

2026

Arquitectura habitada: Construcción del imaginario social
Mexicano actual, derivado de la interacción en internet

Karen de los Ángeles Cruz Ríos



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Ingeniería

**Arquitectura habitada:
Construcción del imaginario social Mexicano actual,
derivado de la interacción en internet**

TESIS

Que como parte de los requisitos para obtener el Grado de

Maestra en Arquitectura

Presenta:

Karen de los Ángeles Cruz Ríos

Dirigido por:

Dr. Avatar Flores Gutiérrez

29 DE ENERO 2026

La presente obra está bajo la licencia:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>



CC BY-NC-ND 4.0 DEED

Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional

Usted es libre de:

Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato

La licenciante no puede revocar estas libertades en tanto usted siga los términos de la licencia

Bajo los siguientes términos:



Atribución — Usted debe dar [crédito de manera adecuada](#), brindar un enlace a la licencia, e [indicar si se han realizado cambios](#). Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante.



NoComercial — Usted no puede hacer uso del material con [propósitos comerciales](#).



SinDerivadas — Si [remezcla, transforma o crea a partir](#) del material, no podrá distribuir el material modificado.

No hay restricciones adicionales — No puede aplicar términos legales ni [medidas tecnológicas](#) que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia.

Avisos:

No tiene que cumplir con la licencia para elementos del material en el dominio público o cuando su uso esté permitido por una [excepción o limitación](#) aplicable.

No se dan garantías. La licencia podría no darle todos los permisos que necesita para el uso que tenga previsto. Por ejemplo, otros derechos como [publicidad, privacidad, o derechos morales](#) pueden limitar la forma en que utilice el material.



Universidad Autónoma de Querétaro

Facultad de Ingeniería

Maestría en Arquitectura

**Arquitectura habitada:
Construcción del imaginario social Mexicano actual, derivado de la
interacción en internet**

TESIS

Que como parte de los requisitos para obtener el Grado de

Maestra en Arquitectura

Presenta:

Karen de los Ángeles Cruz Ríos

Dirigido por:

Dr. Avatar Flores Gutiérrez

Dr. Avatar Flores Gutiérrez

Presidente

Dr. Reina Isabel Loredó Cansino

Secretaria

Mtra. María Esther Magos Carrillo

Vocal

Mtra. Verónica Leyva Picazo

Suplente

Mtro. Daniel Alfredo Valero Caballero

Suplente

Centro Universitario, Querétaro, Qro.

Enero 2026

México

Universidad Autónoma de Querétaro

Facultad de Ingeniería

Arquitectura habitada:

Construcción del imaginario social Mexicano actual, derivado de la
interacción en Internet

Tesis maestría en Arquitectura

KAREN DE LOS ÁNGELES CRUZ RÍOS

Dr. Avatar Flores Gutiérrez

Dra. Reina Loredó Cansino

Mtra. Ma. Esther Magos Carrillo

Mtra. Verónica Leyva Picazo

Mtro. Daniel Alfredo Valero Caballero

A mis padres.

Agradecimientos

La realización de la presente tesis ha sido posible gracias al apoyo académico, institucional y personal de diversas instancias y personas, a quienes en conjunto expreso mi mas profundo y sincero agradecimiento.

Reconozco y agradezco al Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT), ahora Secretaria de Ciencias, Humanidades, Tecnología e innovación (SECIHTI), por el apoyo otorgado a través de la beca de posgrado, sin la cual no habría sido posible la realización de esta tesis. Este respaldo es clave para el desarrollo de investigadores en el país.

A la Universidad Autónoma de Querétaro, por brindarme el espacio académico para el desarrollo de esta investigación. A la facultad que me recibió, la Facultad de ingeniería que fomento un entorno de reflexión crítica y producción de conocimiento interdisciplinaria, y permanecen abiertos a investigaciones de tipo complejo.

A las personas que hicieron posible que este documento este en pie, a mi grupo sinodal, Dra. Reina Loredó, Mtra. Esther Magos, Mtra. Verónica Leyva y al Mtro. Daniel Valero, por el tiempo dedicado a la revisión de este trabajo, así como por las observaciones, comentarios críticos y múltiples aportaciones. Su experiencia y rigor académico han sido fundamentales a lo largo de este proceso. Especialmente al Dr. Avatar Flores Gutiérrez que con toda la disposición acepto guiar este trabajo de investigación.

A los profesores de la maestría que con su conocimiento y pasión en sus temas lograron despertar mas de una semilla de curiosidad, Dra. Stefania Biondi, Mtro. Omar Toscano, Dr. José Arvizu y el Dr. Miguel Bartorila, además de ayudar a construir de una u otra forma esta investigación.

A mis compañeros de maestría, gracias por el acompañamiento, intercambio de ideas y apoyo durante este proceso. La experiencia compartida no solo enriqueció este trabajo sino también mi formación personal y profesional.

Arquitectura Habitada

Si algo me dio Querétaro, fueron personas, gracias a todos aquellos que durante este viaje conocí y con quienes pasé tiempo valioso y de quienes recibí un apoyo y acompañamiento, Paola Barragán, Verónica Béjar, Gabriel Gómez, Danilo García, Gennys Faunde, Maythe Liahut, Natalia Sotelo, Samantha Villalobos, Verónica que fue mi instructora de yoga, Lorena Pérez, Gerardo Hernández.

Al Mtro. Gustavo Martínez Velasco y su familia, por no solo incentivar me a tener curiosidad por la disciplina de la Arquitectura, sino motivarme a dar este paso que fue la maestría, ayudarme a creer en mí misma y acompañarme a lo largo de estos años.

Finalmente pero no por ello menos importante a mi familia, mis hermanos Jorge Cruz, y Elvia Cruz que junto a sus familias me apoyaron a niveles gigantes, agradezco su amor y apoyo durante este viaje, gracias por muchas veces escuchar mis divagaciones.

Mi madre quien con su confianza y respaldo constante fue pilar fundamental para culminar esta etapa académica, incluso en los momentos de mayor desafío. A mi padre que con su recuerdo me motivaba, sé que esto te hubiera encantado.

Finalmente, agradezco a todas aquellas personas que, aunque no se mencionan de forma individual, formaron parte de este proceso y contribuyeron de una u otra manera, a la realización de esta tesis.

ÍNDICE

Agradecimientos	1
ÍNDICE	3
Índice de figuras.....	6
Índice de tablas	9
Resumen.....	12
Palabras Clave:	12
Abstract	13
Keywords:	13
Introducción	14
Planteamiento del problema.....	17
Origen de la investigación	17
Antecedentes	18
Objetivos	20
Objetivo general	20
Objetivos específicos	20
Justificación.....	21
Capítulo 1	23
Arquitectura habitada: Los imaginarios y las representaciones arquitectónicas en la virtualidad	23
Arquitectura habitada	24
La arquitectura vista desde la cotidianidad	24
El papel actual del diseñador en la significación del hábitat.....	26

Arquitectura Habitada

Imaginarios y representaciones sociales, la delgada línea entre ambas teorías	28
Imaginarios sociales	28
Representaciones sociales	31
Imaginarios sociales y representaciones en la arquitectura	33
Cultura y globalización	35
Cultura	35
Globalización.....	37
Entorno virtual	39
Entorno virtual en México.....	42
Navegador.....	47
Buscador.....	48
¿Cómo buscan en internet las personas?	49
Pantalla de resultados de búsqueda en Google como espacio de construcción de significados	51
Capítulo 2.....	57
¿Cómo se construye el imaginario en la virtualidad mexicana?.....	57
Marco metodológico	58
Enfoque de la investigación	58
Universo de la investigación	58
Unidad de análisis	59
Conceptos eje del estudio.....	59
Selección del caso de estudio	60
Consideraciones de validez metodológica	60
Estrategia metodológica	61

Arquitectura Habitada

Fase 1: Investigación documental	61
Fase 2: Análisis de tendencias en Google Trends	61
Fase 3: Análisis de discurso y representaciones en motores de búsqueda	69
Fase 4: Análisis de representaciones visuales	70
Fase 5: Instrumento de percepción social.....	72
Análisis.....	74
Análisis de contenido	74
Alcances y limitaciones del enfoque metodológico.....	75
Consideraciones éticas	75
Capítulo 3.....	76
El significado desde la virtualidad.....	76
Aplicación de metodología y resultados	77
Fase 1: Investigación documental	77
Fase 2: Análisis de tendencias en Google Trends	78
Fase 3: Análisis de discurso y representaciones en motores de búsqueda	88
Fase 4: Análisis de representaciones visuales	88
Fase 5: Instrumento de percepción social	108
Discusión.....	118
Tendencias de búsquedas	118
Análisis de discurso SERP textual y visual.....	119
Instrumento de percepción	120
Enfoque del habitar.....	121
Narrativas simbólicas predominantes.....	121
Actores de la producción de imaginarios	121

Conclusiones	122
Bibliografía	125
Anexos	131
Tabla de producción de contenido en México 2024 “ARQUITECTURA”	132
Tabla de producción de contenido en México 2024 “VIVIENDA”	133
Tabla de producción de contenido en México 2024 “CASA”	134
Tabla de producción de contenido en México 2024 “HABITAR”	135
Tabla de sinonimia Arquitectura	136
Tabla de sinonimia Vivienda	136
Tabla de sinonimia Casa	138
Tabla de sinonimia Habitar	141
Tabla de resultados demográficos de encuesta	148
Análisis de discurso y representaciones	149
Análisis de representaciones visuales	149
Análisis de tendencias de Google	149
Instrumento de percepción social	149
Respuestas de instrumento de percepción social	149

Índice de figuras

Figura 1 Imaginarios individuales y sociales. Fuente: Elaboración propia	30
Figura 2 Resumen imaginarios y representaciones sociales. Fuente: Elaboración propia	33

Figura 3 Modelo de formación de imaginarios sociales digitales. Fuente: Elaboración propia	34
Figura 4 Personas usuarias de Internet en México. Fuente: adaptado de INEGI (2025).....	43
Figura 5 Usuarios de Internet según lugar de acceso. Fuente: Elaboración propia, adaptado de INEGI (2025)	45
Figura 6 Usuarios de Internet según equipo de conexión. Fuente: Elaboración propia, adaptado de INEGI (2025)	45
Figura 7 Porcentaje de personas usuarias de Internet, según tipo de uso. Fuente: Elaboración propia adaptado de INEGI (2025)	46
Figura 8. Uso de navegadores en México. Fuente: Elaboración propia con datos Statcounter (2025).....	47
Figura 9. Uso de buscadores México. Fuente: Elaboración propia con datos Statcounter (2025)	48
Figura 10 Elementos de SERP en Google Pt.1. Fuente: Elaboración propia adaptado de Google (2025).....	52
Figura 11 Elementos de SERP en Google Pt.2. Fuente: Elaboración propia adaptado de Google (2025).....	53
Figura 12 Elementos de SERP en Google Pt.3. Fuente: Elaboración propia adaptado de Google (2025).....	54
Figura 13 Resultado de Texto. Fuente: Elaboración propia adaptado de Google (2025).....	55
Figura 14 SERP imágenes. Fuente: Elaboración propia, adaptación de Google (2025)	55
Figura 15 Google Trends página de inicio. Fuente: Google (2025)	65
Figura 16 Técnica RSN adaptación a Google Trends. Fuente: Elaboración propia basada en técnica RSN	67
Figura 17 Búsquedas sugeridas. Fuente: Google Trends (2025)	68
Figura 18 Filtros de datos. Fuente: Google Trends (2025).....	69
Figura 19 Escenario y actores. Fuente: Elaboración propia	78
Figura 20 Interés digital en la arquitectura. Fuente: Elaboración propia	83
Figura 21. SERP 1/4 imágenes Arquitectura. Fuente: Google (2025).....	89
Figura 22 SERP 2/4 imágenes Arquitectura. Fuente: Google (2025)	89

Figura 23 SERP 3/4 imágenes Arquitectura. Fuente: Google (2025)	90
Figura 24 SERP 4/4 imágenes Arquitectura. Fuente: Google (2025)	90
Figura 25 <i>SERP 1/3 imágenes Habitar</i> . Fuente: Google (2025)	91
Figura 26 <i>SERP 2/3 imágenes Habitar</i> . Fuente: Google (2025)	91
Figura 27 <i>SERP 2/3 imágenes Habitar</i> . Fuente: Google (2025)	91
Figura 28 SERP imágenes Casa. Fuente: Google (2025)	92
Figura 29 SERP imágenes Casa. Fuente: Google (2025)	92
Figura 30 SERP imágenes Arquitectura 1/3. Fuente: Pinterest (2025)	93
Figura 31 SERP imágenes Arquitectura 2/3. Fuente: Pinterest (2025)	93
Figura 32 SERP imágenes Arquitectura 3/3. Fuente: Pinterest (2025)	94
Figura 33 SERP imágenes Habitar 1/2. Fuente: Pinterest (2025)	94
Figura 34 SERP imágenes Habitar 2/2. Fuente: Pinterest (2025)	95
Figura 35 SERP imágenes Casa 1/9. Fuente: Pinterest (2025).....	95
Figura 36 SERP imágenes Casa 2/9. Fuente: Pinterest (2025).....	96
Figura 37 SERP imágenes Casa 3/9. Fuente: Pinterest (2025).....	96
Figura 38 SERP imágenes Casa 4/9. Fuente: Pinterest (2025).....	97
Figura 39 SERP imágenes Casa 5/9. Fuente: Pinterest (2025).....	97
Figura 40 SERP imágenes Casa 6/9. Fuente: Pinterest (2025).....	98
Figura 41 SERP imágenes Casa 7/9. Fuente: Pinterest (2025).....	98
Figura 42 SERP imágenes Casa 8/9. Fuente: Pinterest (2025).....	99
Figura 43 SERP imágenes Casa 9/9. Fuente: Pinterest (2025).....	99
Figura 44 SERP imágenes Vivienda 1/2. Fuente: Pinterest (2025).....	100
Figura 45 SERP imágenes Vivienda 1/2. Fuente: Pinterest (2025).....	100
Figura 46 Pantalla de inicio de instrumento Fuente: Elaboración propia.....	109
Figura 47 Datos de genero Fuente: Elaboración propia	110
Figura 48 Rango de edad de encuesta virtual. Fuente: Elaboración propia.....	110
Figura 49 Estados con representación en la encuesta. Fuente: Elaboración propia, creado con Mapchart (2025)	111
Figura 50 Pantalla de asociación espacial. Fuente: Elaboración propia	112
Figura 51 Asociación verbal en encuesta Fuente: Elaboración propia.....	113

Índice de tablas

Tabla 1 Contenido de representaciones. Fuente: Elaboración propia en base a Raiter (2001,2010).....	32
Tabla 2 Porcentaje de personas usuarias de Internet por grupo de edad. Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI (2025).....	44
Tabla 3 Regionalización de México. Fuente: Elaboración propia datos de INEGI 2018.....	63
Tabla 4 Criterio de categorización de búsquedas resultantes. Fuente: Elaboración propia.....	64
Tabla 5 Correspondencia conceptual de la técnica RSN y Google Trends. Fuente: Elaboración propia en base a conceptos de bibliografía	67
Tabla 6 Tabla de inclusiones y exclusiones en la selección de imágenes. Fuente: Elaboración propia	71
Tabla 7 Tabla de sinonimia. Fuente: Elaboración propia	79
Tabla 8 Tabla de búsquedas relacionadas totales. Fuente: Elaboración propia	80
Tabla 9 Búsquedas de "Arquitectura" por estado. Fuente: Elaboración propia.....	81
Tabla 10 Tabla resumen de categorías de búsqueda. Fuente: Elaboración propia	82
Tabla 11 Promedio de búsqueda Arquitectura. Fuente: Elaboración propia	82
Tabla 12 Búsquedas de "Vivienda" por estado. Fuente: Elaboración propia	84
Tabla 13 Promedio de búsqueda Vivienda. Fuente: Elaboración propia.....	85
Tabla 14 Búsquedas de "Casa" por estado. Fuente: Elaboración propia	86
Tabla 15 Promedio de búsqueda Casa. Fuente: Elaboración propia.....	86
Tabla 16 Búsquedas de "Habitar" por estado. Fuente: Elaboración propia.....	87
Tabla 17 Promedio de búsqueda Habitar. Fuente: Elaboración propia	87
Tabla 18 Análisis semiótico Arquitectura Fuente: Elaboración propia, imágenes Google (2025)	101
Tabla 19 Análisis semiótico Habitar. Fuente: Elaboración propia, imágenes Google (2025).....	102
Tabla 20 Análisis semiótico Casa. Fuente: Elaboración propia, imágenes Google (2025)...	103

Tabla 21 Análisis semiótico Vivienda. Fuente: Elaboración propia, imágenes Google (2025)	104
Tabla 22 Análisis semiótico Arquitectura Fuente: Elaboración propia, imágenes Pinterest (2025)	105
Tabla 23 Análisis semiótico Habitar Fuente: Elaboración propia, imágenes Pinterest (2025)	106
Tabla 24 Análisis semiótico Casa Fuente: Elaboración propia, imágenes Pinterest (2025)..	107
Tabla 25 Análisis semiótico Vivienda Fuente: Elaboración propia, imágenes Pinterest (2025)	108
Tabla 26 Promedio de Asociación espacial. Fuente: Elaboración propia	112
Tabla 27 Asociación espacial configuración Fuente: Elaboración propia	112
Tabla 28 Frecuencia de palabras similares. Fuente: Elaboración propia usando SemNet (2014)	114
Tabla 29 Resumen de datos. Fuente: Elaboración propia usando SemNet (2014)	114
Tabla 30 Selección de imágenes Habitar. Fuente: Elaboración propia	115
Tabla 31 Selección de imágenes Vivienda. Fuente: Elaboración propia	115
Tabla 32 Selección de imágenes Casa. Fuente: Elaboración propia	115
Tabla 33 Selección de imágenes Arquitectura. Fuente: Elaboración propia	115
Tabla 34 Asociación digital medios Fuente: Elaboración propia	116
Tabla 35 Asociación digitales, medios digitales. Fuente: Elaboración propia	117

Cuando me pongo a pensar en arquitectura emergen en mí determinadas imágenes. Muchas están relacionadas con mi formación y con mi trabajo como arquitecto [...]. Otras imágenes tienen que ver con mi infancia; me viene a la memoria aquella época en que vivía la arquitectura sin reflexionar sobre ella

—Peter Zumthor “Pensar la arquitectura” (2004, p. 9)

Resumen

La presente investigación analiza la construcción del imaginario social de la arquitectura habitada en el entorno digital actual, a partir del estudio de las interacciones sociales que se producen en Internet y su influencia en la configuración de significados asociados a la arquitectura, el habitar y la vivienda. El estudio parte del reconocimiento de que las plataformas digitales y motores de búsqueda se han convertido en espacios de producción, circulación y legitimación de representaciones sociales.

El objetivo fue identificar las características que construyen el imaginario social en la interacción social en Internet respecto a la arquitectura habitada en la actualidad. Para ello se desarrollo un enfoque metodológico mixto, con predominio cualitativo que integro el análisis de tendencias de búsqueda mediante Google Trends, el análisis de contenido de la pantalla de resultados de Google, y la aplicación de un instrumento de encuesta virtual diseñado para esta investigación. El estudio se centró en el contexto mexicano durante el año 2024 y considero los términos estímulo arquitectura, habitar, vivienda y casa.

Los resultados muestran que estos conceptos operan como representaciones sociales diferenciadas en el entorno digital. La arquitectura se asocia principalmente con una dimensión disciplinar y profesional, la vivienda con un discurso de consumo. Asimismo, se identificó que los motores de búsqueda y las plataformas digitales influyen activamente en la difusión y legitimación de estas representaciones.

Se concluye que el entorno digital desempeña un papel fundamental en la construcción del imaginario social de la arquitectura habitada, con implicaciones relevantes para la comprensión actual de la arquitectura habitada.

Palabras Clave:

Arquitectura, Imaginarios sociales, Representaciones sociales, Medios digitales, Vivienda

Abstract

This research analyzes the construction of the social imaginary of inhabited architecture in today's digital environment, based on the study of social interactions that occur on the Internet and their influence on the configuration of meanings associated with architecture, living, and housing. The study starts from the recognition that digital platforms and search engines have become spaces for the production, circulation, and legitimization of social representations.

The objective was to identify the characteristics that construct the social imaginary in social interaction on the Internet with regard to inhabited architecture today. To this end, a mixed methodological approach was developed, with a qualitative predominance that integrated the analysis of search trends using Google Trends, the content analysis of Google's results screen, and the application of a virtual survey instrument designed for this research. The study focused on the Mexican context during the year 2024 and considered the terms architecture stimulus, inhabiting, housing,

The results show that these concepts operate as differentiated social representations in the digital environment. Architecture is mainly associated with a disciplinary and professional dimension, while housing is associated with a discourse of consumption. Likewise, it was identified that search engines and digital platforms actively influence the dissemination and legitimization of these representations.

It is concluded that the digital environment plays a fundamental role in the construction of the social imaginary of inhabited architecture, with relevant implications for the current understanding of inhabited architecture. and home.

Keywords:

Architecture, Social imaginaries, Social representations, Digital media, Housing

Introducción

En las últimas décadas, la interacción dentro del entorno digital ha transformado la manera en la que las sociedades producen, comparten y resignifican la realidad, el “Internet” se ha consolidado como uno de los principales medios de interacción social y de circulación simbólica con gran influencia no solo dentro de los procesos comunicativos, sino también en la construcción de los imaginarios colectivos que forman la percepción del mundo cotidiano.

La arquitectura, entendida como una manifestación material de la cultura bajo la que se desarrolla, participa activamente en los procesos de significación social. En la actualidad gran parte de las representaciones arquitectónicas que circulan en los entornos digitales provienen de sectores profesionales vinculados al diseño, estas representaciones suelen mostrar y privilegiar valores estéticos formales o de consumo, lo que relega la experiencia cotidiana de quienes habitan los espacios, como consecuencia se produce una visión parcial y frecuentemente idealizada de la arquitectura, que contribuye en gran medida a la elitización y homogenización de ciertos modelos a grandes cantidades de personas alrededor del mundo.

Este fenómeno adquiere particular relevancia cuando dichas representaciones influyen en la manera en el que las personas comprenden, desean y solicitan espacios arquitectónicos pero desconectados en esencia de lo que están solicitando. En la práctica profesional, esta brecha entre la visión disciplinar del arquitecto y las expectativas sociales construidas a partir de las imágenes y narrativas digitales se manifiestan como conflictos durante el proceso de diseño e incluso en etapas posteriores a la ocupación del espacio. La arquitectura proyectada y la arquitectura habitada entran en contradicción, evidenciando una desconexión entre lo concebido y lo habitado.

Ante este escenario, resulta pertinente preguntarse cómo se construyen actualmente los imaginarios sociales en torno a la arquitectura habitada y que papel desempeña la interacción en internet en dicho proceso. La arquitectura habitada, entendida no solo como un objeto construido, sino como un espacio vivido, apropiado y resignificado a través de la cotidianidad, se convierte en un eje clave para analizar estas dinámicas simbólicas. La forma en que los espacios habitados son representados, consumidos y reproducidos en las plataformas digitales

incide directamente en la percepción social de la arquitectura, y por consecuencia, en su materialización.

Para analizar este fenómeno, la presente investigación se sustenta en la teoría de los imaginarios sociales, originalmente propuesta por Cornelius Castoriadis (2013) y desarrollada posteriormente por diversos autores, uniéndola con el análisis de las representaciones sociales que emergen en entornos digitales. Desde esta perspectiva, se considera que los entornos virtuales no funcionan únicamente como medios de difusión, sino como espacios activos de producción simbólica donde se configuran, legitiman y trasforman los imaginarios sociales.

En este marco, la pregunta que guía esta investigación es: ¿Cuáles son las manifestaciones presentadas y difundidas a través de la interacción social en internet, que han contribuido a la construcción del imaginario social mexicano actual de la arquitectura habitada? A partir de esa interrogante, el estudio busca comprender cómo las representaciones digitales de los espacios habitados influyen en la percepción social y en la comprensión del habitar en el contexto mexicano.

La relevancia de este trabajo radica en la necesidad de comprender el impacto de la cultura digital en la disciplina arquitectónica, particularmente en lo que respecta a la relación entre diseño, significado y experiencia cotidiana. Analizar los procesos mediante los que la arquitectura es representada y consumida en entornos virtuales permite no solo ampliar el entendimiento del papel cultural de la arquitectura sino también aportar herramientas para mejorar la comunicación entre profesionales y sociedad, fortaleciendo una práctica arquitectónica más consciente de los imaginarios que intervienen en el acto de habitar.

La presente investigación se estructura en cuatro partes, organizadas en tres capítulos con el propósito de desarrollar el análisis propuesto, La primera parte expone el planteamiento del problema, acompañado de los antecedentes y justificación que fundamenta la pertinencia de la investigación.

La segunda parte corresponde al capítulo 1. Se desarrolla la fundamentación teórica que orienta la investigación. En este apartado se establecen las bases conceptuales y teóricas en torno a la noción de la arquitectura habitada, el estudio de los imaginarios y representaciones sociales, así

Arquitectura Habitada

como la virtualidad entendida como campo contemporáneo de producción y circulación de significados.

El segundo capítulo conforma la tercera parte del documento y se centra en la construcción del marco metodológico. En él se describe el diseño metodológico que rige el estudio, detallando las técnicas, instrumentos y procedimientos empleados para el análisis de las representaciones de la arquitectura habitada en entornos digitales.

Finalmente, el tercer capítulo presenta los resultados obtenidos a partir de la aplicación del diseño metodológico y discusión. Este capítulo finaliza con las conclusiones de la investigación en las que se sintetizan los principales hallazgos.

Planteamiento del problema

Origen de la investigación

Esta investigación surge a partir de la experiencia directa en la práctica profesional de la arquitectura, donde se ha identificado una recurrente disonancia entre la concepción disciplinar del espacio arquitectónico y la manera en la que este es percibido. Interpretado y valorado por la sociedad, esta divergencia suele manifestarse en fricciones durante los procesos de diseño, comunicación y apropiación de los espacios, evidenciando una brecha simbólica entre arquitectos y habitantes.

Dicha brecha no se limita a una diferencia de criterios técnicos o estéticos, sino que responde a la existencia de imaginarios sociales contruidos fuera de los ámbitos académicos y profesionales. Estos imaginarios se nutren de experiencias personales, representaciones mediáticas y narrativas visuales que simplifican o idealizan la arquitectura, alejándola de su complejidad social, cultural y cotidiana. En consecuencia, la arquitectura es frecuentemente interpretada desde expectativas que no siempre son coincidentes entre los participantes de los procesos reales del diseño y del habitar.

Dentro del contexto actual, los entornos digitales desempeñan un papel central en la construcción y difusión de estos imaginarios. A través de imágenes, comentarios, valoraciones y tendencias, las redes sociales y los motores de búsqueda se han convertido en espacios donde se producen, legitiman y reproducen las representaciones de la arquitectura habitada. Sin embargo, gran parte de este contenido es, como ya se había mencionado antes, generado por sectores profesionales, favoreciendo así una visión homogenizada y estandarizada del espacio arquitectónico en oposición de la diversidad de experiencias cotidianas de los habitantes.

En el caso de México, donde el acceso a internet forma parte de la vida cotidiana dentro una gran parte de la población mexicana, como se deja ver en la encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de la información en los hogares (2025). Estas representaciones digitales adquieren un peso significativo en la construcción del imaginario social actual. La arquitectura habitada entendida como un espacio vivido, apropiado y resignificado por las personas en su cotidianidad es reinterpretada en el entorno digital a través de fragmentos visuales y discursivos

que influyen en la manera en la que el habitar es concebido. Este proceso influye tanto en las expectativas sociales respecto a la arquitectura como en las decisiones de diseño y planificación espacial.

El problema principal que se aborda en esta investigación se encuentra en la falta de comprensión sobre como la interacción social en internet contribuye a la construcción del imaginario social de la arquitectura habitada en México. A pesar del crecimiento en las representaciones arquitectónicas en entornos digitales existe un vacío de conocimiento en torno a las características, narrativas y símbolos que configuran dichos imaginarios, así como su impacto en la percepción social de espacio arquitectónico, resulta necesario por lo tanto, analizar las manifestaciones arquitectónicas que circulan en internet, identificar a los actores que las producen y los discursos que las acompañan, y comprender de qué manera estos elementos participa en la formación del imaginario social actual.

Abordar este problema permite no solo profundizar en la relación entre la arquitectura, la cultura digital y los imaginarios sociales, sino también aportar información para una práctica arquitectónica más consciente de los procesos simbólicos que influyen en el habitar.

¿Cómo se construye el imaginario social sobre la arquitectura habitada a través de la interacción en internet en México?

Antecedentes

El estudio de los imaginarios sociales vinculados al espacio urbano y arquitectónico constituye un campo de investigación con una trayectoria consolidada en América latina y otras regiones, particularmente desde enfoques cualitativos que articulan dimensiones simbólicas, espaciales y sociales. La incorporación de los medios digitales y las plataformas de internet como objeto y fuente de análisis, representa un desarrollo reciente y que está en procesos de consolidación metodológica.

Las investigaciones sobre imaginarios urbanos en América latina empezaron centradas en la ciudad física y la experiencia directa que tienen los individuos con el espacio urbano y los

imaginarios se conceptualizaron como estructuras simbólicas colectivas que ayudaban a medir la relación entre los sujetos y el entorno construido.

De alba (2006) constituye una referencia al proponer una metodología explícita para el estudio del imaginario urbano en México, combinando discursos narrativos con mapas cognitivos elaborados por los habitantes, esta investigación establece una lógica de análisis que integra análisis discursivo y gráfico, lo que permitió contrastar las experiencias vividas con las representaciones.

Zamudio Vega (2011), Carrasco Gallegos y Yanes Ordiales (2009) aplican la noción de los imaginarios sociales al análisis de lenguaje, usando publicidad y fotografías in situ, así como de relatos de experiencia de hoteles. Estos trabajos anticipan el uso de imágenes en línea como acceso a los imaginarios arquitectónicos.

Campos Medina y Álvarez Bové (2015) analizan como diferentes medios configuran sentidos específicos de la ciudad, este trabajo es relevante porque articula de manera explícita, un esquema analítico para estudiar imaginarios producidos en medios de comunicación, lo que resulta transferible a contextos digitales contemporáneos.

Las investigaciones centradas en entornos digitales y redes sociales, solidifican las metodologías propuestas para los estudios enfocados en la virtualidad.

Carvalho y Albino (2024) hacen uso de Google Street View como campo de investigación, usando la virtualidad como método para el análisis del entorno construido, su propuesta permite explorar las transformaciones habitacionales, constituyendo un antecedente clave para la investigación arquitectónica en medios digitales.

A pesar del gran alcance que tiene el estudio de los imaginarios, no existe un protocolo consolidado en México que integre un enfoque explícito en la percepción mexicana de la arquitectura, los estudios se encuentran fragmentados entre disciplinas como la comunicación, estudios visuales, la sociología urbana y arquitectura lo que obliga a las investigaciones actuales a ensamblar metodologías híbridas.

Bajo este contexto, la presente investigación pretende entender la construcción de los imaginarios respecto a la arquitectura habitada, mediante el análisis de herramientas contemporáneas como Google Trends, motores de búsqueda, plataformas visuales y análisis multimodales de imágenes y texto.

Objetivos

Objetivo general

Identificar las características que construyen los imaginarios sociales en la interacción social en internet respecto a la arquitectura habitada en la actualidad.

Objetivos específicos

- Examinar los fundamentos teóricos de los imaginarios sociales y las representaciones sociales para su aplicación en el análisis de la arquitectura habitada
- Identificar las características simbólicas, narrativas y visuales presentes en las representaciones digitales de la arquitectura habitada que circulan en internet en el contexto mexicano
- Analizar el papel de las plataformas digitales y los motores de búsqueda en la difusión y legitimización de dichas representaciones arquitectónicas
- Explorar la relación entre las representaciones digitales de la arquitectura habitada y la percepción social del habitar, a partir del análisis de contenido y la aplicación de instrumentos cualitativos y cuantitativos
- Interpretar los resultados obtenidos para comprender el impacto de la cultura digital en la construcción del imaginario social de la arquitectura habitada y sus implicaciones para la práctica arquitectónica

Justificación

La arquitectura no puede ser entendida únicamente como un ejercicio técnico o formal, sino como una práctica cultural profundamente vinculada al habitar y sus significados. Según Lefebvre (2013), el espacio es un producto social, que está compuesto por representaciones, símbolos y prácticas colectivas, el comprender como son configurados los imaginarios sociales sobre la arquitectura en entornos digitales permite a la disciplina generar una visión más amplia del papel de la arquitectura en la cotidianidad.

La cultura digital, ha adquirido un papel en la producción y circulación de significados sociales. Las plataformas digitales y los motores de búsqueda no solo difunden información, sino que son espacios activos de producción simbólica. Analizar estos procesos os permite ampliar el entendimiento del impacto que la virtualidad tiene en la manera en que las personas conciben, valoran y experimentan en la arquitectura habitada.

En el contexto actual, la globalización tiene como efecto en la arquitectura la producción de entornos homogéneos que debilitan la identidad local y el sentido de pertenencia que las personas pueden adquirir.

Desde una perspectiva disciplinar, esta investigación aporta herramientas conceptuales y metodológicas para comprender la brecha existente entre la visión profesional de la arquitectura y las expectativas sociales construidas a partir de representaciones digitales. Al identificar las características del imaginario actual sobre la arquitectura habitada, el estudio contribuye a una práctica arquitectónica más consciente de los procesos simbólicos que aportan en el diseño, la comunicación y la apropiación de los espacios.

En el ámbito académico, el trabajo representa una contribución al campo de los estudios sobre imaginarios sociales aplicados a la arquitectura, particularmente en el contexto mexicano, donde este enfoque ha sido poco explorado desde la cultura digital. Asimismo, propone una aproximación metodológica que integra el análisis de contenido digital con herramientas cualitativas y cuantitativas, ampliando las posibilidades de investigación en la disciplina.

Finalmente, la relevancia social de este estudio radica en la posibilidad de fortalecer el diálogo entre diseñadores arquitectónicos y sociedad, al visibilizar los procesos mediante los cuales se

Arquitectura Habitada

construye la percepción colectiva del habitar. Comprender estos imaginarios permito no solo interpretar la arquitectura como un fenómeno cultural, sino también generar las condiciones para una producción más sensible a las experiencias, necesidades y significados de quienes la habitan.

Capítulo 1

Arquitectura habitada: Los imaginarios y las representaciones arquitectónicas en la virtualidad

Arquitectura habitada

La arquitectura vista desde la cotidianidad

En esta investigación se habla de la percepción de la arquitectura habitada, este concepto puede ser confuso en el sentido estricto del uso de la palabra ¿Qué arquitectura no es habitada? Podría pensarse que es el requerimiento básico para que se considere arquitectura. Sin embargo, esto sería decir que cualquier espacio construido es habitable en igual medida.

Sin embargo al intentar analizarlo suele haber contradicciones, Eco en “Estructura Ausente” se cuestiona el por qué la arquitectura es tan difícil de encajar con el análisis semiótico “En apariencia, los objetos arquitectónicos no comunican (o al menos no han sido concebidos para comunicar), sino que funcionan”(Eco, Umberto, 2011, p.253). Esta afirmación debe ser cuestionada desde el periodo de arquitectura al que hacía referencia, ya que la arquitectura ha sido usada como medio para comunicar ideas, posturas y creencias, podemos tomar ejemplo de las edificaciones religiosas o aquellas que representan al poder en curso de una zona. Eco continua con el planteamiento de la arquitectura como fenómeno social, según la semántica es inherente el que tenga una significación, lo que lleva a una contradicción, porque además el humano disfruta de la arquitectura como un acto de comunicación. Lo que lleva a Eco a plantear si lo que entendemos como comunicación no es en realidad un estímulo, algo determinado a provocar una reacción. Se habla sobre como la arquitectura tiene un significado y al mismo tiempo es un significante para las personas (Eco, Umberto, 2011).

Al ver la arquitectura desde un enfoque fenomenológico y sociocultural, se puede suponer que el espacio adquiere varios significados durante sus diversas fases, su planteamiento, su construcción y hasta que es habitado. El concepto de arquitectura habitada remite a la interacción constante y recurrente entre las personas y los entornos construidos, donde la cotidianidad y la pertenencia se convierten en la variable del habitar.

El concepto de arquitectura habitada trasciende la visión técnica o formal de la arquitectura para centrarse en la experiencia humana en el espacio. Heidegger (2015) señala que habitar no es simplemente ocupar un espacio, sino una forma fundamental de ser en el mundo, donde la

Arquitectura Habitada

construcción adquiere sentido a partir de la vivencia cotidiana. Desde esta perspectiva, la arquitectura se comprende como un proceso de experiencia.

