimate goal of these criminals is recognition, attention.

Serial killers often seek fame and public visibility through their crimes; anonymity is not their objective, quite the opposite. They want to be known and perceived as superior beings. Hence their frequent communications with the media and the police, and sometimes even self-incrimination or voluntary surrender when a suspect is arrested for their crimes or when media coverage begins to fade (Jiménez Serrano, 2014).

Fincher’s influence on *Mindhunter* grew steadily, eventually leading him to sideline Penhall and his writing team, rewriting the scripts of the second season and imprinting the project with a more personal tone and a style aligned with the distinctive traits of his filmography. One of the elements he emphasized most strongly was the theme of the serial killer as celebrity and media spectacle. In the second season, we follow the case of the Atlanta child murderer, the infamous Wayne Williams, who between 1979 and 1981 took the lives of between 20 and 30 children, although he was ultimately convicted of killing only two adults. “*Mindhunter* portrays the media circus surrounding the investigation into the Atlanta child murders and how it interfered with police efforts to apprehend Williams. It also highlights political interference in public debate and the pressures exerted by various activist groups seeking to protect the African American community directly affected by the homicides” (Nayman, 2021, 84).



Figure 4. Holt McCallany, Jonathan Groff, Anna Torv y Cameron Britton, in *Mindhunter*.

David Fincher develops in *Mindhunter* several concepts first outlined in *Seven* and later explored in greater depth in *Zodiac*. “The serial killer as a media rock star; religion as the point of departure for morality and the repression of contemporary society; the social fascination with acts that are as atrocious as they are alluring; and the complex mechanisms of law and the media that place sensationalist visual violence at the center of public attention” (Rodríguez Torres, 2019). *Mindhunter* can be understood as a fusion between *Seven* and *Zodiac*, and it has paved the way for a renewed interest in serial killers, fueled by the prolific production of documentaries and fictional works related to this topic in recent years. Cases such as Jeffrey Dahmer, the “Milwaukee Cannibal,” or Ted Bundy have become widely popular narratives thanks to the success of audiovisual productions centered on their figures. In an interview, Fincher admitted:

I think part of the fascination with serial killers is something we ourselves have helped promote. In cinematic or television storytelling we always need a boogeyman; from Michael Myers to Hannibal Lecter, we portray them as sophisticated geniuses of evil. But in real life they are not like that. They are sad individuals, often pathetic, who have endured terrible life experiences and committed horrific acts (Contreras, 2017).

Professor Nicola Nixon pointed out: “Serial killers have come to occupy the place of classic monsters such as Dracula, Frankenstein, or the Wolf Man” (Garrido & Latorre, 2023, 34). One could argue that they are their postmodern equivalents, comparable not only because of their monstrosity, which, in their case, resides not merely in their appearance but in their morally monstrous interiority, but also because of the fame or celebrity status they have achieved within our culture and the collective subconscious.

Given that mass consumption is one of the defining traits of contemporary culture, this dynamic has extended to serial killers just as it has to any other celebrity. Hence, the proliferation of merchandising and murder memorabilia surrounding them: biographies, T-shirts, posters, collections of their artistic creations or personal belongings. Not to mention the many individuals (many of them women) who, as if they were courting rock stars, seek to correspond with them or get closer to them (Garrido & Latorre, 2023, 34).

3. Conclusions

The work of the media in relation to the phenomenon of serial killers has been decisive in propagating the myths that surround them. As a consequence of the sensationalist overexploitation of their crimes, public opinion has

become both scandalized and obsessed with these figures idealizing their power and reach, fearing and revering them in a dual movement of attraction and repulsion that reveals the perverse relationship established between killers and the public. Without this dependence between the media and the atrocious crimes committed by these infamous murderers, as prime generators of news, the scope and fame of serial killers would not be the same.

John Doe and Zodiac represent two paradigms of the serial killer. One is the absolute macabre genius who sacrifices himself to complete his grim project, driven by a divine mission; the other is the elusive, enigmatic criminal who outwits authorities and remains in the shadows until the end of his days. The precision with which they carry out their atrocities elevates them to an Olympus of criminals, one of them in the fictional realm and the other in reality as a part of American History. *Mindhunter* complements these two visions with the full range of serial killers who contributed to the understanding of such criminals. Together, they form a constellation of murderers who enjoy an unusual degree of popularity, one that reveals the audience's fanaticism for these monsters and demonstrates the fundamental role of the mass media in the creation of these infamous celebrities.

Fincher's filmography, from its beginnings to his most recent works, evolves toward a deeper and more complex understanding of serial killers. He moves from directing flashy, baroque products to crafting thoughtful and realistic reflections in which there are no definitive answers to the essential problems of human existence, particularly those arising from unpredictable bursts of gratuitous violence. Fincher transitions from the moralistic and critical attitude of *Seven* to a process of thoroughly examining the conditions under which serial killers emerge (*Zodiac*), identifying shared human traits that can develop into psychopathic behaviors. The categorical judgments of Mills and Somerset regarding John Doe's atrocities give way to Graysmith's obsession with understanding the criminal mind, which ultimately culminates in Holden Ford's sinister insight into the dark psyches of the serial killers he interviews.

Over the years, David Fincher has become *the* director par excellence when it comes to serial killer narratives. His concerns regarding the figure of the serial murderer have found in his cinema the most effective means of expression, allowing him to probe and excavate the minds of the most notorious criminals in History. In doing so, he transforms the public's perception of them, raising complex questions that often lack satisfactory answers and dismantling any edifice of certainty that might otherwise comfort the audience.

Within the dialectic generated by serial killers' pursuit of attention and the excessive media exposure of their crimes, the myths surrounding these monsters are constructed, elevating them to celebrity status. Fincher's cinema reveals this process in a profound and complex manner, reflecting on the underlying causes that give rise to the mythology surrounding these psychopaths.

References

- Browning, M. (2010). *David Fincher. Films That Scar*. California: Praeger.
- Cancela, L. (2023). No hace falta ser un psicópata para cometer un asesinato. Web *La voz de Galicia*. Rescatado de: <https://www.lavozdegalia.es>
- Clarín. (2024) ¿Cuáles son los siete círculos del purgatorio? Web *Clarín*. Rescatado de: https://www.clarin.com/internacional/circulos-purgatorio_0_R0wZvIKcgP.html
- Contreras, M. (2017). David Fincher: "Los cineastas hemos ayudado a fomentar la fascinación por los asesinos en serie". Web *El País*. Rescatado de: https://elpais.com/cultura/2017/10/12/television/1507802096_341789.html
- Danesi, M. (2016). *The "Dexter Syndrome". The Serial Killer in Popular Culture*. Nueva York: Peter Lang Inc., International Academic Publishers.
- Douglas, J., & Olshaker, M. (1995). *Mindhunter*. Zaragoza: Titivillus.
- Dyer, R. (2008). *Seven*. London: BFI.
- Garrido, V., & Latorre, V. (2023). *El monstruo y el asesino en serie*. Barcelona: Ariel.
- Gómez, P. (2015). *David Fincher. El viajero de las sombras*. Madrid: T&B Editores.
- Jiménez Serrano, J. (2014). Asesinos en serie. Definición, tipologías y estudios sobre esta temática. *Gaceta internacional de ciencias forenses*, 10, 4-12.
- Knapp, F. L. (2014). *David Fincher. Interviews*. Jackson: University Press of Mississippi.
- Navarro, A. (2016). Cineastas del siglo XXI: David Fincher. *Cineclub Universitario/Aula de Cine*, febrero.
- Nayman, A. (2021). *David Fincher's Mind Games*. New York: Little White Lies.
- Rámila, J. (2010). *La ciencia contra el crimen*. Madrid: Nowtilus.
- Ressler, K. R. (1998). *Dentro del monstruo*. Zaragoza: Titivillus.
- Rodríguez Torres, F. (2019). *David Fincher. Obsesión por el asesino en serie*. Web *Eldiario.es*. Rescatado de: https://www.eldiario.es/vertele/noticias/zapping-critica-review-batwoman-internet-rotten-tomatoes_1_7417784.html
- Taubin, A. (2017). *Seven (1995): The Allure of Decay*. Web *Scraps from the loft*. Rescatado de: <https://scrapsfromtheloft.com/movies/seven-1995-allure-decay/>
- Weiner, J. (2020). David Fincher's Impossible Eye. Web *The New York Times Magazine*. Rescatado de: <https://www.nytimes.com/2020/11/19/magazine/david-fincher-mank-interview.html>

Films & series:

- Fincher, D. (1995). *Seven United States of America*. New Line Cinema.
- Fincher, D. (2007). *Zodiaco United States of America*. Paramount Pictures.
- Fincher, D. (2017). *Mindhunter United States of America*. Netflix.

Curricular Overview

Luis Eduardo Finol Benavides holds a PhD in Film Theory and Analysis from the Complutense University of Madrid (2014), graduating with highest honors and receiving the Extraordinary Prize for his dissertation, "Keys to the Sinister in the Cinema of Stanley Kubrick." He has teaching experience at the European University of Madrid and the TAI University School of Arts. He won the award for best young filmmaker at the Ronda Scientific Film Biennial (2014) for the documentary "Tintoretto: Paradise in Restoration." He currently works as a researcher and author of scientific articles.

Statements:

- The authors further declare that no artificial intelligence-based tools were used in the preparation of this manuscript.



Imagen: Kevin García

Identidad intergeneracional y simbolización de la marginalidad migrante. El caso de *Chinas*.

Symbolizing Migrant Marginality and Intergenerational Identity. A Case Study of *Chinas*.

Resumen:

En los últimos años, el cine español ha mostrado un interés creciente por las narrativas migratorias, reflejando la diversidad cultural de la sociedad contemporánea. Sin embargo, la representación de los inmigrantes asiáticos – especialmente de origen chino– sigue siendo limitada. Este estudio analiza la película *Chinas* (Arantxa Echevarría, 2023) desde un enfoque cualitativo y a través del análisis textual fílmico, con el objetivo de explorar la representación de los sujetos marginales y la construcción identitaria intergeneracional

dentro del contexto migratorio. Basado en el marco teórico del “tercer espacio” de Homi Bhabha, el análisis revela cómo la película articula, a través de signos verbales y no verbales, los conflictos entre la tradición cultural china y la integración en la sociedad española. Los resultados evidencian que *Chinas* visibiliza una identidad híbrida y tensionada, mostrando tanto los desafíos como las limitaciones de la representación fílmica de la comunidad china en el cine español contemporáneo.

Palabras claves: Cine español, inmigración, marginalidad, identidad, signo.

Yi Liu

Universidad de Sevilla
España

yiliu@alum.us.es

<https://orcid.org/0009-0004-5422-9676>

Enviado: 13/5/2025

Aceptado: 3/9/2025

Publicado: 15/1/2026



Esta obra está bajo una licencia internacional
Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.

Sumario. 1. Introducción. 2. Marco teórico. 3. Metodología. 4. Discusión y resultado. 4.1. Qingtian en la historia de la migración china. 4.2. Representación de los personajes marginales. 4.3. Signos de marginalidad. 4.4. Identidad intergeneracional en un contexto cultural heterogéneo. 4.5. Crisis identitaria en la doble marginalidad. 5. Conclusiones.

Cómo citar: Liu, Y. (2026). Identidad intergeneracional y simbolización de la marginalidad migrante. El caso de *Chinas*. *Nawi. Arte, Diseño, Comunicación*, Vol. 10, Núm. 1, 75-85.

<https://nawi.espol.edu.ec/>

[www.doi.org/10.37785/nw.v10n1.a3](https://doi.org/10.37785/nw.v10n1.a3)

Abstract:

In recent years, Spanish cinema has shown increasing interest in migration narratives, reflecting the cultural diversity of contemporary society. However, the representation of Asian immigrants – particularly those of Chinese origin – remains scarce. This study examines *Chinas* (Arantxa Echevarría, 2023) through a qualitative textual film analysis to explore the depiction of marginal subjects and the intergenerational construction of identity within the migratory context. Drawing on

Homi Bhabha's concept of the "third space," the analysis reveals how the film employs verbal and non-verbal signs to portray the tension between Chinese cultural traditions and integration into Spanish society. The findings highlight *Chinas* as a significant yet limited step toward visibility, portraying a hybrid identity that exposes both the challenges and constraints of representing the Chinese community in contemporary Spanish cinema.

Keywords: Spanish cinema; immigration; marginality; identity; sign.

1. Introducción

Desde los primeros años del cine español, la representación de la alteridad ha estado presente, aunque tradicionalmente vinculada a lo "propio" –como la cultura gitana– más que a lo extranjero (Cruzado Rodríguez, 2015). Durante el franquismo, el cine abordó sobre todo el éxodo rural y promovió un "cine de la raza". A partir de los años setenta, comenzaron a aparecer producciones que trataban la emigración hacia Europa, centradas en la adaptación y las dificultades de los migrantes.

Desde los años noventa, el cine español ha incorporado con mayor frecuencia narrativas sobre la inmigración, aunque la representación se ha concentrado en comunidades subsaharianas, magrebíes y latinoamericanas. En cambio, la inmigración asiática –y particularmente la china– ha recibido escasa atención, tanto en la industria cinematográfica como en la investigación académica. Incluso en los pocos casos existentes, como *La fuente amarilla* (Miguel Santesmanes, 1999), las representaciones generaron controversia entre la comunidad china en España.

A pesar de que la comunidad china constituye uno de los grupos migratorios más numerosos del país, su presencia en el cine español sigue siendo marginal. Esta ausencia simbólica refleja una invisibilidad social más amplia. En este contexto, el análisis de *Chinas* (Arantxa Echevarría, 2023) resulta especialmente relevante, pues permite examinar cómo el cine español contemporáneo construye la identidad y las relaciones intergeneracionales de los inmigrantes chinos.

2. Marco teórico

El grupo inmigrante en el cine español ha sido objeto de atención académica desde diversas perspectivas, analizando cómo se construye su imagen y su influencia social. García (2009) estudia a los inmigrantes magrebíes y

observa que suelen aparecer de manera estereotipada, representados como víctimas de discriminación, lo que genera empatía en el público, pero refuerza ciertos prejuicios sobre personas de origen magrebí. Garzón (2015), al analizar el cine español e italiano, señala que los inmigrantes son representados como “buen salvaje” o “adversario”, careciendo de descripciones multidimensionales. Asimismo, Martín García, Marcos Ramos y González de Garay (2022) identifican la presencia de estereotipos y prejuicios en las series españolas, confirmando que las representaciones de inmigrantes a menudo siguen patrones simplificados y homogéneos.

Algunos investigadores han examinado la representación de los inmigrantes desde la perspectiva de género. Zarco (2017) observa que, desde 1997, las figuras femeninas inmigrantes en el cine español han comenzado a diversificarse, dejando de ser representadas únicamente como trabajadoras domésticas, cuidadoras o trabajadoras sexuales, y mostrando una mayor autonomía y motivación económica. No obstante, la mayoría de las producciones continúa centrando su atención en mujeres inmigrantes latinoamericanas. De manera similar, Barreto Malta y Gordillo (2021) señalan que la representación de estas mujeres sigue marcada por un eurocentrismo cultural y no supera las limitaciones del pensamiento colonial. Por su parte, Alonso Seoane (2012) analiza la relación entre la representación del inmigrante y factores como el poder, la globalización, la legislación y el género, evidenciando cómo el cine refleja estructuras sociales desiguales a través de las narrativas sobre inmigrantes.

Gamir Orueta (2022) emplea un enfoque cuantitativo para analizar la representación de la migración en la industria cinematográfica, y sostiene que el aumento de este tipo de producciones refleja la creciente relevancia de la migración a nivel global. Sin embargo, el autor observa que son pocos los creadores que son inmigrantes o descendientes de inmigrantes. De manera concordante, Tassi y Cogo (2017) destacan que la industria cinematográfica carece de creadores inmigrantes, lo cual evidencia las desigualdades sociales que enfrentan los inmigrantes en un contexto global.

Además, Dantas Silva y otros autores (2024) han analizado la utilización de películas con temática migratoria en la enseñanza de idiomas, y destacan que este tipo de obras puede constituir una herramienta pedagógica útil para que los estudiantes comprendan la realidad social de la migración. No obstante, a pesar de la atención académica y de la producción cinematográfica existente, la representación de los inmigrantes chinos permanece prácticamente inexistente, lo que subraya la necesidad de examinar *Chinas* (Arantxa Echevarría, 2023) como un caso que permita explorar la construcción de la identidad y las relaciones intergeneracionales de esta comunidad en España.

3. Metodología

Este estudio adopta un enfoque cualitativo, mediante un análisis de caso centrado en la película *Chinas* (2023), dirigida por Arantxa Echevarría, con el objetivo de examinar la representación de grupos marginales y la construcción de la identidad intergeneracional. El análisis textual fílmico se aplica a escenas seleccionadas según criterios de relevancia narrativa y simbólica, y se centra en tres dimensiones principales: la estructura narrativa, los elementos simbólicos presentes y la construcción de los personajes. La selección de escenas se fundamenta en su capacidad para evidenciar conflictos de identidad y relaciones intergeneracionales. Este enfoque metodológico se apoya en la

literatura sobre análisis textual fílmico y teorías de la representación de la alteridad, lo que permite una comprensión detallada de cómo el cine contemporáneo español construye la identidad y las experiencias sociales de los inmigrantes chinos.

4. Discusión y resultado

Antes de dirigir *Chinas*, Arantxa Echevarría ya había mostrado interés en la representación de comunidades marginales. En 2018, dirigió *Carmen y Lola*, que narra cómo dos jóvenes gitanas enfrentan y superan obstáculos impuestos por el entorno social, abordando tanto la historia de amor como la situación de las mujeres gitanas en España. Cinco años después, Echevarría centra su atención en la comunidad china, trasladando su interpretación de la experiencia de los inmigrantes chinos en España a la pantalla. Las protagonistas de *Chinas* son femeninas, con edades comprendidas entre los 7 y 17 años, y la mayoría de los actores no son profesionales. Según declaraciones de la directora, su conocimiento limitado de China incrementó la complejidad del proceso de dirección.

Chinas narra la historia de tres jóvenes: Lucía, Claudia y Xiang, quienes atraviesan conflictos de identidad. Lucía y Claudia son hermanas y pertenecen a una familia que gestiona un comercio en el barrio chino de Madrid, mientras que Xiang es adoptada por una pareja española. La película integra las emociones de los personajes con las tensiones identitarias derivadas de la inmigración, construyendo representaciones vívidas de personajes marginalizados y permitiendo analizar cómo la segunda generación de inmigrantes chinos enfrenta dilemas de identidad en el contexto español.

4.1. Qingtian en la historia de la migración china

Aunque la comunidad china en España es relativamente pequeña, en comparación con países angloparlantes, posee una historia migratoria prolongada. La inmigración china a España se remonta al levantamiento Taiping durante la dinastía Qing (1851-1864) (Zhou & Chen, 2011). A partir de 1986, con la primera amnistía otorgada por el gobierno español, se produjo un aumento gradual de la población china. Tras la política de reforma y apertura en China y la progresiva flexibilización de las políticas migratorias españolas, muchos chinos –los denominados “primeros nuevos inmigrantes”– decidieron emigrar. Según Sáiz López (2005), desde 1995 hasta 2000, la población china en España aumentó de 9.158 a 28.693 personas en ese periodo; y, aunque el crecimiento posterior ha sido más moderado, la tendencia continúa.

Más del 70% de los inmigrantes chinos provienen de Qingtian, un municipio de la provincia de Zhejiang caracterizado por su geografía montañosa y escasez de tierras fértiles. Desde finales del siglo XVIII, los habitantes de Qingtian emigraron en busca de mejores condiciones de vida, estableciendo comunidades estables en España. Esta migración histórica explica la creencia popular de que “donde hay inmigrantes chinos, habrá gente de Qingtian”. Los inmigrantes llegados desde 1986 constituyen la primera generación de nuevos inmigrantes chinos, cuya estrategia de movilidad principal fue la reunificación familiar, mientras que sus descendientes conforman la segunda generación, nacida y criada en España.

En *Chinas*, los padres de Lucía, representantes de la primera generación, mantienen prácticas culturales chinas: preparan comida típica, se relacionan principalmente con la comunidad china y hablan mandarín con acento del sur. Por su parte, Lucía y Claudia representan a la segunda generación, con amistades locales y experiencias culturales mixtas. Las divergencias entre padres e hijas reflejan las diferencias generacionales en la comunidad china en España, evidenciando cómo el contexto social y cultural influye en la construcción de la identidad y las estrategias de adaptación de cada generación.

4.2. Representación de los personajes marginales

El concepto de “marginalidad” propuesto por Robert (1928) describe la situación de los individuos que participan en dos sociedades o culturas, pero que son rechazados por ambas, generando un carácter inestable y un tipo de personalidad particular. La familia de Lucía se puede entender como un ejemplo de este fenómeno, ya que su comportamiento y relaciones reflejan las tensiones entre la cultura de origen y la sociedad de acogida.

El espacio en el que se desarrollan los personajes es un elemento clave para modelar su representación. En *Chinas*, la familia de Lucía reside en el barrio chino de Usera, en Madrid, un entorno con connotaciones de marginalidad social. Este espacio refleja tanto la estructura de la comunidad china local como las limitaciones de integración en la sociedad española más amplia.

A pesar de que los nuevos inmigrantes chinos pueden contar con un mayor nivel educativo y recursos económicos (Zhou, 2006), la primera generación procedente de Qingtian presenta características socioeconómicas específicas: bajo nivel educativo, ocupaciones en el sector primario (restaurantes y tiendas de barrio) y dependencia de redes de paisanos para el trabajo y la vida cotidiana (Sáiz López, 2005). Estas condiciones limitan la interacción con la sociedad local y restringen las oportunidades de integración.

En términos de construcción de personajes, las escenas de la película ilustran cómo estas condiciones estructurales configuran actitudes y comportamientos. Por ejemplo, la madre de Lucía enfrenta una situación de injusticia en su tienda, pero opta por no involucrar a la policía, lo que refleja no solo barreras lingüísticas sino también la falta de poder institucional y la tendencia a resolver conflictos dentro de la comunidad. Asimismo, se observan roles de género tradicionales en la primera generación: el padre mantiene la autoridad principal, mientras que la madre adopta una posición de apoyo, reflejando estructuras patriarcales heredadas de la cultura de origen. En contraste, los padres adoptivos de Xiang, de origen español, mantienen una relación familiar igualitaria, lo que evidencia cómo las diferencias culturales influyen en las prácticas parentales y la construcción de la identidad.

En conjunto, *Chinas* permite analizar cómo la marginalidad social y cultural se manifiesta en la vida cotidiana de los inmigrantes, cómo influye en la construcción de la identidad y cómo las diferencias generacionales modelan la percepción y la integración de los individuos en la sociedad española.

4.3. Signos de marginalidad

Según Bajtín (1976), los signos pueden representar o sustituir elementos significativos; en otras palabras, funcionan como metáforas capaces de transmitir información adicional al público. En *Chinas*, los signos se dividen en verbales y no verbales, ambos utilizados para expresar la marginalidad y la identidad de los personajes.

El idioma constituye un signo verbal fundamental. Para la primera generación de inmigrantes, el chino se mantiene como lengua principal, reflejando tanto sus recuerdos del país de origen como su identidad cultural. Los padres de Lucía hablan chino de manera predominante y dependen de sus hijas para interactuar en español, lo que refuerza su posición marginal en la sociedad local. Por el contrario, Lucía y Claudia, como segunda generación, combinan chino y español según el interlocutor, mostrando una identidad híbrida y negociada. Un ejemplo destacado ocurre durante la cena familiar, cuando Claudia utiliza el español y recibe la reprimenda de su padre, enfatizando la tensión entre generaciones y culturas.

Los nombres propios también funcionan como signos de identidad. Lucía y Claudia conservan nombres chinos que se usan exclusivamente en el contexto familiar, mientras que Xiang, adoptada por padres españoles, mantiene su nombre chino, cuya pronunciación se asocia con “recordar”, reforzando la intención de sus padres adoptivos de preservar su identidad cultural.

Los signos no verbales son abundantes y permiten transmitir emociones y significados de manera directa, superando barreras idiomáticas. La familia de Lucía utiliza palillos, consume comida china, sigue noticias de China, escucha música y realiza actividades tradicionales como la danza del dragón y bailes en la plaza. Estos elementos refuerzan la pertenencia a la comunidad china y evidencian cómo la primera generación reconstruye un “hogar cultural” en España, manteniendo vínculos con sus raíces y mostrando su marginalidad frente a la cultura dominante.

En conjunto, la combinación de signos verbales y no verbales en la película ilustra cómo la identidad de los inmigrantes se construye en relación con su marginalidad social y cultural, y cómo las diferencias generacionales configuran la forma en que los individuos negocian entre la herencia cultural y la integración local.

4.4. Identidad intergeneracional en un contexto cultural heterogéneo

La película *Chinas* ilustra las diferencias de identidad entre la primera y segunda generación de inmigrantes chinos en España, mostrando cómo los valores culturales tradicionales del Este Asiático interactúan con la educación y cultura local.

Los padres de Lucía encarnan valores tradicionales orientales, centrados en la obediencia filial, la piedad y la tolerancia. Estas normas guían sus expectativas sobre sus hijas, recordándoles los sacrificios realizados por su bienestar y orientándolas hacia un comportamiento considerado correcto según la tradición. Por ejemplo, insisten en que Claudia estudie, limite sus salidas nocturnas y ahorre dinero, y solo permiten interacciones románticas bajo supervisión culturalmente adecuada. Este modelo educativo refleja la internalización de la ética confuciana: los descendientes respetan y priorizan las decisiones de los padres, mostrando una forma de obediencia y responsabilidad hacia la familia. Las acciones de Claudia, como ayudar en la tienda familiar, cuidar de su hermana y cumplir con sus

estudios, evidencian la influencia de estos valores, aunque ocasionalmente busca expresar sus preferencias personales de manera discreta, como cambiarse de ropa para una fiesta sin permiso.

Por otro lado, la segunda generación de inmigrantes, representada por Lucía y Claudia, está expuesta a la educación y cultura locales, lo que genera una identidad híbrida. Aunque participan en la sociedad española, enfrentan discriminación y desafíos propios de su condición minoritaria, lo que genera conflictos intergeneracionales y acumulación de emociones reprimidas, como se observa en la escena de la discusión familiar durante la cena. Estas tensiones reflejan la negociación constante entre las expectativas tradicionales de los padres y la adaptación al entorno social local.

Además, la interacción entre prácticas culturales chinas y españolas resalta la heterogeneidad cultural. Por ejemplo, la celebración de cumpleaños en Burger King contrasta con las tradiciones familiares chinas, como comer fideos para simbolizar longevidad o recibir sobres rojos como recompensa por el esfuerzo académico. La película muestra cómo los padres intentan equilibrar la preservación de la cultura de origen con las necesidades y deseos de la segunda generación, destacando tanto la continuidad cultural como la adaptación contextual.

En resumen, la representación de la identidad intergeneracional en *Chinas* evidencia cómo la primera generación mantiene prácticas tradicionales y valores culturales, mientras que la segunda generación negocia su identidad entre la herencia cultural y el entorno local. Esto permite al público comprender los desafíos de integración, los conflictos familiares y la construcción de la identidad de los inmigrantes chinos en un contexto heterogéneo.

4.5. Crisis identitaria en la doble marginalidad

La migración implica un tránsito simultáneo por fronteras geográficas y culturales, generando un espacio intermedio entre la cultura de origen y la cultura receptora. Este “tercer espacio”, concepto desarrollado por Bhabha (2003, 58), desafía las concepciones homogéneas de la identidad cultural y produce un estado singular de doble pertenencia. En la película *Chinas*, las protagonistas se sitúan precisamente en este espacio intermedio, enfrentando tensiones identitarias derivadas de la interacción entre dos culturas.

Claudia, nacida en China y trasladada a España a los seis años, crece entre la educación occidental y los valores de la familia china tradicional, experimentando conflictos culturales continuos. En la película, es apodada “banana”, término usado para referirse a inmigrantes de segunda o tercera generación en contextos europeos y americanos que, a pesar de recibir educación local, enfrentan dilemas entre la integración y la preservación cultural (San Román & Marre, 2012). Claudia explora relaciones románticas fuera de la comunidad china y participa en actividades locales, pero estas experiencias generan ansiedad identitaria al confrontar su pertenencia a ambos mundos. La directora utiliza escenas como la cita fallida con Xiao Wang y la noche conflictiva para ilustrar cómo los eventos cotidianos y las interacciones sociales influyen en la construcción de la identidad (MacMillan, 2001).

Lucía, en contraste, es más joven y actúa como mediadora entre Claudia y los padres. Mantiene una conexión afectiva con la cultura china, participa en tradiciones como la danza del dragón y la vestimenta típica, pero también

muestra curiosidad por la vida de los niños locales. La interacción de Lucía con Xiang y sus compañeras refleja un desarrollo identitario más flexible, donde la exposición temprana a distintos entornos permite una capacidad mayor de conciliación cultural. Sin embargo, las tensiones culturales persisten: al observar discrepancias entre la sociedad local y la tradición familiar, Lucía también enfrenta conflictos de identidad, evaluando a su familia y entorno como “el otro” en ciertos contextos.

En ambas protagonistas, la película evidencia que la asimilación cultural no garantiza un sentido pleno de pertenencia; incluso comportamientos aparentemente adaptativos pueden generar inseguridad identitaria y cuestionamientos sobre su identidad cultural y social.

Xiang, a diferencia de Claudia y Lucía, es una niña china adoptada por una familia española. Crece totalmente inmersa en la cultura española, sin conocimiento del mandarín ni de la tradición china, lo que hace que se identifique completamente como española. Este caso ilustra la dificultad de nombrar y conceptualizar diferencias racializadas sin recurrir a construcciones culturales (San Román & Marre, 2012).

Cuando Xiang observa a Lucía, que comparte rasgos asiáticos, su percepción de identidad se cuestiona. Por ejemplo, en una escena del supermercado, al ser objeto de comentarios discriminatorios sobre los chinos, Xiang actúa con naturalidad y camina directamente, evidenciando cómo la internalización de la cultura local puede generar una desconexión con sus raíces biológicas. Los padres adoptivos procuran reforzar su identidad de origen mediante clases de chino y seguimiento psicológico, pero la respuesta de Xiang es limitada: cuando se le pregunta sobre el aprendizaje del idioma, lo atribuye a la obligación de sus padres y muestra escaso afecto por la cultura china. Esta resistencia puede provocar un vacío identitario a largo plazo, dificultando la construcción de un sentido de pertenencia (Cristina, 2023).

Además, el orgullo por la cultura de origen, promovido por los padres adoptivos, contrasta con la poca atención otorgada a los orígenes biológicos (San Román, 2015, 9). La película muestra la primera videollamada de los padres biológicos con Xiang, donde expresan emociones intensas de disculpa por la separación. Este encuentro, aunque bien intencionado, podría generar conflicto emocional y afectar el desarrollo de la identidad de Xiang, al confrontarla con la ausencia y la reconstrucción de lazos con sus raíces biológicas.

En conjunto, el caso de Xiang evidencia cómo la adopción y la doble marginalidad cultural pueden generar una crisis identitaria distinta a la de los hijos de inmigrantes: la desconexión con la cultura de origen y la exposición a la cultura receptora pueden dificultar la construcción de una identidad integrada y un sentido sólido de pertenencia.

4.6. Limitaciones de la representación fílmica

A pesar de los avances en la representación cinematográfica de la inmigración, *Chinas* todavía reproduce ciertos patrones tradicionales presentes en el cine español. Los personajes inmigrantes continúan siendo retratados principalmente desde una posición de vulnerabilidad o victimización, sin mostrar plenamente la diversidad social y económica que caracteriza a la comunidad china contemporánea.

Asimismo, la imagen de China y de sus inmigrantes sigue vinculada a un imaginario de atraso y subordinación cultural, en contraste con la modernidad y apertura asociadas a la sociedad española. Este desequilibrio refuerza una jerarquía simbólica entre el “país receptor” y el “país de origen”, lo que limita el potencial transformador del discurso cinematográfico.

En consecuencia, *Chinas* representa un paso importante hacia la visibilización de los inmigrantes chinos en el cine español, pero aún se sitúa en una fase inicial de exploración. Será necesario promover futuras producciones que presenten personajes más complejos, autónomos y diversos, capaces de reflejar las transformaciones actuales de la diáspora china y de cuestionar los estereotipos persistentes en el imaginario colectivo.

5. Conclusiones

El análisis de *Chinas* (2023) permite comprender cómo el cine español contemporáneo aborda la representación de los sujetos migrantes desde una perspectiva más diversa y compleja. En los últimos años, las películas han desplazado su enfoque de los hombres hacia las mujeres, y ya no se limitan a cuestiones laborales o familiares, sino que exploran las tensiones culturales, identitarias y generacionales que atraviesan los procesos migratorios. En este contexto, *Chinas* constituye un avance significativo al visibilizar por primera vez a la comunidad china como protagonista dentro del cine español, aunque su representación aún revela limitaciones estructurales.

El estudio demuestra que la directora Arantxa Echevarría construye un retrato sensible de las segundas generaciones de inmigrantes, quienes habitan ese “tercer espacio” (Bhabha, 2003) entre la cultura de origen y la sociedad receptora. A través de signos verbales y no verbales, la película refleja los conflictos familiares, el choque de valores y la búsqueda de identidad de las jóvenes protagonistas. No obstante, el relato continúa enmarcando a los personajes inmigrantes en una posición de vulnerabilidad y mantiene una visión estereotipada de China como símbolo de tradición y atraso frente a una España moderna y abierta.

Pese a estas limitaciones, *Chinas* abre una nueva vía para reflexionar sobre la diversidad cultural en España y la necesidad de revisar las narrativas cinematográficas desde una perspectiva inclusiva. El presente trabajo contribuye a ampliar el campo de los estudios sobre la representación de la inmigración en el cine español, incorporando por primera vez el análisis del colectivo chino y de sus dinámicas intergeneracionales. Futuras investigaciones podrían profundizar en la autorrepresentación de los cineastas de origen migrante, así como en la evolución del discurso fílmico sobre la multiculturalidad en el contexto europeo actual.

Referencias bibliográficas

- Alonso Seoane, M. J. (2012). Imaginarios sociales del cine español de migraciones. *Imagonautas. Revista Interdisciplinaria sobre Imaginarios Sociales*, 2 (1), 41-61.
- Bajtin, M. (1976). *Obras Completas de Bakhtin*. Vol. 4. Hebei: Editorial de Educación de Hebei.
- Barreto Malta, R., & Gordillo, I. (2021). Presencia de mujeres inmigrantes latinoamericanas en el cine español. *Revista FAMECOS*, 28, 1-15. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2021.1.41576>
- Bhabha, H. K. (2003). *El lugar de la cultura*. Buenos Aires: Manantial.
- Cristina, A. (2023). Hijos de adopciones internacionales que afrontan retos de identidad: "Casi toda mi vida he ignorado mi cultura de origen". Web de *El País*. Rescatado de: https://elpais.com/sociedad/2023-03-21/hijos-de-adopciones-internacionales-que-afrontan-retos-de-identidad-casi-toda-mi-vida-he-ignorado-mi-cultura-de-origen.html?event=go&event_log=go&prod=REGCRART&o=cerrado
- Cruzado Rodríguez, Á. (2015). Las mujeres inmigrantes vistas por el cine español en los albores del siglo XXI. *Dossiers feministes*, 20, 43-61.
- Gamir Orueta, A. (2022). Los movimientos migratorios en España y su reflejo en el cine de ficción. *Estudios e Investigaciones*, 42 (1), 85-107. <https://doi.org/10.5209/aguc.81797>
- García, L. N. (2009). Racismo y medios de comunicación. Representaciones del inmigrante magrebí en el cine español. *IC. Revista Científica de Información y Comunicación*, 6, 337-362.
- Garzón, L. (2015). Entre el "buen salvaje" y el adversario. Imágenes del inmigrante en el cine español e italiano. *Actas del VIII Congreso sobre Migraciones Internacionales en España, Granada*.
- Martín García, T., Marcos Ramos, M., & González de Garay, B. (2022). Cómo son los personajes inmigrantes en las series españolas emitidas en plataformas de streaming. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 55, 37-56. <https://doi.org/10.15198/seeci.2022.e776>
- Robert, R. E. (1928). Human Migration and the Marginal Man. *American Journal of Sociology*, 33 (6). <https://doi.org/10.1086/214592>
- Sáiz López, A. (2005). La migración china en España. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 68, 151-163.
- San Román, B. & Marre, D. (2012). ¿Cuerpos fuera de lugar? La adopción transracal en España. *Subjetivación, raza y cultura. Universitas Psychologica*, 11 (3).
- San Román, B. (2015). De la dificultad de pensar la construcción de la identidad sin anclajes fijos: la adopción transnacional en España. *Scripta Nova: revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, 19.
- Silva, A. C. D., Conceição, K. V. B., Barbosa, M. G. A., & Silva, K. C. P. (2024). Imigração e diversidade linguística no ensino de E/LE a partir do curta metragem *Migrante*. *Open Minds International Journal*, 5 (3), 131-142. <https://doi.org/10.47180/omij.v5i3.322>
- Tassi, D., & Cogo, A. (2017). Diáspora, interculturalidad y memoria en *En tierra extraña*. En E. Gambi Giménez & M. Marcos Ramos (Eds.), *IV Congreso Internacional Historia, Arte y Literatura en el Cine en Español y Portugués. Estudios y Perspectivas* (pp. 502-517). Salamanca: Centro de Estudios Brasileños.
- Zarco, J. (2017). Mujer migrante y cine español. Estereotipos y evolución. En E. Bou Maqueda & G. J. Zarco (Eds.), *Fronteras y migraciones en ámbito mediterráneo* (pp. 147-163). Venecia: Ca' Foscari.
- Zhou, F. (2006). Informe de análisis de la encuesta sobre la situación de los ciudadanos en el extranjero de Qingtian. *La Revista Semanal de Qingtian*.
- Zhou, W., & Chen, M. (2011). *History of overseas Chinese in QingTian City*. Hangzhou: Editorial del Pueblo de Zhejiang.

Reseña curricular

Yi Liu es doctoranda en la Universidad de Sevilla, España, en el programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación. Su línea de investigación se centra en la comunicación audiovisual, con especial atención a la interculturalidad en el cine.

Declaraciones:

- Los autores declaran que, en la elaboración del presente artículo, no se ha utilizado herramientas de inteligencia artificial.



Imagen: Kenya Macías

● REC 00:03:47



Imagen: Gabriela Manrique

NInA y la virtualidad cultural. Estudio estético, semiótico y ético de la primera influencer ecuatoriana creada con inteligencia artificial.

NInA and Cultural Virtuality. An Aesthetic, Semiotic, and Ethical Study of the First Ecuadorian Influencer Created with Artificial Intelligence.

Resumen:

La irrupción de influencers virtuales generados mediante inteligencia artificial transforma las prácticas de comunicación digital y marketing de influencia, al combinar control total de imagen con estrategias de conexión emocional propias de portavoces humanos. En 2024 se presentó en Ecuador NInA, la primera influencer virtual del país, con una estética híbrida que integra rasgos mestizos y referencias culturales locales con códigos globalizados de moda digital. Este estudio analiza su caso desde tres vectores: estética híbrida y legitimidad cultural, construcción semiótica de la identidad digital y dimensión ética en el uso

de tecnología creativa para la mediación cultural. La metodología combina análisis cualitativo interpretativo y evaluación de métricas de interacción en TikTok e Instagram. Los hallazgos muestran que la eficacia comunicativa y la legitimidad cultural dependen de la coherencia entre diseño visual, narrativa y gestión ética, proponiendo un modelo aplicable a futuros personajes virtuales en contextos iberoamericanos.

Palabras clave: inteligencia artificial; influencers virtuales; semiótica visual; estética híbrida; ética digital; representación cultural.

Fernando Checa García

Universidad Internacional
de La Rioja, UNIR
Logroño, España

fernando.checa@unir.net

<https://orcid.org/0000-0003-2919-3435>

Víctor Núñez Fernández

Universidad a Distancia de Madrid,
UDIMA
Madrid, España

victor.nunez@udima.es

<https://orcid.org/0000-0002-6359-5959>

Enviado: 13/8/2025

Aceptado: 20/10/2025

Publicado: 15/1/2026



Esta obra está bajo una licencia internacional
Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.

Sumario. 1. Introducción. 2. Objetivos de la investigación. 3. Marco teórico. 4. Metodología. 4.1. Fuentes de datos. 4.2. Procedimiento analítico. 4.3 Limitaciones metodológicas. 5. Resultados. 6. Discusión. 7. Conclusiones.

Cómo citar: Checa García, F., & Núñez Fernández, V. (2026). NInA y la virtualidad cultural. Estudio estético, semiótico y ético de la primera influencer ecuatoriana creada con inteligencia artificial. *Nawi. Arte, Diseño, Comunicación*, Vol. 10, Núm. 1, 87-107.
<https://nawi.espol.edu.ec/>
[www.doi.org/10.37785/nw.v10n1.a4](https://doi.org/10.37785/nw.v10n1.a4)

Abstract:

The emergence of virtual influencers generated through artificial intelligence is reshaping digital communication practices and influencer marketing by combining full image control with emotional connection strategies typical of human spokespersons. In 2024, NInA was introduced in Ecuador as the country's first virtual influencer, designed with a hybrid aesthetic that merges mestizo features and local cultural references with globalized codes of digital fashion. This study examines NInA's case through three analytical vectors: hybrid aesthetics and cultural legitimacy, the semiotic construction of digital identity,

and the ethical dimension in the creative technological mediation of culture. The methodology integrates qualitative interpretative analysis with an assessment of interaction metrics on TikTok and Instagram. Findings indicate that communicative effectiveness and cultural legitimacy depend on the coherence between visual design, narrative articulation, and ethical management, proposing a model applicable to future virtual characters in Ibero-American contexts.

Keywords: Artificial intelligence; Virtual influencers; Visual semiotics; Hybrid aesthetics; Digital ethics; Cultural representation.

1. Introducción

La irrupción de los influencers virtuales creados mediante inteligencia artificial ha transformado el panorama comunicativo contemporáneo. Estas figuras, diseñadas a partir de modelado tridimensional, síntesis algorítmica de imagen y guionización narrativa, participan en dinámicas propias del marketing de influencia, pero con una mediación tecnológica que redefine las fronteras entre lo humano y lo artificial. Aunque los primeros casos adquirieron notoriedad en Asia y Estados Unidos (Byun & Ahn, 2023), en los últimos años la tendencia ha llegado a América Latina, adaptando sus códigos estéticos y discursivos a contextos culturales específicos.

En este sentido, y siguiendo a Bouhaben y Polo Blanco (2020), la actual era de imagocracia, definida como el régimen donde las imágenes articulan identidades, estilos de vida y marcos de comprensión política o el poder absoluto de las imágenes en el mundo contemporáneo, convierte a creaciones como NInA en agentes activos de una imagomaquia, o la “guerra de las imágenes” como lucha por el sentido, en la que lo audiovisual se vuelve un espacio decisivo de disputa entre modelos hegemónicos y narrativas culturalmente situadas. Este enfoque permite enmarcar la propuesta estética y discursiva de NInA no solo como innovación técnica, sino como intervención cultural con implicaciones políticas y éticas.

En Ecuador, el lanzamiento en 2024 de NInA, la primera influencer virtual del país, representa un punto de inflexión en la convergencia entre comunicación digital, estética cultural y ética de la representación (Figura 1). Creada por la agencia UP Brands, NInA se presenta como una joven con rasgos mestizos ecuatorianos cuya identidad visual combina

elementos locales y globales (Gavilanes, 2024). Su actividad incluye la promoción de eventos culturales, campañas de concienciación y colaboraciones institucionales, alternando publicaciones en redes sociales con apariciones en espacios presenciales. Desde su presentación, ha generado un debate público que oscila entre la valoración de la innovación tecnológica y la crítica por supuesta apropiación cultural y representación no autorizada de identidades indígenas (Esborraz, 2025).



Figura 1. NInA, la primera influencer virtual de Ecuador.

Fuente: <https://www.instagram.com/p/DlxPXwPOpm1/>

Este estudio propone un análisis integral del caso NInA desde tres vectores complementarios: la estética híbrida y su legitimidad cultural, la construcción semiótica de su identidad digital y la dimensión ética y representativa en el uso de tecnología creativa para la mediación cultural. La investigación combina una revisión teórica sobre estética digital y semiótica visual con el análisis empírico de sus publicaciones en redes sociales y de la recepción pública documentada en medios de comunicación.

2. Objetivos de la investigación

Este estudio tiene como objetivo general analizar el caso de NInA como fenómeno de comunicación cultural mediado por inteligencia artificial, evaluando cómo su propuesta visual y narrativa configura un modelo de representación híbrido en el contexto ecuatoriano. De manera específica, se plantean tres objetivos concretos:

1. Examinar los rasgos de la estética híbrida de NInA y su capacidad para integrar códigos culturales locales y globales en una identidad visual coherente.
2. Analizar la construcción semiótica de su identidad digital, observando cómo los signos icónicos, cromáticos, tipográficos y gestuales articulan su narrativa visual y su sentido de autenticidad.
3. Evaluar la dimensión ética y representativa de su comunicación, considerando los riesgos de apropiación cultural y las implicaciones de transparencia y legitimidad en el uso de inteligencia artificial para la creación de portavoces culturales.

Estos objetivos buscan ofrecer una comprensión integral del fenómeno, relacionando la producción comunicativa del personaje con sus efectos de recepción y con las tensiones éticas que acompañan la mediatización de la identidad cultural en entornos digitales contemporáneos. El objetivo final es contribuir al debate académico sobre cómo la inteligencia artificial reconfigura las prácticas de comunicación visual y cómo estas transformaciones inciden en la construcción social de la autenticidad y la diversidad cultural en entornos digitales iberoamericanos.

3. Marco teórico

Los influencers virtuales se definen como entidades generadas digitalmente que interactúan con audiencias en redes sociales, asumiendo roles similares a los de los portavoces humanos, pero con la ventaja de un control total de su imagen y narrativa (Koles et al., 2023). Diversos estudios han examinado su potencial en el terreno del marketing, destacando que pueden minimizar riesgos asociados a la gestión de personalidades reales y mantener coherencia visual en campañas prolongadas (Belanche et al., 2024).

Uno de los aspectos más relevantes en la literatura es la noción de “estética híbrida”, entendida como la combinación de códigos visuales humanos y algorítmicos, así como de referencias culturales locales y globales. Kraidy (2005) describe la hibridación cultural como un proceso en el que elementos de distintas tradiciones visuales y narrativas se entrelazan para producir nuevas formas simbólicas, lo que puede funcionar como estrategia de integración cultural o como fuente de tensión identitaria. La noción de estética híbrida refiere a la confluencia de códigos visuales provenientes de lo humano y lo artificial, lo tradicional y lo contemporáneo, lo local y lo global. Este enfoque permite analizar cómo se generan nuevos significados a partir de la combinación de estilos aparentemente opuestos o dispares, dando lugar a expresiones visuales que dialogan con múltiples contextos culturales. En el caso de NInA, ese diálogo se manifiesta mediante la fusión de rasgos físicos mestizos ecuatorianos, que remiten a la identidad nacional, con la perfección algorítmica de un avatar digital ergonómico, sin defectos visibles. Su vestimenta, a su vez, integra patrones de bordados andinos, llenos de simbolismos locales, con prendas urbanas que podrían hallarse en cualquier escaparate global.

Según M. M. Kraidy (2005), la hibridación cultural no se limita a la superposición de elementos: es un proceso creativo que desarrolla nuevas formas simbólicas, capaces de generar puentes interculturales o tensiones identitarias según el modo de su implementación. La estética híbrida implica visibilidad estructural, elementos como color, textura, composición o tipografía e indexicalidad cultural, rasgos reconocibles que invocan tradiciones, estilos o grupos sociales, todo articulado mediante decisiones de diseño que operan como signos. Barranco (2024) indicaba que el uso de paletas cromáticas cálidas (ocres, tierras) junto a tonos fríos o neutros puede simbolizar arraigo e innovación simultáneamente.

Desde la semiótica visual (Kress & van Leeuwen, 2006), una estética híbrida se construye a través de un sistema de recursos icónicos, cromáticos y proxémicos que conllevan significados. En un contexto híbrido, la simetría nunca es neutral: su perfección indica artificialidad, mientras que la elección de materiales visuales asociados a lo artesanal, como texturas tejidas o patrones étnicos, evoca autenticidad y legado cultural. Esta tensión genera una narrativa visual que construye identidad e historia sin un solo enunciado verbal.

La estética híbrida ofrece distintas oportunidades estratégicas. En marketing, por ejemplo, permite a marcas comunicarse simultáneamente con audiencias globales y con comunidades locales, mostrando sensibilidad cultural sin sacrificar proyección internacional. Un producto o personaje híbrido puede convertirse en emblema de modernidad anclada en la tradición, lo cual resulta especialmente potente en contextos postcoloniales que buscan reinterpretar la herencia cultural desde un horizonte contemporáneo. Asimismo, ofrece flexibilidad, ya que sus referentes pueden reinterpretarse según plataformas o audiencias específicas (digital vs presencial, masivo vs especializado, local vs global).

