

# Reconfiguración de la identidad en el diseño latinoamericano Post-COVID-19: respuestas frente a la hiperculturalidad

## Resumen

Este estudio analiza el impacto de la pandemia y los discursos globales de la diversidad en la filosofía y la práctica del diseño en Latinoamérica durante el período *with-corona* (2022-2023). La investigación se basa en el análisis de las resonancias y transformaciones en las prácticas de diseño de cincuenta profesionales latinoamericanos, quienes fueron entrevistados para las plataformas digitales de divulgación de diseño *Naver Design Press* y *Typography Seoul* de la República de Corea, entre noviembre de 2022 y noviembre de 2023.

A través de la metodología cualitativa basada en entrevistas semiestructuradas, se buscó comprender cómo los discursos globales y los cambios en la vida cotidiana han influido en la práctica del diseño, y se intentó identificar cómo se ha transformado la percepción y valoración de la identidad del diseño en la región. Los resultados evidenciaron que, en el contexto post-pandémico, el diseño latinoamericano se encuentra en una fase de evolución que se caracteriza por la dialéctica entre la hiperculturalidad y el agotamiento de los contenidos del diseño moderno occidental, lo que ha dejado espacio para la manifestación de “la otredad”. Este nuevo escenario ha permitido la expresión de perspectivas alternativas, distanciándose del auto-exoticismo colonial.

Los diseñadores entrevistados han mostrado una reflexión más profunda sobre la relación entre el diseño y la identidad regional, indicando una resiliencia y adaptabilidad que sitúan al diseño latinoamericano en una posición favorable para contribuir al diálogo global sobre diseño. El estudio concluye que el diseño en la región, impulsado por una rica herencia cultural y un compromiso con la innovación y la responsabilidad social, se está consolidando como un actor clave en la discusión global sobre el futuro del diseño.

Eliana Kim

Doctora de Historia y Estudios  
Culturales del Diseño  
Universidad Nacional de Seúl  
Seúl, Corea del Sur

Correo electrónico:

kimeliana@gmail.com

orcid.org/0000-0002-4470-3272

Google Scholar

Recibido: diciembre 10 de 2023

Aprobado: junio 5 de 2024

Palabras clave:

Aprendizajes de diseño,  
colonialismo, diseño-  
sostenibilidad, diversidad,  
identidad latinoamericana,  
praxis del diseño.



Revista KEPES Año 21 No. 30 julio-diciembre 2024, págs. 51-83 ISSN: 1794-7111(Impreso) ISSN: 2462-8115 (En línea)

DOI: 10.17151/kepes.2024.21.30.3



# Reconfiguration of identity in Post-COVID-19 Latin-American design: responses to hyperculturality<sup>1</sup>

## Abstract

This study analyzes the impact of the pandemic and global discourses of diversity on design philosophy and practice in Latin America during the with-corona period (2022-2023). The research is based on the analysis of resonances and transformations in the design practices of fifty Latin American professionals, who were interviewed for the digital design platforms *Naver Design Press* and *Typography Seoul* in the Republic of Korea, between November 2022 and November 2023. Through qualitative methodology based on semi-structured interviews, it sought to understand how global discourses and changes in everyday life have influenced the practice of design, and tried to identify how the perception and valuation of design identity in the region has been transformed. The results showed that, in the post-pandemic context, Latin American design is in a phase of evolution characterized by the dialectic between hyperculturality and the exhaustion of the contents of modern Western design, which has left room for the manifestation of “otherness”. This new scenario has allowed the expression of alternative perspectives, distancing itself from colonial auto-exoticism. The designers interviewed have shown a deeper reflection on the relationship between design and regional identity, indicating a resilience and adaptability that places Latin American design in a favorable position to contribute to the global dialogue on design. The study concludes that design in the region, driven by a rich cultural heritage and a commitment to innovation and social responsibility, is consolidating itself as a key player in the global discussion on the future of design.

Key words:  
Colonialism, design learning,  
design praxis, design-  
sustainability, diversity.

---

<sup>1</sup> Acknowledgements: I would like to extend my heartfelt gratitude to the anonymous reviewers of the Journal KEPES, whose insightful feedback has significantly strengthened the core aspects of this study. My sincere thanks go to Professor Walter M. Castañeda for his unwavering support and generosity. I am also deeply grateful to Manna Kim, former editor of Naver Design Press, for giving me the freedom to introduce Latin American design to South Korea. Finally, I would like to thank Professor Min-Soo Kim for his trust and his invaluable lessons.

## Introducción

El presente artículo explora cómo los discursos globales de la diversidad y la inclusión, así como la pandemia, han influenciado y transformado la filosofía y la práctica del diseño en Latinoamérica. El estudio indaga sobre las resonancias en el discurso de cincuenta profesionales latinoamericanos que han sido entrevistados en los marcos de los segmentos de “Diseño y Cultura Latinoamericana” de las plataformas digitales de diseño *Naver Design Press* (editorial Design House) y *Typography Seoul* (empresa Yoon Design), de la República de Corea, desde noviembre de 2022 hasta noviembre de 2023.

Es relevante señalar que las entrevistas incluidas en este estudio fueron realizadas por la misma autora-investigadora, cuyo objetivo principal ha sido la promoción de la cultura del diseño latinoamericano desde 2011. La colaboración de la autora con medios especializados en diseño comenzó en 2015; sin embargo, hasta ese momento, los temas relacionados con el diseño latinoamericano ocupaban solo una pequeña parte de la sección de noticias y personalidades internacionales de la revista *Monthly Design* (perteneciente a la editorial *Naver Design Press*). A partir de la pandemia, las plataformas digitales han permitido la inclusión de series como “Diseño y Cultura Latinoamericana” en *Naver Design Press* y “DiCulto” en *Typography Seoul*, marcando la primera vez que la prensa de diseño coreana aborda el tema del diseño latinoamericano con tal constancia y profundidad. En noviembre de 2022, estas series surgieron como una estrategia para satisfacer la creciente demanda de contenidos diversos e innovadores, alcanzando un total de cincuenta entrevistas compiladas hasta noviembre de 2023.

Un año después de haber realizado las entrevistas semi-estructuradas (véase la sección “Materiales y Métodos” para la estructura detallada), se observó que la referencia a los efectos de la pandemia en el ámbito proyectual y la reflexión

sobre la identidad del diseño latinoamericano emergieron como temáticas recurrentes en las respuestas de todos los entrevistados. Este creciente interés por parte de la prensa especializada en diseño de Corea del Sur, tanto en incorporar el diseño latinoamericano en sus publicaciones como en reflejar las inquietudes expresadas por los entrevistados, ha sido clave para formular las preguntas de investigación de este artículo: ¿En qué contexto surge el interés de la prensa coreana por el diseño latinoamericano? ¿De qué manera se posiciona el diseño latinoamericano en la prensa coreana y cómo ha sido redefinido por sus actores a raíz de la pandemia?

A partir de estas preguntas y tras la revisión del estado del arte, el presente artículo parte de la hipótesis de que diversos factores han sido cruciales para que el diseño latinoamericano se convierta en parte del contenido de la prensa coreana. Entre estos factores destacan el cambio en el contexto global y el potencial de los diseñadores latinoamericanos, quienes han sabido reflexionar profundamente sobre su labor proyectual y la identidad del diseño en su práctica cotidiana.

La pandemia del COVID-19 ha marcado un punto de inflexión en múltiples disciplinas, incluyendo el diseño. En el pensamiento y la práctica del diseño latinoamericano, este fenómeno ha generado una transformación significativa reflejando un entorno post-corona dinámico. Estos cambios se posicionan dentro de un contexto exacerbado por la lógica del fenómeno global de la hiper-culturalidad, donde la heterogeneidad es esencial para seguir produciendo contenido relevante y diversificado (Han, 2018).

