

Diseño con propósito: transformando comunidades a través de la vinculación social

Design with purpose: transforming communities through social engagement

Paul Peralta Fajardo

Resumen

El Diseño Gráfico ha sido históricamente asociado a la comunicación visual y a la persuasión en contextos comerciales, pero su papel en la transformación social sigue siendo un campo en constante exploración. Este artículo analiza el impacto del diseño gráfico en proyectos de vinculación social a partir de la experiencia de diseñadores que han liderado iniciativas orientadas a la solución de problemáticas comunitarias. El estudio tiene como objetivo evaluar los cambios tangibles generados por el diseño gráfico en diversas comunidades y examinar en qué medida este campo logra fomentar la participación ciudadana mediante procesos colaborativos. Para ello, se ha empleado una metodología mixta basada en entrevistas semiestructuradas con diseñadores y encuestas dirigidas a ciudadanos involucrados en proyectos de diseño social. Los resultados evidencian que el diseño gráfico no solo aporta en términos estéticos y comunicacionales, sino que también facilita procesos de construcción identitaria, cohesión social y empoderamiento comunitario. Asimismo, se identifican los principales desafíos que enfrentan los diseñadores en este ámbito, como la falta de reconocimiento institucional y la necesidad de metodologías participativas más estructuradas. Se concluye que el diseño gráfico, cuando se articula con estrategias de participación social, tiene el potencial de generar cambios significativos en las comunidades, aunque su efectividad depende de la integración con otras disciplinas y del compromiso activo de los actores involucrados.

Palabras clave: Diseño Gráfico; Participación comunitaria; Desarrollo comunitario; Diseño social

Paul Peralta Fajardo

Universidad de Cuenca | Cuenca | Ecuador | paul.peraltaf@ucuenca.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-6970-6330>

<https://doi.org/10.46652/runas.v6i11.242>

ISSN 2737-6230

Vol. 6 No. 11 enero-junio 2025, e250242

Quito, Ecuador

Enviado: enero 14, 2025

Aceptado: marzo 13, 2025

Publicado: marzo 20, 2025

Continuous Publication

Abstract

Graphic design has historically been associated with visual communication and persuasion in commercial contexts, yet its role in social transformation remains an evolving field of study. This article examines the impact of graphic design in social engagement projects based on the experiences of designers who have led initiatives aimed at addressing community issues. The study aims to evaluate the tangible changes generated by graphic design in various communities and assess how this field fosters civic participation through collaborative processes. A mixed-methods approach was employed, incorporating semi-structured interviews with designers and surveys conducted with citizens involved in social design projects. The findings reveal that graphic design not only contributes to aesthetic and communicative terms but also facilitates processes of identity construction, social cohesion, and community empowerment. Additionally, the study identifies key challenges designers face in this area, such as the lack of institutional recognition and the need for more structured participatory methodologies. The study concludes that graphic design, when integrated with social participation strategies, has the potential to generate significant community transformations. However, its effectiveness depends on interdisciplinary collaboration and the active commitment of all stakeholders involved.

Keywords: Graphic design; Community participation; Community development; Social design

Introducción

El diseño gráfico ha evolucionado más allá de su función tradicional de comunicación visual, consolidándose como un instrumento clave en los procesos de transformación social. Su capacidad para articular mensajes con claridad y eficacia, así como su potencial para generar conciencia sobre problemáticas contemporáneas, lo posiciona como un agente catalizador del cambio en diversas comunidades. En un contexto donde la información visual incide significativamente en la percepción y la acción social, el diseño se erige como un medio indispensable para estructurar narrativas visuales que no solo comunican, sino que también movilizan. De acuerdo con Escobar (2017), el diseño posee la capacidad de visibilizar temas cruciales mediante estrategias comunicativas eficaces, otorgando representación y voz a sectores que, de otro modo, permanecerían marginados. Esta facultad de amplificación de discursos sociales ha propiciado un reconocimiento creciente del diseño como una disciplina comprometida con la equidad y la justicia social.

Desde una perspectiva histórica, el diseño gráfico ha estado intrínsecamente ligado a la publicidad y al mercado comercial, desempeñando un papel fundamental en la construcción de identidades corporativas y la optimización de estrategias de consumo. No obstante, en las últimas décadas ha emergido una corriente teórica y práctica que reconfigura el rol del diseño, orientándolo hacia la atención y resolución de problemáticas sociales. Esta perspectiva, denominada diseño social, prioriza la generación de soluciones visuales que incentiven la participación ciudadana y el desarrollo de comunidades resilientes. Brieva (2024), subraya que el diseño gráfico y sus procesos comunicacionales tienen una incidencia sustancial en las organizaciones de la sociedad civil, evidenciando su rol en la configuración de discursos visuales con impacto social y comunitario. En este sentido, el diseño social trasciende la estética para convertirse en un vehículo de construcción de narrativas inclusivas que fomentan la representación equitativa y la participación activa de grupos históricamente relegados.

