

Resumen: En este artículo se detalla brevemente la historia, desarrollo y proyección del Coloquio Internacional de Investigadores en Diseño que, desde su nacimiento en el año 2016, integra la Semana Internacional de Diseño en Palermo. La Semana (Virtual) Internacional de Diseño en Palermo cumple 17 años en julio 2022 y se fue convirtiendo con todos sus eventos asociados que se realizan en su marco (Encuentro Latinoamericano de Diseño, Coloquio de Investigación y Desarrollo en Diseño, Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, Foro de Experiencias Innovadoras en Diseño, Comunicación y Creatividad, Cumbre de Emprendedores, Foro de Creatividad Solidaria, Plenario del Foro de Escuelas de Diseño, Networking DC y Jornadas Interdisciplinarias de Arquitectura) en el acontecimiento de diseño más importante de la región, y uno de los más significativos del mundo, por su calidad, escala, continuidad y gratuidad.

Palabras clave: Investigación - Coloquio - Diseño - Latinoamérica - Actualización - Intercambio de experiencias - Vinculación institucional - Posgrados.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 130]

Introducción

La séptima edición del Coloquio Internacional de Investigadores en Diseño se realizó de manera Virtual, entre el 18 y el 22 de julio de 2022, en el marco del XIII Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño y de la XVII Semana Internacional de Diseño en Palermo. En esta ocasión fueron 29 comisiones que sesionaron de manera continuada durante cinco jornadas, en las que expusieron más de 600 investigadores internacionales del Diseño sosteniendo la escala, la participación y la calidad de los debates de las ediciones anteriores.

Presentación de Resultados de Proyectos de Investigación

En el Coloquio los investigadores y sus equipos presentan y exponen producciones y resultados de cada uno de los Proyectos finalizados, en avance y/o en proceso de incubación del Instituto de Investigación en Diseño de la Facultad de Diseño y Comunicación en el período 2021-2022.

Muchas de las Líneas y Proyectos se realizan, como se detalla más adelante, en colaboración con destacadas instituciones internacionales. Cada comisión es organizada por el o los directores respectivos de las Líneas y Proyectos, exponen sus investigadores y participan activamente los estudiantes de Posgrado de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (Doctorado en Diseño y Maestría en Gestión de Diseño), cuyas tesis están integradas a las diferentes Líneas y Proyectos.

22 instituciones de 10 países coordinaron en 2022 proyectos con el Instituto de Investigación

El carácter internacional que fue adquiriendo el Coloquio se debe a la presentación de resultados de investigaciones realizadas, y/o en desarrollo, en forma conjunta entre la

Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo con destacadas universidades e instituciones educativas del mundo.

En el marco de esta edición del Coloquio presentaron un total de 22 instituciones de 10 países que publicaron los resultados de sus investigaciones realizadas con el Instituto de Investigación en Diseño en 16 ediciones de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. En cada edición se consigna, y se identifica en tapa, la producción conjunta entre las instituciones participantes. Se detalla a continuación los países, instituciones y el número de la edición respectiva:

- **ESTADOS UNIDOS:** School of Design at Carnegie Mellon University (Transition Design II Special Issue / 157) y (*Visiones del Diseño V. Diseño y Antropoceno: Desafíos sostenibles, resilientes y regenerativos* / 158).

- **ITALIA:** Università degli Studi della Campania “Luigi Vanvitelli” (*Diseño, Innovación y Transdisciplinariedad II Relaciones del Diseño con la Naturaleza, la Biología y la Tecnología* / 149).

- **ESPAÑA:** Universidad de Salamanca (Derecho, sostenibilidad y diseño / 154); Universidad de Santiago de Compostela (*Fake News y desinformación: desafíos para las democracias de América Latina y el Caribe* / 161); Universidad de Granada (*Diseño y artesanía: Economía creativa y patrimonio para el desarrollo de comunidades* / 171).

- **BRASIL:** Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (*Unicornios: una cuestión de diseño, economía y tecnología* / 166) y (*Seminario de Estudios Avanzados en Diseño Internacional* / 159); Universidade Federal de Pernambuco (*Diseño, Innovación y Transdisciplinariedad II Relaciones del Diseño con la Naturaleza, la Biología y la Tecnología* / 149).

- **CHILE:** Universidad del Desarrollo (*Los caminos posibles del diseño / 153*); Universidad del Bío-Bío (*Unicornios: una cuestión de diseño, economía y tecnología / 166*).
- **COLOMBIA:** Escuela Latinoamericana de Propiedad Intelectual (Derecho, sostenibilidad y diseño / 154); Fundación Universitaria Los Libertadores (*Arte, comunicación y política: experiencias y expresiones desde Latinoamérica / 147*).
- **ECUADOR:** Universidad Técnica de Ambato (Diseño como estrategia de desarrollo social / 151).
- **GUATEMALA:** Universidad Rafael Landívar (*Continuidad difusa. Diseñando en la contingencia / 168*).
- **MÉXICO:** Universidad Nacional Autónoma de México (*Múltiples miradas en, desde y para el Diseño y los objetos / 172*); (*Insistencias: viejas inquietudes, nuevas preguntas de los game studies / 160*); Universidad de Sonora (*Continuidad difusa. Diseñando en la contingencia / 168*).
- **ARGENTINA:** Game ON! El arte en Juego (*Insistencias: viejas inquietudes, nuevas preguntas de los game studies / 160*); Museo de Arte Popular José Hernández (*Diseño y artesanía: Economía creativa y patrimonio para el desarrollo de comunidades / 171*); Universidad de Mendoza (*Creatividad, emoción y espacio II / 167*); Universidad Nacional de Córdoba (*Continuidad difusa. Diseñando en la contingencia / 168*); Universidad Nacional de las Artes (*Insistencias: viejas inquietudes, nuevas preguntas de los game studies / 160*); Universidad Nacional de Mar del Plata (*Continuidad difusa. Diseñando en la contingencia / 168*); Universidad Nacional de Quilmes (*Fake News y desinformación: desafíos para las democracias de América Latina y el Caribe / 161*).

Los resultados de las Líneas y Proyectos de Investigación se documentan y difunden en la publicación internacional Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación que edita la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo en forma ininterrumpida desde el año 2000.

Cuadernos

Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación es una revista académica de alcance internacional con arbitraje y editada por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo publicada de forma continua desde el año 2000. Publica trabajos originales e inéditos referidos a la agenda contemporánea del diseño, las comunicaciones y la creatividad desde una perspectiva interdisciplinaria.

Todos los contenidos de Cuadernos están disponibles en forma libre y gratuita en www.palermo.edu/cuadernos. Cada edición es temática y reúne contribuciones de autores de diferentes perspectivas, instituciones y países. Cada

número es organizado por un coordinador académico de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Numerosas ediciones son producidas en conjunto con destacadas universidades e instituciones académicas internacionales y presentan resultados, reflexiones y aportes de los proyectos de investigación realizados entre estas instituciones y la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación se convirtió así en un medio de actualización, consulta, intercambio y debate de la comunidad internacional de investigadores y académicos vinculados a estos campos disciplinares. Actualmente es una publicación en versión gráfica (ISSN 1668-0227) y digital (ISSN 1853-3523) que fue incrementando paulatinamente su frecuencia hasta alcanzar más de diez ediciones anuales en el año 2019. El Caicyt-Conicet de la República Argentina evaluó esta publicación con el nivel 1 de excelencia en el año 2007 e ingresó al Núcleo Básico de Publicaciones Periódicas Científicas y Tecnológicas en la Categoría de Ciencias Sociales y Humanidades, lo cual le permite la presencia en SciELO, Latindex, Dialnet y EBSCO. En las sucesivas evaluaciones fue mejorando su calificación hasta el presente.

Actualmente la serie Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, participa en el Open Journal Systems (OJS). Este es un software de código abierto de gran proyección académica internacional para la administración, gestión y difusión de revistas científicas. Fue creado con el objetivo de permitirle al entorno editorial la producción de artículos de acceso libre y una gestión mucho más flexible y fluida de las publicaciones.

29 Ediciones de Cuadernos del Centro de Estudios presentados en el VII Coloquio 2022

A continuación se detallan los nuevos 29 volúmenes (desde 144 a 172) de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, publicados durante el período 2021-2022 y que fueron presentadas por sus coordinadores y autores durante el Coloquio. A continuación se presentan por su número (comenzando por la última edición), con sus coordinadores y, cuando corresponde, las instituciones respectivas:

Edición 172: Múltiples miradas en, desde y para el Diseño y los objetos. Coordinación: Marina Matarrese (Universidad de Palermo, Argentina) y Luz del Carmen Vilchis (la Universidad Nacional Autónoma de México, México).