La vida cotidiana es un eje clave de la transformación de la arquitectura en un *espacio vivido*, término usado por Lefebvre (2013) y con el que hace referencia en su obra identificando la arquitectura como cargada de significados y memorias. Dicha cotidianidad está compuesta por rutinas, hábitos interacciones y uso. Es en ella donde la arquitectura revela su verdadero potencial.

Norberg-Schulz (2023) define a la vida cotidiana como el espacio que permite al ser humano estar en el mundo, una sumatoria de fenómenos concretos compuesta de todo lo que nos rodea y aquello que es intangible como la materialidad, la luz, la escala y la memoria. Hace también su definición de habitar: “El hombre habita cuando es capaz de concretizar el mundo en construcciones y cosas” (Norberg-Schulz, 2024, p. 36) y esto se logra en tres niveles complementarios

1. *La orientación*. El saber donde se está, y la capacidad de ubicar el propio cuerpo en relación al entorno, así como ser capaz de reconocer puntos de referencia
2. *La identificación*. Sentirse parte del lugar y tener la capacidad de establecer vínculos simbólicos
3. *La pertenencia*. Integrar el lugar en la cotidianidad y memoria del individuo asumiéndolo como un marco de existencia

En caso de que alguno de los niveles sea omitido, el habitar en si se convierte en algo superficial o inestable.

Para Norberg-Schulz (2024) el espacio arquitectónico se configura a partir de significados culturales compartidos, contruidos socialmente por quienes lo habitan. En el contexto mexicano, esta dimensión simbólica está profundamente vinculada con las diversas practicas sociales, tradiciones y representaciones colectivas del habitar

Autores latinoamericanos como Giglia (2012) han estudiado el hábitat y la implicación que tiene la apropiación social de espacio, siendo los habitantes quienes reinterpretan y resignifican los entornos contruidos más allá de las intenciones del diseñador.

Arquitectura Habitada

La arquitectura puede considerarse un conjunto de imaginarios y representaciones, síntesis de la cultura sobre la que se erige “es una forma de entender y actuar en el mundo, y como toda forma de conocimiento, involucra relaciones entre lo imaginario y lo material, entre la producción y la creación.” (Zubieta Davezies, 2023). El concepto de imaginario social es fundamental para esta investigación y se ampliará en ello más adelante en el texto.

Analizar la arquitectura desde la cotidianidad implica atender al uso real, no a los previstos por el diseñador, reconociendo la capacidad que tienen los habitantes de transformar y experimentar los espacios. La experiencia cotidiana de la arquitectura se manifiesta en acciones simples como abrir una ventana, usar un mueble, caminar a través de un parque, colocar pertenencias dentro de un cubículo laboral, las acciones repetidas construyen relaciones entre las personas y los espacios, ya que los hábitos determinan la funcionalidad real de los lugares.

No es cosa nueva el notar la tensión entre la planeación y la experiencia del habitar, dos etapas del espacio construido, Alexander (1979) hace una crítica a los enfoques formales que ignoran las practicas cotidianas mientras que Jacobs (2011) hace notar que el habitar de un lugar depende más del uso que de la apariencia que este posee.

Por lo que la arquitectura habitada es aquella arquitectura que trasciende su condición de objeto construido para convertirse en escenario de la actividad humana, no limitada a la materialidad y espacialidad, sino concebida como un contenedor catalizador de experiencias, entendida no solo desde la funcionabilidad o estética sino desde la forma en la que las personas interactúan con el espacio, lo transforman y lo dotan de significado en su vivencia diaria.

El papel actual del diseñador en la significación del hábitat

Bajo la premisa anterior, surge la pregunta sobre cuál es el papel del diseñador dentro de la cotidianidad, el diseñador de espacios habitados debe convertirse en un mediador inicial entre el habitante y el espacio, el escuchar, interpretar y traducir las practicas cotidianas y aspiraciones conjuntas en soluciones significativas. Norberg-Shulz (2024) plantea que el arquitecto debe captar el *Genius Loci* lo que significa *el espíritu del lugar*, con el fin de que el proyecto pueda dialogar con la memoria y la identidad del contexto.

Arquitectura Habitada

Si bien la apropiación del lugar es una tarea que tiene el habitante, el diseñador es el encargado de crear las condiciones para que esto suceda, Alexander (1979) defiende que el entorno debe surgir de la lectura de patrones cotidianos que permiten que el habitante lo adapte a sus propios modos de vida.

La significación del hábitat no depende solamente de la funcionalidad, sino que se crea mediante experiencias y estímulos que involucren a los sentidos como luces, sombras, sonidos, texturas, olores y escalas. El diseñador es el creador de atmósferas que sean capaces de generar sensaciones y emociones, recordando que el habitar es tanto físico como afectivo. Tanto Pallasmaa (2014) como Zumthor (2006) coinciden que el diseño debe estimular los sentidos con el fin de fortalecer la conexión emocional con el lugar.

Es importante que se recuerde que la construcción no es el fin de la arquitectura sino el inicio que permite la experiencia de vivir en un espacio, es la capacidad de hacer posible el habitar. (Norberg-Schulz, 2024)

Imaginarios y representaciones sociales, la delgada línea entre ambas teorías

La manera en la que atribuimos significado a la realidad ha sido objeto de estudio desde diversos enfoques y disciplinas, las dos teorías que se presentan, Imaginarios y representaciones sociales, y de las que se hace uso en esta investigación están profundamente interrelacionadas en su conceptualización. Girola (2012) menciona que si bien ambas teorías (teoría de imaginarios sociales y teoría de representaciones sociales) tienen puntos en común, aún existe cierta reticencia a una *homologación conceptual* en la que diversos autores no han llegado a un acuerdo en común y el significado depende enteramente de la disciplina en la que se usa.

Algo en lo que los autores consultados concuerdan es la necesidad de analizar los imaginarios sociales desde su singularidad en una primera instancia, pues allí donde se forman las bases para poder analizarlos en la pluralidad, sin embargo y como menciona Cegarra (2012) para muchos científicos el hablar de la imaginación o lo imaginado supone un rechazo absoluto. El término imaginario se usa como adjetivo de lo irreal o fantasioso ligándose estrechamente con la literatura y la poesía, mientras que imaginación se usa para describir la facultad de representación de imágenes de las personas.

Imaginarios sociales

El análisis y la búsqueda de la interpretación del significado de lo imaginado nos lleva a antiguos pensadores como Aristóteles y Platón que desarrollaron el concepto de imaginación como la representación personal de la realidad a través de los sentidos. A lo largo de los años, diversos pensadores continuaron con el desarrollo del concepto. Es para el siglo XX que autores como Sartre estudian la imaginación con una orientación epistemológica y fenomenológica. En las obras de Bachelard la imaginación y lo imaginado son estudiados juntos identificados como función y actividad (Belinsky, 2007, pp. 11–16).

Se ve entonces que el conjunto de las aproximaciones al imaginario resulta como el proceso cognitivo de la capacidad humana natural a la representación y comprensión de la realidad mediante imágenes mentales que en su conjunto forman conceptos que permiten forjar la percepción de la realidad del individuo, sin embargo, es importante entender desde que

disciplina se está usando el término ya que, para diversos autores, si bien tienen puntos en común el desarrollo del concepto suele emplearse de manera diferente. Es aquí donde podemos pasar a la pluralidad del término de imaginación, y pensarlo como una imaginación colectiva común.

Castoriadis (2013) desde la psicología, en una primera aparición del término *imaginario social* lo define como la “creación social e histórica que se produce *colectivamente* conformando redes de significados desde la cual las personas entienden el mundo, se representan en los sueños, deseos y aspiraciones”. Cuando los contenidos del imaginario radical son aceptados, pasan a integrar el imaginario efectivo. De este modo tradición y utopía, condiciones dadas e imaginadas conviven en una relación dialéctica permanente (Cabrera, 2006) toda la definición se encuentra enfocada en cómo funcionan las instituciones y el poder que estas contienen.

Para entender la formación de los imaginarios es importante tener en cuenta los diversos conceptos usados anteriormente, el imaginario individual, el imaginario colectivo y las representaciones sociales.

El imaginario individual está basado en las interpretaciones personales que las personas construyen teñidos por su conjunto de valores, pensamientos y sentimientos y que es diferente entre cada individuo. Esta construcción se realiza a partir del entorno del sujeto desde representaciones, hasta los imaginarios hablados por otras personas.

El imaginario colectivo se constituye en agrupaciones de personas que comparten sus imaginarios individuales y se retroalimentan entre sí hasta construir una suma de estas generando un imaginario colectivo común (ver figura 1). La dimensión de este colectivo es variable ya que pueden integrarse de un par de personas, hasta grupos de gran inmensidad, en los grandes grupos se dispersan a través de medios de comunicación y de diversas instituciones lo que genera que estos tengan gran influencia dentro de grandes grupos de personas.

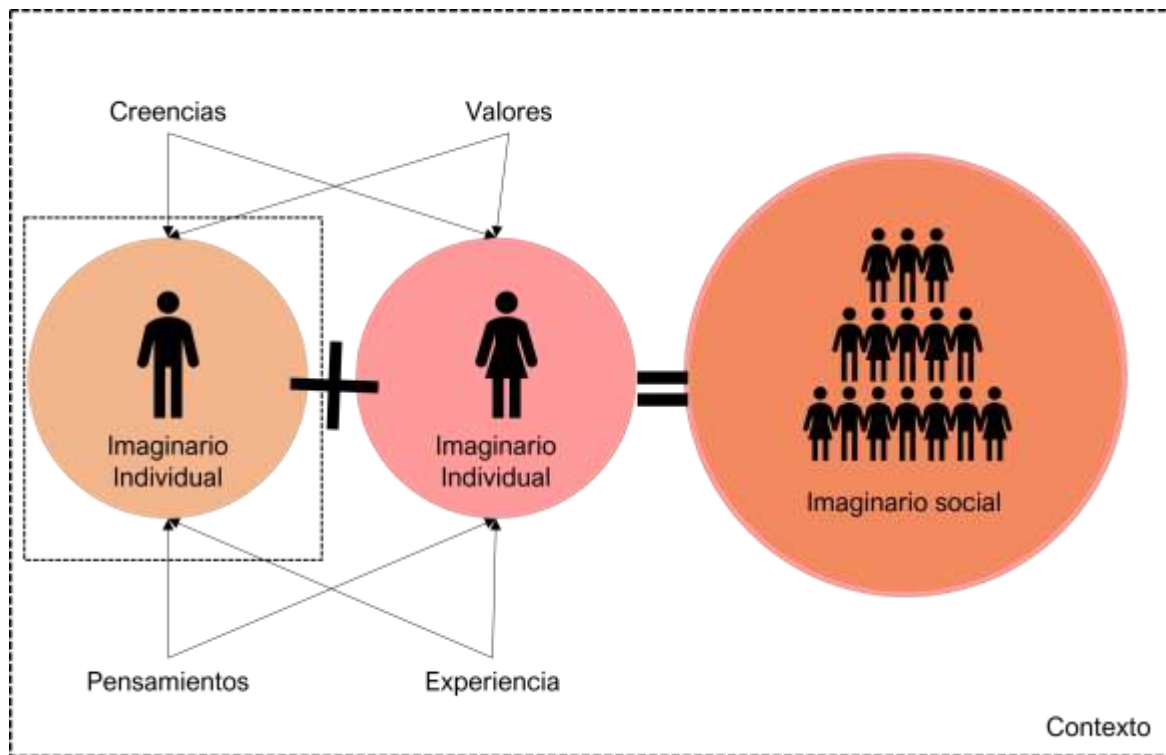


Figura 1 *Imaginarios individuales y sociales.* Fuente: Elaboración propia

Zamudio Vega (2011) identifica diez características de los imaginarios tanto individuales como colectivos:

1. *Subjetivos* ya que pertenecen al sujeto y permanecen en el imaginario colectivo al ser una suma de los significados de estos.
2. *Cambiantes.* Se refiere al proceso dentro del cual son adquiridos ya que están en constante cambio y construcción, son modificables con el transcurso del tiempo.
3. *Narrables y Transmitibles* Son comunicables ya que son en su esencia ideas por lo que pueden ser compartidas con otras personas.
4. *Selectivos* Es posible diferenciar partes aisladas por encima de un conjunto respecto al objeto del imaginario
5. *Manipulables* Si bien los Imaginarios pueden nacer de forma espontánea estos también pueden ser creados y estar dirigido a personas específicas

6. *Provocativos* Tienen la capacidad de producir pensamientos y emociones
7. *Influyentes* Al mismo tiempo pueden interferir en las personas en gustos, deseos y decisiones.
8. *Contradictorios* El mismo imaginario es dual en cuanto a lo que produce
9. *Estereotipados* Al ser percepciones subjetivas, los imaginarios pueden conducir a interpretaciones equivocadas en medida parcial o total.
10. *Complejos* Depende de una gran cantidad de factores

Representaciones sociales

El concepto de representación social es introducido como representaciones colectivas por Emile Durkheim en 1893 y finalmente consolidado en su trabajo “*las formas elementales de la vida religiosa*”(2012) en referencia al conjunto de elementos que constituyen la consciencia colectiva, manifestaciones que surgen de la participación, intercambios, etc. Pone como ejemplo de dichas manifestaciones los refranes, corrientes de opinión estilos de vida, reglamentos y códigos, pues son las ideas compartidas, difundidas, y experimentadas por las personas que viven en una sociedad.

Serge Moscovi propone tiempo después una nueva aproximación teórica en torno a las representaciones donde pasan de ser colectivas a llamarse sociales. Girola menciona (2012) “las representaciones sociales implican una selección y acentúan características que se consideran relevantes con respecto a un objeto, a una idea o a una situación.”

Raiter (2002) proporciona una clara distinción entre la percepción y la cognición, la primera habla de las sensaciones que se obtienen de la experiencia, mientras que la cognición es el procesamiento mental de dichas experiencias en la que el sujeto debe estar “activo” ya sea consciente o inconsciente de ello, la persona construye imágenes generales ya que a menos que posea una particularidad el objeto experimentado, no se recuerda con claridad cada uno de ellos, sino que se guarda la imagen construida como una generalidad. “Estas imágenes, representaciones del mundo, ya que no son el mundo, constituyen las creencias del sujeto sobre

el mundo” (2002, p. 12). Raiter además elabora una clasificación de los tipos de creencias que son “contenido de las representaciones:

Contenido de representaciones	
Tipo de creencias	Características
Creencias I	Son individuales y no tienen posibilidades de devenir social
Creencias S	Son sociales y compartidas por todos los miembros de la sociedad
Creencias P	Operan como referencia y se considera que deben ser valoradas de algún modo por los individuos o grupos sociales
Creencias PS	Pueden ser sociales, exceden lo individual, pero son compartidas solo por determinados grupos sociales

Tabla 1 *Contenido de representaciones.* Fuente: Elaboración propia en base a Raiter (2001,2010)

Estas representaciones no están activas en todo momento, lo que permite comprender las imágenes parcialmente contradictorias, no todas las creencias pueden convertirse en sociales, pero todas las sociales pueden ser individuales.(Raiter, 2002)

Con las definiciones se puede decir que el estudio de las representaciones busca comprender su influencia en la vida de las personas como manifestaciones físicas perceptibles a diferencia de los imaginarios cuyo valor se encuentra principalmente en el proceso mental del individuo.

Para términos de esta investigación en lo consecutivo se entiende al imaginario social como la imagen mental creada por el conjunto de individuos, tomada como una generalización y representaciones sociales a las imágenes que son construidas a partir de la producción y consumo de contenido en Internet, mientras que la representación discursiva corresponde a los objetos arquitectónicos materiales, se puede observar (figura 2) un resumen grafico del uso teórico. Se propone analizar mediante las teorías socio-fenomenológica de los imaginarios sociales y de las representaciones sociales la construcción de la significación dada respecto a la arquitectura habitada, sin profundizar en la sinonimia entre los conceptos de ambas teorías.



Figura 2 Resumen imaginarios y representaciones sociales. Fuente: Elaboración propia

Para fines de esta investigación, los imaginarios y representaciones sociales son el instrumento y la herramienta que nos permite entender los procesos perceptuales que se tienen sobre la arquitectura a través de los medios digitales.

Imaginarios sociales y representaciones en la arquitectura

Al pensar en el ciclo de la formación de imaginarios y el proceso hacia su transformación en representaciones físicas materiales, ya que al ser el conjunto de significados es posible identificarlos individualmente y como conjunto. Por ejemplo, al pensar en la palabra casa, si se nos pide definir su significado en general podemos tener una respuesta similar, pero entre más específica sea la descripción, más variantes entre respuestas van a ser encontradas.

Podemos resumir el proceso de formación de imaginarios en 3 fases que se retroalimentan entre sí, además de hacer énfasis en que este no es un proceso lineal puede ser incluso paralelo, sin embargo, para términos teóricos se considera oportuno la creación de un modelo que permita visualizar como suelen surgir los imaginarios sobre la arquitectura habitada, entendiéndolo como el conjunto de imágenes mentales que son tomadas como hechos motivados por diversas representaciones que están relacionados con el habitar. (ver figura 3)

1. *Experiencia directa del espacio.* Comprende del significado de Arquitectura habitada
2. *Mediación cultural y simbólica* Implica la parte de la construcción como objeto, así como del entorno en el que se encuentra no solo físico sino también cultural
3. *Circulación digital* En esta fase se encuentra el entorno digital en el que las personas pueden verse influidas



Figura 3 Modelo de formación de imaginarios sociales digitales. Fuente: Elaboración propia

Cada una de estas fases está compuesta de diversas dimensiones sobre las que pueden realizar análisis.

1. *Dimensión visual* La imagen como forma de soporte
2. *Dimensión lingüística* El relato es el medio de transmisión de información
3. *Dimensión audiovisual* La suma de la dimensión visual y lingüística
4. *Dimensión conceptual* El resultado de las dimensiones anteriores puede verse en la interacción resultante, que de igual manera puede estar integrada de las tres anteriores.

La recepción de la información contenida en las dimensiones puede llegar de manera involuntaria, siendo aquella información que es obtenida sin la necesidad de ser buscada o voluntaria donde la información es conscientemente buscada, esta información es sumatoria en la creación de los imaginarios.

Cultura y globalización

Cultura

Los desarrollos tecnológicos que han surgido en el último par de siglos han llevado a las sociedades a cambiar dinámicas que habían permanecido iguales durante varios años, únicamente cambiando debido a catástrofes. Después de la revolución industrial el consumo parece encontrarse en la cima de su desarrollo. Esto se ha visibilizado en cada una de las actividades humanas. Con el tiempo estas cambian, se adaptan y evolucionan reaccionando a su contexto, creando fenómenos sociales que perduran por una determinada cantidad de tiempo.

Un punto extremadamente importante sería pensar en cómo las sociedades crean cultura mediante su desarrollo. Podemos referirnos a cultura como “la suma de signos y símbolos”, tal como lo define Leach en 1976 (Leach, 2012). Tanto los signos como los símbolos necesitan de la elección humana para ser creados, estos no necesitan siquiera de una conciencia para ser formados, son procesos que son llevados a cabo inconscientemente. Estos signos y símbolos no solo exponen lo que ha sido creado, sino que a su vez son transmisores de conocimiento e información, portan valores, suscitan emociones y sentimientos, expresan ilusiones y utopías como menciona Valera (1997) . No es suficiente esta única dimensión del contenido para caracterizar la cultura, es preciso añadir que ese conjunto de signos y símbolos es compartido, estos signos y símbolos son diferentes para cada persona que los recibe (Adams, 1983), por lo que a su vez son transmitidos de diferente manera.

Eco (2011) menciona que los fenómenos culturales son naturalmente intrínsecos a fenómenos comunicativos, y junto al lenguaje son los que construyen la cultura y los delimita a dos: a) la fabricación y el empleo de objetos de uso; b) el intercambio parental como núcleo primario de relación institucionalizada. “Toda cultura es comunicación y existe humanidad y sociabilidad solamente cuando hay relaciones comunicativas”(2011, p. 23), no se busca reducir la cultura a su significado, sino usarla como herramienta de análisis, es importante resaltar que la comunicación no es un fenómeno cultural, sino uno biológico intrínseco al ser humano.

Para Eco (2011) la cultura surge cuando:

Arquitectura Habitada

- a) Un ser pensante establece una nueva función de un objeto
- b) Lo denomina por un nombre y función (no es necesario denominarla en voz alta o comunicarla a los demás);
- c) Lo reconoce como objeto que corresponde a la función X y que tiene el nombre Y (tampoco hace falta denominarla una segunda vez; basta con reconocerlo).

Estas tres condiciones ni siquiera implican la existencia de dos seres humanos. Pero es necesario que quien utiliza el objeto por primera vez lo considere la posibilidad de transmitir el día siguiente y a sí mismo la información adquirida, y por ello elabore un artificio mnemónico. Utilizar un objeto por primera vez no es cultura (2011, p. 24) Es en el momento en el que se comunica la finalidad del objeto en la que la cultura empieza a desarrollarse, este resultado genera en Eco una segunda hipótesis “el objeto cultural se ha convertido en el contenido de una posible comunicación verbal” (2011, p. 25) por lo que la significación del objeto crea cultura, y el significado se crea porque existe cultura.

Una vez determinada que las representaciones e imaginarios son contruidos socialmente podemos partir del concepto de la cultura, el cual ha estado en constante evolución, podemos ver diferentes enfoques a lo largo del tiempo. El siglo XIX tiene pensadores que mantienen un enfoque clásico y evolucionista con autores como Edward B. Tylor que define tanto cultura como civilización como todo aquello que incluya conocimientos creencias y cualquier capacidad adquirida por el hombre como miembro de la sociedad (1871). La primera parte del siglo la cultura se ve como sinónimo de civilización. En el siglo XX la cultura empieza verse desde una visión funcionalista y estructural en el que la cultura es un sistema de orden social. Para la segunda mitad del siglo XX el enfoque es crítico e interpretativo en el que la cultura tiene más que ver con sistemas simbólicos. El siglo XXI abre la puerta a la era de la globalización y digitalización, por lo que el concepto de cultura empieza a cambiar entrando en una hibridación entre lo local y lo global contruida entre el consumo, los medios y la política como lo indica Canclini (1990).

Para efectos de esta investigación Geertz (2003, p. 88), la define como “un sistema de concepciones heredadas y expresadas en formas simbólicas por medios con los cuales los

hombres se comunican. Perpetúan y desarrollan su conocimiento” (p.88). Esto nos lleva a establecer la cultura como un conjunto de significados compartidos, más que simplemente un conjunto de costumbres o comportamientos. Significados que deben interpretarse dentro del contexto social en el que son producidos. Otra de las ideas que Geertz hace uso es el hecho de que la cultura debe de leerse como un texto, y es el papel del investigador realizar la interpretación para comprender el significado de lo producido tanto por quien lo produce como para el que lo experimenta.

Globalización

La globalización es un proceso que ha interconectado a las sociedades a nivel global, economía, política, cultura, conocimiento e información, una gran parte de las sociedades conectadas cambiando la forma en la que se hacen los procesos, Castells (2000) lo documenta a finales del siglo XX aunque también se podría considerar que su nacimiento empezó cuando la comercialización empezó a tomar un papel más político que de adquisición por subsistencia, claro que al igual que cualquier otro sistema a analizar podemos identificar múltiples subsistemas que pertenecen dentro e interactúan, sin embargo cabría hacer un recorte temporal y conceptual para identificar de manera más pertinente cuál sería su papel en la formación de la percepción social.

Se necesita identificar como ha intervenido socialmente a nivel cultural para poder acercarnos a reflexionar su papel. La globalización ha permitido acceso a gran cantidad de información y posturas provenientes de todo el mundo.

La invención de la imprenta sentó un punto de inicio muy poderoso para la masificación de la información. La masificación de la producción permitió que una mayor cantidad de personas tuvieran acceso a las publicaciones de libros, folletos y periódicos. Durante el siglo XVIII y XIX el periódico tomo gran importancia como principal fuente de noticias y entretenimiento. Durante el siglo XIX la invención del telégrafo permitió la transmisión rápida de mensajes a larga distancia, disminuyendo la cantidad de tiempo en el que la información podía viajar. A principio del siglo XX tomo protagonismo la radio y se convirtió en parte de la cotidianidad en

la época. Los medios impresos siguen en distribución en la actualidad, aunque en muchos casos casi cayendo en el desuso como es el caso del periódico cuyo consumo es menor.

Los medios de comunicación masivos, desde periódicos, radio y televisión abrieron una puerta para que una mayor cantidad de personas tuviera acceso a dicha información acercando y abriendo las posibilidades a una comunicación internacional influyendo en gran medida a la difusión de ideas y valores, transformando así a sectores poblacionales que tenían accesos a estos, sin embargo también fueron usados como herramientas de definición y creación de temas específicos, no se contaba con la libertad de elegir qué información quería consultarse. Lo que moldeaba la percepción pública y dirigía las discusiones a temas específicos, bajo la agenda de unos cuantos.

Si bien estos medios de comunicación tradicionales sentaron los fundamentos para la difusión de la información y entretenimiento durante siglos, la llegada del internet y la digitalización ha transformado y evolucionado la manera en la que la transmisión de información y la comunicación entre las personas se da.

El internet debe su nacimiento a la investigación militar en Estados Unidos de América que se realizaba en los años 60's, que buscaba nuevas formas de usar los computadores. Durante los años 70's empezó a integrarse en instituciones gubernamentales y redes académicas, es hasta los años 90's en que inicia el auge como lo conocemos en la actualidad, abriéndose a nuevas personas fuera de los sectores antes mencionados. Para inicios de los 2000, Internet alcanza los mil millones de usuarios, lo que implicaba también un gran avance tecnológico respecto a las computadoras, desarrollándose a tal punto que en la actualidad es casi un requisito en cada hogar. La capacidad de acceder a información de cualquier tema de forma casi inmediata a través de unos solos clics empezó una serie de cambios en la sociedad, permite la comunicación entre diferentes culturas y el intercambio de tradiciones, historia y perspectivas de forma considerablemente más amplia. La telefonía móvil también se desarrolló al grado de convertirse en dispositivos con capacidad de conectarse a la red, teniendo así acceso casi inmediato a la red más grande de información, la cantidad de dispositivos desde los que podemos acceder al Internet es mayor, desde relojes, hasta electrodomésticos, creando una extensa red de usuarios e información conectados.

Arquitectura Habitada

La creación de Redes sociales sitios creados para fomentar la interacción entre personas, ha conectado a personas de diferentes partes del mundo, ampliando la comprensión respecto a la gran diversidad cultural que existe.

Donde los medios tradicionales, mediaban y controlaban con gran determinación los tópicos, el Internet ha permitido a las personas de diversos sitios expresar sus ideas y comunicar sus inquietudes, permitiendo una visión más amplia durante la construcción del conocimiento.

Además, ha creado toda una cultura a su alrededor, generando nuevas dinámicas culturales tanto en el mundo digital como en el real.

McLuhan (1988) mostró preocupación que a largo plazo el contenido de un medio importaría menos que el medio en sí mismo a la hora de influir en nuestros pensamientos y actos, “Los efectos de la tecnología no se dan en el nivel de las opiniones o conceptos, sino que alteran los patrones de percepción continuamente y sin resistencia”. En un discurso dado en la Universidad de Notre Dame en 1955 dijo:

“Somos demasiado propensos a convertir los instrumentos tecnológicos en chivos expiatorios por los pecados de aquellos que los cometen. Los productos de la tecnología no son en sí mismos buenos o malos; es el modo en que se usan el que determina su valor”

Una de las formas de estudiar los imaginarios y representaciones sociales es a través de los medios de comunicación.

Entorno virtual

Los entornos virtuales han transformado la forma en la que las personas participan activamente en la construcción y resignificación de símbolos, en estos espacios donde las imágenes son de gran predominancia no solo son mediadores de comunicación, si no que a su vez estructuran identidades, generan relaciones sociales y construyen imaginarios sociales. Se aborda el papel de la significación en la virtualidad como proceso, con énfasis en contextos digitales de búsqueda.

El espacio virtual es algo que se ha ido construyendo en los últimos 30 años, y la representación simbólica esta mediada por elementos visuales e interactivos, lo que quiere decir que los símbolos digitales no son estáticos, evolucionan junto a las prácticas sociales, Manovich (2001) explora como el lenguaje de los nuevos medios ha creado una simbología modular y reconfigurable. Hace énfasis en que los medios digitales no deben tratarse solo como nuevas formas de comunicación en extensión a la realidad, sino que deben tratarse como un nuevo lenguaje cultural. Y al tratarse de un nuevo lenguaje, como cualquier otro, está formado de símbolos, gramática y estructuras que modelan tanto la producción como la interpretación del significado dentro de los entornos virtuales.

Manovich (2001) identifica cinco principios fundamentales que caracterizan los medios digitales con impacto directo sobre la manera en que se construyen significados y símbolos.

1. *Modularidad* El contenido digital está compuesto por unidades independientes (imágenes, texto, sonido, videos, emojis) que pueden reorganizarse sin perder identidad al usarse en conjunto.
2. *Automatización* Dentro de la red muchas de las operaciones simbólicas y comunicativas están automatizadas dependiendo de la plataforma en la que son generadas, además de ser clasificadas algorítmicamente basada en la repetición lo que puede generar la manipulación de grupos e imaginarios a la que la información es transmitida.
3. *Variabilidad* Un símbolo digital no es permanente ni fijo, está en constante evolución y el significado del mismo símbolo puede ser representado en diferentes versiones, adaptados a la plataforma, usuario o algoritmo.
4. *Transcodificación* Lo cultural se vuelve virtual y viceversa
5. *Representación numérica* Todo símbolo digital es codificado en datos lo que permite su manipulación algorítmica, esto hace que la información pueda analizarse y reproducirse mediante herramientas de *big data* y aprendizaje automático

Los símbolos que son producidos en medios digitales, son más variados y de poca temporalidad ya que al encontrarse en un entorno digital, en el que los usuarios participan activamente y

generan la producción simbólica, en su mayor parte es más difícil manipularlos para establecer una única significación, al contrario de lo que pasaba con los medios tradicionales, dentro de los que la opinión de solo algunos grupos de personas predominaba y en la que los imaginarios se asentaban en torno a ellos. Ahora los símbolos funcionan como plantillas para la interpretación y son modificables en cada acto comunicativo.

Es importante que se considere que los símbolos en entornos virtuales no deben analizarse únicamente como representaciones estáticas sino como procesos dinámicos, que forman parte de la cultura. Por lo que estudiar los imaginarios digitales implica comprender la arquitectura simbólica de las plataformas, reconocer que los significados son generados colaborativamente en espacios temporales específicos ya que lo generado puede ser efímero.

El entorno digital sirve como la dimensión en la que los imaginarios se configuran, se mediatizan y se transforman volviéndose visibles, editables y cuantificables. La virtualidad no funciona como un ente separado de la construcción de los imaginarios en un plano físico, sino que es una extensión de este, que los intensifica, los fragmenta y pone en recirculación en múltiples formas simbólicas.

Autores como Jenkins, Ford y Green (2015) aseguran que la participación de las personas en los nuevos medios se ha modificado, el público deja ser espectador y se convierte tanto en el productor como en el distribuidor de estos símbolos y narrativas, papeles que en los medios tradicionales eran claramente identificables mientras que en los nuevos modelos se tornan difusos.

La construcción de los imaginarios dentro de los entornos virtuales acelera los procesos de apropiación y resignificación por la rapidez con la que esparcen los contenidos producidos, además de que existe una diversificación de los actores en la que el algoritmo pasa a convertirse en uno de ellos.

Otro punto a considerar dentro de la creación de los imaginarios pasa a ser la *neutralidad* que una gran cantidad de personas considera que la media virtual posee, sin embargo, esto no es del todo cierto, Shoshana Zuboff (2020) plantea que ni los algoritmos ni las plataformas digitales

son neutrales, se consideran actores sociotécnicos que moldean activamente la visibilidad que tiene cierto contenido asociado a algunos símbolos, jerarquizando significados entre sí.

Si bien la participación activa garantiza que los nuevos conjuntos de significación sean creados en mayor cantidad, difundidos y consumidos por una mayor cantidad de personas, es también correcto asumir que el contenido que se muestra como popular no necesariamente es un reflejo del consenso social sino de decisiones algorítmicas mediadas por estructuras de poder detrás de ellas. Por lo que, para realizar un análisis del imaginario digital es necesario considerar procesos de curaduría automatizada.

Como ya se había comentado antes el mundo digital actual tiene una predominancia en el contenido visual, y las plataformas sociales solo actúan como representaciones de la realidad, sino que se convierten en productoras. Un ejemplo de esto podría ser como las imágenes que son posteadas dentro de redes sociales como lo son Instagram o Pinterest son guardadas con la intención de ser replicadas.

Otro punto clave para el análisis es la fragmentación que plantea J. van Dijck (2016) en la que las diferentes plataformas no son un reflejo consensuado del mundo, sino micro imaginarios que coexisten y compiten entre sí. Por lo que un análisis en extenso depende totalmente de la plataforma sobre la que se realiza la investigación.

El análisis de los imaginarios sociales digitales debe de adoptar enfoques visual-discursivos, en los que las imágenes, y su entorno sean analizados ya que el contenido de la imagen creada no es lo único valioso, sin el contexto de visibilidad.

Entorno virtual en México

Entender cuántas personas utilizan internet y bajo que contexto sucede ayuda a situar el marco conceptual de la realidad digital de México.

El entorno virtual en México durante el año 2024 está estimado en más de 100.2 millones de personas usuarias de Internet lo que equivale al 83.1% de la población mayor de 6 años, según la encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de la información en los hogares realizada por

el INEGI (Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de la información en los hogares (ENDUTIH), 2025). Esta cifra ha sufrido un incremento significativo en los últimos diez años como se puede apreciar en la siguiente gráfica. (fig.4).

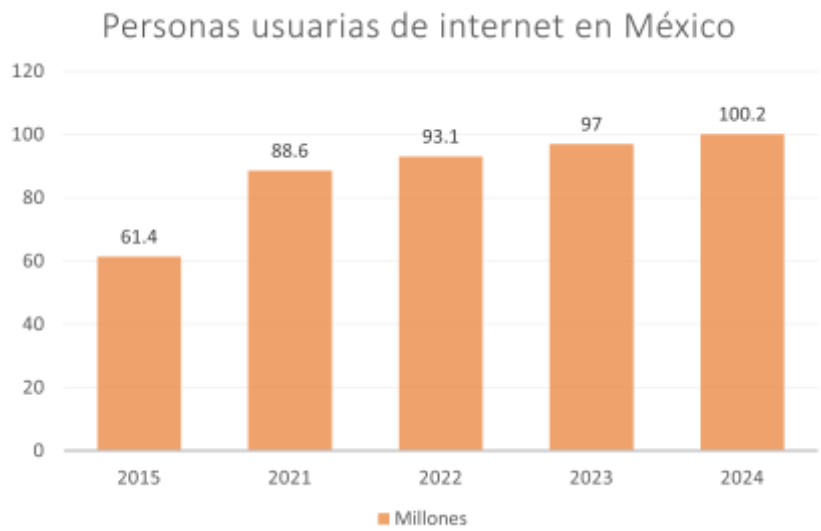


Figura 4 *Personas usuarias de Internet en México*. Fuente: adaptado de INEGI (2025)

Este amplio desarrollo constituye una oportunidad para explorar y comprender las dinámicas sociales y culturales contemporáneas. Las cifras antes mencionadas muestran no solo una incorporación del uso de la tecnología sino también una consolidación del uso de estas como parte de la vida cotidiana de las personas en México, tanto en contextos urbanos como rurales.

La división estadística por grupos de edad mostrada en la tabla 2, es crucial porque revela diferencias significativas en los patrones de uso y las practicas sociales. Los datos pertenecientes al año 2024 de ENDUTIH muestran que los grupos más jóvenes presentan tasas de uso casi universales. El segmento de 18 a 24 años alcanzo un 97% de uso en su población mientras que en los usuarios mayores de 65 años solo el 42.1% hacen uso de Internet.

Porcentaje de personas usuarias de Internet 2024			
Grupos de edad	2024	Posición de uso	Horas promedio
Porcentaje total	83.1 %		4.4

6-11 años	79.7 %	5	2.6
12-17 años	95.1%	2	4.5
18-24 años	97%	1	5.7
25-34 años	95.1%	2	5.6
35-44 años	92.3%	3	4.7
45-54 años	83.8%	4	3.9
55-64 años	71.0%	6	3.2
65 años y más	42.1%	7	3.0

Tabla 2 Porcentaje de personas usuarias de Internet por grupo de edad. Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI (2025)

El análisis por grupo de edad y sus horas de consumo promedio, es pertinente debido a que permite identificar grupos generacionales que tienen un mayor rol activo en la construcción, difusión y consumo del contenido digital. Además, aporta contexto para contrastar percepciones entre jóvenes, adultos y adultos mayores.