Pero este enfoque también implica riesgos significativos. Cuando lo cultural se emplea como adorno o elemento estético sin participación activa de las comunidades representadas, puede caer en la apropiación cultural reduciendo saberes, símbolos o identidades a exotismo plástico, especialmente grave si existe historial de exclusión o vulneración (Basil, 2021). Además, como señalan Vargas-Espitia y Cuadrado-Siosy (20225), la artificialidad de las formas perfectas puede erosionar la autenticidad percibida, y así su capacidad empática. Cuando estas tensiones no se gestionan con transparencia, una estética híbrida puede generar desconfianza, alienación o rechazo, en lugar de integración.

En contextos latinoamericanos, existen ejemplos contrastantes. Algunas marcas de moda ecuatoriana han logrado hibridaciones bien recibidas al colaborar directamente con artesanas indígenas, integrando sus diseños en piezas contemporáneas con mención al origen y participación económica clara. En cambio, hay casos donde empresas han utilizado motivos andinos como meros estampados sin atribución o diálogo, lo que desató críticas por superficialidad o extractivismo cultural (Chaulera Pilamunga, 2023).

La semiótica visual, particularmente desde el enfoque de Andacht (2005), ofrece un marco sistemático para interpretar cómo los elementos visuales operan como signos que transmiten significados culturales, ideológicos y emocionales. Basándose en la gramática sistémico-funcional de Halliday (1985), sostiene que las imágenes no son neutrales: poseen estructuras compositivas que, de manera similar al lenguaje, cumplen funciones representacionales, interactivas y compositivas. En el caso de un personaje digital como NInA, cada elemento visual, desde la orientación de la mirada hasta el contraste cromático, forma parte de un sistema semiótico que codifica valores y establece relaciones con la audiencia. La selección de paletas cromáticas, por ejemplo, no sólo cumple una función estética sino también simbólica. Tonos cálidos, como rojos y ocre, pueden evocar cercanía, pasión o conexión con la tierra, mientras que los tonos fríos sugieren profesionalidad, calma o distanciamiento (Perryman, 2021). En NInA, el predominio de gamas cálidas combinadas con neutros transmite una doble intención: invocar raíces culturales ecuatorianas y, simultáneamente, mantener una estética globalmente atractiva y adaptable a diversos contextos de comunicación digital.

La composición visual es otro recurso fundamental. Según Martínez Bouza (2011), el encuadre, el punto de vista y la distribución espacial de los elementos visuales influyen en la jerarquía de lectura y en la interpretación del mensaje. Un plano medio con mirada directa hacia la cámara, habitual en las publicaciones de NInA, genera una relación de proximidad y un efecto de interacción personal, fortaleciendo la conexión con el espectador. Por el contrario, un plano general con la figura de espaldas podría interpretarse como una invitación a observar un entorno o a compartir

una experiencia desde la perspectiva del personaje. La gestualidad y la postura corporal constituyen igualmente signos relevantes. Rebel (2012) subraya que los gestos son portadores de significados culturales y contextuales que se integran en un “lenguaje del cuerpo” con valor comunicativo. En personajes virtuales, estos gestos son programados y, por tanto, controlados al milímetro, lo que permite al diseñador enfatizar actitudes de apertura, seguridad o empatía de forma deliberada. En el caso de NInA, los gestos suelen ser relajados y ligeramente expansivos, lo que refuerza su imagen de accesibilidad.

La tipografía utilizada en materiales gráficos y colaboraciones también forma parte del repertorio semiótico. Siguiendo a Van Leeuwen (2006), la tipografía comunica valores simbólicos: un estilo *sans serif* minimalista puede asociarse a modernidad y claridad, mientras que tipografías ornamentadas pueden evocar tradición o sofisticación. En el caso analizado, la elección de tipografías simples y limpias se alinea con la intención de proyectar una identidad tecnológica contemporánea, sin interferencias decorativas que desvíen la atención del mensaje visual central.

La semiótica visual aplicada a un influencer virtual como NInA permite comprender cómo la coherencia o la disonancia entre signos cromáticos, icónicos, tipográficos y gestuales incide en la percepción de autenticidad, cercanía y modernidad. Un diseño que articula de forma consistente estos elementos puede reforzar la narrativa del personaje y aumentar su capacidad persuasiva. Sin embargo, una ejecución incoherente o desconectada del contexto cultural puede producir interpretaciones contradictorias, debilitando la conexión con la audiencia y afectando a la legitimidad del personaje en el espacio digital (Cárdona, 2025).

Otro eje central es la percepción de autenticidad, entendida como la congruencia percibida entre la identidad proyectada por el influencer virtual, sus acciones y el marco narrativo en el que se inscribe. Wasti y otros autores (2024) demuestran que la semejanza humana y la autenticidad percibida influyen de forma significativa en la actitud hacia los influencers virtuales y en la intención de interactuar con ellos. Este hallazgo refuerza la idea de que, incluso en entornos digitales altamente artificiales, los usuarios buscan señales que transmitan coherencia, sinceridad y continuidad entre lo que se muestra y lo que se representa.

La autenticidad, sin embargo, es un constructo socialmente negociado (González et al., 2005), que depende tanto de las intenciones del emisor como de las interpretaciones del receptor. En el caso de influencers virtuales, esta negociación se ve condicionada por la ausencia de una corporeidad física real y por la mediación tecnológica que interviene en cada aparición. Así, la construcción de autenticidad se desplaza desde atributos biográficos o testimoniales, propios de un influencer humano, hacia la consistencia estética, la transparencia sobre el carácter virtual y la coherencia temática del contenido.

Moreno-Márquez (2013) señalaba que en entornos de redes sociales la autenticidad no equivale necesariamente a veracidad factual, sino a la capacidad de ofrecer una “versión verosímil” de la identidad que resuena con las expectativas del público. Para un personaje como NInA, esto significa que su narrativa visual y discursiva debe alinearse con causas, estilos y valores que sean plausibles y sostenibles en el tiempo. Por ejemplo, cuando NInA participa en campañas sobre sostenibilidad ambiental, la coherencia exige que el resto de su comunicación no contradiga estos principios, evitando colaboraciones con marcas o narrativas percibidas como incompatibles. La fragilidad de la

autenticidad en influencers virtuales se amplifica en casos de opacidad. Si la audiencia desconoce que el personaje es generado por inteligencia artificial, o si se oculta información sobre quién controla su discurso, se corre el riesgo de que el descubrimiento posterior genere percepciones de engaño. Algunos análisis (Cortés et al., 2025) subrayan que la revelación proactiva de la naturaleza virtual de un influencer puede mitigar el escepticismo y fomentar la confianza, siempre que se integre de forma natural en la narrativa del personaje.

En el plano ético, la UNESCO (2021) ha subrayado la importancia de garantizar la diversidad y la representación justa en entornos mediados por IA, advirtiéndole sobre los riesgos de reproducir estereotipos o apropiarse de elementos culturales sin consentimiento. Las Directrices Éticas para una IA Confiable de la Comisión Europea (2019) también recomiendan transparencia en la identificación de contenidos generados por IA y respeto a los derechos culturales y colectivos. Establecen que los sistemas de inteligencia artificial deben cumplir principios de transparencia, justicia y responsabilidad. Aplicado a un influencer virtual, esto implica comunicar claramente que se trata de una entidad no humana, garantizar que sus mensajes no reproduzcan estereotipos nocivos y asegurar que las referencias culturales utilizadas se enmarquen en procesos legítimos de colaboración y reconocimiento.

En la literatura académica, la ética de la representación se vincula con la noción de “justa representación” (Fraser, 2008), que defiende el derecho de los grupos culturales y sociales a ser representados de manera precisa, no distorsionada y participativa. En personajes virtuales como NInA, cuya estética y narrativa incorporan símbolos de identidad ecuatoriana, la falta de participación de las comunidades representadas puede traducirse en un ejercicio de apropiación cultural. Neüman (2008) advertía que este tipo de apropiación, incluso cuando se presenta con intenciones positivas, puede reforzar dinámicas históricas de desigualdad si no se establecen mecanismos claros de reconocimiento y beneficio para dichas comunidades.

La ética también se vincula con la responsabilidad en la comunicación de causas sociales. Influencers virtuales pueden convertirse en portavoces de iniciativas de sostenibilidad, inclusión o derechos humanos, pero si estos mensajes no se acompañan de acciones verificables y coherentes, existe el riesgo de incurrir en *ethics-washing*, es decir, en el uso superficial de valores éticos para mejorar la imagen pública sin un compromiso real (Concha Ramírez & Navarrete Ortiz, 2023). En el caso de NInA, la promoción de mensajes sobre conservación ambiental adquiere mayor credibilidad cuando la narrativa y las colaboraciones comerciales se alinean con ese discurso, y pierde legitimidad si se detectan asociaciones con prácticas contrarias a dichos valores. La dimensión ética involucra la reflexión sobre el desplazamiento de portavoces humanos. Como advierte Barrios Tao (2025), en contextos de movilización digital, sustituir voces reales por representaciones virtuales puede debilitar la conexión con las comunidades afectadas y despersonalizar la causa, especialmente si la figura virtual carece de una experiencia vivida que respalde su mensaje.

La dimensión ética y representativa exige que el diseño y la gestión de un influencer virtual contemplen la transparencia sobre su naturaleza (Gutiérrez Cabrera et al., 2020), la coherencia entre mensajes y acciones, y la participación real de los grupos culturales implicados en su estética y narrativa. En el caso de NInA, estos elementos no solo determinan la aceptación o el rechazo por parte de la audiencia, sino que configuran la sostenibilidad a largo plazo de su propuesta comunicativa. Un manejo ético inadecuado puede provocar un rápido deterioro de

su legitimidad, mientras que un enfoque participativo y coherente puede convertirla en un referente innovador de comunicación digital culturalmente situada (Allal Chérif, et al, 2024).

La noción de imagocracia (Bouhaben & Polo Blanco, 2020) permite comprender la centralidad del régimen visual en la era digital, donde la producción algorítmica de imágenes no sólo representa, sino que configura identidades sociales. En este contexto, NInA se convierte en agente de una imagomaquia contemporánea, un campo de disputa simbólica en el que las imágenes mediadas por IA intervienen en la definición de lo mestizo, lo tecnológico y lo auténtico en el espacio público ecuatoriano.

4. Metodología

El presente estudio adopta un enfoque cualitativo de base interpretativa, complementado con análisis descriptivo de métricas de interacción en redes sociales. Este diseño metodológico permite vincular los elementos visuales y narrativos de NInA con la recepción digital registrada en sus canales principales, TikTok e Instagram, a fin de explorar la interrelación entre estética, construcción semiótica y dimensión ética en un contexto real de comunicación digital.

La metodología se aplica fundamentalmente al análisis de los procesos de producción comunicativa de NInA y a su manifestación visual y narrativa en redes sociales, más que a los efectos de recepción directa sobre las audiencias. El foco se sitúa en el estudio de las estrategias de diseño visual, composición semiótica y coherencia discursiva de su presencia digital. Complementado todo ello con un análisis descriptivo de las métricas de interacción disponibles como indicadores indirectos de respuesta. Este planteamiento permite interpretar la eficacia comunicativa de NInA a partir de su lógica de producción simbólica y del modo en que esta se traduce en patrones observables de interacción digital, sin pretender medir actitudes o percepciones subjetivas de los usuarios.

4.1 Fuentes de datos

Las fuentes de información se estructuraron en tres niveles. En primer lugar, se realizó una revisión bibliográfica exhaustiva en Google Scholar y bases de datos académicas indexadas (Scopus y Web of Science), seleccionando literatura en español e inglés que abordara influencers virtuales, estética digital, semiótica visual, ética de la inteligencia artificial y representación cultural. Los criterios de inclusión consideraron la relevancia temática, la actualidad (publicaciones posteriores a 2005, con especial énfasis en trabajos recientes), el rigor académico y la disponibilidad de identificador DOI.

En segundo lugar, se recopiló un corpus de publicaciones realizadas por NInA en sus cuentas oficiales de TikTok e Instagram, abarcando desde su lanzamiento en 2024 hasta el cierre del periodo de observación en mayo de 2025. Este corpus contenía información desglosada por fecha, temática, tipo de contenido, visualizaciones (solo en TikTok), número de “me gusta”, comentarios y guardados.

En tercer lugar, se revisaron artículos periodísticos, comunicados institucionales y debates en redes sociales relacionados con NInA, con el objetivo de contextualizar la recepción pública y las controversias asociadas a su lanzamiento y actividad.

4.2 Procedimiento analítico

El análisis se desarrolló en dos fases complementarias. La primera fase consistió en un análisis cualitativo, que combinó la lectura semiótica de las publicaciones con la categorización temática de sus contenidos. Para ello, se aplicaron los principios de la gramática visual de Kress y van Leeuwen (2006), evaluando componentes icónicos, cromáticos, tipográficos y gestuales, así como la coherencia narrativa entre publicaciones.

La segunda fase correspondió a un análisis descriptivo de las métricas digitales. En el caso de TikTok, se calcularon visualizaciones medias y totales, interacciones desglosadas (me gusta, comentarios, guardados) y tasas de interacción (*engagement rate*) definidas como el cociente entre la suma de interacciones y el número de visualizaciones multiplicado por 100. En Instagram, dado que el conjunto de datos no incluía impresiones, el análisis se centró en las interacciones absolutas (me gusta + comentarios) y en sus promedios y totales por temática.

Para ambas plataformas, los datos se agruparon por temática de publicación, lo que permitió vincular los indicadores cuantitativos con las categorías de análisis cualitativo. Este procedimiento favoreció la triangulación entre las observaciones derivadas del examen semiótico y los patrones de respuesta de la audiencia.

4.3 Limitaciones metodológicas

La ausencia de datos completos sobre impresiones en Instagram impide calcular tasas de interacción comparables entre plataformas, lo que limita el alcance de la comparación cuantitativa. Asimismo, el estudio no incorpora encuestas ni entrevistas a la audiencia, por lo que las interpretaciones sobre percepción pública se basan en patrones observables en la interacción y en fuentes secundarias. Sin embargo, la combinación de análisis semiótico y métricas descriptivas proporciona una aproximación consistente y suficiente para abordar los objetivos planteados.

5. Resultados

El estudio del caso de NInA se articula en tres dimensiones complementarias: la estética híbrida y su legitimidad cultural, la construcción semiótica de su identidad digital y la dimensión ética y representativa de su actuación como influencer virtual en Ecuador. Cada una de estas dimensiones se contextualiza con indicadores cuantitativos de rendimiento en Instagram y TikTok, como pueden observarse en la Tabla 1, en la que se muestran las publicaciones en Instagram y en la Tabla 2, con las publicaciones en TikTok. lo que permite vincular la construcción discursiva y visual con su recepción en redes sociales.

La estética híbrida de NInA se manifiesta con claridad en las piezas de retrato y *lifestyle*, donde la fisonomía mestiza estilizada se combina con encuadres y paletas cromáticas propias de la moda digital. Este mestizaje entre códigos locales y globales funciona mejor cuando se ancla a contenidos con densidad cultural o socioambiental. En las publicaciones clasificadas como ambientales se observa la media de *likes* más alta del conjunto (≈ 202 por pieza, nueve posts), lo que sugiere que el cruce entre una identidad visual de raíz local y causas colectivas favorece la recepción. En cambio, cuando NInA no aparece en la pieza, el rendimiento cae con fuerza: las publicaciones sin presencia del personaje acumulan de media 53,5 *likes* y apenas 0,1 comentarios, frente a 124 *likes* y 6,5 comentarios cuando NInA

es visible. El dato indica que la hibridación estética tiene efecto persuasivo en la medida en que se encarna en el personaje y no solo en un motivo temático abstracto.

Desde la semiótica visual, la mirada a cámara, los planos medios y las posturas abiertas refuerzan una relación interactiva que incrementa la probabilidad de respuesta. Los formatos con mayor control compositivo, como el carrusel, obtienen medias superiores de interacción respecto al *reel*, probablemente porque permiten modular ritmo visual, jerarquía informativa y progresión narrativa. En la muestra, el carrusel promedia 142 *likes* y 2,1 comentarios por publicación, mientras el *reel* promedia 101 *likes* y 7,3 comentarios, con la salvedad de que el reel concentra la mayor parte del volumen de piezas y, por tanto, mayor exposición a controversia. El hallazgo matiza la idea de que el movimiento per se garantiza eficacia: en NInA, la optimización del encuadre estático y la curaduría secuencial del carrusel fortalecen signos de cercanía y claridad que el vídeo, más veloz y saturado, no siempre asegura.

Tabla 1. Publicaciones de Instagram. Fuente: elaboración propia.

Fecha	Tipo de publicación	Likes	Comentarios	Nina aparece	Tema macro
23/4/24	Foto	74	4	Sí	Retrato/lifestyle
23/4/24	Foto	382	6	Sí	Ambiental
2/5/24	Foto	122	1	Sí	Ambiental
4/5/24	Carrusel	273	3	Sí	Eventos
8/5/24	Reel	447	11	Sí	Ambiental
10/5/24	Carrusel	353	2	Sí	Ambiental
12/5/24	Reel	58	2	Sí	Ambiental
14/5/24	Carrusel	145	0	Sí	Retrato/lifestyle
18/5/24	Reel	36	0	No	Moda sostenible
21/5/24	Reel	261	0	No	Ambiental
30/5/24	Carrusel	90	3	Sí	Retrato/lifestyle
31/5/24	Reel	115	0	Sí	Moda sostenible
7/6/24	Reel	126	25	Sí	Eventos
8/6/24	Reel	148	44	Sí	Presentación
8/6/24	Reel	456	85	Sí	Presentación
11/6/24	Reel	146	11	Sí	Presentación

12/6/24	Reel	164	18	Sí	Presentación
14/6/24	Reel	60	0	Sí	Eventos
15/6/24	Reel	78	1	Sí	Ambiental
20/6/24	Reel	71	0	Sí	Eventos
21/6/24	Reel	49	0	Sí	Día especial
21/6/24	Reel	183	2	Sí	Día especial
25/6/24	Reel	43	0	Sí	Eventos
28/6/24	Carrusel	141	1	Sí	Retrato/lifestyle
28/6/24	Reel	136	2	Sí	Retrato/lifestyle
30/6/24	Carrusel	160	0	Sí	Deportes
1/7/24	Reel	69	7	Sí	Presentación
3/7/24	Reel	51	0	Sí	Presentación
12/7/24	Reel	48	0	Sí	Deportes
14/7/24	Carrusel	77	2	Sí	Retrato/lifestyle
17/7/24	Carrusel	498	17	Sí	Día especial
18/7/24	Carrusel y reel	155	2	Sí	Ambiental
19/7/24	Carrusel	111	3	Sí	Ambiental
23/7/24	Foto	54	3	Sí	Retrato/lifestyle
23/7/24	Carrusel	51	2	Sí	Ambiental
25/7/24	Carrusel y reel	157	10	Sí	Ambiental
25/7/24	Foto	103	10	Sí	Eventos
26/7/24	Carrusel y reel	92	12	Sí	Ambiental
29/7/24	Reel	99	16	Sí	Deportes
31/7/24	Reel	36	0	Sí	Ambiental
3/8/24	Carrusel	170	0	Sí	Deportes

8/8/24	Reel	33	0	No	Noticias
9/8/24	Foto	43	0	Sí	Día especial
10/8/24	Foto	44	0	Sí	Día especial
13/8/24	Reel	19	0	No	Deportes
15/8/24	Reel	29	0	No	Ambiental
16/8/24	Reel	14	0	Sí	Deportes
16/8/24	Reel	12	0	No	Ambiental
17/8/24	Reel	17	0	No	Ambiental
20/8/24	Reel	29	2	Sí	Retrato/lifestyle
23/8/24	Reel	164	11	Sí	Moda sostenible
30/8/24	Reel	146	14	Sí	Moda sostenible
31/8/24	Carrusel y reel	169	12	Sí	Ambiental
31/8/24	Reel	134	10	Sí	Ambiental
10/9/24	Reel	150	13	Sí	Eventos
26/9/24	Reel	50	0	Sí	Retrato/lifestyle
21/10/24	Carrusel	33	0	Sí	Publicidad
8/11/24	Carrusel	69	0	Sí	Ambiental
23/11/24	Carrusel	21	1	No	Eventos
5/12/24	Carrusel	46	0	Sí	Día especial
14/12/24	Carrusel	33	0	Sí	Eventos
24/12/24	Reel	26	1	Sí	Día especial
11/2/25	Reel	59	1	Sí	Publicidad
20/2/25	Reel	47	1	Sí	Ambiental
23/4/25	Reel	22	0	Sí	Ambiental
Totales		7497	371		

La autenticidad emerge como variable sensible a la coherencia narrativa entre estética y propósito. Cuando la narrativa ambienta el personaje en causas ambientales o ciudadanas, la recepción tiende a ser favorable; así, categorías como aviso sobre el glaciar del Cotopaxi o conmemoraciones ambientales alcanzan entre 22 y 48 interacciones de media pese a su menor escala, evidenciando que no se trata solo de volumen, sino de ajuste entre tema y promesa identitaria. Por el contrario, piezas que enfatizan únicamente la fotogenia del avatar sin mediación temática muestran una respuesta más tibia, lo que indica que la audiencia interpreta la belleza algorítmica como persuasiva solo si está acompañada de un relato plausible. La tensión se hace explícita en momentos de crítica abierta: el 23 de abril de 2024, una foto realista a cámara registra comentarios que cuestionan apropiación de narrativas; el 8 de junio de 2024, un *reel* con entrevista y presentación recibe 44 comentarios mayoritariamente negativos. En ambos casos se observa un desajuste entre la promesa de representación cultural y la percepción pública de legitimidad, que erosiona la autenticidad percibida, aunque la factura visual sea impecable.

En la dimensión ética y representativa, los patrones de comentario ofrecen señales útiles. Las piezas con contenido institucional o autorreferencial obtienen medias más bajas y, cuando concentran conversación, esta gira hacia la crítica por apropiación y falta de transparencia. El problema no reside en el uso de signos culturales, sino en su gobernanza: sin mecanismos visibles de reconocimiento y participación de comunidades, los signos de identidad se perciben como decorativos. En cambio, las entradas ambientales o de agenda cívica, aun con cifras modestas, mantienen climas conversacionales más favorables, probablemente porque alinean el repertorio icónico con una finalidad social verificable. Esto sugiere que la legitimidad de un avatar culturalmente situado depende menos del virtuosismo técnico que de la coherencia ética que articula su estética con prácticas de transparencia, atribución y cuidado.

En conjunto, la evidencia de Instagram confirma que la eficacia de NInA es mayor cuando la estética híbrida se encarna en presencia visible del personaje, la gramática visual enfatiza proximidad y claridad compositiva, la narrativa sostiene una promesa verosímil y el manejo ético reduce asimetrías de representación. Allí donde alguno de estos vectores se debilita, la recepción desciende o deriva en contestación crítica, señalando las fronteras operativas de la hibridación algorítmica en contextos de sensibilidad cultural.

En TikTok, la estética híbrida de NInA mantiene su coherencia formal, pero encuentra un terreno de difusión distinto, condicionado por la naturaleza algorítmica de la plataforma y la prevalencia del consumo rápido. Los datos muestran que las temáticas de retrato o *lifestyle*, con menor número de publicaciones, concentran las medias más altas en visualizaciones (37.745) y en *likes* (198), lo que confirma que la presencia explícita del personaje, enmarcada en códigos visuales reconocibles de la cultura influencer, potencia la atracción inicial. Sin embargo, la categoría ambiental, con cinco publicaciones, mantiene una media sólida de 14.354 visualizaciones y 129 *likes*, lo que indica que la fusión de estética local y causas globales, núcleo de la hibridación, sigue siendo efectiva en un formato de consumo más veloz.

La semiótica visual en TikTok depende en gran medida de la pregnancia inicial de la imagen en miniatura (*thumbnail*) y de la composición en los primeros segundos. Las piezas más vistas, como la entrevista del 8 de junio de

2024 con 69.100 visualizaciones, emplean planos medios y primeros planos con mirada a cámara, que en términos de Kress y van Leeuwen potencian la función interactiva del encuadre. No obstante, esa misma pieza acumula comentarios críticos, lo que demuestra que el signo visual de proximidad no garantiza una interpretación favorable si entra en conflicto con expectativas narrativas o éticas. El formato de retrato y *lifestyle*, por su parte, maximiza la relación figura-fondo y el control cromático, lo que refuerza el reconocimiento del personaje y facilita la lectura semiótica incluso en visionados fugaces.

En el plano de la autenticidad, los datos indican que la aparición de NInA eleva significativamente el rendimiento: publicaciones con su presencia promedian 10.131 visualizaciones y 91,9 *likes* frente a 5.230 visualizaciones y 66,8 *likes* en aquellas donde no aparece. Esta diferencia cuantitativa sugiere que la percepción de coherencia entre identidad visual y mensaje sigue siendo clave para mantener el engagement. Sin embargo, la autenticidad es especialmente vulnerable en TikTok a episodios de viralidad negativa: cuando el discurso o el contexto se perciben como incoherentes, por ejemplo, alusiones a problemáticas sociales sin un anclaje visible en prácticas reales, el volumen de comentarios críticos crece de forma desproporcionada respecto al promedio de interacción. Esto se traduce en un riesgo reputacional acelerado por la dinámica algorítmica de la plataforma.

Tabla 2. Publicaciones en TikTok. Fuente: elaboración propia.

Fecha	Visualizaciones	Me gusta	Comentarios	Guardado	Nina aparece	Tema macro
23/5/24	15400	139	1	8	No	Ambiental
23/5/24	24200	210	0	7	No	Ambiental
23/5/24	19700	138	1	7	Sí	Moda sostenible
23/5/24	25700	166	1	5	Sí	Ambiental
31/5/24	23800	234	3	11	No	Moda sostenible
8/6/24	69100	322	4	17	No	Presentación
3/7/24	6391	74	0	2	Sí	Otros
12/7/24	5297	70	0	5	No	Eventos
17/7/24	5080	81	5	4	Sí	Eventos
18/7/24	5012	92	0	7	Sí	Otros
19/7/24	7658	80	0	3	Sí	Retrato/lifestyle
23/7/24	5286	88	1	6	No	Ambiental
25/7/24	5831	93	5	6	No	Otros
26/7/24	6174	133	1	11	No	Otros

29/7/24	4318	68	1	4	Sí	Eventos
31/7/24	5690	89	0	3	Sí	Noticias
8/8/24	3197	74	1	1	Sí	Noticias
13/8/24	3132	114	1	2	Sí	Otros
14/8/24	2875	38	0	0	Sí	Noticias
16/8/24	3118	65	0	3	No	Otros
16/8/24	2906	46	0	1	Sí	Otros
17/8/24	3890	45	0	0	Sí	Ambiental
20/8/24	2782	30	0	1	Sí	Retrato/lifestyle
23/8/24	4667	46	0	0	Sí	Noticias
29/8/24	2763	30	0	0	No	Eventos
30/8/24	3137	29	0	1	Sí	Moda sostenible
31/8/24	2485	56	0	0	No	Ambiental
31/8/24	5338	38	0	1	Sí	Ambiental
9/11/24	1458	38	0	0	No	Ambiental
28/11/24	915	13	0	1	Sí	Eventos
5/12/24	1230	26	0	2	Sí	Eventos
24/12/24	651	9	0	1	Sí	Otros
11/2/25	39600	227	4	21	Sí	Retrato/lifestyle
20/2/25	815	21	0	1	Sí	Ambiental
23/4/25	701	21	0	2	Sí	Otros
Totales	320297	3043	29	144		

En cuanto a la dimensión ética y representativa, TikTok amplifica la visibilidad de posibles tensiones culturales. La brevedad y repetición de visualizaciones hacen que signos culturales específicos, vestimenta, iconografía, referencias lingüísticas, adquieran alta exposición en poco tiempo, lo que incrementa tanto su potencial persuasivo como la probabilidad de ser cuestionados si la audiencia detecta apropiación sin atribución. Las temáticas de eventos y proyectos institucionales muestran el rendimiento más bajo (≈3.057 visualizaciones y 44 *likes* de media), lo que podría reflejar la menor conexión percibida entre el personaje y el contexto representado, especialmente si este no se acompaña de una narrativa convincente de implicación real. En cambio, los contenidos ambientales, aun con cifras

moderadas, mantienen guardados y comentarios positivos, reforzando la idea de que la legitimidad ética se construye mejor cuando la representación visual se alinea con causas sostenibles y verificables.

La lectura conjunta de los datos confirma que en TikTok la combinación de estética híbrida y recursos semióticos debe adaptarse al tempo narrativo de la plataforma, evitando la sobreexposición de signos culturales sin mediación participativa y priorizando narrativas que consoliden la percepción de autenticidad. Cuando estos principios se cumplen, como en las piezas ambientales o en algunos retratos cuidadosamente compuestos, NInA logra maximizar tanto el alcance como la calidad de la interacción. En cambio, cuando la propuesta visual y discursiva se percibe como ornamental o desconectada, la erosión de la legitimidad se produce con mayor rapidez que en Instagram, evidenciando que el contexto de consumo condiciona la sostenibilidad cultural y ética de un influencer virtual.

La lectura transversal de ambas plataformas confirma que la estética híbrida de NInA rinde mejor cuando se encarna en su presencia explícita y se ancla a causas concretas. En Instagram, donde el consumo es más pausado y curatorial, la visibilidad del personaje coincide con mayores promedios de interacción, sobre todo en retrato y lifestyle y en piezas ambientales. La categoría ambiental alcanza medias elevadas de *likes* y comentarios incluso con menor volumen de piezas, lo que sugiere que el cruce entre símbolos de identidad local y narrativa socioecológica opera como palanca de relevancia. En TikTok, la misma lógica se mantiene, pero con escalas distintas: la plataforma favorece picos de alcance cuando el personaje comparece en primer plano y el mensaje se resuelve con claridad en los primeros segundos. La estética híbrida, en ese escenario, depende menos del refinamiento del acabado y más de su legibilidad inmediata en miniatura y de su pregnancia en los tres primeros segundos.

En términos semióticos, Instagram premia la sintaxis visual basada en composición cuidada, progresión secuencial y jerarquía informativa. El carrusel permite modular ritmo, contraste y foco, con encuadres que refuerzan la función interactiva de la mirada a cámara y la función composicional del equilibrio figura-fondo. De ahí que piezas de retrato y *lifestyle*, o ambientales con micro-narrativas claras, sostengan niveles consistentes de respuesta. En TikTok, el lenguaje visual exige condensación semiótica: primerísimos planos, gestualidad marcada y transición rápida entre unidades de sentido. Las piezas de entrevista o presentación pueden detonar visualizaciones muy altas si la apertura combina un plano medio frontal, texto sobreimpreso legible y un anclaje temático inequívoco. El dato de que *lifestyle* concentre las medias más altas en visualizaciones con pocos posts indica que, cuando la gramática del plano y la gestualidad son inequívocas, la plataforma recompensa con alcance incluso sin soporte temático pesado.

La autenticidad percibida opera como variable puente entre lo visual y lo ético. En las dos redes, la presencia del personaje eleva notablemente los resultados frente a publicaciones sin NInA, pero la sola presencia no garantiza un clima conversacional favorable. Cuando la propuesta visual se alinea con un propósito creíble –por ejemplo, piezas ambientales o cívicas que dialogan con expectativas previas– la interacción tiende a ser más estable y menos expuesta a contestación. En cambio, los formatos autorreferenciales o institucionales sin mediación narrativa muestran caídas de alcance y más propensión a comentarios críticos, especialmente en TikTok, donde los ciclos de viralidad negativa son más rápidos y el algoritmo amplifica la disonancia percibida. La coherencia entre estética, contenido y trayectoria reciente del *feed* se revela, por tanto, como condición necesaria para sostener la autenticidad en ambos entornos.

La dimensión ética y representativa introduce matices determinantes. Las categorías que exhiben símbolos culturales sin contexto o sin trazas visibles de participación comunitaria suscitan más fricción, algo que en Instagram se manifiesta en comentarios puntuales con menor impacto agregado, mientras que en TikTok puede escalar en pocos minutos si el *framing* de la pieza habilita lecturas de apropiación. La tipología de temas confirma este patrón: los eventos y piezas institucionales rinden por debajo de las ambientales y, en ocasiones, de moda sostenible, lo que sugiere que la legitimidad se construye mejor cuando la estética híbrida se articula con causas socialmente verificables y no con agendas de promoción. Al mismo tiempo, el uso de cánones de belleza algorítmicamente perfeccionados resulta persuasivo cuando está subordinado a una meta narrativa clara; sin ese anclaje, la perfección formal opera como signo de distancia y reduce empatía.

La comparación invita a estrategias diferenciadas por plataforma. En Instagram conviene capitalizar el carrusel como forma de relato visual, reforzar paletas y texturas que evoquen arraigo local y sostener la mirada a cámara como operador interactivo, sin descuidar la coherencia temática con el histórico reciente. En TikTok es clave optimizar las aperturas con signos de alta legibilidad, reducir la ambigüedad semiótica y asegurar que el enfoque narrativo sobre la naturaleza virtual del personaje no compita con el motivo de la pieza, sino que se integre como rasgo identitario estable. En ambas redes, la gobernanza ética de los referentes culturales, atribución, participación y alineamiento con prácticas, es el factor que convierte una estética híbrida técnicamente brillante en una propuesta legítima y sostenible.

Instagram ofrece estabilidad y construcción de marca a partir de curaduría visual y relatos densos, mientras TikTok proporciona palancas de alcance y prueba de estrés reputacional. El desempeño de NInA mejora cuando la estética híbrida se hace legible en su gramática específica, la semiótica refuerza proximidad y claridad, la autenticidad se sostiene con coherencia de causa y la dimensión ética se gestiona como arquitectura de legitimidad, no como apéndice comunicativo. Esta convergencia de vectores perfila un modelo operativo replicable para personajes virtuales culturalmente situados en contextos iberoamericanos.

6. Discusión

El análisis del caso de NInA confirma que la incorporación de personajes virtuales creados con inteligencia artificial en la comunicación cultural y de marketing plantea tensiones y oportunidades que no pueden comprenderse de forma aislada, sino en interacción con el contexto sociotecnológico, estético y ético que los enmarca. La estética híbrida, tal como la conceptualiza Kraidy (2005), se materializa en NInA a través de la integración de rasgos mestizos y elementos culturales locales con códigos globalizados de moda digital, generando una imagen que oscila entre la identificación cultural y la aspiracionalidad transnacional. Esta dualidad potencia su capacidad de circular en espacios diversos, pero, como señalan Vargas-Espitia y Cuadrado-Siosy (2025), también introduce riesgos de dislocación cultural cuando los símbolos pierden anclaje comunitario.

La semiótica visual, abordada desde la gramática de Kress y van Leeuwen (2006), permite observar que las decisiones compositivas en Instagram, planos frontales, paletas cromáticas cálidas y uso de encuadres equilibrados,

favorecen la lectura de cercanía y legitimidad. Sin embargo, en TikTok, donde prima la velocidad y el impacto inmediato, la eficacia depende más de la condensación semiótica y de la pregnancia en los primeros segundos, lo que obliga a sacrificar matices culturales en favor de la claridad narrativa. Este hallazgo coincide con la revisión de Cortés y otros autores (2025), en la que se advierte sobre la tendencia de los influencers virtuales a adaptar sus signos visuales a las lógicas algorítmicas de cada plataforma, aun a costa de la complejidad simbólica.

La percepción de autenticidad emerge como variable mediadora clave. Algunos estudios (Belanche et al., 2024; Koles et al., 2023) muestran que la autenticidad percibida condiciona tanto la credibilidad como la disposición a interactuar con portavoces virtuales. En el caso de NInA, la coherencia entre su discurso visual y su implicación en causas ambientales o cívicas parece reforzar esta autenticidad, mientras que las piezas desvinculadas de un propósito narrativo claro reducen su alcance y suscitan reacciones críticas, sobre todo en TikTok. Esto concuerda con la observación de Byun y Ahn (2023) sobre la fragilidad de la autenticidad virtual ante señales de artificialidad no gestionadas explícitamente.

La dimensión ética y representativa constituye el eje donde las tensiones se vuelven más visibles. El debate sobre apropiación cultural suscitado por la denuncia de Nina Gualinga evidencia la necesidad de procesos participativos en la creación de avatares con referentes culturales específicos. La literatura sobre transparencia publicitaria en redes sociales (Guiñez Cabrera et al., 2020) y sobre gobernanza ética de la inteligencia artificial (Comisión Europea, 2019; UNESCO, 2022) respalda la idea de que la legitimidad de estos personajes depende de un enfoque claro sobre su naturaleza virtual y de mecanismos para garantizar la atribución y el respeto a los patrimonios culturales.

Los datos empíricos de Instagram y TikTok refuerzan la idea de que la eficacia comunicativa y la legitimidad cultural no dependen exclusivamente de la calidad técnica del modelado o de la narrativa, sino de la articulación coherente de tres dimensiones: un diseño visual que equilibre localismo y globalismo sin caer en exotismos, una construcción semiótica adaptada a la gramática de cada plataforma y una gestión ética que minimice riesgos de apropiación y refuerce la transparencia.

7. Conclusiones

El estudio de NInA, primera influencer virtual creada con inteligencia artificial en Ecuador, permite comprender con mayor precisión los retos y oportunidades que plantea la inserción de estas figuras en contextos socioculturales específicos. El análisis ha evidenciado que su eficacia comunicativa y su legitimidad representativa dependen de la convergencia entre tres vectores: una estética híbrida capaz de equilibrar códigos locales y globales, una construcción semiótica coherente y una gestión ética de la representación.

En el plano estético, la hibridación cultural puede funcionar como estrategia de diferenciación y de conexión emocional con audiencias diversas, siempre que mantenga un anclaje claro con referencias culturales reconocibles y legitimadas por las comunidades implicadas. En el plano semiótico, la articulación de signos visuales y narrativos coherentes refuerza la identidad del personaje y potencia su eficacia persuasiva. Sin embargo, la dimensión ética introduce una serie de condiciones críticas que, de no atenderse, pueden neutralizar los efectos positivos de la estética

y la narrativa, como se observa en las tensiones generadas por acusaciones de apropiación cultural y por la falta de transparencia en la comunicación de su naturaleza virtual.

Las métricas comparativas entre TikTok e Instagram indican que el impacto de NInA varía en función del canal y del tipo de contenido. TikTok se presenta como el espacio principal de visibilidad y alcance, mientras que Instagram actúa como complemento para determinados públicos y narrativas. No obstante, la actividad registrada durante 2025 muestra un cambio significativo en el patrón de publicaciones: únicamente tres piezas difundidas, dos en febrero y una en abril, sugieren una reducción drástica de la producción de contenidos, que podría interpretarse como un parón estratégico o incluso un abandono del proyecto. Este descenso limita la posibilidad de evaluar tendencias recientes y plantea interrogantes sobre la sostenibilidad de la propuesta en el tiempo.

La contribución de este trabajo a la literatura sobre influencers virtuales y comunicación digital en América Latina radica en integrar el análisis visual y narrativo con un examen crítico de la dimensión ética y representativa, incorporando evidencia empírica derivada de métricas reales. Este enfoque ofrece un modelo replicable para evaluar otros casos de personajes digitales que operen en la intersección entre tecnología creativa, marketing y cultura.

De cara a futuras investigaciones, se plantea la conveniencia de desarrollar estudios que incorporen la percepción directa de las audiencias, a fin de contrastar las interpretaciones derivadas del análisis semiótico y de las métricas de interacción. Asimismo, sería pertinente explorar procesos de co-creación participativa en el diseño de influencers virtuales, con el objetivo de fortalecer la legitimidad cultural y fomentar la transparencia en la representación. El seguimiento de la evolución, o posible cese, de NInA en los próximos años constituirá un laboratorio privilegiado para observar cómo se reconfiguran las relaciones entre inteligencia artificial, comunicación y diversidad cultural en el ámbito ecuatoriano.

Referencias bibliográficas

- Andacht, F. (2005). Elementos semióticos para abordar la comunicación visual e indicial de cada día. *Semióticas Audiovisuales. Colección de Semiótica Latinoamericana*, 2, 33-54.
- Barrios Tao, H. (2025). Configuración de subjetividades mediante sistemas de inteligencia artificial. *Sophia. Colección de Filosofía de la Educación*, (39), 83-114. <https://doi.org/10.17163/soph.n39.2025.02>
- Barranco, M. (2024). Explorando el color y técnicas pictóricas en la elaboración de entornos inmersivos. *Área Abierta. Revista de Comunicación Audiovisual y Publicitaria*, 24 (3), 203-219. <https://doi.org/10.5209/arab.96294>
- Basail Rodríguez, A. (2021). Interculturalidad crítica y crítica del interculturalismo. *LiminaR. Estudios Sociales y Humanísticos*, 20 (1), 1-11. <https://doi.org/10.29043/liminar.v20i1.905>
- Belanche, D., Casaló, L. V., & Flavián, M. (2024). Human versus virtual influences: A comparative study. *Journal of Business Research*, 173, 114493. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114493>
- Bouhaben, M. A., & Polo Blanco, J. (2020). Imagocracia e imagomaquia. Una reflexión crítica sobre las relaciones entre comunicación audiovisual y cultura popular en América Latina. *Las Torres de Lucca. Revista internacional de filosofía política*, 9 (17), 265-292. <https://doi.org/10.5209/ltld.755347>
- Byun, K. J., & Ahn, S. J. (Grace). (2023). A systematic review of virtual influencers: Similarities and differences between human and virtual influencers in interactive advertising. *Journal of Interactive Advertising*, 23 (4), 293-306. <https://doi.org/10.1080/015252019.2023.2236102>
- Cardona, R. R. (2025). *Simulacros en la pantalla. El rol del sujeto influencer en la configuración de la cultura digital*. Tesis doctoral. Universidad Ana G. Méndez, Puerto Rico.
- Chaulera Pilamunga, M. (2023). *Comercialización de ropa indígena y el posicionamiento de la empresa Sumak Churanakuna Jenny Boutique en Ambato*. Tesis de Grado. Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador.
- Claudya Wasti, G. E., Muhammad Izdihar Adhyatma, & Maulana, A. E. (2024). Anthropomorphism and authenticity: Exploring the dynamics of virtual influencers in contemporary marketing. *International Journal of Business and Society*, 25 (2), 789-809. <https://doi.org/10.33736/ijbs.7631.2024>
- Comisión Europea, Dirección General de Redes de Comunicación, Contenido y Tecnologías, & Grupo de Expertos de Alto Nivel en IA. (2019). *Directrices éticas para una IA fiable*. Oficina de Publicaciones. Rescatado de: <https://data.europa.eu/doi/10.2759/14078>
- Concha Ramírez, J. A., & Navarrete Ortiz, J. del C. (2023). Ética empresarial y responsabilidad social en la inteligencia artificial. *Revista Científica Ciencia y Método*, 1 (3), 31-44. <https://doi.org/10.55813/gaea/rcym/v1/n3/18>
- Cortés, L. C., Durán, M. V. C., & García, M. G. (2025). Nuevas formas de comunicación digital. Revisión sistemática de la literatura sobre influencers virtuales. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 16 (2), 347-364. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.28712>
- Esborraz, D. F. (2025). La necesidad de una normativa *ad hoc* para la protección de la propiedad intelectual colectiva de los pueblos indígenas de América Latina. *Revista de Derecho Privado*, 49. <https://doi.org/10.18601/01234366.49.10>
- Fraser, N. (2008). La justicia social en la era de la política de identidad. Redistribución, reconocimiento y participación. *Revista Colombiana de Sociología*, 31, 25-52.
- Gavilanes, P. (2024). Polémica por el nombre de influencer ecuatoriana creada con inteligencia artificial. Web de *El Comercio*. Rescatado de: <https://www.elcomercio.com/tecnologia/influencer-virtual-ecuador-polemica-nina-gualinga/>
- González, S., Cavieres, H., Díaz, C., & Valdebenito, M. (2005). Revisión del constructo de identidad en la psicología cultural. *Revista de Psicología*, 14 (2), 9-25.
- Guiñez Cabrera, N., Mansilla Obando, K., & Jeldes Delgado, F. (2020). La transparencia publicitaria en los influencers de las redes sociales. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10 (20), 265-281. <https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.05>
- Halliday, M. (1985). *An introduction to functional grammar*. London: Edward Arnold.
- Koles, B., Audrezet, A., Moulard, J. G., Ameen, N., & McKenna, B. (2023). The authentic virtual influencer: Authenticity

- manifestations in the metaverse. *Journal of Business Research*, 170, 114325. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114325>
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading images. The grammar of visual design*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003099857>
- Martínez Bouza, J. M. (2011). *La influencia del aspecto en la eficiencia del mensaje gráfico publicitario*. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona, España.
- Moreno Márquez, C. (2013). Verdades irreales. Fenomenología de la ficción y modificación de neutralidad. *Philologia Hispalensis*, 27 (2). <https://doi.org/10.12795/PH.2013.v27.i02.03>
- Neüman, M. I. (2008). Construcción de la categoría “apropiación social”. *Quórum Académico*, 5 (2), 67-98.
- Oihab Allal-Chérif, R., Puertas, R., & Carracedo, P. (2024). Intelligent influencer marketing: How AI-powered virtual influencers outperform human influencers. *Technological Forecasting and Social Change*, 200, 123113. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123113>
- UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2022). *Recomendación sobre la ética de la inteligencia artificial*. Rescatado de: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137_spa/PDF/381137spa.pdf_multi
- Perryman, L. (2021). *Color en el arte y el diseño. Teoría, tecnología y psicología de colores icónicos, inusuales e innovadores*. Barcelona: Blume.
- Rebel, G. (2012). *El lenguaje corporal. Lo que expresan las actitudes, las posturas, los gestos y su interpretación*. Madrid: Edaf.
- Van Leeuwen, T. (2006). Towards a semiotics of typography. *Information Design Journal*, 14 (2), 139-155.
- Vargas Espitia, A., & Cuadrado Siosy, J. K. (2025). Tensiones en sistemas co-creativos. Una mirada crítica a la integración del diseño en comunidades artesanales de Colombia en el departamento de Santander. *Arte, Individuo y Sociedad*, 37 (2), 353-365. <https://doi.org/10.5209/aris.99561>

Reseñas curriculares

Fernando Checa García es Profesor Contratado Doctor en la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR), en la que imparte asignaturas del área de marketing digital y los social media.

Víctor Núñez Fernández es Profesor Ayudante Doctor en la Facultad de Ciencias de la Empresa y la Tecnología de la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA), donde imparte asignaturas vinculadas al Periodismo y dirige el posgrado Experto en Marketing y Comunicación para Centros Educativos.

Declaraciones:

- Los autores declaran que, en la elaboración del presente artículo, no se ha utilizado herramientas de inteligencia artificial.
- Los autores declaran la contribución y participación equitativa de roles de autoría para esta publicación.

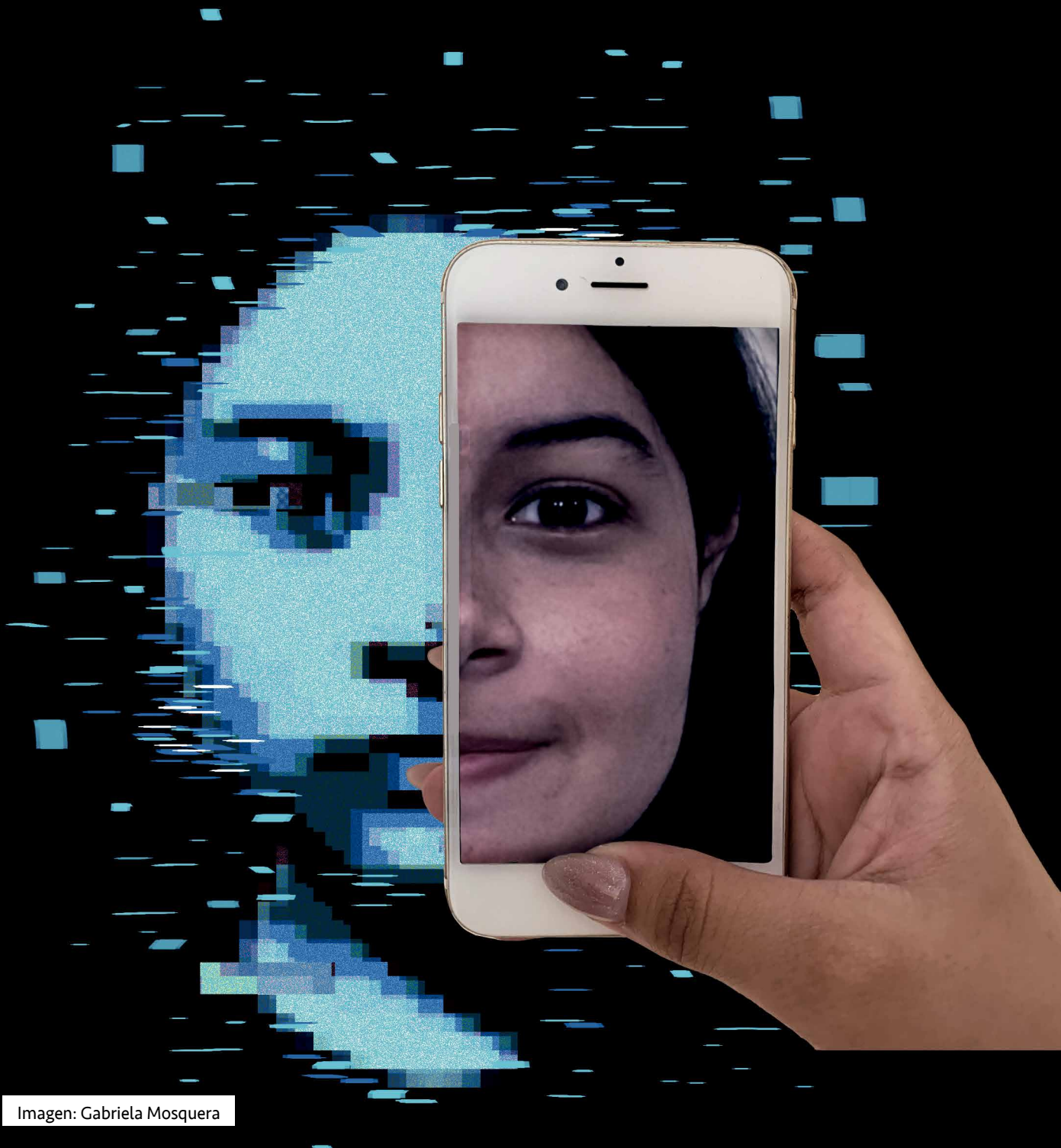


Imagen: Gabriela Mosquera

Inteligencia artificial, redes sociales y activismo

Los ponentes de la cuarta edición del *Congreso Internacional de Investigadores de Comunicación Audiovisual y Tecnologías de la Información*, celebrado en noviembre de 2025 en la Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual de nuestra querida ESPOL, en la ciudad de Guayaquil, han logrado, con sus distintas aportaciones, realizar un abordaje teórico de ciertas dinámicas comunicativas que tienen lugar en el mundo actual. Algunas de esas ponencias, transformadas en artículos, han sido recogidas en el presente volumen de *Ñawi*. El lector podrá disfrutar de trabajos que versan sobre diferentes temáticas, tales como el tremendo poder de las redes sociales, que pueden incluso llegar a provocar la erosión de los lazos sociales, la poderosa influencia de la Inteligencia Artificial en la generación de contenidos multimedia o, desde una perspectiva más crítica, el activismo que se posiciona contra el racismo.