Edición 171: Diseño y artesanía: Economía creativa y patrimonio para el desarrollo de comunidades. Ximena González Eliçabe (Universidad de Palermo, Argentina), Felicitas Luna (Museo de Arte Popular José Hernández, Argentina) y Ana García López (Universidad de Granada, España).

Edición 170: El camino de la heroína, narrativas diversas en la post pandemia. Tesis de Maestría en Gestión del Diseño. Coordinación: Gabriel Los Santos y Tomás

Stiegwardt (Universidad de Palermo, Argentina) Gabriela Díaz de Sabatés y Marcelo Sabatés (Columbia College of Chicago, USA).

Edición 169: Imagen y Diversidad. Coordinación: María Pía Estebecorena (Universidad de Palermo, Argentina).

Edición 168: Continuidad difusa. Diseñando en la contingencia. Coordinación: Fabiola Knop (Universidad de Palermo, Argentina) Alejo García de la Cárcova (Universidad de Palermo, Argentina); José María Aguerre (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina); Gabriela Ciuró (Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina); Arodi Morales (Universidad de Sonora, México); y Ovidio Morales (Universidad Rafael Landívar, Guatemala).

Edición 167: Creatividad, emoción y espacio II. Coordinación: Sandra Navarrete (Universidad de Mendoza, Argentina).

Edición 166: Unicornios: una cuestión de diseño, economía y tecnología. Coordinación: Roberto Céspedes (Universidad de Palermo, Argentina), Jimena Alarcon Castro (Universidad del Bío-Bío, Chile) y Ana Beatriz Pereira de Andrade (Universidad Estadual Paulista, Brasil).

Edición 165: Programa Estímulo a la Investigación DC [Catálogo de Investigaciones. 3º Edición. Ciclo 2020-2022]. Coordinación: Mercedes Pombo (Universidad de Palermo, Argentina).

Edición 164: Lógicas/poéticas del habitar: el espacio doméstico. Coordinación: Ana Cravino (Universidad de Palermo, Argentina).

Edición 163: La fotografía como recurso en el audiovisual. Coordinación: Zulema Marzorati (Universidad de Palermo, Argentina).

Edición 162: Investigación en Arquitectura en Palermo. Coordinación: Roberto Medina (Universidad de Palermo - Universidad de Buenos Aires. Argentina).

Edición 161: Fake News y desinformación: desafíos para las democracias de América Latina y el Caribe. Coordinación: Marina Mendoza (Universidad de Palermo, Argentina); Mariano Dagatti (Universidad Nacional de Quilmes, Argentina) y Paulo Carlos López-López (Universidad de Santiago de Compostela, España).

Edición 160: Insistencias: viejas inquietudes, nuevas preguntas de los game studies. Coordinación: María Luján Oulton y Diego Maté (Universidad Nacional de las Artes, Argentina) y José Ángel Garfías Frías (Universidad Nacional Autónoma de México, México).

Edición 159: Seminario de Estudios Avanzados en Diseño Internacional. Coordinación: Roberto Céspedes (Universidad de Palermo, Argentina) Ana Beatriz Pereira de Andrade (Universidade Estadual Paulista «Júlio de Mesquita Filho», Brasil).

Edición 158: Visiones del Diseño V. Diseño y Antropoceno: Desafíos sostenibles, resilientes y regenerativos. Coordinación: Daniela Di Bella (Universidad de Palermo, Argentina) y Terry Irwin (Carnegie Mellon University, USA)

Edición 157: Transition Design II. Coordinación: Daniela V. Di Bella (Universidad de Palermo, Argentina) y Terry Irwin (Carnegie Mellon University, USA).

Edición 156: Anuario de Investigación 2021 (Segunda parte). Memoria del Instituto de Investigación en Diseño 2021 - Volumen 5. Coordinación: Oscar Echevarría (Universidad de Palermo, Argentina).

Edición 155: Anuario de Investigación 2021 (Primera parte). Memoria del Instituto del Investigación en Diseño 2021 - Volumen 4. Coordinación: Oscar Echevarría (Universidad de Palermo, Argentina)

Edición 154: Derecho, sostenibilidad y diseño. Coordinación: Susy Inés Bello Knoll (Universidad de Salamanca, España) y Juan Sebastián Sánchez Polanco (ELAPI, Colombia)

Edición 153: Los caminos posibles del diseño. Coordinación: Alejandra Niedermaier (Universidad de Palermo, Argentina) y María Bernardita Brancoli (Universidad del Desarrollo, Chile)

Edición 152: La moda en su laberinto. Parte IV. Coordinación: Patricia M. Doria (Universidad de Palermo, Argentina)

Edición 151: Diseño como estrategia de desarrollo social. Coordinación: Taña Escobar y Jorge Santamaría (Universidad Técnica de Ambato, Ecuador)

Edición 150: La moda en su laberinto. Parte III. Coordinación: Patricia M. Doria (Universidad de Palermo, Argentina)

Edición 149: Diseño, Innovación y Transdisciplinariedad II Relaciones del Diseño con la Naturaleza, la Biología y la Tecnología. Coordinación: Daniela Di Bella (Universidad de Palermo, Argentina) y Amilton Arruda (Universidade Federal de Pernambuco, Brasil), Carla Langella (Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli", Italia)

Edición 148: Maestría en Gestión del Diseño y Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo [Catálogo de Tesis. 7ª Edición. Ciclo 2018 - 2019]. Coordinación: Fabiola Knop y Alejo García de la Cárcova (Universidad de Palermo, Argentina)

Edición 147: Arte, comunicación y política: experiencias y expresiones desde Latinoamérica. Coordinación: Natalia Aguerre (Universidad de Palermo, Argentina) y Janneth Arley Palacios Chavarro (Fundación Universitaria Los Libertadores, Colombia)

Edición 146: Investigación en Diseño Evaluación Externa Ciclo 1 (2016-2018) y Ciclo 2 (2019-2020). Coordinación: Daniela Di Bella (Universidad de Palermo, Argentina)

Edición 145: Investigación en Diseño Memoria 2015-2020. Volumen 2. Coordinación: Daniela Di Bella (Universidad de Palermo, Argentina)

Edición 144: Investigación en Diseño Memoria 2015-2020. Volumen 1. Coordinación: Daniela Di Bella (Universidad de Palermo, Argentina)

601 Investigadores en el Coloquio Internacional de Investigadores en Diseño 2022

A continuación se presentan las 29 Comisiones (identificadas con letra y número) en las que se organizó la VII edición del Coloquio Internacional de Investigadores en Diseño. Se especifica quiénes las coordinaron y, cuando corresponde, su vinculación a una Línea o Proyecto de Investigación del Instituto de Investigación en Diseño y si los resultados fueron publicados en Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación que se presentaron. También se especifican las instituciones que participaron en las investigaciones cuyos resultados se presentan.

C1 Arte y Comunicación

(Coordinada por Natalia Aguerre y Janneth Arley Palacios Chavarro)

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°11 Arte y Comunicación: Innovación estética, medios, nuevos lenguajes. Que fueron publicados en la [Edición 147] Arte, comunicación y política: experiencias y expresiones desde Latinoamérica de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado en forma conjunta con la Fundación Universitaria Los Libertadores, Bogotá, Colombia, y la Universidad de Palermo (Argentina).

C2 Derecho, Sostenibilidad y Diseño

(Coordinada por Susy Bello Knoll y Juan Sebastián Sánchez Polanco)

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°21 Derecho, Sostenibilidad y Diseño Protección e Interdisciplina, que fueron publicados en la Edición 154 Derecho, Sostenibilidad y Diseño de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado en forma conjunta con la Escuela Latinoamericana de Propiedad Intelectual ELAPI, Chile; la Universidad de Salamanca, España y la Universidad de Palermo, Argentina.