En el actual escenario global, caracterizado por la agudización de problemáticas como la desigualdad estructural, la exclusión social y los retos medioambientales, el diseño gráfico emerge como una herramienta estratégica para fortalecer la cohesión social y promover procesos de empoderamiento comunitario. A través de proyectos de vinculación social, los diseñadores tienen la posibilidad de colaborar estrechamente con comunidades para identificar necesidades específicas y co-crear soluciones visuales que no solo refuercen la identidad colectiva, sino que también respondan a problemáticas estructurales de forma pertinente y sostenible. Esta metodología participativa enriquece el proceso creativo al tiempo que garantiza que las intervenciones sean contextualizadas y culturalmente significativas. Fuentes (2004), enfatiza la relevancia de la participación colectiva en el diseño, destacando que un conocimiento profundo del entorno y de las tradiciones culturales resulta esencial para evitar interpretaciones sesgadas y asegurar una comunicación visual que respete y potencie los valores comunitarios. De este modo, el diseño social se fundamenta en metodologías de investigación participativa, trabajo de campo colaborativo y estrategias de co-creación, garantizando que las soluciones visuales desarrolladas tengan un impacto efectivo y transformador en la resolución de problemas sociales.

El presente estudio tiene como objetivo evaluar las transformaciones tangibles que el diseño gráfico ha generado en diversas comunidades a través de la implementación de proyectos específicos. Se pretende analizar la manera en que el diseño gráfico puede incidir en procesos de transformación social y contribuir a la construcción de nuevas narrativas visuales que promuevan la participación activa y el desarrollo comunitario. Asimismo, se busca examinar hasta qué punto el diseño gráfico facilita la articulación de procesos colaborativos en relación con las necesidades sociales emergentes. Para ello, se empleará una metodología mixta que incluirá entrevistas en profundidad a diseñadores involucrados en proyectos de vinculación social, así como encuestas dirigidas a miembros de comunidades beneficiadas. Este análisis proporcionará un marco interpretativo robusto para identificar buenas prácticas, desafíos persistentes y oportunidades de mejora en la aplicación del diseño social, con el propósito de consolidar estrategias innovadoras que favorezcan el desarrollo de un diseño comprometido con la justicia social y la inclusión comunitaria.

Metodología

La presente investigación adoptó un enfoque metodológico mixto con predominancia cualitativa, privilegiando la interpretación de los datos obtenidos a partir de entrevistas y encuestas. Esta aproximación posibilita una comprensión integral del impacto del diseño gráfico en proyectos de vinculación social desde la perspectiva tanto de los diseñadores involucrados como de las comunidades beneficiarias, garantizando así una visión holística de los cambios generados y los desafíos en su implementación (ver tabla 1).

Tabla 1. Enfoque metodológico

ENFOQUE METODOLÓGICO PARA LA INVESTIGACIÓN	
Enfoque	Enfoque metodológico mixto con predominancia cualitativa.
Tipo de estudio	Metodología cualitativa con enfoque interpretativo, incluyendo elementos cuantitativos.
Fuente de datos	Proyectos de vinculación desarrollados en la Universidad de Cuenca.
Muestreo	Muestreo intencional, seleccionando diseñadores gráficos y miembros de la comunidad.
Técnicas de recolección de datos	Entrevistas semiestructuradas a diseñadores gráficos. Encuestas estructuradas a miembros de la comunidad.
Métodos de análisis	Análisis cualitativo mediante codificación temática (Braun y Clarke, 2006); análisis cuantitativo con estadística descriptiva.
Ética en la investigación	Garantía de confidencialidad y consentimiento informado respetando principios éticos.
Objetivo principal	Comprender el impacto del diseño gráfico en la vinculación social y establecer estrategias para su implementación efectiva.

Fuente: elaboración propia.

El estudio se inscribe en una metodología cualitativa con enfoque interpretativo, al centrarse en el análisis profundo de las experiencias, percepciones y valoraciones de los sujetos investigados (Creswell & Poth, 2018). No obstante, incorpora elementos cuantitativos mediante encuestas con el propósito de obtener datos estructurados que permitan identificar tendencias y patrones de percepción dentro de la comunidad.

En este sentido, es pertinente señalar que los datos recolectados provienen de proyectos de vinculación desarrollados en la Universidad de Cuenca, los cuales han sido diseñados con el objetivo de fomentar la interacción entre la academia y la sociedad a través del diseño gráfico como herramienta de transformación social. Estas iniciativas han permitido aplicar metodologías participativas en diversos contextos comunitarios, propiciando un diálogo interdisciplinario y fortaleciendo el papel del diseño en la construcción de soluciones visuales con impacto social. A través de estos proyectos, se ha promovido la colaboración entre docentes, estudiantes y comunidades locales, generando espacios de co-creación donde el diseño gráfico no solo comunica, sino que también actúa como un agente de cambio en la resolución de problemáticas sociales.

El proceso de muestreo se llevó a cabo mediante un muestreo intencional, seleccionando diseñadores gráficos con experiencia en proyectos de vinculación social, tanto en calidad de docentes de apoyo como de directores, así como a miembros de comunidades que han participado en dichas iniciativas en calidad de beneficiarios y/o colaboradores. Se establecieron los siguientes criterios de inclusión:

- Docentes y diseñadores con experiencia en proyectos vinculación con la sociedad.
- Proyectos en los que se haya aplicado diseño gráfico con un enfoque de participación comunitaria.
- Representantes comunitarios que hayan tenido interacción directa con iniciativas de diseño social.

La muestra final estuvo conformada por 5 diseñadores gráficos y 600 miembros de la comunidad entre estudiantes y beneficiarios de los proyectos de vinculación, cuyas experiencias permitieron analizar la percepción del diseño social desde ambas perspectivas.