Paola Ulloa López, Ph.D.

Artificial Intelligence, social networks and activism

The speakers at the fourth edition of the *International Congress of Researchers in Audiovisual Communication and Information Technologies*, held in November 2025 at the Faculty of Art, Design, and Audiovisual Communication of our beloved ESPOL, in the city of Guayaquil, have succeeded, with their various contributions, in providing a theoretical approach to certain communicative dynamics that are taking place in today's world. Some of these presentations, transformed into articles, have been collected in this volume of *Ñawí*. Readers will enjoy works on a variety of topics, such as the tremendous power of social media, which can even lead to the erosion of social ties; the powerful influence of artificial intelligence in the generation of multimedia content; and, from a more critical perspective, activism that takes a stand against racism.

Paola Ulloa López, Ph.D.



Imagen: Nicole Ruiz



Imagen: Leslie Tomalá

Artivismo. Posición política antirracista desde el cabello como epistemología.

Artivism. Anti-Racist Political Positioning Through Hair as Epistemology.

Guadalupe Gómez Abeledo

Universidad Técnica
"Luis Vargas Torres"
Esmeraldas - Ecuador
guadadeza@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-2031-8337>

Hugo Bone Guano

Universidad Técnica
"Luis Vargas Torres"
Esmeraldas - Ecuador

alexander.quinonez.gomez@utelvt.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-3700-8842>

Alexander Quiñonez Gómez

Universidad Técnica
"Luis Vargas Torres"
Esmeraldas - Ecuador

alexander.quinonez.gomez@utelvt.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-3415-3198>

Enviado: 25/10/2025

Aceptado: 6/11/2025

Publicado: 15/1/2026



Esta obra está bajo una licencia internacional
Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.

Resumen:

Este trabajo se desarrolla en el seno de un grupo de investigación (ALMARGEN), como resultado de un Proyecto de Cooperación Internacional financiado por la Universidad de Jaén, España, en colaboración con la Universidad Técnica "Luis Vargas Torres". El afro-rap, como propuesta activista, fue presentado a la UNESCO y resultó ganador, representando a Ecuador. Desde una metodología que involucra el arte, las historias de vida y la observación participante se toma el pelo/cabello como eje para problematizar la pobreza, el poder y el racismo. El Proyecto de Cooperación

tenía como objetivo producir un espacio académico activista compartido entre Jaén y Esmeraldas, imaginando cuerpos libres en territorios colonizados, racializados, empobrecidos y vulnerabilizados. El rap funcionó como herramienta de desterritorialización y dislocamiento, permitiendo que la propuesta de la UTLVTE sea esa novedad que no se deja explicar. La transcendencia y capacidad de penetración fue más eficaz en la lucha antirracista que los contenidos conceptuales densos.

Palabras clave: afro-rap; ALMARGEN; arte; cooperación; Esmeraldas; racismo.

Sumario. 1. Introducción. 2. Afro-rap. 2.1. Metodología. 2.2. Resultados. 2.3. Discusión. ¿El cabello como epistemología? 3. Conclusiones.

Cómo citar: Gómez Abeledo, G., Bone Guano, H., & Quiñonez Gómez, A. (2026). Artivismo. Posición política antirracista desde el cabello como epistemología. *Nawi. Arte, Diseño, Comunicación*, Vol. 10, Núm. 1, 113-129.

<https://nawi.espol.edu.ec/>

[www.doi.org/10.37785/nw.v10n1.a5](https://doi.org/10.37785/nw.v10n1.a5)

Abstract:

This work was carried out within a research group (ALMARGEN) as part of an International Cooperation Project funded by the University of Jaén, Spain, in collaboration with the Technical University "Luis Vargas Torres". Afro-rap, as an activist proposal, was presented to UNESCO and won, representing Ecuador. Using a methodology based on art, life stories, and participant observation, hair is taken as the central axis to problematize poverty, power, and racism. The Cooperation Project aimed to create a shared academic

activist space between Jaén and Esmeraldas, imagining free bodies in colonized, racialized, impoverished, and vulnerable territories. Rap served as a tool for deterritorialization and displacement, allowing the UTLVTE proposal to become that novelty that defies explanation. Its transcendence and capacity for penetration proved more effective in the anti-racist struggle than dense conceptual content.

Keywords: afro-rap; ALMARGEN; art; cooperation; Esmeraldas; racism.

1. Introducción

El presente trabajo se cuenta a ritmo de rap. Mata Delgado (2022, 247) sostiene que lo político en el arte aparece de maneras diversas: a veces como intención explícita y otras como efecto indirecto de su forma, de su contenido o de su contexto de creación y circulación. Desde esta perspectiva, lo político no genera una etiqueta obligatoria, sino como una dimensión analítica que permite comprender cómo una obra se vincula con su entorno. Entonces, tal vez, importante no es quien lo hizo, sino para qué y sobre todo que quiere transmitir.

Transitar desde el arte al activismo, preguntándose por qué es una herramienta, o por qué una autora como Bruguera (2015) prefiere hablar de arte útil, de cara a la sensibilización social hacia las problemáticas compartidas colectivamente que son, en ocasiones, endémicas y propias de contextos concretos.

El pelo/cabello y las implicaciones, especialmente cuando atañen a las greñas "desordenadas", "impermeables", "duras" y "feas". Es un lugar colectivo que se expresa, pero también se defiende. Cuando buscamos cómo defender un espacio capilar que está interseccionado por "raza", clase, género, territorio, ya no se habla de pelo; se problematiza, se politiza, se critica, se va a la raíz. Mesías Lema (2018, 22) pone el foco en que la transgresión está en la raíz de estrategias, obras y acciones artísticas que inciden sobre lo político y promueven la defensa de los derechos en un determinado contexto. El activismo es, pues, contextual; en este caso, el territorio lo marca, y es Esmeraldas, en Ecuador.

Gómez-Peña (2005), con su propuesta *Etno-Tecno. Escritos sobre performance, activismo y pedagogía* explora la posibilidad pedagógica del activismo como decolonial. El activismo se plantea en este trabajo como decolonial y transdisciplinar. Se emplea música, pintura y escritura. Tres ejes artísticos al servicio de la Academia, como mediadora de la epistemología.

El producto de artivismo que se pergeñó seleccionó el rap que grabó con vertiente activista y nombró como “afro-rap”. Creó un espacio escénico en un auditorio que facilitó la grabación. Ahí rimas y contexto metodológicamente se encontraron. El afro-rap constituyó un dispositivo para la recopilación de testimonios, rimas, interpelaciones y demandas que ponen de manifiesto la historicidad del estigma asociado al pelo o cabello negro/afro. La enunciación “desde las greñas” se configura como una práctica profundamente corporalizada, en la medida en que articula experiencias encarnadas y memorias colectivas. En este marco, dicha enunciación opera como un vector de afectos políticos donde convergen la rabia, el dolor y las formas sostenidas de resistencia frente a estructuras raciales de larga duración.

Esta propuesta ha alcanzado reconocimiento internacional por la UNESCO, y ha generado discusión sobre la cooptación del arte por el poder, el cabello como epistemología y la necesidad del artivismo como peine a contrapelo para de cambio social. El grupo de investigación internacional ALMARGEN (durante los últimos cinco años investigó y ofreció un marco teórico) ha buscado, a través del eje analítico del pelo o cabello, problematizar la violencia, la exclusión social, el machismo blanco, el racismo estructural y las dinámicas de vulnerabilización que estos procesos generan.

Desde esta perspectiva, el pelo o cabello se configura como un campo de disputa simbólica que permite visibilizar la inscripción de jerarquías raciales en los cuerpos y comprender cómo las prácticas de marcación capilar se articulan con regímenes históricos de desigualdad. En coherencia con este enfoque, la estructura del afro-rap se desarrolló de manera colectiva dentro de un contexto atravesado por dinámicas de narco-guerra y por un proceso electoral en la Universidad Técnica “Luis Vargas Torres” de Esmeraldas, donde la disputa de votos estuvo marcada por episodios de violencia armada. Este escenario no sólo condicionó las formas de participación y creación, sino que también reforzó la urgencia de abordar, a través del eje del pelo/cabello, las intersecciones entre racismo estructural, exclusión social y violencia.

Así, en un salón vacío, dos “gallos”, rimas neófitas y necesidades acumuladas; la academia dislocó la co-creación de calle a los adentros de los marcos teóricos y analíticos. Con el proyecto Bambaataa en el imaginario y el habla'o esmeraldeño en la lengua se comenzó a construir el afro-rap.

El afro-rap refleja la voluntad y el posicionamiento político de un equipo de la UTLVTE, que transita por carriles conscientes del racismo. Gabriel, Arturo, Steven, Alonso, Nathaniel y Hugo oficialmente conforman este grupo, donde se incardinan las carreras de Trabajo social y Electricidad. Teniendo el acompañamiento de amigas, profesoras, investigadoras y autoridades comprometidas con Otra Academia Posible. Convirtiéndose “en una contra-narrativa que puede habilitar espacios de colectividad, diálogo y cambios sociales” (Muñetones, 2022, 15).

Quinientas cinco palabras, diez estrofas, dos realidades, un celular, un equipo con voluntad política y dos “gallos” sin *flow* dieron forma a una propuesta orientada a amplificar voces históricamente silenciadas y vulnerabilizadas. ¿Es posible problematizar las realidades negras o afro desde el distanciamiento emocional, social o político?

2. Afro-rap

I (Míster Coco)

¿Qué sabes tú de sufrir
racismo?

Tú mismo con ese pelo hasta
gustas a las nenas

Racismo sufro yo cada día

que pasa, pues pasa

que el pelo duro es mi vil

condena

Pelo duro, pelo feo, pelo e'

lustre,

Insultos más duros que esos

me dicen,

¿cómo quieres que no me
frustren?

Me atormentan, me deprimen,

Sin embargo, a ti no hay

insultos que te oprimen

II (El Greñas)

¿Que no hay insultos que me
oprimen?

Pues estás equivocado

Que tus insultos sean

distintos a los míos

No quiere decir que no los he
soportado

Me tachan de gay y de

rebelde,

Me comparan mucho

Marcelo, me creen un

delincuente

No te hagas la víctima,

insolente

aquí no estamos pa'llorar y

menos si acá no hay gente

III (Míster Coco)

Yo no lloro, y menos por mi
condición,

ser negro no está mal, lo malo

es la discriminación

...abuso, odio, violencia, y

hasta segregación,

vulneraciones que tu ser no

sufre

pues por tu pelo "suave"

los blancos dicen:

¡Ay, mira qué bien le luce!

Te tachan de rebelde porque

no usas ni gel, menos

acondicionador,

y lo de gay lo entiendo, hasta

yo creí que eras la Miss Afro

de Ecuador

IV (El Greñas)

¿Ves? Solo haces notar que sí
me discriminan

Finalmente yo me adapto,

eso a mí no me lastima

Muchos quisieran tener mi

pelo, me lo dicen cada día

¿pero a ti qué te dicen? ¿que

por tener pelo impermeable

agua no gastarías?

V (Míster Coco)

Sí, me dicen que agua

ahorraría,

pero en la ciudad de este

negro no hay agua ¿lo sabías?

También te dicen que puedes

esconder un arma en tu pelo

de forma discreta,
Y a mí me dicen que si me
corto el pelo ya tendría
munición para mi escopeta
Ya quisiera tener tu pelo para
que la única acusación que
me digan es que me parezco a
Marcelo

VI (El Greñas)

Te dicen de escopeta, te dicen
muchas cosas
La discriminación es una
mierda, es una cosa asquerosa
Deja de ser un farsante, yo sé
que me parezco bastante
En lo único que me parezco a
Marcelo, es que somos negros
que salieron pa'lante

VII (Mister Coco)

Bien por ti, de verdad me
alegro
Parece ser cierto eso de que
mucho pelo y poquito cerebro
Tú pareces un plebeyo
Aprende a este negro, que sin
pelo se ve muy bello

VIII (El Greñas)

Sí, te ves muy bello,
pero tener cabello de palmera
no me hace pensar menos
Si hablamos de intelecto el
cabello es lo de menos
Las palabras que recibo me
las lanzas con prejuicios

Yo me pregunto: ¿Acaso
sobre mi cabello tú tienes
juicio?

IX (Mister Coco)

¿Juicio? Oír "cabeza e'coco"
cada día es un suplicio
Me dicen tantas cosas que
quiero mirar al precipicio
Cada día debes escuchar que
tu cabello es más bello
Yo solo escucho improperios
de mi pelo y es un sello

X (El Greñas)

Amigo, te invito a mirar, que
al salir de aquí igual van a
discriminar
La gente que habla no se
atreve a pensar que sus
connotaciones te hacen sentir
mal
Y van con sus vidas como si
todo fuera normal

2.1. Metodología

El origen de esta iniciativa se encuentra en la Universidad Técnica “Luis Vargas Torres” de Esmeraldas (UTLVTE), específicamente en el trabajo desarrollado por el grupo de investigación ALMARGEN. Desde 2021, este colectivo ha tomado el pelo o cabello como punto de partida para examinar críticamente las dinámicas de pobreza, poder, machismo y racismo. A través de este enfoque, el grupo ha consolidado una perspectiva que entiende el cuerpo, y en particular la politicidad del pelo/cabello, como una vía para evidenciar las tensiones históricas y actuales que afectan a las comunidades afrodescendientes.

La universidad esmeraldeña se ha configurado como el único espacio de “encuentro seguro” para la producción de una investigación inscrita en metodologías artísticas y orientada a la problematización del racismo estructural. Este proceso se enmarca en los lineamientos de la Tercera Campaña para la Erradicación del Racismo, promovida por la Cátedra UNESCO Educación Superior, Pueblos Indígenas y Afrodescendientes en América Latina, cuya intervención ha proporcionado un horizonte normativo y epistemológico que posibilita situar la indagación en coordenadas críticas, éticas y políticamente responsables.

Una primera fase de encuentro para crear rimas y compartir lecturas dio paso a una segunda fase de acción-participación. Finalmente, la grabación y presentación al Concurso de la UNESCO. Una vez sabido el resultado y conocida la relevancia se precisó de más miradas, y ahí entró la pintura. Se pensó en Kara Walker. Aunque conocida por sus siluetas, su trabajo pictórico también aborda la esclavitud, la violencia racial y el trauma histórico. Según explican Ranilla Rodríguez, García Molinero y Fernández Vallbona (2022, 49), Walker construye su obra a partir de un repertorio visual extraído de estereotipos encontrados en materiales impresos de épocas anteriores. En lugar de reproducir esas imágenes para vincularlas nuevamente con las identidades negras, su operación consiste en apropiarse críticamente de ellas. Al reinscribir estos motivos en nuevos contextos, fuerza al espectador a enfrentarse con la crudeza de la tradición iconográfica que moldeó la percepción pública de las poblaciones negras en Estados Unidos. De este modo, su trabajo desvela los dispositivos históricos que produjeron estas figuras, y evidencia la persistencia de sus efectos en la cultura visual contemporánea.

Cuando el artista gráfico Alexander Quiñónez Gómez se incorpora al trabajo del afro-rap inicia su propuesta con esta escena que presenta y contextualiza. Esta ilustración funciona como una representación simbólica de la realidad que atravesamos durante la producción del afro-rap. En ella vemos a dos *freestylers* –los “gallos”– enfrentándose en un escenario en forma de reloj roto, símbolo de las condiciones precarias a nivel de producción y la falta de tiempo dentro de un entorno azotado por la narco-guerra (Figura 1).

Los personajes expresan energía, tensión y resistencia, mientras los elementos de alrededor –como el conejo del reloj o los micrófonos improvisados– reflejan la creatividad que surge en contextos adversos. O, en palabras de Despenes (2019), como no se tenía lo necesario, la creatividad nació.

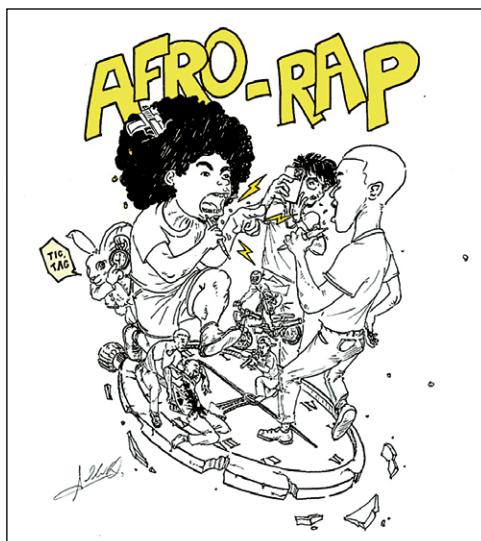


Figura 1. Afro-rap (Quiñonez, 2025). Fuente: elaboración propia.

La metodología se adaptó a un contexto muy específico, condición *sine qua non* para iniciar la propuesta Afro-Rap, que sitúa a la UTLVTE en elecciones y a la provincia de Esmeraldas en narco-guerra. El afro-rap se creó con sonidos de narco-guerra en Esmeraldas, con banda sonora de balacera –término/concepto empleado en Esmeraldas para el intercambio de disparos– y que acabó con los y la autora en el suelo de Bienestar Universitario. La balacera estuvo acompañada por consignas relacionadas con las elecciones de cogobierno de la UTLVTE en el año 2022.

La única universidad pública de la provincia de Esmeraldas, Ecuador, se convirtió en el escenario del pelo/cabello violentado, en un contexto vulnerabilizado por las bandas formadas por jóvenes, producto del racismo estructural. Y, como diría José Luis Anta, en un aparte de “voz baja”: “Vosotras sabéis que no estamos hablando de pelo, ¿verdad?”. Anta sabía que sabíamos que “el racismo tiene que ver con el poder de un grupo” (Adichie, 2013, 282).

El rap, concebido como un dispositivo de transformación social, posibilita que la puesta en voz del pelo o cabello funcione, en términos de Muñetones (2022), como una válvula de liberación afectiva capaz de expresar emociones y experiencias históricamente relegadas por discursos hegemónicos y excluyentes. Esta operación no sólo habilita la emergencia de narrativas subalternas, sino que también establece una continuidad con el espíritu político del proyecto impulsado por Bambaataa, orientado –según lo describe Almeida (2014)– a ofrecer a la juventud alternativas frente a las dinámicas de las bandas callejeras. De este modo, rapear sobre el pelo/cabello no constituye un gesto aislado, sino la reactivación de una tradición musical que ha servido para disputar formas de opresión estructural y reinscribir subjetividades marginadas en el espacio público.

Un lenguaje que se ajustó al *hablado* de Esmeraldas. Según Almeida (2014), de nuevo, no hay sorpresa, porque el rap siempre ha servido a los raperos en su empeño de reflejar mejor la realidad cotidiana en la que viven y asegurar un espacio social con el que los y las jóvenes se puedan identificar.

La observación participante y la historia de vida constituyeron las herramientas metodológicas fundamentales para posibilitar un diálogo mediado por el arte entre dos experiencias capilares y socioculturales divergentes. Este enfoque coincide con lo planteado por Olmo y Osuna (2014, 17), que sostienen que las relaciones establecidas en el trabajo de campo generan dilemas inherentes, particularmente en lo relativo a la definición del rol del investigador. En el presente estudio, lejos de buscar la suspensión del juicio, se optó por profundizar en él y problematizarlo, con el propósito de evidenciar la imbricación entre los espacios académicos y las dinámicas callejeras, así como la necesidad de promover acciones de sensibilización y cooperación a través de una propuesta audiovisual.

La observación participante, además, permitió acceder a niveles de significación que emergen únicamente a partir de una presencia situada y prolongada. Tal como sostiene Gómez Abeledo (2017, 12), la metodología implicó “un estar sin ser del todo”, una forma de participación que se modifica conforme avanza el proceso, posee un carácter acumulativo y exige una constante flexibilidad negociadora. Este posicionamiento metodológico posibilitó captar los matices afectivos, las tensiones y los modos de resistencia que atraviesan las realidades analizadas, otorgando una densidad interpretativa indispensable para la comprensión crítica del fenómeno estudiado.

La historia de vida dio sentido a cada estrofa del afro-rap, nacidas desde un relato amplio sobre las dinámicas del pelo/cabello de cada integrante, El Greñas y Mister Coco. Ambos protagonizarían la pelea, el debate de relatos, de narrativas en torno a la juventud esmeraldeña, y a su pelo/cabello en disputa. “La palabra nombra, encarna, subyuga, libera. La palabra tiene poder, el lenguaje busca hacer aparecer ante nosotros aquello que el sujeto quiere decir, que no es otra cosa que sus vivencias” (Gordillo, 2020, 3). Es así que las rimas y cada sílaba del afro-rap tiene eco en lo cotidiano.

La construcción de cada rima y la grabación del producto audiovisual se realizaron en dos sesiones de trabajo. Un celular, un micrófono sin cable, un salón de eventos vacío y con difícil acceso, sin parlantes y con escasa colaboración por parte del personal encargado. De esta forma nació el afro-rap, como resultado de la voluntad y el compromiso político de un grupo de estudiantes que sostiene el contenido de la propuesta.

Partiendo de la creatividad, motivada por la ausencia de recursos, se observa que cada línea destila pensamiento crítico y, a la vez, refleja que cada greña, cada mecha, cada vivencia es un fallo en el sistema opresor. Y en este caso los fallos son necesarios para la obtención de la dignidad. A través de esta propuesta se busca construir, “en las luchas cotidianas, las condiciones más favorables para desencadenar una verdadera revolución social” (Gordillo, 2020). Y este grupo ha elegido un único camino: la disidencia, expresada mediante el arte.

2.2. Resultados

(Míster Coco)

¿Qué sabes tú de sufrir racismo?

Tú mismo con ese pelo hasta gustas a las nenas

Racismo sufro yo cada día que pasa, pues pasa

que el pelo duro es mi vil condena

La línea “¿Qué sabes tú de sufrir racismo?” enfrentaba al estudiantado, y más tarde a la comunidad, desde una experiencia vivida que no es compartida. Allí hay rabia, hartazgo y una reivindicación de la propia legitimidad del sufrimiento. Y acaba con “el pelo duro es mi vil condena”, una frase cargada de historia no contada, pues nombra cómo un atributo corporal natural –el pelo negro– ha sido cargado de estigma, castigo simbólico y exclusión. No se habla del pelo como estética, sino como marca de opresión.

Rompiendo las normas, se logró que su mensaje fuese escuchado no sólo en Ecuador, sino también a nivel de Latinoamérica y ahora de España (Guano & Quimis, 2024, 11). Entendiendo el artivismo como esa acción que transmite las demandas del pelo/cabello, convirtiéndose en ese “poderoso motor de cambio, capaz de sacudir las consciencias” (Gutiérrez, 2021, 2). “El Greñas”, a continuación:

II (El Greñas)

¿Que no hay insultos que me oprimen?

Pues estás equivocado

Que tus insultos sean distintos a los míos

No quiere decir que no los he soportado

Me tachan de gay y de rebelde,

Me comparan mucho Marcelo, me creen un delincuente

No te hagas la víctima, insolente

aquí no estamos pa'llorar y menos si acá no hay gente

El fragmento “Me tachan de gay y de rebelde... me creen un delincuente”, evidencia la intersección de múltiples formas de opresión: homofobia, criminalización racial y patologización de la rebeldía. La experiencia que describe el poema muestra que la identidad negra nunca se vive desde una única forma de discriminación, sino desde una constelación de ellas. La orientación sexual, la apariencia racial y las conductas consideradas transgresoras se entrelazan, generando una experiencia de marginalización compleja que no puede entenderse desde un solo marcador de opresión. En otra estrofa, afirma:

Amigo, te invito a mirar, que al salir de aquí igual van a discriminar

La gente que habla no se atreve a pensar que sus connotaciones te hacen sentir mal

Y van con sus vidas como si todo fuera normal

Ayudando a su interpretación visibiliza la invisibilización de esas discriminaciones en la vida cotidiana, donde las microagresiones y los prejuicios se naturalizan. Pero, gracias al afro-rap, el estudiantado sentía y hacía saber que en las aulas era juzgado y castigado por su vestimenta y sobre todo su pelo (Gómez, Medina & Rodríguez, 2024, 2).

Por otra parte, tenemos la presentación y reacciones de los y las espectadoras como participantes involuntarias. “Los márgenes del racismo” fue el espacio para presentar el producto audiovisual *casa adentro*. Actividad abierta a toda la comunidad universitaria, donde se otorgó reconocimiento público a través de la máxima autoridad, el rector Girard Vernaza Arroyo, por la excelencia académica, siendo la única propuesta ganadora a nivel de Ecuador (Figura 2).

Este evento *casa adentro* coloca en el centro la idea de que el pelo/cabello “es un importante elemento para comprender la interseccionalidad que se da entre el proceso de construcción de una identidad y, a su vez, los múltiples elementos que sirven para generar estereotipos, formas de discriminación y sistemas de clasificación y adscripción” (Félez, Cueto & Jiménez, 2024, 3).



Figura 2. Los márgenes del racismo (ALMARGEN, 2022). Fuente: elaboración propia.

Asimismo, se realizó la presentación oficial el grupo de investigación internacional Almargen, resultado del esfuerzo de “un grupo de académicos hombres y mujeres, blancos y negros, viejos y jóvenes, que forman un conjunto, y esto a pesar de no serlo, que reflexiona sobre el racismo, la decolonialidad y la importancia del cuerpo” (Félez & Abeledo, 2024, 5). La propuesta del afro-rap tomó como punto de partida al grupo de investigación, liderado por la carrera de Ingeniería Eléctrica de la Facultad de Ingenierías (FACI) y vinculado a la carrera de Educación Básica de la Facultad de Pedagogía (FACPED), con el objetivo de desarrollar un trabajo interdisciplinario en la UTLVTE.

Las acciones a nivel local promovieron la necesidad de trabajar *casa afuera*. El espacio en la *Revista Tercio Creciente. Revista Digital de Estudios en Sociedad, Artes y Gestión Cultural* dio continuidad a la discusión abierta por el afro-rap a través del “Monográfico Extraordinario IX. Es mi pelo donde otra academia es posible”. En esta compilación se observa un enorme resumen de qué pasa con el pelo afro, cómo se estructura y convierte en parte de una identidad, de una construcción social, política y económica y, sobre todo, el soporte del racismo, el desprecio y la marginalidad (Félez & Abeledo, 2024, 1).

Se construyeron puentes para trabajar internacionalmente. El evento “Artivismo, ¿qué es? Libertad, sentipensamiento y posición política con banda sonora de contrapoder”, fue el espacio académico para problematizar la importancia e implicaciones de las universidades. El proyecto de cooperación, financiado por la Universidad de Jaén (España), tenía como objetivo producir un espacio académico activista compartidos entre Jaén y Esmeraldas, imaginando cuerpos libres en territorios colonizados, racializados, empobrecidos y vulnerabilizados.

La democratización de la libertad del pelo/cabello en la universidad ha permitido rechazar las connotaciones negativas que le rodean, reforzando la rima:

Si hablamos de intelecto el cabello es lo de menos

Las palabras que recibo me las lanzas con prejuicios

Yo me pregunto: ¿acaso sobre mi cabello tú tienes juicio?

Esta pregunta refleja la intención de hacer vivir una idea política desde el pelo/cabello a toda la comunidad universitaria, reconociendo que “las acciones de artivismo permiten que todas las personas que forman parte del espacio en el que se desarrolla la acción, voluntaria o involuntariamente, sean parte de la misma” (Gutiérrez, 2021, 7).

Se sigue trabajando *casa afuera* y la última obra obedece al formato documental. La pregunta vertebradora fue, esta vez, “¿qué diría tu pelo si hablara?”. Hablar, el pelo como sujeto, y de fondo musical el rock de “La Dupla”, con la canción de Javier Calle, dedicada a Candela, una niña de Esmeraldas, una niña cuya muñeca también está interseccionada por el pelo, la piel y la plata. El documental se llamó ALMARGEN y cierra un círculo de producción con pelo/cabello desde atalayas diversas.

2.3. Discusión. ¿El cabello como epistemología?

Las epistemologías y, concretamente, la esmeraldeña, han creado conocimiento alrededor del pelo/cabello. Se han desplegado una serie de teorizaciones que se han diseminado a lo largo de cinco años en forma de: proyectos de investigación, proyectos de cooperación, un congreso con AIBR (tres ponencias), al menos siete artículos y una entrada en el blog del Grupo INTER.

En las epistemologías periféricas, en ocasiones, se apela a los riesgos como a la cooptación, en este caso argumentado por Almeida (2014), y lo hace como riesgo, de acabar siendo una narrativa homogeneizada que presenta a todos los artistas como una masa no crítica y sin agencia o capacidad de ejercer poder y que, incluso, es susceptible

de ser cooptada por el Estado. En otras líneas discursivas se presenta, en este caso, al rap como una práctica de resistencia. Frente a las relaciones de poder y los ordenamientos sociales, las rupturas de tales ordenamientos y las formas como inventan los y las jóvenes las estrategias para transgredir y ampliar sus espacios de autonomía, defendido en esta ocasión por Castiblanco Lemus (2005).

Con respecto a este asunto del pelo/cabello y el rap, y examinando los trabajos académicos en América Latina, se observa una lectura que privilegia la asociación del rap con alguna categoría social subordinada, lo que puede ser resumido en la idea de subalterno, a decir de Muñoz-Tapia (202,140). Lo que centraría tanto al rap como al pelo/cabello en epistemologías subalternas, y que, en este caso, como diría Chakravorty Spivak (2003), son epistemologías el espacio en blanco entre las palabras, aunque el que se le silencien no significa que no existan.

La pregunta que se generó en la UTLVTE, la pregunta que discute con el rap como susceptible de ser cooptado o como susceptible de ser transgresión, es la siguiente: ¿Estando cooptado por el poder se puede transgredir? Dentro del grupo que generó el afro-rap, ambas posiciones teóricas se han postulado, y ambas han enriquecido la discusión, pero quizá se destaca lo que Bone Guano afirmó en una comunicación personal el 10 de septiembre de 2025, cuando señaló que “en la UTLVTE la vocación del poder es cooptar para transgredir”.

El pelo/cabello es uno de los sujetos de racismo-capitalismo-belleza colonizada. Asimismo, se ha comprendido que “el pelo es epistemología”. Problematicando desde este material audiovisual la salida de la subalternidad, se entiende que el rap es una herramienta que responde a la pregunta “¿es el arte necesario para penetrar en los imaginarios?”. La hipótesis de trabajo se basó en que el arte, su transcendencia y capacidad de penetración podría ser más eficaz en la lucha antirracista que los contenidos conceptuales densos. Amenazando la normalidad, el pacto social y la sinergia cotidiana.

En Esmeraldas, Ecuador, pensar en otra forma de habitar el cuerpo es posible. A través de este trabajo y propuesta audiovisual –donde se relata no solo la violencia que han padecido históricamente, sino la situación de violencia que sufren día a día “con la complicidad del Estado”– proponemos una oportunidad de entablar una conversación global movilizadora desde el activismo, proponiendo una estética decolonial, la cual desobedece en este juego (desobediencia estética y desobediencia epistémica) y rompe con la concepción de belleza existente. Y teniendo en cuenta a Adorno (1967), cuando decía que todas las ideas de orden que se inculcan son siempre las de *statu-quo*. Si se quiere romper el *statu-quo* se ha de desordenar. Véase, en ese sentido, este verso profético:

Y a mí me dicen que si me corto el pelo ya tendría munición para mi escopeta.

Antes de que se documentaran las fosas comunes de jóvenes negros fallecidos, los barrios sitiados y las bandas que consumen vidas vulnerabilizadas por la pobreza, la racialización y las adicciones, ya se encontraba presente en el verso la evidencia de la violencia estructural.



Figura 3. Pelo como munición (Quiñónez, 2025). Fuente: elaboración propia.

Esta ilustración traduce visualmente la línea: “si me corto el pelo ya tendría munición para mi escopeta”. Formalmente, la escena agrupa a varios personajes alrededor de un joven al cual le están cortando el pelo, este pelo que posteriormente se convierte en balas, con una composición circular que no sólo representa visualmente este verso, también la violencia estructural a la que estamos sometidos. Conceptualmente, la pieza denuncia cómo la violencia se naturaliza y se convierte en recurso: el propio cuerpo es material y moneda de cambio (Figura 3).

El desorden y el caos pueden interpretarse como manifestaciones de la penetración de la narco-guerra en la vida cotidiana, de manera que, incluso en silencio, Esmeraldas contempla sus numerosas peluquerías como espacios donde las armas imponen un orden. El modo en que Alexander Quiñónez Gómez articula el discurso violento en torno al cabello y las peluquerías trasciende la metáfora convencional: se trata de una metáfora encarnada, en la que lo simbólico se materializa en prácticas y experiencias concretas. Esta dimensión lo distingue de la alegoría, que funcionaría como una construcción simbólica prolongada; en este caso, la metáfora no sólo representa, sino que actúa y transforma la realidad.

3. Conclusiones

La dislocación generada por el afro-rap en la Universidad Técnica “Luis Vargas Torres” de Esmeraldas (UTLVTE) permitió que la propuesta artística obtuviera un reconocimiento internacional, reflejado en el premio otorgado por la UNESCO. Sin embargo, esta distinción provocó críticas internas que cuestionaron la legitimidad del galardón, llegando incluso algunas autoridades a considerarlo falso, a pesar de que se encontraba debidamente registrado en la página oficial de la UNESCO.

Más allá de la controversia, el afro-rap transgredió normas institucionales y culturales, evidenciando su capacidad de generar desorden crítico y visibilizar formas de conocimiento y resistencia afrodescendientes. No hay más novedad que aquella que no deja explicar.

En Esmeraldas, la emoción llega sobre todo desde la música y la voz, que no son, en ningún caso, características del afro-rap propuesto, por eso y comprendiendo lo que Cascales (2009) explica en cuanto a que el rap no canta, sino que recita o salmodia la letra mediante el ritmo conocido como *flow*. En este afro-rap, a pesar de que los “gallos” lo intentaban, tampoco iban sobrados de *flow*, ni de voz, ni de pista, llegaron y no sólo llegaron, que ganaron.

No es una novedad, ni un rap, ni un concurso; pero si, cuando a un todo se le sacan las características fundamentales y sigue siendo ese todo, seguramente hay un algo que es una novedad.



Figura 4. Pelo impermeable (Quiñónez, 2025). Fuente: elaboración propia.

El pelo negro no es sólo cabello: es resistencia (Figura 4). Tan poderoso que provoca reacciones extremas y obliga a iniciar un “movimiento” de desorden para que se le reconozca (Félez, Cueto & Jiménez, 2024, 10). Como dice Proaño Gómez (2017, 51), en la performance artística el cuerpo y la estética se vuelven armas de desterritorialización y dislocamiento. El rap lo sabe: el pelo/cabello es epistemología que desordena, que incomoda, que desafía normas. Así, llevar el pelo negro es tirar la primera rima de una tiradera que dice:

El pelo es grito de cununo ¡que nadie me peine!
El Estado de mi pelo es el que no está
Y el peine que me gobierna es el de la libertad

Referencias bibliográficas

- Adorno, T. (1967). La industria cultural. En E. Morin & T. Adorno, *La industria cultural* (pp. 7-20). Buenos Aires: Galerna.
- Almeida, C. M. (2014). La evolución de las distintas voces del rap en Marruecos: mas allá de la cooptación y la disidencia. *AWRAQ*, 10, 123-139.
- Bruguera, T. (2015). *Tania Bruguera. On the political imagination*. London: Hayward Gallery Publishing.
- Cascales, B. P. (2009). La retórica del rap. Análisis de las figuras retóricas en las letras de Violadores del Verso. *Tonos digital. Revista de estudios filológicos*, 17.
- Castiblanco Lemus, G. (2005). Rap y prácticas de resistencia: una forma de ser joven. Reflexiones preliminares a partir de la interacción con algunas agrupaciones bogotanas. *Tabula Rasa*, 3, 253-270.
- Chakravorty Spivak, G. (2003). ¿Puede hablar el subalterno? *Revista Colombiana de Antropología*, 39, 297-364.
- Despentes, V. (2019). *Teoría king kong*. Barcelona: L'Altra Editorial.
- Félez, J. L. A., Cueto Jiménez, A. M., & del Carmen Sánchez Miranda, M. (2024). Un enfoque epistémico sobre el pelo como elemento interseccional de significación. *Tercio Creciente*, extra9, 75-97. <https://doi.org/10.17561/rtc..8803>
- Gordillo Iñíguez, S. K. (2020). "Me gritaron negra": entre la negación y la reivindicación. *Foro. Revista de Derecho*, 33, 143-174. <https://doi.org/10.32719/26312484.2020.33.8>
- Gómez Abeledo, G. (2017). Balbinos y Manolitos. Investigación sobre "diglosia convivencial" villa-aldea (del prestigio y privilegio de unos sobre otros). *Revista Latina de Sociología*, 7 (2), 31-44. <https://doi.org/10.17979/relaso.2017.7.2.3057>
- Gómez Abeledo, G., Medina Sánchez, P., & Rodríguez Martínez, A. (2024). Poder sobre la micropolítica en la universidad de Esmeraldas. Un caso de Antropología Aplicada como dispositivo para la libertad del cuerpo bajo el pelo. *Tercio Creciente*, extra9, 23-41. <https://doi.org/10.17561/rtc..8804>
- Gómez-Peña, G. (2005). *Mexican bodies and border identities*. Reino Unido: Routledge.
- Guano, H. B., & Quimis, A. T. (2024). La internacionalización a contrapelo: una etnografía y dos estudiantes vargastorinos en Jaén, España. *Tercio Creciente*, extra9, 59-73. <https://doi.org/10.17561/rtc..8807>
- Gutiérrez Rubí, A. (2021). *Activismo. El poder de los lenguajes artísticos para la comunicación política y el activismo*. Barcelona: Editorial UOC.
- Mata Delgado, A. L. (2022). La estética de la protesta en el arte urbano: entre la política y el arte. *Nawi. Arte, Diseño, Comunicación*, 6 (2), 237-248. <https://doi.org/10.37785/nw.v6n2.a13>
- Mesías Lema, J. M. (2018). Artivismo y compromiso social. Transformar la formación del profesorado desde la sensibilidad. *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*, 26 (57), 19-28. <https://doi.org/10.3916/C57- 2018-02>
- Muñoz Tapia, S. (2023). Rap en acción, una propuesta frente al resistencialismo. En C. Abeille (ed.), *Cultura en los márgenes. Graffiti y Rap en la Argentina* (pp. 153-168). Rafaela, Argentina: Ediciones UNRaf.
- Olmo Pintado, M. D., & Osuna, C. (2014). Introducción a la investigación etnográfica. Universidad Nacional de Educación a Distancia, España. Rescatado de: <https://digital.csic.es/handle/10261/242118>
- Pabón, J. E. (2018). Antonio Preciado. Entre la Ciudad Letrada y las memorias ancestrales. *Calle 14. Revista de investigación en el campo del arte*, 13 (23), 210-223. <https://doi.org/10.14483/21450706.13001>
- Proaño Gómez, L. (2017). Artivismo y potencia política. El colectivo Fuerza Artística de Choque Comunicativo: cuerpos, memoria y espacio urbano. *Telón de Fondo. Revista de teoría y crítica teatral*, 13 (26), 48-62.
- Ranilla Rodríguez, M., García Molinero, L., & Fernández Vallbona, R. (2022). Igualdad de género. Materiales didácticos del MuPAI. Objetivos de la Agenda 2030. Universidad Complutense de Madrid. Rescatado de: <https://hdl.handle.net/20.500.14352/2628>

Reseñas curriculares

Guadalupe Gómez Abeledo es doctora y docente de Ciencias Sociales e Investigación en la Carrera de Ingeniería Eléctrica. Su tesis dio origen a conceptos propios como “emic-gración” y “diglosia convivencial”, que orientan su trabajo actual. He ocupado cargos de gestión, entre ellos la Dirección de Bienestar Universitario, y hoy es Directora de Investigación de la Universidad Técnica “Luis Vargas Torres” de Esmeraldas. Ha publicado artículos, capítulos y trabajos en tres continentes y en diversas indexaciones, siempre desde investigaciones situadas. Su perspectiva se enraíza en una identidad migrante, como cuarta generación con la espalda mojada, y un marco teórico en el que confluyen interculturalidad crítica, feminismo negro y (anti)racismo, eje central de su producción académica. El Grupo de Investigación ALMARGEN es su espacio investigativo.

Hugo Bone Guano es licenciado en Trabajo Social y actualmente cursa la Maestría en Políticas Sociales e Intervención Sociocomunitaria, con especialización en género, en la Universidade Da Coruña. Integra el Grupo de Investigación Internacional ALMARGEN y la Red de Investigación de Producción Audiovisual. Transita por caminos antirracistas y decoloniales.

Alexander Quiñonez Gómez, esmeraldeño afrodescendiente, realizó sus estudios en la carrera de Diseño Gráfico en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Actualmente cursa la carrera de Ingeniería Eléctrica en la Universidad Técnica “Luis Vargas Torres” de Esmeraldas. Desarrolló la propuesta visual del “V Feminario”, evento académico organizado por dicha universidad. Es integrante del Grupo de Investigación Internacional ALMARGEN.

Declaraciones:

- Los autores declaran que, en la elaboración del presente artículo, no se ha utilizado herramientas de inteligencia artificial.
- Los autores declaran la contribución y participación equitativa de roles de autoría para esta publicación.



Imagen: Janine Urrunaga



Imagen: Luis Rosado

Geometría del abandono. Una autoetnografía literaria desde el sentipensamiento esmeraldeño.

Geometry of Abandonment. A Literary Autoethnography from Esmeraldas' Feeling-Thinking.

Resumen:

El presente artículo realiza un análisis reflexivo sobre cómo el sentipensamiento esmeraldeño, una epistemología del Sur que integra emoción, territorio y arte, configura una narrativa autoetnográfica para comprender las geografías del abandono estatal y el racismo estructural en Esmeraldas, Ecuador. A través del análisis del poemario *Geometría del Abandono*, un conjunto de 11 poemas que es resultado de una investigación cualitativa y activista, se explora la palabra poética como herramienta para cartografiar la precariedad, pero

también para visibilizar las geometrías potentes de la resistencia y la re-existencia comunitaria. La investigación concluye que la autoetnografía literaria, anclada en el sentipensamiento, ofrece una comprensión más holística, situada y contextualizada que desafía las narrativas hegemónicas y reconoce el poder de la oralitura en primera persona para sanar, denunciar y reimaginar el territorio.

Palabras claves: Ecuador, racismo estructural, epistemologías del sur, activismo, abandono estatal.

Arturo Fabian Toala Quimis

Universidad Técnica

"Luis Vargas Torres"

Esmeraldas - Ecuador

arturo.toala.quimis@utelvt.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-4295-0672>

Andrés Johan Caicedo Angulo

Universidad Técnica

"Luis Vargas Torres"

Esmeraldas - Ecuador

andres.caicedo.angulo@utelvt.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0006-1292-2127>

Enviado: 24/10/2025

Aceptado: 6/11/2025

Publicado: 15/1/2026



Esta obra está bajo una licencia internacional
Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.

Sumario. 1. Introducción. 2. Metodología. 3. Desarrollo. 3.1. El sentipensamiento como brújula epistemológica y la autoetnografía como mapa. 3.2. Cartografías poéticas. Trazando la geometría del abandono y la resistencia. 4. Conclusiones.

Cómo citar: Toala Quimis, A. F., & Caicedo Angulo, A. J. (2026). Geometría del abandono. Una autoetnografía literaria desde el sentipensamiento esmeraldeño. *Nawi. Arte, Diseño, Comunicación*, Vol. 10, Núm. 1, 131-145.

<https://nawi.espol.edu.ec/>

www.doi.org/10.37785/nw.v10n1.a6

Abstract:

This article analyzes how Esmeraldas' Feeling-Thinking, a Southern epistemology that integrates emotion, territory, and art, shapes an autoethnographic narrative to understand the geographies of state abandonment and structural racism in Esmeraldas, Ecuador. Through the analysis of the poetry collection *Geometría del Abandono*, a result of qualitative and activist research, poetic language is explored as a tool to map precariousness, but also to highlight

the powerful geometries of community resistance and re-existence. The research concludes that literary autoethnography, anchored in *sentipensamiento*, offers a more holistic and situated understanding that challenges hegemonic narratives and recognizes the power of first-person oral-writing to heal, denounce, and reimagine the territory.

Keywords: Ecuador, Structural racism, Southern Epistemologies, Activism, State Abandonment.

1. Introducción

Escribir desde Esmeraldas, Ecuador, se convierte siempre en un acto político. Es situar la palabra en un territorio que ha estado configurado por lo que aquí, en este artículo, hemos llamado la “geometría del abandono”: un trazado de líneas invisibles que en esta ocasión se compone de 11 poemas que nacen de habitar un territorio marcado por la desigualdad y el racismo estructural.

Esmeraldas es provincia, ubicada en la región noroccidental del país. Ha sido históricamente marginada, a pesar de su riqueza cultural y natural. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2022), Esmeraldas presenta uno de los índices más altos de pobreza (47.3%) y pobreza extrema (16.8%) del Ecuador, acompañados de una visible ausencia estatal en servicios básicos como agua potable, salud y educación. Algo que no es coincidencia, ya que el 72% de su población se autoidentifica como afrodescendiente, lo que agudiza las dinámicas de racismo estructural (SINAE, 2021).

La figura de la “geometría del abandono” no es meramente retórica; es una cartografía tangible de exclusión donde se intersectan el racismo estructural, la marginalización económica y la desidia estatal (Guano, 2019). Este abandono tiene un rostro tangible: el de un niño que no puede terminar la escuela y el joven que no recibió la educación de calidad necesaria para permanecer en la universidad. En Esmeraldas, la tasa de analfabetismo es del 9.1%, más del doble del promedio nacional (4.3%) y casi cinco veces la de la capital, Quito (Pichincha, 1.8%) (INEC, 2023-b). La deserción escolar, que es exacerbada por la violencia sostenida en los barrios marginalizados, es una hemorragia constante que desangra el futuro de la provincia, ya que las muertes violentas de niños, niñas y adolescentes (NNA) han aumentado en un 800% desde 2021 hasta el 2023 (UNICEF, 2023).

La desidia estatal se termina de sellar en la educación superior: la Universidad Técnica “Luis Vargas Torres” de Esmeraldas (UTLVTE), la única pública de la provincia, opera con una asimetría presupuestaria flagrante. Mientras

el Estado invierte un promedio de \$3,500 a \$3,750 por estudiante en las grandes universidades de Quito (como la Universidad Central o la ESPE), la inversión por cada joven esmeraldeño en la UTLVTE apenas palpa los \$2,000 (SENESCYT, 2023). Se asigna a nuestra juventud esmeraldeña, por tanto, un futuro con menos herramientas. Desde esta tierra de ébano, marimba y manglares, este artículo se articula como un acto de re-existencia (Maldonado-Torres, 2017), basándose en el activismo, comprendido como la palabra que se niega a ser sólo texto y se convierte en acción; una práctica que fusiona el arte y la política para denunciar injusticias (Centella, 2015).

Nos proponemos analizar y reflexionar cómo el sentipensamiento esmeraldeño (una representación local del concepto de Orlando Fals Borda que integra el sentir, el pensar y el territorio) se constituye en un concepto base para un marco epistemológico capaz de desentrañar las complejas capas de este abandono y, a la vez, visibilizar las estrategias de lo que nos han enseñado a denominar “resiliencia” comunitaria.