Para desentrañar este emergente panorama de transformación, es imperativo revisar y comprender la preexistente noción de diseño latinoamericano. Esta tarea, no obstante, su importancia, se presenta compleja debido a la intrincada identidad de lo que se considera diseño latinoamericano. Hablar de diseño y

de lo latinoamericano implica hablar de dos términos en constante evolución y sujeto a múltiples interpretaciones. Por un lado, lo 'latinoamericano' se refiere a una identidad diversa y llena de contrastes, una complejidad que Skidmore y Smith (2005) identifican como un reto para su comprensión histórica y social (pp. 3-8). En cuanto al concepto diseño, a pesar de los esfuerzos por establecerse como un concepto universal en 1958 por la *ICSID* (WDO, 2022), ha expandido su alcance de manera tal que su significado se ha vuelto cada vez más elusivo. Heskett (2002) encapsula esta multiplicidad de significados con la sentencia: "Design is to design a design to produce a design", ilustrando que el diseño opera en muchos niveles, lo que a menudo convierte al término en una fuente de confusión (p. 5).

Las investigaciones sobre el diseño latinoamericano y la identidad de diseño local son limitadas. Bonsiepe (2008) sugiere que la identidad del diseño latinoamericano puede considerarse desde cuatro perspectivas: configuración formal y cromática, productos diferenciados, uso de materiales locales "exóticos" y una metodología de diseño arraigada en lo local. Bianchi (2018) ofrece una exploración multifacética de la identidad del diseño industrial argentino, reflejando esta identidad desde perspectivas históricas, educativas y productivas. A pesar de la dificultad para destilar una identidad cohesiva debido a la diversidad y globalización, se reconoce una identidad de diseño heterogénea influenciada por contextos sociales, productivos y económicos. Devalle y Garone (2020) argumentan que el diseño en Latinoamérica comparte un carácter homogéneo basado en procesos políticos y económicos similares, pero difiere en "los diferentes marcos teóricos con los que se ha construido el 'objeto' de diseño" (p.10).

Así, los pensadores del diseño latinoamericano han contribuido a la discusión sobre la identidad, como señala Hall (2003), criticando el concepto tradicionalista de "una identidad integral, unificada y originaria" (pp. 13-15).

Sin embargo, es importante considerar las múltiples perspectivas actuales de los profesionales en la región, quienes afirman que, a pesar de su complejidad, existe una identidad del diseño latinoamericano integrada en prácticas cotidianas y en el nuevo contexto de la hiper-culturalidad.

Por tanto, esta investigación tiene un doble objetivo. Primero, comprender cómo eventos globales, como los discursos de inclusividad y cambios radicales en la cotidianidad, han impactado en la praxis del diseño en Latinoamérica. El diseño, como disciplina y práctica, refleja los contextos socioculturales y económicos en los que se desarrolla. Los eventos globales, sean políticos, económicos o culturales, tienen la capacidad de influir y transformar las corrientes de pensamiento y prácticas en el diseño a nivel regional, y viceversa. Segundo, obtener una visión general de los cambios en el pensamiento y la apreciación de la identidad del diseño latinoamericano, resonando en las voces individuales y colectivas de los entrevistados, quienes son responsables de divulgar el diseño latinoamericano a través de sus prácticas cotidianas.

## Metodología

56

El presente estudio se fundamenta en una metodología de investigación cualitativa, con un enfoque particular en el análisis de casos basados en entrevistas semiestructuradas efectuadas a una serie de cincuenta diseñadores latinoamericanos en el marco de los segmentos de diseño y cultura latinoamericana en las plataformas digitales *Naver Design Press* y *Typography Seoul* de la República de Corea desde noviembre de 2022 hasta noviembre de 2023 (tabla 1). En situaciones específicas, se ha citado el contenido de las entrevistas originales; esto se debe a que las versiones finales requeridas para su publicación en las plataformas mencionadas necesitaron ser abreviadas debido a restricciones de espacio editorial.

**Tabla 1.** Entrevistas publicadas en las plataformas Naver Design Press y Typography Seoul ordenadas cronológicamente desde noviembre 2022 hasta noviembre 2023.

	Fecha	Plataforma	Título de los artículos traducidos al español	Entrevistados
1	2022.09.07	Naver Design Press	[21° Festival Internacional de la Imagen de Colombia] 콜롬비아 제 21회 국제 이미지 페스티벌	Felipe Londoño (Colombia)
2	2022.09.08	Naver Design Press	[Estudio 'Taller M' de Colombia: Trascendiendo la marca de Juan Valdés] 콜롬비아 스튜디오 '따예르 M' - 후안 발데스 브랜딩을 넘어서	Sergio Ospina (Colombia)
3	2022.10.05	Naver Design Press	[Paola Irazábal: La diseñadora editorial que entreteje la cultura de Chile en sus libros] 칠레 문화를 책으로 엮는 에디토리얼 디자이너 - 싸올라 이라사발 인터뷰	Paola Irazábal (Chile - España)
4	2022.10.31	Naver Design Press	[Ay Futura: El colectivo argentino de diseño feminista que clama por igualdad y solidaridad] 아르헨티나에서 전해온 평등과 연대의 목소리 - 페미니스트 디자인 단체 아이 푸투라	Cinco integrantes anónimas Hay Futura (Argentina)
5	2022.10.31	Naver Design Press	[Martina Gallarza: La diseñadora argentina que ilustra la música con tipografía] 타이포로 음악을 그리는 아르헨티나 디자이너 - 레터링 디자이너, 마르티나 갈라르사 인터뷰	Marte (Argentina)
6	2022.11.15	Naver Design Press	[Tuti Saltamartini: La diseñadora de collages que revive entre recortes y pegamento, donde la creatividad despierta] 자르고 붙이며 다시 깨어난 콜라주 디자이너, 투띠 살타마르티니 - "창의성이 잠에서 깨어난다"	Tuti Saltamartini (Argentina)
7	2022.11.29	Naver Design Press	[Marcela Romero y Pablo Cosgaya: Pilares vivientes de la historia tipográfica argentina con Omnibus Type] 아르헨티나 타이포그래피 역사의 산 증인, 옴니버스 타이프 - 마르셀라 로메로 & 파블로 코스가자	Marcela Romero Pablo Cosgaya (Argentina) Omnibus Type

Fecha	Plataforma	Título de los artículos traducidos al español	Entrevistados	
8	2022.12.13	Naver Design Press	[Submarine: La revista chilena que eleva la cultura del diseño latinoamericano a la superficie] 라틴아메리카 디자인 문화를 수면 위로 부상시킨 <Submarine> - 칠레의 디자인 잡지 <섭마린 Submarine> 에 대하여	Manuel Figueroa Submarine Design Magazine (Chile)
9	2022.12.22	Naver Design Press	[Cristóbal Henestroza: El maestro tipógrafo detrás del diseño de los documentos oficiales mexicanos] 멕시코 국가 공문의 얼굴을 디자인하는 타이포그래퍼, 크리스토팔 에네스트로사 - 활자체를 만드는 법	Cristóbal Henestroza (México)
10	2023.01.02	Naver Design Press	[¿Quién es Guillermo Gester?: Un ícono del diseño consciente y sostenible] 기예르모 게스테르, 그는 누구인가? - “제가 말하고자 하는 ‘지속 가능’이란 처음부터 끝까지 의식적으로 하는 결정과 실행에 있습니다.”	Guillermo Jester (México)
11	2023.01.10	Naver Design Press	[Manuel Rapoport de ‘Designo Patagonia’: Diseñando para sobrevivir en una economía fluctuante] 데시그노 파타고니아의 마누엘 라포포트를 만나다 - “경제가 오동치는 나라에서 디자인으로 먹고살기 위해서는 지역 경제에 맞게 움직일 수밖에 없으니까요”	Designio Patagonia (Argentina)
12	2023.01.19	Typography Seoul	[AMUKI: El estudio ecuatoriano que documenta culturas indígenas a través de la tipografía] 타이포그래피로 중남미 토착 문화를 기록하다 - 에콰도르의 디자인 스튜디오 ‘아무키(AMUKI)’	Vanessa Zúñiga Tinizaray AMUKI (Ecuador)
13	2023.01.27	Naver Design Press	[Alejandro Rodríguez Fornés: El nuevo rostro del diseño de carteles en Cuba] 카르텔 쿠바노를 디자인하는 신세대 쿠바 디자이너 - 알레한드로 로드리게스 포르네스를 만나다.	Alejandro R. Fornés (Cuba-España)
14	2023.02.07	Naver Design Press	[El artista que anhelaba pintar a lo grande, Jorge Manta] 큰 그림 그리기를 욕망한 아티스트, 조지만타	George Manta (Argentina)
15	2023.02.16	Typography Seoul	[Estudio de diseño de tipografías de Colombia ‘Sumo Type’] 콜롬비아의 서체 디자인 스튜디오 ‘수모 타입’	Óscar Guerrero (Colombia)