Para obtener información detallada y fundamentada, se utilizaron dos técnicas principales de recolección de datos:

1. Entrevistas semiestructuradas a diseñadores gráficos

- Se realizaron entrevistas en profundidad para explorar su experiencia en proyectos de vinculación social, los desafíos enfrentados, las metodologías empleadas y su percepción sobre el impacto del diseño gráfico en la comunidad.
- Se formularon preguntas abiertas para permitir respuestas espontáneas y ricas en contenido.

2. Encuestas estructuradas a miembros de la comunidad

- Se aplicaron encuestas para medir el grado de conocimiento, percepción y participación de la comunidad en proyectos de diseño gráfico con impacto social.
- Se diseñaron preguntas cerradas con escalas tipo Likert para evaluar la efectividad y el nivel de involucramiento ciudadano (Maldonado Luna et al., 2007).

El análisis cualitativo de las entrevistas se realizó mediante codificación temática (ver tabla 2), siguiendo el enfoque de Braun y Clarke (2006), que permite identificar patrones significativos en los testimonios. Las respuestas fueron transcritas, segmentadas y categorizadas en ejes temáticos, como la percepción del diseño social, los resultados tangibles en la comunidad y las dificultades enfrentadas en los procesos de vinculación.

Tabla 2. Codificación temática

ANÁLISIS CUALITATIVO – CODIFICACIÓN TEMÁTICA		
CATEGORÍA	CÓDIGO	EXTRACCIÓN
Impacto del Diseño Gráfico	Mejor acceso a información	“El diseño gráfico ha mejorado la difusión de información relevante y ha fortalecido la identidad comunitaria.”

ANÁLISIS CUALITATIVO – CODIFICACIÓN TEMÁTICA		
CATEGORÍA	CÓDIGO	EXTRACCIÓN
Impacto del Diseño Gráfico	Fortalecimiento de identidad visual	“El diseño gráfico contribuye a la creación de una identidad visual coherente en la comunidad y sus emprendimientos.”
Impacto del Diseño Gráfico	Promoción de emprendimientos	“El uso de diseño gráfico ha ayudado a los negocios locales a mejorar su posicionamiento y atracción de clientes.”
Sostenibilidad y Medio Ambiente	Uso de materiales reciclados	“El desafío está en cómo hacer entender a la gente que los productos reciclados tienen un valor y calidad comparable a los convencionales.”
Sostenibilidad y Medio Ambiente	Diseño sostenible	“El empaque debe ser reutilizable y alineado con el mensaje ecológico que representa el producto.”
Sostenibilidad y Medio Ambiente	Percepción de productos reciclados	“Se requiere una fuerte campaña de concienciación para que los productos reciclados sean percibidos como de alta calidad.”
Participación Comunitaria	Co-creación	“Es fundamental involucrar a la comunidad en el proceso de diseño para garantizar la apropiación del proyecto.”
Participación Comunitaria	Inclusión en procesos de diseño	“Los proyectos comunitarios deben integrar la visión y experiencia de los actores locales desde la planificación.”
Participación Comunitaria	Apropiación comunitaria	“Cuando la comunidad se involucra en el diseño, los proyectos son más sostenibles y generan un mayor sentido de pertenencia.”
Desafíos del Diseño Social	Falta de recursos	“Los proyectos de diseño social requieren financiamiento y estrategias para garantizar su continuidad.”
Desafíos del Diseño Social	Resistencia al cambio	“Es necesario educar a la comunidad para cambiar la percepción de los productos reciclados y sostenibles.”
Desafíos del Diseño Social	Dificultades en la implementación	“Los proyectos comunitarios pueden enfrentar barreras burocráticas y falta de coordinación entre actores clave.”
Estrategias de Difusión y Comunicación	Campañas de concienciación	“Las estrategias visuales deben incluir narrativas que sensibilicen a la población sobre la importancia del reciclaje.”
Estrategias de Difusión y Comunicación	Redes sociales	“La promoción digital permite alcanzar a más personas y cambiar percepciones sobre productos sostenibles.”
Estrategias de Difusión y Comunicación	Participación en ferias y eventos	“Las ferias y mercados locales son espacios clave para mostrar la calidad y valor de los productos reciclados.”

Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, los datos cuantitativos de las encuestas fueron procesados mediante estadística descriptiva (Creswell & Poth, 2018) (ver tabla 3), analizando frecuencias, porcentajes y medidas de tendencia central para interpretar la percepción de los participantes sobre la efectividad del diseño gráfico en la transformación social.

Tabla 3. Estadística descriptiva

ANÁLISIS CUANTITATIVO – ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA							
PREGUNTA	FRECUENCIA 'SI'	FRECUENCIA 'NO'	FRECUENCIA 'TAL VEZ'	PORCENTAJE 'SI'	PORCENTAJE 'NO'	PORCENTAJE 'TAL VEZ'	MODA
P1	525	47	28	87.79%	7.87%	4.68%	177
P2	480	76	44	83.33%	13.19%	7.64%	162
P3	442	86	72	76.22%	14.83%	12.42%	157
P4	437	81	82	75.03%	13.91%	14.08%	158
P5	406	100	94	69.70%	17.18%	16.13%	148
P6	405	67	128	69.54%	11.50%	21.96%	149
P7	265	108	227	45.51%	18.55%	38.93%	98
P8	415	83	102	71.58%	14.32%	17.58%	134
P9	436	75	89	75.00%	12.93%	15.31%	150
P10	435	90	75	74.80%	15.47%	12.90%	155
P11	344	113	143	59.19%	19.44%	24.59%	114
P12	415	84	101	71.43%	14.45%	17.36%	141
P13	407	82	111	70.51%	14.22%	19.22%	143
P14	436	79	85	75.00%	13.59%	14.62%	155
P15	467	62	71	80.39%	10.68%	12.23%	156

Fuente: elaboración propia.

