

# LA IMAGEN DIGITAL EN LA MEDIACIÓN ARQUITECTO-USUARIO

Patricia Recayte  
Universidad Nacional de Mar del Plata  
Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño  
Centro de Estudios de Diseño  
precayte@mdp.edu.ar

Elizabeth Bund  
Universidad Nacional de Mar del Plata  
Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño  
Centro de Estudios de Diseño  
elizabethbund@aol.com

## Abstract

### *The digital image in the mediation between architect and user*

*Digital mediation is considered to facilitate architect-user understanding, in order to enlarging the communicative competition, causing an involved attitude in the receptor. This paper proposes the study and analysis of the new communicative situation with the purpose of evaluate the impact of digital mediation in the understanding between producer and user. The investigation is focused as a comprehensive qualitative study. The process begins when the receptor contacts to media and then, it is able to observe attitudes and communicative competitions that play in the relationship. Variables involved in definition of digital mediation are: content, consumption ways, structures, digital image and alternative means. Observable attitudes of the receiver are organized in three categories: cognition, perceptive and emotive. Functional methodological tools are hoped to be found in order to evaluate the reach and influence of DM in the producer-user communication.*

## 1. Introducción:

La mediación digital produce efectos significativos en la forma arquitectónica que han sido estudiados tanto en el plano procedimental como en el epistemológico, permitiendo arribar a conclusiones ya expuestas en congresos de Sigradi anteriores. Con la incorporación de la mediación digital en los procesos generativos de espacio y forma en arquitectura, se desarrollan procedimientos proyectuales hipermediales integradores de lo analógico y lo digital, que aumentan el conocimiento y control del contenido del proyecto, potenciando la capacidad heurística con dominio global y particular de la forma (Bund 2000). Por otro lado la influencia en el campo epistemológico se verifica en el cambio de noción de forma, es decir en como es entendida y explicada, que pasa de ser captada inteligiblemente como estructura, con el reconocimiento de partes y relaciones, y de ordenamientos claros al entendimiento, a ser percibida de manera sensible como imagen recurriendo más a los sentidos que al intelecto (Recayte 2001).

El propósito del proyecto que se desarrolla en la actualidad es indagar acerca del efecto de la mediación digital en la producción y recepción social de la obra de arquitectura por medio del estudio de la conformación

y superposición de códigos disciplinares y sociales, su incidencia en el entendimiento entre productores y receptores y en la definición de pautas para la actividad proyectual. Con ese fin, se reconocerán los elementos formales, materiales y espaciales, físicos y simbólicos que constituyen la morfología arquitectónica como sistema de signos, en el contexto de la ciudad de Mar del Plata (Bund et al. 2004).

Particularmente, en esta presentación, se aborda el estudio y análisis de la nueva situación comunicativa entre arquitectos y usuarios, posibilitada por las tecnologías digitales, con la finalidad de evaluar de qué manera la mediación digital incide en el entendimiento entre ambos.

La arquitectura se apropia de la modelización sintética simulando la experiencia de realidades a concretar, mediante imágenes al alcance de la percepción de los usuarios no preparados que recorren dinámicamente como actuales obras de probable materialización futura. La imagen digital permite una relación de visualización más directa con el usuario. El receptor ya no es un sujeto pasivo, contemplativo, sino que se compromete con la imagen como co-creador ante la posibilidad de manipulación constante, “la imagen deja de ser lo visto para convertirse en lo construido” (Piscitelli 2002). Las

múltiples variaciones de la imagen dinámica e interactiva hacen que se constituya cada vez, generan expectativas y necesidades que en el marco de la imagen operada el receptor-usuario tratará de resolver. Se renueva el modelo comunicativo emisor-canal/mensaje-receptor. En el cual el receptor tiene la posibilidad de operar el contenido mismo de la información y en tal sentido establece relaciones diferentes en la comunicación, el mensaje se transforma con independencia de la participación del emisor.