Fecha	Plataforma	Título de los artículos traducidos al español	Entrevistados	
16	2023.03.02	Naver Design Press	[El diseñador editorial Óscar Yáñez: Un viaje del diseño latinoamericano desde México hasta Dubái] 라틴아메리카의 디자인 정체성을 안고 세계로, 에디토리얼 디자이너 오스카르 야녜스 - 멕시코에서 두바이까지 디자인으로 누비다	Oscar Yáñez (México-Emiratos Árabes)
17	2023.03.07	Naver Design Press	['Fileteado': El arte escultórico de las letras que nació en Buenos Aires] 부에노스아이레스에서 유래한 레터링, '필레테아도'의 환상적인 세계 - 조형적인 특징 돋보이는 글자의 예술	Alfredo Genovese (Argentina)
18	2023.03.13	Naver Design Press	[Choi Doseon y 'Peabody': Conquistando América Latina con un diseño que nace en el Este] 아르헨티나를 넘어 중남미를 사로잡다, 전자제품 브랜드 '피보디'의 한국인 대표 최도선 - 동쪽에서 떠서 서쪽에서 빛을 본 디자인	Dante Choi (Rep de Corea - Argentina)
19	2023.03.16	Typography Seoul	[Bienal 'Tipos Latinos': Celebrando la tipografía de América Latina] 라틴아메리카 타이포그래피 비엔날레 <티포스 라티노스>	Marcela Romero Pablo Cosgaya Tipos Latinos (Latam)
20	2023.03.27	Naver Design Press	[Faride Mereb: La diseñadora que despierta el alma de los libros] 책의 영혼을 깨우는 디자이너 파리데 메레브 - 책 디자이너 파리데 메레브를 만나다	Faride Mereb (Venezuela-EUA)
21	2023.04.05	Naver Design Press	[Julia Briller: La artista argentina de mil facetas y su estudio del movimiento humano] 신체의 움직임을 연구하는 다재다능한 조형예술가, 줄리아 브릴러 - 건축가, 발레리나, 미술교육가, 사업가, 사진가... 아르헨티나 예술가 줄리아 브릴러	Julia Sbriller (Argentina)
22	2023.04.17	Naver Design Press	['Cielo Tejido' de Lorena Ron: Un manto arcoíris sobre el cielo mexicano] 멕시코 하늘을 수놓은 무지개 천장 - 로레라 론의 '시엘로 테히도' 이야기	Lorena Ron Cielo Tejido (México)
23	2023.04.20	Typography Seoul	[Yani & Guille: Vanguardia del diseño argentino] 아르헨티나의 디자인 스튜디오 '자니와 기제'	Yani Arabena Guille Vizzari Yani&Guille Co (Argentina)

	Fecha	Plataforma	Título de los artículos traducidos al español	Entrevistados
24	2023.04.26	Naver Design Press	[El Diseñador de metaverso Iván Flugelman - ¡Diseñando mundos virtuales!] 메타버스 디자이너 이반 플루겔만 - 가상세계를 디자인하다!	Ivan Flugelman (Argentina)
25	2023.05.02	Naver Design Press	[Paola Baragán: La artista que entrelaza la tradición y modernidad ecuatoriana] 에콰도르의 미학을 풀어내는 디자이너이자 아티스트, 빠울라 바라간 - 신구를 아우르는 에콰도르 아티스트	Paula Barragán (Ecuador)
26	2023.05.09	Naver Design Press	[Ximena Jiménez: La artista urbana que convierte muros en lienzos globales] 온몸으로 그리고 손끝으로 뿌리는 스트릿 아티스트, 지메나 히메네스	Ximena Jiménez (Colombia)
27	2023.05.18	Typography Seoul	[Nubia Navarro: La diseñadora en el foco de Adobe] 어도비가 선택한 디자이너 '누비아 나바로'	Nubia Navarro - Nubikini (Colombia)
28	2023.05.24	Naver Design Press	[Mariano Sigal: Diseñando espacios lúdicos para el Homo Ludens] 호모 루덴스를 위한 공간을 고민하는 디자이너, 마리아노 시갈	Mariano Sigal - Nosotros Cinco (Argentina)
29	2023.06.12	Naver Design Press	[Periferia: El estudio que teje la cultura artística mexicana, de la mano de Cristina Paoli] 멕시코의 예술 문화를 엮는 디자인 스튜디오, 페리페리아 - 예술 문화 책 디자인 전문가 크리스티나 빠울리를 만나다	Cristina Paoli - Periferia (México)
30	2023.06.15	Typography Seoul	[La primera generación de tipógrafos digitales en Chile, Francisco Galvez] 칠레의 '1세대 디지털 서체 디자이너' 프란시스코 갈베스	Francisco Galvez (Chile)
31	2023.06.15	Naver Design Press	[¡No hay diseño apolítico! - Encuentro con la diseñadora gráfica argentina Laura Varsky] 비정치적인 디자인은 없다! - 아르헨티나 그래픽 디자이너 라우라 바르스키와 만나다.	Laura Varsky (Argentina)
32	2023.07.14	Naver Design Press	[Francisco Valenzuela: Un cuentista de la creatividad] 창의적인 스토리텔러, 프라니스코 바렌수엘라를 만나다	Francisco Valenzuela (Chile)

Fecha	Plataforma	Título de los artículos traducidos al español	Entrevistados	
33	2023.07.14	Naver Design Press	[César Pelizer: Un encuentro con el innovador del motion graphics en Brasil] 브라질 모션 그래픽 디자이너 세사르 벨리제르와 만나다 - 그래픽 디자이너 세사르 벨리제르	Cesar Pelizer (Brasil)
34	2023.07.24	Naver Design Press	[Juan de la Paz: El estudio boliviano que entrelaza milenios en la moda contemporánea] 글로벌 패션에 오천 년의 역사를 짜 넣다 - 볼리비아 럭셔리 패션 디자인 스튜디오 후안 델라 파스를 만나다	Juan Pereira de la Paz Andrés Jordán Juan de la Paz (Bolivia)
35	2023.08.02	Naver Design Press	[La Maravillosa Casa Bolton: Donde las cajas de música narran historias que unen generaciones] 어른의 추억, 아이들의 즐거움, 세대를 잇는 뮤직박스 이야기 - 아르헨티나 장난감 디자인 스튜디오 라 마라비조사 까제 볼턴을 만나다	Germán Bertinat (Argentina)
36	2023.08.08	Naver Design Press	[Lucía Chain: La diseñadora argentina que viste la sostenibilidad día a día] 지속 가능한 패션을 구상하는 아르헨티나 패션 디자이너, 루시아 까인 - 일상적으로 걸치는 아름다움	Lucia Chain (Argentina)
37	2023.08.21	Naver Design Press	[Masquespacio: Diseñando experiencias que transforman espacios] 공간을 통해 새로운 경험을 선사하는 디자인 스튜디오 - 마스케스파시오	Ana M. Hernández Palacios / Christophe Penasse Masquespacio (Colombia - España)
38	2023.09.04	Naver Design Press	[Ariel Rojo: El diseñador mexicano que equilibra trabajo y vida] 워라벨'을 설계하는 멕시코 디자이너 - 아리엘 로호	Ariel Rojo Design Studio (México)
39	2023.09.11	Naver Design Press	[Dr. Alderete: Jorge Alderete, un emblema de la cultura visual en Latinoamérica] 라틴아메리카 시각문화의 아이콘 '알데레테 박사'를 만나다 - 호르헤 알데레테	Jorge Alderete (Arg-Mex)
40	2023.10.04	Naver Design Press	[Álvaro Arteaga: El diseñador que ve el mundo con la curiosidad de un niño] 편견 없는 아이의 눈으로 세상을 바라보는 디자이너 - 알바로 아르테아가를 만나다	Alvaro Arteaga (Sp-Chile)