C3 Comunicación Persuasiva

(Coordinada por Carlos Andrés Arango-Lopera, Francisco José Torreblanca Díaz, Francisco Javier Lorente Sanjuán, Fabiola Knop y Alejo García de la Cárcova)

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°20 Diseño Difuso:

Prácticas de Diseño y Tendencias, que fueron publicados en la Edición 168 Continuidad difusa. Diseñando en la contingencia de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado en forma conjunta con la Universidad de Medellín, Colombia; la Universidad de Alicante, España; Universidad Politécnica de Valencia, España y la Universidad de Palermo Argentina.

C4 Proyecciones de la Moda

(Coordinada por Patricia Doria)

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°17 Imagen Moda y Tendencias: Reflexiones sobre el Sistema de la Moda, que fueron publicados en la Edición 150 La moda en su Laberinto III de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado por la Universidad de Palermo Argentina.

C5 Diseño y Economía

(Coordinada por Roberto Céspedes y Dra. Ana Beatriz Pereira de Andrade)

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°7 Diseño y Economía, que fueron publicados en la Edición 159 Seminario de Estudios Avanzados en Diseño Internacional de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado en forma conjunta con la Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil y la Universidad de Palermo Argentina.

C6 Proyecciones de la Moda (2)

(Coordinada por Patricia Doria)

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°17 Imagen Moda y Tendencias: Reflexiones sobre el Sistema de la Moda, que fueron publicados en la Edición 152 La moda en su Laberinto III de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado por la Universidad de Palermo Argentina.

C7 Diseño como Estrategia de Desarrollo Social

(Coordinada por Taña Escobar, Jorge Santamaría, Fabiola Knop y Alejo García de la Cárcova)

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°20 Diseño Difuso: Prácticas de Diseño y Tendencias, que fueron publicados en la Edición 151 Diseño como estrategia de desarrollo social de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado en forma conjunta con la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador y la Universidad de Palermo Argentina.

C8 Diseño, Artesanías y Comunidades

(Coordinada por Ximena González Eliçabe)

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°22 Diseño, Artesanía y Patrimonio Comunidades y Economía Creativa, que fueron publicados en la Edición 171 Diseño y Artesanía: Economía creativa y Patrimonio para el Desarrollo de comunidades de Cuadernos del Centro de

Estudios en Diseño y Comunicación, realizado en forma conjunta con el Museo de Arte Popular José Hernández MAP, Argentina; la Universidad de Granada UGR, España y la Universidad de Palermo, Argentina.

C9 Cruces entre Cultura y Diseño

(Coordinada por Karen Avenburg)

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°1 Cruces entre Cultura y Diseño – Los diversos abordajes posibles de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado por la Universidad de Palermo Argentina.

C10 Cine y Sociedad

(Coordinada por Zulema Marzorati y María Elena Stella)

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°14 Cine y Sociedad - Reflexiones sobre Cine Contemporáneo, que fueron publicados en la Edición 163 La fotografía como recurso en el audiovisual de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado en forma conjunta con la Universidad de Buenos Aires, Argentina y la Universidad de Palermo, Argentina.

C11 Unicornios: una Cuestión de Diseño, Economía y Tecnología

(Coordinada por Roberto Céspedes y Jimena Alarcón Castro)

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°7 Diseño y Economía, que fueron publicados en la Edición 166 Unicornios: una cuestión de diseño, economía y tecnología de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado en forma conjunta con la Universidad del Bio Bio, Chile; la Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil y la Universidad de Palermo, Argentina.

C12 Giros y Perspectivas Visuales

(Coordinada por Alejandra Niedermaier y María Bernardita Brancoli)

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°10 Giros y Perspectivas Visuales, que fueron publicados en la Edición 153 Los caminos posibles del Diseño de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado en forma conjunta con la Universidad del Desarrollo, Chile y la Universidad de Palermo, Argentina.

C13 - Imagen 360°

(Coordinada por María Pía Estebecorena)

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°25 Imagen y Diversidad, que fueron publicados en la Edición 169 Imagen y Diversidad de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado en forma conjunta con Association of Image Consultants International, Argentina y la Universidad de Palermo, Argentina.

C14 Investigación en Arquitectura

(Coordinada por Roberto Medina)

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de las investigaciones publicadas en la Edición 162 Arquitectura en Universidad de Palermo de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado por la Universidad de Palermo, Argentina.

C15 Diseño en Perspectiva [edición especial]

(Coordinada por Daniela V. Di Bella y Terry Irwin)

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°4 Diseño en Perspectiva: Escenarios del Diseño, que fueron publicados en la Edición 157 Transition Design [Edición Especial] de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado en forma conjunta con Carnegie Mellon University, USA y la Universidad de Palermo, Argentina.

C16 Forma y Materialidad

(Coordinada por Ana Cravino)

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°3 Forma y materialidad: Incidencia de la morfología y la tecnología en el diseño de espacios y productos, que fueron publicados en la Edición 164 Lógicas/Poéticas del habitar: El espacio doméstico de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado por la Universidad de Palermo, Argentina.

C17 El Camino de la Heroína

(Coordinada por Gabriel Los Santos, Tomás Stiegwardt, Gabriela Díaz de Sabatés y Marcelo Sabatés)

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°23 El camino de la Heroína Narrativa, Género, Diversidad e Imaginario Social, que fueron publicados en la Edición 170 El camino de la heroína: narrativas diversas en la post pandemia de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado en forma conjunta con Columbia College Chicago, USA y la Universidad de Palermo, Argentina.

C18 Diseño Difuso

(Coordinada por Fabiola Knop y Alejo García de la Cárcova)

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°20 Diseño Difuso: Prácticas de Diseño y Tendencias, que fueron publicados en la Edición 168 Continuidad difusa: Diseñando en la contingencia de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado en forma conjunta con la Universidad de Mar del Plata, Argentina; la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina; la Universidad de Sonora, México; la Universidad Rafael Landívar, Guatemala y la Universidad de Palermo, Argentina.

C19 Creatividad, Emoción y Espacio*(Coordinada por Sandra Navarrete)*

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°24 Creatividad, Emoción y Espacio, que fueron publicados en la Edición 167 Creatividad, Emoción y Espacio II de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado en forma conjunta con la Universidad de Mendoza, Argentina y la Universidad de Palermo, Argentina.

C20 Discursos de la Imagen desde el Centro a la Periferia*(Coordinada por Alejandra Niedermaier)*

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N° 10 Giros y Perspectivas Visuales. La imagen como arte y discurso, que fueron publicados en la Edición 129 Actores inesperados: lo que atraviesa el campo de la imagen de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado en forma conjunta con la Universidad de Mendoza, Argentina y la Universidad de Palermo, Argentina.

C21 Incubadora de Proyectos Internacionales de Investigación*(Coordinada por Daniela V. Di Bella)*

Esta comisión presenta la Incubadora de Proyectos de Investigación en Diseño con los avances de los Proyectos inter-institucionales de investigación en Diseño incubados del período 2022-2023. La Incubadora está vinculada con las actividades de la Red de Investigadores en Diseño y el Foro de Escuelas y pertenece al Instituto de Investigación en Diseño.

C22 Diseño en Perspectiva*(Coordinada por Daniela V. Di Bella y Terry Irwin)*

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°4 Diseño en Perspectiva: Escenarios del Diseño, que fueron publicados en la Edición 158 Visiones del Diseño V: Diseño y Antropoceno: Desafíos sostenibles, resilientes y regenerativos de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado en forma conjunta con Carnegie Mellon University, USA y la Universidad de Palermo, Argentina.

C23 Epistemología del Diseño*(Coordinada por Roxana Ynoub)*

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°7 Diseño y Economía, con los avances del Proyecto 7.6 Epistemología del Diseño de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado por la Universidad de Palermo, Argentina.

C24 Cuerpo Vestuario*(Coordinada por Laura Zambrini)*

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°5 Cuerpo y Vestuario: Interrelaciones discursivas entre cuerpo, moda y sociedad, con los avances del Proyecto 5.2 Moda y Sociología II de Cuadernos del Centro de Estudios en

Diseño y Comunicación, realizado por la Universidad de Palermo, Argentina.

C25 - Comunicación Política*(Coordinada por Marina Mendoza y Paulo Carlos López López)*

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°19 Comunicación Política: Perspectivas digitales contemporáneas, que fueron publicados en la Edición 161 Fake News y desinformación: desafíos para las democracias de América Latina y el Caribe de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado en forma conjunta con el CONICET, Argentina; la Universidad de Quilmes, Argentina; la Universidad de Santiago de Compostela, España y la Universidad de Palermo, Argentina.