Esta provincia ha sido contada sistemáticamente desde fuera. Es decir, la narrativa hegemónica (presente en medios de comunicación nacionales e informes estatales) la reduce a cifras de violencia (FES-ILDIS, 2023), estadísticas de pobreza, o en todo caso con postales de un exotismo folclorizado que silencian la potencia de sus luchas y resistencias históricas, como la Guerra de Concha de 1913. Frente a este colonialismo y racismo epistémico, la violenta costumbre de desvalorizar el saber que nace del territorio, el saber del río y de la abuela, frente al conocimiento validado por la academia central, surgen interrogantes fundamentales: ¿cómo narrar el abandono sin reproducir una narrativa de victimización? ¿Cómo cartografiar el dolor y, al mismo tiempo, la inquebrantable voluntad de existir?

El punto de partida parece ser el poemario *Geometría del Abandono*, un resultado artístico autoetnográfico que funciona como corpus central de análisis. Sin embargo, la génesis de los poemas apunta más allá: el autor habita la periferia de la periferia, radica su existir en el barrio “Isla Piedad”, entre “Santa Marta” y “Las Cuatro Esquinas” (estos dos últimos tomados por dos de los Grupos de Delincuencia Organizada –GDO– considerados como “terroristas” por el gobierno del presidente Daniel Noboa). Esto convierte al barrio en un territorio abandonado por los servicios sociales, con constante intervención militar y policial, y habitado por personas que están desarraigadas parcial o totalmente de él, con la esperanza de una solución de parte de un Estado que sistemáticamente vulnera, digamos que, sin querer, los derechos de una población de más de 500.000 habitantes como se evidenció con los datos educativos, pero en realidad esta vulneración no es un “olvido” ni un acto “sin querer”, sino un proyecto político histórico de marginalización que ya ha sido analizado (Guano, 2019).

Los versos que componen el cuerpo de *Geometría del Abandono* son documentos vitales, testimonios poéticos que permiten redibujar la experiencia de habitar un cuerpo y un territorio marcados por la violencia estructural. Como señala Galeano (1989), los pequeños relatos son la sangre de la historia, y es desde estos “abrazos” textuales que buscamos comprender los contextos de una manera más amplia y pensada desde sí mismos. Este estudio se sitúa, por tanto, en una suerte de cruce entre la investigación social y la creación literaria, explorando cómo la autoetnografía literaria permite “producir saberes liminales, rebeldes y nómadas” (Rodelo, 2021, 18).

2. Metodología

Este artículo se adentra en esta problemática desde una perspectiva que fusiona lo académico, lo personal, lo político y lo poético. Propone un camino metodológico y epistemológico anclado al Sur Global, específicamente en el concepto de sentipensamiento, para analizar cómo la creación literaria, *per se*, se convierte en una poderosa herramienta autoetnográfica. El objetivo general de este estudio es, por lo tanto, analizar cómo el sentipensamiento esmeraldeño se puede configurar como una narrativa única para comprender las geografías físicas, sociales y emocionales del abandono, la resistencia y la “resiliencia” en la provincia de Esmeraldas.

Para ello, se adopta una metodología cualitativa con un diseño autoetnográfico y narrativo. En este enfoque se sitúa al investigador como sujeto y objeto de estudio, reconociendo que la experiencia vivida es una fuente legítima de conocimiento, especialmente cuando se busca comprender fenómenos tan arraigados como el racismo (Abeledo, 2019). En el caso del autor del poemario, esta autoetnografía parte de su experiencia como esmeraldeño, habitante de esta geografía fracturada, y como académico que busca desentrañar las narrativas que definen, silencian y oprimen.

La autoetnografía nos permite tejer un relato que conecta la biografía personal con la historia colectiva: el sentir individual con la memoria, o desmemoria, de un pueblo. El extendido del texto se estructura en dos apartados centrales. Primero, se profundizará en el sentipensamiento como marco epistemológico desde el Sur Global y en la autoetnografía como la ruta metodológica que permite cartografiar, parcialmente, la experiencia esmeraldeña. Segundo, se analizarán fragmentos del poemario para exponer cómo la palabra poética traza las “cartografías del abandono” y, simultáneamente, dibuja una “geometría de la resistencia”, donde el amor, la memoria y la oralitura emergen como actos de re-existencia (Maldonado-Torres, 2017).

En este marco, el poemario *Geometría del Abandono* no es un mero objeto de análisis, sino el resultado mismo del proceso investigativo: una respuesta “activista” (Centella, 2015) que materializa la reflexión y la denuncia en forma de versos y estrofas acompañados por ilustraciones del artista esmeraldeño Andrés Caicedo, cuya obra visual dialoga con el texto y busca impactar al lector y generar conciencia en la población esmeraldeña. Para ello, nos interrogamos cosas tales como las que siguen: ¿De qué manera la poesía como herramienta activista puede develar y desafiar el racismo estructural y el abandono estatal? ¿Cómo el enfoque autoetnográfico y el sentipensamiento permiten una comprensión más holística y situada de la realidad esmeraldeña?

Para comprender las complejidades de un territorio como Esmeraldas, las herramientas de la ciencia social tradicional, a menudo ancladas en una supuesta objetividad y una separación cartesiana entre razón y emoción, resultan insuficientes e ineficientes. Estas metodologías corren el riesgo de observar la realidad de estos territorios complejos desde una distancia que deshumaniza, que convierte el dolor en dato, la sangre en cifra y la lucha en una anécdota que no requiere ser profundizada y estudiada. Por tal razón, esta investigación se basa en una epistemología del Sur: el sentipensamiento. Un concepto que fue popularizado por el sociólogo colombiano Orlando Fals Borda (2009) a partir de las sabidurías de pueblos y comunidades colombianas. Se considera como tal a la invitación a “pensar con el corazón y sentir con la cabeza”, a derribar la dicotomía errada que existe entre el sujeto que conoce y

la realidad conocida, reconociendo que el conocimiento es un acto encarnado, situado y profundamente afectado por el contexto en el que se vive y las emociones que se sienten.

Este enfoque se alinea con lo que Abeledo (2019) identifica como una necesidad en la Academia: decolonizar los métodos de producción de conocimiento. Frente a los paradigmas positivistas que suelen objetivar y distanciar, el sentipensamiento abraza la subjetividad como un lugar legítimo de saber. En el caso de Esmeraldas, esto implica reconocer que el sufrimiento del racismo, la frustración de una infraestructura colapsada, el sonido de la marimba como alegría rebelde y el presupuesto universitario inequitativo son fuentes válidas de análisis. Es, en esencia, una epistemología de la costa, del litoral, que se resiste a ser comprendida sólo desde los escritorios y oficinas de Quito o desde las teorías eurocéntricas.

3. Desarrollo

1.1 El sentipensamiento como brújula epistemológica y la autoetnografía como mapa

Empecemos con el análisis sentipensante, tal y como se expresa en el poema “Rebeldía Perdida”:

Honor a tus encrespadas fauces de manglar indómito,

donde la libertad es cicatriz y no bandera prestada.



Figura 1. Inspirado en el Poema “Rebeldía perdida”, por Andrés Caicedo.

La ilustración de la Figura 1 convoca una historia sumergida, una memoria que permanece bajo el agua. Evoca jacobinos, palenques, libertades de vientre que ya casi no hablan de Haití. En el reflejo, las cadenas hundidas cuentan otra vez la historia de Esmeraldas, que va perdiendo el respeto por la libertad conquistada con tropas negras, con esclavizaciones y evangelizaciones que buscaron silenciar la marimba de los pies que corrían libres.

El manglar aparece duplicado en el espejo. Manglar de raíces hondas, antes promesa de vida, ahora convertido tropo de un nuevo orden: raíces que ya no sostienen, sino que se retuercen como cadenas de un racismo persistente. Lo que la imagen revela es esa tensión, un territorio que fue emancipación y que hoy lucha contra los lastres que vuelven a sujetarlo.

Este verso encapsula la esencia del sentipensamiento: la libertad no como concepto abstracto, sino como “cicatriz” corporizada. El manglar, ecosistema característico de Esmeraldas, se ha convertido aquí en una metáfora de una forma de conocimiento rizomática. Lo rizomático, que parte de que “pensar no es representar”, asumiéndose el devenir y la multiplicidad como características del rizoma interpretadas por Sicerone (2017, 90-91). Rizoma, epistemología anarquista e inmanencia en la filosofía de Deleuze y Guattari, arraigada, compleja e indomable, con la que se elogia al territorio habitado.

En el contexto esmeraldeño, el sentipensamiento no es una teoría abstracta, sino una práctica trascendental e inconscientemente diaria; es la forma en la que los abuelos y las abuelas han transmitido la memoria a través de los arrullos y los chigualos, ríos de palabras cantadas que son la herencia viva de la cultura afroesmeraldeña, usados para ceremonias de santos y santas (arrullos), velorios de niños (chigualos) o celebraciones (Costales & Costales, 2003). Es la lógica que subyace en la música de la marimba, donde el ritmo del cununo se conecta directamente con el latido del cuerpo y la historia de las personas esclavizadas traídas a este continente y que la denominan “diáspora africana”, como intentando minimizar una realidad cruda, porque la “diáspora africana” no es como cualquier otra, pues fue una diáspora traumática (Pontes, 2025), fue un secuestro masivo, un despojo forzado de la humanidad y del territorio, una herida transatlántica cuyas cicatrices aún son la base del racismo estructural actual.

El sentipensamiento es una forma de conocimiento que agudiza los sentidos para percibir las injusticias que no aparecen en los informes oficiales: el racismo sutil en una mirada (Abeledo, 2022), la violencia estructural en la falta de agua potable (Guano, 2019), o la promesa rota de la democracia en la partida presupuestaria de una universidad que no alcanza para investigar. Sentipensar, desde Esmeraldas, es, entonces, como indica el Rector de la UTLVE, Dr. Sc. Girard Vernaza Arroyo, una forma de resistencia epistémica, que valida la oralitura, la intuición y la experiencia corporal como fuentes legítimas de saber (Vernaza Arroyo, 2025, discurso institucional en el marco del Foro Académico “La Revalorización Cultural”).

Como metodología, la autoetnografía es un género de escritura e investigación autobiográfico que conecta lo personal con lo cultural (Feliu i Samuel-Lajeunesse, 2007, 262). Esto invita a la persona que investiga a abandonar la comodidad de la tercera persona y a sumergirse en su propia experiencia, utilizando su vulnerabilidad (o vulnerabilización) como una herramienta analítica. Este enfoque es inherentemente político y ético, pues al situar el “yo” en el centro de la narrativa se hace responsable de su lugar de enunciación y reconoce cómo su propia vida está atravesada por las mismas estructuras de poder que busca analizar. Como señala Yuliana Rodelo (2021), la autoetnografía permite la producción de “saberes liminales, rebeldes y nómadas”, que escapan a las rígidas categorizaciones de la academia tradicional.

En este estudio adoptamos un diseño autoetnográfico y narrativo donde la voz del investigador se entrelaza con las voces polifónicas de la comunidad. Esto no es un ejercicio de narcisismo académico, sino un posicionamiento político que reconoce el conocimiento más profundo sobre una realidad que a menudo emerge desde dentro (Abeledo, 2022).

Ilustrar un artefacto intelectual es también exponer la arquitectura íntima de los años: lecturas, vivencias, carencias y la pobreza inscrita sobre el propio cuerpo. Un cuerpo que lleva grabado “Tengo cicatrices de risas en la espalda”, al modo de Lemebel, y que debe caminar como funambulista dentro de un sistema que se sabe espectáculo. Frente a un control remoto que nunca está en nuestras manos, buscamos el gesto imposible de dirigirlo. Y en ese intento nos situamos ante la ilustración del caos: un artefacto diseñado para el extractivismo salvaje, un circo de colores que deslumbra mientras abre nuevas heridas. Un carnaval estridente que deja cicatrices no sólo en la piel, sino también en la tierra que habitamos.

Desde la poética se habla de cómo en la actualidad la política se ha transformado en un espacio de deliberación de información polarizada. Ya no hay un hecho “bueno” o “malo”, sino que se discute quién respalda el hecho mismo. Por eso, en “Ingeniería de la Apatía” (Figura 2) se lanza una crítica donde se señala:



Figura 2. Inspirado en el poema “Ingeniería de la Apatía”, Andrés Caicedo.

*La política es circo de payasos crueles,
mismos trucos viejos jóvenes máscaras,
nos muestran peleas falsas, shows y laureles.
¡mientras se llevan de la naturaleza hasta la cáscara!*

En la práctica de esta investigación, la autoetnografía se materializó a través de la escritura reflexiva, el diálogo con las experiencias comunitarias y, sobre todo, la composición poética de lo real. El acto de escribir un poema como “Poema Ennegrecido” o “Arquitectura del Estado” no fue una simple ilustración de ideas preexistentes, sino el método mismo para explorar, procesar y comprender la rabia, el dolor y la esperanza, si se puede llegar a tenerla.

La poesía, con su capacidad para condensar la emoción en imágenes y para jugar con el ritmo y la sonoridad del lenguaje (Piderit, 1989), se reveló como el vehículo perfecto para el sentipensamiento esmeraldeño. Permitió transformar la vivencia del racismo cotidiano, la estadística fría de la deserción escolar y la observación del abandono.

Esta metodología permite tejer un relato que es a la vez personal y colectivo. El “nosotros” poético trasciende al autor individual y se convierte en el testimonio de una generación que ha tenido que aprender a amar y a vivir bajo la sombra constante de la violencia. Así, la creación literaria deja de ser un fin en sí mismo para convertirse en una praxis investigativa: un acto de cartografiar la propia herida para entender la herida colectiva y, desde ahí, imaginar la sanación.

1.2 Cartografías poéticas. Trazando la geometría del abandono y la resistencia

La literatura, y en especial la poesía, posee la capacidad de nombrar lo que las estadísticas silencian. Como afirma Eduardo Galeano (1989), las pequeñas historias y las palabras sentidas pueden revelar las grandes estructuras de la injusticia. En este sentido, el poemario *Geometría del Abandono* funciona como una cartografía íntima y política del territorio esmeraldeño. Cada poema es un punto en el mapa, una coordenada que ilumina una faceta específica del abandono, pero también de la vida que se niega a ser extinguida. A continuación, se exploran estas dos geometrías superpuestas: la del abandono impuesto y la de la resistencia que brota.

La primera geometría, la del abandono, se manifiesta en el poemario como una arquitectura de la precariedad. El poema “Arquitectura del Estado” es tal vez el más explícito en esta cartografía. Los versos “Sobre cimientos de olvido, esta ciudad se ha alzado, / sus calles son heridas que el poder no ha curado”, describen un espacio urbano donde la ausencia del Estado no es un vacío, sino una presencia activa y violenta. La infraestructura no es neutra; es la materialización de una decisión política. Las “escuelas sin libros, pupitres desangrados” y el “hospital es farsa de cemento desvencijado” no son fallos del sistema, sino el sistema funcionando como ha sido diseñado para la periferia: un mecanismo de contención y exclusión. La única presencia estatal que penetra con eficacia en los barrios, según el poema, es la represiva: “y sólo penetra el Estado con botas y fusil armado”. Esta imagen traza una frontera clara entre un “centro” que administra y un “margen” que es vigilado y castigado, reflejando el racismo estructural que perfila a los cuerpos racializados como una amenaza.

Este abandono institucional se entrelaza con una dimensión económica y ambiental. En “Poema Ennegrecido”, el yo poético declara: “Vengo de donde se refina tu oro negro, / Nosotros damos los recursos, pero tal parece poco merecemos”. Aquí se enuncia la paradoja de muchos territorios del Sur Global: ser ricos en recursos naturales y, a la vez, empobrecidos por un modelo extractivista que socializa los costos ambientales y privatiza las ganancias.

El poemario *Geometría del Abandono* funciona como un instrumento de diagnóstico social, que ha intentado cartografiar con precisión poética las múltiples dimensiones del abandono. La “arquitectura del Estado” no es un tropo vacío, sino la descripción de una realidad material. El poema “Arquitectura del Estado” lo explicita:

*Sobre cimientos de olvido, este pueblo se ha alzado,
sus calles son heridas que el poder no ha curado,
con piel de marginalidad los barrios han cicatrizado,
y solo penetra el Estado con botas y fusil armado.*



Figura 3. Inspirado en “Arquitectura del Estado (PT1)”, Andrés Caicedo.

La ilustración de la Figura 3 muestra, con luces estridentes, las mismas luces que Esmeraldas levanta frente a nuestra experiencia vital. Las casas de colores vivos, las licras en tonos flúor y la música de decibelios delincuenciales funcionan como una máscara, un artificio que disimula la pobreza y tiñe de exotismo la ausencia del Estado. Esmeraldas aparece desvencijada, envuelta en estallidos cromáticos, con edificios que no sólo enmarcan la violencia, sino que parecen dispararla.

Estos versos delinean la naturaleza del Estado en el territorio: una presencia fundamentalmente punitiva y ausente en su función de garante de derechos. Esta idea se correlaciona con lo expuesto por Guano (2019) en su análisis sobre el problema del agua en Esmeraldas, donde la falta de servicios básicos es una manifestación de un abandono histórico que configura una forma de violencia estructural.

El poema enumera esta violencia: “escuelas sin libros”, “hospital es farsa de cemento desvencijado”, presupuestos que “en Quito se devora”. Por eso el ilustrador revela en su arte cómo desde las ciudades y sus monumentos tienden a extender una mano “solidaria”, pero que en la práctica no es más que un reflejo de insolidaridad porque no es una ayuda efectiva. Esta descripción coincide con lo que Abeledo (2022) denomina “diglosia convivencial”, donde un discurso oficial de inclusión y desarrollo convive con unas prácticas estatales que perpetúan la exclusión y el racismo. Este racismo, altamente estructural, emerge no como un concepto abstracto, sino como una geometría concreta de poder. El poema señala:

*¡Mira el racismo obrero en cada esquina fría!
Piel de ébano sinónimo de sospecha y temor,
nos miden con patrones de doble geometría:
si naces en la periferia, tu destino es peor.*

Este “patrón de doble geometría” es la esencia del racismo estructural: un sistema de medición y valoración diferenciado que opera en la educación, el empleo, la justicia y la representación política. La racialización de la pobreza y la criminalización de la piel negra son mecanismos clave de este sistema, tal como se explora en los trabajos sobre feminismo negro esmeraldeño (Aguar, Abeledo & Guano, 2021).

Esta lógica de abandono se perpetúa a través de lo que el poema “Ingeniería de la Apatía” denuncia como un sistema diseñado para el adormecimiento colectivo:

*Nos enseñaron a ver la injusticia y bostezar,
a cambiar de canal si la sangre en la pantalla es incómoda,
a llamar "realidad" a este orden de no luchar.*

La apatía no es aquí una falla del carácter individual, sino el producto de una “ingeniería” social sistemática. El poema identifica los mecanismos de esta ingeniería: la saturación mediática con entretenimiento vacío (“por pan y por fútbol”), la precarización laboral que consume toda energía, y la política como un “circo de payasos crueles” que genera desencanto. Este análisis refleja las críticas de Habermas (2003) a la esfera pública, donde los medios de comunicación masiva pueden erosionar la capacidad de deliberación racional y acción colectiva, creando una ciudadanía pasiva.

El “oro negro” (petróleo) no se traduce en bienestar, sino en una herida abierta, como se reitera en “Arquitectura del Estado”:

*Petróleo para otros, miseria para el pueblo,
contaminación gratis como pan nuestro diario.*



Figura 4. Inspirado en el poema “Arquitectura del Estado (Parte 2)”, Andrés Caicedo.

La ilustración de la Figura 4 materializa el dispositivo con la claridad del concepto. “El panóptico es un tipo de

arquitectura para uso penitenciario, construido de forma circular con celdas individuales y una torre justo en el centro” (Rubio, 2020, 166). Facebook como dispositivo de control, como plantea Rubio desde una lectura foucaultiana, permite comprender que la vigilancia ya no requiere barrotes ni muros; se ejerce desde la transparencia obligatoria, desde la circulación de los datos como nueva forma de docilidad. Esa nube que tiene por nombre Facebook pero que puede nombrarse de mil formas.

Y aunque Foucault desarrolla el panóptico como modelo para pensar la vigilancia institucional de escuelas, fábricas u hospitales dentro de un régimen disciplinario, en Esmeraldas la escena es otra: la ausencia misma del Estado funciona como dispositivo. Lo que la ilustración expone es un territorio que, al no tener estructura, organiza su propia forma de control. Hace girar cuerpos como zombis alrededor de la nada, en círculos concéntricos de colores estridentes que encubren la precariedad. Un baile vacío, sostenido por necesidades urgentes y cotidianas.

Y detrás de todo, tras esas nubes negras que responden al manual racista clásico, aparece siempre el “hermano mayor”, otra forma de llamar a la nube. No es un vigilante visible, sino el poder que exige miseria para legitimar su otra cara: la sacralizada riqueza, el éxito como moral obligatoria. La ilustración, entonces, no sólo muestra el panóptico; revela la maquinaria que necesita desigualdad para que su propia torre central permanezca iluminada. La poesía, aquí, funciona como una denuncia que conecta la explotación de la tierra con la explotación de los cuerpos, una ecología política sentipensada desde la experiencia diaria de respirar un aire contaminado y vivir sobre un suelo envenenado.

Sin embargo, la cartografía del poemario no se detiene en la denuncia del abandono material. Explora también la “Ingeniería de la Apatía”, una forma más sutil pero igualmente devastadora de violencia. El poema describe las estrategias del poder para desmovilizar a la población: “Dividen barrios con muros de desconfianza”, “Quieren mentes adormecidas por pan y por fútbol”. Se trata de una geometría del control social que busca fragmentar el tejido comunitario y fomentar la indiferencia para perpetuar el statu quo. Es el reconocimiento de que la opresión más efectiva no es sólo la que se ejerce con la fuerza, sino la que logra que la gente se resigne a su suerte, que “cambie de canal si la sangre en la pantalla es incómoda”.

Frente a esta abrumadora geometría del abandono, emerge una segunda cartografía, más tenaz y a veces casi invisible: la geometría de la resistencia y la re-existencia. Nelson Maldonado-Torres (2017) plantea que la re-existencia no es meramente sobrevivir, sino crear vida y sentido en medio de condiciones que buscan negarlos. El poemario está plagado de estos actos de creación. Esta resistencia afectiva se complementa con una resistencia anclada en la memoria y la identidad. “Rebeldía Perdida” es un llamado a no olvidar la descendencia directa de los cimarrones, africanos esclavizados que se rebelaron, huyeron de la opresión y fundaron comunidades libres y autónomas – palenques– en la profundidad indómita de nuestros manglares y selvas (Costales & Costales, 2003), lo que en el poema “Rebeldía Perdida” se alude como “estirpe cimarrona” del pueblo esmeraldeño:

¡Oh, stirpe de ébano forjada en marimba y sal!

Sangre de cimarrones que el Cayapas aún canta.

El poema funciona como una interpelación contra el conformismo, un recordatorio de que la identidad afroesmeraldeña está fundada en un acto de insumisión. La marimba, el río, el manglar, no son sólo elementos folclóricos, sino símbolos vivos de una historia de lucha que debe ser reactivada en el presente:

¡Por rebelde nació libre este terruño querido!

¡Por rebelde será grande... o jamás subyugado!

Es un acto de habla que busca despertar la conciencia colectiva, una forma de activismo que utiliza la palabra para sacudir la “Ingeniería de la Apatía”. Definitivamente, la resistencia se manifiesta en el acto mismo de crear, de insistir en la belleza en medio del caos.

En el poema titulado “Axioma de Armonía” se expone la condición fundamental para el arte y para la vida: la paz.

I.

*Quiero escribir de pájaros en la ventana,
de abejas que roban semillas en mi jardín,
de flores que se abren con la luz temprana,
versos sin rencor, limpios de fin.*

II.

Pero para oír el canto de las avcillas, para verlas posarse en mis geranios vivos, las balas deben callar en las esquinas, cesar ese ruido que parte los sentidos

(...)

X.

Hasta que amanezca ese día sin heridas, mi pluma será rabia contra la violencia: ¡Que callen las armas que rompen las vidas! ¡Que hablen los niños, los pájaros, la ciencia! Porque solo en paz —sin trampas ni mentiras— la rosa florecerá con toda su esencia.

(...)

El poeta anhela el “escribir de pájaros en la ventana”, pero reconoce que no puede hacerlo mientras “las balas deben callar en las esquinas”. La exigencia de silencio a las balas no es sólo el deseo de un artista por tranquilidad, sino una demanda por el derecho fundamental a una vida digna para su comunidad, más allá de la comodidad individual. Mientras esa paz no llegue, la pluma del poeta no puede ser neutral: “mi pluma será rabia contra la violencia”. El arte, entonces, se convierte en un territorio de re-existencia (Maldonado-Torres, 2017), un espacio donde se lucha por la vida y se prefigura el mundo que se anhela, un mundo donde “la rosa florecerá con toda su esencia”.

3 Conclusiones

Este estudio ha ofrecido un recorrido que parte de la experiencia vivida en un territorio marginalizado para llegar a una reflexión sobre cómo producimos conocimiento. La autoetnografía literaria, guiada por la brújula del sentipensamiento esmeraldeño, se ha expuesto como una metodología potente no solo para describir, sino para comprender en profundidad la compleja “geometría del abandono”. A través de este análisis poético, se ha demostrado, una vez más, que esta geometría no es una abstracción, sino una realidad material inscrita en los cuerpos, las calles, las escuelas, los ríos y los presupuestos de Esmeraldas. Los poemas han funcionado como una cartografía que sirve para develar las líneas del racismo estructural, la arquitectura de la desidia estatal y la ingeniería de la apatía social.

Sin embargo, la principal conclusión que emerge de este trabajo es que narrar el abandono desde el sentipensamiento implica, necesariamente, narrar también la resistencia. La misma palabra que traza la herida es la que dibuja la geometría de la re-existencia. Hemos visto cómo el dolor, la memoria y la creación artística se configuran como trincheras cotidianas desde donde se busca combatir la deshumanización. El amor en tiempos de violencia, el orgullo por la estirpe rebelde y la insistencia en la belleza son actos políticos que desafían la lógica del abandono y afirman la vida que hay en nuestros territorios.

En definitiva, este escrito defiende que la fusión entre investigación social y creación artística, a través de enfoques como la autoetnografía, es un camino epistemológico fundamental para las ciencias sociales pensadas desde el Sur Global. Este ejercicio de renovación epistemológica nos permite generar un conocimiento que es a la vez riguroso y encarnado, analítico y poético, personal y político. Supera las visiones puramente estadísticas o externas, reconociendo el poder que tiene el relato y la oralitura en primera persona para sanar, denunciar y reimaginar un territorio tan complejo como el esmeraldeño. Esta propuesta no es sólo una metodología; es una postura ética, crítica y política que reclama el derecho de los pueblos históricamente silenciados a contar su propia historia, a trazar sus propios mapas y, en última instancia, a construir su propio futuro. Porque otra Esmeraldas es Posible. Sentida, estudiada y contada desde el territorio mismo.

Referencias bibliográficas

- Abeledo, G. G. (2022). "Diglosia convivencial": Geometría y utilidad de un concepto para el análisis del racismo con la autoetnografía. *Antropología Experimental*, 22, 75-89.
- Abeledo, G. G. (2019). *Una autoetnografía del racismo en la Academia de Ecuador*. Tesis doctoral. Universidad Nacional de Educación a Distancia, España.
- Aguiar, E. P., Abeledo, G. G., & Guano, H. R. B. (2021). Investigación educativa en/con/sobre feminismo negro esmeraldeño. La vagina como tropo. *Revista Izquierdas*, 50.
- Centella, V. O. (2015). El artivismo como acción estratégica de nuevas narrativas artístico-políticas. *Calle 14. Revista de investigación en el campo del arte*, 10 (15), 100-111.
- Costales, A., & Costales, P. (2003). *Esmeraldas. Historia y cultura*. Quito: Abya-Yala.
- Fals Borda, O. (2009). *Una sociología sentipensante para América Latina*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- Feliu i Samuel-Lajeunesse, J. (2007). Nuevas formas literarias para las ciencias sociales: el caso de la autoetnografía. *Athenea Digital. Revista de pensamiento e investigación social*, 12, 262-271.
- FES-ILDIS. (2023). *Esmeraldas bajo amenaza: un análisis de problemas sociales y violencia (2018-2023)*. Alemania: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Galeano, E. (1989). *El libro de los abrazos*. México: Siglo XXI Editores.
- Guano, H. R. B. (2019). El pensar-se de la población negra y el problema del agua en Esmeraldas-Ecuador. *Antropología Experimental*, 19, 173-180.
- Habermas, J. (2003). *La ética del discurso y la cuestión de la verdad*. Barcelona: Paidós.
- INEC. (2023a). *Censo de Población y Vivienda 2022. Esmeraldas. Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Rescatado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/2024/01/Info_Esmeraldas.pdf
- INEC. (2023b). *Censo de Población y Vivienda 2022. Educación. Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Rescatado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/2023/10/Presentacion_Educacion_CPV-2022.pdf
- Maldonado-Torres, N. (2017). El arte como territorio de re-existencia: una aproximación decolonial. *Iberoamérica Social. Revista-red de estudios sociales*, 8, 26-28.
- OAS. (2023). *Esmeraldas abandono cuatricentenario. Pobreza, violencia y discriminación*. Organización de los Estados Americanos. Rescatado de: <http://scm.oas.org/pdfs/2023/CP48722Morales.pdf>
- Piderit, M. F. (1989). *Literatura y visualidad*. Tesis doctoral. Universidad de Buenos Aires, Argentina.
- Pontes, K., & Balduino, L. (2025). Dossiê "História do Atlântico e da Diáspora Africana". *REVHIST. Revista de História da UEG*, 14 (1), e412500-e412500.
- Rodelo, Y. C. (2021). La autoetnografía como inflexión y performance para la producción de saberes liminales, rebeldes y nómadas. *Calle 14. Revista de investigación en el campo del arte*, 16 (29), 16-37.
- Rubio, C. A. (2020). La red social Facebook como dispositivo de control. Una mirada desde la filosofía de Foucault. *Sincronía*, 77, 165-180.
- Sicerone, D. A. (2017). Rizoma, epistemología anarquista e inmanencia en la filosofía de Deleuze y Guattari. *Revista de Filosofía*, 34 (87), 83-94

SENESCYT (2023). *Proforma presupuestaria 2023*. Instituciones de Educación Superior. Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación. Quito: Ecuador.

UNICEF (2023). *Análisis de la situación de niños, niñas y adolescentes. Ecuador 2023*. Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia.

Vernaza Arroyo, G. (2025). Discurso institucional de apertura del Foro Académico “La Revalorización Cultural”. Salón Jaime Bernal. Universidad Técnica “Luis Vargas Torres” de Esmeraldas (UTLVTE), Ecuador.

Reseñas curriculares

Arturo Fabian Toala Quimis es Ingeniero Eléctrico y maestrante en Docencia e Investigación en Educación Superior. Docente de la Universidad Técnica “Luis Vargas Torres” de Esmeraldas. Desde diciembre del 2023 forma parte del Grupo de Investigación Internacional ALMARGEN. Integrante por la Comisión para la Guía Institucional con Enfoque de Género de la UTLVTE. Fue representante estudiantil en el Consejo Superior Universitario desde abril del 2024 hasta agosto del 2025, en el que trabajó arduamente por mejorar procesos académicos e institucionales dentro de la Universidad. Su actividad investigadora se centra en temáticas humanísticas y también en áreas de la iluminación LED en espacios abiertos e interiores.

Andrés Johan Caicedo Angulo es estudiante de la Carrera de Educación Básica en la Universidad Técnica “Luis Vargas Torres” de Esmeraldas. Gestor y actor de la cultura afroesmeraldeña. Artista e Ilustrador.

Declaraciones:

- Los autores declaran que, en la elaboración del presente artículo, no se ha utilizado herramientas de inteligencia artificial.
- Los autores declaran la contribución y participación equitativa de roles de autoría para esta publicación.



Imagen: María Sinche

Qué diría tu pelo si hablara? Un documental para resignificar marcos hegemónicos de belleza racista.

What would your hair say if it could speak? A documentary
to reframe hegemonic frameworks of racist beauty.

Gabriel Estupiñan Estupiñan

Universidad Técnica

"Luis Vargas Torres"

Esmeraldas - Ecuador

gabriel.estupinan@utelvt.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-3853-7124>

Jodie Martínez Baquerizo

Universidad Técnica

"Luis Vargas Torres"

Esmeraldas - Ecuador

jodie.martinez@utelvt.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0008-0225-9493>

Guadalupe Gómez Abeledo

Universidad Técnica

"Luis Vargas Torres"

Esmeraldas - Ecuador

guadalupe.gomez@utelvt.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-2031-8337>

Enviado: 24/10/2025

Aceptado: 31/10/2025

Publicado: 15/1/2026



Esta obra está bajo una licencia internacional
Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.

Resumen:

Un documental, del grupo internacional de investigación ALMARGEN. Una pregunta de investigación. ¿Qué diría tu pelo si hablara? Y una metodología autoetnográfica y analítica. La herramienta que dio sentido al campo, la entrevista, presentada con espontaneidad, sin preparación de los y las colaboradoras. Tras un análisis con un enfoque triple –visual, crítico y antirracista– surgieron tres categorías principales: cuidado, presión social e identidad. De las mismas, y de sus fotogramas dimanaron dimensiones intersubjetivas que abarcaron desde el trato hasta el tinte pasando por el

racismo. El pelo sujeto resultó que hablaba y que creaba epistemología. Se aportaron novedades del peinado a contrapelo. Un cuerpo que dialoga con el cabello tiene un hilo conductor que conecta el sentir bajo el cuero cabelludo con imagen hacia afuera. El juego adentro-afuera mediado por un pelo. El documental fue para el grupo ALMARGEN un resumen de cinco años de trabajo transdisciplinar. Y siempre supimos que no hablábamos de pelo/cabello.

Palabras claves: metodología autoetnográfica y analítica; documental; entrevista; pelo/cabello; racismo.

Sumario. 1. Un terremoto visual e identitario como contexto. 2. Documentación viva, el pelo escuchado. 3. Fakecoma de una autoetnografía analítica rota. 4. Entre hebras y voces. 4.1. Cuidado. 4.2. Presión social. 4.3. Identidad. 5. Conclusiones.

Cómo citar: Estupiñan Estupiñan, G., Martínez Baquerizo, J., & Gómez Abeledo, G. (2026). ¿Qué diría tu pelo si hablara? Un documental para resignificar marcos hegemónicos de belleza racista. *Nawi. Arte, Diseño, Comunicación*, Vol. 10, Núm. 1, 147-159.

<https://nawi.espol.edu.ec/>

[www.doi.org/10.37785/nw.v10n1.a7](https://doi.org/10.37785/nw.v10n1.a7)

Abstract:

A documentary produced by the international research group ALMARGEN was centered on the core research question: What would your hair say if it could talk? The methodology employed was autoethnographic and analytical. The primary tool that gave meaning to the field was the interview, which was conducted spontaneously and without preparation from the collaborators. Following a triple analysis approach –visual, critical, and anti-racist– three core categories emerged: Care, Social Pressure, and Identity. From these categories and their corresponding film stills, intersubjective dimensions were revealed, ranging from treatment and

dyeing practices to outright racism. The topic of hair proved to be a powerful subject, one that speaks and creates epistemology. The research contributed new developments in counter-grain hairstyling. Furthermore, it demonstrated that the body's dialogue with hair establishes a common thread that connects feelings beneath the scalp with outward image: an inside-outside dynamic mediated by hair. For the ALMARGEN group, the documentary served as a culmination of five years of transdisciplinary work. We understood, from the outset, that we were not merely talking about hair.

Keywords: autoethnographic and analytical methodology; documentary; interview; hair; racism.

1. Un terremoto visual e identitario como contexto

Un hilo que nace de la piel y crece en silencio, o no, dependiendo del cuero cabelludo que lo entre en conversación. Y tal vez, y más complicado: ¿el cuero cabelludo y su color lo presenta?; ¿le da forma?; ¿le da clase, o tal vez género? Para algunos autores y autoras es mucho más que un rasgo biológico: constituye un tejido simbólico donde se entrelazan identidad, memoria y poder en palabras de Amangono y Montoro (2024, 134). Pero nuestros pelos/ cabellos no investigaron solos. Nuestra investigación se generó a partir de la colaboración académico-investigativa con la Universidad de Jaén (UJA), en España. Acompañados/as por el Grupo Internacional ALMARGEN, constituido por cuatro ejes de investigación que giran en torno a: pelo/cabello, poder, (anti)racismo y feminismo negro.

Un detonante/antecedente que nos ayudó a seguir profundizando en el eje pelo/cabello fue el premio de la III Campaña para la Erradicación del Racismo a nivel nacional, concretamente el de la cátedra de la UNESCO. La importancia histórica de este premio dado al Afro-Rap originó la idea del documental “ALMARGEN”. Si pudimos, pues podremos, una posición política que llamamos “Otra Academia es Posible”. Metodológicamente el centro pivota entre el marco autoetnográfico y el trabajo de campo. El trabajo de campo se desarrolló entre febrero y agosto de 2025 en el Campus Nuevos Horizontes de la UTLVTE, coincidiendo con el devastador terremoto de abril de 2025 en Esmeraldas. Este contexto de crisis no fue un accidente, sino un factor que “partió la investigación, a la par que le dio fondo y fuerza” para anclar el estudio en la realidad socioterritorial.

Esta alianza euro-latinoamericana refuerza la visión transdisciplinaria del estudio, que se nutre de un espectro amplio de saberes –incluyendo las Ciencias Sociales y la Ingeniería– para comprender, de forma integral, las complejidades de las estructuras humanas, el territorio y, a la vez, la respuesta técnica ante la adversidad. Con esta realidad, y con ancla en el contexto de Esmeraldas, el estudio centró la pregunta de esta investigación: ¿qué diría tu pelo si hablara?

El objetivo fue analizar el proceso autoetnográfico y la creación del documental audiovisual ALMARGEN como un gesto de agencia estética y reparación simbólica. Este artículo sostiene que la obra documental, concebida como un “artefacto decolonial” (Maldonado, 2017, 27) y una contra-narrativa, utilizando el arte como herramienta de investigación para resignificar la identidad cultural y desarticular el canon eurocéntrico de belleza. Adoptamos la autoetnografía performativa y visual como una “vía legítima de conocimiento” (Almeida & Solórzano, 2024, 45), situando la experiencia personal en el centro. Esto se concretó en 50 entrevistas, en las que se develó cómo el cuidado del cabello es, simultáneamente, un acto de ternura y un espacio de sometimiento forzado, evidenciando la hegemonía económica que impone la belleza colonizada. Para ello, utilizamos un dispositivo de inversión simbólica, con la idea de capturar la relación afectiva y el concepto de “pelo rico/pelo pobre” (Schnettler & Salcedo, 2023, 104).

La metodología del documental se presenta en la sección *Entre hebras y voces* y se articula en tres categorías: el cuidado, la presión social y la identidad. Los hallazgos confirman la urgencia de estas contra-narrativas visuales en la academia, especialmente ante la dicotomía “pelo rico/pelo pobre” como un efecto directo de la colonialidad del ser, como se explica en el trabajo de Maldonado, (2017, 1) en el que se citó a Mignolo Walter (s.f.). El documental fue una obra abierta e inacabada que devuelve la mirada y genera conocimiento sensible a los estudios visuales decoloniales. Una decolonialidad que discute la belleza presentada en forma de hegemonía en el sentido gramsciano, tal y como lo interpretan Puentes y Suarez (2015, 454), es decir, como resultado de la asimilación del discurso del poder y, por su intermedio, de la unificación de los valores con respecto a lo social, lo político y lo cultural, en cuyo espacio está el pelo/cabello.

2. Documentación viva, el pelo escuchado

El pelo/cabello trasciende. En la misma línea, Amangono y Montoro (2024, 113) afirman que el pelo es creatividad, imaginación, cultura, identidad y epistemología. Y que el pelo negro, al igual que las artes escénicas, es político. Como política es su resistencia a modas, hegemonías, silencios y depilaciones. Trasciende y puede ser arte. La pregunta precipitada que se nos presentó durante la investigación fue la siguiente: ¿escuchamos al pelo? También nos movió a la reflexión sobre si es casual que la oreja esté situada al lado del pelo o si ese “no lugar” (Sánchez, 2024, 1) responde intencionalmente al silencio del pelo/cabello. Comparamos con otros sonidos de biolegitimidades corporales. Con otras partes dentro del marco que están vivas y que tienen médico. El pelo es generoso y crece, se deja, no se queja. Ahora hablará...

3. *Fakecoma* de una autoetnografía analítica rota

Para escuchar al pelo/cabello articulamos un dispositivo de investigación muy pegado a nuestro grupo internacional ALMARGEN, que entre sus ejes investiga: pelo/cabello, poder, feminismo negro y racismo. Una metodología etnográfica, etnográfica y encarnada, etnográfica y coral. Coincidente con la teoría de la autoetnografía analítica. En otras palabras, los sujetos investigadores no son observadores distantes, sino cuerpos implicados en la producción de sentido (Almeida & Solórzano, 2024, 2).

Adoptamos la autoetnografía analítica con los sentires fuera del marco. Combinar entrevistas audiovisuales, sin previo contexto, con una invitación y consentimiento íntimo ya dentro del espacio de entrevista nos aportó asombro ajeno, parafraseando a Mancha (2019), pero también sonidos profundos o, como dirían Almeida y Solórzano (2024, 2), se dibujaron perfiles de accionar político, emotivo, cognitivo y espiritual.

Las herramientas cualitativas –emergieron como pulsaciones de una misma trama, concretamente 50 entrevistas– que, más que números o voces, son fragmentos de una memoria capilar que habla. El grupo entrevistado se aglutinó con: estudiantado, profesorado, administrativos/as y trabajadores/as. Mostramos nuestro interés en que participaran y las invitaciones personales de viva voz se realizaron durante el horario de trabajo. Concretamente en el Campus Nuevos Horizontes de la Universidad Técnica “Luis Vargas Torres” de Esmeraldas, entre febrero y agosto de 2025 (hacemos hincapié en la datación, dado que el terremoto de abril de 2025 partió la investigación, a la par que le dio fondo y fuerza).

Cada entrevista, de 1 a 4 minutos, se registró en una sola toma, preservando espontaneidad, con dos preguntas y fotografías complementarias. El diseño híbrido y transdisciplinario operó como un trampantojo investigativo. Para preguntar “¿qué diría tu pelo/cabello si hablara?” O, tras el primer momento de incertidumbre, la segunda pregunta: ¿qué entiendes por pelo/cabello rico y pelo/cabello pobre? Ambas preguntas, medulares y transgresoras, se formularon en unas condiciones honestas. Sin alharacas, con una sábana blanca de fondo a modo de *fakecoma*, con un móvil personal y en un espacio con contaminación acústica. El resultado esperable fue que algunas de las entrevistas –cuatro– se descartaron por la baja calidad, por lo que nos disculpamos en nombre de la ética en la investigación.

En una segunda fase, trípode en mano, cepillo rosa en ristre y con el mismo móvil, pero más cuidado con los registros se continuó con el trabajo de campo. Un pequeño cepillo rosa que funcionó como micrófono. Este recurso metafórico tensionó la aparente inocencia del objeto con la potencia crítica de la palabra testimonial.

Complementariamente, se implementó una estrategia audiovisual con criterios técnicos estandarizados. Las primeras grabaciones, en plano medio y formato horizontal, se realizaron con un dispositivo móvil a 1080p y 60 fps. Las segundas, de cuerpo entero, incluyeron la pregunta sobre la cesión de derechos de imagen para el documental. Todo esto se desarrolló sin equipos tecnológicos especializados, sin una producción costosa; no obstante, y como señalan Toro, Guerrero y Pérez (2024, 269), incluso con estas limitaciones “pueden hacerse cosas muy interesantes en los medios locales”. Cómo la metodología autoetnografía analítica consiguió que los desnudos emocionales atravesaran la

cámara. Nos advirtió Weinrichter (2011, 14) que el documental no representa el mundo; dice algo sobre el mundo. No parcial sino un discurso, cuya voz no proviene del limbo sino de una fuente reconocida, con unos intereses específicos. Y en esa misma línea argumentamos, como Lacolla (2012), que el documental quiere retratar con inmediatez los acontecimientos que describe, citado por Blandón (2019, 172), que acota que el documental en su vertiente artística se vincula estrechamente con la verdad, en tanto que busca capturar los acontecimientos cotidianos que configuran la experiencia vital. Configurado este marco sobre el documental, creemos que se erige como un espejo de identidad y resistencia, un gesto de autoobservación que devuelve la mirada (Barrientos, Ormaechea & Domínguez, 2023, 196).

Nuestra mirada acompañada y diletante devino en un acto de percepción encarnada: la cámara observa, pero también tiembla, se conmueve, respira con quienes aparecen en escena. Un diálogo donde el pelo/cabello actúa como mediador entre nuestro contexto roto por el terremoto y la existencia rota del pelo/cabello que reposa estéril en historias atravesadas de sosa cáustica para alisar. O barcos en barcos de oro que las empresas que compran y venden cabellos disfrutan.

4. Entre hebras y voces

Para analizar los resultados nos asimos a las teorías que nos ayudaron a interpretar. En un primer momento, ¿qué entendemos por documental a nivel teórico? La perspectiva de Nichols (1994), retomada por Arismendy León (2020, 42), nos propuso el documental como una pieza de investigación sin cerrar; que no busca completitud ni certezas absolutas, sino habitar la duda y valorar la impresión de mundos personales.

Otras teorías nos esclarecieron que el análisis debería de enfocar la búsqueda de conocimiento. Weinrichter (2011, 14), retomado por Blandón (2019, 4), complementan esta mirada, al señalar que el documental no representa el mundo, sino que dice algo sobre él; funciona como herramienta de investigación social, que permite generar conocimiento.

El cedazo teórico también nos alentó en el encuentro de dinámicas sociales y el registro de la cotidianidad con fines analíticos y educativos. Cada hebra, cada cambio, cada gesto sobre el cuerpo encarna ese “soy porque me modifico”, en palabras de GGA (etiqueta de la colaboradora en el documental): *“el cabello no sólo enmarca el rostro: también revela la decisión ontológica de ser y representarse a sí mismo en el mundo”*.

De trenzar teoría (interculturalidad crítica, feminismo negro, teorías decoloniales y teoría crítica de la raza) y práctica (la elaboración del documental, en campo y como campo). Este es el segundo momento que nos abrió el análisis de resultados; el propio documental ALMARGEN. Del trenzado que explicaron Amador, Monge y Ortiz (2024, 59) extrajimos la importancia de lo coral autoetnográfico. Una certeza que enmarcó en sus publicaciones ALMARGEN: el cabello no es sólo un atributo estético, sino un territorio simbólico donde se entrecruzan poder, identidad y resistencia (Figura 1). Y en el que se hilvanan pobreza y racismo, según Féliz y Abeledo (2024, 7-8).

El análisis cualitativo permitió organizar los hallazgos en tres categorías: el cuidado, la presión social y la identidad.



Figura 1. Representación simbólica de una oreja cubierta de cabello, diseñada por Alex Quiñónez Gómez para el documental *ALMARGEN* (2025).

4.1 Cuidado

En esta primera categoría, el cabello aparece como un cuerpo vivo que demanda atención, descanso y afecto. Las voces revelan un vínculo de cercanía que combina ternura, culpa, maltrato y reconciliación. El pelo “negro” (es la denominación decidida por el grupo ALMARGEN, y responde a lo que también se suele categorizar como afro), a decir de Lora, Gómez y Da Cruz (2021, 270), se caracteriza por presentar una asimetría transversal, que crea puntos de debilidad que disminuyen la resistencia a la tracción; esto último es algo característico del pelo negro y su demanda de cuidados.

El maltrato capilar se asocia al descuido emocional, mientras que el cuidado se presenta como una práctica de autocompasión y reconciliación con la propia historia inscrita en el cuerpo (Palacios, 2020, 55). Sin embargo, el campo cuenta, a través de algunos testimonios que expresan la necesidad de “liberarlo” de los químicos, del exceso de manipulación o del ocultamiento bajo accesorios: (MM) *“Porque lo maltratas tanto... me tinturé, me decoloré”*; *“También que lo utilice suelto, para que pueda respirar”*; y (HQ) *“Déjame crecer, no me tintures, deja que las canas salgan”*

Y ya la coralidad se resume en las siguientes dimensiones: (CC) *“yo creo que estaría muy feliz porque es muy lindo y lo cuido mucho así que creo que me gustaría mucho por cuidarlo por quererlo es una de las partes que me representa y le cuido a un amigo si podría ser si lo ves desde el punto de vista de una persona o especialmente de una mujer que somos en sí las que más cuidamos o consideramos el cabello es una parte importante de nuestra presentación porque es el marco de nuestra cara podríamos decir que sí porque no todas las mujeres se preocupan por cuidarse del cabello por mantenerlo lindo definitivamente sería pues no lo sé la verdad”* [Sic].

Mientras que las subjetividades siguen cooptadas en los cuidados entendidos como buenos y malos tratos.

Lavado: (GQ) *“Lávate más seguido”*;

Tinte: (MM) *“Porque lo maltratas tanto... lo decolore, me tinturé... para que pueda respirar.”*; (NP) *“Estás poniéndole muchas cosas a tu cabello, deberías dejarlo más natural y nutrirlo”*.