	Fecha	Plataforma	Título de los artículos traducidos al español	Entrevistados
41	2023.10.10	Naver Design Press	[Midori Studio: El rincón argentino donde Japón cobra vida] 일본을 상상한 아르헨티나 공방 ‘미도리 스튜디오’	Agustina Fernández Midori (Argentina)
42	2023.11.01	Naver Design Press	[Abel Carcamo: El diseñador chileno que fusiona lo ancestral con lo contemporáneo] 칠레 제품 디자이너 아벨 까르까모를 만나다 - 전통과 현대의 퓨전을 추구하는 아벨 까르까모	Abel Cárcamo Sergovia (Chile - Francia)
43	2023.11.06	Naver Design Press	[Alejandro Lo Celso: El tipógrafo que da vida a los textos desde el corazón de la Pampa argentina] 아르헨티나 팜파에서 문서에 영혼을 불어넣는 타이포그래피: 알레한드로 로 셀소를 만나다	Alejandro Lo Celso PampaType (Argentina)
44	2023.11.13	Naver Design Press	[Festival Panoràmic: Una experiencia audiovisual en España.] 눈에 보이는 오디오 페스티벌?! 스페인 파토라믹 페스티벌(Festival Panoràmic)	Laia Casanova Festival Panoràmic (España)

Fuente: elaboración propia

62

Cabe mencionar que las entrevistas anteceden a la investigación, ya que inicialmente fueron realizadas con el propósito de la divulgación de la cultura del diseño latinoamericano en la República de Corea y con el fin personal de asentar las bases para poder desarrollar un intercambio dinámico entre las dos regiones. Por ello la selección de los entrevistados incluyó una gran variedad de perfiles, desde diseñadores profesionales hasta artistas autodidactas, pasando por organizadores, directores creativos, educadores y empresarios con reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional. Tal diversidad aseguró una visión holística y representativa de la praxis del diseño en el contexto iberoamericano. Los dominios del diseño representados fueron igualmente heterogéneos, extendiéndose por el diseño gráfico, industrial, de moda, editorial, audiovisual, de interiores y espacios, la publicidad, la tipografía —incluyendo el lettering y la caligrafía—, así como la educación y promoción del diseño y el diseño artesanal.

La creación del segmento “Diseño y Cultura Latinoamericana” en las plataformas tenía el objetivo de dar a conocer el pensamiento y la labor de actores de diseño de forma regular y constante por primera vez en Asia. Por ello la autora-investigadora quiso incluir a personas con distintos saberes empíricos que pudieran hablar de la herencia, experiencia y conexiones actuales de Latinoamérica. Este abarca a diseñadores nacidos y formados en diez países latinoamericanos, así como a aquellos que han emigrado a países diversos como Alemania, Arabia, Estados Unidos, Inglaterra y Japón, incluyendo figuras que han llegado a Latinoamérica, ejemplificados por Dante Choi y Alvarado. A pesar de la diáspora, todos los entrevistados se destacan por haber alcanzado reconocimiento en sus respectivos países de residencia y por mantener un vínculo significativo con sus raíces latinoamericanas.

El criterio de selección y publicación en ambas plataformas se desarrolló de manera idéntica. Incluyó un proceso de selección y presentación de la trayectoria y filosofía de diseño de los candidatos a ser entrevistados a los jefes editores que evaluaron la calidad de los portafolios, la autenticidad de los diseñadores y sus reflexiones críticas sobre su labor. La profundidad y originalidad del pensamiento del diseñador en relación con su oficio fueron factores determinantes para la elección y difusión de las entrevistas, con un énfasis particular en aquellos que manifestaron una filosofía de diseño distintiva que representara “el diseño de la cultura viviente del diseño latinoamericano” (Kim, 2022).

Aunque las entrevistas no tuvieron un fin académico, se mantuvo una constante estructura guía de tres bloques de preguntas. El primero se enfocó en los orígenes de los entrevistados y las motivaciones que los llevaron a especializarse en sus respectivos campos. El segundo exploró la actividad profesional del diseño, recabando información sobre proyectos destacados y los aspectos que los participantes consideraron fundamentales en la ejecución

cotidiana de su práctica. La entrevista culminó con un tercer bloque orientado hacia las proyecciones futuras y palabras para los lectores.

De este modo, tras un año de investigación, se recopilaron un total de cincuenta entrevistas, en las que se identificaron dos temas recurrentes: los entrevistados destacaron la influencia de la pandemia en sus labores; y este fenómeno propició un periodo de introspección en torno a la identidad y las prácticas del diseño en la región. Este diagnóstico preliminar constituyó el punto de partida del presente artículo. En primer lugar, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de la literatura relacionada con los conceptos de identidad, diseño y Latinoamérica. En segundo lugar, se realizó un estudio sobre cómo los cambios globales en términos de diversidad, hiperculturalidad y confinamiento impulsaron la inclusión periódica del diseño latinoamericano en la prensa coreana. Finalmente, el análisis de las entrevistas permitió identificar patrones, tendencias y evoluciones tanto en la filosofía como en la práctica del diseño en América Latina, prestando especial atención a las proyecciones y percepciones de los diseñadores sobre cómo la pandemia y otros fenómenos globales han afectado su labor y su conceptualización del diseño.

## Contexto: cambios globales y en el escenario latinoamericano

El diseño en Latinoamérica, al igual que otras disciplinas y prácticas en la región, responde a los cambios y transformaciones globales. Dos eventos han tenido un profundo impacto en la forma en que los diseñadores latinoamericanos comprenden y ejercen el diseño.

El primero es la emergencia y consolidación de discursos de inclusividad y diversidad a nivel mundial. Estos discursos fomentan una representación y reconocimiento más amplios de diversas voces y perspectivas, motivando una

revalorización de las prácticas de diseño convencionales. En Latinoamérica, esto se ha traducido en una creciente apreciación de las identidades, culturas y tradiciones locales, así como en la búsqueda de metodologías de diseño que reflejen y exalten esta diversidad.

El segundo evento, posiblemente el más disruptivo, ha sido la pandemia de COVID-19. Esta crisis ha precipitado cambios significativos en las dinámicas de vida, trabajo y socialización, influyendo así en el diseño. La adaptación a la modalidad de trabajo y educación remotos, la limitación de eventos sociales y una creciente dependencia de los medios digitales han impulsado a los diseñadores a revisar y ajustar sus métodos y enfoques.