C26 Investigar en Diseño*(Coordinada por Marina Matarrese y Luz del Carmen Vilchis Esquivel)*

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°8 – Investigar en diseño - Desarrollo de un proyecto institucional de investigación del claustro docente, que fueron publicados en la Edición 172 Múltiples miradas en, desde y para el Diseño y los objetos de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado en forma conjunta con la Universidad Nacional Autónoma de México, México y la Universidad de Palermo, Argentina.

C27 Game Studies*(Coordinada por Luján Oulton, Diego Maté y José Ángel Garfías Frías)*

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°18 Game Studies: Juego y Sociedad. Perspectivas Digitales Contemporáneas, que fueron publicados en la Edición 160 Insistencias: viejas inquietudes, nuevas preguntas de los game studies de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado en forma conjunta con la Fundación Walter Benjamin; el Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica-IEAC, Universidad Nacional de las Artes-UNA, CONICET, Argentina; la Universidad Nacional Autónoma de México, México y la Universidad de Palermo, Argentina.

C28 Diseño, Innovación y Transdisciplinariedad*(Coordinada por Daniela V. Di Bella, Amilton Arruda y Carla Langella)*

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°4 Diseño en Perspectiva: Escenarios del Diseño, que fueron publicados en la Edición 149 Diseño, Innovación y Transdisciplinariedad II: Relaciones del Diseño con la Naturaleza, la Biología y la Tecnología de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado en forma conjunta con la Universidad Federal de Pernambuco UPFE, Brasil; la Università degli studi della Campania Luigi Vanvitelli, Italia y la Universidad de Palermo, Argentina.

C29 Estímulo a la Investigación

(Coordinada por Mercedes Pombo)

Las presentaciones de esta comisión corresponden a los resultados de la Línea de Investigación N°16 Reservoirio Documental DC: Sistematización gráfica y digital de Instituto de Investigación en Diseño, que fueron publicados en la Edición 165 Estimulando el proceso de investigación académica de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, realizado por la Universidad de Palermo, Argentina.

En la edición 87 de La Hoja de Diseño se transcribe la agenda completa de la VII Edición del Coloquio Virtual Internacional de Investigadores en Diseño (601 Expositores) con un resumen de cada una de las presentaciones al mismo

• Arte y Comunicación (C1 Coloquio)

Esta Comisión sesionó online el lunes 18 de julio de 2022 a las 10.00 hs. (ARG). **Coordinación:** Natalia Aguerre (Universidad de Palermo, Argentina) y Janneth Arley Palacios Chavarro (Facultad de Ciencias de la Comunicación, Fundación Universitaria Los Libertadores, Bogotá, Colombia).

En esta comisión se presentó “Arte, comunicación y política: experiencias y expresiones desde Latinoamérica” (Cuaderno 147) con los resultados del Proyecto 11.6 del mismo nombre, que dirige Natalia Aguerre (Universidad de Palermo, Argentina) y Janneth Arley Palacios Chavarro (Facultad de Ciencias de la Comunicación, Fundación Universitaria Los Libertadores, Bogotá, Colombia).

Se reflexiona en clave crítica y desde distintas perspectivas sobre el conjunto de experiencias, expresiones y prácticas que se asientan en el reconocimiento de la función social del arte, el diseño y la comunicación en el compromiso con la ciudadanía, la libertad de expresión, la defensa de los derechos, la construcción social de realidad, la intervención en el espacio público, el cambio de perspectiva del espectador y los modos de narrar y contar nuestro actual contexto marcado por la Pandemia del Covid-19.

Los resultados de éste Proyecto continúan enriqueciendo las investigaciones de la Línea de Investigación N°11 Arte y Comunicación: Innovación estética, medios, nuevos lenguajes.

La Línea se desarrolla de manera ininterrumpida desde 2017 entre la Facultad de Diseño y Comunicación (UP, Argentina) junto a distintas Universidades. Los Proyectos anteriores al que se presenta en esta oportunidad son: 11.5 Arte y Política (Cuaderno 122) junto a la Fundação Casa de Rui Barbosa / EPCC Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Brasil), 11.3 Arte y Diseño: Discursos de la Identidad Cultural de América Latina (Cuaderno 101) junto a la Universidad de Guadalajara (México), 11.2 Arte, Historia y Memoria (Cuaderno 92) junto a la Universidade do Vale dos Sinos –Unisinos (Rio Grande do Sul, Brasil) y 11.1. Experiencias del Arte Latinoamericano y su incidencia sobre el tiempo (Cuaderno 75) junto a la Université Rennes 2 (Francia) presentados respectivamente en los

Coloquios 2021, 2020, 2019 y 2018 (Entre paréntesis se consigna el Cuaderno donde se publican los resultados correspondientes al Proyecto).

Toda la información y documentación de las Líneas, los Proyectos y Publicaciones puede consultarse en forma libre y gratuita en: https://www.palermo.edu/dyc/investigacion_desarrollo_diseno_latino/index.html

La colección completa de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación está disponible en forma libre y gratuita en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/index.php

En esta comisión se presentaron las siguientes ponencias:

In01. La intersubjetividad como estrategia de comunicación para la reactivación de las actividades deportivas sociales luego de la pandemia. Kléver Rolando Samaniego Pesantez y Silvia Lorena Álvarez León (Universidad del Azuay, Cuenca Ecuador)

El mundo tiene puesto su mirada en la búsqueda de una vacuna para eliminar o neutralizar definitivamente al Corona Virus (Covid-19), declarado como pandemia en marzo de 2020. El confinamiento, el distanciamiento social y los juegos en dispositivos electrónicos se están constituyendo en un obstáculo para la reactivación de las actividades físicas en tiempos post-pandemia. Es por esa razón, que propongo iniciar con un pensamiento prospectivo para disminuir los efectos negativos que podrían afectar al momento de reactivar las actividades físicas. Con este objetivo, realizaremos una exploración comunicacional por los procesos intersubjetivos existentes en las Jornadas Deportivas Vacacionales de Sígsig-Ecuador, considerada la más constante y antigua del Ecuador, con la intención de examinar las estrategias de comunicación utilizadas en su convocatoria y participación.

In02. Jamlet de Villa Elvira: una experiencia en dramaturgia de la recepción desde el campo social popular. Blas Arrese Igor (Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Argentina)

La dramaturgia de la recepción representa un área de vacancia para las investigaciones que cruzan comunicación social y teatro. El artículo se adentra en “Jamlet de Villa Elvira”, experiencia artística a partir del clásico shakesperiano, llevada adelante por pibes y pibas de un grupo de teatro de un barrio periférico de la ciudad de La Plata (Argentina). Nació como parte del trabajo de campo para la tesis doctoral del artista e investigador Blas Arrese Igor, para luego rebasar los límites académicos promoviendo la generación del Grupo de Teatro Oriyero. La experiencia llevada a cabo en Villa Elvira nos permite pensar las potencias del arte en los márgenes, en las periferias.

In03. El Efecto Kodak. De cómo la evolución de industria publicitaria puede significar su propia extinción. Mónica Baquero Gaitán y Nohra Ramírez Herrera (Pontificia Universidad Javeriana, Colombia)

La publicidad afronta cambios profundos por el impacto de la revolución tecnológica, la exigencia de efectividad y la urgencia de formación de profesionales con competencias aún por definir. Acerca de su evolución existen diversas lecturas de académicos estudiosos del fenómeno

publicitario; el presente artículo se configura como un proyecto cuya intención es la comprensión de los retos que trae consigo la cuarta revolución industrial en el ejercicio de la profesión y en el estudio del fenómeno publicitario contemporáneo. Para ello, retoma las voces de publicistas de Iberoamérica y se indaga si la industria publicitaria como industria creativa está por reinventarse o si se enfrentan, el efecto Kodak o Blockbuster, propios de la obsolescencia del negocio.