Otro dato que aporta ENDUTIH (2025) es dónde ocurren las prácticas de búsqueda y consumo de internet, tanto en lugar de acceso (ver fig.5) como dispositivo o equipo de conexión para esto (ver fig. 6), según los datos mostrados, la mayor parte de los hogares cuentan con conexión a Internet y el principal medio de conexión son los dispositivos móviles, mientras que la diferencia entre los primeros lugares de uso y los segundos es amplia como se puede apreciar en las siguientes figuras.

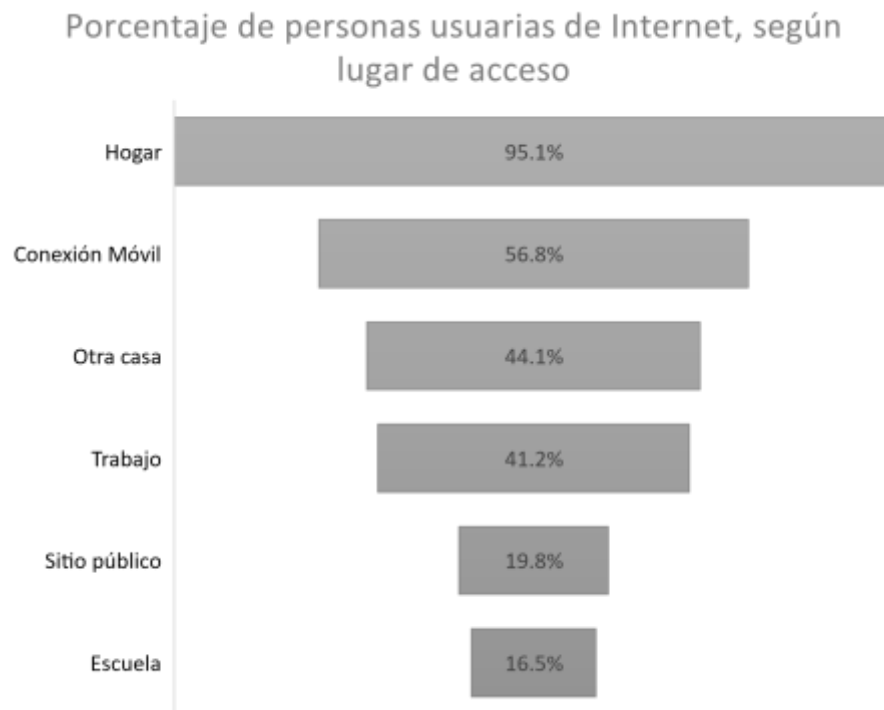


Figura 5 *Usuarios de Internet según lugar de acceso.* Fuente: Elaboración propia, adaptado de INEGI (2025)

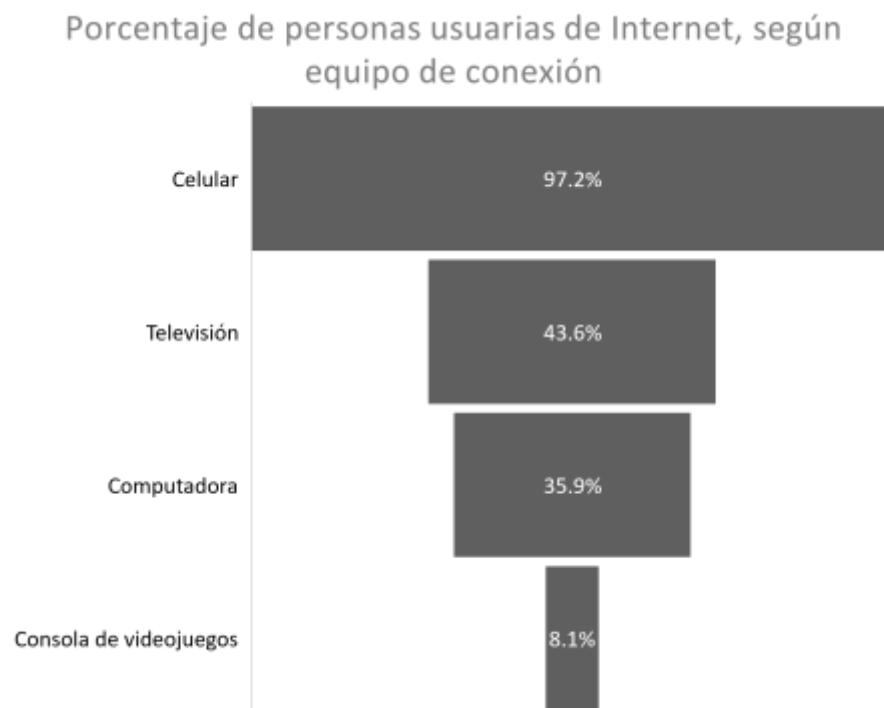


Figura 6 *Usuarios de Internet según equipo de conexión.* Fuente: Elaboración propia, adaptado de INEGI (2025)

Arquitectura Habitada

El tipo de uso que las personas hacen de internet constituye un elemento central para comprender las dinámicas de producción, circulación y apropiación en los entornos digitales actuales. Es relevante el conocer para que se utiliza Internet y como esto condiciona la información producida y consumida. Conocer los principales usos reportados que se pueden ver en la siguiente gráfica (ver fig. 7), permite caracterizar con mayor precisión el perfil digital de los participantes y el contexto en el que se construye su percepción.

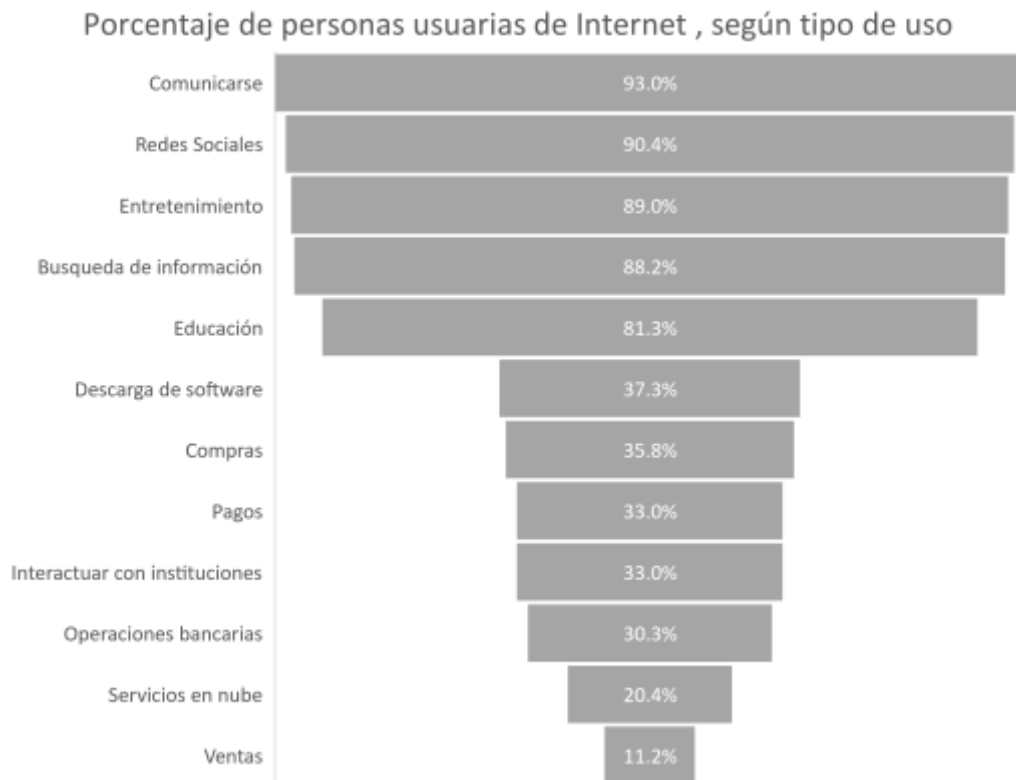


Figura 7 Porcentaje de personas usuarias de Internet, según tipo de uso. Fuente: Elaboración propia adaptado de INEGI (2025)

La estadística del uso de Internet en México durante 2024 constituye un eje contextual ineludible para cualquier estudio que busque entender los procesos de construcción de significados.

Con el fin de identificar las dinámicas que tiene la información en entornos digitales es fundamental distinguir entre navegadores y motores de búsqueda, dos de las herramientas que

pueden llegar a ser confundidas dentro del discurso común, pero con funciones técnicas y sociales distintas.

Navegador

El navegador web puede definirse como un software que permite a los usuarios acceder, recuperar y visualizar información disponible en la red. Según Berners-Lee (2000) constituye la interfaz que traduce los documentos hipermedia en una experiencia comprensible para todo usuario, Mozilla Firefox (2025) define su principal tarea en recuperar información de la web y mostrarlo en diversos dispositivos. Podemos considerarlo como el intérprete entre el usuario y la red.

Durante el año de 2024 según la encuesta producida por Statcounter (2025) Chrome se posiciona como el navegador más usado en México por una gran diferencia sobre otros navegadores, representando durante el año en promedio más del 74% de uso. Statcounter identifica seis navegadores principales de uso, Chrome, Safari, Edge, Firefox, Opera y Samsung, reúne además datos de otros navegadores como se puede ver en la siguiente gráfica (ver fig. 8).

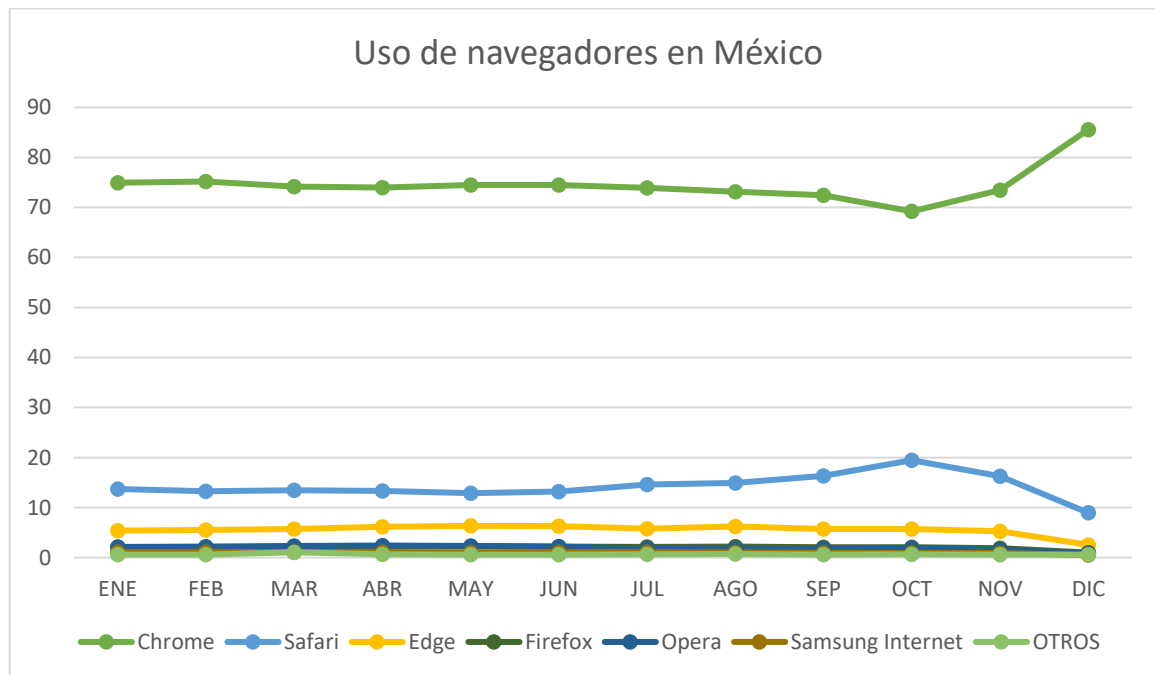


Figura 8. *Uso de navegadores en México.* Fuente: Elaboración propia con datos Statcounter (2025)

Buscador.

El buscador es una herramienta que permite la búsqueda y localización de información dentro de la web, Vaughn (2014) lo define como un sistema automatizado que busca sitios, indexa su contenido y lo organiza a través de algoritmos de recuperación de información, de manera que el usuario pueda acceder a resultados al ingresar su búsqueda.

El buscador más usado en México durante el 2024 es el buscador de Google representando más del 90 % de uso en promedio durante el año 2024, existen otros buscadores que son usados en una proporción mucho menor que Google, Bing y Yahoo!. Se pueden ver los resultados gráficos en la siguiente figura (fig. 9).

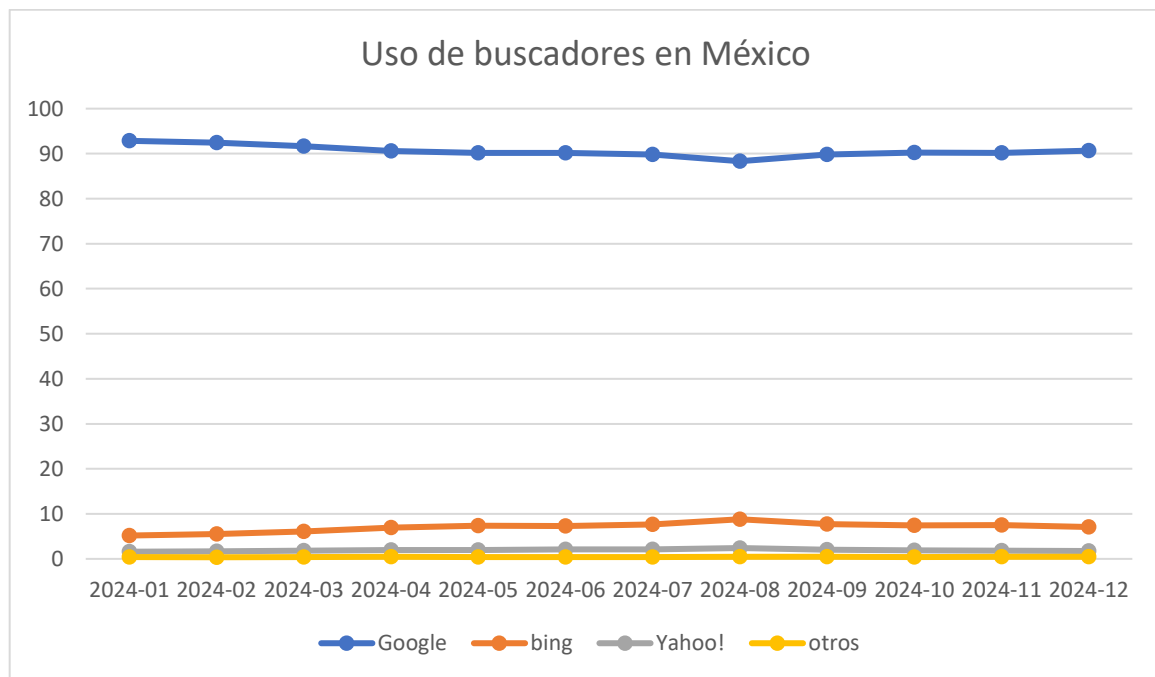


Figura 9. *Uso de buscadores México.* Fuente: Elaboración propia con datos Statcounter (2025)

¿Cómo buscan en internet las personas?

La búsqueda de información en Internet se ha convertido en una práctica cotidiana que estructura la forma en la que las personas acceden al conocimiento, interpretan la realidad y construyen significados sociales. Lejos de ser un proceso neutro o meramente técnico, la búsqueda de información es una actividad mediada por diversos factores cognitivos, culturales, tecnológicos y algorítmicos que influyen tanto en lo que se busca como en lo que es encontrado. Comprender como se busca información en Internet resulta fundamental para analizar la manera en que se configuran los imaginarios sociales actuales, sobre todo en disciplinas como la arquitectura que se encuentran ampliamente mediadas por representaciones digitales.

Desde las ciencias de la información, la búsqueda de información se entiende como un proceso orientado a reducir la incertidumbre frente a una necesidad cognitiva o práctica (Wilson, 1999). En este sentido, la acción de buscar no responde únicamente a una carencia de datos, sino a un estado de desequilibrio entre lo que el sujeto sabe y lo que necesita saber. En el entorno digital, este proceso se ve amplificado por la disponibilidad masiva de información y por la presencia de sistemas automatizados que organizan, jerarquizan y filtran los contenidos disponibles.

Uno de los principales aportes que nos ayudan a comprender el comportamiento de búsqueda de información es el modelo propuesto por Wilson (1981), que señala que la búsqueda de información está influida por variantes de diferentes tipos, como personales, sociales y contextuales. Estas variables incluyen la experiencia previa del usuario, así como su entorno sociocultural, el propósito de su búsqueda y las características del medio por el que busca la información, esta última variable cobra un significado adicional al ser usado en medios digitales, ya que al interactuar con las diversas plataformas que están diseñadas para facilitar el acceso rápido a la información pueden condicionar las rutas de exploración del usuario, sobre todo si están alimentadas con un uso previo que ha personalizado la plataforma de búsqueda.

Al hacer las búsquedas los usuarios suelen reformular sus consultas de manera constante a partir de los resultados obtenidos, por lo que, tal como lo define Marchioni, (1995) es un proceso dinámico, iterativo y no lineal. Este planteamiento resulta particularmente relevante en el entorno virtual, donde los motores de búsqueda sugieren búsquedas incluso antes de terminar de escribir la primera consulta con sus motores de auto completamiento, y una vez realizada los

resultados son jerarquizados influyendo directamente en la dirección de búsqueda. Así el usuario no solo busca información, sino que interactúa con los sistemas, ajustando su comportamiento en función a las respuestas recibidas.

Estudios como los de Pan et al (2007) han demostrado que los usuarios tienden a confiar en los resultados mejor posicionados, asociando el orden de aparición con la relevancia y credibilidad de información, esta confianza implícita transforma al motor de búsqueda en una autoridad cognitiva que influye en la manera en la que el contenido encontrado es interpretado.

Pero como ya había sido mencionado, las plataformas distan bastante de ser espacios neutros por lo que la forma en que se busca información en internet está condicionada por sistemas de recomendación que prioriza ciertos contenidos sobre otros, sobre todo si son resultados patrocinados. Esta priorización no solo afecta la visibilidad de la información, sino también la manera en la que se construyen narrativas dominantes sobre los temas.

En el ámbito del comportamiento informacional, Bates (1989) describe la búsqueda de información como una actividad fragmentada y progresiva, que en los entornos virtuales resulta pertinente ya que el usuario construye su comprensión a partir de la suma de estímulos textuales y visuales.

Investigaciones (Lewandowski, 2008),(Kelly & Azzopardi, 2015) han señalado que los usuarios tienden a concentrar su atención en los primeros resultados de la pantalla, otorgándoles mayor credibilidad y relevancia simbólica. Lo que hace que los contenidos patrocinados tengan mayor visibilidad a la construcción de imaginarios.

El cómo las personas ven la información buscada en Google específicamente, se analizará a continuación

Pantalla de resultados de búsqueda en Google como espacio de construcción de significados

La pantalla de resultados de búsqueda de Google, conocida comúnmente como *Search Engine Result Page* (SERP), siendo el primer contacto entre los usuarios y la información disponible en Internet. Lejos de ser un listado neutral de enlaces, es un entorno visual, discursivo y algorítmico que organiza, jerarquiza y presenta contenidos de acuerdo con criterios técnicos, comerciales y de relevancia definidos por el motor de búsqueda, en consecuencia, analizar como este compuesto es un paso necesario para comprender como se construyen y difunden significados en el entorno digital.

Una pantalla de resultados de Google está compuesta por diversos elementos que influyen directamente en la forma en la que se interpreta la información. El aspecto de los elementos de búsqueda depende de diferentes factores, como lo son el dispositivo en el que se realiza la búsqueda, el idioma, la ubicación y la búsqueda misma.

La composición presentada en las siguientes figuras (fig. 10, fig.11, fig. 12) son las más comunes en una búsqueda

Arquitectura Habitada

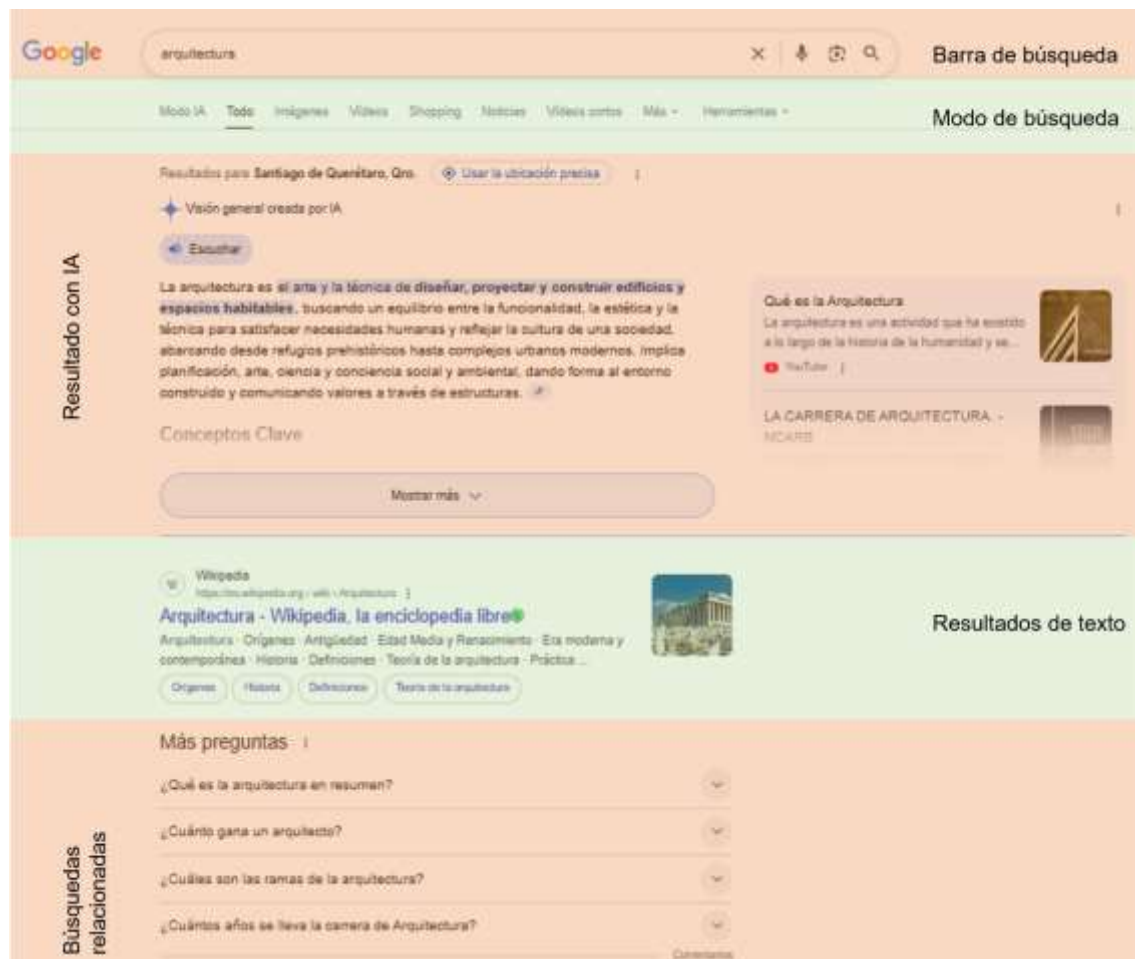


Figura 10 Elementos de SERP en Google Pt.1. Fuente: Elaboración propia adaptado de Google (2025)

Arquitectura Habitada

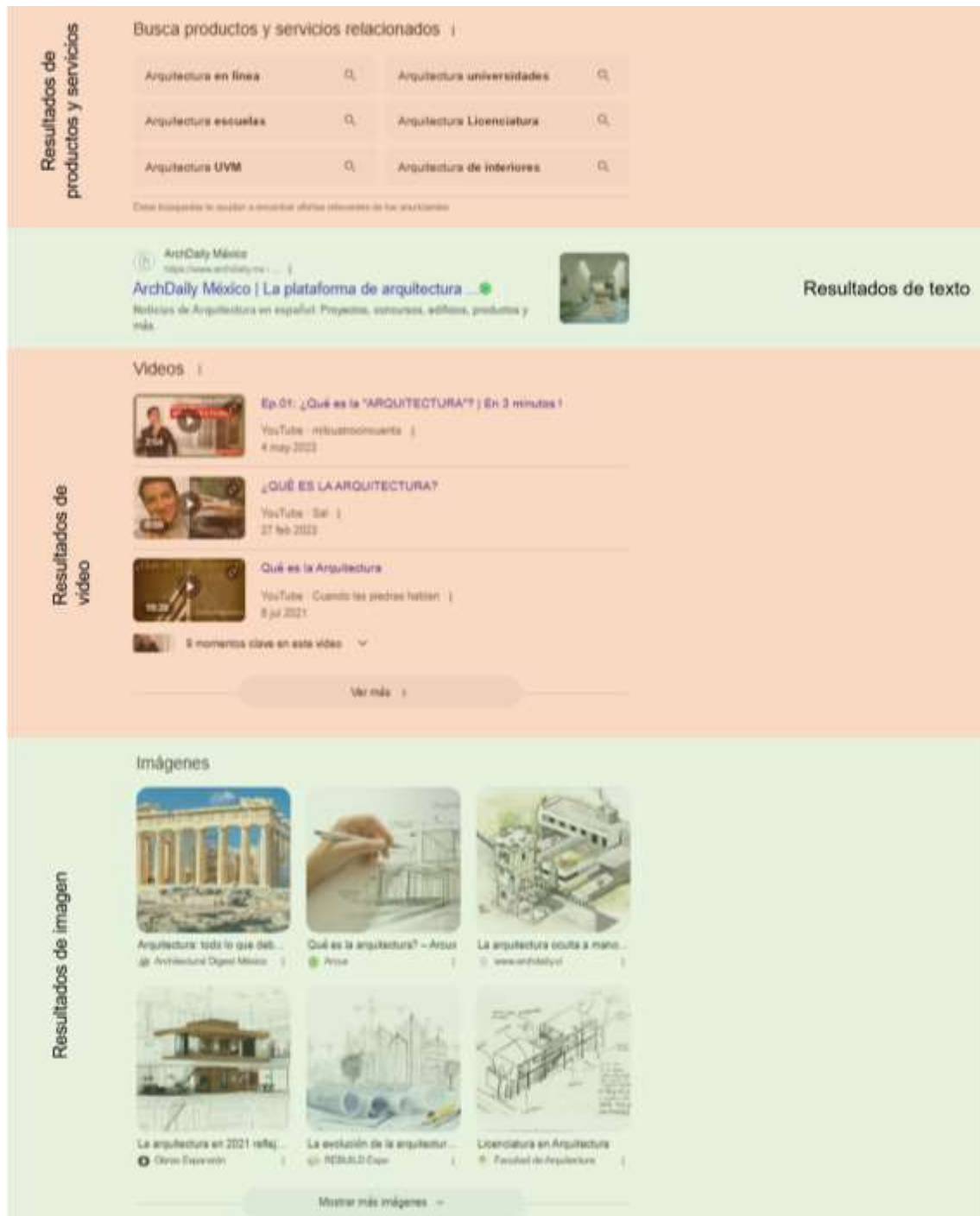


Figura 11 Elementos de SERP en Google Pt.2. Fuente: Elaboración propia adaptado de Google (2025)

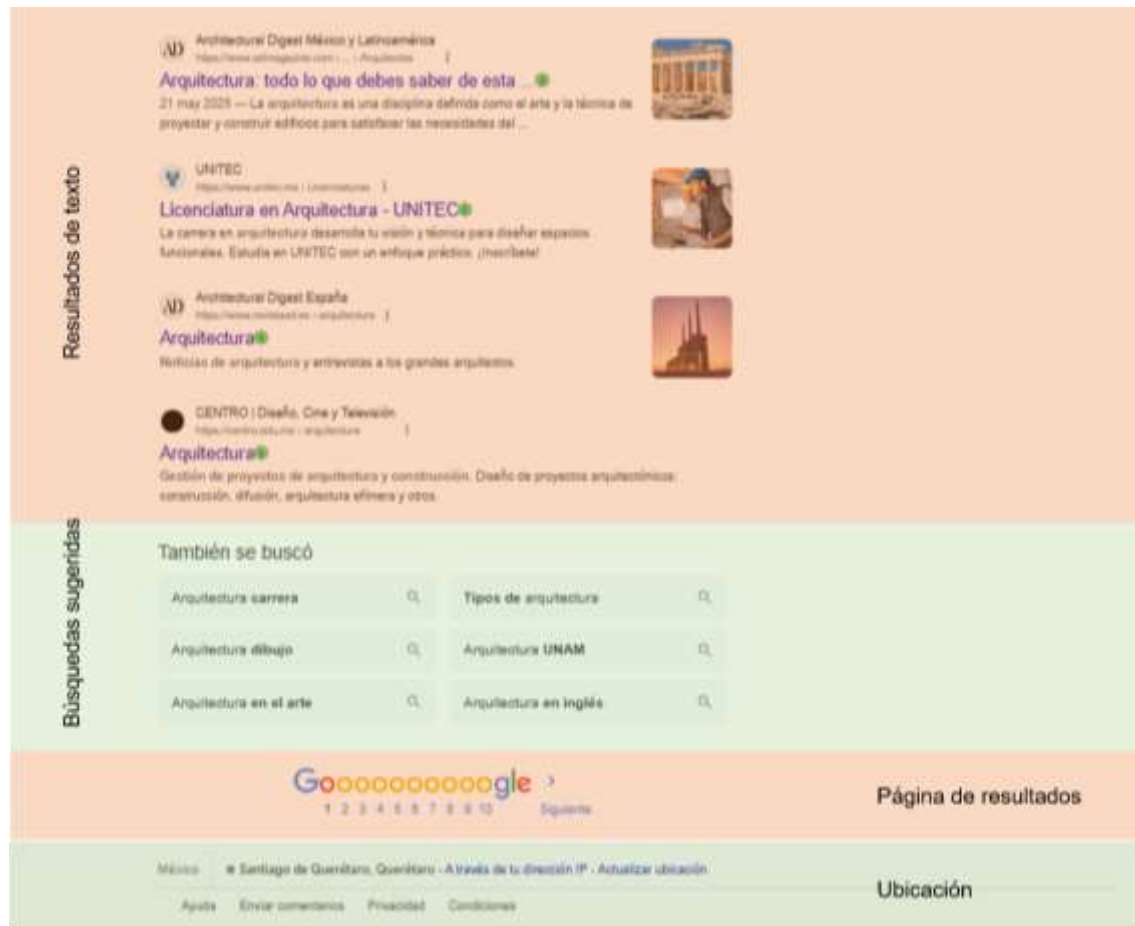


Figura 12 Elementos de SERP en Google Pt.3. Fuente: Elaboración propia adaptado de Google (2025)

El componente central son los resultados de texto que están distribuidos a lo largo de la primera SERP. Está basado en el contenido textual de una página de internet, y esta incluye elementos, tales como la atribución que es la página a la que pertenece la información:

Título de artículo con vínculo de acceso, fragmento de la página web usualmente coloca en negritas palabras o conceptos clave, fecha de firma, grupo de vínculo que el sitio proporcional, imagen de resultado de texto, que es la imagen más relevante de la página web y funciona como hipervínculo a la página web.

Es importante recalcar que no todos los resultados de texto tienen los mismos componentes. La siguiente figura (fig.13) muestra los componentes de la búsqueda “Arquitectura”.

Arquitectura Habitada



Figura 13 Resultado de Texto. Fuente: Elaboración propia adaptado de Google (2025)

Además de los resultados de texto, la SERP puede incluir otros componentes relevantes, como imágenes destacadas, preguntas relacionadas, mapas, paneles informativos y dependiendo de la búsqueda fragmentos enriquecidos. Cada uno de estos elementos introduce una capa adicional de interpretación, ya que combina texto, imagen y jerarquización dentro de la pantalla.

La disposición visual, el tamaño de los elementos influye en la atención del usuario y en la probabilidad de interacción con determinados contenidos. (Kelly & Azzopardi, 2015)

Otro SERP usado comúnmente es la de búsqueda de imágenes, al igual que los resultados de texto tienen una estructura común.

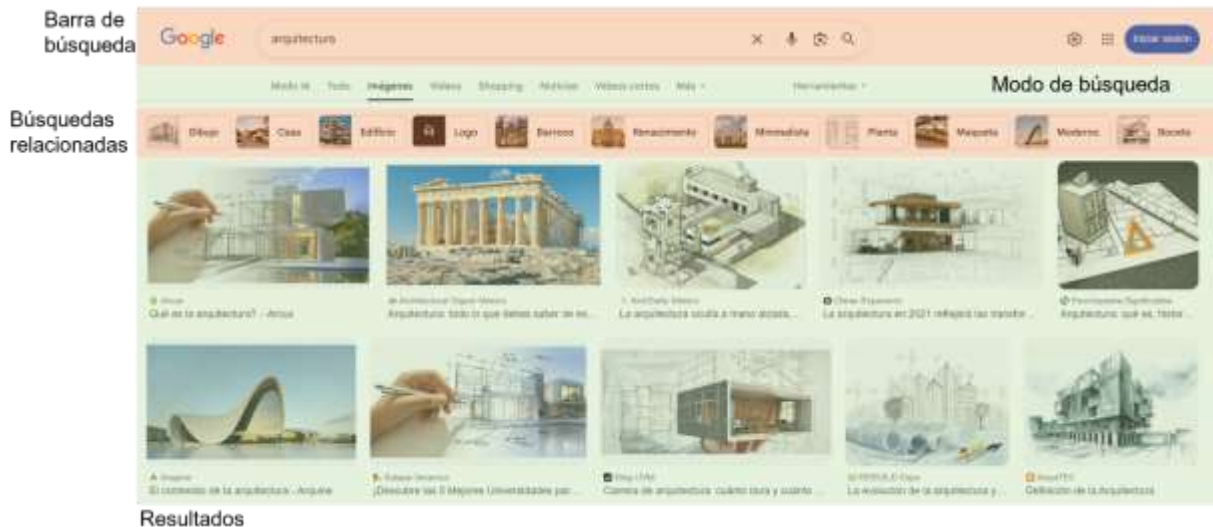


Figura 14 SERP imágenes. Fuente: Elaboración propia, adaptación de Google (2025)

Para esta investigación la pantalla de resultados de búsqueda representa un espacio clave de observación. Los títulos, fragmentos e imágenes, constituyen una primera capa de representación simbólica. Analizar quién produce los contenidos que aparecen en los primeros resultados y a que públicos están dirigidos permite identificar patrones de representación y comprender como ciertos actores adquieren mayor capacidad de influencia en la construcción del discurso digital.

Capítulo 2

¿Cómo se construye el imaginario en la virtualidad mexicana?

Marco metodológico

Enfoque de la investigación

La presente investigación adopta un enfoque mixto, integrando estrategias cualitativas y cuantitativas con el fin de analizar la construcción del imaginario social de la arquitectura habitada a partir de la interacción social en internet. Este enfoque permite articular las tendencias sociales, las representaciones discursivas y las percepciones individuales sobre la arquitectura habitada en entornos digitales. La elección del enfoque mixto está sustentada en la necesidad de integrar diferentes tipos de datos para comprender con mayor profundidad las formas de la construcción del imaginario social actual, tanto en la dimensión simbólica y subjetiva de los imaginarios sociales y las representaciones de la arquitectura habitada, como la identificación de patrones y tendencias observables en el entorno digital.

El estudio tiene un alcance exploratorio descriptivo, y un diseño de corte transversal, ya que busca caracterizar, describir e interpretar el imaginario social mexicano delimitado temporalmente al año 2024 y geográficamente al contexto mexicano.

Universo de la investigación

El universo de la investigación está conformado por contenidos digitales vinculados a la arquitectura habitada que circulan en internet y que son accesibles para personas usuarias dentro de México durante el año 2024. Se consideran representaciones textuales y visuales que generan significados sociales y contribuyen a la construcción del imaginario sobre la arquitectura habitada.

La delimitación temporal del año 2024 responde a la necesidad de analizar fenómenos digitales vigentes y con relevancia actual, mientras que la delimitación geográfica siendo México asegura un contexto sociocultural específico para la interpretación de los resultados.

Unidad de análisis

La unidad de análisis está constituida por las representaciones digitales de la arquitectura habitada, entendidas como imágenes, textos y narrativas visuales que circulan en plataformas digitales y motores de búsqueda, y que contribuyen a la construcción de significados sociales sobre el habitar.

La unidad de análisis está constituida por

1. Asociaciones semánticas y tendencias de búsqueda relacionadas con los conceptos seleccionados
2. Las representaciones textuales y visuales contenidas en los resultados jerarquizados por motores de búsqueda
3. Las asociaciones verbales y visuales expresadas por personas participantes en el instrumento.