Como presupuesto de partida se considera que la mediación digital favorece el entendimiento entre los actores del proceso al ampliar las competencias comunicativas provocando en el receptor una actitud involucrada. Piscitelli se refiere a las ideografías dinámicas como “un lenguaje de imágenes animadas que busca mejorar la comunicación humana”. Con este trabajo se pretende encontrar modos y estrategias de verificación.

### 1.1. Objetivos

Son objetivos en este recorte:

- Identificar y describir las competencias que se activan en los sujetos actores de la situación comunicativa.
- Incidir positivamente en la interacción entre productores y receptores a partir de la elaboración de modelos infográficos dinámicos e interactivos de mediación digital.

## 2. Metodología

La investigación se plantea como un estudio cualitativo de enfoque comprensivo, con la finalidad de interpretar los factores involucrados desde: el plano disciplinar, comunidad de autores, sus criterios y estilos; el plano social, la comunidad de destinatarios como intérpretes; el plano individual, arquitectos-productores y usuarios específicos.

Para estudiar la situación comunicativa entre productor y usuario, con utilización de mediación digital, se construye el acto en el que el sujeto receptor se pone en contacto con el medio de modo de poder observar

actitudes y competencias comunicativas que se activan en la relación.

Se entiende por situación comunicativa en el marco del modelo comunicativo de Roman Jakobson a la puesta en acto de la comunicación en un momento concreto y en un contexto determinado (Jakobson, 1985).

### 2.1. Mediación digital

Se define mediación digital como el soporte virtual de la información, transformación a código binario de datos escritos y audiovisuales, que admite múltiples mutaciones y reproducciones sin pérdida de calidad. Involucra variables de importancia para la realización del estudio comparativo. Las que se observan en este caso son: contenido de la información, modos de consumo, estructura de la información, imagen digital, medios alternativos.

*El contenido*, es decir la información acerca de la obra de arquitectura que se comunica, es categorizado en otra parte del trabajo de investigación contextual, es considerado aquí sólo en el sentido de existencia real o virtual de las obras presentadas. Y en el caso de existencia real se valoriza en tres niveles, local, nacional e internacional.

*Los modos de consumo* de la información pueden ser de captación pasiva, cuando la información es suministrada sin participación del receptor o de navegación interactiva, cuando el receptor participa de la administración de la información de manera activa y tiene, por lo tanto, el control del tiempo de exposición de los distintos elementos de la misma.

*La estructura de la información* puede ser lineal, de desarrollo sucesivo, la secuencia de eventos es fija, o hipervinculada, posibilitadora de la elección por parte del receptor, operador en este caso, del orden de visualización o experimentación.

*La imagen digital* es considerada la presentación visual de soporte virtual. En función de su *origen* se reconocen dos variantes, imágenes pre-digitales, las de origen analógico que sufrieron algún proceso de traducción digital, e imágenes de síntesis que son representaciones visibles de modelos conceptuales abstractos, según las

cuales éstos se hacen perceptibles y por lo tanto posibles de ser explorados, analizados y modificados (Quéau, 1995).

En relación a la *condición cinética* de la imagen se ponen en juego, las estáticas, fotos y dibujos, y las dinámicas que a su vez tienen dos modalidades de base diferentes, videos de secuencia fija, o interactivas, modelos vrml o 360°.

Por otro lado es importante tener en cuenta la categoría relativa a la *distancia* del observador-objeto representado, en la cual juegan dos niveles como extremos de la gradación objetual-personal. Nivel objetual, ofrece visualizaciones ideales del hecho representado que es entendido como objeto externo al sujeto, se constituyen como perspectivas paralelas con observador ideal. Nivel personal, ofrece visualizaciones realistas interiores de lo representado, desde una ubicación concreta en referencia al espacio relatado, se constituyen como perspectivas fugadas con observador real.

*Medios alternativos* a lo visual se consideran a la utilización de textos escritos y a la incorporación de audio. Operan como complemento conceptual, cuando se agregan narraciones orales que explican la imagen, o como cooperación perceptual cuando se incluyen sonidos ambientales y música en auxilio de generar una ambiente virtual más completo para la experiencia. Ambos pueden ser excluyentes o complementarios.