Estas dinámicas globales, junto con factores regionales y locales específicos, han originado una evolución en la praxis del diseño latinoamericano, dando lugar a nuevas oportunidades y desafíos en el escenario post-pandémico. Un indicador relevante de estos cambios es la inclusión del diseño latinoamericano en plataformas digitales de diseño destacadas como *Naver Design Press* y *Typography Seoul*. Naver Design Press, nacida de la colaboración entre *Design House* y *Naver Co.* en octubre de 2016, se ha establecido como un referente en diseño, arte y artesanía en la República de Corea. Con una historia que inicia con la publicación de *Monthly Design* por *Design House* en 1976 y la proyección internacional de *Naver Co.*, esta plataforma fusiona un legado editorial con la amplitud del entorno digital, alcanzando a 200 millones de usuarios globales y presentando un contenido diverso que incluye nuevos artistas, marcas, productos, espacios arquitectónicos y entrevistas con creativos destacados. Por su parte, *Typography Seoul*, del *Yoon Design Group*, fundada en 1989, es pionera en diseño, investigación y producción tipográfica. Su revista, lanzada en 2011 y actualizada a formato digital en diciembre de 2022, es reconocida por su dedicación a la cultura tipográfica, ofreciendo contenidos que van de la tipografía tradicional a las corrientes contemporáneas.

Ambas plataformas han demostrado un interés constante en el diseño global desde sus comienzos. Sin embargo, es notable que hayan incorporado secciones dedicadas al diseño latinoamericano. *Naver Design Press* empezó a destacar el diseño y la cultura latinoamericana desde noviembre de 2022, mientras que *Typography Seoul* comenzó la serie *DiCulto*, que profundiza en la cultura del diseño latinoamericano, en sus primeras ediciones de enero a junio de 2023. Estas incorporaciones no son sucesos aislados, sino que representan una tendencia global hacia la inclusión de narrativas variadas y la exploración de perspectivas alternativas dentro del discurso de un diseño moderno y universalista.

## Resultados

### El agotamiento del diseño universal y voces de la inclusividad

En esta transición cada vez más compleja del concepto del diseño, se suma la idea de diversos teóricos, que comienzan a notar las limitaciones del diseño moderno occidental y la necesidad de una nueva mirada más inclusiva y plural, entendida como condiciones ontológicas del diseño. Algunos de ellos son: Clive Dilnot (1989; 2009), Tony Fry (1999), Victor Margolin (2005; 2015) y Don Norman (2022) que remarcaron la imposibilidad de alcanzar un mundo sustentable en el estado en el que se encuentra el discurso y la praxis del diseño.

Dilnot (1989, p. 19) que ya había criticado el estado de la historia del diseño en los años 80, advirtiendo sobre el riesgo de perder la neutralidad del diseño si este se vincula demasiado con el capitalismo. Treinta años después, Dilnot (2009, pp. 27-30) evoluciona hacia la necesidad de comprender y aceptar la “otredad” para expandir los territorios del diseño hacia las posibilidades alternativas. En la misma línea de pensamiento que Dilnot, Margolin que ya hacía una crítica a la falta de que el discurso del diseño había sido limitado

a las regiones industrializadas que se han convertido en las “armazones” para agregar las historias periféricas del diseño (2015, p. 2). En este orden de ideas, el autor reconoce que, debido a su carácter omnipresente, el diseño existió -y existe- en todas las sociedades y que la historia debería ser reescrita reconsiderando las diferentes narrativas mundiales del diseño.

Por otro lado, Fry (1999), apunta con el concepto de “defuturalización” en el que el diseño está doblemente implicado a este proceso que contribuye a crear la insostenibilidad y que niega las consecuencias de sus actos. Luego de doce años, el autor vuelve con las posibles soluciones al estado actual del diseño con la provocadora afirmación de que “nuestros sueños, deseos y modos de vida actuales, impregnados de bienes de consumo, deben morir para que nosotros podamos vivir” (Fry, 2011, p.14).

Las perspectivas críticas emergentes, surgidas dentro del propio ámbito occidental angloparlante, comenzaron a demandar una revisión de las prácticas de diseño y abogar por la adopción de enfoques que valoren la inclusividad y la sostenibilidad. Estos enfoques reflejaron una urgencia por reconocer la diversidad de experiencias y necesidades en nuestro mundo globalizado y en constante evolución. Cuestiones que, según los hallazgos empíricos, de los entrevistados han notado un cambio de paradigma que comienza antes de la pandemia y da sus resultados durante la fase *with-corona* impulsados por el agotamiento del discurso de diseño universalista y una progresiva reafirmación de una nueva identidad en el diseño latinoamericano que busca su propia promoción y reconocimiento.

Los dichos de Laia Casanova (2023) co-directora del festival audiovisual Panoràmic de Catalunya marca un claro ejemplo de esta necesidad de incorporar discursos que desafíen la visión occidental predominante:

Los últimos dos años hemos trabajado con este objetivo y hemos invitado a curadores y curadoras internacionales, especialmente de Latinoamérica, África y el arco mediterráneo, a presentar artistas de sus países.

(...) queremos ampliar los lazos con el hemisferio sur del planeta. Nos gustaría poder crear una red de trabajo con el continente latinoamericano, con África y añadir a nuestros vecinos mediterráneos. Creemos que desde las visiones no occidentales se pueden dar respuestas muy interesantes a los desafíos de este siglo.

Otra de las declaraciones que se suman a la lista, son las experiencias del diseñador industrial chileno, Abel Cárcamo Sergovia y las tejedoras de Cielo Tejido de México. En el caso de Cárcamo ha sido parte de los ocho diseñadores convocados por la firma IKEA para el diseño de la línea ÖMSEIDIG para la inauguración de las sedes latinoamericanas de IKEA en vísperas de la pandemia. El proyecto se perfilaba bajo la clara consigna de rendir homenaje a las culturas y a los patrimonios de las diferentes regiones latinoamericanas. El cuenco de Cárcamo fue seleccionado y actualmente está disponible en todo el mundo.

El concepto principal del proyecto era la fiesta en Latinoamérica. Éramos ocho participantes, y cada uno tenía que aportar una perspectiva e historia personal. Me inspiré en la cueca, el baile típico chileno. (Cárcamo, 2023).

68

Otro caso es el reconocimiento que se le empezó a dar en la industria de la moda al diseño de las regiones andinas. Desde la portada de una de las revistas que promocionan a los máximos exponentes de la moda internacional, Vogue que incluye a las cholitas escaladoras de Bolivia (Figura 1) hasta el reconocimiento por parte del editor del British Vogue y el crítico de moda Edward Enninful del estudio como las quince firmas mundiales “increíbles que han situado el respeto por los recursos del planeta en el núcleo de su práctica”.



Figura 1. Imagen de la Portada de la revista Vogue México con la imagen de las cholitas escaladoras de Bolivia. Publicación: mes de octubre de 2019. Fuente: imagen provista por Juan Carlos de la Paz.

Estos cambios de identidad y expresión cultural están relacionados con los grandes procesos globales (Friedman, 2001). La inclusión del diseño latinoamericano en plataformas y publicaciones internacionales es un reflejo de una tendencia global más amplia hacia la diversidad y la inclusividad. Es el resultado de una corriente intelectual y cultural que busca integrar y valorar discursos, perspectivas y prácticas alternativas. Si bien existe la idea de que la descentralización global equivale a alcanzar un renacimiento cultural, la liberación y la autodeterminación por la vuelta a las tradiciones coexisten con una creciente multi-nacionalización de productos en el mercado mundial.

En una era transicional en la cual el individuo, sea donde fuere que esté, se halla empeñado en salvarse, sería provechoso reducir las diferentes configuraciones descritas a un conjunto de grandes estrategias culturales que se diferencian y se recombinan de acuerdo con la especificidad de la posición social global y local. (Friedman, 2001, 68-69).