Tocamientos: (AT) *"Mi pelo estaría cansado de que yo a cada rato me lo esté tocando, de que el viento me lo mueva".*

Generalidades: (MS) *"Diría que le había haberlo cuidado mucho más...";* (DO) *"Cuidame, péiname";* (ML) *"Mi cabello pediría auxilio... no lo trato como lo debería tratar";* (AE) *"Diría que me peine mejor, que me eche gel, tratamientos, que lo cuide mejor".*

Cortes: (HQ) *"No me recortes, déjame crecer, no me tintures, deja que las canas salgan".*

Estrés: (LV) *"Qué estrés que le pones todos los días al peinarlo tanto... al alisarlo".*

El cierre de la culpa alrededor de los cuidados nos lo explica muy bien:

(MP) *"Mi cabello... que no lo dejo respirar porque son tantos los químicos a los que lo he sometido que ya no sé si es verdadero o falso"* (Figura 2).



Figura 2. Participante MP reflexionó sobre su relación con su cabello.

Fotografía tomada el 7 de mayo de 2025. Archivo del autor, Gabriel Estupiñan.

La transición hacia el cabello natural no siempre está exenta de tensiones: volver al rizo puede convertirse en un mandato si se internaliza como obligación moral (Pérez, 2022, 36), que podemos interpretar como sometimiento. Aquí se evidencia la contradicción entre cuidado y sometimiento. El cabello se convierte en testigo y portavoz de una ternura política que Palacios (2020, 9) explica como que el autocuidado también es una forma de resistencia.

Para cerrar la categoría "cuidado" pregunta "¿qué diría tu pelo si hablara?" Responde que el cuidado es sometimiento y ternura, pero también resistencia y política. El cuidado del pelo es hegemonía económica imponiendo belleza colonizada.

4.2 Presión social

En los relatos y en las teorías se engloban diversas dimensiones que repercuten de manera diferente y en ponderaciones desiguales.

Institucionalización: (JB) *“La sociedad te obliga o te estereotipa para que tengas un patrón desde la niñez... en los colegios no permiten que el estudiante tenga el cabello más largo”*; (CL) *“Tuve que cortarlo tipo cadete por regulaciones académicas”*.

Racismo: (PM) *“De hecho aquí en Esmeraldas un insulto que uno puede darle a una mujer es que le diga ‘coquimba’, que le digan ‘pelo chichi’, son formas de denigrar o humillar a las mujeres y hombres de pelo afro que se escuchan en la cotidianidad, reflejando la crudeza de la discriminación”*.

Cooptación: (CMM) *“Si hablara, se quejaría porque lo oculto, no le doy libertad por lo que la gente diría”*.

Género: (BA) *“Sufrimos mucho porque sentimos que nos están mirando el pelo y no precisamente de manera positiva”*.

El testimonio de BA se encuadra en la alopecia femenina y en cómo la presión social en esta dimensión no pondera con la misma carga sobre lo femenino y sobre lo masculino. La libertad estética implica decidir sobre el propio cuerpo sin imposiciones externas ni internas. Colectivos como “Yo amo mis rizos” generan espacios donde las mujeres reaprenden a mirar su cabello sin vergüenza ni culpa, transformando estereotipos en ternura hacia sí mismas (Gutiérrez, Ramírez & Sarmiento, 2017, 8).

En la primera dimensión se observa cómo, desde edades tempranas, se imponen regulaciones sobre largo, forma o color, como mecanismo de control institucional (Palacios, 2020, 43; Simarra, 2024, 9). La segunda dimensión evidencia cómo el cabello está sujeto a normas sociales, prejuicios raciales y estético. El cabello afro se convierte en objeto de burla o desprecio, reproducido incluso en juegos infantiles que refuerzan prejuicios raciales. “Red de pescar... cualquier cosa que lanzarán a él se quedaría atrapado” (Rubio, 2022, 56).

Este tipo de dimensiones reflejan la continuidad de prácticas coloniales, como el Pencil Test, ahora en la peluquería, que históricamente asignaban valor y jerarquía social en función de la textura del cabello (Rubio, 2022, 56; Pedrozo, 2021). Las escuelas y entornos educativos son espacios donde estas jerarquías se naturalizan, afectando a la autoestima y a la identidad cultural (Simarra, 2024, 9) que retoma a Quijano (2000). En esta misma línea, Ospina (2018) analiza cómo el racismo se manifiesta en lo cotidiano y se hereda como un hábito cultural casi imperceptible.

La sección “Una identidad problemática” de la revista *Visaje* señala que la discriminación aparece en frases triviales, prácticas de belleza y deseos de transformación corporal, evidenciando un racismo sutil, sin brutalidades obvias que se ha heredado, transmitido de generación en generación. Este tipo de racismo sutil coincide con las experiencias relatadas por los participantes del documental, donde el pelo/cabello se vuelve marcador simbólico de aceptación o exclusión. El interaccionismo simbólico permite comprender cómo los sujetos negocian identidad y resistencia frente a la colonialidad de modelos de belleza (Palacios, 2020, 43). El alisado, el tinte o el recorte se convierten en gestos de adaptación forzada, mientras que dejar crecer y mostrar el cabello natural es acto político y afirmación de la diferencia (Vallejo, 2021, 7).

La presión está en los modelos sociales, pero sobre todo en género, clase y “raza”: la presión social es interseccional.

Esta se expresa tanto en los cuerpos como en la representación misma. Como señala Staude (2021, 192), “la condena y la marginalidad de las que son víctimas las clases vulnerables y las minorías raciales no solo se advierte desde el lugar social que ocupan. La falta de imágenes, o de reflexión sobre las mismas, es otra manera de opresión sobre ellas, otra forma de ignorarlas y hacerlas desaparecer”.

Así, la invisibilidad mediática y cultural refuerza la necesidad de “encajar” en estéticas dominantes, lo que se traduce en prácticas de modificación del cuerpo. Tal como afirma (GG): “He usado químicos para encajar en una sociedad que ve mi cabello como algo feo o malo” (Figura 3).



Figura 3. Participante GG reflexionó sobre el peso de la sociedad en su cabello.
Fotografía tomada el 11 de febrero de 2025. Archivo del autor, Gabriel Estupiñan.

4.3 Identidad

La categoría identidad aparece en el documental *Chino* (Sastre Rosa, 2007) y en él se establecen varias dimensiones que a lo largo de *ALMARGEN* se van destilando también. La coralidad en identidad se refleja en la dimensión unísona, pelo/cabello, que a su vez opera como concepto denso y se constituye en emblema de identidad, archivo de experiencias y vehículo de resistencia. Las voces reconocen en él una forma de expresión personal y colectiva que trasciende la estética (Palacios, 2020, 48; Amador, Gómez & Anta 2023).

Identidad la entendemos como la entiende Maalouf (2023, 2) en *Identidades asesinas*. «¿Sería acaso más sincero si amputara de mí una parte de lo que soy?» Mi pelo soy yo y también somos nosotros/as porque es personal y es colectivo. La existencia/ inexistencia, resistencia y reconfiguración de mi pelo no me transhumaniza; me re-humaniza.

Y, ahora, las dimensiones más frecuentes en la categoría identidad:

Rebeldía: (ACC) “Mi cabello está transmitiendo un concepto y al final le estaban gritando libertad”; (JMB) “Mi pelo guarda muchas cosas... reprime lo inconsciente que tenemos”; (ACC) “Que no me avergüence y que lo resalte en cada momento para demostrar que transmite un concepto de libertad”; (GE) “Hablaria acerca de la rebeldía, la resistencia, la identidad”.

Posición política: (MS) *"Mi cabello refleja todas las etapas de mi vida... los diferentes peinados que tuve"*; (AA) *"Mi cabello diría que soy una persona extrovertida, resiliente y alegre"*; (HB) *"Posicionarlo políticamente también es algo necesario aquí en Esmeraldas"*; (BB) *"El cabello ha sido una gran representación de lo que somos y de lo que sentimos"*.

Epistemología: (GGA) *"Mi pelo es identidad, es epistemología, hilvana raza, clase, pobreza y profesión"*; (GV) *"Es una característica fundamental de identidad de persona"*.

El registro audiovisual y la autoetnografía amplifican, transformando cada gesto con el cabello en acto performativo, político y afectivo (Fernández & Alegre, 2019, 4; Jumbo, 2023, 50). El uso de objetos cotidianos, como un cepillo transformado en micrófono, permite que los participantes sean coautores de su representación (Schnettler & Salcedo, 2023, 103).

La identidad colectiva no es una foto en mosaico que presentamos; es lo que queda fuera del marco, lo que no podemos fotografiar, los deseos, las experiencias y las propuestas que se dicen con voces bajas, que no se cuentan. Y repetimos, como Maalouf (2023) en *Identidades asesinas*. “¿Sería acaso más sincero si amputara de mí una parte de lo que soy?”;

En la Figura 4 estas expresiones evidencian cómo los sujetos resignifican sus experiencias frente al racismo estético y la jerarquía social. Reconocer y nombrar el cabello -afro, rizado, libre- se convierte en acto político y epistemológico, restituyendo visibilidad y autonomía histórica (Tapia, 2023, 12; Maldonado, 2017, 27).



Figura 4. Elaboración propia. *Collage* de rostros y cabellos de participantes del documental *ALMARGEN*.

Fotografías del archivo del autor, Gabriel Estupiñan.

5. Conclusiones

El documental *ALMARGEN* no se limita a registrar testimonios: los transforma en epistemología. Cada voz entrevistada, cada hebra filmada, cuestiona la jerarquía entre ciencia y arte, entre investigador e investigado, entre lo bello y “poco atractivo”, entre lo verdadero y falso. Al igual que el artivismo, esta investigación encarna una estética

de la reparación que resiste la violencia simbólica del canon eurocéntrico. En el gesto de preguntar “¿qué diría tu pelo si hablara?” se desactivan siglos de silenciamiento epistémico, y se abre un espacio de conocimiento sentipensante, donde el cuerpo negro, femenino y empobrecido se reconoce como productor de verdad.

Así, el pelo/cabello se convierte en mediador de una educación antirracista, con enfoque interseccional y decolonial. No como tema exótico, sino como clave de lectura para comprender la dominación y la emancipación desde el Sur. La autoetnografía visual y analítica permitió revelar que cuidar el cabello es cuidar la memoria; peinarlo, una forma de narrar el dolor; y dejarlo crecer, un acto político. En esta síntesis entre arte y ciencia, lo sensible y lo crítico, se halla el mayor aporte de esta experiencia: una epistemología trenzada que rehace la universidad desde la ternura, la duda y la resistencia.

ALMARGEN no concluye; continúa latiendo en cada cuerpo que se reconoce en el espejo, en cada estudiante que vuelve a mirar su cabello sin vergüenza, en cada profesora que entiende que investigar también es cuidar. Lo que emerge es una forma otra de cooperación, tejida con hebras humanas y políticas, donde el conocimiento se descoloniza no sólo escribiendo, sino escuchando; escuchando incluso aquello que el viento mueve y el peine resiste.

Referencias bibliográficas

- Almeida, Z., & Solórzano Granada, M. F. (2024). La autoetnografía: contra-narrativa para investigar el arte como lenguaje de las corporalidades femeninas. *Textos y Contextos*, 1 (28). <https://doi.org/10.29166/tyc.v1i28.6575>
- Amador-Rodríguez, B., Gómez-Abeledo, G., Anta-Félez, J., & Sánchez-Miranda, M. del. (2023). Cooperación, entre pelo y (anti)racismo. *Revista de Fomento Social*, 305, 31-43. <https://doi.org/10.32418/rfs.2023.305.5247>
- Amador Rodríguez, B., Monge Llivisaca, J., & Ortiz Olmedo, P. (2024). Trezando desde Esmeraldas a Cuenca. *Tercio Creciente*, extra9, 59-58. <https://dx.doi.org/10.17561/rtc.extra9.8806>
- Arisemendy León, E. M. (2020). *Características del cine subjetivo para pensar otros modos en el audiovisual*. Tesis de Maestría. Universidad Nacional de Colombia.
- Barrientos-Báez, A., Ormaechea, S. L., & Domínguez, D. C. (2023). Herramientas neurocomunicativas en el cine documental. *Fotocinema. Revista científica de cine y fotografía*, 27, 193-218.
- Ceballos Blandón, J. S. (2019). El documental audiovisual como herramienta para la investigación social. *JSR. Funlam Journal of Students' Research*, 4. <https://doi.org/10.21501/25007858.3005>
- Félez, J. L. A., & Abeledo, G. G. (2024). Es mi pelo donde otra academia es posible. *Tercio Creciente*, 9, 7-22.
- Fernández-Garrido, S., & Alegre-Agís, E. (2019). *Autoetnografías, cuerpos y emociones (II). Perspectivas feministas en la investigación en salud*. Tarragona: Publicaciones URV.
- Gutiérrez Coba, A. C., Gutiérrez Ramírez, S. M., & Sarmiento Henríquez, D. M. (2017). *Colectivo yo amo mis rizos: resistiendo estereotipos de belleza*. Proyecto de Grado. Universidad del Norte, Colombia.
- Jumbo Garzón, C. C. (2023) *Una autoetnografía audiovisual: resignificar la experiencia del cuerpo, LES*. Tesis de Maestría. Flacso, Ecuador.
- Lora-Barraza, L., Gómez-Parra, M. B., & Da Cruz-Conceição, K. (2021). Cuidados del cabello afroamericano. *Revista de la Asociación Colombiana de Dermatología y Cirugía Dermatológica*, 29 (4), 269-281.
- Maldonado Torres, N. (2017). El arte como territorio de re-existencia: una aproximación decolonial. *Iberoamérica Social. Revista-red de estudios sociales*, 8, 26-28.
- Maalouf, A. (2023). Identidades asesinas. *Nueva Revista*, 186.
- Palacios Mosquera, A. (2020). *El poder de la belleza negra: discursos y prácticas en torno al cabello afro*. Universidad de Antioquia.
- Pérez Villadiego, C. Y. (2022). *Estas mujeres negras trenzadas por la resistencia y la libertad. La estética del cabello afro en mujeres afrocolombianas, un camino para la construcción de subjetividades políticas desde los feminismos negros. El caso del Colectivo Wiwas en Medellín*. Tesis de Maestría. Universidad de Antioquia, Instituto de Estudios Políticos.
- Puentes Cala, M., & Suarez Pinzón, I. (2016). Un acercamiento a Gramsci: la hegemonía y la reproducción de una visión del mundo. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 7 (2), 449-468.
- Rubio Daza, L. (2022). *Lo imperceptible de un cabello crespo*. Trabajo de Grado. Universidad de los Andes, Colombia.
- Sánchez Usón, M. J. (2024). Reflexiones sobre la función social y educativa del arte. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-12. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1153>
- Sastre Rosa, R. (dir.) (2007). *Chino*. Cortometraje. Youtube. Rescatado de: <https://www.youtube.com/watch?v=rr5SFhGPljk>
- Staupe, M. (2021). Retrato y archivo. Desplazamientos entre lo público y lo privado. *Ñawi. Arte, Diseño, Comunicación*, 5 (2), 189-202. <https://doi.org/10.37785/nw.v5n2.a11>
- Simarra Obeso, R. (2024). *Y con mi pelito apretao: una experiencia de racismo escolar desde los lenguajes y las percepciones referidas al cabello ya la estética afro*. Trabajo de Grado. Universidad Pedagógica Nacional, Colombia.
- Tapia Castillo, L. M. (2023). *El cabello como vehículo de la fragmentación identitaria y narrativa en Ese cabello (2015) de Djaimilia Pereira de Almeida*. Trabajo de Grado. Universidad de los Andes, Colombia.
- Tatés Anangón, P., & Moreno-Montoro, M. I. M. (2024). Pelo negro y dramaturgia: sentir, pensar y politizar el pelo negro mediante dos piezas cortas de teatro. *Tercio Creciente*, extra9, 111-138.

Toro Bravo, J. P., Guerrero Troya, N. M., & Pérez Heredia, G. V. (2024). Producciones audiovisuales y medios locales. Contribuyendo al desarrollo de la interculturalidad. *Ñawi. Arte, Diseño, Comunicación*, 8 (1), 263-282. <https://doi.org/10.37785/nw.v8n1.a14>

Vallejo Pastene, S. (2021). *Acerca del fenómeno de las modificaciones corporales: hacia una estética existencialista de la corporalidad*. Informe final para optar al Grado de Licenciado en Filosofía. Universidad de Chile.

Weinrichter, A. (2011). Arret sur l'image: cuando el tren de sombras se detiene. *DEVIRES. Cinema e Humanidades*, 8 (1), 14-29.

Reseñas curriculares

Gabriel Estupiñan Estupiñan es Ingeniero Eléctrico de formación, y estudiante de la Maestría en Gestión y Analítica de Datos. Su trabajo se sostiene sobre una convicción clara: el conocimiento no es propiedad de una sola disciplina. Por ello, su mirada investigativa transita entre la tecnología, la comunicación y las ciencias sociales, entendiendo que detrás de cada sistema técnico existen personas, territorios e historias que merecen ser contadas. Integrante del Grupo de Investigación ALMARGEN, su producción busca romper el encasillamiento académico tradicional, defendiendo la interdisciplinariedad como espacio de creación, crítica y transformación social. Su aspiración es que la universidad, desde la investigación, vuelva a mirar el territorio no como objeto de estudio, sino como sujeto de diálogo, memoria y dignidad.

Jodie Martínez Baquerizo, desde Esmeraldas, logra integrar la visión clínica y administrativa en la gestión y en el aporte de conocimiento. Como investigadora, representa a su provincia, siendo su principal propósito generar y difundir información para concientizar a la sociedad. Forma parte del Grupo de Investigación ALMARGEN.

Guadalupe Gómez Abeledo es doctora y docente de Ciencias Sociales e Investigación en la Carrera de Ingeniería Eléctrica. Su tesis dio origen a conceptos propios como "emic-gración" y "diglosia convivencial", que orientan su trabajo actual. He ocupado cargos de gestión, entre ellos la Dirección de Bienestar Universitario, y hoy es Directora de Investigación de la Universidad Técnica "Luis Vargas Torres" de Esmeraldas. Ha publicado artículos, capítulos y trabajos en tres continentes y en diversas indexaciones, siempre desde investigaciones situadas. Su perspectiva se enraíza en una identidad migrante, como cuarta generación con la espalda mojada, y un marco teórico en el que confluyen interculturalidad crítica, feminismo negro y (anti)racismo, eje central de su producción académica. El Grupo de Investigación ALMARGEN es su espacio investigativo.

Declaraciones:

- Los autores declaran que, en la elaboración del presente artículo, no se ha utilizado herramientas de inteligencia artificial.
- Los autores declaran la contribución y participación equitativa de roles de autoría para esta publicación.



101001010
101001
01010100101
01010
101010
01010
FOM01
01001
0101010
101001
01010001
010001001
0100101

Imagen: Tahyli Pilco

Redes que atrapan. Inteligencia artificial entretenimiento y la erosión del lazo social .

Networks That Trap. Artificial Intelligence, Entertainment, and the Breakdown of Social Connection.

Resumen:

Este artículo reflexiona sobre la transformación de las redes sociales desde espacios de interacción humana hacia entornos dominados por el entretenimiento algorítmico. Se plantea como problema central la erosión del lazo social y el aumento de la dependencia digital, impulsados por sistemas de inteligencia artificial que optimizan la retención del usuario a expensas de su bienestar. El objetivo principal es analizar cómo estos mecanismos modifican los hábitos de consumo, las relaciones interpersonales y la percepción del tiempo y la identidad. La justificación radica en la necesidad de

comprender el impacto psicosocial de estas plataformas, especialmente entre jóvenes, en un contexto de creciente desconexión y sobreestimulación constante. Se concluye que, si bien las redes ofrecen beneficios comunicacionales, el modelo actual prioriza la atención como mercancía, generando consecuencias que demandan conciencia crítica y nuevas formas de regulación. La tecnología no es el problema, sino el uso que se hace de ella.

Palabras claves: Adicción; algoritmos; desconexión; entretenimiento; inteligencia artificial; redes sociales.

Yamil Edinson Lambert Sarango

Universidad de las Artes

Guayaquil, Ecuador,

yamil.lambert@uartes.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-3538-0966>

Enviado: 14/9/2025

Aceptado: 24/10/2025

Publicado: 15/1/2026



Esta obra está bajo una licencia internacional
Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.

Sumario. 1. Introducción. 2. Desarrollo. 2.1. Objetivos y metodología. 2.2. Evolución de las redes sociales. 2.3. Cambios en los formatos y el consumo de contenido. 2.4. Datos y análisis sobre el uso de dispositivos digitales. 2.5. El papel de los algoritmos e inteligencia artificial. 2.6. Impactos sociales y culturales. 3. Reflexiones finales.

Cómo citar: Lambert Sarango, Y. E. (2026). Redes que atrapan. Inteligencia artificial, entretenimiento y la erosión del lazo social. *Ñawi. Arte, Diseño, Comunicación*, Vol. 10, Núm. 1, 161-181.

<https://nawi.espol.edu.ec/>

[www.doi.org/10.37785/nw.v10n1.a8](https://doi.org/10.37785/nw.v10n1.a8)

Abstract:

This article reflects on the transformation of social media from spaces of human interaction to environments dominated by algorithmic entertainment. The central issue addressed is the erosion of social bonds and the rise of digital dependency, driven by artificial intelligence systems that optimize user retention at the expense of well-being. The main objective is to analyze how these mechanisms alter consumption habits, interpersonal relationships, and perceptions of time and identity. The justification lies in the need to understand the psychosocial

impact of these platforms, especially among young people, within a context of increasing disconnection and constant overstimulation. The article concludes that, although social media offers communicative benefits, the current model treats attention as a commodity, resulting in consequences that call for critical awareness and new forms of regulation. Technology itself is not the problem, but rather the way it is being used.

Keywords: Addiction; algorithms; disconnection; entertainment; artificial intelligence; social media.

1. Introducción

Hubo un tiempo no tan lejano en el que, para conocer una noticia relevante, una persona debía esperar la edición impresa del diario del día siguiente. En caso de que alguien necesitara localizarla, la tarea podía resultar prácticamente imposible, no existían los teléfonos móviles, las aplicaciones de mensajería instantánea, ni el indicador de lectura conocido como “visto” de WhatsApp. Si no se encontraba en su hogar, junto al teléfono fijo, resultaba literalmente inubicable.

Como señala (Marvin, 1988, 107), “con la llegada del teléfono y otros nuevos medios surgieron posibilidades relativamente súbitas y en gran medida inesperadas de mezclar mundos sociales heterogéneos una oportunidad útil para algunos, una intrusión terrible para otros. Los nuevos medios asumieron riesgos sociales al permitir que personas ajenas cruzaran fronteras de raza, género y clase sin consecuencias”. La aparición del teléfono convencional en 1876, y su popularización hacia fines del siglo XIX, perturbó las relaciones sociales establecidas, desestabilizando las formas convencionales de separar lo privado y familiar de lo público. Este acontecimiento marcó el inicio de una transformación radical en la manera en que una persona permanecía disponible para los demás. En ese entonces, la vida entera funcionaba como una suerte de “modo avión”, hasta que llegó Internet en los 90 del siglo XX y, con ello, todo cambió.

Lo que antes resultaba lento se volvió instantáneo; lo que solía ser costoso, pasó a ser gratuito; y lo que parecía complejo, se tornó simple. Durante un breve período, pareció que se había alcanzado una suerte de paraíso digital, una red que conectaba a las personas en un mundo más abierto, más interconectado y, al menos en apariencia, más humano. Sin embargo, en algún punto de ese camino, algo comenzó a desviarse. Vilchez Galarza y Rada Vittes (2024)

exploraron en un estudio cómo la nomofobia, el miedo irracional a estar sin el teléfono móvil, afecta negativamente la calidad del aprendizaje en adolescentes, incidiendo en su concentración, rendimiento académico y habilidades sociales. Se identificó una alta prevalencia de este fenómeno y su asociación con el deterioro del bienestar mental y el desempeño escolar.

En plena era de la hiperconexión, paradójicamente, nunca se ha sentido tanta desconexión con los demás y con uno mismo. Muchas personas experimentan lo que se ha denominado “soledad extendida”, una sensación de falta de vínculos significativos provocada por la hiperconectividad (Candiotto, 2022). El sentimiento de soledad, ansiedad, distracción y vacío se ha vuelto cada vez más común. Aquella revolución tecnológica que prometía libertad hoy se percibe, en numerosos casos, como una trampa de la cual resulta difícil escapar.

En sus inicios, Internet se presentó como una promesa de libertad, un espacio de acceso universal al conocimiento, de comunicación sin fronteras, donde las ideas circulaban libremente y la información se compartía sin restricciones. No existía un peaje para expresarse ni para buscar aquello que se deseaba. Sin embargo, esta promesa fundacional escondía una paradoja, en realidad, nada es verdaderamente gratuito. Según Giraldo Luque y Fernández Rovira (2020), cuando no se paga con dinero, se paga con otra cosa. En este caso, el costo ha sido uno de los recursos más escasos y valiosos de la actualidad, la atención. El concepto de economía de la atención se presenta como eje central en la evolución de la industria comunicativa dentro de la sociedad de la información, particularmente en la vida cotidiana de los estudiantes universitarios y se evidencia que el estudiante dedica cada vez más tiempo a redes sociales como Instagram y WhatsApp, incluso sin tener plena conciencia de ello. Los resultados revelan una relación ambivalente entre la percepción de un uso adictivo e improductivo del tiempo en dispositivos móviles y la necesidad percibida de permanecer conectado.

Desde 2006, cuando Facebook se abrió al público en general, las redes sociales digitales han transformado radicalmente la manera en que las personas se comunican, se informan y se relacionan. Lo que comenzó como una herramienta para fortalecer vínculos sociales ha evolucionado hacia plataformas altamente optimizadas para captar y retener la atención, muchas veces en detrimento del bienestar emocional y de la calidad de las relaciones interpersonales. En la actualidad, el diseño algorítmico prioriza la viralidad, la polarización y el entretenimiento superficial por sobre la interacción significativa, desplazando el componente social que caracterizaba a los primeros entornos digitales.

Esta evolución plantea interrogantes sobre el verdadero impacto de las redes sociales en la vida cotidiana de los usuarios, particularmente en términos de salud mental, hábitos de consumo informativo y construcción de identidad. No obstante, el problema trasciende un simple intercambio de valor. Toda transacción económica conlleva un cierto grado de conflicto de intereses. Mientras el consumidor procura obtener el mayor beneficio posible para sí mismo, quien ofrece el producto o servicio persigue su propio interés económico. Tradicionalmente, lo que limita los abusos dentro de esta relación es la competencia, si un proveedor no satisface las expectativas del consumidor, este último tiene la posibilidad de optar por otra alternativa. Esa capacidad de elección obliga a las empresas a mejorar, a innovar y a mantener prácticas orientadas al bienestar del usuario.

Como señala (Villegas Simón, 2022) en este contexto, los creadores de contenido digital han transformado profundamente las dinámicas de producción y consumo mediático, posicionándose como una nueva clase de trabajadores creativos vinculados al poder creciente de las plataformas digitales destacando tres ejes centrales: la relación entre visibilidad y atención; las estrategias que desarrollan los creadores para mantenerse relevantes y económicamente activos.

2. Desarrollo

2.1. Objetivos y metodología

Se plantea como objetivo central fomentar la reflexión, la discusión y la profundización en los estudios destinados a analizar el proceso mediante el cual las redes sociales han dejado de ser espacios de conexión social para convertirse en plataformas centradas en el entretenimiento y el consumo pasivo de contenido. De manera específica, se propone:

- Identificar los cambios estructurales en los modelos de interacción de las principales plataformas digitales.
- Examinar el papel de los algoritmos y la inteligencia artificial en la configuración del comportamiento del usuario.
- Comprender los mecanismos que han promovido la desconexión dentro de un entorno que, paradójicamente, promueve la hiperconectividad.

La metodología empleada en este trabajo es de carácter cualitativo y se fundamenta en la revisión bibliográfica de fuentes académicas relevantes, incluyendo artículos indexados y libros especializados, lo que permite una aproximación rigurosa y contextual al fenómeno estudiado. Asimismo, se incorporaron datos y evidencias expuestas en dichas fuentes para respaldar los argumentos desarrollados, priorizando información actualizada y de calidad contrastada. Esta estrategia metodológica resulta adecuada para un análisis crítico, ya que permite articular distintos enfoques teóricos y empíricos, integrándolos en una reflexión personal del autor en las conclusiones, orientada a generar nuevas preguntas y posibles líneas de investigación futura.

Conviene establecer, como punto de partida que, en el negocio de la atención, las reglas operan de manera distinta. En lugar de actuar como un cliente con capacidad de decisión, el usuario se convierte en un recurso que debe ser capturado y retenido a toda costa. Cuando una plataforma consigue generar una dependencia emocional, social y funcional, la posibilidad de abandonarla se reduce drásticamente. De este modo, la competencia desaparece, el equilibrio se rompe y, en consecuencia, emergen los abusos.

Este mecanismo, con mínimas variaciones, se repite en casi todas las plataformas dominantes. Lo más preocupante es que ni siquiera se limita a aquellas que ofrecen servicios gratuitos, incluso plataformas que cobran por sus productos pueden incurrir en prácticas similares de explotación de la atención del usuario.

Las redes sociales fueron concebidas originalmente como espacios destinados a promover la interacción entre personas, favoreciendo la construcción de vínculos y la posibilidad de compartir experiencias cotidianas. Plataformas como Facebook, en sus primeras etapas, destacaban el valor de mantener el contacto con familiares, amigos y

conocidos, posicionándose como herramientas que fortalecían las relaciones humanas en el entorno digital. En este contexto, su promesa principal consistía en acercar a los usuarios a su círculo afectivo, ofreciendo continuidad a la comunicación personal en un espacio virtual.

Las redes sociales ejercen un impacto significativo en la salud mental de los adolescentes, al exponerlos a contenidos que, en muchos casos, superan su nivel de desarrollo crítico y requieren supervisión constante por parte de adultos responsables. En este contexto, el objetivo del presente estudio consistió en analizar la influencia de los cambios tecnológicos en las percepciones y conductas de los adolescentes, a través del uso de plataformas digitales donde se exploran, idealizan y reproducen modas, estilos de vida y desafíos virales (Aucapiña & Campodónico, 2024).

Con el paso del tiempo, sin embargo, el funcionamiento de estas plataformas fue adoptando una lógica diferente. La introducción de nuevas redes, como la red social X (antes conocida como Twitter), evidenció un cambio de paradigma al reemplazar la relación bidireccional de “amistad” por la unidireccionalidad de “seguidor y seguido”. Este modelo amplió las posibilidades de interacción, ya que permitió acceder al contenido de figuras públicas y celebridades sin necesidad de reciprocidad. Al mismo tiempo, consolidó la idea de que cada usuario podía diseñar su propio espacio de consumo de información en función de sus intereses particulares.

A esas transformaciones se sumaron, posteriormente, plataformas como Instagram y Snapchat, que trasladaron el eje de la experiencia digital del texto a la imagen y el video. Según un estudio reciente realizado entre preadolescentes, alrededor del 39% de la muestra indicó que revisa regularmente el número de “me gusta” y las visualizaciones de sus videos o fotos (Piccerillo & Digennaro, 2024, 213). Este cambio, que apelaba a la inmediatez y a un menor esfuerzo cognitivo por parte del usuario, intensificó el atractivo de las redes sociales, sobre todo entre los públicos más jóvenes. De esta manera, se inició un proceso progresivo mediante el cual el componente social de esas plataformas fue difuminándose, mientras su capacidad de generar entretenimiento y retención aumentaba de forma exponencial.

Según Bilinkis y Sigman (2024), en la actualidad, el desarrollo de algoritmos de inteligencia artificial y el auge de plataformas como TikTok han profundizado esa transformación. El modelo de interacción dejó de centrarse en las conexiones sociales para orientarse hacia la optimización del consumo individual de contenido, configurando un escenario donde lo social cede terreno frente a la lógica del entretenimiento y la adicción digital. Este fenómeno constituye el punto de partida del presente análisis, cuyo propósito es comprender cómo las redes sociales, lejos de fortalecer vínculos, se han convertido en entornos donde prevalecen la desconexión y la pasividad del usuario.

Investigar este fenómeno resulta particularmente pertinente en un contexto en el que la digitalización ocupa un lugar central en la vida cotidiana. Comprender cómo operan los algoritmos, qué modelos de interacción promueven las plataformas y de qué manera esas prácticas afectan al usuario permite no solo diagnosticar un problema emergente, sino también proponer estrategias que favorezcan un uso más consciente, saludable y ético de la tecnología. Asimismo, la relevancia de esta investigación radica en su potencial para incidir en políticas públicas, en prácticas educativas y en decisiones de diseño tecnológico que prioricen el bienestar humano por sobre los intereses

puramente comerciales. En este sentido, este trabajo contribuye al debate crítico sobre el futuro de la interacción digital y la responsabilidad social de las plataformas tecnológicas.

2.2 Evolución de las redes sociales

Todo comienza con una promesa sumamente atractiva, una herramienta gratuita que se presenta como mágica. Facebook prometía conectar al usuario con el mundo; TikTok, democratizar la creatividad; y Google, organizar toda la información del planeta. El mensaje era directo y seductor: “Accede y usa esta tecnología, es gratis y transformará tu vida”.

En los primeros instantes, esa promesa se cumple. Facebook facilita el reencuentro con amistades de la infancia; TikTok ofrece entretenimiento, aprendizaje y emoción en cuestión de minutos, y Google permite pasar, en milisegundos, de una duda existencial a la receta perfecta para cocinar algo. Las redes sociales evolucionan en un nuevo ecosistema de relaciones simbólicas, donde los adolescentes ya no sólo consumen contenido, sino que construyen su identidad en función de lo que observan en figuras públicas o influencers. Instagram, X (antes) Twitter y YouTube se convierten en escenarios donde se modelan estilos de vida, valores y emociones (Lozano Blasco, Mira Aladrén, & Gil Lamata, 2023, 126).

Según Bilinkis (2019), todo parece asombroso y al alcance, porque es entonces cuando, sin advertirlo, el usuario comienza a ceder, concede permisos para acceder a su ubicación, sus contactos, preferencias y búsquedas. De manera casi inconsciente le enseña a la plataforma todo sobre sí. Con esta información, el sistema personaliza la experiencia hasta resultar profundamente atractiva. Lo que en un principio ocupaba un rol secundario en la vida cotidiana termina convirtiéndose en central. Se observa cómo se integra al lenguaje: ya no se busca, se “googlea”; ya no se envían mensajes, se “whatsappea”; ya no se sacan fotos, se es “instagrammer”.

Cuando se alcanza ese nivel de integración simbólica y funcional, el terreno está listo para una nueva fase, la transformación progresiva del producto. Pero surge entonces una pregunta clave: ¿cómo es posible degradar una experiencia sin que los usuarios la abandonen? La respuesta reside en una estrategia tan sutil como efectiva. Existe una metáfora conocida como “la rana en la olla”. Si se coloca una rana en agua hirviendo, saltará de inmediato; pero si se la coloca en agua fría y el agua se calienta lentamente, no percibe el peligro hasta que ya es demasiado tarde. Olivier Clerc, un escritor franco-suizo, la popularizó en su libro *La rana que no sabía que estaba hervida... y otras lecciones de vida* (2007). Las plataformas digitales parecen haber comprendido a la perfección este principio.

Los cambios no se realizan de forma abrupta, sino gradual. Se modifica discretamente un botón, se añade una nueva notificación, se incorpora un anuncio adicional. Cada alteración individual es insignificante, pero la acumulación progresiva genera una transformación estructural profunda. Nada es casual, todo está diseñado, probado y optimizado. Cada modificación se somete a pruebas experimentales con miles o millones de usuarios. Es probable que el usuario haya notado funciones extrañas o temporales en una aplicación de su celular, eso ocurre porque constantemente se participa involuntariamente en experimentos invisibles que buscan determinar qué versión prolonga la permanencia, qué redacción mejora los clics o qué color reduce la duda antes de aceptar.

Facebook compite con la red social X, pero también con Netflix, Spotify, Gmail, Fortnite o la PlayStation. Todos disputan el recurso más escaso, el tiempo de atención. Por ello, cesaron de competir por ofrecer el mejor servicio y empezaron a competir por elevar el costo de abandono. Una vez lograda la dependencia, las plataformas empiezan a utilizar contra el usuario todos los datos que aprendieron de él. Conocen sus debilidades y patrones de comportamiento; saben exactamente dónde ejercer presión. La temperatura sube lentamente y, al igual que la rana, apenas lo percibe. Los usuarios se adaptan.

Incluso cuando surge el desagrado, ya es demasiado tarde; la plataforma se ha vuelto necesaria y abandonar parece inviable. Así, se cumple el diseño original, crear un entorno del que no se quiera o no se pueda salir. Pero esto sólo representa una parte del entramado. Justo cuando se cree haber comprendido el sistema, aparece un mecanismo aún más sofisticado.

El auge de las grandes plataformas tecnológicas ha transformado profundamente la comunicación social, generando tanto beneficios como riesgos. Inicialmente, las preocupaciones se centraron en la privacidad y el uso indebido de datos personales; sin embargo, en los últimos años han cobrado relevancia los riesgos vinculados a la adicción y el impacto en la salud mental de los usuarios (Herrero Suárez, 2025). Como señala (Bilinkis, 2019), al principio, el contenido en redes sociales era resultado exclusivo de las decisiones del usuario, seguir a alguien era una manifestación de interés, y el orden de publicaciones respondía a una lógica cronológica. El control estaba en manos del usuario, el cual decidía qué ver, a quién y cuándo. Esto cambió drásticamente. TikTok, entre otras plataformas, reformuló esta lógica. Primero alteraron el orden de aparición del contenido. Luego dieron el golpe definitivo, el contenido dejó de depender de las elecciones del usuario y pasó a depender de lo que el algoritmo predice que lo mantendrá enganchado. A este fenómeno se lo denomina contenido desconectado.

Lo más inquietante es que este modelo resulta sumamente eficaz. Tan eficaz que el usuario deja de seleccionar su propio contenido. ¿Por qué preocuparse por a quién seguir si el sistema muestra lo que, algorítmicamente, retendrá por más tiempo? Así se produce una cesión total del control sobre lo consumido. Y esa pérdida no es menor.

De la misma manera en que la calidad de la alimentación influencia la salud física, la calidad del contenido digital moldea la mente y la salud mental. Sin embargo, el criterio de selección ya no es el bienestar del usuario o su desarrollo personal, sino un único objetivo, maximizar el tiempo de permanencia. En esta lógica, la dopamina desplaza al sentido, y la gratificación instantánea eclipsa el esfuerzo cognitivo. Cuando TikTok optimizó este modelo, el impacto fue inmediato, transformó por completo el ecosistema digital. Instagram y otras plataformas debieron adaptarse para no quedar rezagadas. Se desató una competencia feroz para capturar la atención, aunque ello implicara difundir contenidos cada vez más adictivos y menos significativos.

Durante la pandemia del Covid-19, en 2020, se intensificó la presencia de algoritmos de recomendación en la vida cotidiana digital. Este estudio, realizado en la PUCRS (Brasil), analizó mediante un experimento de ingeniería inversa en TikTok e Instagram cómo estas plataformas podrían reforzar estereotipos de género. Se crearon perfiles con pronombres masculinos y femeninos, variando sus interacciones para observar cambios en los contenidos sugeridos.

Los resultados evidenciaron diferencias en la calidad, los temas y el tipo de contenido recomendado según el género, lo que plantea interrogantes sobre la lógica algorítmica y sus posibles impactos sociales (Campos Pellanda & Bueno Fernandes, 2022).

El modelo premia al que logra generar mayor dependencia. Y quien lo consigue tiene mayor margen para abusar del usuario. Lo más problemático es que esta manipulación ocurre bajo apariencia de libertad. Nadie obliga a alguien a pasar horas viendo videos o maratoneando series. El usuario siente que decide por sí mismo. La diferencia entre coacción y manipulación radica precisamente en esto, en la coacción el sujeto es consciente del control externo; en la manipulación, cree actuar libremente. Si una plataforma no gusta, “se puede ir”. Pero esa afirmación ignora el grado de dependencia ya instalado. Abandonar no es tan sencillo. Para muchos, ya es demasiado tarde. Y aún quedan muchos otros mecanismos por explorar, la retención basada en contenido es solo uno de los múltiples engranajes de esta arquitectura adictiva.

En sus orígenes, las redes sociales respondían fundamentalmente a un propósito social, facilitar la conexión entre personas y reforzar vínculos interpersonales. Facebook, lanzada al público en 2008, se consolidó como plataforma paradigmática de esta etapa inicial. Su lema, “conectar y compartir con las personas en tu vida”, reflejaba el propósito de mantener contacto constante con familiares y amigos en un espacio digital. Su diseño, basado en la noción de amistad recíproca, permitía al usuario visualizar las publicaciones de sus contactos en el muro y, simultáneamente, compartir las propias. En este contexto, la red funcionaba como una extensión de la vida social cotidiana.

La irrupción de la red social X (antes conocida como Twitter) instauró otra lógica, reemplazando la idea bidireccional de amistad por el modelo unidireccional de seguidores y seguidos. Esta dinámica posibilitó el acceso al contenido de figuras públicas y celebridades sin necesidad de reciprocidad. Así, las redes sociales comenzaron a configurarse no solo como espacios de interacción entre conocidos, sino como canales para acceder al ámbito público de personalidades globales. En este sentido, la red social X amplió el horizonte de consumo digital al permitir al usuario diseñar un flujo informativo alineado con sus intereses.

Posteriormente, Instagram transformó el panorama al colocar la imagen en el centro. La plataforma se consolidó como un espacio en el que la fotografía conformaba el núcleo de la experiencia digital, desplazando gradualmente el uso del texto. Este cambio atrajo especialmente a los públicos más jóvenes, quienes encontraron en la inmediatez visual una forma ágil y atractiva de interacción.

Según Bard Wigdor y Magallanes Udovicich (2021), en un estudio cualitativo del 2021, analizaron cómo los jóvenes de entre 20 y 35 años utilizan las imágenes en Instagram como estrategia para atraer miradas, traducidas en seguidores y *likes*. A través de entrevistas y observaciones realizadas entre 2019 y 2020, se examinó cómo estas publicaciones responden a estéticas hegemónicas vinculadas a la belleza, el consumo y el capacitismo, en un contexto neoliberal que refuerza el individualismo, la autoexigencia y la autorresponsabilidad como formas de regulación social y emocional en el entorno digital.

La creciente popularidad de Instagram suponía una amenaza para Facebook, dado que la juventud constituía un segmento clave para la sostenibilidad de toda red social. Ante esta realidad, Facebook adquirió Instagram en 2012, asegurando así su posición en el mercado digital y reafirmando la tendencia hacia el predominio del contenido visual. A su vez, Snapchat introdujo dos innovaciones que modificaron de manera significativa el ecosistema digital, los filtros de realidad aumentada y el formato de historias efímeras. Los primeros otorgaron un componente lúdico a la interacción, aunque también generaron debates sobre la alteración de la autoimagen y sus consecuencias psicológicas. Las historias, por su parte, redujeron el nivel de exigencia sobre el contenido publicado, dado que su carácter temporal disminuía la necesidad de calidad o permanencia. Esta innovación, replicada rápidamente por Instagram, contribuyó a consolidar un modelo de consumo de contenido más inmediato y menos reflexivo, caracterizado por la fugacidad y la constante renovación de la información.

La realidad aumentada (RA) se presenta como una tecnología emergente con alto potencial transformador en los ámbitos educativo y del marketing digital. Se evidencia que la RA mejora el aprendizaje inmersivo y personalizado, y potencia la interacción y satisfacción del consumidor en entornos digitales (García de Blanes Sebastián, Carvajal Camperos, & Corral De la Mata, 2024).

TikTok ha representado la transformación más radical en la evolución de las redes sociales. Su diseño rompe con la lógica tradicional de conexiones sociales y sitúa en el centro de la experiencia al algoritmo, que selecciona y organiza el contenido en función de los patrones de comportamiento del usuario. La sección “Para ti” se convierte en el espacio principal de interacción, donde el contenido que aparece no necesariamente proviene de los contactos o seguidos, sino de una selección automatizada orientada a maximizar el tiempo de permanencia en la plataforma. Este modelo ha generado una dinámica de consumo altamente adictiva, caracterizada por la inmediatez del video en formato corto y por la emergencia de nuevas figuras de influencia que alcanzan notoriedad mundial sin necesidad de trayectoria previa fuera del entorno digital.

Para Rubio Hernández, González Calahorra y Olivo Franco (2024), las investigaciones recientes sobre la evolución de las redes sociales revelan un cambio profundo en la interacción de los usuarios con estas plataformas, caracterizado por la hiperconectividad y la creciente influencia de los algoritmos en el consumo de contenido. Las generaciones actuales, inmersas en tecnologías digitales, experimentan una conexión constante que redefine sus patrones sociales.

En síntesis, la evolución de las redes sociales evidencia un tránsito desde un modelo orientado a la conexión interpersonal hacia un ecosistema dominado por la imagen, la fugacidad del contenido y por la lógica algorítmica del entretenimiento. Este recorrido revela no sólo un cambio en el diseño tecnológico de las plataformas, sino también una transformación cultural profunda en la manera en que los usuarios producen, consumen y experimentan la comunicación digital.

2.3 Cambios en los formatos y el consumo de contenido

Según Lambert Sarango (2022), la promesa fundacional de Internet fue la de democratizar el acceso a la información, permitir que cada persona tuviera voz propia y pudiera decidir qué ver, a quién seguir y qué contenidos

producir o consumir. Sin embargo, esa visión inicial ha evolucionado o, mejor dicho, se ha distorsionado de manera significativa. Lejos de ser un espacio descentralizado de expresión libre, el ecosistema digital actual tiende cada vez más hacia una lógica concentrada, vertical y jerárquica.

Las redes sociales, que originalmente funcionaban como espacios horizontales de interacción, han devenido en sistemas de broadcast, donde un número reducido de cuentas concentra la atención de millones, mientras que la mayoría produce contenidos que rara vez encuentran una audiencia. Plataformas como TikTok e Instagram han adoptado el rol que alguna vez tuvo la televisión, emiten a gran escala y jerarquizan el contenido de manera algorítmica, privilegiando aquello que retiene más tiempo al usuario, sin importar necesariamente su calidad o profundidad.

En este nuevo panorama, el contenido banal y superficial tiende a tener mayor visibilidad que aquel que plantea ideas complejas o promueve el pensamiento crítico. Esto se debe a una lógica de mercado basada en la atención como recurso escaso y rentable. La polarización, el escándalo y el conflicto generan más interacción que el consenso o la reflexión pausada, por lo que el sistema amplifica justamente aquello que, muchas veces, empobrece el debate público y erosiona la salud mental individual y colectiva. Las redes sociales se han convertido en herramientas fundamentales en la sociedad del conocimiento, especialmente entre los jóvenes, a quienes algunos califican como la “generación muda”, debido a su comunicación principalmente escrita en estas plataformas (Marín Díaz & Cabero Almenara, 2019).

A esto se suma un fenómeno que podría denominarse “dependencia funcional”, que aparece cuando el usuario ya no permanece en una plataforma únicamente por preferencia, sino por necesidad. WhatsApp es un ejemplo paradigmático. No se utiliza necesariamente por aprecio hacia la aplicación, sino porque su uso se ha convertido en una condición para la participación social. Quien decide no estar allí, queda aislado. Esta lógica de “no elección” se reproduce en múltiples servicios digitales, donde salir implica perder no solo una herramienta, sino una parte significativa de la vida personal y profesional del usuario.

2.4 Datos y análisis sobre el uso de dispositivos digitales

Según Lambert Sarango (2023), en el contexto actual de digitalización constante, múltiples plataformas como Facebook, X, Spotify, Netflix, Youtube, videojuegos como Fortnite o incluso consolas como Xbox o PlayStation compiten intensamente por el recurso más escaso del usuario contemporáneo, su tiempo. Esta competencia no se limita a productos similares entre sí, sino que involucra a todos aquellos capaces de capturar atención. Desde los medios sociales hasta las plataformas de streaming y videojuegos, todas persiguen el mismo objetivo, maximizar la permanencia del usuario en sus sistemas, con el fin de monetizar su atención a través de la publicidad.

Para Bilinkis (2019), en una encuesta realizada a 1.500 personas de distintas edades reveló que el 97 % considera que los demás son adictos a sus teléfonos móviles, y tres de cada cuatro reconocen tener una relación adictiva con sus propios dispositivos. Asimismo, el 70 % expresó su deseo de tener mayor control sobre sus impulsos digitales, y casi el 40 % de los jóvenes menores de 25 años manifestó que preferiría pasar un mes sin mantener relaciones

sexuales antes que prescindir de su celular; un 20 % incluso aceptaría un año sin sexo antes que desconectarse de su dispositivo.

Esta dependencia no es accidental, sino que es el resultado de un diseño intencional. Las empresas tecnológicas contratan a especialistas en neurociencia, psicología del comportamiento y economía conductual para construir entornos digitales optimizados que favorezcan el compromiso y dificulten la desconexión. Los estímulos que aparecen en cada aplicación (notificaciones, alertas visuales y sonoras, recomendaciones algorítmicas) están cuidadosamente calibrados para mantener al usuario en un estado constante de alerta y atracción (Torres Tapia, Tovar Pacheco & Martínez Espinoza, 2025).

En una declaración representativa de esta lógica, el CEO de Netflix, Reed Hastings, afirmó que el principal competidor de su empresa no es Amazon ni HBO, sino el sueño humano. “Competimos con el sueño”, declaró en 2017, subrayando que cuanto más tiempo una persona permanece despierta consumiendo contenido, mayores son las oportunidades de retención y monetización (Hern, 2017).