Conceptos eje del estudio

Los términos arquitectura, habitar y vivienda fueron seleccionados como ejes conceptuales del estudio, debido a su recurrencia en la literatura y su pertinencia para analizar la relación entre espacio, significado y experiencia cotidiana. La literatura reconoce a la vivienda como la unidad del habitar y la arquitectura como el campo disciplinar que genera conceptualizaciones del espacio vivido.

1. *Arquitectura* Al ser parte del objeto de estudio, conviene ver el estado actual referente a la disciplina ya que el análisis brinda más información sobre el concepto de arquitectura habitada, además de brindar un contexto del problema planteado en la investigación respecto a la mala comunicación entre los actores del proceso de diseño.
2. *Habitar* Se toma cómo concepto que nos permite articular las dimensiones simbólicas, sociales y espaciales de la arquitectura.
3. *Vivienda* Al ser la vivienda una representación acercada a la cotidianidad se plantea su uso como generador de esta

4. *Casa* Se plantea como palabra sinónima con más uso a vivienda en un uso común entre las personas

Selección del caso de estudio

Para la determinación del caso de estudio se identificaron los navegadores y buscadores de mayor uso en México con el fin de obtener información sobre el contenido producido y consumido en México.

A partir de este análisis, se eligió el navegador con el que se realiza la mayor cantidad de búsquedas para posteriormente identificar las diferentes tipologías de plataformas e interacciones que pueden llevarse a cabo en estas.

Google como el navegador y motor de búsqueda más usado en México por un amplio margen en comparación con otros, se selecciona como principal caso de estudio en donde se pueden identificar tendencias y patrones de búsqueda relacionados con la arquitectura habitada.

La selección de este caso responde a criterios de alcance masivo, relevancia social y la influencia que se tiene en la circulación y legitimización de contenidos digitales.

Consideraciones de validez metodológica

Para fortalecer la validez de este estudio, dada la naturaleza interpretativa de este, la estrategia metodológica se diseñó desde la triangulación metodológica integrando tres tipos de fuentes: Tendencias de búsqueda, representaciones digitales jerarquizadas por algoritmos digitales y la percepción social individual, lo que nos permite ver desde tres diferentes ángulos:

1. Lo que se busca (Fase 2)
2. Lo que se muestra (Fase 3,4)
3. Lo que se entiende (Fase 5)

Esta triangulación permitió contrastar los hallazgos obtenidos desde distintas perspectivas, reduciendo la dependencia de una sola fuente de información y fortaleciendo así la consistencia interpretativa de los resultados obtenidos.

Estrategia metodológica

Este estudio está estructurado en cinco fases secuenciales e integradas, cada una con técnicas específicas de recolección y análisis.

Fase 1: Investigación documental

Mediante investigación documentada se sientan las bases que rigieron esta investigación, se identifican los factores y los procesos que intervienen en la formación de imaginarios sociales respecto a la arquitectura habitada, en esta fase se consolida el concepto de arquitectura que rige a esta investigación. Los resultados de esta fase construyen el marco teórico que orienta esta investigación.

Fase 2: Análisis de tendencias en Google Trends

Se realizó un análisis exploratorio con apoyo de la herramienta Google Trends (Google, 2008), utilizando los términos antes expuestos, arquitectura, habitar, vivienda y casa.

La búsqueda se configuró con filtro de ubicación, territorio mexicano y temporalidad, correspondiente al año 2024. Esta primera fase permitió identificar términos asociados, temas emergentes, búsquedas emergentes, niveles de interés y distribución geográfica de las búsquedas. A partir de los conceptos estímulo se realizó una búsqueda sistemática en la que se recopilaban las búsquedas relacionadas a las palabras estímulo en cada estado de la República Mexicana.

Se generó base de datos de las búsquedas relacionadas a cada uno de los términos usados (ver anexos), la base de datos tiene la siguiente información:

1. Estado: Se hizo el análisis por estados de la república mexicana.
2. Región: Regionalización según INEGI. La regionalización ésta basada en entornos socioeconómicos, se puede ver la distribución en la tabla.
3. Posición nacional respecto a la normalización de búsquedas
4. Numero de búsqueda (ID) Numero identificador de búsquedas
5. Búsquedas principales relacionadas. Son las consultas de búsqueda más populares.
6. Proporción de búsquedas normalizada. “La puntuación se basa en una escala relativa en la que un valor de 50 indica las consultas cuya frecuencia de búsqueda es la mitad de la frecuencia de búsqueda de la consulta mas popular”.(Google, 2008)

Distribución regional	
ESTADO	REGIÓN
Ciudad de México	CENTRO
Estado de México	CENTRO
Aguascalientes	CENTRO-NORTE
Colima	CENTRO-NORTE
Durango	CENTRO-NORTE
Guanajuato	CENTRO-NORTE
Jalisco	CENTRO-NORTE
Nayarit	CENTRO-NORTE
San Luis Potosí	CENTRO-NORTE
Zacatecas	CENTRO-NORTE
Guerrero	CENTRO-SUR
Hidalgo	CENTRO-SUR
Michoacán	CENTRO-SUR
Morelos	CENTRO-SUR
Puebla	CENTRO-SUR
Querétaro	CENTRO-SUR
Tlaxcala	CENTRO-SUR
Baja California	NORTE
Baja California Sur	NORTE
Chihuahua	NORTE
Coahuila	NORTE
Nuevo León	NORTE

Sinaloa	NORTE
Sonora	NORTE
Tamaulipas	NORTE
Campeche	SUR-SURESTE
Chiapas	SUR-SURESTE
Oaxaca	SUR-SURESTE
Quintana Roo	SUR-SURESTE
Tabasco	SUR-SURESTE
Veracruz	SUR-SURESTE
Yucatán	SUR-SURESTE

Tabla 3 *Regionalización de México.* Fuente: Elaboración propia datos de INEGI 2018

El análisis funcionó como una aproximación análoga a la técnica de redes semánticas naturales, al revelar asociaciones generadas socialmente en el entorno digital, sin imponer categorías previas.

Para cada búsqueda estímulo se elaboró una tabla de resumen de datos por estado que tendrá los siguientes datos:

1. Estado.
2. Región
3. Posición nacional. Según los datos normalizados de Google se le otorga a cada estado un lugar donde el 1er lugar tiene la mayor cantidad de proporción de búsquedas.
Proporción de búsquedas. La puntuación se basa en una escala relativa en la que un valor de 50 indica las consultas cuya frecuencia de búsqueda es la mitad de la frecuencia de búsqueda de la consulta más popular”.(Google, 2008)
4. Numero de búsquedas. Cantidad de búsquedas relacionadas por estado (puede consultarse en anexos)

Cómo palabra guía se seleccionó “Arquitectura” para hacer un análisis más profundo de los resultados obtenidos, esta selección se debe a la cantidad de resultados relacionados, que fue mayor que el resto de las palabras.

Disciplina	Actividad
Referente a la arquitectura como instructor	Referente a la arquitectura como profesión
Universidad	Profesión
Que haga referencia a las universidades y facultades de cada estado	Que haga referencia a la labor profesional, referencia a proyectos, tipologías y tecnologías
Historia y arte	Definición
En esta categoría se encuentran las búsquedas referentes a disciplinas artísticas como pintura y escultura además de movimientos arquitectónicos	Se encuentran búsquedas sobre la definición de la arquitectura

Tabla 4 Criterio de categorización de búsquedas resultantes. Fuente: Elaboración propia

Cada una de las búsquedas resultantes de la búsqueda estímulo Arquitectura fueron categorizadas y contabilizadas por región para mostrar los datos gráficamente.

Google Trends como herramienta exploratoria

Para poder acercarnos al contexto que permea en Internet vinculado al imaginario social referente de la arquitectura habitada en México, se debe de contar con información que reflejen las tendencias y patrones de búsqueda que se realizan. En ese sentido Google Trends es una herramienta idónea, ya que proporciona acceso a una muestra representativa de las búsquedas totales realizadas en el motor de búsqueda Google que es el más usado por la población mexicana como ya se había mencionado previamente.

Esta herramienta nos permite ver las tendencias de búsquedas en Google durante periodos de tiempo seleccionados, lo que nos aporta el marco temporal deseado para la investigación, aunque no proporciona datos personales como rango de edad, se cuenta con la garantía de que son resultados representativos y normados. La herramienta permite reconocer patrones y variaciones regionales del uso de términos, lo que nos permite situar los imaginarios bajo un contexto específico, así como un límite temporal especificado.



Figura 15 Google Trends página de inicio. Fuente: Google (2025)

Se hace uso de Google Trends como herramienta que se integra a la fase exploratoria de esta investigación como recolección de una base de datos que sirve para ajustar el concepto que rige esta investigación, así como para poder acceder a la información buscada, asegurando que las palabras sean pertinentes. Para entender cómo funciona Google Trends se hará una comparativa con la técnica de Redes semánticas naturales.

Técnica de redes semánticas naturales

La técnica de Redes Semánticas Naturales (RSN) es formalizada por García Figueroa (1981) como una técnica híbrida de investigación cuantitativa-cualitativa orientada a identificar la estructura del significado social, esta técnica establece medidas que ayudan a la interpretación del significado revelando frecuencia, jerarquías y recurrencia entre los conceptos.

Esta técnica logra que se pueda visualizar la estructura interna de la organización de la memoria a corto plazo mediante redes de palabras y transformando eventos a significados y es construida a partir de las experiencias vividas. La técnica parte del supuesto que los significados no son

individuales, sino que parten de una construcción social compartida, que pueden ser inferidos a partir de las asociaciones espontáneas que las personas realizan. (García Figueroa, 1981).

García Figueroa (1981) formaliza la técnica, y con aportaciones posteriores de autores como Valdez Medina (2005) y Reyes Lagunes (1993) que amplían la técnica reforzando su característica como técnica mixta, y asociarla al estudio de imaginarios y representaciones sociales, así como su posible adaptación a diferentes tipos de usos, así como la integración de estímulos visuales.

Se puede resumir la técnica en 4 principios

1. Espontaneidad. Las asociaciones surgen sin guías rígidas evitando sesgos conceptuales.
2. Frecuencia social. Cuanto más se repite una palabra mayor centralidad semántica tiene.
3. Jerarquización. El orden en el que se sitúan las palabras refleja niveles de importancia conceptual.
4. El significado no pertenece al individuo sino al conjunto colectivo.

Para esta investigación, los principios de las redes semánticas naturales fueron adaptadas al entorno digital mediante el uso de Google Trends. Las búsquedas realizadas por los usuarios, así como los términos relacionados y los temas emergentes identificados por la plataforma fueron entendidos como asociaciones semánticas espontaneas generadas socialmente para identificar las redes semánticas colectivas a gran escala.

La técnica consiste en proporcionar una palabra estímulo que los sujetos del estudio puedan asociar con otras palabras que definan los diferentes términos presentados, que se conocen como palabras definidoras, la cantidad de palabras dadas permite que se conozca la riqueza semántica que el sujeto posee, una vez el sujeto proporciona las palabras, debe ahora jerarquizarlas por orden de importancia, es así como podemos analizar la frecuencia de la aparición del término, la jerarquización de estas. (García Figueroa, 1981)

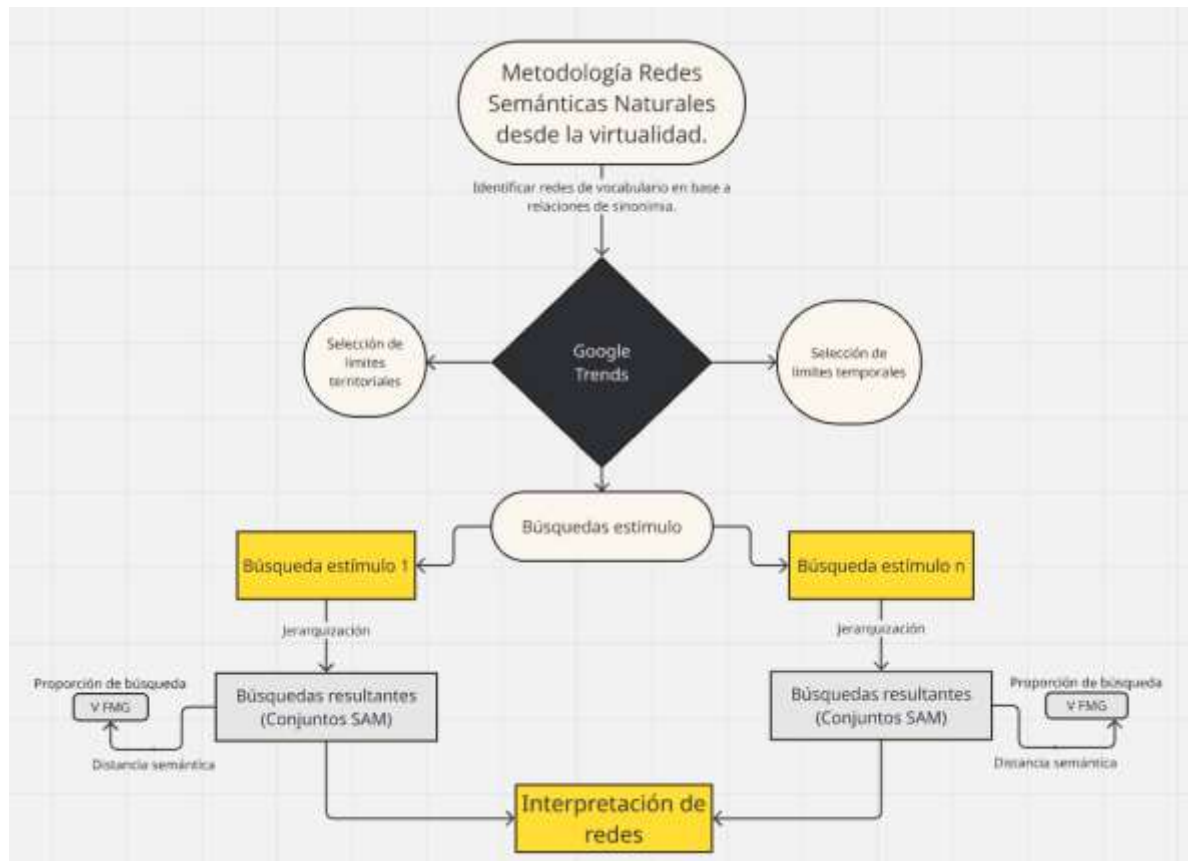


Figura 16 Técnica RSN adaptación a Google Trends. Fuente: Elaboración propia basada en técnica RSN

En la figura se puede visualizar el proceso en relación a la técnica RSN y la tabla las equivalencias conceptuales de la adaptación.

Correspondencia conceptual de la técnica RSN y Google Trends	
RSN	Google Trends
Palabra estímulo	Búsqueda /Búsqueda estímulo
Palabras asociadas/ Conjuntos SAM (Sujeto-Asociación, medida)	Búsquedas resultantes
Frecuencia semántica (V FMG)	Volumen relativo de búsqueda
Núcleo semántico	Búsquedas principales
Jerarquía cognitiva	Ranking de Interés

Tabla 5 Correspondencia conceptual de la técnica RSN y Google Trends. Fuente: Elaboración propia en base a conceptos de bibliografía

Google Trends no reemplaza a la técnica clásica, sino que permite observar asociaciones semánticas en una escala social-digital.

Uso de Google Trends

1. Para verificar y comparar en un primer nivel el uso de los conceptos, así como poder anticipar posibles respuestas se hacen tablas de relaciones de sinonimia basadas en vocabulario propuesto por diccionarios. La sinonimia ayuda a predecir las posibles asociaciones de palabras ya sea a nivel léxico, como aquellas que pueden ser intercambiadas dentro del contexto sin perder significado conceptual, como la que comparte significado en categoría, pero se le atribuye otro significado en concepto, o connotativa, como aquella que esta influenciada por su marco cultural.

Se elaboraron tablas de sinonimia basadas en la búsqueda de la definición de una palabra en un diccionario de sinónimos y antónimos (Espasa-Calpe, 2005) con el que funciona *Word reference*.

2. En la barra de búsqueda se colocó el concepto que del que se buscaba obtener información



Figura 17 Búsquedas sugeridas. Fuente: Google Trends (2025)

Es importante señalar que en esta investigación se hace uso de los conceptos antes mencionados, sin embargo, esto no excluye la posibilidad de hacer búsquedas más amplias que proporcionen mayor contexto o especificación a las búsquedas realizadas. El motor de autocompletar da

sugerencias a temas o términos de búsqueda relacionados con la palabra o frase dada. También incluye búsquedas relacionadas que pueden llegar a tener faltas ortográficas ya que representa como son buscadas por las personas. En esta investigación como nuestro principal interés de esta fase fue conocer lo que es buscado en cada una de los conceptos analizados se tomaron como término de búsqueda, sin especificarlo como tema de búsqueda.

3. Como parte de la filtración de datos se tomaron en cuenta los siguientes criterios

- a. Ubicación geográfica de búsqueda: México.
- b. Periodo de búsqueda: Año 2024
- c. Categorías de búsqueda: Todas las categorías
- d. Tipo de búsqueda: Búsqueda Web



Figura 18 *Filtros de datos.* Fuente: Google Trends (2025)

4. Los resultados dados por Google Trends resultan en datos normalizados de las búsquedas realizadas bajo los criterios seleccionados, dando resultados por estado, con datos de las búsquedas teniendo como mayor valor 100 y menor 0. La información es dada de todo el país. Google Trends permite la visualización de la información de forma gráfica y numérica. Se obtienen los datos por estado de búsquedas relacionadas, y temas relacionados.

Fase 3: Análisis de discurso y representaciones en motores de búsqueda

Posteriormente se realizó una búsqueda directa en Google para cada uno de los cuatro términos seleccionados. Para cada término se analizaron los primeros diez resultados orgánicos que aparecieron en la ventana de búsqueda excluyendo resultados patrocinados, y publicitarios. Este criterio se basó en la jerarquización algorítmica y en la alta visibilidad de dicho contenido para los usuarios. Para este análisis se delimitó el contenido producido en México durante el año

2024, sin embargo, es importante mencionar que, a pesar de seleccionar los filtros de inclusión, el buscador de Google cuenta con la dirección IP del computador que fue usado para la búsqueda y da un contenido priorizado a la localización geográfica donde se realizó la investigación, en este caso la ciudad de Querétaro, México.

De estos resultados se analizó de manera sistemática los 10 primeros resultados de búsqueda teniendo en cuenta los siguientes criterios

- Los títulos de las publicaciones
- Los fragmentos o descripción de la pagina
- La presencia y el tipo de imágenes asociadas
- Los productores del contenido
- El público meta al que parecía estar dirigido el contenido

El análisis de los resultados de Google permite estudiar el estado visible del conocimiento digital, es decir aquello que es más accesible, recurrente y legitimado dentro del entorno digital.

La información fue organizada en tablas independientes por término, a partir de las cuales se realizó un análisis descriptivo cualitativo orientado a la identificación de patrones discursivos, recurrencias y diferencias entre los conceptos analizados.

Fase 4: Análisis de representaciones visuales

Como complemento al análisis anterior se incorporaron imágenes obtenidas de *Google images*, siguiendo el mismo criterio usado en la búsqueda general de la fase anterior. Se agrega la búsqueda en otra plataforma: Pinterest. Esta plataforma es entendida como un espacio de curaduría y circulación social de imágenes. Para cada uno de los términos se seleccionaron las primeras cinco imágenes que cumplen con los siguientes criterios.

1. En base a la búsqueda previa realizada en navegador Google con las palabras “arquitectura”, “habitar”, “casa” “vivienda” se seleccionaron las primeras 5 imágenes que cumplen con los criterios dados, de cada búsqueda y se guardaron.
2. Se realiza la misma búsqueda, pero con herramientas de filtro avanzadas que limiten el tipo a fotografía y generado en México para limitar la búsqueda al contenido producido.

4. Repetir búsqueda en Pinterest con los mismos filtros.
5. De cada imagen seleccionada, se hará un análisis de imagen en el que se pondrá de que elementos está compuesta la imagen, así como sus características.

Criterio de selección de imágenes

Se decidió un sistema de inclusión y exclusiones para la elección de imágenes.

Tabla de inclusiones y exclusiones en la selección de imágenes	
Inclusión	Exclusión
Que muestre una edificación habitable en la cotidianidad sin fines de entretenimiento o turismo	Que sean edificios históricos
Que muestre un espacio interior de un edificio	Que sean referentes a detalles arquitectónicos (como disciplina) díganse cortes, planos, maquetas, renders (que se identifique de manera inmediata)
Que sean desde la vista de una persona	Que sean ilustraciones
En imágenes de búsqueda debe identificarse como fotografía	Que sean Gif o video
	Que tengan texto que sea elemento central de la imagen
	Que en las imágenes se identifiquen como render

Tabla 6 *Tabla de inclusiones y exclusiones en la selección de imágenes.* Fuente: Elaboración propia

Las imágenes seleccionadas fueron analizadas mediante análisis de contenido visual, identificando las características simbólicas y patrones asociados al imaginario del habitar.

En estas etapas (2,3 y 4) se explora como los imaginarios son representados dentro del entorno virtual y su alcance dentro del área geográfica de México, esto con el fin de comprender las dinámicas de producción, difusión y percepción. Se identificaron características clave de la

formación de imaginarios y estableciendo una relación entre las representaciones sociales y los espacios habitados.

Uso de Pinterest

A diferencia de otras redes sociales enfocadas en representaciones gráficas que están enfocadas en una interacción inmediata como lo es Instagram, Pinterest opera como una plataforma de curaduría visual, donde los usuarios seleccionan, organizan y archivan imágenes de acuerdo a intereses simbólicos, aspiracionales y proyectivos, lo que la convierte en un espacio privilegiado para observar imaginarios consolidados.

Rose (2001) señala que las imágenes no solo representan la realidad, sino que participan activamente en la producción del significado, especialmente cuando estas son compartidas y replicadas. En Pinterest este proceso es explícito al tener el sistema de tableros mediáticos que funcionan como clasificadores, y si se piensa en lo que plantea Van Dijck (2016) donde se plantean que las redes virtuales no son canales neutrales sino infraestructuras sociotécnicas que moldean la producción y la circulación de significados, la plataforma al priorizar la organización temática por encima de la interacción social directa favorece a la visualización de las representaciones visuales dominantes.

Autores como Highfield y Leaver (2016) destacan que las plataformas donde se comparten representaciones visuales se utilizan como repositorio de referencias visuales para proyectar estilos de vida, espacios deseados y prácticas cotidianas, lo que vuelve a la plataforma relevante para el análisis de las representaciones del habitar.

Fase 5: Instrumento de percepción social

Para la última parte se diseñó y aplicó un instrumento de encuesta virtual elaborado específicamente para esta investigación, con el objetivo de identificar las asociaciones simbólicas y percepciones sociales vinculadas a los conceptos de arquitectura, habitar y vivienda. Su construcción se fundamentó en la técnica de redes semánticas naturales de García Figueroa (1981), así como en los hallazgos obtenidos en las fases previas del análisis digital,

especialmente en el estudio de tendencias de búsqueda y representaciones discursivas y visuales en internet.

Tamaño de la muestra

La encuesta se aplicó de manera virtual a una muestra de 23 personas mayores de 18 años, calculada a partir de una población de referencia de personas que tienen acceso a internet en México

Dado el carácter exploratorio descriptivo de la investigación y el interés en identificar tendencias y patrones de significado más que realizar inferencias estadísticas poblacionales, se optó por hacer una muestra determinada mediante el cálculo para poblaciones grandes o infinitas, basado en la estimación de proporciones, considerando un nivel de confianza del 85% y un margen de error del 15%. Este procedimiento corresponde al método de muestreo probabilístico simple y es usado comúnmente en estudios exploratorios descriptivos cuando la población es amplia como lo es el caso de este estudio y no se busca realizar inferencias estadísticas estrictas (Hernández Sampieri & Fernández-Collado, 2014). Esta decisión metodológica es consistente con estudios de enfoque mixto, en lo que la función de la muestra cuantitativa es complementar y contrastar los hallazgos cualitativos, más que generalizar resultados (Creswell & Plano Clark, 2018) Asimismo, la validez del estudio se ve fortalecido por la triangulación de fuentes y técnicas, lo que reduce la dependencia de un único conjunto de datos (Creswell & Plano Clark, 2018)

Desarrollo de instrumento

El instrumento es el resultado de un proceso secuencial que consta de 5 bloques de información.

1. Obtención de datos demográficos. El primer bloque recopila información social demográfica básica, como edad, género, ocupación y ubicación en el país, con el fin de caracterizar las respuestas, esto sin comprometer el anonimato de las personas participantes.
2. Asociación espacial. Mediante este bloque los participantes indicaron mediante una escala gráfica con qué medida relacionaban el espacio con la palabra “habitar”. Se consideraron las categorías de “Casa”, “Trabajo” y “espacio público”. Posteriormente se

les pidió a los encuestados que escribieran en qué medida podían modificar el espacio y ejemplos de cómo podrían hacerlo. Esta sección permitió explorar la dimensión espacial de los conceptos desde la percepción social de los participantes.

3. Asociación verbal. Usando de base la técnica RSN, en el que las personas asocian hasta cinco palabras con cada uno de los términos, arquitectura, habitar, vivienda y casa, siguiendo los principios de espontaneidad y jerarquización.
4. Asociación visual. Se presentaron imágenes seleccionadas a partir del análisis digital previo (considerando una imagen de Google y otra de Pinterest) y se solicitó a las personas participantes elegir la que consideraran era más adecuada para los términos presentados.
5. Asociación digital. Recolección de datos que permitan entender como las personas buscan información respecto a la modificación de sus espacios en la virtualidad

Análisis

La información obtenida en cada fase fue analizada de manera secuencial e integrada, en primer lugar, se interpretaron las tendencias identificadas en Google Trends, posteriormente se analizaron las representaciones discursivas y visuales de los resultados de búsqueda, finalmente se interpretaron cualitativamente las respuestas obtenidas a través del instrumento aplicado.

La estrategia de análisis tuvo un alcance descriptivo e interpretativo, permitiendo caracterizar las formas de las representaciones de la arquitectura en medios digitales y comprender los significados asociados al habitar.

Análisis de contenido

El análisis de contenido se ha consolidado como una de las metodologías más versátiles al momento de abordar los imaginarios sociales, debido a su capacidad de abarcar diferentes tipos de materiales, en sus diferentes formatos textual, visual, así como en diferentes medios.

Surge como una técnica de investigación sistemática que busca identificar y describir los significados presentes en medios de comunicación, su desarrollo inicial es asociado a los estudios de comunicación en masa durante la primera mitad del siglo XX con autores como Berelson, quienes establecieron los primeros marcos de trabajo cuantitativos en el estudio de

mensajes mediáticos, Berelson (1952) lo define en una primera instancia como una técnica de investigación para la descripción objetiva sistemática y cuantitativa del contenido encontrado en la comunicación.

La cantidad inmensa de datos que se encuentra en medios virtuales ha cambiado la forma en la que se realizan las investigaciones, el punto focal al realizar investigación en medios virtuales no es la obtención de información sino el adecuado procesamiento.

Alcances y limitaciones del enfoque metodológico

El enfoque metodológico adoptado permitió identificar patrones relevantes en la construcción del imaginario social de la arquitectura habitada en los entornos digitales y poder contrastarlos con la percepción de las personas usuarias de internet. No obstante, el estudio no analiza las relaciones causales ni pretende representar la totalidad de la población mexicana, sino ofrecer una aproximación contextualizada y analítica del fenómeno expuesto.

Así mismo la naturaleza dinámica que tienen los entornos digitales implica que los resultados reflejen un momento específico en el tiempo, por lo que futuras investigaciones podrían ampliar el análisis a otros periodos, plataformas o metodologías complementarias

Consideraciones éticas

La investigación se desarrolló conforme a principios éticos de investigación académica, los contenidos digitales analizados fueron aquellos de acceso público y los datos obtenidos de la encuesta se recolectaron con consentimiento informado, garantizando así el anonimato y la confidencialidad de las personas participantes. La información recopilada fue usada exclusivamente con fines académicos

Capítulo 3

El significado desde la virtualidad

Aplicación de metodología y resultados

Fase 1: Investigación documental

Las categorías de análisis se construyeron a partir del marco teórico y permitieron estructurar la interpretación del contenido digital.

Durante el proceso de formación de imaginarios respecto a la arquitectura habitada dirigida ya directamente en entornos digitales, es también importante tomar en cuenta los actores que hacen presencia en cada parte del proceso sugerido, podemos identificar:

1. *Habitante/s*. Caracterización de persona que habita entorno físico y espacio construido.
2. *Observadores*. Caracterización de persona que consume contenido.
3. *Productor*. Caracterización de persona que contribuye en entornos virtuales.
4. *Plataformas digitales*. Caracterización de espacios digitales que rigen la forma de interacción.

Los escenarios también toman lugar en la investigación:

1. *Entorno físico*. Escenario material.
2. *Espacio construido* Objeto material en el que los actores pueden interactuar dentro del entorno físico.
3. *Entorno digital*. Escenario virtual dentro de Internet.
4. *Plataformas digitales*. Espacio digital donde los actores pueden interactuar dentro de entorno digital.



Figura 19 Escenario y actores. Fuente: Elaboración propia

Se retoma el ciclo de reproducción de imaginarios en entornos virtuales:

1. *Experiencia directa del espacio.* Se analiza desde donde son producidas las representaciones materiales, adjunta los elementos del entorno físico, como el escenario y los actores.
2. *Mediación cultural y simbólica* Implica como es producida la representación, así como la plataforma que sirve de conducto al consumo.
3. *Circulación digital* Se analiza como son consumidas las representaciones.

Fase 2: Análisis de tendencias en Google Trends

A partir del análisis de las tendencias de búsqueda en Google Trends durante el año 2024 para los términos, “arquitectura”, “vivienda”, “casa” y “habitar” se identificaron patrones diferenciados de interés a nivel territorial y semántico. El análisis partió de la recolección de sinónimos de las palabras elegidas. Se analizan tres niveles de sinónimos, y en la curación de datos se excluyen las repeticiones. Cada sinónimo es enlistado (ver anexos) y el proceso se repite con cada palabra. Es de esta manera que se construye la tabla de sinonimia (tabla 7) en la que podemos ver tres niveles de palabras relacionadas, esto no quiere decir que todas las palabras signifiquen lo mismo, sino que ayuda a visualizar la riqueza semántica de la palabra a nivel lingüístico.

De las tablas obtenidas por cada palabra podemos tener la siguiente información resumida:

Tabla de sinonimia				
Palabra inicial	Sinónimos de 1er orden	Sinónimos de 2do orden	Sinónimos de 3er orden	Palabras diferentes
Arquitectura	2	6	35	25
Habitar	16	133	1261	313
Vivienda	10	56	400	216
Casa	8	58	390	148

Tabla 7 *Tabla de sinonimia.* Fuente: Elaboración propia

En la tabla se observa que, a nivel lingüístico, la riqueza semántica de la palabra arquitectura es la más baja mientras que habitar es la más alta.

A continuación, se muestra un resumen de las búsquedas por estado de cada uno de los términos estímulo. Cada tabla muestra en la primera columna los estados de la república mexicana organizados alfabéticamente, la segunda columna corresponde a la región del estado, La posición nacional es el lugar jerárquico que cada estado ocupa en relación con el volumen de búsqueda registrado para una palabra estímulo específica, lo que indica la posición del estado respecto a las búsquedas, se incluye en la siguiente columna la proporción de búsqueda expresada en término relativo calculado por la herramienta Google Trends, que varía de 1 a 100 donde 100 representa el punto de mayor popularidad del término en el periodo y región evaluados, esto nos permite ver los patrones de concentración y dispersión en la atención que recibe la palabra analizada. En la última columna se colocó la cantidad de búsquedas relacionadas por estado lo que nos permite visualizar la relación entre mayor cantidad total de búsquedas y la profundidad de esta búsqueda en los diferentes estados. Esta división se replica por cada uno de los términos analizados.

Contrario a lo encontrado en el análisis de sinonimia la cantidad de búsquedas similares es mayor en proporción para el término arquitectura, seguido de vivienda, casa y terminando con habitar, este último teniendo una gran diferencia con los otros términos

**BÚSQUEDAS
RELACIONADAS TOTALES**

Arquitectura Habitada

ARQUITECTURA	508
CASA	352
VIVIENDA	401
HABITAR	19

Tabla 8 Tabla de búsquedas relacionadas totales. Fuente: Elaboración propia

ESTADO	REGIÓN	ARQUITECTURA		
		Posición nacional	Proporción de búsquedas	Numero de búsquedas
Aguascalientes	CENTRO-NORTE	25	52	5
Baja California	NORTE	28	50	25
Baja California Sur	NORTE	18	63	1
Campeche	SUR-SURESTE	14	69	1
Chiapas	SUR-SURESTE	11	73	20
Chihuahua	NORTE	30	45	21
Ciudad de México	CENTRO	4	89	25
Coahuila	NORTE	31	43	18
Colima	CENTRO-NORTE	6	85	2
Durango	CENTRO-NORTE	22	56	4
Estado de México	CENTRO	9	74	25
Guanajuato	CENTRO-NORTE	20	60	25
Guerrero	CENTRO-SUR	19	61	14
Hidalgo	CENTRO-SUR	5	87	25
Jalisco	CENTRO-NORTE	17	65	25
Michoacán	CENTRO-SUR	8	74	25
Morelos	CENTRO-SUR	15	68	14
Nayarit	CENTRO-NORTE	24	54	3
Nuevo León	NORTE	16	67	25
Oaxaca	SUR-SURESTE	3	89	25
Puebla	CENTRO-SUR	2	95	25
Querétaro	CENTRO-SUR	10	73	25
Quintana Roo	SUR-SURESTE	26	51	9
San Luis Potosí	CENTRO-NORTE	29	49	9
Sinaloa	NORTE	13	70	24

Sonora	NORTE	23	56	14
Tabasco	SUR-SURESTE	27	50	8
Tamaulipas	NORTE	32	34	10
Tlaxcala	CENTRO-SUR	7	75	5
Veracruz	SUR-SURESTE	21	60	25
Yucatán	SUR-SURESTE	1	100	19
Zacatecas	CENTRO-NORTE	12	71	7

Tabla 9 Búsquedas de "Arquitectura" por estado. Fuente: Elaboración propia

Para la palabra arquitectura se ve que el interés es mayor en el estado de Yucatán con una alta cantidad de búsquedas relacionadas teniendo 19 cuando el máximo es 25. Esto indica una alta diversidad de interés en el término Arquitectura. Por otro lado, Tamaulipas es el estado con menor interés total en el término, teniendo una proporción de 34 respecto a los 100 del primer lugar, pero no es el estado con menor búsquedas relacionadas, se puede decir que las búsquedas son pocas, pero más diversas que en otros estados.

Para la palabra estímulo "Arquitectura" se hizo uso de una clasificación para identificar como es percibida la arquitectura dentro las búsquedas de Google. Se divide en dos categorías "Disciplina" que se relaciona a la teoría arquitectónica, las aproximaciones, la historia, el análisis de tendencias y las aportaciones que tiene a otras disciplinas y como "Actividad" a lo referente al diseño en su labor de diseñar, es decir la actividad del proceso del diseño. Esta clasificación es propuesta por Flores-Gutiérrez (2016) en su tesis doctoral. Se proponen para efectos de análisis de esta investigación una subcategoría con cuatro elementos que se puedan integrar a la principal, "Definición" para las búsquedas relacionadas con la definición y descripción de lo que es la arquitectura, y "profesión" para aquellas que buscan describir áreas de trabajo, procesos o especializaciones de la Arquitectura. Estas dos subcategorías se integran a la Categoría de Actividad. Para la categoría de Disciplina se integra la subcategoría "universidad", en la que se integran las búsquedas relacionadas a la oferta educativa de las universidades estatales y nacionales, así como de consultas claramente realizadas por interesados y estudiantes, la segunda subcategoría es "Historia y artes" en la que se habla de la arquitectura desde su lado artístico o directamente la relación entre otras disciplinas artísticas.

Arquitectura Habitada

La información se resume en una tabla resumen donde se realiza un conteo de las 507 búsquedas realizadas por las 32 entidades de México. Integradas en la categoría en la que se encuentran, la tabla se maneja por regiones para una condensación de datos visuales además de poder comparar con las zonas económico-culturales. Finalmente se agrega una categoría no relacionada para las búsquedas que no tienen relación ni con la disciplina, ni con la actividad, en su mayor parte relacionada a arquitectura de datos de la rama de la ingeniería computacional.