In04. Análisis de la comunicación gráfica del grupo de Rock fusión bogotano “Calle e la belleza”. Laura Camila Bautista Bautista (Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia)

En este artículo se reflexionarán los hallazgos de la investigación realizada sobre el análisis de la forma de comunicación gráfica del grupo de Rock fusión bogotano “Calle e la belleza”, desde su nacimiento en 2014 hasta el 2020. La elección de este grupo se debe a que se puede observar cómo este tipo de música está estrechamente relacionada con la cultura juvenil urbana, y cómo su comunicación gráfica establece su identidad cultural por medio del intercambio de conocimientos, prácticas y representaciones sobre la realidad cotidiana de la ciudad. La investigación realizada tuvo un enfoque cualitativo, por cuanto analizó la realidad en el contexto natural, interpretando a partir de la recolección de datos, sin medición numérica. Asumir la investigación cualitativa no solo requiere comprensión sino también poder captar detalles que podrían resultar irrelevantes visto desde otros ámbitos, es decir, comprender que la otra persona u otras personas quieren expresar a través de sus palabras, su silencio y acciones, todo a través de la interpretación y el diálogo. El fin principal de la investigación es lograr determinar si el proceso comunicacional mediado por el vestuario, el arte visual, las letras y los recursos gráficos que plantea el grupo, van acorde con lo que proyecta, desde la apropiación y creación de la música fusión hasta el desarrollo cultural para hacer de la estructura simbólica y su propio discurso un medio de expresión.

In05. La Calle, un Territorio con otras prácticas, otros saberes y otros sentidos. Andrea Forero Hurtado (Universidad Externado de Colombia, Colombia), **Andrés Torres Poveda** (Universidad Nacional de Colombia, Colombia) Tras una intervención de la alcaldía de Bogotá en 2016 a una zona del centro de la ciudad, deprimida por fenómenos de narcotráfico, prostitución, miseria e ilegalidad, conocida como El Bronx o La Ele, se desarrollaron acciones para la atención de las personas que ocupaban el sector; algunas centradas en el arte, como la obra de teatro musical “Gloria, un canto a la vida”. De allí la investigación “Del territorio de la calle al territorio de la escena teatral”. La riqueza de los relatos sobre las prácticas y los saberes de La Calle como territorio, es decir como espacio de la construcción de sentidos, dieron pie a este artículo. El tema principal en este escrito, antes que el hecho teatral, es el fenómeno de habitabilidad de calle descubierto a través de las narrativas y que suscitaron reflexiones y tímidas propuestas de manejo.

In06. Análisis de caso sobre la gestión de una marca de diseño independiente de indumentaria en Quito. Diana Tamara Molina Reyes (Universidad San Francisco de Quito - Ecuador)

Se analizan las prácticas de gestión comunicacional de Mashasha, una casa de diseño independiente de indumentaria de la ciudad de Quito, para observar sus estrategias comunicativas de posicionamiento en el mercado. Mediante una investigación de tipo mixto, que contempla entrevistas a su creadora y encuestas al público objetivo, se determina que existen importantes brechas en la gestión de marca por falta de conocimiento de su creadora y los costos de este proceso, lo cual genera un escaso reconocimiento de esta casa de diseño aun cuando el público tiene conocimiento sobre este ámbito comercial y que lleva, finalmente, a su desaparición.

In07. Japopsampler: influencias de la cultura pop japonesa en los consumos de moda argentina. Victoria Nannini (Universidad Nacional de Rosario, Argentina)

En la actualidad, los efectos de la hipermediatización vinculados a los usos de las tecnologías digitales evidencian una creciente influencia de los estilos y la cultura popular japonesa en los consumos culturales a nivel global. En Argentina, se percibe una fuerte presencia del neojaponismo, especialmente en los consumos de moda junto a una hibridación de estilos heterogéneos. El presente trabajo se propone abordar las prácticas relacionadas al consumo de indumentaria de moda en jóvenes a través de medios digitales y plataformas virtuales que se ven influenciadas por la cultura pop japonesa. De esta forma, es posible detectar prácticas de consumo que samplean, mezclan y replican vestigios culturales japoneses que van desde el animé, pasando por lo kawaii hasta el uso de kanjis japoneses, junto a otras estéticas y estilos de moda y, por consiguiente, comunican nuevas construcciones de subjetividades respecto de la apariencia, la selección de marcas, el género, entre otros aspectos.

In08. La estética del afecto de Isao Takahata en el cuento de la princesa Kaguya. Lilia Nogueira Calcagno Horta (Escuela de Publicidad y Marketing -ESPM, Brasil)

Isao Takahata, director y fundador del estudio Ghibli, es conocido por cambiar constantemente de estilo a lo largo de tu carrera. Un ejemplo de lo que Takahata experimenta con nuevas estéticas es la película El cuento de la Princesa Kaguya, de 2013. Este artículo pretende disentir sobre la estética afectiva de Isao Takahata, abordando sus peculiaridades e investigando cómo recopila sus obras. Para eso, utilizaremos autores de la comunicación que estudian la estética de las producciones culturales, como Morin, Parret, Serres y Lotman, así como los sesgos de la industria del anime cultural, que serán abordados a través de los pensamientos de Tsugata, Luyten, Cavalaro y Takahata.

In09. Narrativas incendiárias: Remix, Estética e Diferença em Little Fires Everywhere. Pedro de Assis Pereira Scudeller y Dariane Lima Arantes (Escola Superior de Propaganda e Marketing - Bolsista CAPES - PROSUP INTEGRAL, Brasil)

Este artigo propõe, a partir de uma análise comparativa entre o best-seller *Little Fires Everywhere* e sua adaptação para a televisão, tensionar os sentidos relacionados a marcadores de gênero, raça e classe presentes em suas narrativas. Procuramos compreender como as narrativas da diferença são incorporadas e negociadas nessas obras, a partir de reflexões sobre a cultura remix, e identificar em que medida as narrativas revelam regimes de visibilidade e se tornam operadoras de dissenso, estabelecendo uma política de diferença em relação às representações femininas. Pensamos aqui nas interseções entre a experiência estética, a cultura midiática e as representações da diferença.

In10. Vestir el reclamo: los pañuelos verdes en la problematización del género. Cyntia Valladares (Universidad de Palermo, Argentina)

En el marco de la lucha por la legalización del aborto en Argentina —específicamente en la ciudad de Buenos Aires entre el 2018 y el 2020—, el símbolo de la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito representado por el pañuelo verde excedió su lugar de origen expandiendo y generando nuevas ocasiones, modos de uso y ampliando sus significados. El presente artículo indaga sobre el lugar que ocupó el pañuelo verde en la lucha por la legalización del aborto, haciendo foco en las características de esta prenda política que incidieron en la problematización del género, desde su actuar performático.

• **Derecho, Sostenibilidad y Diseño (C2 Coloquio)**

Esta Comisión sesionó online el lunes 18 de Julio de 2022 a las 12.00 hs. (ARG). **Coordinación:** Susy Bello Knoll (Universidad de Palermo, Argentina y Universidad de Salamanca, España) y Juan Sebastián Sánchez Polanco (Escuela Latinoamericana de Propiedad Intelectual ELAPI, Chile).

En esta comisión se presentó “Derecho, Sostenibilidad y Diseño” (Cuaderno 154) con los resultados del Proyecto 21.3 del mismo nombre, que dirigen Susy Bello Knoll (Universidad de Palermo, Argentina y Universidad de Salamanca, España) y Juan Sebastián Sánchez Polanco (Escuela Latinoamericana de Propiedad Intelectual ELAPI, Chile).

Por tercer año consecutivo la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo en alianza estratégica con la Facultad de Derecho de la Universidad de Salamanca con fines de investigación continúan en la línea de análisis de Derecho y Diseño trabajando inter-disciplinariamente en el marco de la protección y salvaguarda de derecho de los creativos. En 2022 se suma a la investigación la Escuela Latinoamericana de Propiedad Intelectual (ELAPI) contribuyendo en la materia específica de protección en América Latina de los diseños de moda. Se profundiza el estudio de la sosten-

bilidad reafirmando el compromiso de las instituciones involucradas en esta área.

Los resultados de éste Proyecto continúan enriqueciendo las investigaciones de la Línea de Investigación N°21 Derecho, Sostenibilidad y Diseño Protección e Interdisciplina. La Línea se desarrolla de manera ininterrumpida desde 2019 entre la Facultad de Diseño y Comunicación (UP, Argentina) junto a distintas Universidades. Los Proyectos anteriores al que se presenta en esta oportunidad son: 21.2 Propiedad intelectual, Diseño y Sostenibilidad (Cuaderno 106) y 21.1 Sostenibilidad y Protección del Diseño (Cuaderno 144), ambos junto a la Universidad de Salamanca, España presentados respectivamente en los Coloquios 2020 y 2021 (Entre paréntesis se consigna el Cuaderno donde se publican los resultados correspondientes al Proyecto).