En este contexto, la identidad latinoamericana ha cobrado relevancia, aportando una perspectiva única y enriquecedora al panorama del diseño internacional. Esta identidad se erige sobre una tradición ecléctica que amalgama influencias indígenas, coloniales y contemporáneas, reflejando la diversidad y riqueza cultural de Latinoamérica. Más allá de una estética definida, representa un enfoque del diseño que prioriza la colaboración, la sostenibilidad y la relevancia social, abordando de manera creativa los desafíos regionales específicos, tales como un menor grado de industrialización y una vibrante diversidad cultural.

Sin embargo, la comprensión del “diseño latinoamericano” en los distintos rubros del diseño estuvieron presentes en el escenario internacional. Bajo la tutela del postmodernismo ha estado históricamente influenciada por figuras emblemáticas como Óscar de la Renta, Carolina Herrera y Narciso Rodríguez. Estos diseñadores, según Pereira (2023), han representado una corriente con raíces colonialistas que aspiraba a un estilo moderno y racional, incorporando en ocasiones elementos latinoamericanos reducidos a motivos decorativos

precolombinos. Esta tendencia refleja una tensión entre la construcción de una identidad de diseño y la política de reconocimiento. Fry profundiza en esta idea, aludiendo a la interdependencia con el “otro” en la formación de la identidad y argumentando que las políticas de la democracia pluralista moderna han restringido la libertad de experimentar la diversidad, limitando así la expresión del diseño latinoamericano a un exotismo superficial, que complementa, pero no desafía el discurso del diseño moderno occidental (2011, pp.164-166).

La tensión que señala Fry no solo se reflejó en varios países latinoamericanos con legados históricos precolombinos, sino que, como demuestra el estudio de caso de Munch (2017), también desencadenó la estrategia de auto-exotización en países como Dinamarca, Japón, Finlandia y los Países Bajos. Estas regiones se caracterizaron por resaltar sus tradiciones artesanales y culturales como elementos únicos, enfocándose en una narrativa local que las presentaba como culturas excepcionales, y subrayando su aparente inmunidad ante las influencias modernizadoras superficiales (Munch, 2017). No obstante, la diferencia clave entre los países mencionados por Munch y el caso latinoamericano no radica en qué tradiciones se utilizaron, sino en cómo estas fueron empleadas en las actividades proyectuales como una forma de construcción de identidad nacional.

Por ello, a pesar de que el paradigma del pluralismo no ha evolucionado sustancialmente, la emergencia de nuevos espacios para la proyección del diseño latinoamericano en el escenario mundial ofrece una chance para enriquecer y diversificar el campo del diseño. Esta ventana representa una oportunidad para promover un diálogo y una colaboración más extensos entre diseñadores de distintos orígenes, así como para que los diseñadores latinoamericanos ganen reconocimiento y posicionamiento en el ámbito global. Plataformas como *Naver Design Press* y *Typography Seoul* se han

convertido en canales esenciales para la difusión de la identidad y filosofía del diseño latinoamericano, aportando sustancialmente a la valoración de la diversidad y la creatividad de la región en la esfera internacional del diseño.

### **El impacto de la pandemia en la praxis del diseño**

La pandemia del COVID-19 ha sido uno de los eventos más disruptivos de las últimas décadas, con impactos profundos y duraderos en casi todos los aspectos de la vida cotidiana. El diseño, como disciplina y práctica que refleja y responde a los contextos socioculturales y económicos, no ha sido la excepción.

Uno de los cambios más evidentes ha sido la transición masiva hacia el consumo de medios y plataformas digitales. Con restricciones en eventos y reuniones sociales, y con muchas personas trabajando y estudiando desde casa, ha habido una mayor dependencia de las tecnologías digitales. Esto ha llevado a los diseñadores a adaptar y repensar sus prácticas, con un mayor enfoque en el diseño de experiencias digitales y en la creación de soluciones que respondan a las nuevas necesidades y desafíos de la vida en tiempos de pandemia. No es casual que casi la totalidad de los entrevistados haya mencionado de manera directa o indirecta los cambios que afrontaron durante los años comprendidos entre el 2019 y el 2022.

En algunos casos, la pandemia propuso un desafío extra que debieron afrontar los diseñadores que dependían de un intercambio internacional, pues, tuvieron que cancelar viajes, eventos e intercambios. También manifestaron una incomodidad psíquica e inestabilidad emocional cuando sus posibilidades de movilidad física quedaron restringidas, como fueron los casos de Sbriller (2023), Palacios y Penasse (2023). En circunstancias extremas, el confinamiento y el estancamiento de la economía global atrajo deudas y contribuyeron al cierre

de los estudios de diseño y venta de sus proyectos creativos a las firmas globales monopólicas. Lo Celso (2023), fundador de la fundidora digital *PampaType* de Argentina, remarca este aspecto en el mercado del diseño tipográfico:

La industria tipográfica está atravesando un momento muy extraño. La independencia de las pequeñas empresas se ve amenazada de un lado por Google Fonts, que ha facilitado que miles de diseñadores web accedan a una tipoteca muy grande y de calidad, totalmente gratuita (...) [esto] es una estrategia que contribuye a la enorme y creciente asimetría económica: de un lado los diseñadores independientes (que ya no ven regalías de sus tipografías) y del otro las empresas dueñas de la red (como Google) que siguen concentrando poder económico enfocándose en el tráfico. En la pandemia se vio muy claro ese interés de hacer confluír la vida de la población global a la web, haciendo multiplicar los clics eternamente, con el único objetivo de su propio rédito.

Otra visión opuesta es la que presenta la fundidora digital OmnibusType que reconoce que sus colaboraciones con *Google Fonts* también dieron a conocer el potencial del diseño regional (Cosgaya y Romero, 2022). Es decir que, a pesar de los infortunios, la amplia mayoría de los entrevistados, de estado laboral vigente, es decir quienes han podido sortear las dificultades de la pandemia, afirmaron que las circunstancias del COVID-19 los ha llevado a una reevaluación de valores y prioridades. En el diseño, esto se ha traducido en las prácticas reflexivas e introspecciones filosóficas sobre el motivo por el que uno diseña, la importancia del diseño en un mundo prácticamente inmovilizado y la proyección de proyectos futuros.

En los casos del colectivo de tejedoras Cielo Tejido de México (Ron, 2023) y la diseñadora gráfica Florencia “Tuti” Saltamartini, la actividad proyectual resultó ser un refugio para apaciguar las circunstancias de la pandemia.

Para Saltamartini (2023) la pandemia implicó un desafío y a la vez una oportunidad para volver a reactivar sus prácticas de collage que había dejado relegado a su etapa universitaria.



Figura 2. Ciclo CHARLAS FUTURAS por Instagram Live.  
Fuente: Imagen proporcionada por Hay Futura.

(...) el hecho de trabajar como freelancer y para una empresa al mismo tiempo hacía que no tuviese tiempo para desarrollarme creativamente, pero la pandemia frenó todo (...) me daba como una sensación de ahogo, como necesitar romper eso, las posibilidades que da el collage, justamente, es que podemos romper, armar, pegar, destruir, esos pedazos volverlos a juntar para generar un nuevo significado.