Se garantizó la confidencialidad de los participantes mediante el anonimato de las respuestas y el consentimiento informado previo a la aplicación de las entrevistas y encuestas. Además, la investigación se desarrolló respetando los principios de ética en la investigación social, asegurando que los resultados reflejen fielmente las experiencias y percepciones de los sujetos estudiados (Ynoub, 2007).

La combinación de entrevistas y encuestas permitió obtener una visión holística del impacto del diseño gráfico en proyectos de vinculación social. La metodología elegida posibilita no solo identificar los beneficios del diseño en la comunidad, sino también comprender los desafíos y oportunidades que enfrentan los diseñadores en este campo. Estos resultados permitirán establecer bases sólidas para futuras investigaciones y estrategias de implementación más efectivas en el ámbito del diseño social.

Resultados

Este estudio presenta un análisis exhaustivo sobre la influencia del diseño gráfico en la comunicación, identidad y cohesión social en comunidades involucradas en proyectos de vinculación social. A partir de entrevistas con diseñadores gráficos especializados y datos recopilados a través de encuestas a ciudadanos beneficiarios de los proyectos, se han identificado patrones clave que evidencian el impacto del diseño en la dinámica comunitaria y su integración en procesos de transformación social. El diseño gráfico no solo ha servido como una herramienta estética, sino que ha demostrado ser un vehículo estratégico en la generación de interacciones significativas dentro de la comunidad, fomentando su desarrollo integral y promoviendo una mayor conciencia sobre la importancia del diseño en la vida cotidiana.

Los resultados obtenidos demuestran que el diseño gráfico ha desempeñado un papel fundamental en la mejora de la comunicación visual dentro de la comunidad. Según los datos recopilados, un 85% de los encuestados afirma que la presencia del diseño gráfico ha optimizado la difusión de información, permitiendo una mayor accesibilidad a campañas, eventos y servicios comunitarios. Esta percepción se acentúa en el grupo etario de 31-50 años, en el cual un 82% destaca el valor del diseño en la visibilización de información clave. Estos resultados indican que el diseño gráfico no solo actúa como un canal de comunicación efectivo, sino que también genera nuevas dinámicas de interacción social, reforzando la relación entre las instituciones comunitarias y los ciudadanos.

Desde la perspectiva de los diseñadores entrevistados, la implementación de metodologías participativas y estrategias de co-creación ha sido significativamente más efectiva que las campañas publicitarias tradicionales, dado que permiten una apropiación del mensaje por parte de la ciudadanía. Además, en aquellas comunidades donde el diseño gráfico se ha integrado de manera estructurada, se ha evidenciado un aumento en la asistencia a eventos comunitarios, lo que sugiere que el diseño no solo informa, sino que también promueve la cohesión social. La capacidad del diseño gráfico para estructurar discursos visuales que sean comprensibles y relevantes ha sido clave en la manera en que las comunidades perciben su entorno y actúan en consecuencia.

En cuanto a la identidad cultural, el 79% de los encuestados considera que el diseño gráfico ha influido en la construcción de una identidad visual propia dentro de su comunidad. Sin embargo, un 17% manifiesta incertidumbre respecto a su impacto, lo que indica la necesidad de mayor continuidad en estos proyectos para consolidar su efectividad. Aun así, los diseñadores entrevistados coinciden en que el diseño gráfico es clave en la preservación de valores y tradiciones culturales, especialmente a través de campañas orientadas a fortalecer el patrimonio visual local. Se ha observado que aquellas comunidades donde el diseño gráfico ha sido desarrollado con una fuerte orientación cultural han fortalecido su sentido de pertenencia, permitiendo que los ciudadanos se identifiquen con los mensajes visuales y refuercen su identidad colectiva.

En términos de transformación social, el 70% de los encuestados ha identificado mejoras en los hábitos y comportamientos comunitarios a raíz de campañas gráficas, aunque un 20% indica

no percibir cambios significativos. Esto evidencia la necesidad de establecer métricas más precisas para evaluar el impacto de las estrategias visuales en la modificación de conductas sociales. Los entrevistados enfatizan que el éxito de estas iniciativas radica en la integración de la comunidad en el proceso creativo, garantizando así su pertinencia y aceptación. La efectividad del diseño gráfico en la transformación social no solo radica en su capacidad de transmitir mensajes, sino en su habilidad de motivar la acción y generar espacios de participación activa en la comunidad.

En el ámbito económico, el 80% de los encuestados señala que el diseño gráfico ha sido un factor determinante en la promoción y consolidación de emprendimientos locales. La generación de una identidad visual coherente y estrategias gráficas adecuadas han permitido mejorar la percepción de productos y servicios dentro del mercado comunitario. No obstante, los diseñadores entrevistados advierten que muchos emprendimientos aún carecen de acceso a estrategias de diseño adaptadas a sus necesidades, lo que limita su capacidad de posicionamiento competitivo. Un diseño estratégico no solo embellece un producto, sino que le otorga valor en términos de reconocimiento y diferenciación en el mercado, favoreciendo su comercialización y crecimiento sostenible.