TABLA RESUMEN CATEGORIAS BUSQUEDAS					
REGION	ACTIVIDAD		DISCIPLINA		NA
	DEFINICIÓN	PROFESIÓN	UNIVERSIDAD	HISTORIA Y ARTE	NO RELACIONADO
CENTRO	7	9	25	8	1
CENTRO-NORTE	11	17	17	30	4
CENTRO-SUR	16	31	31	51	4
NORTE	10	28	38	60	2
SURESTE	13	24	26	40	4

Tabla 10 *Tabla resumen de categorías de búsqueda.* Fuente: Elaboración propia

Se aprecia que la cantidad de búsquedas es predominante en la categoría de disciplina. Lo que nos permite obtener un primer indicio de como el contenido producido y consultado es en su mayor parte dirigido a la academia de la Arquitectura.

REGION	PROMEDIO DE BUSQUEDAS	La región que hace mas búsquedas en promedio es la región central y la de menor promedio es la región centro norte.
CENTRO	25	
CENTRO-NORTE	10	
CENTRO-SUR	19	
NORTE	17.25	
SURESTE	15.28571429	

Tabla 11 *Promedio de búsqueda Arquitectura.* Fuente: Elaboración propia

Esto nos ayuda a identificar la diversidad por regiones, permitiendo ver en que regiones se tiene un interés más profundo en el término.

Para visualizar mejor la información antes dada se realizó un mapa que integra las zonas y su interés categorizado.

INTERÉS DIGITAL EN LA ARQUITECTURA: TENDENCIAS DE BÚSQUEDAS POR REGIONES EN MEXICO 2024

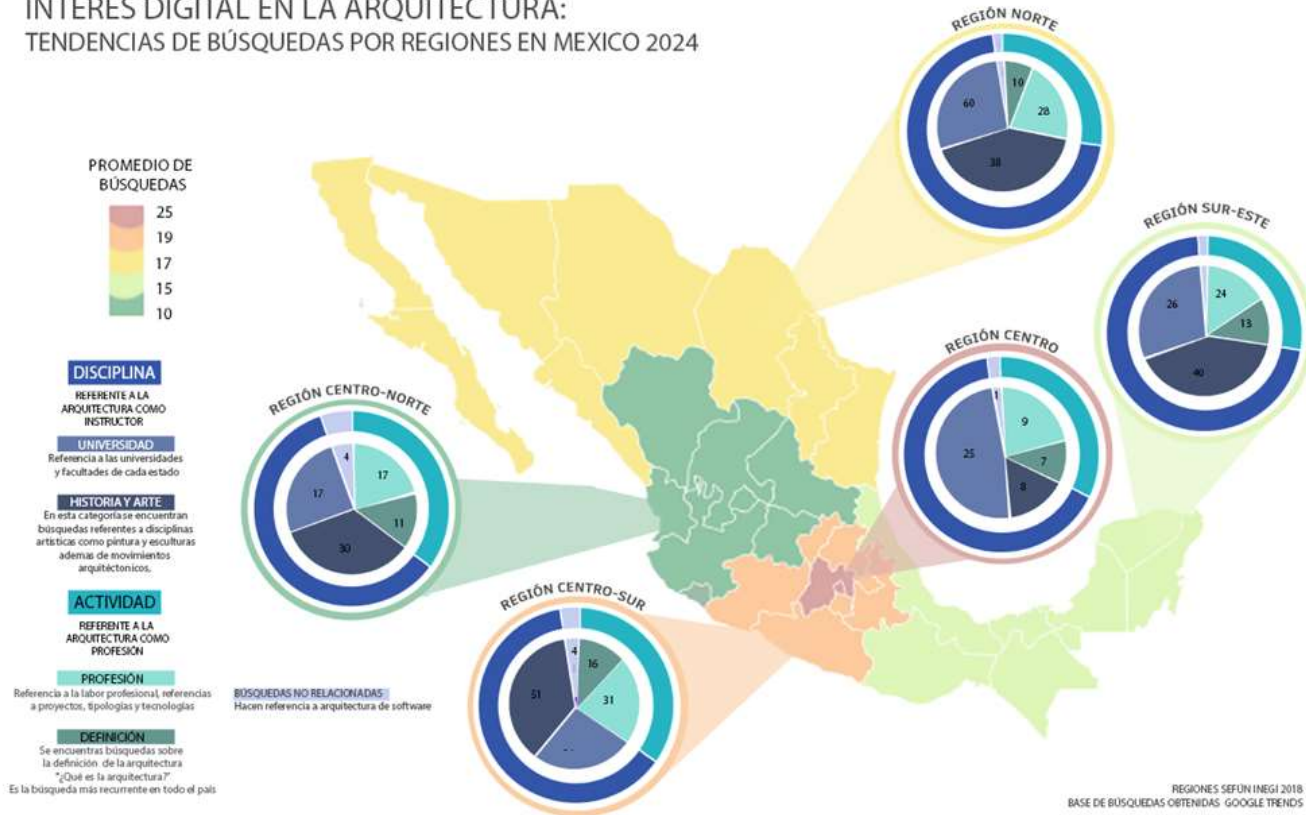


Figura 20 Interés digital en la arquitectura. Fuente: Elaboración propia

VIVIENDA				
ESTADO	REGIÓN	Posición nacional	Proporción de búsquedas	Numero de búsquedas
Aguascalientes	CENTRO-NORTE	1	100	9
Baja California	NORTE	31	51	15
Baja California Sur	NORTE	14	68	1
Campeche	SUR-SURESTE	5	80	1
Chiapas	SUR-SURESTE	7	77	16
Chihuahua	NORTE	28	54	8
Ciudad de México	CENTRO	2	94	25
Coahuila	NORTE	18	62	9
Colima	CENTRO-NORTE	10	75	25
Durango	CENTRO-NORTE	16	63	25
Estado de México	CENTRO	4	77	25

Guanajuato	CENTRO-NORTE	30	52	23
Guerrero	CENTRO-SUR	3	93	12
Hidalgo	CENTRO-SUR	13	70	10
Jalisco	CENTRO-NORTE	27	55	25
Michoacán	CENTRO-SUR	25	57	8
Morelos	CENTRO-SUR	23	59	8
Nayarit	CENTRO-NORTE	20	62	2
Nuevo León	NORTE	12	73	25
Oaxaca	SUR-SURESTE	8	76	19
Puebla	CENTRO-SUR	26	56	25
Querétaro	CENTRO-SUR	19	62	15
Quintana Roo	SUR-SURESTE	21	61	9
San Luis Potosí	CENTRO-NORTE	15	67	4
Sinaloa	NORTE	17	63	9
Sonora	NORTE	29	54	7
Tabasco	SUR-SURESTE	6	77	13
Tamaulipas	NORTE	32	49	7
Tlaxcala	CENTRO-SUR	9	76	2
Veracruz	SUR-SURESTE	24	57	25
Yucatán	SUR-SURESTE	11	75	3
Zacatecas	CENTRO-NORTE	22	61	3

Tabla 12 Búsquedas de "Vivienda" por estado. Fuente: Elaboración propia

Para los resultados de “Vivienda” se observa que la zona centro es la que cuenta con la mayoría de promedio de búsqueda lo que significa mayor riqueza semántica, los estados con mayor proporción de búsqueda son Aguascalientes, Ciudad de México y Guerrero. Los temas recurrentes en las búsquedas identifican la vivienda como algo institucional, la recurrencia de la mención de INFONAVIT es amplia, así como de otras como lo son FOVISSTE, Vivienda Bienestar así como diferentes programas de vivienda. La región con mayor promedio de búsqueda es la central, la que tiene menos presencia es la región norte, otra búsqueda común son los contratos de arrendamiento. Se identifica también presencia de búsqueda de estudiantes, con búsquedas muy específicas de largo contenido textual como “impulsa el desarrollo de los sectores rural, agropecuario y pesquero del país a través de créditos accesibles para pequeños productores y MiPymes”

REGION	PROMEDIO DE BUSQUEDAS
CENTRO	25

CENTRO-NORTE
CENTRO-SUR
NORTE
SURESTE

14.5

11.40

10.12

12.30

Tabla 13 Promedio de búsqueda Vivienda. Fuente: Elaboración propia

CASA				
ESTADO	REGIÓN	Lugar jerárquico	Proporción de búsquedas	Número de búsquedas
Aguascalientes	CENTRO-NORTE	1	100	7
Baja California	NORTE	27	80	13
Baja California Sur	NORTE	19	87	15
Campeche	SUR-SURESTE	30	79	18
Chiapas	SUR-SURESTE	7	95	19
Chihuahua	NORTE	21	86	8
Ciudad de México	CENTRO	32	75	12
Coahuila	NORTE	14	89	7
Colima	CENTRO-NORTE	2	98	13
Durango	CENTRO-NORTE	23	86	14
Estado de México	CENTRO	17	87	16
Guanajuato	CENTRO-NORTE	12	90	10
Guerrero	CENTRO-SUR	29	79	16
Hidalgo	CENTRO-SUR	10	91	14
Jalisco	CENTRO-NORTE	3	98	4
Michoacán	CENTRO-SUR	20	86	7
Morelos	CENTRO-SUR	5	96	5
Nayarit	CENTRO-NORTE	9	93	10
Nuevo León	NORTE	6	95	6
Oaxaca	SUR-SURESTE	15	88	17
Puebla	CENTRO-SUR	22	86	5
Querétaro	CENTRO-SUR	4	97	6
Quintana Roo	SUR-SURESTE	24	85	9
San Luis Potosí	CENTRO-NORTE	11	91	9
Sinaloa	NORTE	18	87	10
Sonora	NORTE	26	82	6
Tabasco	SUR-SURESTE	13	90	13

Tamaulipas	NORTE	28	80	12
Tlaxcala	CENTRO-SUR	25	82	15
Veracruz	SUR-SURESTE	16	87	11
Yucatán	SUR-SURESTE	8	94	6
Zacatecas	CENTRO-NORTE	31	77	19

Tabla 14 Búsquedas de "Casa" por estado. Fuente: Elaboración propia

REGIÓN	PROMEDIO DE BÚSQUEDAS
CENTRO	14
CENTRO-NORTE	10.75
CENTRO-SUR	10
NORTE	9.625
SURESTE	13.28571429

Tabla 15 Promedio de búsqueda Casa. Fuente: Elaboración propia

Para el término “casa” las búsquedas son menores a las de “vivienda”. Las zonas con mayor presencia es el centro y el sureste, y la que menos tiene búsquedas relacionadas es el norte del país. Las búsquedas referentes al término “casa” son las más consistentes de todas las búsquedas estímulo realizadas, “venta y renta de casas” dominan las búsquedas.

HABITAR				
ESTADO	REGIÓN	Posición nacional	Proporción de búsquedas	Número de búsquedas
Aguascalientes	CENTRO-NORTE	30	46	1
Baja California	NORTE	10	72	1
Baja California Sur	NORTE	31	42	0
Campeche	SUR-SURESTE	22	57	0
Chiapas	SUR-SURESTE	3	93	1
Chihuahua	NORTE	14	67	1
Ciudad de México	CENTRO	23	56	3
Coahuila	NORTE	11	71	1
Colima	CENTRO-NORTE	7	78	0
Durango	CENTRO-NORTE	20	58	0
Estado de México	CENTRO	29	52	3
Guanajuato	CENTRO-NORTE	26	53	1
Guerrero	CENTRO-SUR	13	68	2
Hidalgo	CENTRO-SUR	19	58	1

Arquitectura Habitada

Jalisco	CENTRO-NORTE	27	53	1
Michoacán	CENTRO-SUR	17	60	1
Morelos	CENTRO-SUR	1	100	0
Nayarit	CENTRO-NORTE	16	65	0
Nuevo León	NORTE	25	56	0
Oaxaca	SUR-SURESTE	4	91	1
Puebla	CENTRO-SUR	9	73	1
Querétaro	CENTRO-SUR	24	56	0
Quintana Roo	SUR-SURESTE	21	58	0
San Luis Potosí	CENTRO-NORTE	28	52	0
Sinaloa	NORTE	8	76	0
Sonora	NORTE	15	65	0
Tabasco	SUR-SURESTE	6	82	0
Tamaulipas	NORTE	2	94	0
Tlaxcala	CENTRO-SUR	18	60	0
Veracruz	SUR-SURESTE	5	84	0
Yucatán	SUR-SURESTE	12	69	0
Zacatecas	CENTRO-NORTE	31	42	0

Tabla 16 Búsquedas de "Habitar" por estado. Fuente: Elaboración propia

REGIÓN	PROMEDIO DE BÚSQUEDAS
CENTRO	3
CENTRO- NORTE	0.375
CENTRO- SUR	0.714285714
NORTE	0.375
SURESTE	0.285714286

Tabla 17 Promedio de búsqueda Habitar. Fuente: Elaboración propia

“Habitar” por otro lado presenta menor concentración de búsqueda en los estados, así como de búsquedas relacionadas, esto se aprecia en el promedio de búsquedas, siendo el mayor promedio en el centro del país.

El número total de búsquedas permitió ampliar la comprensión del interés registrado, puede verse en amplitud en los anexos de la investigación.

Fase 3: Análisis de discurso y representaciones en motores de búsqueda

El análisis de la pantalla de resultados de búsqueda de Google se realizó a partir de los primeros diez resultados textuales producidos en México durante 2024, excluyendo el contenido publicitado. Se analizó el contenido de las búsquedas de texto, se toma en cuenta el ciclo de formación de imaginarios sociales. Se obtienen los títulos, fragmentos descriptivos, presencia de imágenes y tipo de productor del contenido. Todo ello con la intención de reconocer el conjunto de características que integra la circulación de medios.

Para el término “arquitectura” los resultados mostraron predominancia en contenidos vinculados a la arquitectura como carrera académica, los títulos y fragmentos enfatizan en aspectos relacionados al diseño. También hay representación de compras en línea de libros relacionados con la arquitectura, e incluso presencia de páginas de gobierno con informes de actividades, 7 de los 10 resultados cuentan con apoyo visual en el SERP

Con el término “vivienda” predominan las representaciones gubernamentales donde se analiza la vivienda desde una perspectiva social, ninguno de los resultados cuenta con apoyo visual en el resultado de texto. Para el término “casa” 7 de 10 imágenes cuenta con imagen en el resultado de texto se ve el espacio como un objeto de consumo, además de información de planes gubernamentales.

Para “habitar” hay un resultado común que se repite 4 veces en la búsqueda y es la producción de libros, también se ve el acceso a páginas de especialización arquitectónica como ArchDaily, y resultados al sector inmobiliario.

Las tablas por palabra pueden verse en los Anexos.

Fase 4: Análisis de representaciones visuales

Se recolectaron imágenes de Google según los criterios expuestos en la metodología, se considera pertinente mostrar los resultados completos de las búsquedas realizadas para un análisis completo del contexto.

Las búsquedas son del día 3 de marzo de 2025, en las imágenes se aprecia el fuerte componente arquitectónico y académico de la búsqueda, los resultados están orientados a explicar la

Arquitectura Habitada

definición y conceptos básicos de la arquitectura, lo que concuerda con los resultados obtenidos en la etapa anterior.

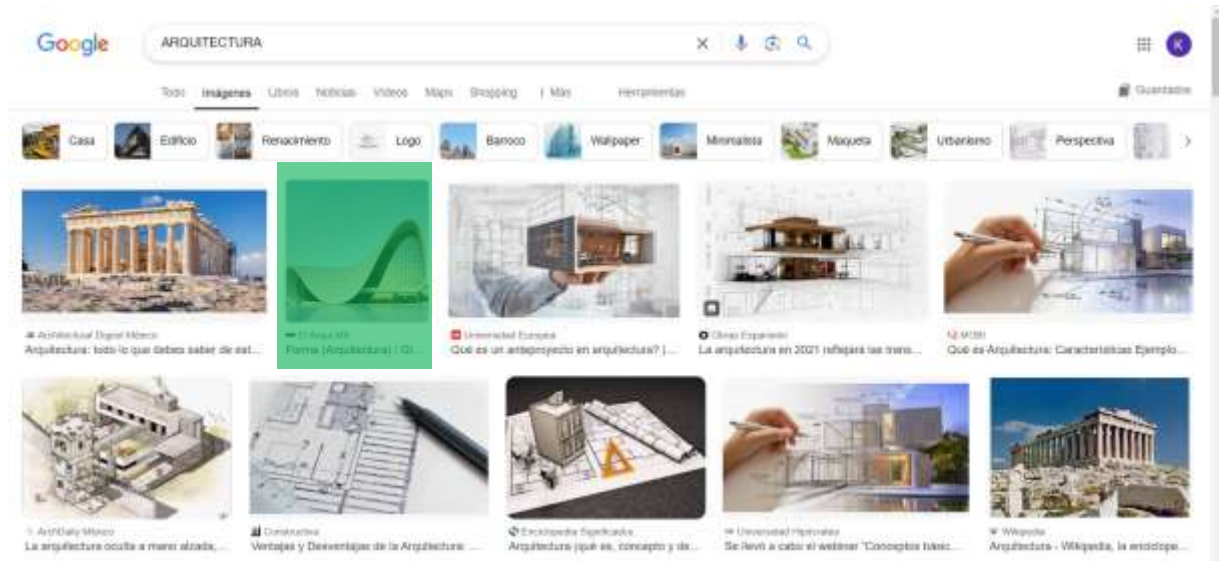


Figura 21. SERP 1/4 imágenes Arquitectura. Fuente: Google (2025)

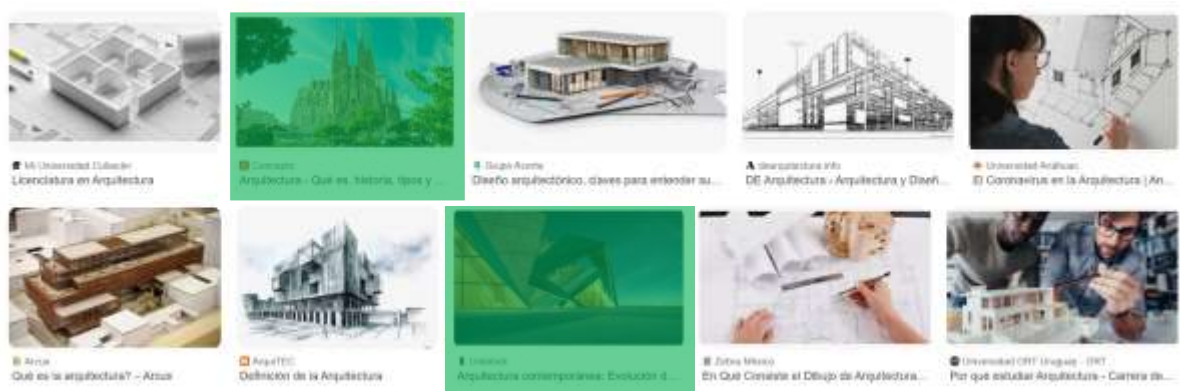


Figura 22 SERP 2/4 imágenes Arquitectura. Fuente: Google (2025)

Arquitectura Habitada



Figura 23 SERP 3/4 imágenes Arquitectura. Fuente: Google (2025)



Figura 24 SERP 4/4 imágenes Arquitectura. Fuente: Google (2025)

Para la palabra “habitar” se repite la selección de imágenes, en esta parte se identifica la predominancia de ilustraciones e imágenes compuestas y el contenido de las búsquedas responden a un conocimiento más especializado dentro de la disciplina.

Arquitectura Habitada

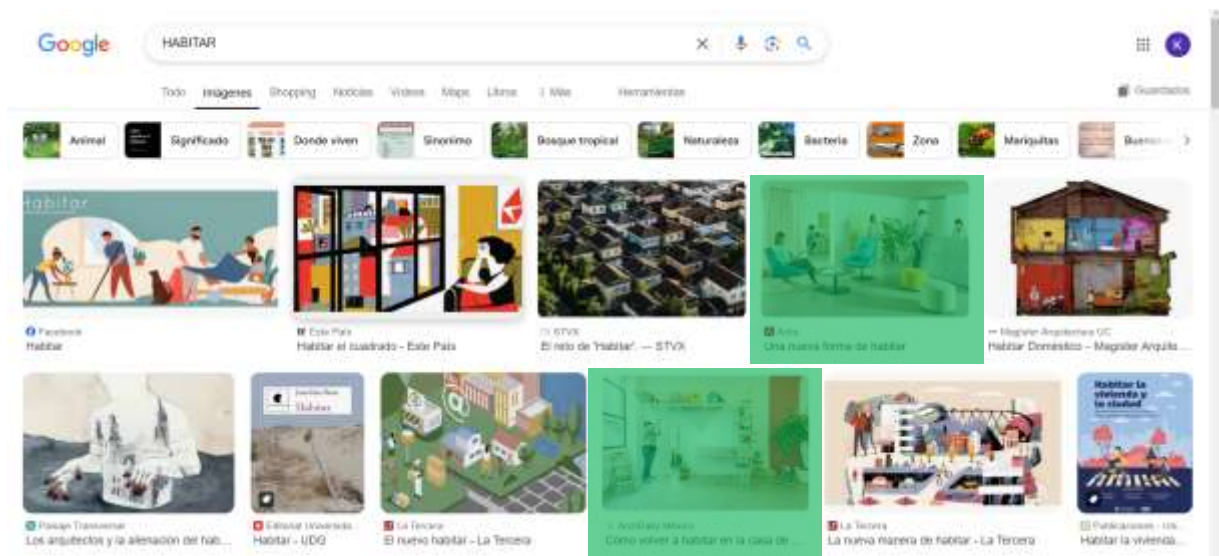


Figura 25 SERP 1/3 imágenes Habitar. Fuente: Google (2025)



Figura 26 SERP 2/3 imágenes Habitar. Fuente: Google (2025)



Figura 27 SERP 2/3 imágenes Habitar. Fuente: Google (2025)

Arquitectura Habitada

La palabra “casa” tiene una gran cantidad de resultados pertenecientes al sector inmobiliario. La representación pictográfica es muy sencilla lo que hace que las ilustraciones respecto a las palabras sean variados y muy comunes.

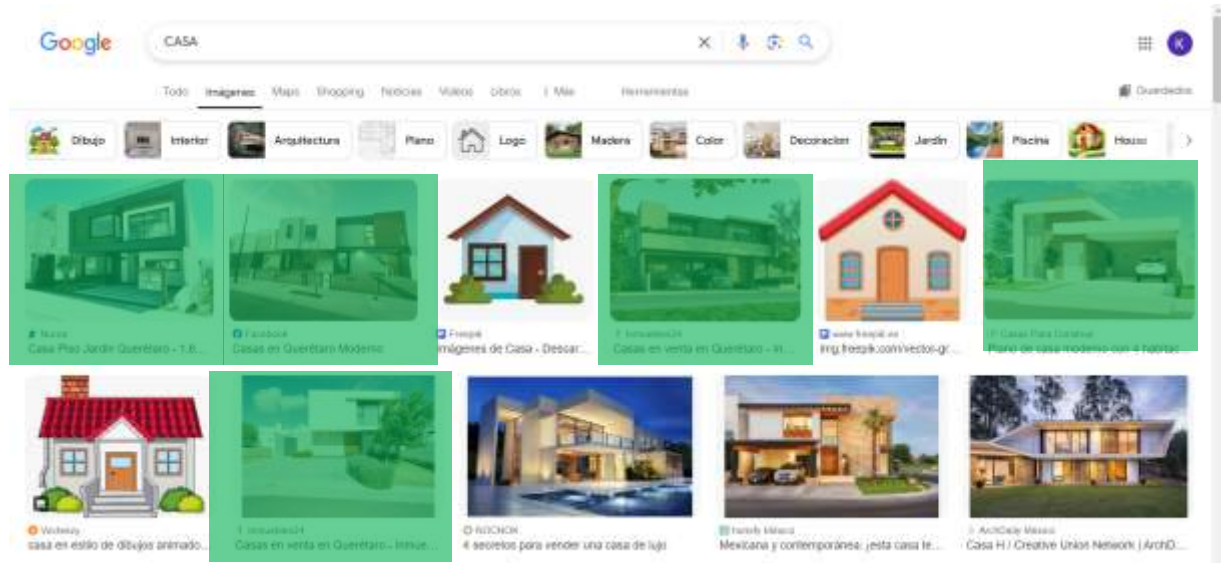


Figura 28 SERP imágenes Casa. Fuente: Google (2025)

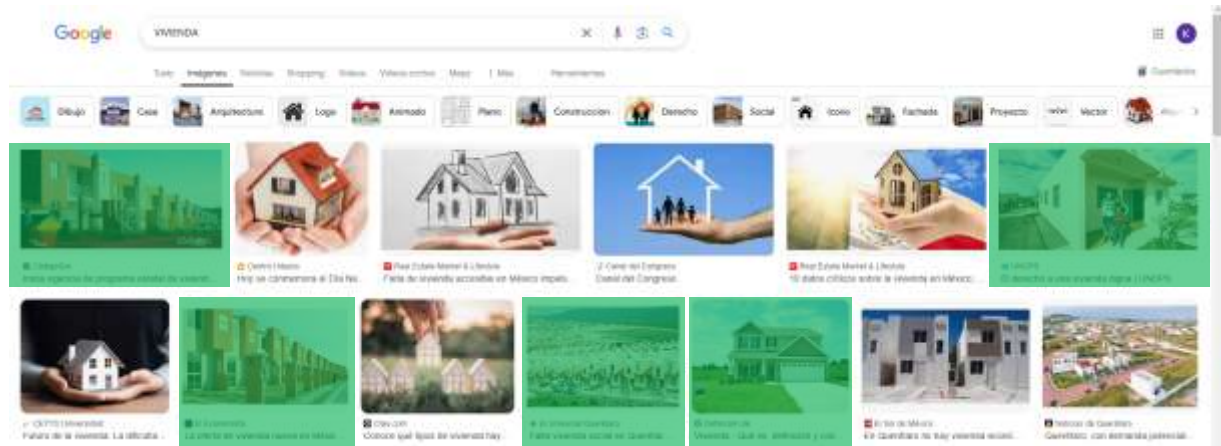


Figura 29 SERP imágenes Casa. Fuente: Google (2025)

Una vez seleccionadas las imágenes de Google, se procedió a la selección de imágenes de Pinterest. Al ser una plataforma de alto nivel de personalización se creó una cuenta nueva para

Arquitectura Habitada

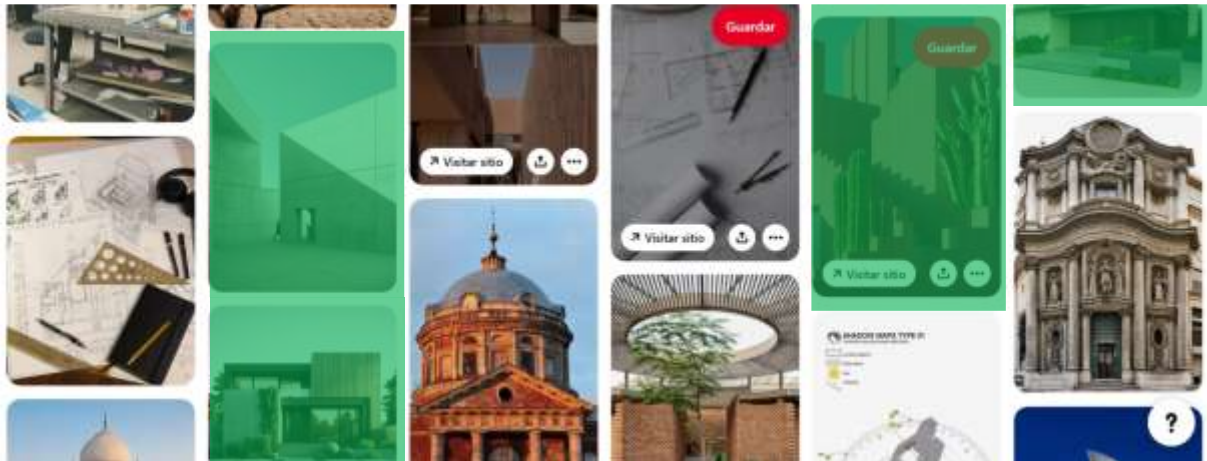


Figura 32 SERP imágenes Arquitectura 3/3. Fuente: Pinterest (2025)

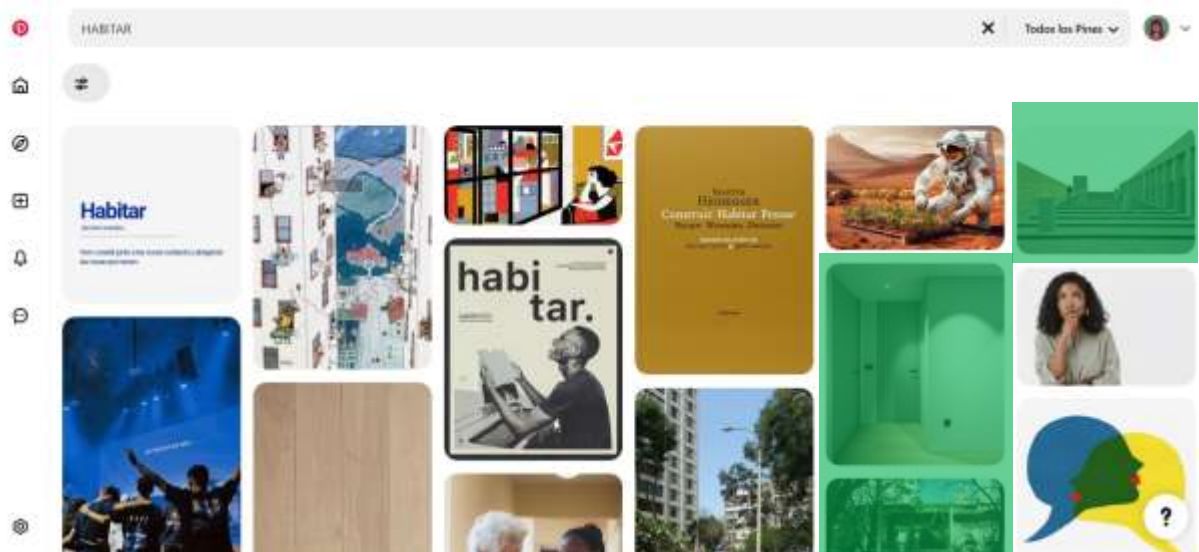


Figura 33 SERP imágenes Habitar 1/2. Fuente: Pinterest (2025)

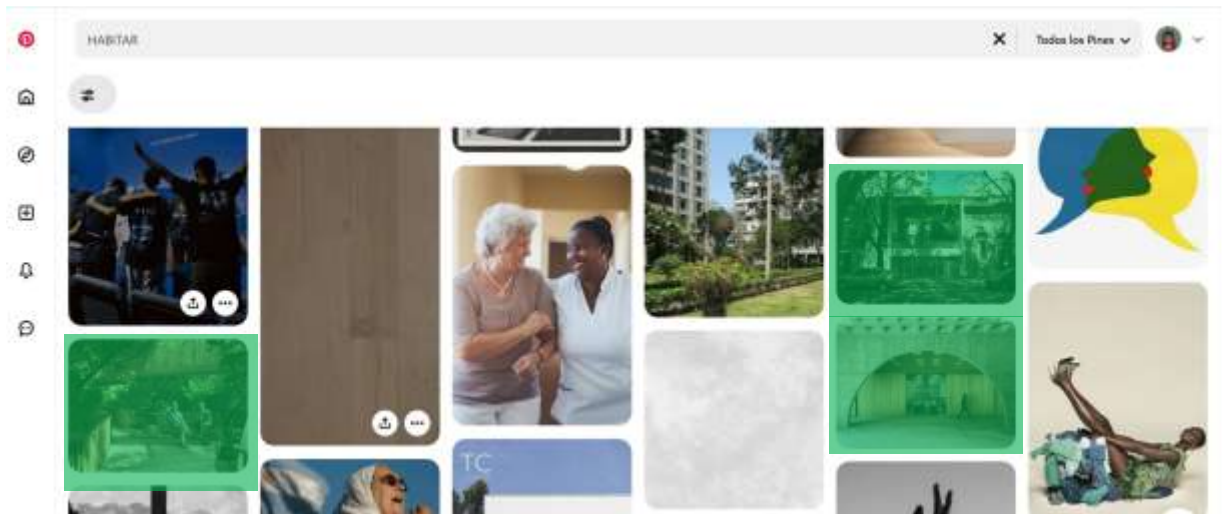


Figura 34 SERP imágenes Habitar 2/2. Fuente: Pinterest (2025)

La búsqueda para la palabra “casa” arroja un resultado coherente con la etapa anterior cuyas máximas búsquedas relacionadas respondían a la casa como objeto de consumo, sobre todo en las búsquedas de rentas y venta de bienes inmuebles. En las siguientes búsquedas el contenido en blanco representa la publicidad bloqueada, y las imágenes no seleccionadas tienen formato video, link a video, o gif, razón por las que no fueron seleccionadas.