El impacto de esta dinámica se extiende también a las relaciones interpersonales. El uso intensivo del teléfono móvil durante eventos sociales ha generado un fenómeno de “presencia ausente”, en el que las personas están físicamente presentes, pero emocionalmente desvinculadas, centradas en sus pantallas. Este comportamiento ha sido percibido como problemático incluso por quienes lo reproducen, se observa un malestar generalizado ante la creciente dificultad para sostener vínculos reales sin interferencia digital.

Por otro lado, el entorno digital ha transformado la forma en que las personas construyen su autoestima. Las redes sociales actúan como espejos distorsionados que generan una comparación constante con versiones idealizadas de la vida de los demás. Esta distorsión promueve sentimientos de insuficiencia y malestar, incluso cuando el usuario es consciente de que el contenido está editado o filtrado. El impacto psicológico de esta exposición es profundo y persistente.

Un estudio citado en el mismo análisis reveló que, en promedio, una persona activa su teléfono unas 150 veces al día, lo que equivale a una vez cada seis minutos durante el período de vigilia (Bilinkis, 2019). Este nivel de compulsividad evidencia el grado de penetración de los dispositivos digitales en la vida cotidiana y la dificultad creciente de establecer límites saludables en su uso.

Las plataformas digitales no sólo han modificado qué consumimos, sino también cómo lo hacemos. El desplazamiento del control desde el usuario hacia el algoritmo, y la transformación del contenido en un flujo continuo, orientado a maximizar el tiempo de permanencia, han generado una relación asimétrica y muchas veces tóxica entre quienes consumen y quienes diseñan los entornos digitales.

En este contexto, incluso la percepción que los usuarios tienen de estas plataformas parece estar distorsionada. A pesar del aumento en la exposición a publicidad invasiva, la manipulación de datos personales, la proliferación de desinformación y el impacto negativo en la autoestima, muchas personas continúan considerando que los servicios

digitales han “mejorado” en los últimos años. Esta contradicción revela un proceso de adaptación silenciosa al deterioro de la experiencia digital, en el que el malestar se normaliza, las incomodidades se racionalizan y los vínculos se empobrecen sin que se los identifique como problemáticos.

Como advierte Luque Ortiz (2023), la aparición de Internet y las nuevas tecnologías ha transformado también el modelo publicitario tradicional, dando lugar a un paradigma basado en la segmentación precisa, el uso de algoritmos en buscadores y redes sociales, y la medición detallada de resultados. La gestión de herramientas como Facebook Ads y Google Adwords, evidencian que la publicidad online se distancia de los enfoques convencionales. Los resultados apuntan a un escenario dominado por el *machine learning*, el *big data* y la automatización de contenidos, que marcarán el rumbo de la publicidad futura.

Uno de los aspectos más significativos en la evolución de las redes sociales ha sido la transformación de los formatos de publicación y, en consecuencia, de los hábitos de consumo de los usuarios. En sus etapas iniciales, tanto Facebook como la red social X priorizaban el texto como forma principal de interacción. Facebook permitía únicamente publicaciones escritas en los muros, mientras que al principio Twitter se caracterizaba por su brevedad con mensajes de hasta 140 caracteres. Este predominio de lo textual fomentaba la escritura y la lectura como medios centrales de comunicación digital.

El cambio en los formatos y las dinámicas de consumo no sólo afecta las prácticas cotidianas, sino también la capacidad de atención, el vínculo con los otros y hasta la identidad. Comprender cómo operan estos mecanismos es el primer paso para repensar el papel que la tecnología debe jugar en la vida de las personas y cómo se puede reclamar, como ciudadanos y usuarios, un entorno digital más justo, transparente y saludable.

El cambio decisivo se produjo con el surgimiento y consolidación de Instagram, que instaló la imagen como el eje fundamental de la experiencia en redes sociales. Esta preferencia por lo visual respondía a un principio básico de consumo: observar fotografías requiere menor esfuerzo cognitivo que leer textos extensos. En consecuencia, las imágenes generaron mayor atracción, incentivaron la permanencia en la plataforma y dieron lugar a un modelo de interacción más rápido y dinámico. Con ello, la lógica de uso de las redes sociales comenzó a orientarse hacia el consumo pasivo de contenido visual, acompañado de reacciones inmediatas como “me gusta” o comentarios breves (Bilinkis, 2019).

La siguiente etapa de transformación vino marcada por la popularización del formato de historias efímeras, impulsado por Snapchat e imitado posteriormente por Instagram. Estas publicaciones temporales, visibles solo durante 24 horas, modificaron radicalmente las dinámicas de creación y consumo de contenido. Al no estar destinadas a permanecer en el perfil del usuario, las historias redujeron el umbral de exigencia respecto a la calidad o relevancia del material compartido. Así, los usuarios comenzaron a producir y difundir contenidos más espontáneos y menos elaborados, lo que generó un flujo constante de información breve y efímera, altamente atractivo para el consumo inmediato.

A este proceso se sumó la consolidación del video como formato dominante. El éxito de TikTok se sustentó precisamente en la centralidad del video en pantalla completa, presentado en secuencias breves y dinámicas. Este modelo de consumo introdujo un cambio estructural, en lugar de que el usuario seleccionara a quién seguir y, en consecuencia, qué contenido observar, el algoritmo adquirió el rol de seleccionar y recomendar videos. La experiencia dejó de depender de las conexiones sociales del individuo y pasó a definirse por patrones de consumo medidos en tiempo real, lo que intensificó la capacidad adictiva de la plataforma.

Un estudio reciente del 2025 analizó el impacto de los videos cortos en plataformas como TikTok y Reels sobre el comportamiento de los consumidores digitales del sector farmacéutico en Guayaquil-Ecuador, utilizando un enfoque mixto con métodos cuantitativos y cualitativos. A partir de una encuesta a 71 participantes, se encontró que más del 90% valora positivamente la promoción de productos mediante contenido breve, destacando su calidad, relevancia e influencia en las decisiones de compra. Los resultados muestran que este formato no solo capta rápidamente la atención y facilita la comprensión, sino que también fomenta una alta interacción y la formación de comunidades, consolidándose como una herramienta clave en las estrategias de *marketing* digital (Añazco Gaona, Erazo Álvarez & Jácome Ortega, 2025).

En este contexto, las redes sociales han transitado de ser espacios donde los usuarios compartían publicaciones permanentes y cuidadosamente seleccionadas, hacia entornos donde predomina la fugacidad, la inmediatez y el entretenimiento audiovisual. El consumo actual se caracteriza por la pasividad, los usuarios dedican largos períodos de tiempo a observar contenido que no necesariamente eligieron, sino que fue preseleccionado por algoritmos diseñados para maximizar la permanencia en la plataforma. Este cambio en los formatos y en los hábitos de consumo refleja un desplazamiento profundo en la naturaleza misma de la comunicación digital, que se aleja del diálogo y la interacción social para privilegiar el espectáculo, la distracción y la adicción tecnológica.

Tal y como apuntan Carbonell, Calvo, Panova y Beranuy (2021), comprender el uso problemático de la tecnología requiere analizar el perfil psicológico del usuario, sus motivaciones, gratificaciones y el contexto sociocultural, ya que estos factores explican mejor su conducta y permiten diseñar estrategias más efectivas para prevenirla.

2.5 El papel de los algoritmos e inteligencia artificial

En el centro de la transformación del ecosistema digital contemporáneo se encuentran los algoritmos y, más recientemente, los sistemas de inteligencia artificial (IA). Estas tecnologías, invisibles para la mayoría de los usuarios, son las responsables de organizar, filtrar, priorizar y amplificar los contenidos que se visualizan en línea. Aunque se presentan como herramientas neutrales y eficientes, su impacto en las conductas, emociones y decisiones cotidianas es profundo y, muchas veces, problemático (Bilinkis & Sigman, 2024). En este contexto, los algoritmos dejan de ser simples intermediarios técnicos para convertirse en actores con capacidad de moldear la experiencia digital, influir en el discurso público y afectar decisiones individuales. El contenido consumido ya no responde a una elección consciente, sino a una arquitectura diseñada para captar y sostener la atención a toda costa. Analizar el papel que juegan los algoritmos y la inteligencia artificial en este modelo no sólo es relevante desde una perspectiva tecnológica,

sino también desde una mirada ética, social y política. Comprender cómo funcionan, qué objetivos persiguen y cómo pueden ser regulados resulta fundamental para recuperar agencia como usuarios y ciudadanos, y para repensar el diseño de plataformas más responsables, transparentes y centradas en el bienestar humano.

La incorporación de algoritmos de inteligencia artificial en las redes sociales constituye uno de los cambios más determinantes en su funcionamiento y en la experiencia de los usuarios. Durante las primeras etapas de estas plataformas, el contenido se presentaba de manera cronológica, las publicaciones más recientes aparecían primero y las más antiguas quedaban relegadas conforme se generaba nueva información. Este modelo garantizaba cierta transparencia y permitía al usuario tener control sobre lo que veía, puesto que dependía únicamente de las personas a las que decidía seguir.

Afirma Colina (2023) que la manipulación, lejos de reducirse a una idea sencilla, emerge con mayor complejidad gracias a las tecnologías emergentes. Aunque los algoritmos han potenciado notoriamente la capacidad de influir en usuarios, su efecto no es absoluto: operan sobre sesgos psicosociales ya existentes. Los desafíos sociales y comunicativos ya no pueden explicarse por una sola causa o mediante determinismo tecnológico; exigen análisis multifacéticos. No obstante, esto no implica una posición ingenua de neutralidad tecnológica, sino el reconocimiento de que las plataformas son multivalentes y se beneficiarían de modelos alternativos de gestión, donde los algoritmos incorporen distintas variables, intenciones éticas y diversidad de instrucciones, más allá de la mera maximización del compromiso.

No obstante, el crecimiento exponencial en el número de usuarios y en la cantidad de publicaciones generadas diariamente provocó la saturación de los espacios digitales. En este escenario, las plataformas introdujeron algoritmos capaces de seleccionar y priorizar el contenido en función de su relevancia percibida. De esta manera, los usuarios dejaron de tener acceso completo al flujo cronológico de publicaciones de sus contactos, y comenzaron a observar únicamente aquello que el sistema determinaba más atractivo o capaz de retener su atención por mayor tiempo.

La inteligencia artificial desempeña aquí un papel central, al analizar múltiples variables que incluyen el tiempo de interacción, los tipos de contenido consumido, las reacciones expresadas y los patrones de navegación. Con base en estos datos, los algoritmos construyen perfiles detallados de cada usuario, lo que permite anticipar sus preferencias y diseñar experiencias altamente personalizadas. Esta personalización, sin embargo, no responde a un interés genuino en mejorar la calidad de la interacción social, sino al objetivo empresarial de maximizar la permanencia en la plataforma y, con ello, aumentar la exposición a publicidad.

El impacto de estos algoritmos se refleja en la naturaleza adictiva de las redes sociales. Al seleccionar estratégicamente el contenido que resulta más atractivo para cada usuario, logran prolongar de manera significativa el tiempo de uso, generando dinámicas de consumo compulsivo difíciles de interrumpir. Este fenómeno demuestra que las plataformas han desplazado el propósito inicial de conectar personas para convertirse en entornos diseñados con criterios de manipulación atencional. La consecuencia es un debilitamiento progresivo de los vínculos sociales y un incremento en la dependencia digital.

Se han analizado la naturaleza de las redes sociales, los usos que se les atribuyen y su impacto en la sociedad y en el individuo. Se han examinado las consecuencias negativas derivadas de un uso inadecuado, como la adicción y la dependencia, así como los problemas que estas plataformas han creado o intensificado (Vaquero, 2024).

La inteligencia artificial no sólo organiza la información que circula en las redes, sino que redefine el rol del usuario dentro de ellas. De ser un agente activo que decidía a quién seguir y qué contenido consumir, ha pasado a convertirse en un receptor pasivo de aquello que el algoritmo selecciona. Este cambio ha modificado de manera radical la experiencia en redes sociales, configurando un escenario en el que el usuario no controla el flujo de información, sino que se adapta a los intereses comerciales de las plataformas.

2.6 Impactos sociales y culturales

Las transformaciones que han experimentado las redes sociales en la última década han generado efectos profundos en las dinámicas sociales y culturales contemporáneas. Uno de los impactos más notorios es la pérdida del carácter relacional que definió a estas plataformas en sus orígenes. Si bien inicialmente se configuraron como espacios para el encuentro y la interacción entre familiares, amigos o conocidos, en la actualidad se asemejan cada vez más a medios de entretenimiento digital, en los cuales la dimensión social ha sido sustituida por el consumo pasivo de contenidos seleccionados por algoritmos.

Estudios del 2024 han examinado el papel que desempeñan las redes sociales en la vida cotidiana y expone tanto sus beneficios como los riesgos que implican para la construcción de relaciones interpersonales auténticas. Estos señalan que, si bien estas plataformas responden a la naturaleza relacional del ser humano, su uso desmedido puede derivar en efectos negativos como la cosificación de las personas, la superficialidad, el anonimato y la tergiversación de la verdad. Advierten sobre la pérdida de valores como la empatía, la ética y la solidaridad, fundamentales para el encuentro humano (De los Ríos Uriarte & Revello, 2024).

En este sentido, la noción de comunidad virtual, que constituía uno de los principales atractivos de las primeras etapas de las redes, ha ido perdiendo relevancia. La lógica algorítmica prioriza la exposición a videos o publicaciones de personas desconocidas por encima de los vínculos cercanos, desplazando la interacción interpersonal hacia un segundo plano. Como consecuencia, muchos usuarios expresan que, lejos de fortalecer relaciones, las redes sociales actuales generan una sensación de desconexión y aislamiento, reduciendo la posibilidad de establecer amistades significativas o de mantener contacto constante con círculos sociales próximos.

Otro impacto importante se relaciona con la emergencia de nuevas formas de celebridad digital. Plataformas como TikTok han democratizado la visibilidad al permitir que usuarios anónimos, sin trayectoria previa, alcancen fama global gracias a la viralización de un contenido breve y atractivo. Esta dinámica ha modificado los referentes culturales, ya que figuras que antes eran reconocidas por su participación en ámbitos como la música, el cine o el deporte, ahora comparten protagonismo con creadores digitales cuya relevancia se limita al entorno virtual. Se trata de un cambio generacional evidente, los íconos culturales de la juventud actual provienen, en gran medida, del ecosistema digital más que de los medios tradicionales.

Según Pina Arrabal (2022), se ha analizado la noción de celebridad en el contexto de la sociedad digital, partiendo de una revisión filosófica e histórica del concepto de fama. También se han examinado las transformaciones contemporáneas de este fenómeno, considerando tres ejes principales: las redes sociales, el beneficio económico y el arte. A partir de este análisis, se ha concluido que la fama actual debe entenderse como un fenómeno heterogéneo, en el que intervienen no solo criterios cualitativos, sino también factores numéricos y digitales que determinan la visibilidad y el reconocimiento en el entorno virtual.

Un estudio del 2024 concluyó que TikTok ejerce una influencia significativa en la construcción de la identidad digital de los jóvenes, así como en sus formas de socialización virtual. Se identificó que la plataforma promueve dinámicas de interacción orientadas a la visibilidad y la popularidad, lo que afectó la autopercepción de los participantes. Asimismo, se determinó que las experiencias sociales en el entorno digital estuvieron marcadas por una red compleja de interacciones mediadas por algoritmos, lo que desplazó, en parte, los vínculos personales hacia relaciones más efímeras y superficiales (Chiva Cedrún & Civil, 2024).

Asimismo, el predominio del contenido efímero y superficial ha tenido efectos en la manera en que los individuos construyen su identidad y perciben la realidad. La exposición constante a imágenes filtradas o idealizadas, junto con la presión por producir material atractivo para el algoritmo, incide directamente en la autoestima y en la autoimagen de los usuarios. Este fenómeno contribuye a la creación de estándares irreales de belleza, éxito o felicidad, reforzando patrones de comparación que pueden resultar dañinos en términos psicológicos y emocionales.

La personalización algorítmica ha transformado el consumo de contenidos en redes sociales y plataformas de video bajo demanda, adaptando las recomendaciones a las preferencias individuales. A través del análisis de fenómenos como el *binge-watching* y la conciencia algorítmica, se evidenció que estas recomendaciones influyen tanto en el compromiso del usuario como en su preocupación por la privacidad y las cámaras de eco. Este último es un fenómeno que ocurre cuando una persona o grupo solo está expuesto a información, ideas y opiniones que refuerzan sus propias creencias, mientras se filtran o excluyen activamente puntos de vista contrarios (Urgellés Molina & Herrero, 2024).

Las redes sociales actuales han consolidado una nueva forma de consumo cultural que se asemeja al modelo televisivo, aunque con un grado mayor de personalización. Los usuarios, que en teoría ingresaban a estas plataformas para socializar, terminan adoptando un rol pasivo, dedicando horas a observar contenido sin interactuar de manera significativa. La cultura digital, en este sentido, se orienta hacia la inmediatez, el entretenimiento y la fragmentación de la atención, lo que plantea interrogantes sobre el futuro de la comunicación, la participación ciudadana y la cohesión social.

3. Reflexiones finales

De lo social a lo meramente entretenido, lo que alguna vez fue presentado como una revolución social y cultural, una herramienta para empoderar individuos, democratizar la comunicación y facilitar el acceso universal al conocimiento ha derivado, silenciosamente, pero con firmeza, hacia un ecosistema orientado casi exclusivamente

al entretenimiento superficial y a la maximización de la atención. Las redes sociales, que en sus inicios prometían conectar personas, fomentar el diálogo y enriquecer el espacio público, han sido rediseñadas para retener usuarios mediante estímulos constantes, emociones intensas y gratificaciones inmediatas.

En este proceso, lo social ha ido perdiendo protagonismo frente a lo adictivo y lo espectacular. La conversación fue reemplazada por el monólogo algorítmico, y la comunidad, por audiencias fragmentadas y polarizadas. Ya no se trata de compartir para construir vínculos significativos, sino de publicar para obtener visibilidad; ya no se debate para comprender al otro, sino para generar reacción; ya no se consume contenido para informarse, sino para evadir.

El desplazamiento hacia lo meramente entretenido no es casual, sino estructural. Forma parte de un modelo de negocios que capitaliza la atención, convierte las emociones en datos y las decisiones en activos para terceros. En este escenario, la inteligencia artificial y los algoritmos no operan como herramientas neutrales, sino como motores que optimizan la rentabilidad a partir de la conducta de los usuarios, incluso a costa del bienestar individual y colectivo.

Sin embargo, este diagnóstico no implica resignación. Reconocer este desplazamiento es el primer paso para cuestionarlo. Recuperar la dimensión social, crítica y reflexiva del entorno digital requiere repensar las prácticas de los usuarios, exigir mayor transparencia y responsabilidad a las plataformas, y fomentar un uso consciente de la tecnología que ponga nuevamente en el centro a la persona y no al producto.

El recorrido histórico y funcional de las redes sociales evidencia una transformación estructural de su propósito inicial. Nacidas como herramientas destinadas a conectar personas y fortalecer vínculos sociales, estas plataformas han transitado hacia un modelo en el cual predomina la lógica del entretenimiento y la retención del usuario. La interacción genuina con familiares y amigos, que constituía el eje de la experiencia en los primeros años de Facebook y la red social X (antes conocida como Twitter), ha sido desplazada por un consumo pasivo de contenido diseñado para captar la atención y maximizar el tiempo de permanencia en línea.

La introducción de imágenes, videos y posteriormente formatos efímeros como las historias, sumados al papel decisivo de los algoritmos de inteligencia artificial, han generado un ecosistema donde la relevancia del lazo social ha quedado subordinada a dinámicas de entretenimiento digital. De esta forma, la lógica de los “amigos” o “seguidores” se ve reemplazada por la lógica algorítmica de la recomendación, que privilegia aquello que resulta más atractivo o adictivo, independientemente de su relación con el círculo personal del usuario.

Este proceso ha tenido consecuencias culturales y sociales significativas. La dimensión social de las redes se ha erosionado, generando un espacio donde la interacción interpersonal ha perdido centralidad. Los usuarios han visto limitada su autonomía, ya que el contenido al que acceden no depende de sus elecciones, sino de los cálculos de sistemas automatizados. Además, se ha consolidado una experiencia de consumo digital comparable a la televisión, aunque con un grado mayor de personalización y capacidad adictiva.

En este escenario, las redes sociales ya no pueden entenderse únicamente como herramientas de comunicación social, sino como plataformas híbridas en las que la información y el entretenimiento convergen bajo criterios de

mercado y manipulación atencional. Lejos de desaparecer, estas plataformas continúan expandiéndose, pero su carácter social ha quedado reducido a una función secundaria frente a la necesidad de captar audiencias y generar rentabilidad.

La evolución de las redes sociales hacia plataformas dominadas por algoritmos de inteligencia artificial ha generado un ecosistema altamente favorable para el marketing online y el diseño gráfico publicitario. Al optimizar la retención y personalizar el contenido en función del comportamiento del usuario, estos sistemas permiten una segmentación más precisa y una entrega de mensajes publicitarios mucho más efectiva. Además, las plataformas digitales han transformado radicalmente el modo en que las marcas construyen y gestionan su identidad. En este nuevo escenario, el *branding* encuentra oportunidades sin precedentes para posicionarse de manera más eficaz y emocionalmente relevante en la mente del consumidor.

La capacidad de los algoritmos para analizar datos conductuales en tiempo real permite a las marcas adaptar sus mensajes, tono y estética visual según las preferencias, emociones y contextos de cada usuario, generando así experiencias más personalizadas. Esta hiperpersonalización, basada en el análisis masivo de datos, posibilita que las marcas impacten a audiencias específicas con contenidos visuales diseñados estratégicamente para maximizar la atención y el compromiso.

En este contexto, el diseño gráfico publicitario adquiere un rol central, ya no solo busca comunicar un mensaje, sino también adaptarse dinámicamente al estilo visual, las emociones y los patrones de consumo de cada usuario. La velocidad de interacción y la necesidad de destacar en entornos saturados exigen piezas gráficas breves, visualmente potentes y emocionalmente resonantes. Así, la combinación entre inteligencia artificial, *marketing* digital y diseño gráfico ofrece nuevas oportunidades para conectar marcas con públicos de manera más eficiente, aunque también plantea desafíos éticos sobre la manipulación de la atención y la autonomía del consumidor.

El tránsito de las redes sociales hacia lo meramente entretenido plantea un desafío cultural y ético de gran magnitud. Si bien estas plataformas siguen ofreciendo posibilidades de conexión, su lógica actual fomenta el aislamiento, la dependencia y el consumo compulsivo de contenidos efímeros. Reconocer este cambio es fundamental para comprender los riesgos que implica la "tiktokización" de la experiencia digital y para replantear el lugar que estas herramientas deben ocupar en la vida cotidiana. Sólo a partir de una reflexión crítica será posible visibilizar sus efectos y promover un uso más consciente y equilibrado de estos entornos digitales.

Referencias bibliográficas

- Añazco Gaona, C. D., Erazo Álvarez, J. C., & Jácome Ortega, M. J. (2025). Rol del contenido de formato corto en la atención del consumidor digital: tiktok y reels como plataformas emergentes. *Universidad y Sociedad*, 17 (1), e4952. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/4952>
- Aucaña, E., & Campodónico, N. M. (2024). Revisión sistemática sobre la influencia de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes. *Revista de Psicología UNEMI*, 73-87.
- Bard Wigdor, G., & Magallanes Udovicich, M. L. (2021). Instagram. La búsqueda de la felicidad desde la autopromoción de la imagen. *Culturales*, e519. <https://doi.org/10.22234/recu.20210901.e519>
- Bilinkis, S. (2019). *Guía para sobrevivir al presente. Atrapados en la era digital*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Bilinkis, S., & Sigman, M. (2024). Artificial. La nueva inteligencia y el contorno de lo humano. *TEyET*, 37, e24. <http://dx.doi.org/10.24215/18509959.37.e24>
- Campos Pellanda, E., & Bueno Fernandes, A. C. (2022). Estereotipos de género en TikTok e Instagram: un experimento de ingeniería inversa para entender los mecanismos de los algoritmos de las redes sociales. *Universitas XXI*, 247-270. <https://doi.org/10.17163/uni.n37.2022.10>
- Candiottio, L. (2022). Extended loneliness. When hyperconnectivity makes us feel alone. *Springer*, 12. <http://dx.doi.org/10.1007/s10676-022-09669-4>
- Carbonell, X., Calvo, F., Panova, T., & Beranuy, M. (2021). Consideración crítica de las adicciones digitales. *Digital Education Review*, 19. <http://hdl.handle.net/20.500.14342/2333>
- Chiva Cedrún, L., & Civilá, S. (2024). La influencia de TikTok en la construcción de la identidad y socialización de los jóvenes. *MLS Communication Journal*, 16. <https://doi.org/10.69620/mlscj.v2i1.2531>
- Clerc, O. (2007). *La rana que no sabía que estaba hervida y otras lecciones de vida*. Madrid: Maeva Ediciones.
- Colina, C. (2023). Manipulación algorítmica y sesgo psicosocial en redes sociales. *Comunicación*, 46, 6-26. <https://doi.org/10.62876/tc.vi46.6219>
- De los Ríos Uriarte, M. E., & Revello, R. O. (2024). Redes sociales: sentido y trascendencia al rescate de la cultura del encuentro. *Apuntes de Bioética*, 7 (2), AdB1154. <https://doi.org/10.35383/apuntes.v7i2.1154>
- García de Blanes Sebastián, M., Carvajal Camperos, M., & Corral De la Mata, D. (2024). Realidad Aumentada en educación y marketing digital. Una revisión sistemática de la literatura y su impacto transformador. *European Public & Social Innovation Review*, 1-21. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-989>
- Giraldo Luque, S., & Fernández Rovira, C. (2020). Redes sociales y consumo digital en jóvenes universitarios: economía de la atención y oligopolios de la comunicación en el siglo XXI. *Profesional de la información*, 29 (5). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.28>
- Hern, A. (2017). Netflix's biggest competitor? Sleep. Web de *The Guardian*. Rescatado de: <https://www.theguardian.com/technology/2017/apr/18/netflix-competitor-sleep-uber-facebook>
- Herrero Suárez, C. (2025). Las redes sociales a juicio. Patrones adictivos, datos y responsabilidad en la economía de la atención. *Cuaderno de Derecho Transaccional*, 18. <https://doi.org/10.20318/cdt.2025.9338>
- Lambert Sarango, Y. E. (2022). El impacto del Internet y las hipermediaciones en los jóvenes de la sociedad actual, las transformaciones y la disrupción tecnológica hasta los metaversos. *RTE Revista Tecnológica*, 34 (4), 153-173. <https://doi.org/10.37815/rte.v34n4.965>
- Lambert Sarango, Y. E. (2023). Las narrativas audiovisuales en el diseño de videojuegos, aproximaciones teóricas, un acercamiento a sus particularidades. *Nawi*, 7 (1), 231-258. <https://doi.org/10.37785/nw.v7n1.a12>
- Lozano Blasco, R., Mira Aladrén, M., & Gil Lamata, M. (2023). Redes sociales y su influencia en los jóvenes y niños. Análisis en Instagram, Twitter y YouTube. *Comunicar*, 14. <https://doi.org/10.3916/C74-2023-10>
- Luque Ortiz, S. (2023). La gestión de los algoritmos publicitarios en Internet. Un caso de estudio: Facebook y Google. *Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 36, 243-271. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n36a1713>
- Marín Díaz, V., & Cabero Almenara, J. (2019). Las redes sociales en educación: desde la innovación a la investigación educativa. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 9. <https://doi.org/10.5944/ried.22.2.24248>
- Marvin, C. (1988). *When Old Technologies Were New. Thinking about Electric Communication in the Late Nineteenth Century*. New York:

Oxford University Press.

- Piccerillo, L., & Digennaro, S. (2024). Adolescent Social Media Use and Emotional Intelligence. A Systematic Review. *Adolescent Research Review*, 10, 201-218. <https://doi.org/10.1007/s40894-024-00245-z>
- Pina Arrabal, A. (2022). Aristas de la fama en la sociedad digital. *LiminaR*, 20 (2), e912. <https://doi.org/10.29043/liminar.v20i2.912>
- Rubio Hernández, F. J., González Calahorra, E., & Olivo Franco, J. L. (2024). Adolescentes en la era digital. Desvelando las relaciones entre las redes sociales, el autocontrol, la autoestima y las habilidades sociales. *Ciencia y Educación*, 8 (3), 39-58. <https://doi.org/10.22206/ciened.2024.v8i3.pp39-58>
- Torres Tapia, S. P., Tovar Pacheco, D. G., & Martínez Espinoza, D. (2025). Detección de contenido adictivo en la plataforma TikTok usando algoritmos de aprendizaje supervisado. *GEEKS DECC-REPORTS*, 8 (2). <https://doi.org/10.24133/428vw925>
- Urgellés Molina, A., & Herrero, M. (2024). Personalización de contenidos en servicios de vídeo bajo demanda. Satisfacción con los algoritmos de las redes sociales. *ComHumanitas. Revista Científica de Comunicación*, 15 (2), 175-187. <https://doi.org/10.31207/rch.v15i2.456>
- Vaquero, R. (2024). Redes sociales, algoritmos y adicciones. *Historia de las Ideas*, 1, 7-11.
- Vilchez Galarza, N. D., & Vía y Rada Vittes, J. F. (2024). Impacto de la nomofobia en la calidad del aprendizaje en adolescentes. *Ciencia Latina. Revista Multidisciplinar*, 8 (1), 10604-10622. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.10369
- Villegas Simón, I. (2022). Los captadores de la atención: creadores de contenido ante las lógicas de las plataformas digitales. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 15 (2). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.11716>

Reseña curricular

Yamil Lambert Sarango es un académico y profesional ecuatoriano, nacido en Guayaquil. Con una formación en Ciencias de la Comunicación y Tecnologías de la Información, ha obtenido títulos como Licenciado en Sistemas de Información, Analista de Sistemas, Magíster en Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología, y asimismo un Doctorado en Ciencias de la Comunicación Social. A lo largo de su carrera, ha desarrollado una amplia trayectoria docente e investigadora en diversas instituciones de educación superior como la Universidad de las Artes, la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), impartiendo asignaturas relacionadas con el arte y la tecnología, el diseño web, multimedia, programación y nuevas tecnologías.

Declaraciones:

- Los autores declaran que, en la elaboración del presente artículo, no se ha utilizado herramientas de inteligencia artificial.



Imagen: Dustin Pisco



Imagen: David Pacheco

Inteligencia Artificial como generador de contenido multimedia. Impacto en la producción de gráficos, audio y videos.

Artificial Intelligence as a Multimedia Content Generator. Impact on the Production of Graphics, Audio, and Videos.

Resumen:

Este estudio examina cómo la inteligencia artificial (IA) transforma la generación de contenido multimedia (gráficos, audio y video) mediante herramientas como Craiyon, DALL-E, Midjourney, Make-A-Video, CapCut, InVideo, entre otras. A través de una revisión bibliográfica de enfoque cualitativo, bajo el método SALSA (Search, Appraisal, Synthesis, Analysis), se consultaron estudios relevantes publicados entre 2020 y 2025. Además, se analizaron tres casos específicos: la estrategia publicitaria de Coca-Cola, las imágenes virales inspiradas en el estilo Ghibli y la clonación de voces en la canción *Heart On My Sleeve*. Los hallazgos muestran eficiencia,

accesibilidad, personalización y capacidad de la IA para facilitar tareas específicas dentro de la industria creativa. Sin embargo, su funcionalidad depende del criterio humano para que los desafíos relacionados con la autoría, la ética y sesgos algorítmicos no se intensifiquen. La investigación concluye que, al utilizar la IA de forma adecuada, esta se convierte en una aliada poderosa en el ámbito creativo y multimedia, sin reemplazar el juicio y la creatividad humana, lo que permite una mayor productividad.

Palabras clave: Automatización de procesos; creatividad digital; herramientas generativas; narrativas visuales; producción automatizada.

Mercedes Quispillo Parra

Universidad Tecnológica Indoamérica

Ambato, Ecuador,

mquispillo@indoamerica.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0005-6145-7949>

Enviado: 15/9/2025

Aceptado: 24/10/2025

Publicado: 15/1/2026



Esta obra está bajo una licencia internacional
Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.

Sumario. 1. Introducción. 2. Metodología. 3. Resultados. 3.1 Inteligencia Artificial en la generación de contenidos multimedia con IA. 3.2 Herramientas para la producción de gráficos, audio y video. 3.3 IA en la producción y postproducción audiovisual. 4. Discusión. 5. Conclusiones.

Cómo citar: Quispillo Parra, M. C. (2026). Inteligencia Artificial como generador de contenido multimedia. Impacto en la producción de gráficos, audio y videos. *Ñawi. Arte, Diseño, Comunicación*, Vol. 10, Núm. 1, 183-197.

<https://nawi.espol.edu.ec/>
[www.doi.org/10.37785/nw.v10n1.a9](https://doi.org/10.37785/nw.v10n1.a9)

Abstract:

This study examines how artificial intelligence (AI) is transforming the generation of multimedia content (graphics, audio, and video) using tools such as Craiyon, DALL-E, Midjourney, Make-A-Video, CapCut, InVideo, among others. Through a qualitative literature review using the SALSA (Search, Appraisal, Synthesis, Analysis) method, relevant studies published between 2020 and 2025 were consulted. Additionally, three specific cases were analyzed: Coca-Cola's advertising strategy, viral images inspired by the Chibli style, and voice cloning in the song Heart On My Sleeve. The

findings show AI's efficiency, accessibility, personalization, and ability to facilitate specific tasks within the creative industry. However, its functionality depends on human judgment so that challenges related to authorship, ethics, and algorithmic biases do not intensify. The research concludes that, when used appropriately, AI becomes a powerful ally in the creative and multimedia world, without replacing human judgment and creativity, enabling greater productivity.

Keywords: Process automation; digital creativity; generative tools; visual narratives; automated production.

1. Introducción

La tecnología actual, en especial la inteligencia artificial (IA), está transformando la industria creativa con su capacidad de aumentar la eficiencia en los trabajos y optimizar tareas. Con la llegada de la IA, los editores realizan con mayor rapidez tareas tediosas, lo que permite mayor fluidez en la creación de narrativas creativas mediante gráficos, audio y videos generados por plataformas inteligentes (Jironza, 2024, 166). Con ayuda de esta tecnología, cualquier persona que carezca de conocimientos técnicos puede desarrollar contenido multimedia a partir de las herramientas que generan de manera casi autónoma los procesos. Tal como menciona Franganillo (2023, 11), la IA generativa “con su irrupción en las tareas creativas, los ordenadores han dejado de ser herramientas de apoyo para pasar a ser protagonistas, capaces de crear contenido original”. Este panorama refleja el avance tecnología que día a día progresa de forma acelerada lo cual permite que los usuarios generen resultados inmediatos.

En este sentido, Gopalan y Kalpinagarajarao (2024, 1471) afirman que, a través de instrucciones básicas, los sistemas algorítmicos son capaces de generar contenido como texto, imágenes y videos en pocos segundos, lo que agiliza significativamente los procesos creativos dentro del sector multimedia. La inteligencia artificial también ha impactado en sectores de la publicidad y *marketing* digital, asistiendo en la generación de contenido atractivo e innovador, como la generación de videos únicos que impactan en la audiencia y mejoran la interacción entre empresas y consumidores (Blanco et al., 2024, 77). Con la llegada de la IA, donde pequeñas y medianas empresas tienen acceso a herramientas que antes eran privilegiadas para corporaciones mundiales, lo que permite competir en iguales condiciones. En relación con esto, Korsunova (2024, 79) afirma que la IA puede automatizar elementos repetitivos en la creación de contenido de modo que las empresas pequeñas se benefician de las bajas barreras tecnológicas donde

la IA crea contenido a gran escala. Este progreso tecnológico genera una situación problemática en cuanto a la autoría y la ética en la generación de contenido automatizado. en el proceso de automatización creativa (Korsunova, 2024, 83).

De forma teórica, esta investigación se sustenta en la *Digital Generative Multimedia Tool Theory (DGMTT)*, propuesta por Onyejelem y Aondover (2024), quienes argumentan que las herramientas de IA tienen la capacidad de generar y modificar contenido multimedia, ofreciendo libertad creativa y flexibilidad. Esta teoría resalta la importancia de comprender las ideas y principios de las herramientas generativas para que puedan ser utilizadas de manera eficiente dentro del proceso creativo y sirvan de base para la creación de contenido multimedia. Además, destacan que la distinción de la creatividad humana y artificial se vuelve cada vez más confusa, debido a que los algoritmos de IA crean contenido único y original. Sin embargo, al recibir retroalimentación sobre estas herramientas, el ser humano se vuelve capaz de utilizar esas ventajas a su favor y crear nuevas posibilidades creativas (Onyejelem & Aondover, 2024, 1-2).

En concordancia con esta teoría, el estudio realizado por Divya y Mirza (2024) señala que la industria creativa se ha beneficiado significativamente con la llegada de la IA generativa por tener la capacidad de optimizar procesos cuando produce contenido único, innovador y atractivo en diversos formatos. No obstante, también existen riesgos y desafíos por la falta de uso responsable y ético de estas plataformas, lo que puede crear infracciones de derechos de autor y la propagación de desinformación (Divya & Mirza, 2024, 1-2).

Este artículo presenta una revisión bibliográfica con el objetivo de identificar, clasificar y analizar las herramientas de IA utilizadas en la actualidad para generar contenido multimedia con la finalidad de crear una guía estructurada con una aplicación eficiente y ética dentro de las industrias creativas (Páramo, 2020, 6). Además de resaltar por medio de casos prácticos la aplicación eficiente y ética de la IA.

2. Metodología

Para el análisis de este artículo se aplicó una metodología de Revisión Sistemática de Literatura, con enfoque cualitativo utilizando la metodología SALSA (Search, Appraisal, Synthesis, Analysis), método de reconocida aplicación en Ciencias Sociales y Humanidades (Medina, 2024).

Para la recolección de información de la literatura científica, se realizó la búsqueda con la ayuda de la herramienta de inteligencia artificial *Research Rabbit*, una forma de buscar literatura por medio de un análisis biométrico de uno o varios artículos. Esta herramienta realiza búsquedas a partir de preguntas planteadas o artículos de referencia permitiendo navegar entre conexiones de artículos, autores y trabajos similares (Plaza, 2024, 81-82). *Research Rabbit* sirvió para la localización de investigaciones relacionadas con herramientas de IA generativa. También se incluyeron bases de datos como SciElo, Scopus y Google Scholar entre las palabras claves están: "IA y multimedia", "Herramientas de IA para multimedia", "Generative AI or Content Creation", entre otras.

Se fijaron parámetros de selección para incluir solo aquellas investigaciones que fueran relevantes, posean solidez teórica y que se ajustaran con la finalidad de la investigación. Todo el material encontrado se limita a artículos publicados entre el 2020 y 2025 que tratan de forma directa el uso de la inteligencia artificial en la generación de gráficos, audio y videos. Como resultado de este proceso de búsqueda inicial se obtuvo 48 artículos de potencial interés. Sin embargo, a partir de análisis completo del contenido se seleccionaron 28 estudios que cumplieron con todos los criterios y que mostraran relación directa con el tema de estudio, concluyendo con el conjunto final de documentos que conforma la revisión sistemática.

Los documentos seleccionados fueron clasificados de acuerdo con la tecnología utilizada (generación de imágenes, audio, video y herramientas de postproducción), y según la naturaleza de las herramientas utilizadas (generativas o asistenciales). Se añadió el análisis de casos emblemáticos, los cuales están ampliamente documentados en artículos de prensa y portales digitales dedicados a la tecnología y cultura digital. De esta manera, se analiza la campaña publicitaria navideña de *Coca-Cola*, las imágenes virales generadas al estilo *Studio Ghibli*, y la clonación de voces en la canción *Heart On My Sleeve*, estos ejemplos son muestra la interacción de la IA en la producción multimedia.

Los diferentes hallazgos sobre los artículos científicos fueron comparados, lo que permitió identificar las herramientas más utilizadas en la generación de gráficos, audio, video y posproducción, así como los beneficios, riesgos éticos y desafíos futuros. Asimismo, se analizó el rol cambiante del ser humano frente a estas herramientas basadas en IA.

3. Resultados

3.1. Inteligencia Artificial en la generación de contenidos multimedia con IA

La inteligencia artificial (IA) ha evolucionado de forma acelerada en años recientes, volviéndose en una tecnología omnipresente en muchas industrias. El objetivo de esta tecnología es crear sistemas capaces de realizar procesos que, por lo general, requieren inteligencia humana. Según Martínez y otros autores (2023, 94), la IA es "la capacidad de las máquinas para adaptarse a nuevas situaciones, resolver problemas, diseñar planes y realizar otras funciones que requieren un cierto nivel de inteligencia". Desde este punto de vista, la inteligencia artificial tiene como propósito principal crear sistemas capaces de poseer cierto nivel de razonamiento y aprendizaje. Estos sistemas pueden procesar información y generar decisiones que les permiten cumplir con sus objetivos (Plaza, 2024, 80).

La IA no sólo permite realizar procesamiento de datos a una velocidad fascinante, sino que también mejora continuamente con base en la información recopilada, brindando apoyo al usuario. Sin duda, la IA está reemplazando métodos tradicionales para analizar datos, agilizando la forma como se toma las decisiones y permitiendo automatizar sistemas en las industrias (Ribes et al., 2025, 457). Entre sus múltiples funciones, esta tecnología incluye la creación automatizada de contenido conocido como IA generativa que "simula procesos creativos y produce contenidos originales" (Ribes et al., 2025, 468). La IA generativa "es un campo en rápido avance que ya permite la producción automatizada de contenido textual, gráfico, sonoro y audiovisual de alta calidad" (Franganillo, 2023, 1). Con el uso de estas tecnologías, la repetición dentro del proceso diseño se vuelve automatizada, lo que permite generar contenido

mediante imágenes llamativas acompañadas de composiciones gráficas dinámicas e innovadoras (Mohamed, 2024, 821).

El sector creativo ha sido el mayor favorecido en la aplicación de tecnologías con IA por su propio proceso innovador dentro del ámbito multimedia. Esta tecnología permite realizar trabajos más eficientes y atractivos, adaptados a la audiencia, haciendo que cada vez el instinto exploratorio del proceso creativo se vuelva más apto con la capacidad de generar datos en diferentes formatos: texto, sonido, imágenes, etc. (Mohamed, 2024, 816-817; Rico, 2020, 72). Algunos de los procesos incluyen renderización 3D, la edición de fotografías e incluso informar sobre colores, diseños y formatos (Mohamed, 2024, 821). La IA se convierte en una oportunidad para el futuro del diseño donde cada vez se precisa en mejorar la interacción con el usuario para destacar con sus servicios y ser más creativos.

1.2 Herramientas para la producción de gráficos, audio y video

La producción de imágenes a partir de descripciones de texto se ha vuelto muy conocida y usada en la actualidad. Entre los convertidores más reconocidos están: *MidJourney*, *Dall-E*, *Craiyon*, *DreamStudio*, *Stability.ai* y *Stable Diffusion*. Estas herramientas utilizan redes generativas antagónicas (GAN) que se entrenan por medio de modelos de aprendizaje profundo, los cuales almacenan grandes cantidades de datos. A partir de pequeñas descripciones textuales se generan automáticamente imágenes, facilitando la diversidad de contenido y la productividad en los trabajos (Derevyanko & Zalevska, 2023, 36). Sin embargo, también existen problemas y riesgos.

Al ser entrenados con datos sin filtrar, existe desviaciones algorítmicas que generan sesgos culturales, raciales y de género. Por lo tanto, se debe tomar en cuenta que es real y qué es ficticio, ya que se ha visto circular en redes sociales imágenes falsas y poco realistas (Franganillo, 2023, 5; López, 2023, 32). En consecuencia, un estudio que analiza los estereotipos y sesgos de género afirma que estos se mantienen tanto en plataformas tradicionales como en las generadas por IA, aunque existen pequeñas diferencias entre las fotografías de stock que representan a las mujeres y adultos, mientras que la IA intenta crear un equilibrio de género. No obstante, es necesaria la inclusión de diversas etnias y grupos de edades (Freixa et al., 2025, 41). La revisión bibliográfica de Papazova y otros autores (2025) resume que, incluso cuando se dan instrucciones precisas para evitar estereotipos, la IA sigue generando figuras como el “salvador blanco y niños africanos negros sufriendo” (Papazova et al., 2025, 1). Otra investigación sobre sesgos en la creación de imágenes permitió conocer que los algoritmos de IA amplían los sesgos que aparecen en sus datos de entrenamiento, sexualizando e invisibilizando a las mujeres destacando incluso los roles de género. Se plantea la necesidad de corregir estos sesgos para poder garantizar equidad y representatividad (Bueno de Santiago et al., 2024, 144).

Asimismo, la generación de imágenes que poseen un alto nivel de realismos plantea dudas sobre la credibilidad de las evidencias visuales, lo cual incrementa el nivel de riesgo y desinformación. Tomando como referencia la creación de texto a imagen del presidente Donald Trump siendo arrestado, o la del Papa Francisco con un abrigo de plumas, se ha mostrado la capacidad que tienen estos contenidos de hacerse virales y provocar confusión (Bueno de Santiago et al., 2024, 142; Franganillo, 2023, 5-6; López, 2023, 32). La inteligencia artificial en el área creativa alcanzado la capacidad

de crear rostros humanos ficticios hasta la elaboración grandes imágenes artísticas con simples descripciones de texto que poseen un alto nivel de calidad.

Partiendo de la información proporcionada de CNN en su página oficial, en marzo del 2025 se visualizaron imágenes que fueron generadas con inteligencia artificial que imitaron el estilo del Studio Ghibli, en respuesta al lanzamiento de la versión más reciente de la empresa OpenAI de su chatbot conocido como ChatGPT. Esto permitió que dichas imágenes se volvieran tendencia en redes sociales, replicando este estilo de animación (Figura 1), lo cual destacó diversas inquietudes con respecto a los derechos de autor y el potencial que posee la IA. La versión optimizada de GPT-4^o ha mejorado significativamente la exactitud en la creación de texto a imágenes, lo que permite generar contenido en una extensa gama de estilos visuales (Holland, 2025). Gracias a esta actualización, ChatGPT ha evolucionado como una herramienta de creación visual, dejando de ser una mera productora de texto. Ahora permite realizar animaciones emblemáticas, ampliando sus funciones creativas dentro del sector creativo.



Figura 1. Transición de una foto del debate de la segunda vuelta electoral (Ecuador) entre los candidatos González y Noboa a una animación tipo Ghibli creado con ChatGPT (Quispillo, 2025).

Asimismo, los modelos generativos también han avanzado significativamente, posibilitando la elaboración de videos sintéticos a partir de simples indicaciones textuales, apoyándose en metodologías de síntesis de imágenes. Herramientas como *Make-A-Video* (Meta), *NUWA-XL* (Microsoft) y *Phenaki* (Google) han evidenciado su capacidad creativa al producir secuencias audiovisuales sin requerir material audiovisual previo, ofreciendo una solución ágil para artistas (Cózalo & Garrido, 2023, 8-9). Sin embargo, a diferencia del realismo logrado en la síntesis de imágenes, la generación de videos enfrenta mayores desafíos, pues requiere predecir la evolución de los píxeles en una secuencia temporal. Aunque se espera que esta tecnología continúe avanzando, también plantea riesgos éticos y sociales, como su posible uso en contenidos engañosos (Franganillo, 2023, 9). En cuanto a su impacto en las narrativas audiovisuales, los videos generados por IA tienden a imitar estilos visuales del pasado sin aportar una innovación significativa. Según López (2023, 32), estas creaciones siguen una estética nostálgica sin un propósito crítico, lo que refleja una falta de originalidad.

Un caso destacado de uso de la IA en producción de videos es la adaptación del emblemático anuncio *Holidays Are Coming* de Coca-Cola, donde se empleó contenido generado artificialmente sin necesidad de rodajes tradicionales.

Según la Redacción de Adlatina, (2024) para la creación de su campaña navideña, la marca empleó modelos avanzados de IA como *Leonardo*, *Luma* y *Runway*, optimizando la síntesis de imágenes, la animación 3D y la edición de video generativo. Adicionalmente, se integraron tecnologías emergentes como *Sora* y *Minimax de OpenAI*, que mejoraron la fluidez y realismo en las secuencias animadas. El desarrollo de este proyecto contó con la participación conjunta de tres estudios especializados: Secret Level, Silverside AI y Wild Card. Cada uno aportó una perspectiva distinta al proceso de creación con IA. Mientras Secret Level trabajaba con imágenes de actores reales con consentimiento para su transformación mediante IA, los estudios Silverside AI y Wild Card crearon entornos y personajes completamente generados por inteligencia artificial. A pesar de los avances tecnológicos, algunos elementos, como la representación de animales en movimiento, requirieron múltiples iteraciones hasta lograr resultados óptimos.

El uso de IA no sólo permitió recrear el icónico anuncio *Holidays Are Coming* de manera innovadora (Figura 2), sino que también abrió nuevas posibilidades en la producción publicitaria. La combinación de modelos generativos y herramientas de edición automatizada facilitó la creación de contenido adaptable a diversos formatos y plataformas. Estos avances evidencian el potencial de la inteligencia artificial para transformar la industria audiovisual, reduciendo costos y tiempos de producción sin comprometer la calidad ni la identidad visual de la marca (Redacción Adlatina, 2024).