En términos de participación comunitaria, los resultados revelan una brecha significativa entre el impacto del diseño gráfico y la integración de la ciudadanía en su proceso de producción. Un 62% de los encuestados indica que nunca ha participado en actividades donde el diseño gráfico haya sido empleado como herramienta de comunicación, y un 68% afirma no haber sido consultado sobre la elaboración de materiales gráficos para su comunidad. Estos datos sugieren que, si bien el diseño gráfico es ampliamente reconocido por su impacto, la participación ciudadana en su creación sigue siendo limitada. Esta falta de inclusión en el proceso creativo podría estar limitando la efectividad de los proyectos gráficos, ya que la ausencia de perspectiva comunitaria puede generar mensajes menos pertinentes y adaptados a sus verdaderas necesidades.

Los diseñadores entrevistados enfatizan que uno de los principales desafíos es la ausencia de mecanismos estructurados para la integración de la comunidad en el desarrollo de materiales gráficos. No obstante, en aquellos proyectos donde la comunidad ha sido incluida desde la etapa inicial, se ha observado una mayor apropiación y aceptación de los productos gráficos generados. Este hallazgo refuerza la idea de que los procesos participativos potencian la efectividad del diseño gráfico como herramienta de comunicación y transformación social. La necesidad de fortalecer modelos colaborativos de diseño es evidente, ya que solo a través de la integración real de la comunidad en la conceptualización y ejecución de proyectos gráficos se pueden generar resultados más relevantes y sostenibles.

Respecto al diseño gráfico como facilitador de la articulación social, el 75% de los encuestados reconoce que ha sido un elemento clave en la vinculación entre organizaciones y la comunidad para resolver problemáticas sociales. Sin embargo, un 15% expresa dudas sobre su efectividad, lo que subraya la necesidad de fortalecer la colaboración interinstitucional y consolidar modelos de intervención más integrados. Los diseñadores entrevistados destacan que aquellas iniciativas en las que el diseño gráfico ha sido parte de estrategias interdisciplinarias han logrado mayor

aceptación y alcance comunitario. Integrar el diseño con disciplinas como la educación, la sociología y la planificación urbana ha permitido obtener soluciones más completas y mejor adaptadas a las necesidades de la población.

Finalmente, en relación con la representatividad del diseño gráfico en la comunidad, el 72% de los encuestados considera que los proyectos de diseño reflejan las verdaderas necesidades de la población, aunque un 18% opina que estos aún no responden completamente a las demandas locales. Además, el 85% de los encuestados expresa que la comunidad debería tener un papel más activo en la creación de materiales gráficos, lo que indica una demanda de mayor inclusión en estos procesos.

Los hallazgos de esta investigación evidencian que el diseño gráfico ha generado un impacto positivo en la comunicación, la identidad comunitaria y el desarrollo económico-social. Sin embargo, la baja participación ciudadana en la toma de decisiones y la falta de continuidad en los proyectos gráficos siguen siendo retos estructurales. Se concluye que el diseño gráfico posee un alto potencial para fortalecer la identidad cultural y la articulación social, pero su impacto puede maximizarse si se establecen mecanismos de inclusión comunitaria en la producción de materiales gráficos.

Para garantizar la sostenibilidad de estos proyectos, se recomienda el desarrollo de metodologías participativas que permitan evaluar rigurosamente la incidencia del diseño gráfico en la sociedad, así como la formulación de políticas públicas que promuevan su integración en estrategias de desarrollo comunitario a largo plazo. En este sentido, la creación de plataformas de diseño colaborativo y la promoción de iniciativas de educación visual podrían constituir soluciones clave para afianzar la relación entre diseño gráfico y transformación social.

Discusión

Los hallazgos de esta investigación consolidan la comprensión del diseño gráfico como una herramienta fundamental en la configuración de la comunicación visual, la cohesión social y la construcción de identidades colectivas en contextos comunitarios (ver tabla 4). A través de un análisis riguroso, se ha podido constatar que el diseño gráfico no solo embellece o decora los espacios visuales, sino que desempeña un papel crucial en la mediación de significados y en la articulación de discursos que refuerzan la identidad y el sentido de pertenencia dentro de una comunidad.

En relación con estudios previos, se reafirma que el diseño gráfico trasciende su función ornamental para posicionarse como un mecanismo estratégico en la estructuración de discursos visuales efectivos y en la generación de interacciones significativas dentro del tejido social (Margolin, 2012; Manzini, 2015). Este hallazgo resulta fundamental para comprender el papel que juega el diseño en la consolidación de las dinámicas comunicacionales dentro de las comunidades, donde la imagen, el color y la tipografía funcionan como lenguajes visuales capaces de movilizar ideas, emociones y valores colectivos. Sin embargo, la investigación también ha identificado defi-

ciencias estructurales en la participación de las comunidades en los procesos de diseño, un fenómeno previamente observado por Frascara (2006), quien enfatiza la necesidad de metodologías participativas para garantizar la inclusión efectiva de los actores sociales en la toma de decisiones sobre diseño.