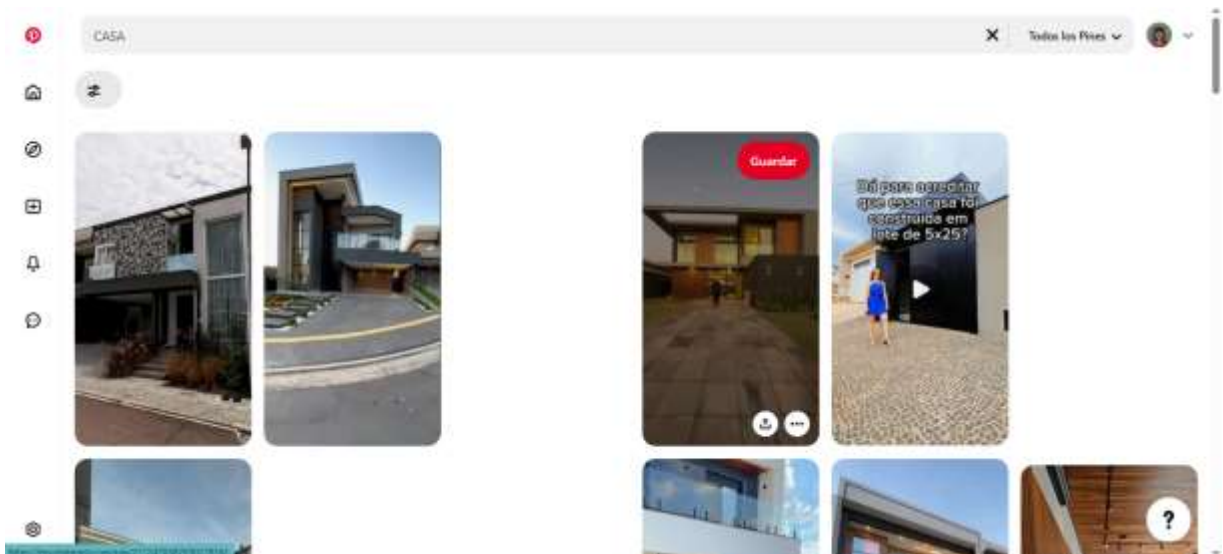


Figura 35 SERP imágenes Casa 1/9. Fuente: Pinterest (2025)

Arquitectura Habitada

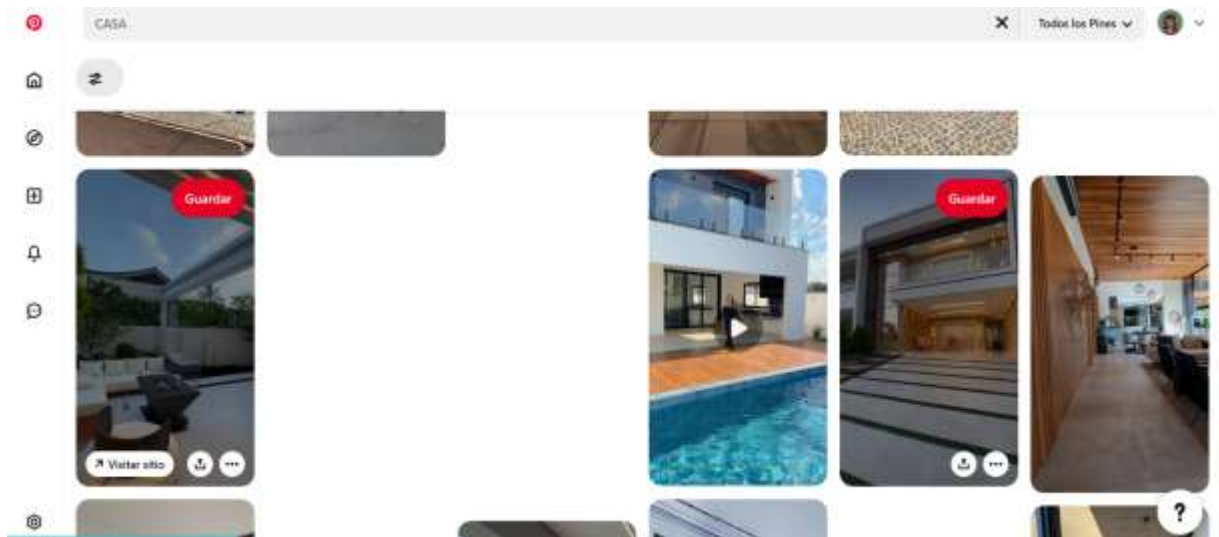


Figura 36 SERP imágenes Casa 2/9. Fuente: Pinterest (2025)

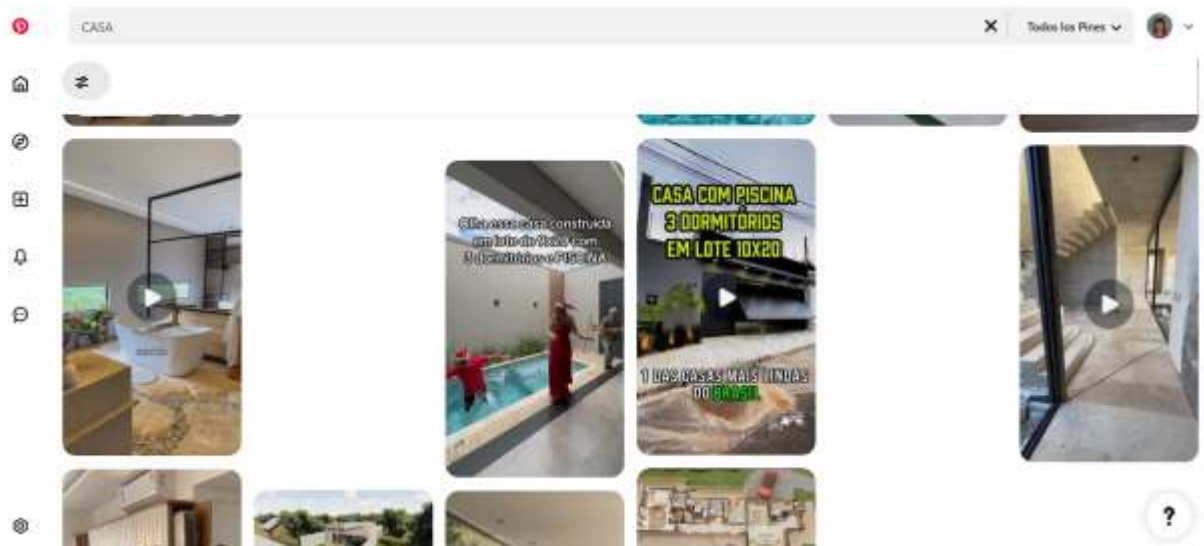


Figura 37 SERP imágenes Casa 3/9. Fuente: Pinterest (2025)

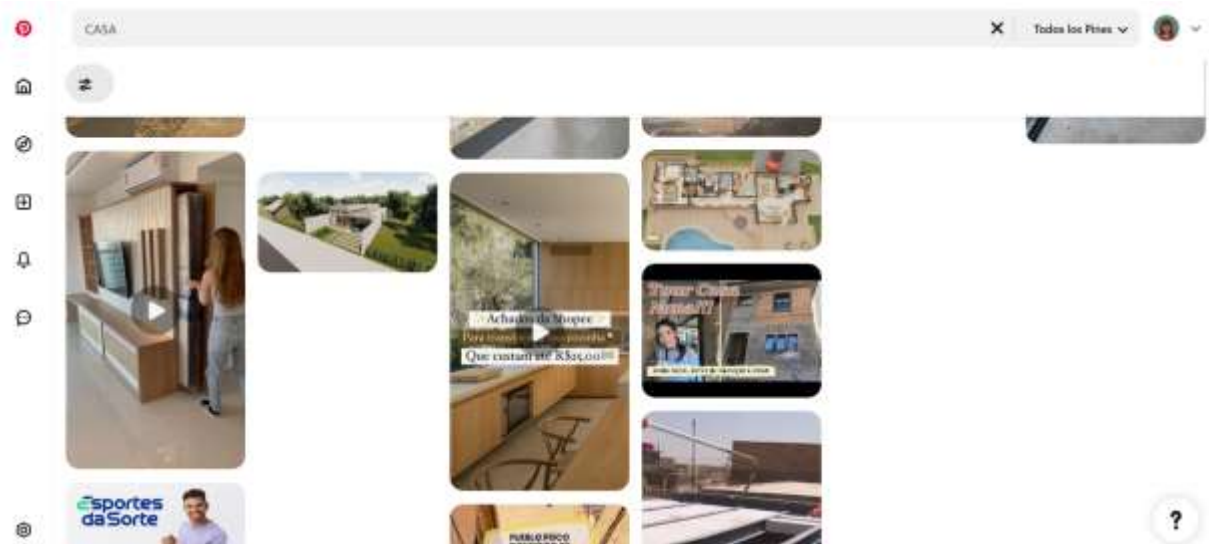


Figura 38 SERP imágenes Casa 4/9. Fuente: Pinterest (2025)

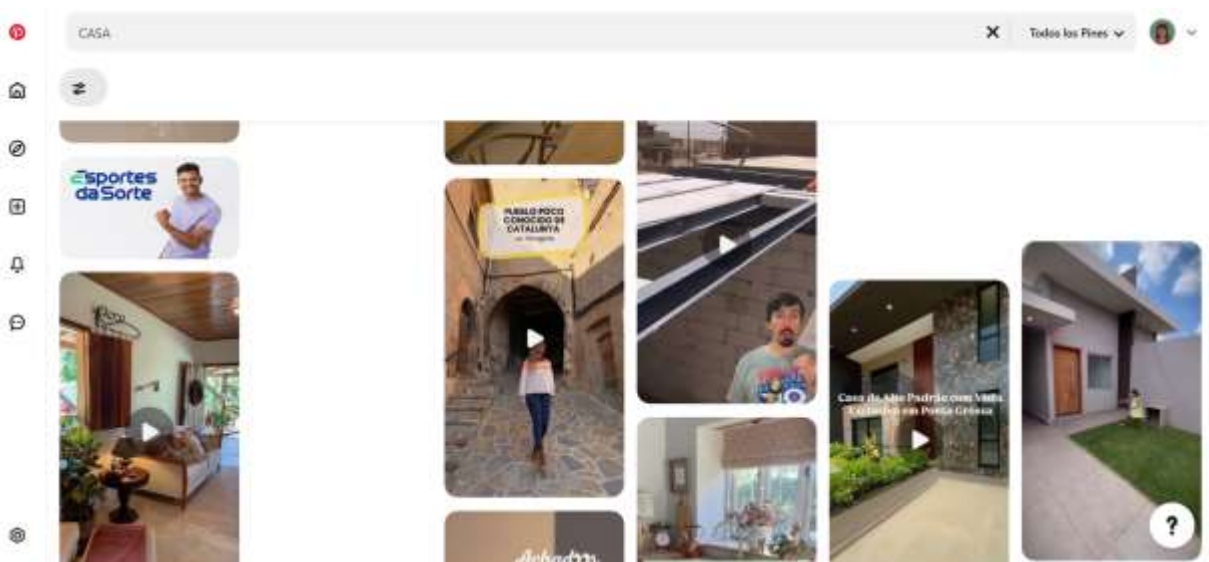


Figura 39 SERP imágenes Casa 5/9. Fuente: Pinterest (2025)

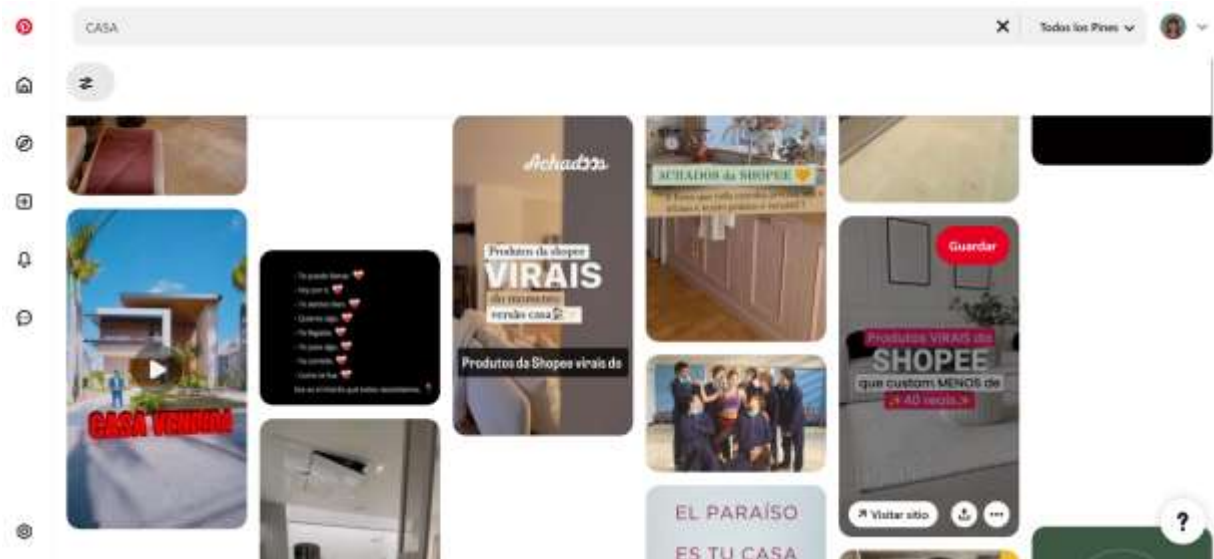


Figura 40 SERP imágenes Casa 6/9. Fuente: Pinterest (2025)

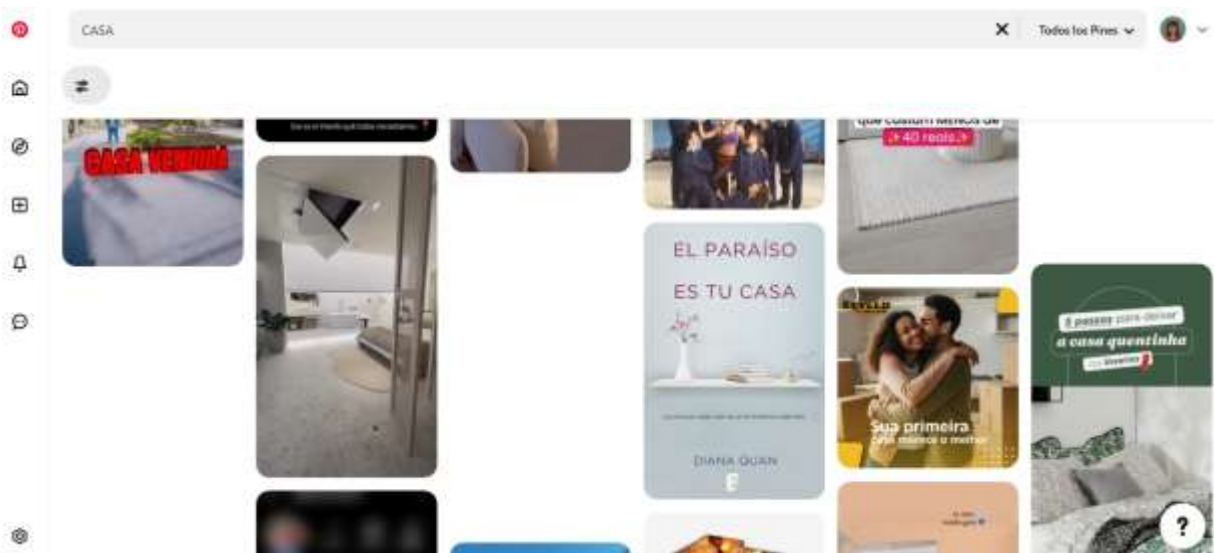


Figura 41 SERP imágenes Casa 7/9. Fuente: Pinterest (2025)

Arquitectura Habitada

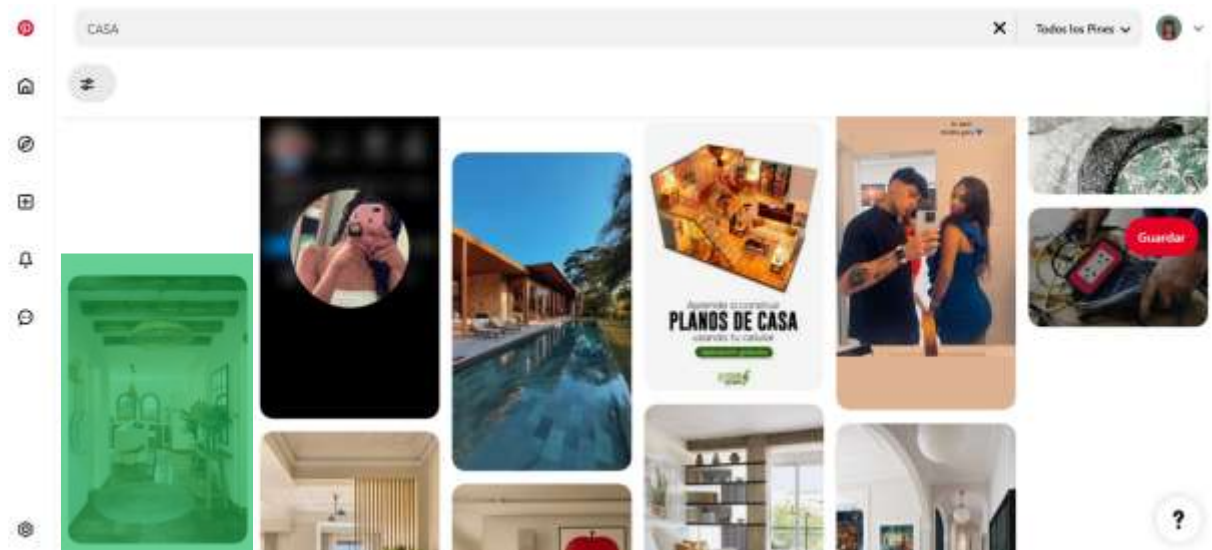


Figura 42 SERP imágenes Casa 8/9. Fuente: Pinterest (2025)

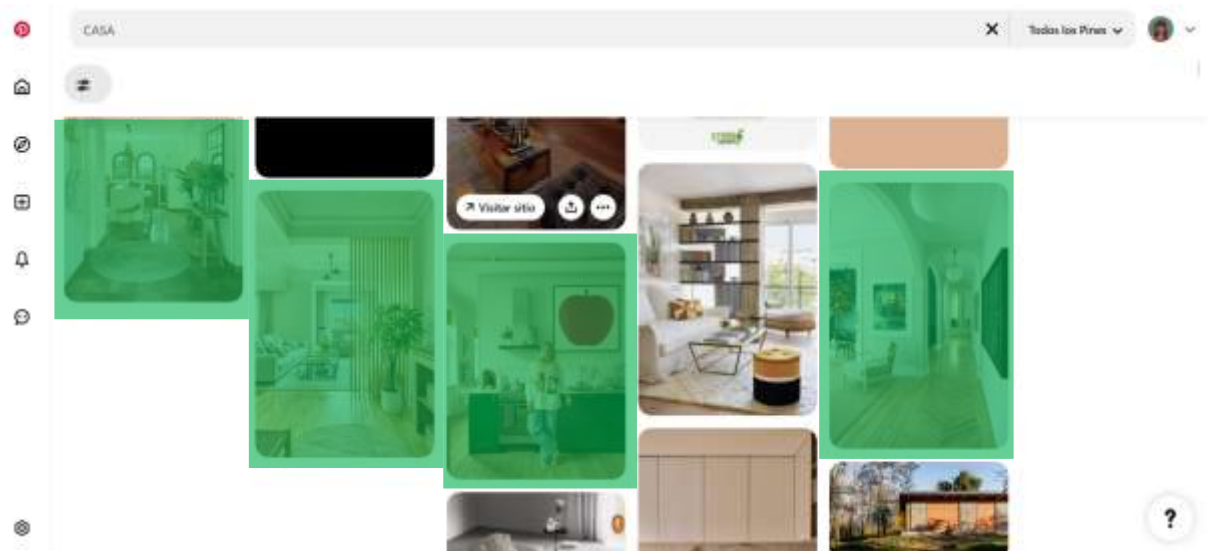


Figura 43 SERP imágenes Casa 9/9. Fuente: Pinterest (2025)

Al igual que en la búsqueda de “Casa”, la palabra “vivienda” tiene parte del contenido bloqueado por publicidad.

Arquitectura Habitada

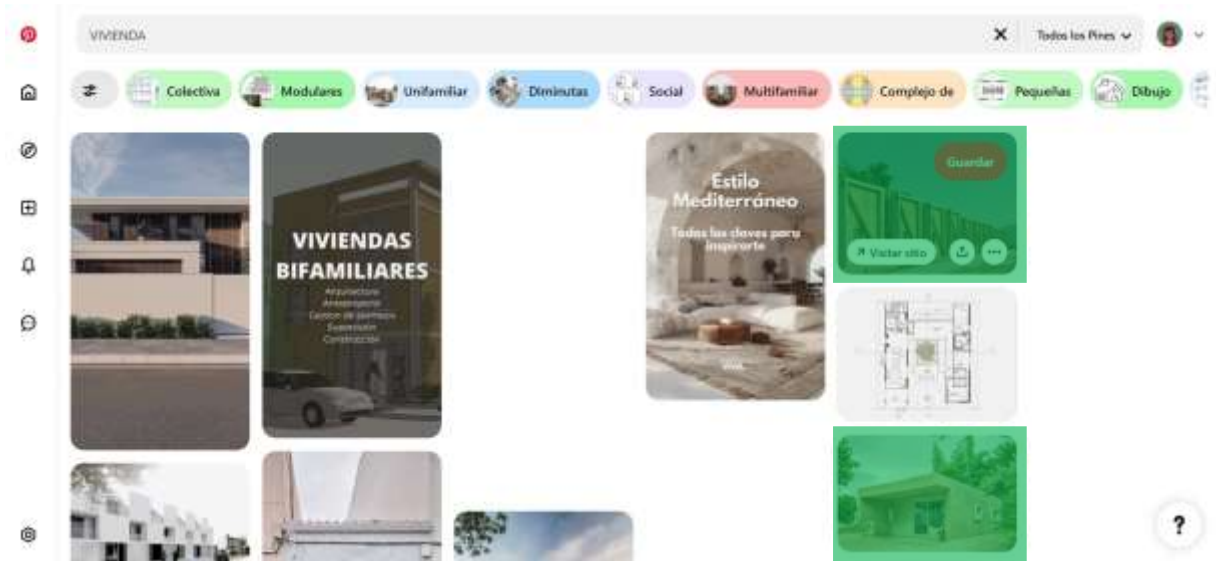


Figura 44 SERP imágenes Vivienda 1/2. Fuente: Pinterest (2025)

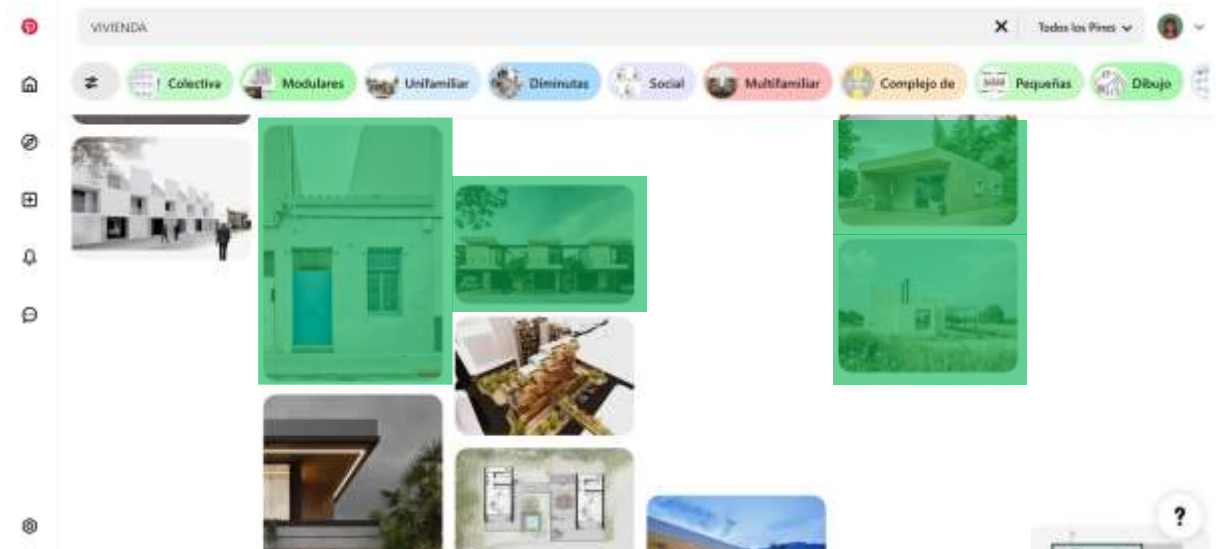


Figura 45 SERP imágenes Vivienda 1/2. Fuente: Pinterest (2025)






Análisis semiotico									
Recopilación de datos			Experiencia directa del espacio				Mediación cultural y simbólica	Circulación digital	
Imagen	Descripción	Palabra asociada	Enfoque del habitar	Tipo de representación	Actores	Entorno físico	Plataforma	No.	Página
	Edificio Zaha Hadid	ARQUITECTURA	Estético	Edificación	Objeto Arquitectónico	Exterior	Google	1	El arquí MX
	Catedral en exteriores	ARQUITECTURA	Estético	Edificación	Objeto Arquitectónico, vegetación	Exterior	Google	2	Concepto
	Edificio Arquitectura contemporanea	ARQUITECTURA	Estético	Edificación	Objeto Arquitectónico	Exterior	Google	3	Uniblock
	Edificacion moderna, casa Bauhaus	ARQUITECTURA	Estético	Edificación	Objeto Arquitectónico	Exterior	Google	4	Reformas Matraz
	Fachada de casa	ARQUITECTURA	Cotidiano	Vivienda	Objeto Arquitectónico, vegetación	Exterior	Google	5	Arquitectura avanzada

Tabla 18 Análisis semiótico Arquitectura Fuente: Elaboración propia, imágenes Google (2025)

Arquitectura Habitada

Análisis semiótico									
Recopilación de datos			Experiencia directa del espacio				Mediación cultural y simbólica		Circulación digital
Imagen	Descripción	Palabra asociada	Enfoque del habitar	Tipo de representación	Actores	Entorno físico	Plataforma	No.	Página
	Interior de sala de recepción	HABITAR	Cotidiano	Interior	Mobiliario, vegetación, Personas teniendo interacción	Interior	Google	1	Actiu
	Interior de espacio cotidiano con persona interactuando en el	HABITAR	Cotidiano/Aspiracional	Vivienda	Mobiliario, vegetación, persona	Interior	Google	2	ArchDaily México
	Interior de espacio cotidiano con persona interactuando en el	HABITAR	Cotidiano/Aspiracional	Vivienda	Mobiliario, vegetación, Persona	Interior	Google	3	ArchDaily México
	Interior de espacio cotidiano (vivienda) con familia interactuando	HABITAR	Cotidiano/Aspiracional	Vivienda	Mobiliario, vegetación, Personas teniendo interacción	Interior	Google	4	Arriendo
	Interior de espacio cotidiano con elementos de uso diario	HABITAR	Cotidiano/Aspiracional	Vivienda	Mobiliario	Interior	Google	5	Estudio ARAR

Tabla 19 *Análisis semiótico Habitar.* Fuente: Elaboración propia, imágenes Google (2025)






Análisis semiótico									
Recopilación de datos			Experiencia directa del espacio				Mediación cultural y simbólica		Circulación digital
Imagen	Descripción	Palabra asociada	Enfoque del habitar	Tipo de representación	Actores	Entorno físico	Plataforma	No.	Página
	Fachada de casa	CASA	Cotidiano/ Aspiraciona l	Vivienda	Objeto Arquitectoni co, vegetación	Exterior	Google	1	Nuroa/Inmo biliaria
	Fachada de casa	CASA	Cotidiano/ Aspiraciona l	Vivienda	Objeto Arquitectoni co	Exterior	Google	2	Facebook/re nta
	Fachada de casa	CASA	Cotidiano/ Aspiraciona l	Vivienda	Objeto Arquitectoni co, vegetación	Exterior	Google	3	Inmuebles 24/ Inmobiliario
	Fachada de casa	CASA	Cotidiano/ Aspiraciona l	Vivienda	Objeto Arquitectoni co, vegetación	Exterior	Google	4	Casas para contruir
	Fachada de casa	CASA	Cotidiano/ Aspiraciona l	Vivienda	Objeto Arquitectoni co, vegetación	Exterior	Google	5	Inmuebles 24/ Inmobiliario

Tabla 20 *Análisis semiótico Casa.* Fuente: Elaboración propia, imágenes Google (2025)






Análisis semiotico									
Recopilación de datos			Experiencia directa del espacio				Mediación cultural y simbólica		Circulación digital
Imagen	Descripción	Palabra asociada	Enfoque del habitar	Tipo de representación	Actores	Entorno físico	Plataforma	No.	Página
	Fotografía de conjunto habitacional	VIVIENDA	Cotidiano	Espacio colectivo	Objeto arquitectónico o secuencial	Exterior	Google	1	Código qro/ periódico
	Fachada de casa	VIVIENDA	Cotidiano	Vivienda	Objeto arquitectónico, personas	Exterior	Google	2	UNOPS
	Fotografía de conjunto habitacional	VIVIENDA	Cotidiano	Espacio colectivo	Objeto arquitectónico o secuencial	Exterior	Google	3	El economista / revista
	Fotografía de conjunto habitacional	VIVIENDA	Cotidiano	Espacio colectivo	Objeto arquitectónico o secuencial	Exterior	Google	4	El Universal Queretaro/P periódico
	Fachada de casa	VIVIENDA	Cotidiano	Vivienda	Objeto Arquitectónico, vegetación	Exterior	Google	5	Definicion.de

Tabla 21 Análisis semiótico Vivienda. Fuente: Elaboración propia, imágenes Google (2025)

Arquitectura Habitada

Análisis semiotico									
Recopilación de datos			Experiencia directa del espacio				Mediación cultural y simbólica	Circulación digital	
Imagen	Descripción	Palabra asociada	Enfoque del habitar	Tipo de representación	Actores	Entorno físico	Plataforma	No.	Página
	Fotografía arquitectónica	ARQUITECTURA	Estético	Espacio colectivo	Objeto Arquitectónico	Exterior	Pinterest	1	Curaduría de imágenes social
	Edificio propuesta arquitectónica	ARQUITECTURA	Estético	Espacio colectivo	Objeto Arquitectónico	Exterior	Pinterest	2	Curaduría de imágenes social
	Fachada de casa	ARQUITECTURA	Cotidiano	Vivienda	Objeto Arquitectónico	Exterior	Pinterest	3	Curaduría de imágenes social
	Fotografía arquitectónica	ARQUITECTURA	Estético	Vivienda	Objeto Arquitectónico	Exterior	Pinterest	4	Curaduría de imágenes social
	Fotografía arquitectónica	ARQUITECTURA	Estético	Espacio colectivo	Objeto Arquitectónico	Exterior	Pinterest	5	Curaduría de imágenes social

Tabla 22 *Análisis semiótico Arquitectura* Fuente: Elaboración propia, imágenes Pinterest (2025)



Análisis semiótico									
Recopilación de datos			Experiencia directa del espacio				Mediación cultural y simbólica	Circulación digital	
Imagen	Descripción	Palabra asociada	Enfoque del habitar	Tipo de representación	Actores	Entorno físico	Plataforma	No.	Página
	Fotografía arquitectónica	HABITAR	Estético	Espacio colectivo	Objeto Arquitectónico	Exterior	Pinterest	1	Curaduría de imágenes social
	Interior con puertas	HABITAR	Cotidiano	Vivienda	Objeto Arquitectónico	Interior	Pinterest	2	Curaduría de imágenes social
	Fachada de casa	HABITAR	Cotidiano	Vivienda	Objeto Arquitectónico, vegetación	Exterior	Pinterest	3	Curaduría de imágenes social
	interior de escuela	HABITAR	Aspiracional	Espacio colectivo	Objeto arquitectónico, personas	Exterior	Pinterest	4	Curaduría de imágenes social
	patio de casa de departamentos para adultos mayores	HABITAR	Aspiracional	Espacio colectivo	vegetación, personas interactuando	Exterior	Pinterest	5	Curaduría de imágenes social

Tabla 23 *Análisis semiótico Habitar* Fuente: Elaboración propia, imágenes Pinterest (2025)

Arquitectura Habitada






Análisis semiótico									
Recopilación de datos			Experiencia directa del espacio				Mediación cultural y simbólica		Circulación digital
Imagen	Descripción	Palabra asociada	Enfoque del habitar	Tipo de representación	Actores	Entorno físico	Plataforma	No.	Página
	Fotografía de interiores recibidor	CASA	Cotidiano/ Aspiracional	Vivienda	mobiliario, vegetación, decoración	Interior	Pinterest	1	Curaduría de imágenes social
	Fotografía de interiores sala	CASA	Cotidiano/ Aspiracional	Vivienda	mobiliario, vegetación, decoración	Interior	Pinterest	2	Curaduría de imágenes social
	Fotografía de interiores cocina con diseñadora	CASA	Cotidiano/ Aspiracional	Vivienda	mobiliario, vegetación, decoración, persona	Interior	Pinterest	3	Curaduría de imágenes social
	Fotografía de interiores sala	CASA	Cotidiano/ Aspiracional	Vivienda	mobiliario, vegetación, decoración	Interior	Pinterest	4	Curaduría de imágenes social
	Fotografía de interiores sala	CASA	Cotidiano/ Aspiracional	Vivienda	mobiliario, vegetación, decoración	Interior	Pinterest	5	Curaduría de imágenes social

Tabla 24 *Análisis semiótico Casa* Fuente: Elaboración propia, imágenes Pinterest (2025)



Análisis semiótico									
Recopilación de datos			Experiencia directa del espacio				Mediación cultural y simbólica		Circulación digital
Imagen	Descripción	Palabra asociada	Enfoque del habitar	Tipo de representación	Actores	Entorno físico	Plataforma	No.	Página
	Fotografía conjunto habitacional	VIVIENDA	Estético/cotidiano	Vivienda	Objeto Arquitectonico	Exterior	Pinterest	1	Curaduría de imágenes social
	Fachada de casa	VIVIENDA	Cotidiano/Aspiracional	Vivienda	Objeto Arquitectonico	Exterior	Pinterest	2	Curaduría de imágenes social
	Fotografía de conjunto habitacional	VIVIENDA	Estético/cotidiano	Vivienda	Objeto Arquitectonico	Exterior	Pinterest	3	Curaduría de imágenes social
	Fachada de casa	VIVIENDA	Cotidiano/Aspiracional	Vivienda	Objeto Arquitectonico	Exterior	Pinterest	4	Curaduría de imágenes social
	Fachada de casa	VIVIENDA	Estético/cotidiano	Vivienda	Objeto Arquitectonico	Exterior	Pinterest	5	Curaduría de imágenes social

Tabla 25 Análisis semiótico Vivienda Fuente: Elaboración propia, imágenes Pinterest (2025)

Fase 5: Instrumento de percepción social

El instrumento se desarrolló en línea con la intención de que alcanzara al público esperado, se optó por un diseño de tarjetas para hacer más dinámico el instrumento. La recolección de datos se llevó a cabo del 16 de julio de 2025 al 23 de octubre de 2025.



Figura 46 Pantalla de inicio de instrumento Fuente: Elaboración propia

En la segunda pantalla de la encuesta se solicita consentimiento para el uso de la información dada.

1. Obtención demográfica

Se solicito a los participantes datos como la edad, genero, lugar de residencia y ocupación con el objetico de contextualizar la procedencia de la información.

Como se puede ver en las figuras, de las 24 respuestas recibidas el 54% de los entrevistados es mujer y el 46% restante hombre, la mayor cantidad de respuestas recibidas fue por el grupo de rango de edad de 26-35 años. En cuanto a la ocupación el 79% de la muestra tiene trabajo, el 12% son estudiantes mientras que el 9% son personas retiradas.

¿Con qué género te identificas?

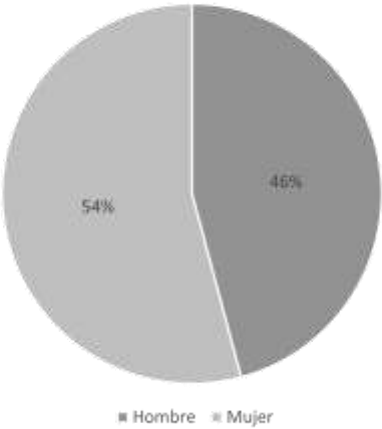


Figura 47 Datos de genero Fuente: Elaboración propia

RANGO DE EDAD

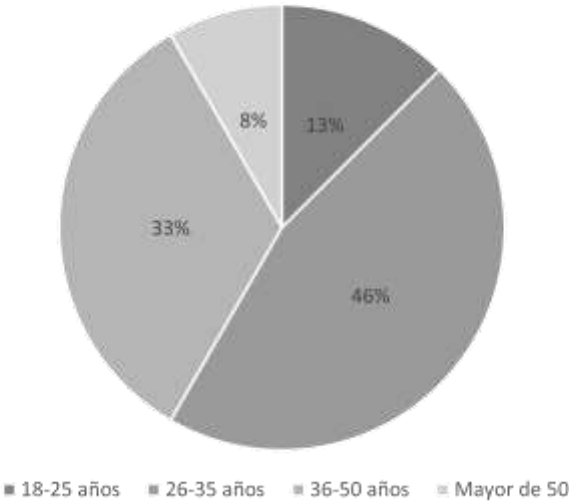


Figura 48 Rango de edad de encuesta virtual. Fuente: Elaboración propia



Figura 49 Estados con representación en la encuesta. Fuente: Elaboración propia, creado con Mapchart (2025)

Se cuenta con representación de encuestados en Aguascalientes, Campeche, Ciudad de México, Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Oaxaca, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Sonora y Tlaxcala, la representación puede verse en la figura anterior.

2. Asociación espacial

Se solicita a los participantes que indiquen en qué medida en una escala del 1-7 se relaciona con lugares cotidianos que son casa, espacio público, o trabajo, se pregunta con que capacidad de transformación de este cuentan para identificar como se relacionan y significan los espacios.

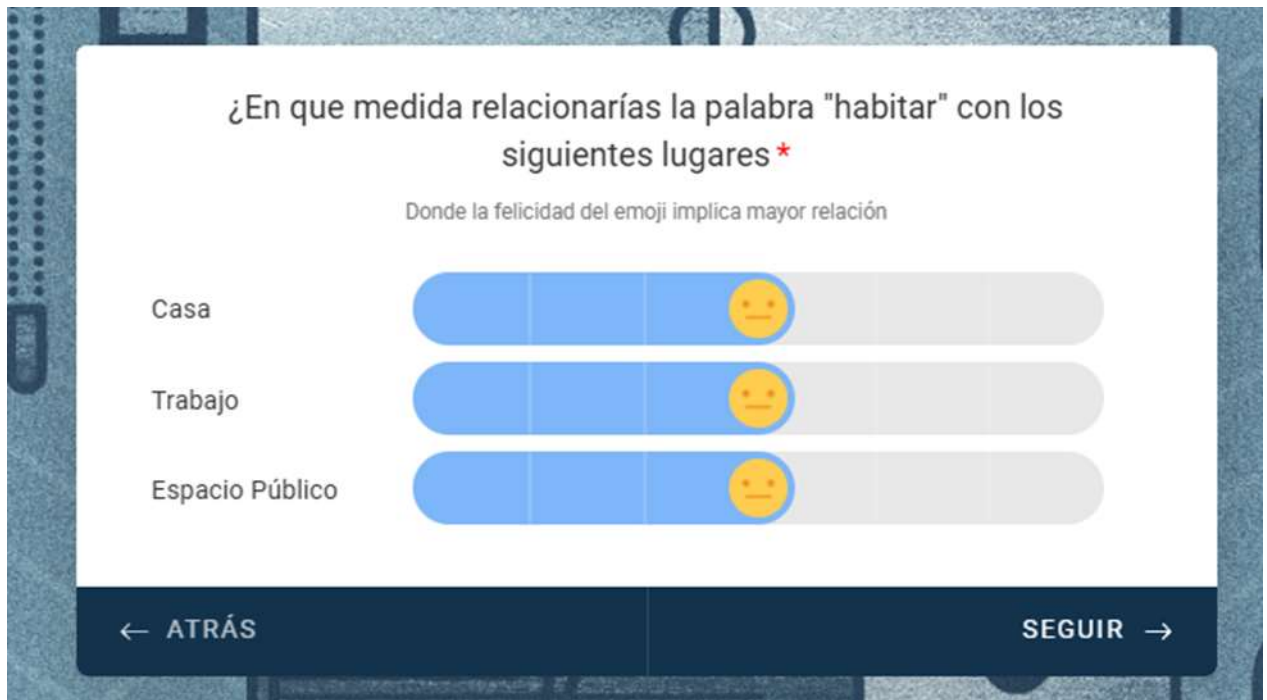


Figura 50 Pantalla de asociación espacial. Fuente: Elaboración propia

Se promediaron los resultados obtenidos y se obtuvo la siguiente tabla, donde “casa” es el lugar que las personas consideran tiene más relación con la palabra “habitar”, seguida del trabajo y el espacio público siendo la menor asociación.