Toda la información y documentación de las Líneas, los Proyectos y Publicaciones puede consultarse en forma libre y gratuita en: https://www.palermo.edu/dyc/investigacion_desarrollo_diseno_latino/index.html

La colección completa de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación está disponible en forma libre y gratuita en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/index.php

En esta comisión se presentaron las siguientes ponencias:

In11. La sostenibilidad como identidad marcaría del emprendimiento argentino. Flavia Galarza (Universidad Católica de La Plata, Argentina y ELAPI Argentina)

Siendo la industria de la moda una de las más contaminantes del planeta, es absolutamente necesario un cambio de paradigma en los modelos de negocios. En esta línea de pensamiento, varias marcas argentinas conscientes de esta problemática han comenzado a introducir conceptos referidos a la temática, al mismo tiempo que los consumidores también reclaman información sobre los procesos y confección de prendas, productos y accesorios. En este contexto, podemos pensar en la sostenibilidad como la identidad marcaría del negocio de moda en Argentina, teniendo en cuenta el contexto en el cual se encuentra inmerso el emprendedor argentino, las tendencias existentes y la vinculación con otros actores de la sociedad.

In12. Protección de los diseños de moda en Costa Rica. Ana Laura Cubero Rodríguez (Universidad Internacional de Cataluña, España y ELAPI, Costa Rica)

Se pretende mostrar la necesidad de que el proceso de desarrollo de la industria de la moda en Costa Rica vaya de la mano con el derecho de la moda o fashion law como una herramienta que potencializa el mercado. Para esto se analizarán los distintos mecanismos legales existentes en el país para proteger las creaciones y adicionalmente las obligaciones legales que tienen los creadores de moda frente a la protección del medio ambiente.

In13. Protección de los diseños de moda en el Paraguay. Realidad de la industria. Gonzalo Gómez Forzley (Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción, Paraguay y ELAPI, Paraguay)

La moda es sin duda una de las expresiones del hombre y de la mujer reflejados en la forma de vestir que tienen su nacimiento en la actividad creativa de diseñadores

quienes son los verdaderos artífices de los variados y particulares diseños. El derecho no es ajeno al desarrollo de la industria de la moda, otorgando protecciones propias y muchas veces desconocidas por el mundo del diseñador. Lo referente a la moda sostenible, en Paraguay hemos paulatinamente concretado una corriente en ese sentido. Así mismo, valorar el aporte económico generado por esta actividad se refleja también con los acuerdos o contratos que mueve la industria. El presente trabajo pretende también compartir la experiencia real del diseñador y su labor sincerando el ¿Qué conozco? y sobre todo señalar brevemente la normativa aplicable para la protección de sus creaciones.

In14. La protección del Diseño en Venezuela. *Juan Astudillo Martínez* (Universidad Católica Andrés Bello en Caracas, Venezuela y ELAPI Venezuela), *Laura Hernández Bethermyt* (Universidad Santa María en Caracas, Venezuela y ELAPI Venezuela)

Venezuela cuenta con un panorama en desarrollo en cuanto a los diseños y su protección jurídica, el desenvolvimiento del derecho y cómo se ha ajustado a las distintas necesidades ha demostrado que es posible su protección y hacer valer la misma. Actualmente, su legislación y las nuevas propuestas que se están trabajando buscan adaptarse al entorno global y las necesidades de este, proteger y brindar un correcto resguardo de los derechos de los interesados siempre ha estado presente, modernizando sus mecanismos y adaptándose a la actualidad y aquello que está por venir.

In15. Moda, sostenibilidad y nuevas tecnologías: la protección por el derecho brasileño. *Fernanda Pansini* (Universidade Cândido Mendes, Brasil y ELAPI Brasil) *Thaielly da Silva José* (Escola da Magistratura Federal do Paraná, ESMAFE, Brasil y ELAPI, Brasil)

Este artículo tiene como objetivo demostrar cómo se protegen las marcas de moda sustentables en Brasil, sin embargo, la protección será analizada desde la perspectiva de la innovación tecnológica y especialmente en relación con la agenda de la ONU 2030, en la que la moda está directamente relacionada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Así, analizaremos el perfil del mercado de la moda brasileña, sus objetivos y programas de responsabilidad con el desarrollo sostenible a través del uso de innovaciones relacionadas con la moda sostenible, analizando cómo pueden protegerse bajo la propiedad intelectual.

In16. El diseño de moda y su protección por el derecho de autor en Uruguay. *Silvina Vila* (Universidad de la República de Uruguay, Uruguay y ELAPI Uruguay)

Recientemente en Uruguay, fueron dictadas tres sentencias judiciales al respecto del reclamo de una reconocida empresa local dedicada a la indumentaria femenina. Esta empresa reclamó ante los Tribunales de Justicia uruguayos que sus diseños estaban siendo utilizados, imitados y comercializados por una cadena de supermercados, todo ello sin su autorización. La demandada fue condenada por la infracción y lesión de los derechos de autor que protegen a los diseños de moda. Este caso se considera un verdadero leading case que consagra la protección

de los diseños de moda mediante el reconocimiento del derecho de autor sobre las prendas de vestir en Uruguay, marcando de esta manera el camino para la resolución de futuras controversias en el ámbito del diseño de moda. El presente trabajo analiza los fundamentos expresados en estas sentencias para la obtención de esta protección reconocida a los diseñadores.

In17. La protección de los diseños de moda en España. *Vanessa Jiménez Serranía* (Universitat Oberta de Catalunya UOC, España)

La industria de la moda en España es dinámica, joven y emprendedora, pero se enfrenta a importantes retos tanto coyunturales (por ejemplo, la Covid-19) como estructurales. Un aspecto sustancial para la evolución de este sector radica en un adecuado conocimiento de las herramientas de protección y defensa de los diseños de moda en el territorio español, así como de las soluciones dadas a ciertos de los problemas o situaciones complejas derivadas de la aplicación en la práctica de estas herramientas. El presente artículo pretende ofrecer de manera sucinta un recorrido por las herramientas de protección y defensa del diseño de moda existentes en el derecho español (con ciertas referencias obligadas al derecho de la Unión Europea) así como de las principales cuestiones que se suscitan en la actualidad a nivel práctico.

In18. El uso publicitario de marcas de moda ajenas en internet (complementariedad entre propiedad intelectual y competencia desleal). *Fernando Carbajo Cascón* (Universidad de Salamanca, España)

Es frecuente la utilización publicitaria de marcas ajenas —especialmente de productos de moda y complementos— como palabras clave vinculadas a enlaces publicitarios en motores de búsqueda de Internet. Este problema ha sido abordado y resuelto por la doctrina del Tribunal de Justicia de la Unión Europea y tribunales nacionales de Estados miembros de la Unión, entre ellos el Tribunal Supremo español de forma netamente formalista, cerrando en falso un problema relevante de nuestro tiempo, a la vista de la importancia que tiene el posicionamiento marcario en el mercado digital. La solución más adecuada del problema pasa por un examen de la posible infracción marcaria en clave de competencia desleal (analizando el caso no tanto por la forma del comportamiento como por sus efectos en el mercado), o bien por dejar mayor espacio a la aplicación de la doctrina de la complementariedad relativa para resolver el caso a través del derecho de competencia desleal, mucho más adecuado para situaciones que dependen fundamentalmente de las circunstancias concretas que concurren en cada caso.

In19. Sostenibilidad y marcas: el progreso peruano en la industria de la moda. *Oscar Caballero Hinostroza* (Universidad San Martín de Porres, Perú y ELAPI Perú)

La moda ha estado presente desde la necesidad de las personas de vestirse, y a través de ello es un vehículo, una expresión de la cultura y valores de las personas. Sin embargo, el Derecho de la Moda es relativamente nuevo, pero ha crecido a pasos agigantados adaptándose a la industria de la moda desde un punto de vista interdisciplinario, en el cual la piedra angular de desarrollo es

la Propiedad Intelectual. Dicho esto, el presente trabajo realiza un estudio de los aspectos más importantes a tener en cuenta de uno de los elementos de la Propiedad Intelectual: las marcas, consideradas como los signos distintivos por antonomasia, desde los cuales se distinguen los productos y servicios de los empresarios de otros en el mercado, siendo el primer aspecto a conocer por parte de los consumidores. De igual forma, se hace una aproximación a una de las tendencias de la moda: la moda sostenible, como punto de inflexión en donde se toman en cuenta otros aspectos dentro de la industria de la moda: el medio ambiente, la forma de producción de las prendas de vestir, el uso de fibras naturales y vela por los derechos laborales y sus condiciones, entre otros aspectos de fondo de importancia en dicha industria. Finalmente, se realiza una muestra del impacto de la moda sostenible en el Perú, señalando algunas marcas de moda sostenible en nuestro país, demostrando el progreso y empeño peruano en este sector de la industria.