Figura 2. El nuevo comercial de Coca-Cola generado por inteligencia artificial (The Coca-Cola Company, 2024).

Fuente: <https://youtu.be/BtD4fHgkrl?si=wFEk7TVIMmYISnE6>

Por otra parte, la síntesis del habla, una tecnología que convierte texto en voz similar a la humana, ha sido utilizada durante años como herramientas de apoyo en asistentes virtuales, navegación GPS, lectores de pantalla y atención automatizada. Con los avances en aprendizaje profundo, su aplicación comercial se ha ampliado, destacando la clonación de voces con licencias éticas para audiolibros, producciones audiovisuales y entornos inmersivos (Dale, 2022, 401-402). Esta tecnología optimiza tiempos y reduce costos al generar voces en tiempo real sin necesidad de grabaciones extensas, permitiendo a los propietarios de la voz recibir regalías por su uso (Franganillo, 2023, 10).

Haritonova (2023) explora las aplicaciones de la inteligencia artificial generativa en el ámbito del audio, identificando cinco usos clave en la música: composición, diseño de efectos sonoros, arreglos y orquestación, mezcla

e integración de instrumentos virtuales. Además, señala seis funciones específicas para el tratamiento de la voz, que incluyen la conversión de texto a voz, asistentes virtuales, clonación y síntesis vocal, producción de audiolibros y creación de interfaces con voces personalizadas (Ribes et al., 2025, 460).

La etapa de producción se ha transformado en el eje central del desarrollo de soluciones con inteligencia artificial en la industria del audio, ya que agrupa una amplia variedad de herramientas tanto de asistencia como generativas. Entre sus funciones principales se incluyen la traducción de textos, la creación automática de listas de reproducción, la mejora de la calidad del audio, la edición guiada, la mezcla automática y la masterización. También se destacan aplicaciones generativas como la síntesis, clonación y transformación de voz, la generación de efectos y música, y la separación de pistas. Algunas herramientas pueden combinar ambas funciones, como los asistentes de escritura, que facilitan tanto la corrección como la generación de textos. En esta etapa se posicionan herramientas de asistencia como *Adobe Podcast*, *AI Studio*, *Altered*, *Texta* o *CleanVoice AI*. Por otro lado, destacan soluciones generativas para la producción como los sistemas de síntesis de voz de *ElevenLabs*, los generadores de música *Stable Audio*, *Udio* y *Suno*, así como los separadores de pistas *Vocal Remove* y *Moises.ai* (Ribes et al., 2025, 465).

En abril de 2023, una canción titulada *Heart On My Sleeve* (Figura 3) generó un amplio debate en la industria musical al viralizarse en redes sociales. Esta pieza fue creada mediante inteligencia artificial (IA), que clonó las voces de los reconocidos artistas Drake y The Weeknd sin su participación directa. Según Savage (2023), reportero de BBC, el creador anónimo utilizó un *software* entrenado con las voces de ambos intérpretes para generar una composición original, lo cual suscitó preocupaciones éticas respecto al uso no autorizado de la identidad vocal de figuras públicas. La canción se viralizó en plataformas como TikTok y Spotify.

Este caso expone una de las problemáticas emergentes en el uso de IA generativa en el ámbito creativo: la tensión entre innovación tecnológica y derechos de autor. A pesar de que la canción no infringía *copyright* al ser una obra original, sí plantea implicaciones legales respecto al uso de identidades vocales sin autorización. En respuesta, organizaciones como la Asociación de la Industria de la Grabación de América y la Industria Fonográfica Británica impulsaron una campaña para proteger la creatividad humana frente a la automatización algorítmica. La situación destaca la necesidad urgente de establecer marcos regulatorios que equilibren el desarrollo de herramientas basadas en IA con el resguardo ético y legal del trabajo artístico humano.



Figura 3. Drake, The Weeknd || *Heart On My Sleeve* (IA) sub.español + lyrics (Paranoidlov3, 2023)

https://youtu.be/LPnbj6mdmlo?si=W0DFw8d-Pq_eN_EU

3.3 IA en la producción y postproducción audiovisual

Jironza (2024, 165) plantea que la inteligencia artificial desempeña un rol determinante en la etapa de postproducción digital dentro del ámbito audiovisual, posicionándose como un recurso estratégico para mejorar y agilizar tanto la edición como la creación de contenidos. En el contexto digital actual, la IA, en conjunto con software especializado, se ha consolidado como un soporte clave para la industria cinematográfica.

Herramientas como *CapCut*, *InVideo*, *Kaiber*, *DomoAI* y *ElevenLabs* emplean IA para optimizar la edición de videos mediante la automatización de subtítulos, efectos, animaciones y locuciones. Estas tecnologías contribuyen a reducir tanto los costos como el tiempo invertido en la postproducción, lo que facilita la generación de contenidos con altos estándares de calidad. La edición de video asistida por inteligencia artificial consiste en simplificar los procesos de producción, reducir la complejidad y el tiempo de trabajo para que los creadores puedan enfocarse en la narrativa y en el público. Su importancia principal radica en la facilidad de producir videos con creatividad, expandiendo la producción multimedia en la que intervienen creativos y pequeñas empresas del sector (Jironza, 2024, 175-176). Además, estas herramientas forman parte de la clasificación de herramientas asistenciales, pues no producen desde cero, sino que son asistentes que ayudan a mejorar y acortar el proceso de producción en tareas técnicas y operativas.

Swarnakar (2024, 6-7) argumenta que la IA dentro de la producción ha permitido mejorar el montaje de escenas, ajustar el audio y editar el color, haciendo que esta tecnología sea un asistente de automatización parcial que apoya la dirección humana y el proceso creativo. El autor menciona un ejemplo análogo al manifiesta que “la IA actúa como un pincel en las manos de un pintor, realizando su arte, no dictándole” (Swarnakar 2024, 7). A partir de aquí, la IA debe ser un apoyo para los editores, no un reemplazo de su visión artística.

4. Discusión

El presente estudio ha evidenciado que la inteligencia artificial (IA) está generando una transformación sustancial en los procesos de producción multimedia, no solo al optimizar los flujos de trabajo, sino también al democratizar el acceso a herramientas antes reservadas a profesionales altamente especializados. Las plataformas generativas como Craiyon, DALL-E, DreamStudio, Midjourney, Stability.ai y Stable Diffusion destacan por permitir generar imágenes a partir de descripciones de texto (Franganillo, 2023, 5; López, 2023, 32). Estas herramientas permiten automatizar el diseño visual, reduciendo barreras técnicas y ampliando la expresividad visual.

En cuanto a la generación audiovisual, soluciones como Make-A-Video (Meta), NUWA-XL (Microsoft) y Phenaki (Google) introducen nuevas posibilidades al permitir la creación de secuencias de video completamente generadas por IA, sin requerir archivos audiovisuales como insumo inicial (Franganillo, 2023, 9), lo que representa un cambio de paradigma en los medios visuales. En el campo del audio, soluciones como ElevenLabs, el generador de música Stable Audio y otras plataformas como Adobe Podcast, AI Studio, Altered, Texta o CleanVoice AI elevan notablemente la calidad y eficiencia de la producción sonora mediante narración sintética y clonación de voz, reduciendo significativamente los costos y ampliando el acceso a producciones de nivel profesional (Ribes et al., 2025, 465).

En el campo de la postproducción, herramientas como CapCut, InVideo, Kaiber y DomoAI desempeñan un papel más de asistencia que de creación. Estas soluciones son capaces de automatizar procesos como la edición de subtítulos, animaciones y efectos visuales; se comportan como asistentes inteligentes que optimizan tareas técnicas sin reemplazar del todo el papel de los humanos, lo cual posibilita mejorar la calidad del contenido creado y optimizar el tiempo (Jironza, 2024, 165; Swarnakar, 2024, 6-8). Esta transformación promueve la creación conjunta de máquinas y humanos, posibilitando que los creadores se enfoquen en decisiones tácticas y narrativas, en vez de trabajos mecánicos. Cabe destacar que la cantidad de herramientas con estas habilidades aumenta de manera incesante, lo cual demuestra un progreso tecnológico y una evolución acelerada que extiende las oportunidades creativas y productivas.

Esta lista es sólo una pequeña muestra de la amplia gama de soluciones que existen hoy en día; cada una de ellas está diseñada para acelerar tareas concretas dentro del proceso creativo y posibilitar que tanto los profesionales como los recién llegados puedan generar contenido multimedia con más calidad, innovación y facilidad. No obstante, el estudio presenta limitaciones derivadas de un enfoque metodológico, ya que, al sustentarse en una revisión bibliográfica de carácter cualitativo, no incorpora mediciones empíricas ni análisis experimentales que contrasten la efectividad o el impacto social de las herramientas examinadas.

Sin embargo, también surgen retos significativos. Uno de ellos es la reproducción de sesgos raciales, de género y culturales en los contenidos generados por IA. Investigaciones como las de Bueno de Santiago y otros autores (2024, 144) y la de López (2023, 34) han documentado cómo los modelos entrenados con datos no filtrados tienden a invisibilizar y sexualizar a las mujeres o reproducir estereotipos étnicos y sociales. Si no se abordan con responsabilidad, estos sesgos pueden ser amplificados por los sistemas de IA, perpetuando desigualdades sociales. Además, la hiperrealidad generada por imágenes, audios y videos sintéticos plantea serias implicaciones éticas y cuestiona la autenticidad del contenido.

Casos como el de la canción *Heart On My Sleeve*, creada artificialmente y viralizada en redes aparentando ser una obra auténtica de los artistas reconocidos, ilustran cómo las recreaciones pueden engañar al público mediante contenidos que parecen genuinos (Savage, 2023) o las imágenes falsas del Papa Francisco en un abrigo blanco o de Donald Trump siendo arrestado generaron confusión global (Franganillo, 2023, 5-6). La hiperrealidad construida por sistemas de inteligencia artificial pone en entredicho la noción de autenticidad y abre interrogantes epistemológicos sobre la definición misma de lo real en el contexto digital contemporáneo. (Floridi & Chiriatti, 2020, 691-692).

Desde un enfoque creativo, la IA contribuye a democratizar la producción multimedia, brindando a pequeños creadores, emprendedores y colectivos independientes la posibilidad de competir en escenarios profesionales que antes les resultaban inaccesibles (Jironza, 2024, 175-176). La delegación automatizada de procesos como la edición audiovisual, la creación gráfica, la síntesis vocal y el doblaje ha favorecido en gran medida la ampliación de perspectivas, estilos y narrativas dentro del ecosistema digital, impulsando una nueva era de expresión creativa más inclusiva y descentralizada (Korsunova, 2024, 81; Samad et al., 2024, 1).

Aunque la inteligencia artificial ha logrado importantes avances en la generación de contenido visual y sonoro, sus resultados continúan estando desconectados de cualquier dimensión emocional o vivencia subjetiva. Por muy sofisticadas que sean las producciones, estas no sustituyen el componente humano ni pueden replicar la esencia creativa que nace de la experiencia y el sentimiento. No se forma únicamente por la repetición de patrones, como ocurre en los sistemas algorítmicos, sino que nace del pensamiento, la intuición e incluso del error.

Aun así, los resultados revelan que, aunque la IA puede generar contenidos sorprendentes, su producción carece de experiencia emocional, juicio estético o contexto cultural profundo. Por muy sofisticadas que sean las producciones, estas no reemplazan el componente humano ni replican la esencia creativa que proviene de la experiencia y la emoción. Como señala Szabó (2024, 238), el verdadero valor creativo aún reside en la capacidad humana de intuir, sentir y errar. La IA puede automatizar procesos, pero no sustituir la vivencia ni la subjetividad, lo que sugiere un papel complementario, no sustitutivo, de la IA en los ámbitos artísticos.

Esto lleva a reflexionar cuál es el papel del creador en esta nueva realidad. En lugar de desaparecer, su función se transforma. Ya no se trata solo de diseñar o editar, sino de tomar decisiones sobre qué se genera, por qué y con qué propósito. Como propone la teoría DGMTT (Onyejelem & Eric Msughter, 2024, 1-2), el creador se convierte en un director conceptual que debe gestionar inteligentemente el potencial de la IA, sin cederle el control total de la obra. Y para ello, necesita herramientas nuevas: pensamiento crítico, criterio ético y una mirada capaz de entender el impacto de cada decisión creativa. El desafío actual radica en asegurar que la inteligencia artificial no se transforme en una vía rápida que debilite el valor creativo del contenido generado. Más bien debe asumirse como un recurso que potencia los procesos creativos (Molares et al., 2024, 2). El propósito de la inteligencia artificial no es sustituir la expresión creativa del ser humano, sino servir como apoyo para potenciarla, manteniendo intactos los elementos que hacen única la visión del creador.

5. Conclusiones

La inteligencia artificial (IA) se consolida como un recurso clave en la transformación de los proyectos multimedia, al ampliar las capacidades creativas, agilizar los procesos de producción y reducir las limitaciones técnicas que solían restringir la participación en la producción de contenidos audiovisuales. A partir del análisis realizado, se identificó que el uso de herramientas como DALL-E, Midjourney, Stable Diffusion, CapCut, ElevenLabs o Make-A-Video permite democratizar el acceso a tecnologías avanzadas y facilita la participación de una audiencia más amplia en entornos digitales altamente competitivos.

Los hallazgos del estudio evidencian que la IA favorece una producción de contenido más ágil, personalizada, accesible y diversa, transformando significativamente las prácticas en el diseño gráfico, la edición audiovisual, la generación de imágenes y audio, así como en la automatización de la postproducción. Esta accesibilidad a herramientas de IA permite que tanto expertos como aficionados adopten soluciones de alta calidad para sus procesos creativos.

Sin embargo, también se advierte que este avance implica retos sustanciales. Entre ellos, destacan la reproducción de sesgos culturales, raciales y de género, la disminución de la autenticidad en los contenidos generados, y el potencial

uso indebido de tecnologías como el *deepfake* o la clonación vocal. Estos desafíos refuerzan la necesidad de establecer marcos éticos, normativos y formativos que garanticen un uso responsable de estas herramientas.

En definitiva, los resultados obtenidos permiten concluir que la IA no reemplaza la creatividad humana, sino que la potencia y redefine. Su verdadero valor radica en ser una aliada estratégica del pensamiento creativo, capaz de enriquecer los procesos narrativos, de diseño e innovación, ampliando el acceso al mundo digital y transformando la manera en que imaginamos, construimos y compartimos contenido en el entorno multimedia contemporáneo.

Referencias bibliográficas

- Blanco, R., Cárdenas, C., & Torpoco, A. (2024). La inteligencia artificial en la publicidad. Una revisión sistemática de la década 2020-2024. *Journal of the Academy*, 11, 53-82. <https://doi.org/10.47058/joa11.4>
- Bueno de Santiago, A., Martínez, L., & Perez, A. (2024). Sesgos en la creación de imágenes por sistemas TTI de IA. Hibridando arte, ciencia y tecnología. Comunicación en VI Congreso Internacional de Investigación en Artes Visuales ANIAV 2024. <https://doi.org/10.4995/ANIAV2024.2024.18187>
- Dale, R. (2022). The voice synthesis business: 2022 update. *Natural Language Engineering*, 28 (3), 401-408. <https://doi.org/10.1017/S1351324922000146>
- Derevyanko, N., & Zalevska, O. (2023). Comparative analysis of neural networks Midjourney, Stable Diffusion, and DALL-E and ways of their implementation in the educational process of students of design specialties. *Scientific Bulletin of Mukachevo State University Series "Pedagogy and Psychology"*, 9, 36-44. <https://doi.org/10.52534/msu-pp3.2023.36>
- Divya, V., & Mirza, A. (2024). Transforming content creation. The influence of generative AI on a new frontier. *Exploring the Frontiers of Artificial Intelligence and Machine Learning Technologies*, 8, 1-17. <https://doi.org/10.59646/efaimltC8/133>
- Floridi, L., & Chiriatti, M. (2020). GPT-3. Its nature, scope, limits, and consequences. *Minds and Machines*, 30 (4), 681-694. <https://doi.org/10.1007/s11023-020-09548-1>
- Franganillo, J. (2023). La inteligencia artificial generativa y su impacto en la creación de contenidos mediáticos. *Methaodos. Revista de Ciencias Sociales*, 11(2), m231102a10. <https://doi.org/10.17502/mrcs.v11i2.710>
- Freixa, P., Redondo-Arolas, M., Codina, L., & Lopezosa, C. (2025). AI, stock photography, and image banks. Gender biases and stereotypes. *Hipertext Net* (30), 41-78. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2025.i30.05>
- Gopalan, R., & Kalpinagarajara, G. (2024). The AI artistry. Unleashing the power of generative AI in image creation. *Journal of Artificial Intelligence, Machine Learning and Data Science*, 2 (4), 1471-1480. <https://doi.org/doi.org/10.51219/JAImLD/ranjith-gopalan/333>
- Gózaló, R., & Garrido, E. (2023). A survey of Generative AI Applications. *ARXIV*, 2, 1-35. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2306.02781>
- Haritonova, A. (2023). Generative ai market map: From history and state to trends and applications [With infographic]. Web de PixelPlex. Rescatado de: <https://pixelplex.io/blog/generative-ai-market-map/>
- Holland, O., & Palumbo, J. (2025). Imágenes virales de IA al estilo de Studio Ghibli muestran el poder (y los problemas) de la última actualización de chatGpt. Web de CNN. Rescatado de: <https://cnnespanol.cnn.com/2025/03/28/ciencia/studio-ghibli-inteligencia-artificial-imagenes-virales-chatgpt-trax>
- Jironza, J. (2024). Análisis de la implementación de inteligencia artificial como herramienta de postproducción digital audiovisual. *Nawi*, 8 (2), 165-177. <https://doi.org/10.37785/nw.v8n2.a9>
- Korsunova, K. Y. (2024). Artificial intelligence in content marketing. Shaping the future of digital strategy. *Journal of Strategic Economic Research*, (1), 78-84. <https://doi.org/10.30857/2786-5398.2024.1.8>
- López, S. (2023). Un vínculo paradójico. Narrativas audiovisuales generadas por inteligencia artificial, entre el pastiche y la cancelación del futuro. *Hipertext.Net*, 26, 31-35. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2023.i26.05>
- Martínez, M., Rigueira, X., Larrañaga, A., Martínez, J., Ocarranza, I., & Kreibel, D. (2023). Impacto de la inteligencia artificial en los métodos de evaluación en la educación primaria y secundaria. Revisión sistemática de la literatura. *Revista de Psicodidáctica*, 28 (2), 93-103. <https://doi.org/10.1016/j.psicod.2023.06.001>
- Medina, J. (2024). Inteligencia artificial en el manejo forestal. Una revisión sistemática basada en el marco metodológico SALSA. *Revista Ingeniería e Innovación Del Futuro*, 3 (1), 38-53. <https://doi.org/10.62465/riif.v3n1.2024.79>
- Mohamed, A. (2024). The effect of simulating virtual scenes using artificial intelligence techniques in producing various media materials. *Journal of Ecohumanism*, 3 (8), 816-836. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i8.4771>
- Molares, J., Badenes, V., & Maiz, C. (2024). Creatividad humana vs. creatividad artificial. Estudio comparativo entre estudiantes universitarios y chatbots en la generación de ideas. *Palabra Clave*, 27 (1), 1-27. <https://doi.org/10.5294/pacla.2024.27.1.10>

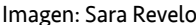
- Onyejelem, T., & Eric Msughter, A. (2024). Digital generative multimedia tool theory (DGMTT). A theoretical postulation in the era of artificial intelligence. *Adv Mach Lear Art Inte*, 5 (2), 01-09. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.20175.70563>
- Papazova, I., Hasan, A., & Khorikian-Ghazari, N. (2025). Biased AI generated images of mental illness: does AI adopt our stigma? *European Archives of Psychiatry and Clinical Neuroscience*. <https://doi.org/10.1007/s00406-025-01998-x>
- Páramo, P. (2020). Cómo elaborar una revisión sistemática. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.31465.85608>
- Plaza, J. (2024). Inteligencia artificial. Aplicación a la investigación en ciencias de la salud. *Sanidad Militar*, 80 (2), 80-84. <https://doi.org/10.4321/S1887-85712024000200008>
- Redacción Adlatina. (2024). Los primeros spots de Coca-Cola generados por inteligencia artificial. Web de *Adlatina*. Rescatado de: <https://www.adlatina.com/publicidad/los-primeros-spots-de-coca-cola-generados-por-inteligencia-artificial>
- Ribes, X., Monclús, M., & Terol-Bolinches, R. (2025). Uses of artificial intelligence in the radio production cycle. A framework for ai tool classification. *Revista de Comunicación*, 24 (1), 455-474. <https://doi.org/10.26441/RC24.1-2025-3709>
- Rico, J. (2020). El diseñador gráfico en la era de la inteligencia artificial. *EME Experimental Illustration, Art y Design*, 8 (8), 66-73. <https://doi.org/10.4995/eme.2020.13210>
- Samad, A., Izani, M., Abdulla, D., Faiz, M., Wadood, R., & Hamdan, A. (2024). Innovative workflow for ai-generated video: addressing limitations, impact and implications. *IEEE Symposium on Industrial Electronics y Applications (ISIEA)*, 1-7. <https://doi.org/10.1109/ISIEA61920.2024.10607369>
- Savage, M. (2023). El éxito viral de una canción creada por inteligencia artificial con las voces de Drake y The Weeknd (y la preocupación de los artistas). Web de *BBC News Mundo*. Rescatado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-65271563>
- Swarnakar, S. (2024). Artificial intelligence and cinema. Exploring the implications of artificial intelligence in cinema. En S. V. Kashyap, S. Bajaj, S. Bagchi & A. Bairagi (eds.), *The Media Mosaic. Exploring Diverse Artistic Forms* (pp. 21-26). Nagpur, India: Innovative Scientific Publication.
- Szabó, H. (2024). The impact of artificial intelligence on film criticism: balancing advancement and human expertise. *New Horizons in English Studies*, 9, 230-241. <https://doi.org/10.17951/nh.2024.9.230-241>

Reseña curricular

Mercedes Quispillo es magister en Comunicación Audiovisual por la Universidad Central del Ecuador. Cuenta con más de 6 años de experiencia profesional en diseño gráfico. Experta en *merchandising* y material promocional. Ha trabajado con empresas a nivel nacional, ofertando sus productos por medio de la agencia Onart Publicidad, de la cual es propietaria. Fue docente en la Universidad Indoamérica, en la carrera de Diseño Gráfico.

Declaraciones:

- Los autores declaran que, en la elaboración del presente artículo, no se ha utilizado herramientas de inteligencia artificial.





BRAND



Imagen: José Villacrés

Seducir y emocionar.

Reflexionando sobre el diseño y la gestión de marca

En esta sección de la revista Ñawi pueden encontrarse trabajos de investigación que abordan diversas cuestiones fundamentales relacionadas con el diseño y la gestión de marcas. Se reflexiona sobre la utilización de los múltiples elementos visuales que intervienen a la hora de construir mensajes capaces de transmitir valores, significados y emociones. También se examinan las estrategias a través de las cuales se comunica una identidad de marca. En esta ocasión, tendremos la oportunidad de leer un interesantísimo trabajo centrado en el análisis gráfico de los carteles publicitarios de cierta fiesta popular ecuatoriana, poniéndose en valor los vínculos que pueden darse entre diseño gráfico, comunicación visual e identidad cultural.

Lidia Navas Guzmán, Ph.D.

Seduce and excite.**Reflecting on design and brand management**

This section of the Ñawi journal features research papers that address fundamental issues in brand design and management. It reflects on the use of multiple visual elements involved in constructing messages capable of conveying values, meanings, and emotions. It also examines the strategies through which brand identity is communicated. On this occasion, we will have the opportunity to read a fascinating piece focused on the graphic analysis of advertising posters for a certain popular Ecuadorian festival, highlighting the links that can exist between graphic design, visual communication, and cultural identity.

Lidia Navas Guzmán, Ph.D.



Imagen: Adriana Zúñiga



Imagen: Melery Angulo

Carteles oficiales de la fiesta de La Fruta y de las Flores de Ambato. Un análisis desde el diseño gráfico.

Official posters for the Ambato Fruit and Flower Festival: a graphic design analysis.

Resumen:

En el presente estudio se analizan los carteles publicitarios oficiales de la Fiesta de la Fruta y de las Flores de la ciudad de Ambato (Ecuador) del periodo 2011-2025, sobre la base del reconocimiento del cartel como elemento de primer orden a la hora de conocer periodos históricos. A partir del diseño gráfico se analiza una muestra conformada por quince carteles seleccionados por criterio y por factibilidad de estudio. Para ello, se aplican entrevistas semiestructuradas, observación directa y análisis de contenido gráfico, fundamentado en la teoría del cartel de Norberto Chaves, que contempla seis categorías analíticas: contacto, información, persuasión, identificación, convencionalidad

y estética. Los resultados evidenciaron una transformación en el uso de elementos visuales, con una presencia marcada de estilos autorales, pero también contrastes en cuanto a la incorporación de datos clave como el año o número de edición y una tendencia recurrente al uso de íconos genéricos. Se concluye que los carteles, aunque poseen un valor como herramienta de comunicación visual y archivo simbólico, requieren una articulación metodológica. Este estudio aporta al campo del diseño gráfico desde una perspectiva analítica para futuras producciones visuales vinculadas a celebraciones patrimoniales.

Palabras claves: Cartel publicitario; fiestas populares; análisis gráfico; identidad cultural; comunicación visual.

Sumario. 1. Introducción. 2. Metodología. 3. Desarrollo. 3.1 Contacto. 3.2 Información. 3.3 Persuasión. 3.4 Identificación. 3.5 Convencionalidad. 3.6 Estética. 4. Conclusiones.

Cómo citar: Naranjo Huera, V. L., & Flores Zúñiga, K. E. (2026). Carteles oficiales de la fiesta de La Fruta y de las Flores de Ambato. Un análisis desde el diseño gráfico. *Nawi. Arte, Diseño, Comunicación*, Vol. 10, Núm. 1, 203-231.

<https://nawi.espol.edu.ec/>
www.doi.org/10.37785/nw.v10n1.a10

Vilma Lucia Naranjo Huera
Universidad Técnica de Cotopaxi
Latacunga, Ecuador
vilma.naranjo@utc.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-3506-7021>

Karen Esther Flores Zúñiga
Universidad Técnica de Cotopaxi
Latacunga, Ecuador
karen.flores8139@utc.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0004-7579-5810>

Enviado: 29/7/2025
Aceptado: 20/10/2025
Publicado: 15/1/2026



Esta obra está bajo una licencia internacional
Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.

Abstract:

This study analyzes the official advertising posters for the Fruit and Flower Festival in the city of Ambato from 2011 to 2025. It is based on the recognition of posters as a primary source for understanding historical periods. Fifteen posters were selected for analysis based on their graphic design, criteria, and feasibility for the study. Semi-structured interviews, direct observation, and graphic content analysis were applied, based on Norberto Chaves' poster theory, which considers six analytical categories: contact, information, persuasion, identification, conventionality, and aesthetics. The results showed an evolution in the use of visual

elements, with a marked presence of authorial styles, but also contrasts in terms of the incorporation of key data such as the year or edition number and a recurring tendency to use generic icons. It is concluded that posters, although they have value as a visual communication tool and symbolic archive, require methodological articulation. This study contributes to the field of graphic design from an analytical perspective for future visual productions linked to heritage celebrations.

Keywords: Advertising poster; popular festivals; graphic analysis; cultural identity; visual communication.

1. Introducción

Ecuador, un país ubicado en el noroeste de América del Sur, es conocido por su rica diversidad y por sus numerosas celebraciones populares (Gilad, 2023). A pesar que el sector turístico enfrenta una disminución en las llegadas internacionales (*Revista Científica Élite*, 2025) la ciudad de Ambato, situada en la provincia de Tungurahua, se ha consolidado como una de las principales atracciones turísticas del país, gracias a la Fiesta de la Fruta y de las Flores (Municipio de Ambato, 2025).

Esta festividad nace a partir del terremoto del 5 de agosto de 1949, sismo que destruyó la urbe y muchos de los cantones que en aquella época formaban la Provincia de Tungurahua. La comunidad, en respuesta de esta tragedia e inspirados en la fertilidad de la tierra, decidieron celebrar la vida y la reconstrucción. Se levantaron y buscaron la manera de salir adelante (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2023, párr. 1). Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), “las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural (...) a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas” (2013, 27).

La identidad de los pueblos (Oviedo et al., 2023) se construye como una manifestación cultural y, con el transcurso del tiempo, se integra en la vida cotidiana de las personas estableciendo vínculos que se integran al relato identitario de cada generación. En Ecuador, las diversas manifestaciones culturales populares se presentan en varios espacios donde sobresalen costumbres y tradiciones propias; algunas originarias, representativas de cada lugar, y otras compartidas entre regiones, que consolidan la identidad local y nacional.

Dentro de estas manifestaciones se encuentra la fiesta popular, que es una manera de plasmar el legado de una sociedad, dado que “la festividad ritual supone una puesta en escena de lo social: una actuación mediante la cual los roles, los significados y los lugares (...) destacan su visibilidad y exponen sus contingencias, ambigüedades y conflictos para que puedan ser mejor trabajados socialmente” (Pereira, 2009, 13). Complementando al respaldo otorgado por la comunidad, la festividad fue declarada en diciembre de 2019, por el Parlamento Andino, como un referente cultural y patrimonio inmaterial de la región andina, debido a su riqueza histórica y lingüística.

Considerando lo expuesto anteriormente, esta festividad ha cobrado relevancia, despertando el interés de varios investigadores, como por ejemplo Diana Flores Carrillo (2024), que en *El diseño en la producción artesanal. Representaciones y significados de los carros alegóricos de la fiesta de la Fruta y de las flores en Ambato* analiza la contribución del diseño y la presentación de la cultura en los carros alegóricos. También debe enfatizarse la relevancia y la planificación económica en el desarrollo de festividad.

La Fiesta de la Fruta y de las Flores, en la actualidad, es planificada, organizada y ejecutada por el Comité Permanente. Dentro del marco de esta celebración se desarrollan diversos eventos, tales como el pregón, la bendición de las flores, las frutas y el pan, el desfile de la Confraternidad y la Ronda Nocturnal. Desde 1952, cada edición ha sido acompañada por un cartel publicitario oficial, exceptuando la primera edición (Vinicio Vargas, comunicación personal, 24 de junio del 2025). El propósito del cartel publicitario es representar fielmente las propiedades fundamentales de un producto o una idea, con el objetivo de alcanzar los máximos beneficios entre la sociedad (Checa, 2015, 84). El cartel, además de desempeñar la función de difundir y promocionar, representa simbólicamente la memoria colectiva de esta tradición local.

Según Martín y Muñoz (2021) los carteles publicitarios son elementos importantes para entender los acontecimientos culturales. Sin embargo, a pesar de su importancia evidente, existen muy pocos estudios que analicen su impacto y potencial para influir en la preservación de la identidad e imagen de la misma, así como para plantear alternativas de diseño. Esto limita su capacidad para reforzar el imaginario festivo y ofrecer lineamientos de innovación en el diseño gráfico.

Se debe agregar que el cartel publicitario juega un papel esencial como medio de comunicación al momento de expresar y transmitir información. Su función principal es atraer la atención del observador, informar y generar curiosidad para motivar a realizar una actividad. Para ello, es necesario que se utilice un lenguaje que sea comprensible para las personas a las que va dirigido el producto o servicio (Glaser, 1981). Los carteles publicitarios reflejan la sociedad a la que están dirigidos, tal como señala Eguizábal (2014).

Otros autores (Martín et al., 2021, 222) han afirmado que el cartel adquiere “una condición inequívoca de la representación social; es por ello que se convierte en un elemento de primer orden a la hora de comprender los periodos históricos en los que fue creado y difundido”. Con frecuencia, los carteles publicitarios son el reflejo de la preferencia estética de su tiempo, pero, al mismo tiempo, son una radiografía sumamente certera de los públicos a los que se dirigen, y nos permite conocer las modas del momento, las formas de expresión, los hábitos y costumbres

de los diferentes grupos sociales a los que dirigen sus mensajes y, en definitiva, los anhelos y deseos de una sociedad en un momento determinado.

Por su parte, Drumeva (2025) se enmarca en la necesidad de comprender cómo los símbolos visuales, despojados de significados culturales o religiosos profundos, pueden comunicar ideas complejas de manera efectiva desde el diseño gráfico. Se enfoca en que la simplicidad del símbolo permite la complejidad conceptual, así como el autor enfatiza en que la comunicación visual no sólo transmite información, sino que genera una experiencia estética y emocional con el espectador, lo que enriquece la comprensión del mensaje.

A modo de síntesis, esta investigación analiza el lenguaje visual utilizado en los carteles publicitarios oficiales de la Fiesta de la Fruta y de las Flores en el periodo 2011-2025. Con tal propósito se identificarán los carteles publicitarios para ser objetos de análisis, discutir y mostrar los resultados alcanzados.

2. Metodología

El presente estudio se enmarca en un enfoque cualitativo a partir de un análisis gráfico de los carteles oficiales de la Fiesta de la Fruta y de las Flores (2011-2025), celebrada en Ambato. El presente análisis se sustentó en la teoría propuesta por el diseñador Norberto Chaves (1989a y 1989b), quien plantea diversas categorías que permiten comprender el cartel como mensaje gráfico. Las pautas de Norberto Chaves se concentran en el estudio de seis pasos fundamentales para comprender los mecanismos del mensaje gráfico: contacto, información, persuasión, identificación, convencionalidad y estética. Estas categorías encaminaron el proceso de observación, constituyéndose como eje principal para el desarrollo de este estudio.

Para alcanzar los objetivos planteados se aplicaron herramientas e instrumentos que ayudaron en la recolección de datos. Se consideraron tres técnicas fundamentales: entrevistas, observación y análisis de contenido (Tabla 1).

Tabla 1. Cuadro de técnicas de recolección de datos.

La población de estudio está compuesta por los carteles oficiales de la Fiesta de la Fruta y de las Flores, emitidos por el Comité Permanente pertenecientes al período que va de 1990 a 2025. Según la investigación titulada “Análisis del cartel promocional de la Fiesta de las Flores y Frutas, durante el periodo 1990-2024, en la ciudad de Ambato”, realizada por Pinos (2024), existe evidencia documental y disponibilidad de información de al menos 32 carteles emitidos oficialmente durante dicho periodo.

Para el desarrollo de esta investigación se han delimitado como muestra 15 carteles, correspondientes a los últimos años 2011-2025, tomando en cuenta que la técnica de muestreo es no probabilística.

Tipo de información	Técnicas de investigación	Instrumentos de recolección
Primaria	Entrevistas	Entrevistas realizadas para la investigación y entrevistas realizadas por Pinos (2024) dirigida a los creadores de los carteles publicitarios.
Secundaria	Observación	Matriz de inducción de los carteles oficiales de la Fiesta de la Fruta y de las Flores.
	Análisis de contenidos	Artículos académicos y tesis

Es por ello que los principales criterios para esta selección responden a criterios metodológicos y de factibilidad del estudio, ya que, para obtener el objeto de análisis, se realizó una solicitud formal al Comité permanente y se llevó a cabo una tabla con su respectiva información (Tabla 2). Para este análisis se realizó una ficha por cartel y una matriz de inducción como instrumento que permitió la comparación de los seis criterios (ver Tabla 3 sobre las variables de estudio).

Tabla 2. Cuadro de muestras.

Número de cartel	Año	Autor	Slogan
1	2011	Marcelo Freire	El dulce encanto de vivir.
2	2012	Barona Grafic/Andre s Barona	Sonidos de felicidad.
3	2013	ManGo estudio grafico/Pablo Proan o	Ambato vive de corazón.
4	2014	Christian Ruiz	Ambato enciende los colores de la alegría.
5	2015	Alexander Sa nchez	Ambato renacer de los sueños.
6	2016	Grupo red/rocket 8 Christian Ruiz y Roberto Rivera	Ambato siente.
7	2017	Jhoanna Castillo	Ambato fusión, herencia, identidad e inspiración.
8	2018	Santana estudio/Gabriel Santana	Viva Ambato
9	2019	Santana estudio/Gabriel Santana	La fiesta la hacemos todos.
10	2020	Lilia n Garce s	Rescatando el pasado, construyendo el futuro.
11	2021	Diego Lara Comité Permanente de la FFF	El origen
12	2022	Comité Permanente de la FFF	Nos levantamos
13	2023	Comité Permanente de la FFF	Florece para el mundo
14	2024	Comité Permanente de la FFF	Ambato está en ti, está en todos
15	2025	Cristian Nuñez	La tradición, se vive.
Total de carteles para analizar			15 carteles

El procedimiento de análisis incluyó la observación de aspectos gráficos que permitieron buscar similitudes y diferencias en el diseño de los carteles. La observación de elementos visuales como tipografía, color, imagen, composición y estilo permitieron analizar y comparar los 6 fundamentos del diseño del cartel publicitario.

Las variables de análisis se organizaron en base seis elementos del diseño del cartel propuesto Norberto Chaves (1989a y 1989b), desarrolladas como preguntas guía que orientaron el proceso e interpretación de los carteles. Se consideraron variables como categoría, criterio de análisis gráfico y preguntas (Tabla 3).

Tabla 3. Variables del análisis. Criterios de análisis propios, basados en la teoría del cartel de Norberto Chaves.

Categoría	Criterio análisis gráfico	Pregunta
Contacto	Uso de imágenes y estilo	¿Cuál es el elemento visual de mayor impacto que permite establecer contacto con el receptor?
Información	Texto, imágenes	¿Qué nociones o mensaje intenta transmitir el emisor?
Persuasión	Retórica	¿Cómo intenta influir en el receptor?
Identificación	Marca visual, auspiciantes del evento	¿A qué institución o empresa se asocia el cartel?
Convencionalidad	Significado, simbología	¿En qué medida el cartel sigue con las convenciones visuales de la fiesta?
Estética	Composición, estética, color, tipografía	¿Qué grado de innovación estética presenta con ediciones anteriores?

Dado que el estudio involucró la participación de personas mediante entrevistas, se obtuvo el consentimiento informado de los participantes, conforme a los principios éticos de la investigación en Ciencias Sociales establecidos por el Informe Belmont (1979).

3. Desarrollo

A partir de las 15 muestras, se elaboraron los resultados derivados de la observación de cada cartel, tomando en cuenta las entrevistas realizadas para esta investigación y las realizadas por Karen Pinos (2024). A continuación, se exhiben los carteles que constituyen el objeto de estudio (Figura 1). También se presenta el análisis de cada cartel, según los criterios establecidos.



Figura 1. Carteles oficiales de la FFF. Fuente: Comité Permanente de la Fiesta de las Frutas y de las Flores.

3.1 Contacto

Se toma en cuenta que el contacto, según Chaves (1989a y 1989b), consiste en la capacidad del mensaje para captar la atención e incitar su lectura, el cual posee la capacidad de ser visible, legible y pregnante (Tabla 4).

Tabla 4. Criterio uno, Contacto

2011	Collage de fotografías de flores y frutas en forma de un colibrí, ubicada en la parte superior central de la composición
2012	Ilustración del rostro del estereotipo de una mujer, del cabello sale una flor llamada hibisco o flor de jamaica junto con ornamentación y notas musicales ubicadas en la parte izquierda del cartel.
2013	Ilustración de una mariposa ubicada en la parte central del cartel, compuesta de varias formas, colores e ilustraciones como la primera imprenta, la catedral, pan de Ambato, poncho de Chibuleo.
2014	Ilustración sintetizada de varios sapos llamados jambatos de varios colores en forma de serpentinas que ocupa la parte superior derecha del cartel. Seguido de la palabra Ambato con distintos colores.
2015	Presencia de un collage en forma del ave fénix la cual alberga varios elementos como flores, frutas y edificaciones emblemáticas de la ciudad de Ambato. Ubicada en la parte central
2016	Collage en forma de corazón realizada con espirales de diferentes colores, ubicado en la parte superior del cartel.
2017	Ilustración en la parte superior central en forma de flor de fuego saliendo como fénix y encima de ella siluetas de personas en diferentes colores seguido de la palabra Ambato. Ubicada en la parte central del afiche
2018	Representación abstracta de una flor compuesta de flores, baile, frutas y fiesta y dividida en pétalos, ubicada en la parte superior central.
2019	Ilustración semejante a una flor con pétalos como planos seriados de diferentes colores, ubicada en la parte central del cartel.
2020	Ilustración de un guaytambo compuesta de elementos como reloj, quinde, energía eólica, catedral, ciudad futurista, árbol en el centro. Ubicada en la parte central del diseño.
2021	Ilustración de varias formas y colores que muestran flores y simula ser una especie de árbol ubicada en la parte superior central de la composición.
2022	Bodegón fotográfico con elementos, flores y frutas. Ubicada como fondo.
2023	Fotografía de una mujer adornada con flores y en el fondo una edificación icónica de la ciudad. Ubicada en la parte central.
2024	Ilustración de dos manos sosteniendo un reloj de arena junto con flores y un colibrí en la parte de arriba. Ubicada en la parte central del diseño.
2025	Ilustración de diferentes mujeres, flores y un monumento representativo de la ciudad. Ubicada en la parte central del cartel.

En la categoría de contacto se observó que los elementos que captan la atención del receptor ocupan al menos el 50% del cartel, y se ubican principalmente en la parte central. Estos elementos suelen estar conformados por colores intensos e ilustraciones llamativas. Un ejemplo claro se encuentra en el cartel del año 2011, donde la figura más reconocible es un *collage* en forma de colibrí que se sitúa en el centro de la composición, generando contacto inmediato con el espectador (Figura 2).



Figura 2. Cartel oficial de la FFF del año 2011. Fuente: Comité Permanente de la Fiesta de las Frutas y de las Flores.

3.2 Información

Esta categoría se refiere a la capacidad que tiene el mensaje para trascender las nociones que el emisor intenta transmitir y, a partir de ello, suscitar en ellos representaciones, ideas, imágenes y textos (Tabla 5).

Tabla 5. Criterio dos, Información

Año	Información
2011	Invita a la sexagésima fiesta de las flores y las frutas de Ambato. Del 26 de febrero al 28 de marzo del 2011
2012	Invita a la sexagésima primera fiesta de la fruta y de las flores, del 17 al 21 de febrero del 2012
2013	Del 08 al 12 de febrero del 2013.
2014	Invita a la sexagésima tercera fiesta de las flores y las frutas de la ciudad de Ambato, del 28 de febrero al cuatro de Marzo del dos mil catorce.
2015	Del 13 al 17 de febrero de dos mil quince
2016	Sexagésima quinta fiesta de la fiesta de la fruta y de las flores, del 5 al 9 de febrero del dos mil dieciséis.
2017	Sexagésima sexta fiesta de las flores y las frutas de Ambato. Del 24 al 28 de febrero del dos mil diecisiete
2018	67 va, Sexagésima séptima fiesta de la Fiesta de la Fruta y de las Flores, del 9 al 13 de febrero del 2018.
2019	68va, Sexagésima octava edición FFF, del 1 al 5 de marzo del 2019
2020	69 na Fiesta de la fruta y de las flores, del 21 al 25 de febrero 2020
2021	70 FFF wiñay, 70 edición FFF
2022	71 edición FFF, del 25 de febrero al 01 de marzo del 2022
2023	Septuagésima segunda Fiesta de la fruta y de las flores, 17 al 21 de febrero 2023, No.72.
2024	Septuagésima tercera fiesta de la fruta y de las flores, del 9 al 16 de febrero
2025	LXXIV fiesta de la fruta y de las flores, del 28 de febrero al 4 de marzo

En relación a la información, la mayoría de los carteles incluyen las fechas en las cuales se realizará la fiesta, salvo el cartel correspondiente a 2021. Asimismo, se evidencia una variación en la forma de consignar el número de edición: en algunos casos se emplea la notación escrita en letras (por ejemplo, septuagésima octava), mientras que en otros se recurre a una forma numérica abreviada (78va). Cabe señalar que los carteles correspondientes a 2013 y 2015 no presentan el número de edición. Sin embargo, un ejemplo representativo del diseño de la información es el

cartel de 2013, que incorpora claramente información de la festividad en un recuadro, ubicado debajo de la ilustración de la mariposa y en la misma gama cromática, un texto que consigna de manera clara la fecha y año de la festividad (Figura 3).



Figura 3. Cartel oficial de la FFF del año 2013. Fuente: Comité Permanente de la Fiesta de las Frutas y de las Flores.

3.3 Persuasión

La siguiente categoría, la persuasión, se refiere a la capacidad del mensaje visual de convencer al receptor sobre la veracidad de la información presentada, influyendo en su comportamiento y motivando, por ejemplo, a participar en la festividad o a consumir productos vinculados a ella (Tabla 6).

Tabla 6. Criterio tres, Persuasión.

Año de publicación	Persuasión
2011	La frase "El dulce encanto de vivir" transmite un mensaje de celebración de la vida, en este caso dentro de la Fiesta de la Fruta y de las Flores. En el cartel, la figura principal es un colibrí, ave que simboliza la prosperidad y las bendiciones, evocando el deseo de una vida plena y duradera. Además, el color rosado a partir de la psicología del color denota compasión, afecto y ternura, acentuando el tono emocional y positivo del mensaje gráfico.
2012	La frase "Sonidos de felicidad" invita al espectador a experimentar emocionalmente la festividad a través del sentido del oído, dando a entender que la celebración está cargada de alegría y música. El autor del cartel añade las notas musicales que pertenecen a la emblemática canción "Ambato, tierra de flores".
2013	La frase "Vive de corazón y vivamos juntos la mejor fiesta del país" invita a todos a disfrutar y celebrar unidos. Según el autor del cartel utiliza como símbolo principal una mariposa utilizada como símbolo de libertad.
2014	La frase "Enciende los colores de la alegría" persuade principalmente a través de la evocación emocional, despertando sensaciones de energía y celebración. Por otro lado, los jambatos representan un símbolo histórico de la ciudad, ya que según el autor en el pasado abundaban en los ríos.
2015	La frase "El renacer de los sueños" transmite el mensaje de esperanza y superación y renovación reforzado por la ilustración del ave fénix,
2016	El cartel persuade a través de las emociones, invita a las personas a conectarse con sus propios sentimientos. La palabra "Siente", junto con el corazón como símbolo universal generan cercanía y las serpentinas de colores refuerzan esta emoción.
2017	El cartel persuade al despertar el sentimiento de orgullo e identidad, invitando a valorar y celebrar lo propio, especialmente a través de la frase "Ambato: fusión, herencia, identidad e inspiración". Según la autora, la ilustración en forma de flor con siluetas de personas sobre ella simboliza el espíritu ambateño y el esfuerzo del Ambateño al reconstruir la ciudad.
2018	El cartel persuade a través de la frase "¡Viva Ambato!" y una ilustración que, según el autor, tiene como propósito mostrar los elementos que caracterizan a la FFF.
2019	La frase "¡Viva Ambato!" transmite entusiasmo. Acompañada de una ilustración en forma de flor reflejando la diversidad natural que

2019	La frase “¡Viva Ambato!” transmite entusiasmo. Acompañada de una ilustración en forma de flor reflejando la diversidad natural que caracteriza a Ambato, conectando con los sentimientos de quienes viven y aman esta tierra. Así, el cartel persuade apelando a la emoción, al sentido de pertenencia y al cariño por las tradiciones de la festividad.
2020	El cartel persuade al espectador combinando elementos visuales y simbólicos que conectan emocionalmente con la historia y el futuro de Ambato. La frase “Rescatando el pasado, construyendo el futuro” hace reflexionar sobre la importancia de recordar los orígenes para seguir avanzando. El reloj representa el valor del pasado, mientras que los elementos de la parte superior proyectan una visión optimista hacia una ciudad moderna y ambientalmente responsable.
2021	El cartel persuade a través de la frase “El origen” y la ilustración, que simboliza a la festividad. Esta combinación invita a valorar las raíces y la riqueza natural. Además, la palabra “Wiñay” que en quechua significa “eterno” o “perdurable” refuerza el mensaje, generando una conexión profunda con la idea de que las tradiciones y la naturaleza perduran a lo largo del tiempo.
2022	El cartel persuade al transmitir un mensaje de esperanza y fortaleza en un momento de crisis, como lo fue la pandemia. La frase “Nos levantamos” junto con la fotografía de fondo de una habitación llena de flores sugieren que a pesar de las dificultades la comunidad sigue celebrando y manteniendo viva su tradición.
2023	Con la frase “Florece para el mundo” y la ilustración de una mujer vestida con un vestido de flores transmite un mensaje de renacimiento. La imagen simboliza cómo su gente vuelve a florecer, renovándose y mostrando al mundo su regreso.
2024	Con la frase “Está en ti, está en todos”, el cartel transmite que todos somos parte fundamental de la fiesta y que la responsabilidad de mantenerla viva está en cada uno de nosotros. La ilustración del reloj simboliza la trayectoria de la festividad y las manos representan el arduo trabajo de los ambateños en el desarrollo y la continuidad de esta tradición.
2025	La frase “Se vive la tradición” hace referencia a la festividad en el tiempo siendo parte de la identidad de Ambato. La ilustración del cartel según el autor simboliza al terremoto con la forma cónica en la

En relación con esta categoría, se observa que la mayoría de carteles ejercen influencia sobre el espectador mediante *slogans* e ilustraciones. Frases como “Vive de corazón”, “Sonidos de felicidad”, “Rescatando el pasado, construyendo el futuro” o “Vivamos juntos la mejor fiesta del país” se acompañan de imágenes de flores, frutas, relojes y personas, que funcionan como elementos clave para conectar emocionalmente con el público y reforzar un sentido de identidad local.