Asociación espacial		
Casa	Trabajo	Espacio Público
6.33	4.37	3.87

Tabla 26 Promedio de Asociación espacial. Fuente: Elaboración propia

Tipo	Casa	Trabajo	Espacio Publico
Puedo modificarlo sin restricciones	13	3	0
Puedo modificarlo con restricciones	5	6	1
Puedo modificarlo poco	4	2	5
No puedo modificarlo	0	10	15

Tabla 27 Asociación espacial configuración Fuente: Elaboración propia

Las personas consideran que la casa es el espacio que más puede modificarse, mientras que el espacio público es considerado por la gran mayoría como no modificable.

3. Asociación verbal

Se hace uso de la técnica de redes naturales con la que se obtendrá una comparativa directa con el análisis de Google Trends, si bien la muestra elegida para este instrumento es menor puede analizarse la relación entre estas.

The image shows a digital survey interface titled "VIVIENDA" with a red asterisk. Below the title, there is a instruction: "Escribe hasta 5 palabras que relaciones con la palabra vivienda, después de escribirlas numéralas por importancia asegúrate de que cada palabra solo tenga un número seleccionado del 1 al 5". The interface features a table with five rows labeled "Palabra 1" through "Palabra 5". Each row has a text input field for the word and three radio button columns labeled "1", "2", and "3". At the bottom, there are two dark blue buttons: "← ATRÁS" and "SEGUIR →".

	ESCRIBE LA PALABRA	1	2	3
Palabra 1	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palabra 2	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palabra 3	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palabra 4	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palabra 5	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

← ATRÁS SEGUIR →

Figura 51 Asociación verbal en encuesta Fuente: Elaboración propia

Mediante el uso del programa digital SemNet (2014) se realiza el análisis de RSN y se identifican las asociaciones más cercanas a cada término. Las frecuencias de uso nos permiten identificar tendencias de su uso en la vida cotidiana. En las siguientes tablas se muestran las palabras mas repetidas por cada uno de los términos proporcionados, donde "FI" es la cantidad

Arquitectura Habitada

de veces que la palabra fue repetida entre los encuestados. “FE” la cantidad de categorías en las que se incluyó la palabra.

ARQUITECTURA			CASA			HABITAR			VIVIENDA		
FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI	FE	Definidor	FI
1	DISEÑO	10	2	FAMILIA	14	2	VIVIR	7	2	COMODIDAD	7
2	CONSTRUCCION	5	2	DESCANSO	4	3	CASA	5	2	FAMILIA	9
1	ARQUITECTO	5	2	HOGAR	6	1	CONVIVIR	3	3	CASA	8
1	ESTILO	3	2	COMODIDAD	4	1	USAR	2	2	REFUGIO	4
1	DINERO	2	2	TRANQUILIDAD	3	1	INTERACTUAR	2	2	HOGAR	8
1	SUSTENTABLE	2	1	TELEVISION	2	1	CONVIVENCIA	2	2	SEGURIDAD	7
3	CASA	2	2	REFUGIO	3	1	ESTAR	3	2	CONSTRUCCION	3
1	ESTRUCTURAS	2	2	SEGURIDAD	3	1	INTERACCION	1	2	DESCANSO	3
1	ESPACIOS	2	1	JARDIN	3	1	PERTENENCIA	2	2	TRANQUILIDAD	3
1	HISTORIA	2	2	VIVIR	1	1	CAMBIANTE	1	1	RENTA	2
J = 57			J = 57			J = 52			J = 49		
G = 1.7			G = 2.1			G = .8			G = 1		

Tabla 28 Frecuencia de palabras similares. Fuente: Elaboración propia usando SemNet (2014)

En la siguiente tabla se encuentra un resumen de resultados, donde se consideraron 23 diferentes respuestas, para los 4 conceptos estímulo proporcionados. Se recibieron un total de 357 diferentes palabras. De las cinco palabras dadas, se recibió un promedio de 3.9 palabras por personas. Sin embargo, cada uno de los conceptos tiene diferente promedio, la palabra que mas definiciones recibió fue “vivienda”.

Total Conceptos	4	Def. x Concep.	89	Conceptos Diferentes	29
Total Alumnos	23.0	Def. x Alum.	15.5	Conceptos Comunes	10(21)
Total Definidores	357	Def. x Alum.x Concep	3.9	Conceptos Libres	19

Tabla 29 Resumen de datos. Fuente: Elaboración propia usando SemNet (2014)

4. Asociación visual

	HABITAR				
GOOGLE	22	19	16	18	19
Pinterest	2	5	8	6	5

Tabla 30 Selección de imágenes Habitar. Fuente: Elaboración propia

	VIVIENDA				
GOOGLE	21	17	8	11	13
Pinterest	3	7	16	13	11

Tabla 31 Selección de imágenes Vivienda. Fuente: Elaboración propia

	CASA				
GOOGLE	8	5	9	6	6
Pinterest	16	19	15	18	18

Tabla 32 Selección de imágenes Casa. Fuente: Elaboración propia

	ARQUITECTURA				
GOOGLE	20	14	20	13	15
Pinterest	4	10	4	11	9

Tabla 33 Selección de imágenes Arquitectura. Fuente: Elaboración propia

Las asociaciones visuales nos permiten establecer comparativas del resultado obtenido de la selección de imágenes. Y se observa como en todas las categorías excepto en la palabra “Casa” los resultados dados por Google son los que resultan más aproximados a lo que las personas perciben, las imágenes del resultado “casa”, en Google son relacionadas a su relación como objeto de consumo, en Pinterest el término se maneja más hacia la cotidianidad presentada en la actividad del habitar, se ve una gran tendencia por los interiores y los resultados de diseño interior, y decoración son los más relacionados.

5. Asociación digital

Las dinámicas de consumo en internet muchas veces esta influenciada por agentes del entorno físico de las personas, sin embargo, el estímulo primordial es el entorno digital. Las búsquedas generales son más comunes que las búsquedas específicas dentro de las plataformas, lo que permite al usuario buscar a través de diversos resultados, de diferentes fuentes.

Consulta de cambios en el espacio	
Cantidad	Medio
21	Internet
10	Familia
10	Amigos
8	Diseñadores
6	Compañeros de vivienda
6	Películas o series
3	Arquitectos
3	Otros
2	Libros
1	Vecinos

Tabla 34 Asociación digital medios Fuente: Elaboración propia

Páginas o sitios usados en búsqueda por Internet	
Cantidad	Medio
9	Tik Tok
14	Google
4	YouTube
11	Pinterest
2	Blogs relacionados con diseño
6	Instagram
13	Facebook

1	No uso internet
1	Divisare
1	Páginas de tiendas

Tabla 35 Asociación digitales, medios digitales. Fuente: Elaboración propia

Discusión

Los resultados presentados permiten identificar patrones, recurrencias y diferencias en la manera en la que los conceptos de “arquitectura”, “habitar”, “vivienda”, “casa”, se representan y asocian dentro del entorno digital.

En este apartado se pretende interpretar los resultados bajo el marco teórico, con el fin de analizar como estos resultados se relacionan con los imaginarios y representaciones sociales.

Tendencias de búsquedas

A partir del análisis de tendencias de búsqueda, contenidos de la pantalla de resultados y asociaciones semánticas de las personas se identifican patrones consistentes que evidencian una diferenciación conceptual entre los términos analizados.

En el análisis de Google Trends se mostró que el término arquitectura es el más profundo semánticamente hablando, se asocia principalmente a un tipo de contenido; el disciplinar. Las búsquedas están enfocadas en la formación y la profesión de la arquitectura, las búsquedas relacionadas siguen la misma línea.

Por el contrario, el término “habitar” presentó una profundidad semántica mucho menor, y no es un término usado comúnmente en las búsquedas de información. Dicho resultado coincide con los planteamientos de Heidegger (2015) y Lefebvre (2013) que conciben el habitar más como una condición existencial y una práctica social en lugar de un objeto técnico.

Con el termino “casa” las búsquedas relacionadas están directamente relacionadas al mercado inmobiliario y discursos aspiracionales, las búsquedas relacionadas están homogenizadas a lo largo del país. La “vivienda” en cambio está relacionada a instituciones, programas gubernamentales y acciones sociales.

En conjunto, los resultados del análisis de Google Trends evidencian diferencias claras en la distribución territorial y en el interés relativo asociado a cada uno de los términos analizados.

Análisis de discurso SERP textual y visual

El análisis del SERP de Google nos permitió profundizar en estas diferencias, al evidenciar como los títulos, descripciones e imágenes refuerzan sentidos específicos para cada termino.

El contenido elaborado por instituciones, tiene más probabilidades a ser mostrado por la construcción específica del sitio, y el uso de los motores semánticos con los que Google jerarquiza las páginas y muestra resultados

Las búsquedas concuerdan con las tendencias analizadas, se ve similitud entre los diferentes tipos de análisis. La búsqueda del término “arquitectura” devuelve representaciones principalmente de enfoque disciplinar educativo, aparecen también con frecuencia resultados relacionados a la historia.

La búsqueda de “habitar” está compuesta principalmente por contenido disciplinar de reflexión, lo que sugiere que es un tema que la academia tiene presente, por lo que la recirculación del contenido creado empieza a cambiar la narrativa sobre el habitar.

Los resultados de búsqueda, tanto en los resultados textuales como en los visuales, la vivienda/casa es presentada como un producto, esta representación refuerza la noción de la vivienda como mercancía, y tal como es señalado por algunos autores (Harvey, 2013) confirma que existe una separación entre el acto de habitar y el objeto vivienda en el imaginario digital.

La pantalla de resultado de búsqueda en Google no es un espacio neutral sino un entorno estructurado que combina dimensiones textuales, visuales, y conceptuales, jerarquizadas mediante decisiones algorítmicas. Su análisis resultó relevante para esta investigación por que permitió observar cómo se presentan, priorizan y producen los contenidos y sus significados en el espacio digital.

Se aprecia el uso que las personas le dan a internet tiene una gran influencia, las personas que utilizan Internet para comunicación y redes sociales tienden a estar más expuestas a contenidos visuales, narrativas breves y replantaciones mediadas por algoritmos, mientras que quienes priorizan la búsqueda de información, la lectura de contenido académico, interactúan con contenido más estructurado y discurso especializado. Estas diferencias influyen directamente en que lo buscado es comprendido, asociado y jerarquizado simbólicamente.

Una vez que conocemos el uso que las personas le dan al Internet permite situar a las personas como actores activos dentro de los ecosistemas digitales, capaces de interactuar con las plataformas, generar contenido, tomar decisiones económicas y relacionarse con instituciones, Esta multiplicidad de usos refuerza la idea de que los imaginarios sociales construidos en internet no son resultado de una exposición pasiva, sino de una interacción constante entre prácticas, necesidades y contextos de uso.

Instrumento de percepción

Finalmente, los resultados obtenidos de la encuesta confirmo varios puntos y ayudan a complementar la información que se posee. La muestra refleja los datos de consumo de Internet en México proporcionados por el INEGI (2025). Tanto en grupo de edad como la representación por género.

Si bien los resultados obtenidos en Google respecto a la vivienda, son principalmente orientados al consumo, la asociación espacial nos indica como la casa sigue siendo el núcleo de la habitabilidad de las personas, permitiendo a las personas crear sentido de pertenencia e identificación inicial.

Con ayuda de la técnica de redes semánticas se nos proporciona un visión de los individuos individuales que nos ayudó a interpretar los demás conjuntos de datos,

Las asociaciones verbales y visuales del instrumento, mostraron que los participantes tienen una fuerte vinculación del habitar con la casa y esta con el hogar, la familia y experiencias de lo cotidiano. La arquitectura está directamente asociada con la profesión.

El instrumento también nos muestra el proceso de como las personas suelen encontrar y buscar la información, el proceso es claro y se puede observar como las búsquedas en internet funcionan como una extensión de los procesos cognitivos y simbólicos que son generados colectivamente.

Podemos concluir que el entorno digital no solo refleja, sino que reproduce y amplifica imaginarios sociales existentes de la arquitectura habitada.

Enfoque del habitar

El enfoque que los imaginarios muestran dentro del entorno digital es de carácter aspiracional y estético, las representaciones enfatizan al objeto arquitectónico como un producto de consumo, dejando en segundo lugar las dinámicas de uso, adaptación y apropiación del espacio. Algunas de las plataformas permiten explorar más este lado sin embargo dentro del imaginario social ya se han arraigado imaginarios pertenecientes a la estética de la contemporaneidad.

Este enfoque contribuye a la construcción de un imaginario social que vincula la arquitectura con ideales de estilo de vida, más que con prácticas cotidianas, teniendo una influencia en la modificación del entorno físico.

Narrativas simbólicas predominantes

Las narrativas simbólicas identificadas giran en torno a conceptos aspiracionales de estilos de vida, la arquitectura presentada como un objeto de consumo, transformándose en un medio para alcanzar determinados valores sociales, reforzando su carácter simbólico como determinante de identidad.

Estas narrativas se alinean con los procesos de homogenización cultural, donde ciertos modelos arquitectónicos se reproducen de manera recurrente, independientemente de su contexto local.

Actores de la producción de imaginarios

El análisis evidencia, que una gran parte del contenido es producido por actores dentro de la disciplina, como diseñadores, empresas inmobiliarias e instituciones públicas y académicas, que generan contenido, la participación de usuarios no especializados es menor y cuando ocurre, suele reproducir los mismos esquemas visuales y discursivos presentes en el contenido ya generado. El papel de observadores cada vez es menor con la facilidad de pasar al lado del productor de contenido, ya que la simple interacción o reacción en las plataformas digitales representan una modificación a este y contribuyendo a la construcción de imaginarios.

En conjunto los resultados muestran que el imaginario social de la arquitectura habitada en México se construye principalmente a partir de representaciones visuales idealizadas, producidas y difundidas por actores profesionales, mediadas por las plataformas digitales que privilegian contenidos específicos por encima de otros. Estas representaciones contribuyen a la

visión homogénea y aspiracional del habitar, que influye en el imaginario social de la arquitectura habitada.

Conclusiones

Esta investigación tuvo como objetivo identificar las características que construyen los imaginarios sociales, a partir del estudio de búsquedas en internet, contenidos visuales y asociaciones semánticas de los usuarios de Internet. Los resultados obtenidos permiten concluir que los conceptos de, habitar, casa, vivienda y arquitectura, aunque relacionados, operan como representaciones sociales diferenciadas tanto en el discurso digital como en el imaginario social.

Se concluye que la arquitectura se configura principalmente como una disciplina profesional y un campo especializado, asociado a la producción formal del espacio construido con un fuerte énfasis en el ámbito académico. La casa, ha pasado a ser un objeto de consumo en el entorno digital y esto cada vez es más visible dentro de los entornos físicos. Lo que confirma como los entornos digitales son entornos de construcción, intercambio y validación de representaciones colectivas que no son espacios neutros, sino escenarios y actores activos en la circulación del contenido. Las jerarquías de visibilidad presentadas en los SERPS influyen en la manera en la que la arquitectura habitada es experimentada.

La investigación empleó herramientas digitales como Google Trends y el análisis de SERPS como aproximaciones actuales a las técnicas clásicas de investigación cualitativa como lo es la técnica de redes sociales naturales, permitieron captar tendencias generales masivas contra las percepciones individuales lo que fortaleció la validez del análisis realizado. Este uso confirma que analizar la arquitectura bajo los imaginarios sociales es un camino pertinente para ampliar la comprensión del habitar actual así como de la condición disciplinar.

Esta investigación confirma que existe una confrontación entre lo que las personas entienden por arquitectura y el habitar de los espacios con lo que profesionistas en el diseño hacen, la información obtenida en internet es buscada de diversas maneras y el contenido respecto a arquitectura esta creado por personas en el campo del diseño para personas en este mismo

campo, lo que hace que el alcance sea menor y que las fuentes de información sobre espacio sean en su mayor parte construcciones pasivas, que no son entendidas desde su conceptualización. La interacción social en internet no solo refleja sino también moldea constante e ininterrumpidamente los imaginarios con una perspectiva global.

El entono digital es un nuevo puente entre la memoria, y el espacio físico, que son un reflejo de las aspiraciones actuales y al mismo tiempo se está convirtiendo en un lugar que convive activamente con el espacio físico.

Explorar la interrogante que guía esta investigación implica reconocer que los imaginarios sociales lejos de ser homogéneos están moldeados por experiencias, emociones y representaciones mediáticas.

La aproximación de esta investigación busca ofrecer información que fortalezca el dialogo entre la profesión y la sociedad, promoviendo una producción de representaciones sociales y discursivas más sensibles a los significados, experiencias y practicas cotidianas de quienes habitan los espacios.

La presente investigación se centró en el análisis de representaciones digitales en el contexto mexicano, usando como principal fuente de información los motores de búsqueda más usados en el país. En este sentido los resultados permiten la caracterización de las tendencias del periodo de tiempo usado (2024), pero sin pretender establecer generalizaciones absolutas sobre la totalidad de las percepciones sociales existentes.

La investigación aporta una aproximación metodológica replicable para futuros estudios interesados en analizar la relación entre arquitectura, cultura digital y producción simbólica dentro de otros contextos geográficos, temporales, o en diferentes plataformas digitales.

No obstante, cabe establecer que la investigación presenta limitaciones en cuanto a contenidos producidos y temporales. La investigación se enfocó en el análisis de contenido de acceso público, lo que excluye representaciones que circulan en entornos privados. La naturaleza cambiante y dinámica del entono digital implica que los resultados reflejen un momento específico en el tiempo, por lo que los imaginarios identificados pueden transformarse conforme evolucionan las plataformas, algoritmos y practicas sociales.

Así mismo, aunque se consideraron diferentes tipos de representaciones, actores y escenarios, estos pueden cambiar dependiendo de la plataforma sobre la que se haga el estudio. Tampoco se profundizó en las narrativas individuales, lo que podría enriquecer la comprensión de las percepciones del habitar. Estas limitaciones abren la posibilidad de futuras investigaciones que profundicen en el estudio del entorno digital, así como comparar resultados con otros contextos culturales o plataformas digitales.

Bibliografía

- Adams, R. N. (1983). *Energía y estructura: Una teoría del poder social*. Fondo de Cultura Económica.
- Alexander, C. (1979). *The timeless way of building* (8th printing). Oxford Univ. Pr.
- Bates, M. J. (1989). The design of browsing and berrypicking techniques for the online search interface. *Online Review*, 13(5), 407–424. <https://doi.org/10.1108/eb024320>
- Belinsky, J. (2007). *Lo imaginario: Un estudio* (1. ed). Nueva Vision.
- Berners- Lee, T. (2000). *Tejiendo la red: El inventor del World Wide Web nos descubre su origen*. Siglo Veintiuno de España Editores.
- Cabrera, D. H. (2006). *Lo tecnológico lo imaginario: Las nuevas tecnologías como creencias y esperanzas colectivas* (1. ed). Ed. Biblos.
- Campos Medina, L. A., & Alvarez Bové, R. A. (2015). La mecánica de producción de los imaginarios urbanos: Dos ejemplos de investigación para el caso de Santiago de Chile. *Revista de Urbanismo*, (33), 87–103. <https://doi.org/10.5354/0717-5051.2015.35879>
- Carrasco Gallegos, B. V., & Yanes Ordiales, G. (2009). Morfogénesis de una ciudad turística: Los lenguajes arquitectónicos desde el imaginario internacional de lo mexicano. *5th International Conference Virtual City and Territory, Barcelona, 2,3 and 4 June 2009*, 825–838. <https://doi.org/10.5821/ctv.7605>
- Carvalho, P. H. V., & Albino, B. (2024). Do voo do pássaro ao olhar debruçado: O virtual como método. *V!RUS Journal*, 1(28), 79–89. <https://doi.org/10.11606/2175-974x.virus.v28.229590>

- Castells, M. (2000). *La era de la Información: Economía, sociedad y cultura* (C. Martínez Gimeno & J. Alborés, Trads.; 2da edición, Vol. 1). Alianza.
- Castoriadis, C. (2013). *La institución imaginaria de la sociedad*. Tusquets Editores S.A.
- Cegarra, J. (2012). Fundamentos Teórico Epistemológicos de los Imaginarios Sociales. *Cinta de Moebio*, (43), 01–13. <https://doi.org/10.4067/S0717-554X2012000100001>
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (Third edition). Sage.
- De Alba, M. (2006). Experiencia urbana e imágenes colectivas de la Ciudad de México / Urban Experience and Collective Images in Mexico City. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 21(3), 663. <https://doi.org/10.24201/edu.v21i3.1244>
- Durkheim, É. (2012). *Las formas elementales de la vida religiosa: El sistema totémico en Australia (y otros escritos sobre religión y conocimiento)* (H. Vera, J. Galindo, & J. P. Vázquez, Eds.; J. H. Ruiz Rivas, Trad.; 1a ed. en español (FCE)). Fondo de Cultura Económica.
- Eco, Umberto. (2011). *La estructura ausente*. Debolsillo.
- Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de la información en los hogares (ENDUTIH)* (No. 9/25; p. 24). (2025). INEGI. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2025/endutih/ENDUTIH_24_RR.pdf
- Flores-Gutiérrez, A. (2016). *Fenómeno arquitectónico, proceso de diseño y complejidad humana: Propuesta de re-conceptualización*. Universidad Nacional Autónoma de México.

- García Figueroa, J. (1981). Una aproximación al problema del significado: Las redes Semánticas. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 13(3), 447–458.
- Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas* (A. Bixio, Trad.). Gedisa Editorial.
- Giglia, A. (2012). *El habitar y la cultura: Perspectivas teóricas y de investigación* (1ª ed). Anthropos Universidad Autónoma Metropolitana, División de Ciencias Sociales y Humanidades.
- Girola, L. (2012). REPRESENTACIONES E IMAGINARIOS SOCIALES Tendencias recientes en la investigación. En *Tratado de metodología de las ciencias sociales: Perspectivas Actuales* (1ra edición, pp. 402–431). Universidad Autónoma Metropolitana.
- Google. (2008). *Google Trends* [Software]. Google.
<https://trends.google.es/trends?geo=MX&hl=es>
- Harvey, D. (2013). *Ciudades rebeldes: Del derecho de la ciudad a la revolución urbana*. Ediciones Akal.
- Heidegger, M. (2015). *Construir Habitar Pensar: = Bauen Wohnen Denken*. laOficina.
- Hernández Sampieri, R., & Fernández-Collado, C. F. (2014). *Metodología de la investigación* (P. Baptista Lucio, Ed.; Sexta edición). McGraw-Hill Education.
- Highfield, T., & Leaver, T. (2016). Instagrammatics and digital methods: Studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji. *Communication Research and Practice*, 2(1), 47–62. <https://doi.org/10.1080/22041451.2016.1155332>
- Jacobs, J. (with Muxí, Z.). (2011). *Muerte y vida de las grandes ciudades* (Á. Abad & A. Useros, Trads.; 1a. edición en Capitán Swing Libros). Capitán Swing Libros.

- Jenkins, H. (2015). *Cultura Transmedia: La Creación de Contenido y Valor en una Cultura en Red* (1st ed). Gedisa, Editorial, S.A.
- Kelly, D., & Azzopardi, L. (2015). How many results per page?: A Study of SERP Size, Search Behavior and User Experience. *Proceedings of the 38th International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval*, 183–192. <https://doi.org/10.1145/2766462.2767732>
- Leach, E. R. (2012). *Culture & communication: The logic by which symbols are connected: an introduction to the use of structuralist analysis in social anthropology*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511607684>
- Lefebvre, H. (with Martínez Gutiérrez, E., & Martínez Lorea, I.). (2013). *La producción del espacio* (1ª ed). Capitán Swing.
- Lewandowski, D. (2008). Search engine user behaviour: How can users be guided to quality content? *Information Services and Use*, 28(3–4), 261–268. <https://doi.org/10.3233/ISU-2008-0583>
- Manovitch, L. (2001). *The language of new media*. the MIT press.
- Marchionini, G. (1995). *Information Seeking in Electronic Environments* (1a ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511626388>
- McLuhan, M. (1988). *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*. Ediciones Paidós.
- Norberg-Schulz, C. (2023). *Concepto de HABITAR* (J. Sainz Avia, Trad.). Reverté.
- Norberg-Schulz, C. (2024). *Genius loci: Paisaje, ambiente y arquitectura*. Reverté.
- Pallasmaa, J. (2014). *Los ojos de la piel: La arquitectura y los sentidos* (Segunda edición ampliada). Editorial Gustavo Gili.

- Pan, B., Hembrooke, H., Joachims, T., Lorigo, L., Gay, G., & Granka, L. (2007). In Google We Trust: Users' Decisions on Rank, Position, and Relevance. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(3), 801–823. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00351.x>
- Raiter, A. (2002). Representaciones sociales. En *Representaciones Sociales*. Eudeba, Ed. Univ. de Buenos Aires.
- Reyes Lagunes, I. (1993). Las redes semánticas naturales, su conceptualización y su uso en la construcción de instrumentos. *Revista de Psicología Social y Personalidad*, 9(1), 87–97.
- Rose, G. C. (2001). *Visual methodologies: An introduction to the interpretation of visual materials*. Sage.
- Sanchez Miranda, M. P., De la Garza González, A., & López Ramírez, E. O. (2014). *SemNet* (Versión 1.10) [Software].
- Valdez Medina, J. L. (2005). *Las redes semánticas naturales, usos y aplicaciones en psicología social* (4a ed). Universidad Autónoma del Estado de México.
- Valera, R. (1997). Cultura y comportamiento. *Alteridades*, 7(13), 47–52.
- Van Dijck, J. (with Salas, H.). (2016). *La Cultura de la Conectividad: Una Historia Crítica de Las Redes Sociales*. Siglo XXI Editores.
- Wilson, T. D. (1981). ON USER STUDIES AND INFORMATION NEEDS. *Journal of Documentation*, 37(1), 3–15. <https://doi.org/10.1108/eb026702>
- Wilson, T. D. (1999). Models in information behaviour research. *Journal of Documentation*, 55(3), 249–270. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000007145>
- Zamudio Vega, L. S. (2011). Los imaginarios en la percepción de los lugares turísticos. *Imagonautas: revista Interdisciplinaria sobre imaginarios sociales*, 1(2), 114–137.

- Zubieta Davezies, S. (2023). Apuntes para una sociología de los imaginarios tecnológicos en Arquitectura. En *Lo tecnológico lo imaginario: Las nuevas tecnologías como creencias y esperanzas colectivas* (1ra edición). UPAEP-USC.
- Zuboff, S. (2020). *La era del capitalismo de la vigilancia: La lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder* (A. Santos Mosquera, Trad.). Ediciones Paidós.
- Zumthor, P. (2006). *Atmósferas: Entornos arquitectónicos - las cosas a mi alrededor*. Gustavo Gili.

Anexos

Tabla de producción de contenido en México 2024 “ARQUITECTURA”

Búsquedas Google (Producción)												
ARQUITECTURA	Región	México	resultados para	Santiago de Querétaro	periodo de búsqueda	1-01-24 / 31-12-24	el término aparece en	cualquier hilo de la página	formato	¿Para quién está producido?	búsqueda personalizada	Interacción / respuesta
Título de búsqueda	Fragmento	Imagen	Descripción de imagen	Tipo de pagina de publicación	Fecha de publicación	LINK	Tipo autor	Nombre	Contenido		Medios de interacción	
¿Que es la arquitectura y para que sirve?	La arquitectura es una combinación de arte, Ciencia y creatividad que da forma a los espacios donde vivimos y trabajamos. Cada diseño, sencillo o imponente ...	NO	NA	Página de Universidad	16/12/2024	https://mexico.unir.net/noticias/?ingenta-que-es-arquitectura/	Institucional	No proporcionado	Blog	Posibles estudiantes/Públi co general	Área de contacto	Sin interacción disponible
Arquitectura interior como punto de partida	Este libro nació con la intención de crear una referencia bibliográfica de consulta sobre conceptos fundamentales de arquitectura interior , que lleva de ... <i>MKS490/00</i>	SI	Portada de libro	Tienda en línea de Universidad	14/09/2024	http://www.libros.unam.mx/catalog-uctura-interior-como-punto-de-partida-9786073909209-lbro.html	Institucional	No proporcionado	Tienda en Línea	Público general	Compra	Sin interacción disponible
Arquitectura y Urbanismo: futuro de las ciudades - Blog UVM	Describe cómo la arquitectura y el urbanismo transforman ciudades , mejoran la calidad de vida y crean espacios funcionales, estéticos y sostenibles	SI	Vista aérea de profesionista trabajando en planos arquitectónicos	Página de Universidad	16/12/2024	https://blog.uvm.mx/diferencia-entre-arquitectura-y-urbanismo	Institucional	No proporcionado	Blog	Posibles estudiantes/Públi co general	Área de contacto	Sin interacción disponible
Guía completa sobre la carrera de arquitectura	La carrera de Arquitectura se centra en formar profesionales capaces de diseñar y construir espacios funcionales y estéticos, enfocados en mejorar la calidad de ...	SI	Dos profesionistas mujeres revisando proyecto en otra se van trabajadores en parte de arts	Página de Universidad	21/11/2024	https://mexico.unir.net/noticias/?ingenta/carrera-arquitectura/	Institucional	No proporcionado	Blog	Posibles estudiantes	Área de contacto	Sin interacción disponible
Arquitectura: ¿Licenciatura o ingeniería? Aquí te decimos	La arquitectura se enfoca en el diseño y la estética , y la ingeniería civil en: Campo laboral de la arquitectura. Los arquitectos tienen un amplio ...	SI	Vista aerea de manos de profesionista haciendo planos arquitectonicos	Página de Universidad	18/06/2024	https://humanitas.edu.mx/blog/cadenmo/licenciatura-arquitectura-publica-ingenieria-o-ingenieria-de-dicimos	Institucional	Carolina Reyes Martínez	Blog	Posibles estudiantes	Sección de comentarios	1 comentario solicitando información
Arquitectura pública para la transformación: premios y... reconocimientos	Se refiere a una forma, visión y práctica arquitectónica que tiene como objetivo principal tratar de resolver problemas y necesidades sociales por medio del...	SI	Fotografía de parque con jóvenes haciendo uso de las instalaciones	Página de gobierno	28/08/2024	https://www.gob.mx/seclatu/doc-umentos/arquitectura-publica-para-la-transformacion-premios-y-reconocimientos	Institucional	Secretaría de desarrollo agrario, Territorial y Urbano	Presentación de publicación	Profesionales/Pu blico general/ Personas de región	Encuesta de Satisfacción /Descarga de documento	Sin interacción disponible
Historia natural de la arquitectura, de Philippe Rahm	¿Es posible que la necesidad de mantener nuestro cuerpo a 37 C sea la razón del nacimiento de la arquitectura ? En esta brillante historia de la arquitectura ... <i>MKS1/029/00, 1h 10:56</i>	SI	Portada de libro	Tienda en línea de editorial	20/09/2024	https://editorialg.com.mx/historia-natural-arquitectura-rahm.html	Institucional	No proporcionado	Tienda en Línea	Público general	Compra / Opinión	Sin interacción disponible
Arquitectura	Gestión de proyectos de arquitectura y construcción . Diseño de proyectos Arquitectónicos: construcción, difusión, arquitectura efímera y otros.	NO	NA	Página de Universidad	01/08/2024	https://centro.edu.mx/arquitectur-ru/	Institucional	No proporcionado	Oferta académica	Posibles estudiantes	Área de contacto	Sin interacción disponible
Lo que debes saber si vas a estudiar arquitectura	La arquitectura es más que solo diseñar edificios . Es el arte y la ciencia de diseñar espacios que afectan la manera en que las personas viven e interactúan. La ...	NO	NA	Página de Universidad	21/10/2024	https://blog.uvm.mx/lo-que-debes-saber-si-vas-a-estudiar-arquitectura-entrevista-manuel-ramirez-group-think-arquitectos	Institucional	Mila Comins	Blog	Posibles estudiantes	Área de contacto	Sin interacción disponible
Licenciatura en Arquitectura Aníbaluc Querétaro	Convierte en arquitecto con nuestro plan de estudios impartido por profesores líderes en la industria y vinculación con las mejores empresas. Conoce más.	SI	Collage de dos fotografías con estudiantes de la carrera	Página de Universidad	05/01/2024	https://queretaro.anibaluc.mx/le-encuentras/licenciatura-en-arquitectura	Institucional	No proporcionado	Oferta académica	Posibles estudiantes	Área de contacto	Sin interacción disponible

Tabla de producción de contenido en México 2024 “VIVIENDA”

Búsquedas Google (Producción)												
VIVIENDA	Región	México	resultados	Sanjago de	periodo de	LINK	el término	cuálquier	formato	¿Para	búsqueda	Interacción /
Título de búsqueda	Fragmento	Imagen	Descripción	Tipo de	Fecha de	LINK	aparece en	hablo de	Contenido	quién	personalizada	respuesta
			de imagen	página de	publicación		la			está		
Departamento de vivienda Querétaro - Gob MX	Departamento de Vivienda Querétaro	NO	NA	Página de gobierno	13-jun-24	https://www.gob.mx/forysta/acciones-y-programas/departamento-de-vivienda-en-el-estado-de-queretaro	Institucional	Frente de la vivienda del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado	Decreto	Público general	Página de contacto, dirección, horarios, teléfonos, y persona responsable/ encuesta de satisfacción	Sin interacción disponible
Informe de Avances del Sector vivienda	Siendo el propósito fundamental de la Política Nacional de Vivienda garantizar el derecho humano a la vivienda adecuada y abatir el rezago, el presente ...	NO	NA	Página de gobierno	05-sep-24	https://www.gob.mx/cedatav/doc/impreso/informe-de-avances-del-sector-de-vivienda	Institucional	Secretaría de desarrollo agrario, Territorial y Urbano	Presentación de publicación	Público general	Encuesta de Satisfacción / Descarga de documento	Sin interacción disponible
Vivienda y la propuesta del presidente - REVISTA CAMAÑA	Se propone la posibilidad de que el Infomavit construya vivienda , de que se ofrezca a los trabajadores la alternativa de la renta, con opción a compra, y que ...	NO	NA	Página de gobierno	15-feb-24	https://comunicacionsocial.dgpiat/ados.gob.mx/revista/index.php/p/tema/tema-vivienda-y-la-propuesta-del-presidente	Institucional	No proporcionado	Blog	Público general		
Ezequiel Montes se suma al Programa Nacional...	El programa está dirigido a personas no derechohabientes con ingresos entre uno y dos salarios mínimos. La secretaria del bienestar iniciará un censo casa por...	NO	NA	Página de gobierno	27-jun-24	https://ezequielmontes.gob.mx/index.php/categorias/prensa/entradas-de-apoyos-sociales-y-programas/ezequiel-montes-se-suma-al-programa-nacional-de-vivienda-por-el-bienestar	Institucional	No proporcionado	Blog	Público general	Pic de página contacto	Sin interacción disponible
Reforma constitucional en materia de vivienda crea...	Nota No. 511 Reforma constitucional en materia de vivienda creará opciones accesibles para que personas trabajadoras materialicen su derecho en la materia ...	NO	NA	Página de gobierno	20-oct-24	https://comunicacionsocial.dgpiat/ados.gob.mx/index.php/mesa/permanencia-constitucional-en-materia-de-vivienda-crea-opciones-accesibles-para-que-personas-trabajadoras-materialicen-su-derecho-en-la-materia-de-bienes-públicos		No proporcionado				
Política Nacional de Vivienda- SNIV	Reforma al Art. 4 Constitucional: Toda familia tiene derecho a disfrutar de una vivienda digna y decorosa. 1983. Creación Programa Presupuestario PIV05 ...	NO	NA	Página de gobierno	27-jun-24	https://sniv.sedatav.gob.mx/PPV/Política	Institucional	No proporcionado	Blog	Público general	Descarga de documento	Sin interacción disponible
Habitat y comprender la vivienda y el habitat desde una ...	Este libro aborda las formas en que diferentes mujeres y colectivos habitan y rehíben el cotidiano vivienda, habitat y ciudad desde una perspectiva de género y...	NO	NA	Tienda en línea de Universidad	13-dic-24	https://librosdepartamentodesociologia.iz.um.mx/index.php/pds/catalog/book/16	Institucional	No proporcionado	Tienda en Línea	Público general	Compra	Sin interacción disponible
Vivienda	El Programa busca lograr una vivienda adecuada y un acceso justo al habitat partiendo del análisis de la planeación y	NO	NA	Página de gobierno	18-abr-24	https://sectatruaypromocion/aces-vivienda	Institucional	No proporcionado	Blog	Público general	Área de contacto	Sin interacción disponible
Por una Mejor Vivienda beneficiaria mas de 100 mil ...	El Programa Por una Mejor Vivienda otorga apoyos económicos a las familias para que ellas mismas decidan las obras de mejoramiento de sus casas para ello...	NO	NA	Página de gobierno	18-jul-24	https://programasparabienestar.gob.mx/por-una-mejor-vivienda/beneficiaria-mas-de-100-mil-habitantes-del-umov	Institucional	No proporcionado	Blog	Público general	Logos redes sociales	Sin interacción disponible
La vivienda uso, habituro y transferencia generacional	La vivienda es el espacio físico donde se desarrolla la interacción más básica en la que se forja el ser humano la familia. A pesar de su trascendencia en ...	NO	NA	Tienda en línea	11-sep-24	https://libros.comex.mx/tienda/la-vivienda-uso-usufructo-y-transferencia-generacional/	Institucional	No proporcionado	Tienda en Línea	Público general	Compra	