In20. Marcas registradas sostenibles y su protección en Chile. *María José Arancibia Obrador* (Universidad de Chile, Chile)

Hoy el medio ambiente es una preocupación a nivel mundial. A razón de ello y gracias a la economía circular los consumidores se han preocupado de las diversas etapas en la creación de un producto lo que ha llevado a que las industrias adquieran compromisos para reducir sus niveles de impacto ambiental. El derecho no puede quedar ajeno y existen herramientas que permiten entregar al consumidor con la debida certeza que los compromisos adquiridos por parte de las empresas son reales y no solo buenas intenciones.

In21. La materialización de los estilos de vida eco-responsables. *Cristina Garre Sánchez, Vicente Alemany Sánchez-Moscoso, Pablo R. Prieto Dávila* (Universidad Rey Juan Carlos)

Con el auge y la evolución de los medios de comunicación de masas durante las últimas décadas del s. XX y principios del s. XXI, se ha llevado a cabo por parte de la industria de la moda una imposición imágenes predefinidas para distintos roles sociales a través de estos medios. Ha impuesto así una sustracción de la identidad individual de los consumidores de moda para crear múltiples series de identidades. Los discursos identitarios están predefinidos por la industria de la moda a pesar de su amplia variedad y diferente configuración. Gracias a las múltiples tendencias de moda, el consumidor puede componer su propia identidad estética utilizando vestimenta de diferentes corrientes de diseño, componiendo así su propia imagen, pero siempre bajo el yugo de las tendencias creadas y predeterminadas por la industria de la moda. Un consumo consciente y responsable, defendido por los fenómenos slow fashion, parece ser una respuesta del consumidor frente a los preceptos de la industria de la moda.

In22. Sostenibilidad laboral en la Moda. Imagen, vestimenta y contrato de trabajo: adecuación a las políticas de trabajo decente. *Gabriel Damián A. Ruiz* (Universidad Nacional de Lomas de Zamora y Universidad Austral, Argentina)

En este trabajo indagamos sobre el tratamiento de la imagen, como una peculiaridad específica de la Industria de la Moda, que se puede constituir como una obligación emergente del contrato de trabajo. Desde este abordaje, la propuesta se construye a través la facultad de organización y dirección del empleador en torno a la adecuación de la vestimenta de trabajo, se problematiza en la facultad disciplinaria y se endereza en la buena fe y la congruencia de los valores que relacionan, la imagen corporativa, las tareas y lugar de trabajo, armonizándolos con los parámetros más exigentes de empleo decente, en el marco de la Agenda para el 2030 de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas adoptada por OIT. Para establecer bases jurídicas sólidas, se analiza recupera un fallo sobre la exigencia de un determinado tipo de vestimenta y se analizan los criterios de argumentación actuales en materia de derecho laboral, desde una mirada que recupera el dialogo interdisciplinario como una herramienta esencial en la gestión de las relaciones laborales. Desde esta perspectiva, cobra relevancia la precisión del contrato de trabajo, como instrumento estratégico en la política de contratación.

In23. Publicidad e influencers: sostenibilidad a través de la regulación. *Christian Vidal Beros* (Universidad Católica de Chile, Chile y Universidad de Salamanca, España)

El presente trabajo pretende realizar un recorrido por los diferentes temas de interés que importan el desarrollo de la publicidad, su marco normativo, las áreas del derecho involucradas en dicha regulación y cómo puede ser aplicable a la incipiente relevancia que han adquirido los influencers en la industria publicitaria. De igual forma, se plantean los mayores desafíos –y muchas veces conflictos–, que hoy se presentan a la publicidad contemporánea, principalmente aquella difundida por redes sociales, y las consecuencias de ella para la acción del Estado fiscalizador.

In24. Las empresas de triple impacto en la Moda. *Susy Inés Bello Knoll* (Universidad de Palermo, Argentina y Universidad de Salamanca, España)

Se ha producido una evolución hacia la sustentabilidad en los modelos de negocios de las empresas. Las organizaciones comerciales tradicionales priorizaban el lucro y la obtención de rentabilidad sin considerar los efectos que sus actividades podían generar en la sociedad y en el planeta. En un primer momento se incorporaron conceptos de ética de la mano de la responsabilidad social empresaria hasta llegar a una mirada integradora de los aspectos sociales, económicos y ambientales para diseñar políticas empresariales que produzcan impactos positivos en cada una de estas áreas. El sector de la Moda no es ajeno y comienza a constituir empresas que asumen este compromiso.

In25. Necesidad de tutela jurídica para las expresiones culturales tradicionales aplicadas a la industria textil. Franca Lo Bue (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina)

En la actualidad se han dado a conocer numerosos casos de utilización de manifestaciones tradicionales, diseños autóctonos y símbolos culturales de diversas comunidades en la industria de la moda, lo que puede significar una forma de apropiación cultural. Es por esta razón que aparece la figura de autor colectivo como sujeto de derecho que necesite reconocimiento y tutela por parte del estado, en conexión con los derechos de propiedad intelectual y participación de los beneficios económicos que obtienen quienes utilizan el patrimonio cultural inmaterial de los pueblos como bien de dominio público. A partir de identificar el problema, surge la necesidad de una regulación legislativa y relevamiento de aquellas expresiones culturales tradicionales que necesitan protección, además del permanente compromiso que deben tener líderes mundiales con la salvaguardia del patrimonio de los pueblos y comunidades. La industria textil y diseñadores de moda, tienen la responsabilidad de desarrollar un negocio inclusivo, con sustentabilidad y que asuma un compromiso social. Colaborar con la protección y difusión de la cultura de los pueblos, además de cuidar el medio ambiente, será el camino a seguir.

In26. La protección del consumidor de moda en la República Argentina. Ana Carolina Albanese (Fashion Law Institute at Fordham University, Nueva York USA) El Derecho precisó el paso del tiempo y la salida del individualismo para comenzar a mirar a la persona que habita los vínculos jurídicos. Luego se comenzó a profundizar y reconocer a un consumidor en algunas de estas relaciones. Actualmente el consumidor es reconocido y protegido desde diversos lugares. El consumo de Moda y el Derecho juegan roles interesantes en tándem que en este trabajo se analizan. En principio realizo un recorrido normativo de las relaciones de consumo y la salvaguarda del sujeto de derecho para posteriormente adentrarme en el consumo de Moda y cuestiones sociales como el trato digno y la no discriminación en amalgama con la Ley de Talles y una cuestión social actual no menos importante como es la distrofia de la imagen corporal en línea.

• **Comunicación Persuasiva (C3 Coloquio)**

Esta Comisión sesionó online el lunes 18 de Julio de 2022 a las 14.00 hs. (ARG). **Coordinación:** Carlos Andrés Arango-Lopera (Universidad de Medellín, Colombia), Francisco José Torreblanca Díaz (Universidad de Alicante, España) y Francisco Javier Lorente Sanjuán (Universidad Politécnica de Valencia, España), Fabiola Knop y Alejo García de la Cárcova (Universidad de Palermo, Argentina).

En esta comisión se presentó “Comunicación Persuasiva” con el avance del Proyecto 20.7 del mismo nombre, que dirigen Carlos Andrés Arango-Lopera (Universidad de

Medellin, Colombia), Francisco José Torreblanca Díaz (Universidad de Alicante, España), Francisco Javier Lorente Sanjuán (Universidad Politécnica de Valencia, España), y Fabiola Knop-Alejo García de la Cárcova (Universidad de Palermo, Argentina).

Se presentan reflexiones que invitan a investigar sobre la comunicación persuasiva, sus estrategias y sus audiencias, y cómo estas incorporan ideas, hábitos y creencias en las prácticas sociales para la gestión de la comunicación en las marcas y organizaciones.