Estas variables y su manipulación permitirán la construcción de modelos infográficos, instrumentos multimediales (IM) variados para ser administrados a los sujetos participantes de la muestra.

## 2.2. Actitudes en la recepción

Se estudia el comportamiento del receptor frente a un determinado modelo infográfico de mediación en el acto de recepción de la información. Se observa el modo de relación que se establece entre usuario y medio, de acuerdo a la actitud de acercamiento y reconocimiento de la información. “Se entiende por actitud a la predisposición para responder de forma consistente, favorable o no ante un determinado objeto o situación” (Rodríguez Barros 2001).

Las actitudes observables en el receptor se organizan en tres categorías: cognitiva, perceptiva y emotiva. Cognitiva, pone en juego el intelecto y el deseo de comprender. Reconoce partes y relaciones, leyes de organización. Perceptiva, pone en juego los sentidos, activa en el receptor el deseo de la experiencia. Está relacionado con lo que ocurre en la pantalla, lo acepta o lo rechaza. Emotiva, pone en juego los sentimientos, activa en el receptor el deseo de existencia. Vive las escenas con goce o desasosiego, con entusiasmo o tranquilidad, con frustración o aceptación. Cada una de estas categorías encierra valores positivos y negativos que colaboran a la medición de comprensión del mensaje y permite establecer el nivel de involucramiento respectivo del receptor en relación con los diversos modelos aplicados.

## 2.3. Diseño de la muestra

El universo está definido por sujetos residentes de la ciudad de Mar del Plata. El muestreo es teórico, se realizará una selección estratégica de muestra. Se trabajará con usuarios de las viviendas de la muestra diseñada para otra instancia del proyecto global y con receptores en general. El modo de contacto se hará utilizando la técnica de bola de nieve.

Para el diseño de la muestra se tiene en cuenta el criterio de heterogeneidad con respecto a: niveles de instrucción, niveles socioeconómicos en función de la ocupación y rango, accesibilidad del sujeto a la utilización y consumo de medios de comunicación, edad en base a franjas generacionales.

Por otra parte se consideran como requisito de la muestra variedad con respecto a niveles accesibilidad a la vivienda propia y de satisfacción con respecto a ésta. En tal sentido se establecen las siguientes categorías: con vivienda propia, sin vivienda propia. En ésta última las subcategorías: con posibilidad de acceso a corto, mediano y largo plazo, por compra o construcción de su propia vivienda. En relación con los niveles de satisfacción respecto a la vivienda propia se establecen tres: alto, medio y bajo.

El tamaño de la muestra se definirá por saturación,

es decir cuando los resultados muestren recurrencias frecuentes se la dará por cerrada.

## 2.4. Diseño de instrumentos

### Encuesta inicial

Se construirá una encuesta de pertenencia. En la que se recabarán datos de afiliación a las condiciones de la muestra: edad, formación académica, ocupación, condición de la vivienda (propia, alquilada, propietario de terreno) y aspiraciones. Además se considerarán datos referido a la utilización de medios, computadora, internet, software en general y en particular de la imagen, de alcance familiar o profesional.

### Instrumento multimedial

Se diseñan instrumentos multimediales (IM) par ser mostrados en laboratorio. En su generación se tiene en cuenta cubrir el espectro de variaciones definidas en mediación digital. En tal sentido se consideran cubrir una gradación entre dos extremos calificados en relación a la participación del observador, mínima y máxima, y la utilización de multimedios, sólo visual y multimedial. Ambos extremos se encuentran ejemplificados en la Tabla 1: Calificación de instrumentos multimediales, en función de las variables explicadas en el apartado anterior.

### Guía de observación

Se estructura una guía de observación para registrar todo lo acontecido en la experiencia. La misma está estructurada en tres partes. La primera consiste en el relevamiento de las condiciones del sitio en que se realiza, equipamiento,

cantidad de personas. La segunda se refiere al registro de las actitudes de los sujetos participantes, descripción de comportamientos, expresiones verbales, manifestaciones varias. Y finalmente en la tercera parte se utiliza como control de procedimiento y consisten en un instructivo de operaciones a realizar.