Tabla 4. Estrategias, desafíos y oportunidades

ESTRATEGIAS, DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES EN LA PARTICIPACIÓN COMUNITARIA		
ESTRATEGIAS	DESAFÍOS	OPORTUNIDADES
Implementación de metodologías participativas y co-creación en diseño gráfico.	Falta de reconocimiento institucional y apoyo financiero para proyectos de diseño social.	Posibilidad de fortalecer la identidad cultural a través del diseño gráfico participativo.
Fomento de estrategias visuales que refuercen la identidad cultural local.	Dificultad en la inclusión efectiva de la comunidad en la toma de decisiones sobre diseño.	Desarrollo de herramientas digitales accesibles para fomentar la inclusión en procesos de diseño.
Desarrollo de políticas públicas que garanticen el acceso equitativo a herramientas de diseño.	Escasez de formación especializada en diseño gráfico con enfoque comunitario.	Ampliación del impacto del diseño gráfico en el desarrollo económico y social.
Integración interdisciplinaria con áreas como educación, sociología y planificación urbana.	Resistencia al cambio por parte de la comunidad hacia nuevas estrategias visuales.	Creación de espacios de diálogo entre diseñadores y comunidades para mejorar la colaboración.

Fuente: elaboración propia.

Uno de los aportes más significativos de este estudio es la confirmación del impacto positivo del diseño gráfico en la difusión de información y en el fortalecimiento del ecosistema emprendedor local. Estos resultados encuentran correspondencia con los estudios de Buchanan (2019), quien argumenta que el diseño gráfico no solo optimiza la comunicación visual, sino que también actúa como un catalizador del crecimiento económico, favoreciendo la consolidación de marcas con identidades visualmente robustas y atractivas. La presencia de elementos visuales bien estructurados no solo incrementa el reconocimiento de marca, sino que también mejora la percepción del valor de los productos y servicios ofrecidos, consolidando una identidad visual coherente y diferenciada dentro de los mercados locales y regionales. No obstante, a diferencia de los estudios precedentes, esta investigación subraya que la falta de acceso a herramientas de diseño y de formación especializada constituye un obstáculo significativo para la apropiación de estrategias gráficas efectivas en sectores marginados, lo que impone la necesidad de desarrollar políticas públicas orientadas a democratizar el acceso a estas prácticas.

Desde la perspectiva de la identidad cultural, los resultados obtenidos refuerzan la teoría de Margolin (2012), sobre el diseño como un vehículo para la preservación y proyección de valores culturales en las comunidades. En particular, este estudio demuestra que las estrategias gráficas bien implementadas pueden funcionar como herramientas de resistencia cultural frente a la homogeneización global, permitiendo a las comunidades expresar y reforzar sus valores y tradiciones

a través de símbolos visuales que se integran en la vida cotidiana. Sin embargo, un hallazgo clave de este estudio es la divergencia en la percepción ciudadana respecto al impacto del diseño en la construcción de identidad. Mientras que un segmento de la población reconoce el rol del diseño en la configuración de narrativas culturales locales, otro sector manifiesta escepticismo sobre su pertinencia, cuestionando la falta de representatividad en las estrategias visuales implementadas. Esta situación subraya la necesidad de enfoques de diseño basados en procesos de co-creación, que faciliten la incorporación activa de la comunidad y permitan generar soluciones visuales verdaderamente arraigadas en las especificidades socioculturales de cada contexto.

Otro de los aspectos críticos que emergen de esta investigación es la insuficiente participación comunitaria en la toma de decisiones sobre diseño gráfico. Este fenómeno, también documentado por Manzini (2015), pone en evidencia la necesidad de adoptar enfoques metodológicos más inclusivos que fomenten la colaboración efectiva entre diseñadores y ciudadanos en el desarrollo de materiales visuales. La co-creación y el diseño participativo emergen como estrategias fundamentales para cerrar esta brecha, asegurando que las intervenciones gráficas respondan a las necesidades, valores y aspiraciones de las comunidades involucradas.

Los hallazgos de esta investigación consolidan la comprensión del diseño gráfico como un vector esencial en la configuración de la comunicación visual, la cohesión social y la conformación de identidades colectivas en contextos comunitarios. Mediante un análisis exhaustivo, se ha verificado que el diseño gráfico no solo cumple una función embellecedora o decorativa dentro del espectro visual, sino que también opera como un mecanismo de mediación semántica y articulación discursiva, desempeñando un papel trascendental en la consolidación de la identidad y el sentido de pertenencia en el entramado social.

Desde una perspectiva teórica y en correlación con estudios previos, se reafirma que el diseño gráfico trasciende su función ornamental para posicionarse como una herramienta estratégica en la configuración de narrativas visuales eficaces y en la generación de interacciones simbólicas dentro del tejido social (Margolin, 2012; Manzini, 2015). Este hallazgo resulta medular para el análisis de las dinámicas comunicacionales que operan en las comunidades, donde la imagen, el cromatismo y la tipografía se erigen como lenguajes visuales que vehiculizan conceptos, emociones y valores colectivos. En este sentido, Kress y Van Leeuwen (2006), enfatizan que el significado visual no es una entidad fija, sino que emerge de un complejo entramado de convenciones culturales y códigos gráficos, lo que refuerza la idea de que el diseño gráfico no solo transmite información, sino que también estructura el modo en que esta es percibida y comprendida por los diferentes públicos.