Varios diseñadores, como el cubano Alejandro Fornés, enfocaron su atención en la sostenibilidad y la inclusividad durante la pandemia. Fornés, reflexionando sobre su rol social, ganó en 2020 el premio al mejor cartel en EE. UU. con “El mundo después” del COVID-19 (Fornés, 2023). Por su parte, el colectivo de diseñadoras feministas Hay Futura de Argentina afirma que sus bases durante el 2019 se conformaron y consolidaron. El movimiento feminista en Argentina del “Ni Una Menos” que inicia en el 2015 junto con la lucha a favor de la legalización del aborto influenciaron en el repensar la percepción individualista del diseño y utilizarlo como una herramienta para el cambio social. De este modo, el colectivo formalizó su existencia poco antes del inicio de la pandemia y la misma les fue crucial para su formalización y una mejor organización para su desarrollo futuro con la vuelta de la presencialidad (Hay futura, 2022). Por ejemplo, aprovechan la virtualidad para difundir sus charlas y reflexiones a diferentes regiones de Latinoamérica (Figura 2). De esta manera, los diseñadores vigentes han buscado crear soluciones que no solo sean estéticamente agradables, sino que también tengan un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

### **Las reflexiones de los diseñadores sobre la identidad del diseño latinoamericano**

Ante los desafíos y oportunidades emergentes de la pandemia y los cambios globales, los diseñadores latinoamericanos han mostrado una notable adaptabilidad y resiliencia. Han explorado nuevas formas de trabajo y creatividad, aprovechando las tecnologías digitales y las redes sociales para

conectar con audiencias más amplias. Esta transformación implica una revisión crítica de las prácticas tradicionales del diseño regional, enfocándose en soluciones prácticas y sostenibles.

En el campo de la tipografía, diseñadores como Vanessa Zúñiga Tinizaray han revalorizado tradiciones y saberes ancestrales, manteniendo vivas las culturas latinoamericanas a través de lenguas y alfabetos tradicionales. (entrevista personal, 30 de noviembre de 2022). En el diseño de moda, diseñadores como Guillermo Jester (2023) siguen con la tendencia andina marcada por la búsqueda de materiales regionales ecológicos y modelos amigables con el medio ambiente en las prácticas milenarias de las tejedoras de la región como el *slow fashion*, la *crianza mutua*, y con la practica artesanal (Pereira yJordán, 2023).

De este modo, la pandemia ha catalizado la experimentación y la creatividad, impulsando un enfoque en sostenibilidad y responsabilidad social en el diseño. En este contexto, la indagación en territorios inexplorados del diseño trasciende la noción de ser una mera tendencia efímera; se consolida como una corriente intelectual y cultural comprometida con la incorporación de discursos alternativos. Algunos diseñadores plantean un pensamiento sobre la identidad regional proyectándose vigorosamente en la arena global y superando la definición tradicional arraigada con el concepto de resolver problemáticas específicas de regiones con menores niveles de industrialización (Bianchi, 2018, pp. 43-45).

Según el diseñador industrial Ariel Rojo (2023), la pandemia significó una revaloración de su tiempo y un cambio de filosofía de diseño que lo llevaron a pensar más profundamente su visión sobre la identidad del diseño de México a través de la comprensión de tres temporalidades interrelacionadas en su cotidianidad práctica.

Quando me hice la pregunta: ¿Quién soy? Me di cuenta de que estaba formado por tres temporalidades (...) Primero, soy el resultado de una herencia cultural del pasado. En segundo, alguien que se plantea vivir como un diseñador honorable en una sociedad del presente (...) En tercer lugar, soy alguien que avanza hacia un futuro, hacia lo que quiero lograr y hacia cómo quiero vivir.

Otro caso es el de la diseñadora gráfica argentina Laura Varsky (2023) que se ha planteado su rol de mujer política en el mundo del diseño. Ella resume que la identidad del diseño latinoamericano es el resultado de “una cultura del diseño compuesta de posibilidades físicas, técnicas, estéticas e ideológicas comunes que el diseño puede lograr en los contextos históricos, políticos y económicos similares de la región.”

Según las resonancias de los testimonios de quienes conforman el actual universo del diseño latinoamericano, este se encuentra en una fase de redefinición y metamorfosis, influenciado tanto por dinámicas globales como por desafíos propios de la región. Se está produciendo una reconfiguración en la práctica del diseño, con la emergencia de nuevas perspectivas y enfoques que revalorizan los principios y prioridades del diseño a nivel mundial. La creciente presencia de la identidad latinoamericana en el ámbito internacional del diseño representa una oportunidad única para enriquecer y diversificar el espectro global del diseño, fomentando el diálogo y la colaboración entre diseñadores de diversas geografías y culturas. Sin embargo, este auge también plantea desafíos significativos, ya que requiere que los diseñadores latinoamericanos se afirmen en el escenario internacional y aporten su visión única y enriquecedora al desarrollo y evolución continua del diseño.

## Conclusión

El análisis de las entrevistas realizadas durante el período post-pandémico reveló tendencias clave en la filosofía y práctica del diseño latinoamericano. Se observó una creciente prominencia de la sostenibilidad y la responsabilidad

social en el ámbito del diseño. Los profesionales de la región demostraron un compromiso hacia la creación de soluciones y productos ecológicamente sostenibles y socialmente responsables. Esta tendencia reflejó una mayor conciencia sobre los impactos ecológicos y sociales del diseño y un auténtico deseo de contribuir positivamente a la sociedad y al medio ambiente.

Paralelamente, se intensificó la inclusión de la diversidad cultural y la identidad latinoamericana en el diseño. Los diseñadores innovaron al incorporar elementos culturales autóctonos en sus trabajos, buscando celebrar y reflejar la rica diversidad de Latinoamérica. Esto se manifestó en el uso de patrones, colores, materiales y técnicas indígenas, así como en la integración de narrativas y simbolismos locales que enriquecieron el diseño.

Además, se observó un renovado enfoque en la narrativa y la comunicación visual en el diseño. Los diseñadores utilizaron su arte para contar historias y transmitir mensajes significativos, lo que resaltó la importancia creciente del diseño gráfico, la tipografía y el diseño audiovisual en la creación de experiencias inmersivas y significativas para el público. Sin embargo, este nuevo discurso se hizo presente y necesario en un escenario global donde los discursos modernistas occidentales habían quedado agotados. Como bien desarrolló Han, él comenzó su despliegue filosófico a través de la metáfora del “turista con camisa hawaiana” para explorar los temas centrales de la globalización y sus efectos en la cultura y la identidad. Este personaje representó al continuo desplazamiento y al desarraigo del personaje simbólico de la globalización, pero que consumía diferentes experiencias culturales desde un mismo lugar, ya que la dinámica de la hiperculturalización necesitaba de la heterogeneidad de lo “extraño” para progresar y desafiar las normas existentes.

Asimismo, en un mundo que se transformó en un “hipermercado de la cultura”, la producción de la heterogeneidad de los contenidos fue exacerbada

por un proceso global que se aceleró por el uso de nuevas tecnologías que eliminaron las distancias espacio-culturales (Han 2018, p.12). La digitalización y la evolución tecnológica generaron un cambio significativo en el diseño latinoamericano. La pandemia aceleró la adopción de herramientas y plataformas digitales, proporcionando a los diseñadores mayor flexibilidad y capacidad de colaboración.

En el contexto de la pandemia, donde el desplazamiento físico había quedado imposibilitado por las políticas internacionales de confinamientos, el discurso del diseño latinoamericano se reconfiguró para ser parte del estandarte de la “fascinación por lo desconocido” y se presentó a través de las plataformas digitales del diseño que proveían con sus contenidos a los turistas locales de camisa hawaiana. Sin embargo, este lugar no significó que el diseño latinoamericano debiera seguir vanagloriando los motivos decorativos y exóticos propios del discurso colonialista, sino que el vacío generó expectativas y oportunidades para que la nueva episteme transgrediera el discurso de la auto-exotización y pudiera aportar otro valor singular.

De este modo, el diseño latinoamericano atravesó un período de evolución y desafío. Los cambios y transformaciones surgidos en el contexto post-pandémico ofrecieron una perspectiva única y valiosa para el diseño a nivel global, abriendo nuevas posibilidades y direcciones para el futuro del diseño en la región y en el mundo. Con un espíritu resiliente y adaptativo, el diseño latinoamericano se posicionó para contribuir de manera significativa al diálogo global sobre diseño, impulsado por una rica herencia cultural y un compromiso con la innovación y la responsabilidad social. Sin embargo, es menester mencionar que este período de transición a la pluralidad es un estadio que se encuentra en pleno proceso de construcción. Las oportunidades para elevar las voces del diseño latinoamericano se están abriendo, pero es crucial definir quiénes y cómo estos discursos van a potenciar las posibilidades de lo

alternativo hacia la expansión de los territorios del diseño. De modo contrario, podrían terminar siendo meros contenidos que contribuyan al pluralismo capitalista. Ese sería el meollo de la cuestión.