### Encuesta de evaluación

Se diseña una encuesta para que los sujetos participantes realicen la evaluación de la experiencia, consta de dos partes, una de identificación y otra de preguntas con respuestas abiertas referidas al IM y al contenido, para que el sujeto se extienda en las apreciaciones que la práctica les haya provocado.

## 2.5. Procedimientos

Se va a trabajar con los IM en dos niveles de aplicación. Por un lado se va aplicar en un mismo momento las variantes de IM diseñadas a distintos sujetos, uno a cada uno. Por otra parte se aplica los IM a un mismo sujeto en orden de complejidad, comenzando desde la variante menos compleja para finalizar con la de mayor complejidad.

Este procedimiento permite realizar evaluaciones y análisis comparativos paralelos y sucesivos, en relación a la actitud manifestada por cada uno de los sujetos intervinientes en función del IM utilizado en cada caso.

## 3. Alcances y aportes

Con este trabajo se pretende aportar al proyecto contexto del mismo las herramientas metodológicas funcionales

**Tabla 1: Calificación de instrumentos multimediales**

		<b>Mínima participación Sólo visual</b>	<b>Máxima participación Multimedial</b>
Contenido de la información		Real (local, nacional, internacional)	Virtual
Modos de consumo		Captación pasiva	Navegación interactiva
Estructura de la información		Lineal	Hipervinculada
Imagen digital	Origen	Pre-digital	Sintética
	Condición cinética	Estática	Dinámica
			De secuencia fija
Distancia	Objetual	Personal	
Medios alternativos		Texto	Sonido

para la evaluación del alcance e influencia de los medios digitales en el entendimiento entre productores y usuarios, en este estudio en lo referido a la producción de la vivienda. Asimismo, metodología, instrumentos y procedimientos, se pueden aplicar en un campo temático más amplio, y proveer estrategias de verificación estandarizadas de la comunicación entre productor y usuario, tanto al campo profesional como al de la enseñanza.

“El inminente paso de las tecnologías de telecomunicaciones y del audiovisual al todo-digital, se anuncia como una ocasión de configurar de nuevo los conocimientos y los métodos, las escrituras y las memorias, los medios de creación y de gestión” (Quéau 1995).

## Referencias

- Bund, E; Recayte, P. 2000. Un modelo de experimento: variaciones provocadas por el hipermedio en el proceso proyectual. En *Construyendo el espacio digital*, editado por, Ripper Kós, J, Pessoa Borde, A, Rodríguez Barros, D, 110 – 112. UFRJ/PROURB, Rio de Janeiro, Brasil.
- Bund, E et al. 2004. Forma arquitectónica y mediación digital en la interacción de códigos disciplinares y sociales. Proyecto de investigación, SEIT/UNMDP, Mar del Plata, Argentina.
- Jakobson R. 1985. *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Editorial Planeta.
- Piscitelli, Alejandro. 2002. *Ciberculturas 2.0: en la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires: Paidós,.
- Quéau, P. 1995. *Lo virtual virtudes y vértigos*. España: Paidós Ibérica.
- Recayte, P, Bolognini, S. 2001. Efectos de la generación hipermedial en la forma arquitectónica. En Sigradi Biobio 2001, editado por, Guzmán Dumont, G, 282 – 284. Ediciones Universidad de Bio-Bio: Chile.
- Rodríguez Barros, D, Mandagaran, M. 2001. Efectos e influencias de la presencia de la imagen en las lecturas multidimensionales de sistemas hipermedia. En Sigradi Biobio 2001, editado por, Guzmán Dumont, G, 16– 18. Ediciones Universidad de Bio-Bio: Chile.

## Información de Autores



*Patricia Recayte*

*Arquitecta*

*Arquitectura, Comunicación Visual, Mediación Digital, Forma, Códigos*



*Elizabeth Bund*

*Arquitecta*

*Arquitectura, Comunicación Visual, Mediación Digital, Forma, Códigos*