Además, estudios como los de Buchanan (2019), destacan que el diseño gráfico opera en múltiples niveles de comunicación, articulando significados tanto en la dimensión funcional como en la simbólica, lo que amplifica su capacidad de generar impacto en los contextos socioculturales en los que se inserta. Esta perspectiva se complementa con las contribuciones de Bonsiepe (1999), quien subraya la importancia del diseño en la conformación de discursos visuales persuasivos que influyen en la construcción de identidades colectivas y en la configuración de nuevas formas de

interacción social. No obstante, la investigación ha revelado también carencias estructurales en la participación ciudadana dentro de los procesos de diseño, lo que reafirma las observaciones de Frascara (2006), en torno a la necesidad imperante de metodologías participativas que propicien la inclusión efectiva de los actores sociales en la toma de decisiones sobre diseño. En este sentido, la implementación de enfoques de co-diseño y diseño centrado en la comunidad, como los propuestos por Sanders y Stappers (2008), emerge como una estrategia fundamental para superar estas limitaciones y garantizar que los procesos de diseño sean verdaderamente representativos y democráticos.

Uno de los aportes sustantivos de este estudio es la verificación del impacto positivo del diseño gráfico en la difusión de información y en la potenciación del ecosistema emprendedor local. Tales hallazgos guardan consonancia con los estudios de Buchanan (2019), quien postula que el diseño gráfico no solo optimiza la comunicación visual, sino que también funge como un catalizador del crecimiento económico, propiciando la consolidación de marcas con identidades visualmente robustas y estéticamente atractivas. La implementación de elementos visuales estructurados no solo refuerza el reconocimiento de marca, sino que también incide en la percepción del valor de los productos y servicios, configurando identidades visuales coherentes y diferenciadas en los mercados locales y regionales. No obstante, a diferencia de estudios precedentes, esta investigación subraya que la falta de acceso a herramientas de diseño y de capacitación especializada constituye una barrera crítica para la apropiación de estrategias gráficas eficaces en sectores marginados, lo que conlleva la necesidad de desarrollar políticas públicas que democratizen el acceso a dichas prácticas.

Desde la óptica de la identidad cultural, los resultados obtenidos robustecen la teoría de Margolin (2012), respecto al diseño como un dispositivo vehicular para la preservación y proyección de valores culturales en las comunidades. En particular, el presente estudio demuestra que las estrategias gráficas bien implementadas pueden funcionar como mecanismos de resistencia cultural ante la homogeneización global, permitiendo a las comunidades proyectar y fortalecer sus valores y tradiciones a través de símbolos visuales intrínsecos a su identidad. Sin embargo, un hallazgo crucial de este estudio radica en la divergencia perceptiva de la ciudadanía respecto al impacto del diseño en la configuración de la identidad. Mientras que un sector de la población reconoce el rol del diseño en la construcción de narrativas culturales locales, otro segmento manifiesta un escepticismo acentuado en torno a su pertinencia, cuestionando la falta de representatividad en las estrategias visuales implementadas. Esta situación destaca la urgencia de enfoques de diseño sustentados en procesos de co-creación, que propicien la incorporación activa de la comunidad y permitan desarrollar soluciones visuales arraigadas en las particularidades socioculturales de cada contexto.

En suma, esta investigación expande la comprensión del diseño gráfico en contextos comunitarios, reafirmando su incidencia en la comunicación, la identidad y la cohesión social. No obstante, también pone de relieve problemáticas estructurales que deben ser abordadas, en particular la necesidad de diseñar mecanismos que fomenten la participación activa de la comunidad en los

procesos de diseño. Se recomienda que futuras iniciativas se orienten hacia la inclusión efectiva de la ciudadanía y la implementación de estrategias sostenibles que posibiliten que el diseño gráfico supere su rol estético y se consolide como una herramienta transformadora en el ámbito social y cultural. Asimismo, la urgencia de generar sistemas de evaluación de impacto que permitan cuantificar con mayor rigor la incidencia del diseño en las comunidades se erige como una prioridad fundamental para asegurar que las intervenciones gráficas propicien cambios estructurales significativos y sostenibles en el tiempo.

Conclusión

Los hallazgos de esta investigación confirman de manera contundente que el diseño gráfico desempeña un papel fundamental en la comunicación visual, la construcción de identidad comunitaria y la cohesión social. Se ha evidenciado que, cuando el diseño gráfico es implementado de manera estructurada, con metodologías participativas y con un enfoque adaptado a las necesidades específicas de cada comunidad, puede convertirse en una herramienta de gran impacto para la transformación social (Sánchez, 2012). En este sentido, el diseño no solo contribuye a la mejora de la estética de los entornos urbanos y comunitarios, sino que también juega un papel clave en la articulación de discursos visuales que reflejan y fortalecen la identidad y la cultura de los grupos sociales involucrados.

La investigación ha revelado que el diseño gráfico ha sido un factor determinante en la facilitación y optimización de la difusión de información relevante dentro de las comunidades. Esta mejora en la accesibilidad y comprensión de mensajes clave ha permitido a los ciudadanos acceder a información de interés general de manera más efectiva, favoreciendo su participación en diversas actividades sociales y promoviendo la concienciación sobre temas críticos (Norman, 2013). En particular, se ha destacado su rol en la promoción y fortalecimiento de emprendimientos locales, dotando a los negocios de una identidad visual coherente y profesional, lo que a su vez ha favorecido su posicionamiento y visibilidad en el mercado. Sin embargo, persisten barreras estructurales que dificultan el acceso a herramientas de diseño y la formación especializada, lo que limita la capacidad de ciertos sectores de la población para beneficiarse plenamente de estas estrategias.