## Referencias

- Barthes, R. (1972). *Mythologies* (A. Lavers, Trad.). Hill and Wang, New York. (Obra original publicada en 1957)
- Bianchi, P., & Sanguinetti, M. (2018). Hecho en Argentina: reflexiones en torno a las identidades del diseño local (1a ed.). Ediciones UNRAf.
- Bonsiepe, G-(2008.) Prefacio-.En S. Fernández y G. Bonsiepe. (Eds.),*Historia del diseño en América Latina y el Caribe: Industrialización y comunicación visual para la autonomía* (pp. 10-16São Paulo: Blucher.
- Cárcamo, A. (2023, 1 de noviembre). *Abel Carcamo: El diseñador chileno que fusiona lo ancestral con lo contemporáneo*. Naver Design Press. <https://blog.naver.com/designpress2016/223252452437>
- Casanova, L. (2023, 13 de noviembre). *Festival Panoràmic: Una experiencia audiovisual en España*. Naver Design Press. <https://blog.naver.com/designpress2016/223263513350>
- Devalle, V. , y Garone G. (Eds.). (2020). *Diseño latinoamericano: diez miradas a una historia en construcción*. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano; Universidad Santo Tomás; Politécnico Granacolombiano.
- Dilnot, C. (1984). The State of Design History, Part I: Mapping the Field. *Design Issues*, 1(1), 4-23. <https://doi.org/10.2307/1511539>
- Dilnot, C. (2009). Some Futures for Design History? *Journal of Design History*, 22(4), 377-394. <https://www.jstor.org/stable/25653138>
- Fornés, A. R. (2023, 27 de enero). *Alejandro Rodríguez Fornés: El nuevo rostro del diseño de carteles en Cuba*. Naver Design Press. <https://blog.naver.com/designpress2016/222996123780>
- Friedman, J. (2001). *Identidad cultural y proceso global*. Amorrortu editores.
- Fry, T. (2011). *Design As Politics*. [versión electrónica]. Berg.

- Fry, T. (2015). Whither design/whether history. En T. Fry, C. Dilnot, & S. C. Stewart (Eds.), *Design and the Question of History*. Bloomsbury Academic.
- Genovese, A. (2023, 7 de marzo). [*Fileteado*': *El arte escultórico de las letras que nació en Buenos Aires*]. Naver Design Press.
- Hall, S., & Du Gay, P. (Eds.). (2003). *Cuestiones de identidad cultural*. Amorrortu Editores.
- Han, B. (2018). *Hiperculturalidad: Cultura y globalización*. (F. Gaillour, Trad.). Herder Editorial.
- Hay Futura. (2022, 31 de octubre). *Ay Futura: El colectivo argentino de diseño feminista que clama por igualdad y solidaridad*. Naver Design Press.
- Hernández, A. y Penasse, C. (2023, 21 de agosto). *Masquespacio: Diseñando experiencias que transforman espacios*. Naver Design Press. <https://m.blog.naver.com/designpress2016/223189316997>
- Heskett, J. (2002). *Toothpicks and Logos: Design in Everyday Life*. Oxford University Press.
- Jester, G. (2023, 2 de enero). ¿Quién es Guillermo Gester?: *Un ícono del diseño consciente y sostenible*. Naver Design Press. <https://blog.naver.com/designpress2016/222972772553>
- Kim, E. (2022). 네이버디자인 프레스 라틴아메리카 디자인 문화 제안서 (Propuesta del segmento de Cultura del Diseño latinoamericano para Naver Design Press) [Tipo de documento no publicado]. Naver Design Press.
- Kraay, H. (Ed.). (2007). *Negotiating Identities in Modern Latin America*. University of Calgary Press.
- Lees-Maffei, G., & Houze, R. (Eds.). (2021). *Design and Heritage: The Construction of Identity and Belonging*. Routledge.
- Lo Celso, A. (2023). *Alejandro Lo Celso: El tipógrafo que da vida a los textos desde el corazón de la Pampa argentina*]. Naver Design Press. <https://blog.naver.com/designpress2016/223257207346>
- Margolin V. (2015). *World History of Design*. Bloomsbury.
- Margolin, V. (2005). A World History of Design and the History of the World. *Journal of Design History*, 18(3), 235-243.
- Munch, A. (2017). *On the outskirts: The geography of design and the self-exoticization of Danish design*. *Journal of Design History*, 30(1), 50-62. <https://doi.org/10.1093/jdh/epw049>

Naver Design Press. (s.f.). 2016, de <https://blog.naver.com/designpress2016>

NaverDesignPress (2023). 디자인프레스 회사소개서 (DesignPress Company PRESS KIT) [Tipo de documento no publicado]. NaverDesignPress.

Norman, D. (2023). Design for a better world: Meaningful, sustainable, humanity centered. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/11885.001.0001>

Pereira, J. , & Jordán, A. (2023, 24 de julio). *Juan de la Paz: El estudio boliviano que entrelaza milenios en la moda contemporánea*. Naver Design Press. <https://blog.naver.com/designpress2016/223164861615>

Pereira, J. (2023). Notas de la clase sobre “When Sustainability meets Luxury in Fashion Design Andean Fashion Design and Everyday Life, Juan de la Paz” [diapositivas de la clase. Universidad Nacional de Seúl.

Rojo, A. (2023, 4 de septiembre). *Ariel Rojo: El diseñador mexicano que equilibra trabajo y vida*. Naver Design Press. <https://blog.naver.com/designpress2016/223202295040>

Romero, M., & Cosgaya, P. (2022, 29 de noviembre). *Marcela Romero y Pablo Cosgaya: Pilares vivientes de la historia tipográfica argentina con Omnibus Type*. Naver Design Press. <https://blog.naver.com/designpress2016/222941701291>

Ron, L. (2023, 17 de abril). ‘Cielo Tejido’ de Lorena Ron: *Un manto arcoíris sobre el cielo mexicano*. Naver Design Press. <https://blog.naver.com/PostView.naver?blogId=designpress2016&logNo=223077314051&redirect=Dlog>

Saltamartini, T. (2022, 15 de noviembre). *Tuti Saltamartini: La diseñadora de collages que revive entre recortes y pegamento, donde la creatividad despierta*. Naver Design Press. <https://acortar.link/K1uaxo>

Sbriller, J. (2023, 5 de abril). *Julia Briller: La artista argentina de mil facetas y su estudio del movimiento humano*. Naver Design Press. <https://blog.naver.com/designpress2016/223065682985>

Skidmore, T. E., & Smith, P. H. (2005). *Modern Latin America* (6th ed.). New York: Oxford University Press.

Typography Seoul. (s.f). 2022, de <https://typographyseoul.com/>

Kim, E. / Reconfiguración de la identidad en el diseño latinoamericano Post-COVID-19:  
respuestas frente a la hiperculturalidad

Varsky, L. (2023, 15 de junio). *¡No hay diseño apolítico! - Encuentro con la diseñadora gráfica argentina Laura Varsky*. Naver Design Press. <https://blog.naver.com/designpress2016/223129710985>

WDO. (2022) Industrial Design Definition History. The World Design Organization. <https://wdo.org/about/definition/industrial-design-definition-history/>

**Cómo citar:** Kim, E. (2024). Reconfiguración de la identidad en el diseño latinoamericano Post-COVID-19: respuestas frente a la hiperculturalidad. *Revista Kepes*, 21(30), 51-83