Algunos carteles apelan a la persuasión de manera directa, a través de mensajes claros y potentes, mientras que otros lo hacen de forma más sutil o simbólica, valiéndose de colores, símbolos y composiciones visuales. Un ejemplo representativo es el cartel del año 2014, cuyo slogan “Enciende los colores de la alegría” persuade, principalmente, mediante la evocación emocional, despertando sensaciones de energía y celebración. Además, la inclusión de los jambatos –anfibios históricamente abundantes en los ríos de la ciudad– funciona como un recurso simbólico que vincula la memoria histórica con el presente festivo. La representación de jambatos multicolores en forma de serpentinan capta la atención del espectador, aportando un carácter lúdico y disruptivo.

El cartel combina una comunicación clara y formal con una fuerte apelación a la identidad local. Su estética, basada en vectores coloridos, un fondo radial oscuro y contrastes marcados, enriquece la composición y refuerza la estrategia persuasiva (Figura 4).

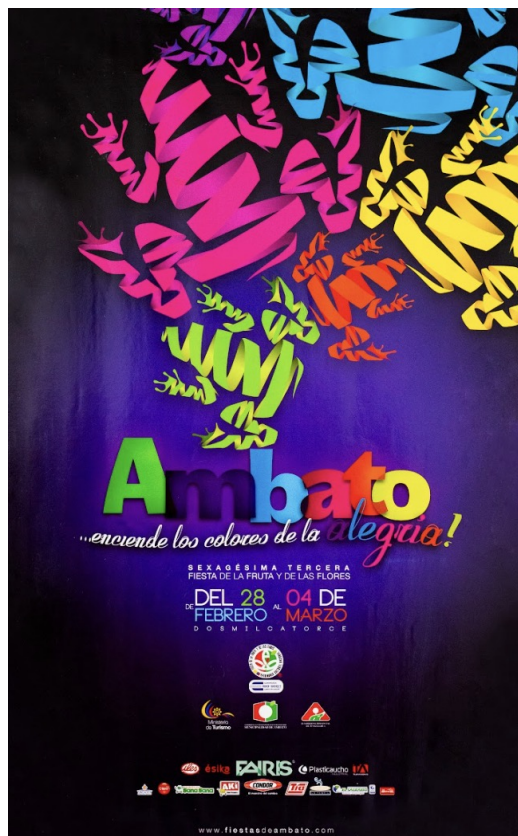


Figura 4. Cartel oficial de la FFF del año 2014. Fuente: Comité Permanente de la Fiesta de las Frutas y de las Flores.

3.4 Identificación

De acuerdo con Chaves (1989a y 1989b), la categoría de identificación se refiere a la capacidad del mensaje para sugerir la identidad del emisor, de modo que quede inscripta en la percepción del receptor (Tabla 7).

Tabla 7. Criterio cuatro, Identificación.

Año de publicación	Identificación
2011	El cartel está asociado a instituciones gubernamentales. Se entiende que las marcas asociadas son los organizadores de la fiesta. Municipio de Ambato, Comité Permanente y Consejo Provincial de Tungurahua. Además, estas 3 marcas visuales tienen los colores de la provincia de Tungurahua.
2012	Los logos son de instituciones gubernamentales los cuales son los organizadores: Municipio de Ambato, Comité Permanente y Consejo Provincial de Tungurahua.
2013	El cartel está asociado con los organizadores del evento: Municipio de Ambato, Comité Permanente y Consejo Provincial de Tungurahua, ministerio de turismo. Los auspiciantes son: supermercado AKI, cooperativa de ahorro y crédito OSCUS, CNT, FAIRIS, ALES.
2014	Está asociado con el Municipio de Ambato, Comité Permanente y Consejo Provincial de Tungurahua Los auspiciantes son: Ales, ésika, Fairis, Plasticaucho, Teleamazonas, Farmacias Sana Sana, akí, pinturas Condor, Tía, La fabril, coop. El Sagrario y Coca-Cola.
2015	Logos de los organizadores: Comité Permanente, Municipio de Ambato y Consejo Provincial de Tungurahua, ubicados en la parte inferior central del cartel.
2016	Logos de los organizadores de la festividad: Municipio de Ambato, COTECNA, Comité Permanente y Gobierno Provincial de Tungurahua.
2017	Los organizadores son: Municipio de Ambato, Comité Permanente y Gobierno Provincial de Tungurahua. Auspiciantes: Plasticaucho, Banco Bolivariano, Constructora Alvarado, Cinemark, Avena Polaca, Turbo, el Comercio, Aseguradora del Sur, El motor, Teleamazonas, Autorepuestos Unión, EMAPA, El Sabor, Imprenta la Matriz y FDT, Sana Sana, Banco Pichincha, Coop. Policía Nacional, KIA, Mall de los Andes, Pipa Nic, Tía, Universidad Uniandes.
2018	Se usan los logos de los organizadores del evento que son el Municipio de Ambato, Comité Permanente y Gobierno Provincial de Tungurahua, ubicándose en la parte inferior uno a lado del otro.

2019	Se usan los logos de los organizadores del evento que son el Municipio de Ambato, Comité Permanente y Gobierno Provincial de Tungurahua, ubicándose en la parte inferior uso a lado del otro.
2020	Se usan los logos de los organizadores del evento que son el Municipio de Ambato, Comité Permanente y Gobierno Provincial de Tungurahua, ubicándose en la parte inferior uno a lado del otro.
2021	Se manejan todos los logos de los auspiciantes y los organizadores que son el Municipio de Ambato, Comité Permanente y marca ciudad de ese entonces, ubicados en la parte superior central.
2022	Se muestran los logos de los auspiciantes y organizadores en la parte superior central, los cuales son el Municipio de Ambato, Comité Permanente y Gobierno Provincial de Tungurahua.
2023	En este caso no se ubican auspiciantes en la composición. Logos: Se muestran los logos de los organizadores que son el Municipio de Ambato, Comité Permanente y Gobierno Provincial de Tungurahua, ubicados en la parte inferior central.
2024	Se muestran los logos de los organizadores que son el Municipio de Ambato, Comité Permanente y marca ciudad actual, ubicados en la parte superior central y el logo del Gobierno Provincial de Tungurahua en la parte central inferior.
2025	Se muestran los logos de los organizadores, Municipio de Ambato, Comité Permanente y marca ciudad actual y el Gobierno Provincial de Tungurahua ubicados en la parte superior.

En esta categoría se constató que las entidades organizadoras que predominan en los carteles analizados son el Municipio de Ambato, el Comité Permanente y el Consejo Provincial de Tungurahua, instituciones que se repiten de manera constante, lo que evidencia su rol principal en la organización de la festividad. En cuanto a los auspiciantes, estos varían en cada cartel, y el tamaño de sus logotipos cambia en función del nivel de apoyo económico brindado, destacándose con mayor visibilidad aquellos que aportan recursos significativos.

Un ejemplo representativo se encuentra en el cartel de 2016, donde se destacan los logotipos del Municipio de Ambato, COTECNA, el Comité Permanente y el Gobierno Provincial de Tungurahua, reforzando la identidad institucional y la legitimidad de los organizadores de la fiesta. Asimismo, en un segundo renglón se ubican los logotipos de los auspiciantes, cuya disposición jerárquica evidencia su rol de apoyo y su contribución económica al evento (Figura 5).



Figura 5. Cartel oficial de la FFF del año 2016. Fuente: Comité Permanente de la Fiesta de las Frutas y de las Flores.

3.5 Convencionalidad

Esta categoría, según Chaves (1989a, 7), analiza la “capacidad del mensaje para comunicar sus propias claves de decodificación, como debe ser leído el mensaje mediante su código citando las, si son pre existentes, o explicándolas, si son nuevas, de modo de garantizar al máximo la inmediatez de su registro se logra mediante la clara inscripción del mensaje en un código visual compartido compatible con los receptores”. Es por ello que esta categoría es importante a la hora de crear carteles (Tabla 8).

Tabla 8. Criterio cinco, Convencionalidad.

Año de publicación	Convencionalidad
2011	Se emplean elementos convencionales como las flores, las frutas y el colibrí. Mientras que los elementos disruptivos se encuentran en la forma compositiva con respecto a los carteles anteriores. Se trata de un collage en la silueta del colibrí que integra la diversidad de frutas y flores que se producen en la ciudad.
2012	Se emplean como elementos convencionales la mujer, la flor, las plantas y notas musicales, no presenta elementos disruptivos ya que todos son elementos conocidos por el receptor.
2013	El cartel emplea como elemento convencional la figura de la mariposa, sin embargo, su composición resulta disruptiva ya que integra diversas formas, colores e ilustraciones.
	Los elementos convencionales son las serpentinas, pero el elemento disruptivo es su forma, la cual es una síntesis de uno de los animales más característicos de la ciudad llamado jambato.
2015	El cartel incorpora elementos convencionales como las flores, frutas, edificaciones y el ave fénix. Sin embargo, el carácter disruptivo radica en la manera en que estos elementos fueron integrados compositivamente, las flores, frutas y edificaciones se disponen en forma de alas.
2016	El cartel incorpora elementos convencionales como el corazón y las serpentinas. No obstante, el rasgo disruptivo se manifiesta en la propuesta gráfica del corazón.
2017	El cartel utiliza elementos convencionales como notas musicales, figuras humanas, fuego y una flor. Sin embargo, lo disruptivo radica en su forma compositiva, ya que estos elementos se organizan de manera no tradicional que genera una ilustración que rompe con las estructuras visuales
2018	El cartel recurre a elementos convencionales como una manzana, un colibrí, una pareja bailando y una pera. No obstante, el aspecto disruptivo se encuentra en la composición de estos elementos, ya que todos se encuentran dentro de una silueta con forma de flor. Esta composición genera una imagen unificada y simbólica que se aleja de lo tradicional.
2019	El cartel contiene un elemento convencional, como lo es la flor, habitual en la iconografía de la festividad. Sin embargo, adquiere un carácter disruptivo debido al uso del color y su disposición formal, ya que se presenta con una apariencia similar a la de un mandala.

2020	Se emplean elementos convencionales como un reloj, el quinde, la catedral, un árbol, una nube, un aerogenerador y un ícono de Wi-Fi. Sin embargo, lo disruptivo reside en la forma en que estos elementos se integran dentro de la composición, creando una interacción visual novedosa.
2021	Se emplean elementos convencionales como las flores y el colibrí. Mientras que los elementos disruptivos se encuentran en la forma compositiva con respecto a los carteles anteriores, ya que se organizan formando la figura de un árbol de flores,
2022	El cartel incorpora como elemento convencional las flores. Sin embargo, el aspecto disruptivo reside en la fotografía utilizada de fondo, que fue tomada en un ambiente cerrado. Esta elección aporta una atmósfera íntima y poco habitual dentro del contexto visual de la festividad.
2023	El cartel incorpora elementos convencionales, como la imagen de la mujer y un monumento. No obstante, el aspecto disruptivo se manifiesta en la fotografía del monumento, la cual presenta entrecortes que fragmentan la imagen tradicional,
2024	El cartel incorpora elementos convencionales como las manos, flores, el reloj y el quinde, todos ellos representativos del imaginario visual de la festividad. Sin embargo, lo disruptivo radica en la composición.
2025	El cartel presenta elementos convencionales como mujeres, flores y monumentos, todos ellos recurrentes en la representación visual de la festividad. Lo disruptivo se encuentra en la técnica empleada para hacer la ilustración, el autor quiso que su cartel pareciera realizado a mano.

Como resultado del análisis de esta categoría, se observa que la mayoría de los carteles hacen uso de elementos convencionales como flores, frutas, monumentos, animales y figuras femeninas los cuales responden a un imaginario visual asociado a lo que representa el nombre de la festividad en Ambato. No obstante, el aspecto disruptivo se manifiesta en la forma en que estos elementos son integrados compositivamente. A través de recursos visuales innovadores, los autores reorganizan estos símbolos tradicionales, generando propuestas gráficas originales que aportan nuevas lecturas y enriquecen el lenguaje visual de los afiches.

Un ejemplo es el cartel del año 2019, que contiene un elemento convencional, la flor, habitual en la iconografía de la festividad. Sin embargo, adquiere un carácter disruptivo debido al uso del color y su disposición formal, ya que se presenta con una apariencia similar a la de un mandala. Con una flor tipo mandala, el cartel logra una conexión visual vibrante (Figura 6).



Figura 6. Cartel oficial de la FFF del año 2019. Fuente. Comité Permanente de la Fiesta de las Frutas y de las Flores.

3.6 Estética

Para culminar, y como última categoría analizada, se aborda la estética. Según Chaves (1989a, 7), esta se refiere a “la capacidad del mensaje para constituir un hecho visual abstracto, con valores puramente formales, susceptible de gratificar consciente o inconscientemente a los receptores y favorecer así su aceptación como hecho estético válido” (Tabla 9).

Tabla 9. Criterio seis, Estética.

Año de publicación	Estética
2011	La técnica utilizada es el collage en digital y fotografías con elementos tradicionales como flores, frutas. El cartel tiene simetría en toda la composición. Los colores utilizados son: Rosado, rojo, amarillo, verde, negro Siendo el color fucsia el que resalta entre los otros colores del ave ya que lo encontramos en la tipografía y flores, el fondo blanco permite resaltar la figura y el texto. La tipografía utilizada es San serif de estilo contemporáneo.
2012	La técnica utilizada es la ilustración digital realizado en trazo. Los colores utilizados son: rojo, verde, amarillo, rosado, morado, celeste, los colores que resaltan son el rojo y verde los cuales representan a la provincia, el fondo blanco permite realzar la tipografía y las diferentes ilustraciones. La tipografía utilizada es San serif palo seco.
2013	La técnica utilizada es la ilustración digital, según el autor tomó como referencia el logo de Unilever para la realización de la ilustración principal. Utilizo la tendencia del 2013 la cual era usar fondo blanco y colores. Los colores utilizados son; rosado, celeste, verde, amarillo, morado, rojo, naranja. Las tipografías utilizadas son la sans serif (utilizada en la palabra Ambato) y decorativa (utilizada en el slogan).
2014	La técnica utilizada es la ilustración digital en vectores. Los colores utilizados fueron basados en los colores y frutas locales. Los colores utilizados son: morado, amarillo, naranja, celeste, negro, rosado, el fondo fue realizado en forma radial utilizando el color morado y negro. Las tipografías utilizadas son la script (utilizada en el slogan) y sans serif (en los distintos textos).
2015	Se utilizó la técnica de arabescos (patrones ornamentales abstractos) utilizado en forma de collage. Los colores utilizados son: morado, amarillo, naranja, celeste, negro, rosado, en tonos pastel, el fondo fue realizado con degradados del color verde y rosado en tonos pastel. Las tipografías utilizadas son: la decorativa (utilizada en la palabra Ambato) y sans serif (en los distintos textos).
2016	La ilustración principal se desarrolló con la técnica filigrana (técnica artesanal que consiste en crear decoraciones mediante finas tiras de papel que se enrollan y ensamblan). Los colores se utilizaron en base a las cartulinas que existían, azul, amarillo, verde, celeste, naranja, rojo. Las tipografías utilizadas fueron realizadas a mano y luego vectorizada utilizadas en la palabra siente y sans serif (usada para el resto de los textos).

2017	<p>La técnica utilizada es la ilustración digital en vectores. Los colores utilizados son: azul, verde, amarillo, naranja, morado, rojo, celeste. Utilizado en la palabra Ambato con un degradado de amarillo y naranja,</p> <p>seguida de la palabra fusión en verde y con un tamaño mucho más pequeño el resto del eslogan, la fecha con el degradado de amarillo y naranja y la palabra edición en verde. El fondo es un degradado de varios tonos de azul. Se usan dos tipografías, script y sans serif, la primera utilizada para la palabra Ambato y la segunda para el resto del eslogan, fecha, edición y nombre del evento, además se usan mayúsculas y minúsculas.</p>
2018	<p>La técnica utilizada es la ilustración digital en vectores. Los colores utilizados son verde, celeste, morado, café, rosado, naranja, blanco, negro, utilizados en la ilustración y en la tipografía de la palabra viva Ambato en forma de degradado. Fondo en color blanco. Las tipografías utilizadas son script y sans serif, la primera utilizada para el eslogan “viva Ambato” y la segunda para el resto de los textos como edición, nombre del festejo y fecha.</p>
2019	<p>La técnica utilizada es la ilustración digital en vectores. La jerarquía se marca por tamaños y colores, siendo la ilustración la que conlleva mayor jerarquía seguida de la edición y nombre de la fiesta las de mayor tamaño y diferente color, seguido del eslogan, hashtag y fecha con algunas palabras y número de distinto color y de menor tamaño. Los colores utilizados son azul, rojo, verde, celeste, morado, café, rosado, naranja, blanco, el fondo de color azul oscuro sin degradados. La tipografía utilizada es la Helvetica.</p>
2020	<p>La técnica utilizada es la ilustración en vectores. Los colores utilizados son morado, naranja, celeste, blanco, morado, el fondo es en forma radial con tonos en color azul y morado. Se usan dos tipos de tipografía palo seco y cursiva, script y sans serif, la primera se utiliza en la palabra fiesta y parte del eslogan “rescatando el pasado, construyendo el futuro”, mientras que la segunda se usa para el resto de los textos como edición, nombre del festejo, fecha y hashtag. Finalmente se hace uso de mayúsculas y minúsculas, además se puede observar el nombre de la autora en el costado derecho de manera vertical.</p>
2021	<p>La técnica utilizada es la ilustración en vectores. Los colores utilizados son amarillo, verde, rosado, rojo, azul, celeste. El fondo es de color blanco. Se usan dos tipos de tipografía palo seco y cursiva, script y sans serif, la primera se utiliza en la palabra fiesta y parte del eslogan “rescatando el pasado, construyendo el futuro”, mientras que la segunda se usa para el resto de los textos como edición, nombre del festejo, fecha y hashtag. Finalmente se hace uso de mayúsculas y</p>

2022	La técnica utilizada es la fotografía. Los colores utilizados son el blanco en las tipografías. La tipografía utilizada es sans serif para todos los textos como el eslogan “nos levantamos”, edición y fecha. Utilizando únicamente mayúsculas.
2023	La técnica utilizada es el collage. Los colores utilizados son; en el fondo el color amarillo y la tipografía en color naranja. La Tipografía, serif y sans serif, la primera usada para el nombre de la fiesta, en donde la palabra fiesta muestra florituras en su diseño, la segunda se usa para el eslogan “florecemos para el mundo”, edición y fecha. Uso de mayúsculas y minúsculas.
2024	La técnica utilizada es ilustración vectorial. Los colores utilizados, son naranja, amarillo, verde, rosado, celeste, morado. La tipografía es decorativa y sans serif, la primera utilizada en el eslogan y la segunda para el resto de los textos como edición, nombre de la fiesta, fecha y palabra Ambato del eslogan.
2025	La técnica utilizada es la ilustración digital. Se usa una tipografía realizada por el autor Christian Nuñez para el cartel y la línea gráfica. Fondo en color celeste y morado el cual hace referencia a los atardeceres de Ambato y a la Pachamama. Los colores utilizados en la ilustración son: amarillo, rosado, morado, plomo, blanco, café, celeste, negro, fucsia.

El análisis revela que los carteles de la Fiesta de la Fruta y de las Flores, entre 2011 y 2025, muestran una evolución significativa en el manejo de recursos estéticos. Las paletas de colores pastel, neón o saturados, degradados y efectos de luz. El uso del color se constituye como un recurso central para establecer jerarquías visuales, transmitir emociones y resaltar los elementos más importantes de la composición.

Las tipografías, mayoritariamente *sans serif* y decorativas, complementan esta construcción visual y contribuyen a la legibilidad del mensaje. Asimismo, se nota un cuidado particular en la organización espacial y jerárquica, aspecto fundamental para la claridad y atractivo formal del cartel.

Se observa una diversidad de técnicas –como ilustración digital, *collage*, fotografía y vectores– que evidencian la intención de enriquecer la experiencia visual del receptor. Es decir, en el diseño de algunos carteles se utilizan modelos o enfoques visuales de carácter más pasajero; por ejemplo, el estilo *flat* o *semi flat*, la composición en filigrana, etc. Por ejemplo, el cartel de 2023 utiliza la técnica del *collage*. El fondo es amarillo y la tipografía naranja, combinando *serif* y *sans serif*: la primera se aplica al nombre de la fiesta, incorporando florituras y curvas que imitan el estilo *Art Nouveau*, mientras que la segunda se usa para el eslogan “Florecemos para el mundo”, la edición y la fecha. La combinación de mayúsculas y minúsculas refuerza la jerarquía textual. El cartel capta la atención mediante la imagen de una mujer decorada con flores sobre el fondo amarillo, transmitiendo orgullo y renovación. La información es clara y

persuasiva; la identidad se mantiene sin marcas externas, y se introduce un elemento innovador mediante el montaje de varias imágenes y el corte visual del monumento. En conjunto, la pieza exhibe una estética llamativa, con un juego tipográfico, curvas *Art Nouveau* y un fondo enérgico que potencian su impacto visual (Figura 7).



Figura 7. Cartel oficial de la FFF del año 2023. Fuente: Comité Permanente de la Fiesta de las Frutas y de las Flores.

Este análisis, fundamentado en la sugestiva teoría del cartel de Norberto Chaves (1989a y 1989b), dio como resultado que los carteles que cumplen con las seis categorías corresponden a las ediciones de los años 2011, 2014, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2022, 2023, 2024 y 2025.

En el cartel correspondiente a la edición 2021 se identificó la omisión del año de emisión, una ausencia que también se presenta en los carteles de 2011 y 2015. Este dato, aparentemente menor, impide situar históricamente la pieza dentro del contexto festivo al que pertenece. De acuerdo con Chaves (1989a y 1989b), uno de los principios esenciales del cartel es informar con claridad sobre el evento que representa. En consecuencia, no hacer constancia explícita de la edición a la que pertenece constituye una falla en la construcción de la identidad visual, afectando su función como medio de comunicación y como archivo cultural.

Tal y como han señalado Eguizábal (2014) y Martín et al. (2021), el cartel no sólo cumple una función promocional, sino que se constituye como un documento visual de primer orden que permite comprender los periodos históricos y sociales que representa. Adicionalmente, el cartel de 2012 evidenció la ausencia de un contacto pregnante, es decir, de un elemento visual de alto impacto capaz de captar la atención del observador en los primeros segundos, aspecto fundamental en una pieza gráfica destinada a la difusión masiva (Glaser, 1981). La carencia de este recurso disminuye su capacidad persuasiva, dificultando el cumplimiento de su propósito principal.

Según Paredes et al. (2022), el 75% de los turistas que llegan a la provincia de Tungurahua desconocen que el origen de la festividad surge de un terremoto. En cambio, el 25% reconoce esta conexión histórica. El hallazgo de esta investigación complementa esta observación, y es plausible concluir que esta carencia se debe a que los carteles que representan la festividad no hacen referencia explícita a este aspecto. En efecto, la mayoría de los carteles no hacen referencia al terremoto que dio origen a la Fiesta de la Fruta y de las Flores, salvo en las ediciones correspondientes a los años 2020 y 2025.

De acuerdo con los resultados de algunos autores (Lascano et al., 2018), la publicidad relacionada con la FFF podría fortalecerse mediante mensajes más comprometidos con los orígenes y privilegiar elementos identitarios que pocas veces son representados. El aporte fundamental a este resultado demuestra que algunos autores indagan e investigan acerca del origen de la celebración, pero en la mayoría de carteles estos elementos son escasamente representados. Es por esta razón que sus elementos identitarios pierden relevancia recurriendo a objetos comunes como las flores, frutas y monumentos.

Según Pinos (2024), al analizar los carteles se evidenció que los resultados en cuanto al valor cultural son favorables al momento de su aplicación en aspectos como la tipografía, ilustraciones y composición, entre otros. Al realizar el análisis se constató que, si bien los carteles contienen elementos culturales, la mayoría se limita a plasmar el nombre de la festividad dejando de lado la representación integral de su historia, la riqueza cultural y haciendo caso omiso a la comunidad que respalda la fiesta.

El análisis de los carteles oficiales de la Fiesta de la Fruta y de las flores permitió identificar elementos significativos en la aplicación del diseño gráfico derivado del análisis de las categorías propuestas por Norberto Chávez en el año 1989. La implementación de técnicas como la ilustración digital, *collage* y fotografía refleja la búsqueda de los autores por enriquecer la experiencia estética y comunicativa, al mismo tiempo que incorpora referencias culturales locales en la composición de los afiches. En este sentido, los aportes de Diana Flores (2022) resultan especialmente relevantes, ya que su investigación de los carros alegóricos demuestra cómo el diseño industrial y la producción artesanal se combinan para generar representaciones simbólicas de la cultura local. Flores identifica símbolos: el ambateño industrial, fantasía, teatralidad, triunfo de la naturaleza e innovación material que también puede observarse en parte en la iconografía y composición de los carteles oficiales. Al igual que en los carros alegóricos, los carteles reflejan un proceso colectivo, donde los autores, artesanos y el Comité Permanente colaboran en la definición de elementos gráficos, incorporando adaptaciones a la propuesta.

La convencionalidad y la estética muestran un equilibrio entre tradición y experimentación: los elementos simbólicos habituales son representados mediante composiciones, juegos tipográficos y paletas cromáticas expresivas, como se observa en los carteles de 2019 y 2023. Este enfoque evidencia que tanto los carteles como otros elementos de la fiesta funcionan como herramientas de memoria colectiva y de construcción de identidad, reforzando la riqueza cultural y la continuidad de la tradición visual de la festividad.

Además, resulta pertinente considerar que los símbolos utilizados en la comunicación visual pueden funcionar de manera efectiva aun cuando carecen de significados culturales profundos. Como señalan estudios recientes sobre comunicación visual (Drumeva, 2025), la selección y combinación de símbolos simples sintetizar ideas complejas y generan narrativas visuales coherentes. La intuición y la creatividad del autor es esencial para transformar conceptos amplios en representaciones complejas, mientras que el espectador completa el proceso interpretativo, estableciendo conexiones asociativas entre elementos visuales y otorgando múltiples capas de significados. Este enfoque completa los hallazgos de Pinos (2024) y Flores (2022), al evidenciar que los carteles no sólo comunican información directa, sino que también facilitan un diálogo simbólico y estético que enriquece la experiencia cultural de la festividad.

La principal limitación de este estudio radica en el acceso parcial a información directa sobre los procesos creativos de algunos autores. Si bien se consideraron entrevistas previas realizadas por Karen Pinos (2024) y las entrevistas realizadas para esta investigación, esto condicionó el nivel de profundidad en algunos análisis. Adicionalmente, el estudio se centró exclusivamente en el análisis del cartel desde las categorías propuestas por Norberto Chaves (1989a y 1989b), por lo que no se incluyeron elementos de recepción u otro tipo de análisis que podría complementar los hallazgos desde una perspectiva comunicacional.

4. Conclusiones

El análisis de los carteles oficiales de la Fiesta de la Fruta y de las Flores entre los años 2011 y 2025 evidencian una evolución significativa en técnicas gráficas, como ilustración digital, collage, vectores y fotografía, junto con un uso estratégico de color y tipografía que fortalece la jerarquía visual, la legibilidad y la experiencia estética del espectador. Aunque la mayoría de los carteles incorporan elementos culturales y referentes locales, se identifican deficiencias en la representación histórica y documental. Sin embargo, los símbolos presentes, tanto culturales como neutros, generan narrativas visuales complejas. En conjunto, los carteles funcionan como herramientas de comunicación, documentos de época para la memoria colectiva y construcción de la identidad, a la vez que se sugiere reforzar y variar los elementos históricos y simbólicos que refuerzan el valor cultural y estético.

Referencias bibliográficas

- Chaves, N. (1989a). Pequeña teoría del cartel. *Revista tipoGráfica: comunicación para diseñadores*, 7, 6-7.
- Chaves, N. (1989b). Pequeña teoría del cartel (II). *Revista tipoGráfica: comunicación para diseñadores*, 8, 4-7.
- Checa, A. (2015). *El cartel. Dos siglos de publicidad y propaganda*. Sevilla: Advook Editorial.
- Drumeva, K., (2025). Graphic Design: a means of communication through symbols. *Convergencias. Revista de Investigación y Educación en Artes*, 35, 27-38. <https://doi.org/10.53681/c1514225187514391s.35.333>
- Eguizábal, R. (2014). *El cartel en España*. Madrid: Cátedra.
- Flores, D. (2024). *El diseño en la producción artesanal. Representaciones y significados de los carros alegóricos de la Fiesta de la Fruta y de las Flores en Ambato*. Tesis Doctoral. Universidad de Palermo, Argentina.
- Fiesta de la Fruta y de las Flores. (s. f.). *Historia*. Web oficial de las fiestas de Ambato. Rescatado de: <https://fiestasdeambato.com/historia/>
- James, G. (2023). *Introducción a Ecuador*. Gilad James Mystery School. Rescatado de: <https://acortar.link/Fvez2F>
- Lascano, A., Castillo, E., Mena, D., & Vayas, E. (2018). La Fiesta de la fruta y las flores en el escenario local de Ambato: análisis de la comunicación publicitaria (2012-2017). *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 8 (1), 61-77.
- Lupton, E., & Phillips, J. C. (2016) *Diseño gráfico. Nuevos fundamentos*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Municipio de Ambato. (2025). *Ambato celebra el éxito rotundo de las Fiestas de la Fruta y de las Flores 2025*. Web oficial de Ambato. Rescatado de: <https://surl.li/erslpm>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2023). *El Ministerio de Turismo estuvo presente en la Fiesta de la Fruta y de las Flores*. Web oficial de la República del Ecuador. Rescatado de: <https://surl.li/qpsqxp>
- Ramos, M., & Chávez, H. (2023). Turismo de bienestar como técnica de fidelización para atractivos turísticos: caso Tungurahua, Ecuador. *Revista Uniandes Episteme*, 10 (3), 392-403.
- Rodrigo, L., Rodrigo, I., & Muñoz, D. (2021). El cartel como documento publicitario en el primer tercio del siglo XX. Análisis del consumo, la sociedad y la cultura a través de la colección de carteles publicitarios de Carulla. *Documentación de Ciencias de la Información*, 44 (2), 221-229. <https://doi.org/10.5209/dcin.73938>
- Oviedo, F., Solórzano, Á., & López, M. (2023). Estado del arte. Manifestaciones Culturales Populares en Ecuador. *Dominio de las ciencias*, 9 (2), 2495-2516. _
- Palate, J., Jerez, B., & Ballesteros, L. (2023). Estrategias de marketing digital e indicadores económicos necesarios para la reactivación del sector turístico de la provincia de Tungurahua. Pacha. *Revista de Estudios Contemporáneos del Sur Global*, 4 (10), 1-21. <https://doi.org/10.46652/pacha.v4i10.164>
- Paredes, Á., Paz, E., & Caizabanda, E. (2022). Impacto turístico de la fiesta de la fruta y de las flores de Ambato, Ecuador. *Cienciamatria*, 8 (3), 388-399. <https://doi.org/10.35381/cm.v8i3.766>
- Parlamento Andino. (2019). *Resolución No. 27. Declaratoria de la Fiesta de la Fruta y de las Flores como referente cultural y patrimonio inmaterial de la región andina*. Web de la Biblioteca Digital del Parlamento Andino. Rescatado de: <https://surl.li/dvltbf>
- Pereira, J. (2009). *La fiesta popular tradicional del Ecuador*. Quito: Fondo Editorial Ministerio de Cultura.

Pinos, K. (2024). *Análisis del cartel promocional de la Fiesta de las Flores y Frutas, durante el periodo 1990-2024, en la ciudad de Ambato*. Trabajo de Grado. Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. Rescatado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/42723>

Vera, E., & Aguas, W. (2025). Análisis comparativo del turismo en Ecuador. Impacto y tendencias entre 2023 y 2024. *Revista Científica Élite*, 7 (1), 1-13. <https://doi.org/10.69603/itsqmet.vol7.n1.2025.93>

Reseñas curriculares

Vilma Lucía Naranjo Huera es diseñadora gráfica por la Universidad Tecnológica Israel y Magíster en Dirección de Comunicación Corporativa por la Universidad de las Américas. Docente investigadora en la Universidad Técnica de Cotopaxi, ha desarrollado proyectos vinculados al diseño con enfoque en identidad cultural, patrimonio visual y comunicación estratégica. Su trabajo integra saberes ancestrales con metodologías contemporáneas del diseño, promoviendo la revalorización del arte local.

Karen Esther Flores Zúñiga es Licenciada en Diseño Gráfico por la Universidad Técnica de Cotopaxi (2025). Se ha especializado en la creación de marcas, publicidad y gestión de redes sociales. Su trabajo destaca por el uso de vectores y fotomontajes que fortalecen la identidad visual de cada proyecto, buscando siempre conectar emocionalmente con el público.

Declaraciones:

- Los autores declaran que, en la elaboración del presente artículo, no se ha utilizado herramientas de inteligencia artificial.
- Los autores declaran la contribución y participación equitativa de roles de autoría para esta publicación.



Imagen: Ashley Aviles



Imagen: Valeska Noriega

Evaluación por pares

Ñawi: Arte Diseño Comunicación es una revista arbitrada que se rige por el sistema doble par anónimo.

Los artículos enviados por los autores son evaluados previamente por el Comité de Redacción para comprobar si se ajustan a las normas de edición y a las políticas temáticas de la revista.

Cuando el artículo pasa ese primer filtro, entonces es enviado a dos evaluadores externos expertos en la temática abordada por el autor. Para cumplir y defender la ética de la investigación, estos evaluadores son siempre ajenos a la institución a la que pertenece el autor y son los encargados de dictaminar si responde a los intereses científicos de la publicación. En la valoración final, los revisores deciden entre las siguientes opciones: publicable, publicable con modificaciones menores, publicable con modificaciones mayores o no publicable. En el caso de que haya disparidad de opinión entre ellos se recurre a un tercer experto.

Derechos de autor (Copyright)

Los originales publicados, en las ediciones impresa y electrónica, de la revista Ñawi. Arte, diseño y comunicación, son propiedad de la Facultad de Diseño y Comunicación Visual (FADCOM), perteneciente a la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), Guayaquil, República del Ecuador, siendo absolutamente necesario citar la procedencia en cualquier reproducción parcial o total de los contenidos (textos o imágenes) publicados. Ñawi proporciona un acceso abierto e inmediato a su contenido, pues creemos firmemente en el acceso público al conocimiento, lo cual no obsta para que la cita de la fuente sea obligatoria para todo aquél que desee reproducir contenidos de esta revista.

De igual modo, la propiedad intelectual de los artículos o textos publicados en la revista Ñawi pertenece al/la/los/las autor/a/es/as.

Esta circunstancia ha de hacerse constar expresamente de esta forma cuando sea necesario.

Todo el contenido de ÑAWI mantiene una licencia de contenidos digitales otorgada por Creative Commons

Licencia Creative Commons

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.

Directrices de contenido

Los textos postulados deben:

1. Corresponder a las categorías universalmente aceptadas como producto de investigación.
2. Ser originales e inéditos.
3. Sus contenidos responden a criterios de precisión, claridad y brevedad. Se clasifican en:

3.1. Artículos. En esta sección se publican:

3.1.1. Artículos de investigación científica, artística y artístico-tecnológica: presenta de manera detallada los resultados originales de proyectos terminados de investigación. La estructura generalmente utilizada contiene cuatro aportes importantes: introducción, metodología, resultados y conclusiones.

3.1.2. Artículo de reflexión o ensayo: presenta resultados de investigación terminada desde una perspectiva analítica, interpretativa o crítica del autor, sobre un tema específico recurriendo a fuentes originales.

3.1.3. Artículo de revisión: resultado de una investigación terminada donde se analizan, sistematizan e integran los resultados de investigaciones, publicadas o no, ya sea en el campo científico, artístico o artístico-tecnológico, con el fin de dar cuenta de los avances y las tendencias de desarrollo.

3.2. Entrevistas: En esta sección se puede presentar una conversación con algún teórico o artista vinculado con las temáticas de la revista.

3.3. Misceláneas: En esta sección se puede presentar una breve reseña bibliográfica del trabajo de teóricos o artistas vinculados con las temáticas de la revista. Asimismo, se recibirán textos teóricos experimentales ajenos a los estándares hegemónicos de la investigación científica.

1. Datos del autor o autores. Nombres y apellidos completos, filiación institucional y correo electrónico o dirección postal.
2. Título. En español e inglés, escrito con mayúsculas y minúsculas, con un máximo de 15 palabras. Con letra Times New Roman de 14 puntos y en negrita.
3. Resumen. Se redacta en un solo párrafo, da cuenta del tema, el objetivo, los puntos centrales y las conclusiones. No debe exceder las 150 palabras y se presenta español e inglés (Abstract).
4. Palabras claves. De cuatro a seis palabras o grupo de palabras, ordenadas alfabéticamente, la primera con mayúscula inicial, el resto en minúsculas, separadas por punto y coma (;) y que no se encuentren en el título o subtítulo, deben presentarse español e inglés (Keywords). Estas sirven para clasificar temáticamente al artículo.
5. El cuerpo del artículo. Se divide en Introducción; Desarrollo, con apartados encabezados con números (1, 2, 3...) y/o subapartados (1.1.; 1.2. 1.3.); Conclusiones y Bibliografía. Si fuese necesario, se presentan tablas, imágenes y figuras como anexos.
6. Texto. Las páginas deben venir numeradas, a interlineado 1,5 con letra Times New Roman de 12 puntos. La extensión de los artículos debe estar alrededor de 4.000 a 7.000 palabras (para artículos), entre 500 y 1500 palabras (para reseñas) y entre 2000 y 5000 palabras (para entrevistas)
7. Citas y notas al pie. No deben exceder más de cinco líneas o 40 palabras, de lo contrario estas deben ser incorporadas al texto general.

Referencias bibliográficas

Las Referencias Bibliográficas se escriben en una nueva página bajo el título “Referencias” al finalizar las conclusiones del artículo. Se utiliza formato de párrafo con indotación de Sangría Francesa (Hanging). Se deben seguir los lineamientos indicados a continuación:

1. Se seguirán las normas del estilo del sistema APA 6ª edición, 2016:

<http://www.apastyle.org/>

2. La forma de citar dentro del texto será la siguiente e irá entre paréntesis (autor, año, página): “Si el extremo separa lo que es literatura y cine de aquello que ya no lo es, su funcionalidad estética no consiste en consumir el pasaje sino, más bien, en incumplirlo” (Oubiña, 2011, p. 30). Y su referencia bibliográfica:

Oubiña, D. (2011). *El silencio y sus bordes: modos de lo extremo en la literatura y el cine*. México: Fondo de Cultura Económica.

3. Si hay dos autores, la cita en el cuerpo de texto irá entre paréntesis con el nombre de los dos autores. “hemos hecho nuestras las hipótesis que propugnan la naturaleza radicalmente dialógica del lenguaje (Bajtín, Benveniste) y las que hallan en la función de enunciación el fundamento de las prácticas discursivas (Foucault)” (Abril, Lozano & Peña-Marín, 1982, p. 253). Su referencia bibliográfica:

Abril, G., Lozano, J., & Peña-Marín, C. (1982). *Análisis del Discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. Madrid: Cátedra.

4. Si es un capítulo en libro colectivo la cita en el cuerpo de texto es igual que para los libros. Su referencia bibliográfica

Catalá, J. (2012). Formas de la distancia: los ensayos fílmicos de Llorenç Soler. En Miquel Francés (Ed.), *La mirada comprometida* (pp. 97-115). Madrid: Biblioteca Nueva.

5. Si es un artículo de revista la cita en el cuerpo de texto es igual que para los libros. El nombre de la revista va en cursiva y se incluye el rango de páginas y el DOI Su referencia bibliográfica será:

Larrañaga, J. (2016). La nueva condición transitiva de la imagen. *Barcelona, Research Art Creation*, 4, 121-136. DOI: 10.17583/brac.2016.1813

6. Si es una película, la primera vez que se cite se indicará: Título en español (Título original, Director, año). El título original únicamente si es distinto del título con el que se estrenó en Latinoamérica.

Qué tan lejos (Tania Hermida, 2006)

7. En el caso de que los autores incorporen imágenes, entonces proporcionarán la correspondiente autorización. De no ser así, deberán ajustarse al artículo 32 del TRLPI que señala que la inclusión de obras ajenas de carácter fotográfico, plástico o figurativo no necesita la autorización del autor, siempre que se cumplan las condiciones detalladas a continuación:

- que lo incluido corresponda a una obra ya divulgada,
- que se realice con fines de investigación,
- que responda al “derecho de cita” para su análisis, comentario o juicio crítico.
- que se indiquen la fuente y el nombre del autor de la obra utilizada.

Los gráficos, imágenes y figuras deben realizarse con la calidad suficiente para su reproducción digital y deben adjuntarse los archivos gráficos originales (si el artículo es aceptado) en fichero aparte (preferentemente en formato JPG o PNG). Es importante indicar el lugar donde aparecerán en el cuerpo del texto del siguiente modo: FIGURA 1 POR AQUÍ. Dichas imágenes deben citarse del siguiente modo: Figura numerada. Descripción. *Título* (Autor, año). Fuente.

Figura 1. Adán y Eva deconstruidos. *Dieta* (Óscar Santillán 2009). Fuente: Archivo Nuevos Medios Ecuador. <http://archivo.aanmecuador.com/>

El autor es responsable de adquirir los derechos y/o autorizaciones de reproducción a que haya lugar, para imágenes y/o gráficos tomados de otras fuentes, normativas del arbitraje y evaluación externas de los trabajos.

Envío de originales

1. Los artículos, las entrevistas y la reseñas se enviarán en línea a través de la plataforma OJS (Open Journal System) en la que está alojada la revista en su versión electrónica:

<http://www.revistas.espol.edu.ec/index.php/nawi/about/submissions#onlineSubmissions>

2. Para ello, es necesario registrarse e iniciar sesión.

3. Las fechas a tener en cuenta para los próximos números son las siguientes:

Call for Papers Vol. 10 No. 2 (2026)

Número Misceláneo

En esta ocasión, la revista *Nawi* publicará un número misceláneo, en el que se admitirán artículos cuya temática esté en consonancia con la línea editorial de la revista. Es decir, se evaluarán artículos que aborden el estudio del Arte, el Diseño y la Comunicación Visual o Audiovisual desde una perspectiva crítica y reflexiva. Este número también estará abierto a la recepción de artículos encuadrados en las diferentes ramas de las Ciencias Sociales y las Humanidades (Sociología, Politología, Antropología, Semiótica, Historia y Filosofía), siempre que manejen problemáticas relacionadas con el Arte, la Comunicación, la Estética o el Diseño, prestándose especial atención a realidades vinculadas a Iberoamérica, sin que ello implique que sean descartadas otras regiones del mundo.

Se admitirán artículos preferentemente en lengua española, pero podrían admitirse en lengua inglesa o portuguesa, si la calidad del artículo lo ameritase.

Fechas:

1. Convocatoria del Call for Papers: 15 de diciembre de 2025
2. Cierre del Call for Papers: 15 de marzo de 2026
3. Artículo seleccionado para su publicación: 15 de mayo de 2026
4. Artículo publicado: 15 de julio de 2026

Call for Papers Vol. 10 No. 2 (2026)

Monográfico: Seducir y emocionar. Reflexionando sobre el diseño y la gestión de marca

Coordinador: Lidia Navas Guzmán

La revista *Ñawi* invita a docentes y a estudiantes de posgrado, pero también a profesionales de cualquier parte del mundo que realizan investigaciones vinculadas al diseño y a la gestión de marca, a enviar sus manuscritos, para evaluarlos de cara a una próxima publicación. Se admitirán artículos en formato académico-científico que aborden, desde cualquier ángulo y disciplina, temáticas vinculadas a las estrategias de creación de marcas, y a su repercusión en el mercado y en la sociedad.

Descriptores:

Se recibirán artículos en español y en inglés. Los textos admitidos tendrán un formato de artículo científico, respetando las normas de estilo de la revista *Ñawi*. El texto puede girar en torno a los siguientes ejes:

- Estrategias y acciones orientadas a la gestión de marca.
- *Branding* o *brand management*.
- Gestión gráfica de marcas y diseño corporativo.
- Diseño o rediseño de Logos y su impacto sobre el manejo de las marcas.
- Procesos de planificación, estudios de mercado y construcción de marcas.
- Comunicación corporativa interna y externa.
- Comunicación persuasiva.
- Estudios o análisis de reconocimiento, posicionamiento de marcas y/o vinculación con el consumidor.
- Estrategias y acciones orientadas a la gestión de marcas con enfoque en la sostenibilidad ambiental
- *Storytelling*, ilustración, tipografía, color.
- Diseño estratégico de productos y *packaging*.
- Propuestas de *e-branding*, gestión estratégica digital y/o experiencia de usuario.
- *Neuromarketing*.

Referencias bibliográficas

Olins, W. (2012). *On B®and*. Thames & Hudson.

Wheeler, A. (2018). *Diseño de marcas*. Anaya Multimedia.

Stalman, A. (2015). *Brandoffon: el branding del futuro*. Gestión 2000.

Chaves, N. (2010). *La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional*. Editorial Gustavo Gili.

Alves, H., & Vázquez, J. L. (2013). *Best Practices in Marketing and their Impact on Quality of Life*. Springer Science & Business Media.

Fechas:

1. Convocatoria del Call for Papers: 15 de diciembre de 2025
2. Cierre del Call for Papers: 15 de marzo de 2026
3. Artículo seleccionado para su publicación: 15 de mayo de 2026
4. Artículo publicado: 15 de julio de 2026

Call for Papers Vol. 11 No. 1 (2027)

Número Misceláneo

En esta ocasión, la revista *Ñawi* publicará un número misceláneo, en el que se admitirán artículos cuya temática esté en consonancia con la línea editorial de la revista. Es decir, se evaluarán artículos que aborden el estudio del Arte, el Diseño y la Comunicación Visual o Audiovisual desde una perspectiva crítica y reflexiva. Este número también estará abierto a la recepción de artículos encuadrados en las diferentes ramas de las Ciencias Sociales y las Humanidades (Sociología, Politología, Antropología, Semiótica, Historia y Filosofía), siempre que manejen problemáticas relacionadas con el Arte, la Comunicación, la Estética o el Diseño, prestándose especial atención a realidades vinculadas a Iberoamérica, sin que ello implique que sean descartadas otras regiones del mundo.

Se admitirán artículos preferentemente en lengua española, pero podrían admitirse en lengua inglesa o portuguesa, si la calidad del artículo lo ameritase.

Fechas:

1. Convocatoria del Call for Papers: 15 de mayo de 2026
2. Cierre del Call for Papers: 15 de septiembre de 2026
3. Artículo seleccionado para su publicación: 15 de noviembre de 2026
4. Artículo publicado: 15 de enero de 2027

Call for Papers Vol. 11 No. 1 (2027)

Monográfico: Seducir y emocionar. Reflexionando sobre el diseño y la gestión de marca

Coordinadora: Lidia Navas Guzmán

La revista *Ñawi* invita a docentes y a estudiantes de posgrado, pero también a profesionales de cualquier parte del mundo que realizan investigaciones vinculadas al diseño y a la gestión de marca, a enviar sus manuscritos, para

evaluarlos de cara a una próxima publicación. Se admitirán artículos en formato académico-científico que aborden, desde cualquier ángulo y disciplina, temáticas vinculadas a las estrategias de creación de marcas, y a su repercusión en el mercado y en la sociedad.

Descriptorios:

Se recibirán artículos en español y en inglés. Los textos admitidos tendrán un formato de artículo científico, respetando las normas de estilo de la revista *Ñawi*. El texto puede girar en torno a los siguientes ejes:

- Estrategias y acciones orientadas a la gestión de marca.
- *Branding* o *brand management*.
- Gestión gráfica de marcas y diseño corporativo.
- Diseño o rediseño de Logos y su impacto sobre el manejo de las marcas.
- Procesos de planificación, estudios de mercado y construcción de marcas.
- Comunicación corporativa interna y externa.
- Comunicación persuasiva.
- Estudios o análisis de reconocimiento, posicionamiento de marcas y/o vinculación con el consumidor.
- Estrategias y acciones orientadas a la gestión de marcas con enfoque en la sostenibilidad ambiental
- *Storytelling*, ilustración, tipografía, color.
- Diseño estratégico de productos y *packaging*.
- Propuestas de *e-branding*, gestión estratégica digital y/o experiencia de usuario.
- *Neuromarketing*.

Referencias bibliográficas

Olins, W. (2012). *On B®and*. Thames & Hudson.

Wheeler, A. (2018). *Diseño de marcas*. Anaya Multimedia.

Stalman, A. (2015). *Brandoffon: el branding del futuro*. Gestión 2000.

Chaves, N. (2010). *La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional*. Editorial Gustavo Gili.

Alves, H., & Vázquez, J. L. (2013). *Best Practices in Marketing and their Impact on Quality of Life*. Springer Science & Business Media.

Fechas:

1. Convocatoria del Call for Papers: 15 de mayo de 2026
2. Cierre del Call for Papers: 15 de septiembre de 2026
3. Artículo seleccionado para su publicación: 15 de noviembre de 2026
4. Artículo publicado: 15 de enero de 2027



Facultad de Arte, Diseño y
Comunicación Audiovisual