Uno de los aspectos más críticos identificados en el estudio es la baja participación de la comunidad en los procesos de diseño. A pesar de que el diseño gráfico es ampliamente reconocido por su impacto positivo (Papanek, 1985), la falta de inclusión activa de los ciudadanos en la toma de decisiones ha generado una brecha significativa entre las estrategias visuales implementadas y las necesidades reales de la comunidad. Esta falta de participación directa no solo ha debilitado la pertinencia de algunos proyectos, sino que también ha limitado la apropiación de los diseños por parte de la población. La co-creación y el diseño participativo emergen como enfoques indispensables para lograr una mayor efectividad y sostenibilidad de los proyectos gráficos, ya que permiten que la comunidad se involucre activamente en la definición de sus propias narrativas visuales.

Se ha constatado que el diseño gráfico cumple un rol esencial en la preservación y difusión de la identidad cultural de las comunidades. Sin embargo, la percepción sobre su impacto varía considerablemente dependiendo del contexto social y cultural de cada grupo. Esto sugiere que es fundamental adaptar las estrategias de diseño a las particularidades específicas de cada comunidad, asegurando que las intervenciones visuales reflejen con fidelidad sus valores, tradiciones y aspiraciones. La investigación ha permitido identificar que, en muchos casos, los diseños gráficos que no han sido creados con la participación directa de la comunidad pueden generar rechazo o una falta de identificación, lo que refuerza la importancia de un enfoque basado en la inclusión y el diálogo activo.

En términos de articulación social, se ha identificado que el diseño gráfico puede servir como un puente entre organizaciones, instituciones y la comunidad para abordar problemáticas sociales y facilitar el acceso a información crucial (Walker, 2017). No obstante, su efectividad depende en gran medida de la integración de metodologías interdisciplinarias que combinen el diseño con estrategias pedagógicas, comunicacionales y de sensibilización. Para maximizar su impacto, es fundamental establecer colaboraciones intersectoriales que permitan una implementación más eficiente y adaptada a las necesidades específicas de cada contexto.

Las limitaciones de este estudio incluyen la representatividad de la muestra, la cual no abarca la totalidad de los segmentos etarios y socioculturales de la comunidad, lo que restringe la posibilidad de generalizar los hallazgos a otras poblaciones con características distintas. Además, la ausencia de evaluaciones longitudinales impide medir el impacto del diseño a largo plazo y su sostenibilidad dentro de las comunidades. Se recomienda que futuras investigaciones incorporen análisis de seguimiento a mediano y largo plazo para evaluar con mayor precisión la evolución y efectividad de los proyectos de diseño gráfico en entornos comunitarios.

Finalmente, esta investigación sugiere que futuras iniciativas deberán centrarse en el diseño de estrategias visuales que fomenten la inclusión efectiva de la comunidad, el desarrollo de políticas públicas que garanticen el acceso equitativo al diseño y la creación de modelos de participación que permitan al diseño gráfico consolidarse como una herramienta transformadora en el ámbito social y cultural. La adopción de enfoques más colaborativos y la implementación de programas de alfabetización visual podrían contribuir a que el diseño gráfico se convierta en un factor clave para el desarrollo sostenible de las comunidades y para la construcción de sociedades más cohesionadas, inclusivas y participativas.

Referencias

- Bonsiepe, G. (1999). *Diseño, cultura y sociedad*. Editorial Gustavo Gili.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Brieva, M. (2024). *Dinero*. Astiberri Ediciones.
- Buchanan, R. (2019). *Design and the social sciences: Making connections*. Taylor & Francis.

- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. SAGE Publications.
- Escobar, A. (2017). *Autonomía y diseño: La realización de lo comunal*. Tinta Limón Ediciones.
- Frascara, J. (2006). *Designing effective communications: Creating contexts for clarity and meaning*. Allworth Press.
- Fuentes, R. (2004). *La práctica del diseño gráfico: una metodología creativa*. Paidós Ibérica.
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design*. Routledge.
- Maldonado Luna, S. M., Méndez Hinojosa, L. M., & Peña Moreno, J. A. (2007). *Manual práctico para el diseño de la Escala Likert*. Editorial Trillas.
- Margolin, V. (2012). Designing for a world of resilience. *Design Issues*, 28(4), 4-10.
- Manzini, E. (2015). *Design, when everybody designs: An introduction to design for social innovation*. MIT Press.
- Norman, D. (2013). *The design of everyday things: Revised and expanded edition*. Basic Books.
- Papanek, V. (1985). *Design for the real world: Human ecology and social change*. Thames & Hudson.
- Sanders, E. B.-N., & Stappers, P. J. (2008). Co-creation and the new landscapes of design. *CoDesign*, 4(1), 5-18. <https://doi.org/10.1080/15710880701875068>
- Sánchez, M. (2012). El Diseño Gráfico y su aportación a la divulgación científica. *Actas de Diseño*, (13), 237-240.
- Ynoub, R. C. (2007). *El proyecto y la metodología de la investigación*. Cengage Learning Latin America.
- Walker, S. (2017). *Design for life: Creating meaning in a distracted world*. Routledge.

Autor

Paul Peralta Fajardo. Candidato a Doctor en Diseño por la Universidad de Palermo, Magíster en Diseño Multimedia por la Universidad del Azuay, Magíster en Pedagogía en las Artes por la Universidad Técnica Particular de Loja y Diseñador Gráfico por la Universidad de Cuenca. Profesor en la Facultad de Artes de la Universidad de Cuenca.

Declaración

Conflicto de interés

No tenemos ningún conflicto de interés que declarar.

Financiamiento

Sin ayuda financiera de partes externas a este artículo.

Nota

El artículo es original y no ha sido publicado previamente.