Tabla de producción de contenido en México 2024 “CASA”

CASA	Región	México	resultados para	Sábado de Querétaro	periodo de búsqueda	Búsquedas Google (Producción)	el término aparece en la página	cualquier lado de	formato	cualquiera	búsqueda personalizada
Título de búsqueda	Fragmento	Imagen	Descripción de imagen	Tipo de publicación	Fecha de publicación	LINK	Tipo autor	Nombre	Contenido	¿Para quién está producido?	Medios de interacción
Casa de cultura - Cayetano Rubio	Casa de cultura Cayetano Rubio; Sumérgete en la rica cultura de Oro con nuestras casas de cultura.	SI	Fotografía de fachada	Página de gobierno	No especificado	https://muniprodqueretaro.gob.mx/secreta/mas-secreta-m-de-cultura-casas-de-cultura/cayetano-rubio/	Institucional	Municipio de Querétaro	Otrea academica	Público general	Área de contacto
Ruba Llegase a casa Casas en venta Queretaro	Casas en venta Ruba, desarrollador líder en México con 40+ años de experiencia y más de 21,500 hogares escriturados. Encuentra tu nuevo hogar hoy!	SI	Casas en serie	Página de Inmobiliaria	Publicación constante	https://ruba.mxn/ruba-cultura/cayetano-rubio/	Inmobiliario	No proporcionalizado	Otrea inmobiliaria	Compradores	Área de contacto, chat en línea
CASA JUVENTUD - INDRERQ- queretaro.gov	Casa de la juventud (Bisagüero) Puntal (Vedillo) Camiano Auditorio Sábido de usos múltiples Alberca Semilleros Galería casa ...	NO	na	Página de gobierno	No especificado	https://queretaro.gob.mx/webin-detq/	Institucional	Municipio de Querétaro	Otrea academica	Público general	Área de contacto
Centro cultural Casa del Faldon	Primavera de Ole, Barrio de San Sebastián CP 76000, Querétaro, Querétaro / Tel: (442) 2124808 casadelafaldon@gmail.com Edificio antiguo	SI	Fotografía del sitio	Página de gobierno	No especificado	https://se.cultura.gob.mx/ficha.php?publce=centro_culturalfaldon_e_d-629	Institucional	Municipio de Querétaro	Turista de contacto	Público general	Cuadro de información
Casa UNO / Toru Arquitectos	Casa UNO es un proyecto que busca crear experiencias visuales y sensoriales a sus habitantes con su diseño tanto exterior como interior, creando así una...	SI	Fotografía de fachada de proyecto	Página de arquitectura	14-de-24	https://www.archdaily.mx/mx/1024682/casa-no-toru-arquitectos	Curador de contenido	Palma Prinos	Blog arquitectura	Diseñadores/Estudiantes	Botones de compartir
casas-amhi - Muebles Dico	Muebles Dico. Encuentra muebles con estilo moderno y muebles baratos: sillas, comedores, Cocheteras, muebles para tv y más. En muebles Dico Def consigue todo...	NO	na	Tienda en línea	No especificado	https://dico.com.mx/dicasi-anahil.html	Negocio	No proporcionalizado	Tienda en Línea	Compradores	Suscripción/ Comprador Opinión
Casa Laón, Mobiliario de Autor en Bratslavka y ...	Diseñamos piezas escultóricas de mobiliario bratslavka y miniatúras. Madera, hierro y latón convertidos en atmósferas y formas con alma	SI	Fotografía de mobiliario en interior	Tienda en línea	No especificado	https://cusiaron.mx/?snidk=AfMBO00TheivAAAK-qbe9ADPdp9g8YvZpwIzg8QNNm0jRk-v1TKg	Negocio	No proporcionalizado	Tienda en Línea	Compradores	Área de contacto/comprador opinión
Casa prefabricada portátil para vivir en 16.5 x20 ...	Ideal para dos dormitorios, 1 sala de estar, 1 baño y 1 cocina. Instalación y permittidad sin complicaciones. Diseñada para los complicados procesos de ... INX270.003.79 IN STOCK	SI	Fotografía de producto	Tienda en línea	No especificado	https://www.amazon.com.mx/pr-elebricade-port%C3%A1til-pfc3%Al-sitio-completo-interior/qjdBCVYNBRAM	Negocio	No proporcionalizado	Tienda en Línea	Compradores	Área de contacto/comprador opin
Escuela Clara Bregilda arriague de "Gobierno ...	En la primera jornada de "Gobierno casa por casa" se levantaron más de mil reportes para ser atendidos por las dependencias del Gobierno capitalino y ...	SI	Fotografía de evento	Página de gobierno	10-oct-24	https://fedatadegobierno.cdmx.gob.mx/comunicacion/podencia-beza-clara-bregilda-arriague-de-gobierno-casa-por-casa-par-dar-atencion-inmediata-las-necesidades-de-las-y-las-capitales	Gobierno	No proporcionalizado	Blog	Público general	Área de contacto

Tabla de sinonimia Arquitectura

Campo semántico				
Palabra inicial	Sinónimos de 1er orden	Sinónimos de 2do orden	Sinónimos de 3er orden	Numero de relaciones a 2do orden
Arquitectura	Construcción	edificación	levantamiento, alzamiento	1
		urbanización	colonia, edificación	2
		levantamiento	alzamiento, sublevación, rebelión, algarada, asonada, pronunciamiento, sedición, motín.	3
		cimentación	cimiento, basamento, sustentación, base, asiento, firme	4
	edificación	levantamiento	alzamientos, sublevación, rebelión, algarada, asonada, pronunciamiento, sedición, motín.	5
		alzamiento	insurgencia, levantamiento, pronunciamiento, insubordinación, sedición, revolución, motín, pelotera, rebelión	6

Tabla de sinonimia Vivienda

Campo semántico				
Palabra inicial	Sinónimos de 1er orden	Sinónimos de 2do orden	Sinónimos de 3er orden	Numero de relaciones
Vivienda	apartamento	piso	suelo, pavimento, firme, tierra, empedrado	1
		vivienda	apartamento, piso, domicilio, edificación, bloque, habitáculo, morada, edificio, estudio, casa	2
		alojamiento	hospedaje, albergue, asilo, aposentamiento, domicilio, vivienda, morada, aposento, habitación, estancia, piso, casa, apartamento, cobijo, cobertizo, posada, residencia, hostel, hospedera, mesón	3
		buhardilla	tabuco, boardilla, buharda, desván, sobrado	4
		estudio	aprendizaje, formación, instrucción, preparación, enseñanza, aplicación, memorización	5
	piso	suelo	superficie, piso, pavimento, solado, firme, adoquinado, empedrado, terreno, solar	6
		pavimento	piso, suelo, firme, adoquinado, asfalto, embaldosado, empedrado, enlosado, tarima	7
		firme	seguro, estable, solido, fijo, fuerte, duro, consistente, resistente	8
		tierra	universo, mundo, globo, planeta, orbe	9
		empedrado	calzada, embaldosado, entarimado, pavimento, saldo, suelo	10
	domicilio	dirección	gobierno, mando, jefatura, administración, directiva, gerencia	11

		señas	ademan, gesto, movimiento, mueca, actitud, codazo, golpe, mohín, visaje, expresión, guiño	12
		hogar	casa, domicilio, lar, morada, vivienda	13
		residencia	domicilio, vivienda, casa, hogar, piso, morada	14
		ubicación	colocación, emplazamiento, situación, enclavamiento, lugar, sede, sitio, posición, disposición	15
		localización	emplazamiento, situación, ubicación, colocación	16
		vivienda	apartamento, piso, domicilio, edificación, bloque, habitáculo, morada, edificio, estudio, casa	17
		casa	domicilio, hogar, vivienda, morada, residencia, piso, habitación, lar	18
	edificación	levantamiento	alzamiento, sublevación, rebelión, algarada, asonada, pronunciamiento, sedición, motín.	19
		alzamiento	insurgencia, levantamiento, pronunciamiento, insubordinación, sedición, revolución, motín, pelotera, rebelión	20
	bloque	Sillar	piedra, dovela, bloque	21
		piedra	canto, guijarro, pedrusco, roca, mineral, china	22
		monolito	piedra, megalito, dolmen, menhir	23
		pedrusco	piedra, canto, chinarro, guijarro	24
	habitáculo	habitación	cuarto, estancia, aposento, pieza, cuchitril, dormitorio, alcoba, cocina, sala, salón, comedor	25
		hábitat	medio, ambiente, habitáculo, entorno	26
	morada	domicilio	dirección, señas, hogar, residencia, ubicación, localización, vivienda, casa	27
		hogar	casa, domicilio, lar, morada, vivienda	28
		residencia	domicilio, vivienda, casa, hogar, piso, morada	29
		vivienda	apartamento, piso, domicilio, edificación, bloque, habitáculo, morada, edificio, estudio, casa	30
		casa	domicilio, hogar, vivienda, morada, residencia, piso, habitación, lar	31
	edificio	inmueble	bloque, edificación, edificio, finca	32
		casa	domicilio, hogar, vivienda, morada, residencia, piso, habitación, lar	33
		vivienda	apartamento, piso, domicilio, edificación, bloque, habitáculo, morada, edificio, estudio, casa	34
		obra	creación, producto, resultado, fruto, realización	35
		bloque	sillar, piedra, monolito, pedrusco	36
		finca	terreno, campo, solar, parcela	37
		construcción	edificación, urbanización, levantamiento, cimentación	38
		edificación	levantamiento, alzamiento	39
		fábrica	factoría, industria, manufactura, taller, empresa, explotación	40

		manzana	poma	41
	estudio	aprendizaje	estudio, enseñanza, educación, práctica, ejercitamiento, amaestramiento, ilustración, instrucción, didáctica, autodidáctica, lección, noviciado, aplicación, experiencia	42
		formación	creación, constitución, establecimiento, institución, configuración	43
		instrucción	adiestramiento, crianza, aprendizaje, capacitación, ejercicio, magisterio, catequesis	44
		preparación	disposición, preparativos, organización, prevención, acondicionamiento, arreglo, proyecto, providencia, gestación, desarrollo, elaboración, planificación, medida, intento, preliminar, preámbulo, comienzo, aparato	45
		enseñanza	adiestramiento, docencia, instrucción, educación, iniciación, preparación, catequesis, apostolado	46
		aplicación	uso, empleo, práctica, menester, usanza, modo, manejo, utilidad, servicio, destino, utilización, disfrute	47
		memorización	inflexiones	48
	casa	domicilio	dirección, señas, hogar, residencia, ubicación, localización, vivienda, casa	49
		hogar	casa, domicilio, lar, morada, vivienda	50
		vivienda		51
		morada	domicilio, hogar, vivienda, casa	52
		residencia	domicilio, vivienda, casa, hogar, piso, morada	53
		piso	suelo, pavimento, firme, tierra, empedrado	54
		habitación	cuarto, estancia, aposento, pieza, cuchitril, dormitorio, alcoba, cocina, sala, salón, comedor	55
		lar	hogar, casa, morada, domicilio, residencia, vivienda, techo, cobijo	56

Tabla de sinonimia Casa

Campo semántico				
Palabra inicial	Sinónimos de 1er orden	Sinónimos de 2do orden	Sinónimos de 3er orden	Numero de relaciones
Casa	domicilio	dirección	gobierno, mando, jefatura, administración, directiva, gerencia	1
		señas	ademan, gesto, movimiento, mueca, actitud, codazo, golpe, mohín, visaje, expresión, guiño	2
		hogar	casa, domicilio, lar, morada, vivienda	3
		residencia	domicilio, vivienda, casa, hogar, piso, morada	4

		ubicación	colocación, emplazamiento, situación, enclavamiento, lugar, sede, sitio, posición, disposición	5
		localización	emplazamiento, situación, ubicación, colocación	6
		vivienda	apartamento, piso, domicilio, edificación, bloque, habitáculo, morada, edificio, estudio, casa	7
		casa	domicilio, hogar, vivienda, morada, residencia, piso, habitación, lar	8
	hogar	casa	domicilio, hogar, vivienda, morada, residencia, piso, habitación, lar	9
		domicilio	dirección, señas, hogar, residencia, ubicación, localización, vivienda, casa	10
		lar	hogar, casa, morada, domicilio, residencia, vivienda, techo, cobijo	11
		morada	domicilio, hogar, vivienda, casa	12
		vivienda	apartamento, piso, domicilio, edificación, bloque, habitáculo, morada, edificio, estudio, casa	13
	vivienda	apartamento	piso, vivienda, alojamiento, buhardilla, estudio	14
		piso	suelo, pavimento, firme, tierra, empedrado	15
		domicilio	dirección, señas, hogar, residencia, ubicación, localización, vivienda, casa	16
		edificación	levantamiento, alzamiento	17
		bloque	sillar, piedra, monolito, pedrusco	18
		habitáculo	habitación, hábitat	19
		morada	domicilio, hogar, vivienda, casa	20
		edificio	inmueble, casa, vivienda, obra, bloque, finca, construcción, edificación, fábrica, manzana	21
		estudio	aprendizaje, formación, instrucción, preparación, enseñanza, aplicación, memorización	22
		casa	domicilio, hogar, vivienda, morada, residencia, piso, habitación, lar	23
	morada	domicilio	dirección, señas, hogar, residencia, ubicación, localización, vivienda, casa	24
		hogar	casa, domicilio, lar, morada, vivienda	25
		residencia	domicilio, vivienda, casa, hogar, piso, morada	26
		vivienda	apartamento, piso, domicilio, edificación, bloque, habitáculo, morada, edificio, estudio, casa	27
		casa	domicilio, hogar, vivienda, morada, residencia, piso, habitación, lar	28
	residencia	domicilio	dirección, señas, hogar, residencia, ubicación, localización, vivienda, casa	29
		vivienda	apartamento, piso, domicilio, edificación, bloque, habitáculo, morada, edificio, estudio, casa	30

		casa	domicilio, hogar, vivienda, morada, residencia, piso, habitación, lar	31
		hogar	casa, domicilio, lar, morada, vivienda	32
		piso	suelo, pavimento, firme, tierra, empedrado	33
		morada	domicilio, hogar, vivienda, casa	34
	piso	suelo	superficie, piso, pavimento, solado, firme, adoquinado, empedrado, terreno, solar	35
		pavimento	piso, suelo, firme, adoquinado, asfalto, embaldosado, empedrado, enlosado, tarima	36
		firme	seguro, estable, solido, fijo, fuerte, duro, consistente, resistente	37
		tierra	universo, mundo, globo, planeta, orbe	38
		empedrado	calzada, embaldosado, entarimado, pavimento, saldo, suelo	39
	habitación	cuarto	suelo, pavimento, firme, tierra, empedrado	40
		estancia	alcoba, aposento, cuarto, habitación	41
		aposento	habitación, estancia, recinto, cuarto, alcoba, sala, salón, antesala, cámara, pieza	42
		pieza	porción, fragmento, parte, pedazo, trozo	43
		cuchitril	cuartucho, cubículo, tabuco, tugurio, covacha, zahúrda	44
		dormitorio	alcoba, aposento, estancia, cámara, cuarto	45
		alcoba	dormitorio, cuarto, habitación, aposento, pieza, cámara, recámara	46
		cocina	fogón, hogar, horno, infernillo	47
		sala	salón, habitación, pieza, recibidor, aposento, estancia, saleta, antecámara	48
		salón	aposento, habitación, pieza, sala, aula, nave, muestra, feria, exposición, exhibición	49
		comedor	comedero, refectorio, merendero, cenador, tinelo	50
	lar	hogar	casa, domicilio, lar, morada, vivienda	51
		casa	domicilio, hogar, vivienda, morada, residencia, piso, habitación, lar	52
		morada	domicilio, hogar, vivienda, casa	53
		domicilio	dirección, señas, hogar, residencia, ubicación, localización, vivienda, casa	54
		residencia	domicilio, vivienda, casa, hogar, piso, morada	55
		vivienda	apartamento, piso, domicilio, edificación, bloque, habitáculo, morada, edificio, estudio, casa	56
		techo	tejado, techumbre, cubierta, bóveda, artesonado	57
		cobijo	albergue, hogar, casa, morada, refugio, cobijo, amparo	58

Tabla de sinonimia Habitar

Campo semántico				
Palabra inicial	Sinónimos de 1er orden	Sinónimos de 2do orden	Sinónimos de 3er orden	Numero de relaciones
habitar	poblar	colonizar	conquistar, invadir, someter, dominar, oprimir	1
		repoblar	colonizar, instalarse, asentarse	2
		establecerse	fundar, constituir, instaurar, erigir, crear, fijar, poner, decretar, implantar, disponer	3
		asentarse	poner, colocar, situar, instalar, establecerse, avecindar, domiciliar, fijar, radicar, fundar, levantar, edificar, construir, crear	4
		ocupar	llenar, habitar, instalarse, establecerse, vivir, meterse	5
	residir	vivir	subsistir, coexistir, respirar, sobrevivir, durar, ser, estar, existir	6
		habitar	poblar, residir, vivir, morar, ocupar, anidar, estar, alojarse, afincarse, asentarse, aposentarse, arraigarse, domiciliarse, establecerse, convivir cohabitar	7
		morar	habitar, residir, vivir, estar, hallarse, radicar	8
		afincarse	establecerse, fijarse, asentarse, avecindarse, domiciliarse, localizarse, instalarse, radicarse, arraigarse, empadronarse, residir	9
		establecerse	fundar, constituir, instaurar, erigir, crear, fijar, poner, decretar, implantar, disponer	10
		asentarse	poner, colocar, situar, instalar, establecerse, avecindar, domiciliar, fijar, radicar, fundar, levantar, edificar, construir, crear	11
		radicar	arraigar, establecerse, residir	12
	vivir	subsistir	perdurar, persistir, permanecer, continuar, conservarse, sostenerse, sobrevivir, vivir, mantenerse, alimentarse	13
		coexistir	convivir, entenderse, avenirse	14
		respirar	inspirar, aspirar, inhalar, jadear, resollar, resoplar	15
		sobrevivir	subsistir, perdurar, permanecer, resistir	16
		durar	extender, perdurar, persistir, prolongarse, subsistir, vivir, alargar, eternizar, pasar, seguir, continuar, pervivir	17
		ser	esencia, naturaleza, sustancia, materia, mónada, ente, individuo, criatura, persona, organismo, sujeto, cosa, forma, espécimen, engendro, vida, existencia	18

		estar	hallarse, permanecer, quedarse, encontrarse, habitar, alojarse, ubicarse, radicarse, residir, ser, existir, vivir	19
		existir	ser, estar, encontrarse, haber, vivir, hallarse, coexistir, encontrarse, conservarse	20
	morar	habitar	poblar, residir, vivir, morar, ocupar, anidar, estar, alojarse, afincarse, asentarse, aposentarse, arraigarse, domiciliarse, establecerse, convivir cohabitar	21
		residir	vivir, habitar, morar, afincarse, establecerse, asentarse, radicar	22
		vivir	subsistir, coexistir, respirar, sobrevivir, durar, ser, estar, existir	23
		estar	hallarse, permanecer, quedarse, encontrarse, habitar, alojarse, ubicarse, radicarse, residir, ser, existir, vivir	24
		hallarse	encontrar, topar, tropezar, descubrir, inventar, acertar, obrar, idear, imaginar, averiguar, solucionar	25
		radicar	arraigar, establecerse, residir	26
	ocupar	llenar	ocupar, colmar, saturar, henchir, atiborrar, atestar, abarrotar, rebosar, completar, meter, cargar	27
		habitar	poblar, residir, vivir, morar, ocupar, anidar, estar, alojarse, afincarse, asentarse, aposentarse, arraigarse, domiciliarse, establecerse, convivir cohabitar	28
		instalarse	alojar, establecer, asentar, afincar, acampar, acomodar, albergar, aparcar, aposentar, apostar, arraigar, colocar, disponer, poner	29
		establecerse	fundar, constituir, instaurar, erigir, crear, fijar, poner, decretar, implantar, disponer	30
		vivir	subsistir, coexistir, respirar, sobrevivir, durar, ser, estar, existir	31
		meterse	insertar, introducir, embutir, empotrar, penetrar, encerrar, rellenar, implantar, engastar, engarzar, encajar, poner, clavar, incrustar, inyectar, afianzar	32
	anidar	abrigar	arropar, cubrir, tapar, arrebozar, envolver, arrebujar, cobijar, guarecer, albergar	33
		albergar	acoger, alojar, amparar, guarecer, asilar, cobijar, recibir, hospedar, instalar, aposentarse, vivir	34
		acoger	aceptar, admitir, recibir, proteger, amparar, asilar, atender, cobijar, guarecer, recoger, refugiar, favorecer, auxiliar	35
		guardar	defender, cuidar, custodiar, vigilar, velar, atender, esconder, asegurar, conservar	36

		alojar	albergar, aposentar, hospedar, instalar, establecer, morar, residir, vivir, habitar, cobijar	37
	estar	hallarse	encontrar, topar, tropezar, descubrir, inventar, acertar, obrar, idear, imaginar, averiguar, solucionar	38
		permanecer	mantenerse, continuar, seguir, persistir, durar, perpetuarse, resistir, estar, quedarse, establecerse, habitar, residir, vivir	39
		quedarse	convenir, acordar, pactar, decidir, avenirse	40
		encontrarse	descubrir, localizar, hallar, tropezar, topar, chocar, acertar, atinar, aparecer, converger, inventar	41
		habitar	poblar, residir, vivir, morar, ocupar, anidar, estar, alojarse, afincarse, asentarse, aposentarse, arraigarse, domiciliarse, establecerse, convivir, cohabitar	42
		alojar	albergar, aposentar, hospedar, instalar, establecer, morar, residir, vivir, habitar, cobijar	43
		ubicarse	colocar, situar, poner, disponer, estar, hallarse, encontrar, asentarse	44
		radicar	arraigar, establecerse, residir	45
		residir	vivir, habitar, morar, afincarse, establecerse, asentarse, radicar	46
		ser	esencia, naturaleza, sustancia, materia, mónada, ente, individuo, criatura, persona, organismo, sujeto, cosa, forma, espécimen, engendro, vida, existencia	47
		existir	ser, estar, encontrarse, haber, vivir, hallarse, coexistir, encontrarse, conservarse	48
		vivir	subsistir, coexistir, respirar, sobrevivir, durar, ser, estar, existir	49
	alojarse	albergar	acoger, alojar, amparar, guarecer, asilar, cobijar, recibir, hospedar, instalar, aposentar, vivir	50
		aposentar	alojar, instalar, establecer, hospedar, acomodar, albergar, colocar, asilar, avecindar, domiciliar, residir, morar	51
		hospedar	acoger, albergar, alojar, aposentar, cobijar, recibir, amparar, refugiarse, habitar, parar, pernoctar	52
		instalar	alojar, establecer, asentar, afincar, acampar, acomodar, albergar, aparcas, aposentar, apostar, arraigar, colocar, disponer, poner	53
		establecer	acoger, alojar, amparar, guarecer, asilar, cobijar, recibir, hospedar, instalar, aposentar, vivir	54
		morar	habitar, residir, vivir, estar, hallarse, radicar	55
		residir	vivir, habitar, morar, afincarse, establecerse, asentarse, radicar	56

Arquitectura Habitada

		vivir	subsistir, coexistir, respirar, sobrevivir, durar, ser, estar, existir	57
		habitar	poblar, residir, vivir, morar, ocupar, anidar, estar, alojarse, afincarse, asentarse, aposentarse, arraigarse, domiciliarse, establecerse, convivir, cohabitar	58
		cobijar	cubrir, tapar, abrigar	59
	afincarse	establecerse	fundar, constituir, instaurar, erigir, crear, fijar, poner, decretar, implantar, disponer	60
		fijarse	afianzar, adherir, asegurar, sujetar, clavar, grabar, incrustar	61
		asentarse	poner, colocar, situar, instalar, establecer, avecindar, domiciliar, fijar, radicar, fundar, levantar, edificar, construir, crear	62
		avecindarse	establecerse, afincarse, localizarse, arraigarse, asentarse, radicarse, fijarse, domiciliarse, empadronarse, residir	63
		domiciliarse	residir, empadronarse, avecindarse, aposentarse, afincarse, habitar, establecerse	64
		localizarse	situar, ubicar, colocar, emplazar, fijar	65
		instalarse	alojar, establecer, asentar, afincar, acampar, acomodar, albergar, aparcar, aposentar, apostar, arraigar, colocar, disponer, poner	66
		radicarse	arraigar, establecerse, residir	67
		arraigarse	aclimatar, fijar, establecer, adaptar, acomodar, asentar, afincar, avecinar, avecindar, naturalizar, prender, coger, agarrar, asir, encepar, enraizar, estabilizar, instalar, radicar, residir, habitar	68
		empadronarse	censar, encabezar, inscribir, asentar, registrar	69
		residir	vivir, habitar, morar, afincarse, establecerse, asentarse, radicar	70
	asentarse	poner	situar, colocar, volver, instalar, montar, acomodar, sujetar, conectar, enchufar, adaptar, apostar, orientar, meter, emplazar, introducir, plantar, disponer, preparar	71
		colocar	poner, situar, ubicar, emplazar, instalar, disponer, distribuir, acomodar, alojar, estacionar, invertir, localizar, orientar	72
		situar	instalar, localizar, posicionar, colocar, emplazar, ubicar, orientar, poner, acomodar, asentar, plantar, disponer, meter	73
		instalar	alojar, establecer, asentar, afincar, acampar, acomodar, albergar, aparcar, aposentar, apostar, arraigar, colocar, disponer, poner	74
		establecer	fundar, constituir, instaurar, erigir, crear, fijar, poner, decretar, implantar, disponer	75

		avecindar	establecerse, afincarse, localizarse, arraigarse, asentarse, radicarse, fijarse, domiciliarse, empadronarse, residir	76
		domiciliarse	residir, empadronarse, avecindarse, aposentarse, afincarse, habitar, establecerse	77
		fijar	afianzar, adherir, asegurar, sujetar, clavar, grabar, incrustar	78
		radicar	arraigar, establecerse, residir	79
		fundar	crear, establecer, constituir, instituir, instaurar, erigir, organizar, fundamentar, alzar, construir	80
		levantar	construir, erigir, edificar, fabricar, asentar, establecer, fundar, instituir	81
		edificar	construir, elevar, levantar, alzar, fabricar, obrar, urbanizar	82
		construir	edificar, fabricar, erigir, levantar, cimentar, obrar	83
		crear	inventar, engendrar, procrear, imaginar, concebir	84
	aposentarse	alojar	albergar, aposentar, hospedar, instalar, establecer, morar, residir, vivir, habitar, cobijar	85
		instalar	alojar, establecer, asentar, afincar, acampar, acomodar, albergar, aparcar, aposentar, apostar, arraigar, colocar, disponer, poner	86
		establecer	fundar, constituir, instaurar, erigir, crear, fijar, poner, decretar, implantar, disponer	87
		hospedar	acoger, albergar, alojar, aposentar, cobijar, recibir, amparar, refugiarse, habitar, parar, pernoctar	88
		acomodar	adaptar, acoplar, ajustar, amoldar, adecuar, habituar, acostumbrar, acondicionar, aclimatar	89
		albergar	acoger, alojar, amparar, guarecer, asilar, cobijar, recibir, hospedar, instalar, aposentar, vivir	90
		colocar	poner, situar, ubicar, emplazar, instalar, disponer, distribuir, acomodar, alojar, estacionar, invertir, localizar, orientar	91
		asilar	recluir, internar, acoger, albergar, cobijar, proteger, amparar, recoger	92
		avecindar	establecerse, afincarse, localizarse, arraigarse, asentarse, radicarse, fijarse, domiciliarse, empadronarse, residir	93
		domiciliar	residir, empadronarse, avecindarse, aposentarse, afincarse, habitar, establecerse	94
		residir	vivir, habitar, morar, afincarse, establecerse, asentarse, radicar	95
		morar	habitar, residir, vivir, estar, hallarse, radicar	96
	arraigarse	aclimatar	acomodarse, adaptarse, ambientarse, arraigarse, habituarse, acostumbrarse, naturalizar	97

		fijar	afianzar, adherir, asegurar, sujetar, clavar, grabar, incrustar	98
		establecer	fundar, constituir, instaurar, erigir, crear, fijar, poner, decretar, implantar, disponer	99
		adaptar	aclimatarse, acomodarse, acondicionar, adecuar, ajustar, habituarse, acostumbrarse, cambiar, arreglar, transformar	100
		acomodar	adaptar, acoplar, ajustar, amoldar, adecuar, habitar, acostumbrar, acondicionar, aclimatar	101
		asentar	poner, colocar, situar, instalar, establecer, avecindar, domiciliar, fijar, radicar, fundar, levantar, edificar, construir, crear	102
		afincar	establecerse, fijarse, asentarse, avecindarse, domiciliarse, localizarse, instalarse, radicarse, arraigarse, empadronarse, residir	103
		avecindar	establecerse, afincarse, localizarse, arraigarse, asentarse, radicarse, fijarse, domiciliarse, empadronarse, residir	104
		avecinar	aproximarse, acercarse, allegarse, arrimarse, adosarse	105
		naturalizar	nacionalizarse, asentarse, establecerse, residir	106
		residir	vivir, habitar, morar, afincarse, establecerse, asentarse, radicar	107
		habitar	poblar, residir, vivir, morar, ocupar, anidar, estar, alojarse, afincarse, asentarse, aposentarse, arraigarse, domiciliarse, establecerse, convivir, cohabitar	108
	domiciliarse	residir	vivir, habitar, morar, afincarse, establecerse, asentarse, radicar	109
		empadronarse	censar, encabezar, inscribir, asentar, registrar	110
		avecindarse	establecerse, afincarse, localizarse, arraigarse, asentarse, radicarse, fijarse, domiciliarse, empadronarse, residir	111
		aposentarse	alojar, instalar, establecer, hospedar, acomodar, albergar, colocar, asilar, avecindar, domiciliar, residir, morar	112
		afincarse	establecerse, fijarse, asentarse, avecindarse, domiciliarse, localizarse, instalarse, radicarse, arraigarse, empadronarse, residir	113
		habitar	poblar, residir, vivir, morar, ocupar, anidar, estar, alojarse, afincarse, asentarse, aposentarse, arraigarse, domiciliarse, establecerse, convivir, cohabitar	114
		establecerse	fundar, constituir, instaurar, erigir, crear, fijar, poner, decretar, implantar, disponer	115

	establecerse	fundar	crear, establecer, constituir, instituir, instaurar, erigir, organizar, fundamentar, alzar, construir	116
		constituir	fundar, establecer, instituir, componer, erigir, formar, crear, organizar	117
		instaurar	instituir, fundar, crear, erigir, establecer, implantar, renovar, reponer, restablecer, restaurar	118
		erigir	alzar, levantar, construir, crear, fundar, instituir, constituir, establecer	119
		crear	inventar, engendrar, procrear, imaginar, concebir	120
		fijar	afianzar, adherir, asegurar, sujetar, clavar, grabar, incrustar	121
		poner	situar, colocar, volver, instalar, montar, acomodar, sujetar, conectar, enchufar, adaptar, apostar, orientar, meter, emplazar, introducir, plantar, disponer, preparar	122
		decretar	ordenar, mandar, legislar, reglamentar, promulgar	123
		implantar	establecer, crear, fundar, instaurar, promulgar, asentar, imponer	124
		disponer	arreglar, organizar, acondicionar, colocar, establecer, habilitar, instalar, montar, ubicar, pergeñar, preparar, aprestar, aderezar, armar, aviar	125
	convivir	coexistir	convivir, entenderse, avenirse	126
		compartir	repartir, dividir, distribuir, ayudar, auxiliar, colaborar, participar, intervenir	127
		entenderse	comprender, inferir, deducir, discernir, descifrar, conocer, interpretar, percibir, saber, pensar, opinar, juzgar, creer, intuir, sentir, ver, oír, alcanzar, asimilar, coger	128
		cohabitar	convivir, coexistir	129
		alternar	turnar, permutar, reemplazar, relevar, saltar, suceder, cambiar, rolar, trocar	130
		relacionarse	enlazar, vincular, conectar, unir, encadenar, coordinar	131
	cohabitar	convivir	coexistir, compartir, entenderse, cohabitar, alternar, relacionarse	132
		coexistir	convivir, entenderse, avenirse	133

Tabla de resultados demográficos de encuesta

Fecha de envío	Consentimiento ¿Aceptas continuar?	¿Cuál es tu rango de edad?	¿Con qué género te identificas?	¿De qué estado de México eres?	¿Cuál es tu ocupación principal?
oct 23, 2025	SÍ	Mayor de 50	Hombre	Guanajuato	Jubilado
oct 21, 2025	SÍ	18-25 años	Hombre	Ciudad de México	Estudiante
oct 21, 2025	SÍ	18-25 años	Mujer	Sonora	Estudiante
oct 12, 2025	SÍ	36-50 años	Mujer	Estado de México	Vendedor
oct 01, 2025	SÍ	36-50 años	Hombre	Campeche	Programador
sep 23, 2025	SÍ	26-35 años	Hombre	Aguascalientes	Empleado
sep 21, 2025	SÍ	36-50 años	Hombre	Estado de México	Desarrollo de sistemas
sep 18, 2025	SÍ	26-35 años	Mujer	Aguascalientes	Trabajador de oficina
sep 8, 2025	SÍ	36-50 años	Mujer	Aguascalientes	Trabajador de oficina
sep 8, 2025	SÍ	26-35 años	Mujer	Aguascalientes	Ama de casa
sep 8, 2025	SÍ	18-25 años	Mujer	Querétaro	Trabajadora
sep 8, 2025	SÍ	36-50 años	Hombre	Aguascalientes	trabajador independiente
ago 19, 2025	SÍ	26-35 años	Hombre	Tlaxcala	Vendedor de libros
ago 18, 2025	SÍ	26-35 años	Hombre	Puebla	Mecanico
jul 26, 2025	SÍ	36-50 años	Mujer	Ciudad de México	Asesor independiente
jul 23, 2025	SÍ	36-50 años	Hombre	Querétaro	Profesionista
jul 23, 2025	SÍ	26-35 años	Mujer	Querétaro	Docente y trabajadora independiente
jul 23, 2025	SÍ	36-50 años	Hombre	Querétaro	Académico
jul 23, 2025	SÍ	26-35 años	Hombre	Querétaro	Estudiante
jul 22, 2025	SÍ	26-35 años	Mujer	Ciudad de México	instructor de pilates
jul 21, 2025	SÍ	26-35 años	Mujer	San Luis Potosí	Diseño de Interiores
jul 21, 2025	SÍ	26-35 años	Mujer	Aguascalientes	Empleado
jul 16, 2025	SÍ	Mayor de 50	Mujer	Oaxaca	Pensionista

jul 16, 2025	Sí	26-35 años	Mujer	Jalisco	Diseñadora
--------------	----	------------	-------	---------	------------

Análisis de discurso y representaciones

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1q4lOAPU7rUHcAeBxIfNEO-34ah2syxX8/edit?usp=drive_link&ouid=104067831148883928252&rtpof=true&sd=true

Análisis de representaciones visuales

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1YveRdFNerhin2VxfuiZlJ3WijN2qJOL0/edit?usp=drive_link&ouid=104067831148883928252&rtpof=true&sd=true

Análisis de tendencias de Google

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1x_-PTZ_MaT6fCJHl5oPdsIjmPV6hBWdj/edit?usp=drive_link&ouid=104067831148883928252&rtpof=true&sd=true

Instrumento de percepción social

<https://www.jotform.com/251900561851050>

Respuestas de instrumento de percepción social

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1bsgzvqPW28tzU0AoXXOuTgI_O3m20944/edit?usp=drive_link&ouid=104067831148883928252&rtpof=true&sd=true