Los resultados de éste Proyecto continúan enriqueciendo las investigaciones de la Línea de Investigación N°20 *Diseño Difuso: Prácticas de Diseño y Tendencias*.

La Línea se desarrolla de manera ininterrumpida desde 2016 entre la Facultad de Diseño y Comunicación (UP, Argentina) junto a distintas Universidades. Los Proyectos anteriores al que se presenta en esta oportunidad son: 20.4 Normalidad Difusa: Prácticas de diseño virtual en tiempos de pandemia (Cuaderno 137) junto a la Universidad Nacional de Mar del Plata (Argentina), la Universidad Rafael Landívar (Guatemala) y la Universidad de Sonora (México), 20.3 Profesionalización Difusa. Prácticas de Diseño y Tendencias (Cuaderno 115) junto a la Universidad Nacional de Mar del Plata (Argentina), y la Universidad Rafael Landívar (Guatemala), 20.2 Identidad Difusa: Prácticas de Diseño y Tendencias (Cuaderno 94) y 20.1 Materialidad Difusa. Prácticas de Diseño y Tendencias (Cuaderno 70) junto al Instituto Politécnico de Milán (Italia) presentados respectivamente en los Coloquios 2021, 2020, 2019 y 2017 (Entre paréntesis se consigna el Cuaderno donde se publican los resultados correspondientes al Proyecto).

Toda la información y documentación de las Líneas, los Proyectos y Publicaciones puede consultarse en forma libre y gratuita en: https://www.palermo.edu/dyc/investigacion_desarrollo_diseno_latino/index.html

La colección completa de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación está disponible en forma libre y gratuita en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/index.php

En esta comisión se presentaron las siguientes ponencias:

In27. Nuevos perfiles en la demanda de profesionales de comunicadores gráficos. Brenda Ximena Meza y Diana Catalina Londoño (Grupo de Investigación Holográfico-Universidad de Medellín, Colombia)

Si bien los programas de publicidad han basado sus planes de estudio en perfiles laborales identificables, en campos de acción como las agencias de publicidad, enfocadas especialmente en el ATL, los nuevos horizontes del ecosistema mediático digital implican cambios no solo en las competencias técnicas necesarias para el ejercicio de la profesión sino en los paradigmas conceptuales sobre los cuales se entiende el ejercicio mismo. Este trabajo presenta una revisión de literatura sobre los enfoques emergentes y las nuevas competencias que se proponen para alimentar el perfil formativo de los profesionales en publicidad.

In28. Marca-territorio. Una revisión de modelos y constructos. *Luis Rodrigo Viana* (Grupo de Investigación Holográfico-Universidad de Medellín, Colombia)

El campo de conocimiento de la marca se viene expandiendo desde finales del año pasado. Del mismo modo, desde esa misma época la construcción de marcas de ciudad-citymarketing- ocupa un lugar privilegiado en los programas de gestión comunicativa, política y de turismo en muchos territorios. Este trabajo revisa los principales modelos que se han creado para gestionar las marcas-territorio.

In29. Las lovebrands: aproximación al concepto, arquitecturas y mediciones. *Luisa Fernanda Montalvo* (Grupo de Investigación Holográfico-Universidad de Medellín, Colombia)

El concepto de lovemarks, propuesto por Kevin Roberts, es uno de los espacios que más impacto ha generado en el campo de la marca. En este artículo se indaga por la conformación del concepto, su diseño como modelo y se describen los principales constructos que se registran en la literatura para su medición.

In30. Enfoque diferencial: retos para la comunicación persuasiva. *Ana Catalina Quirós* (Grupo de Investigación Holográfico-Universidad de Medellín, Colombia)

La comunicación persuasiva busca generar estrategias para lograr que determinadas audiencias incorporen ideas, hábitos y creencias en las prácticas sociales. Sin embargo, la actual discusión sobre género(s) implica una revisión profunda sobre la forma como desde la segmentación de las audiencias, hasta la orquestación de campañas ha partido tradicionalmente de ideas muy conservadoras sobre el género. Ante esto, el enfoque diferencial propone una serie de criterios que permitan una comunicación más inclusiva. Este texto revisa tales criterios y genera una reflexión en torno a las conclusiones que esto puede traer para la gestión de la comunicación en las marcas y organizaciones.

In31. Comunicación persuasiva y sostenibilidad. *Carlos Mario Berrío* (Grupo de Investigación Holográfico-Universidad de Medellín, Colombia)

Sin duda, una de las macro-tendencias del mercadeo y la comunicación actuales es lo ecológico. Esto ha supuesto un creciente interés por parte de las compañías en generar mensajes más acordes a las nuevas demandas de sostenibilidad ambiental. Pero a menudo entran dudas sobre si esa comunicación implica únicamente una serie de mensajes o si en realidad llega a impactar el mundo real con procesos de interacción sostenibles.

In32. Metáforas de la comunicación en los modelos de marca. *Carlos Andrés Arango-Lopera* (Grupo de Investigación Holográfico-Universidad de Medellín, Colombia)

La gestión de marcas es un terreno en expansión, tanto en el plano teórico como en el empírico. Cuando se revisan “modelos de marca” aparecen más de 300 propuestas, entre las que se encuentran modelos surgidos en las consultoras y en las academias. En todos ellos subyace, implícita o explícitamente, una idea de la comunicación. En el artículo se analizan las metáforas a partir de las

cuales se conciben esos modelos de gestión de marca analizados.

In33. Árbol de contenidos y gestión de la comunicación digital. Estudio de tres marcas culturales. *Martín Delgado y Milton Rodríguez* (Grupo de Investigación Holográfico-Universidad de Medellín, Colombia)

La denominación de “industrias creativas y culturales” emerge como un nuevo paradigma en el cual se concilian intereses aparentemente diversos. En la actualidad, lo digital es uno de los espacios en los que lo cultural encuentra espacio. A partir de tres entidades culturales y su gestión de redes sociales, este trabajo evalúa la configuración del árbol de contenidos, metodología que pretende establecer criterios para desglosar los mensajes que las marcas entregan a sus públicos.

In34. Micro-espacios públicos. Lectura de un campus universitario en clave de espacialidad social. *Natalia Grisales* (Grupo de Investigación Holográfico-Universidad de Medellín, Colombia)

Los estudios del espacio han tomado como referencia pueblos, ciudades o áreas metropolitanas. Sin embargo, la noción misma de “campus universitario”, que se emplea como sinónimo de “ciudadela” o “completo académico”, es también un escenario que, bajo la mirada micro-sociológica y antropológica deja entrever el uso y relación de los seres humanos con su territorio. Diseño comunicacional y performance digital. Propuesta de un modelo de trabajo entre marcas e influenciadores Yajahira Castro, desde cierta perspectiva, los influenciadores surgen como una de las vías en las que las marcas actualmente ponen en escena su mensaje. Se entiende por performance digital la acumulación de puestas en escena, parlamentos, objetos y acciones que realizan los influenciadores en sus cuentas. Este punto sirve para proponer un modelo que les permita a las marcas reconocer la pertinencia de usar influenciadores para su comunicación digital.

In35. Comunicar la sostenibilidad. Un estudio en marcas de moda. *Manuela Echeverri y Andrea Rosero* (Grupo de Investigación Holográfico-Universidad de Medellín, Colombia)

Una de las industrias que más contaminación genera es la de la moda. Si comunicar la sostenibilidad es difícil, comunicarla en el contexto de la moda lo es aún más. A partir del análisis de contenido de tres marcas de moda en Instagram, este trabajo indaga las características fundamentales mediante las cuales las marcas generan un discurso de sostenibilidad en su comunicación con las audiencias.

In36. Relevancia de la marca personal como herramienta de comunicación emocional. *Francisco José Torreblanca Díaz* (Universidad de Alicante, España)

La marca personal es el principal activo con el que cuenta cualquier profesional. En un entorno altamente competitivo a nivel individual, encontrar un posicionamiento adecuado está lleno de complejidades. Lo queramos o no, todos y cada uno de nosotros somos una marca que hay que cuidar, construir y evolucionar, adaptándola a

las circunstancias de cada momento y escenario. El personal branding se ha convertido en un altavoz de primer nivel gracias a los numerosos canales digitales existentes, oportunidad que debemos potenciar al máximo.

In37. El rol de la ética en la comunicación híbrida del Metaverso. *Francisco Javier Lorente Sanjuán* (Universidad de Alicante, España)

El conjunto de valores y principios que recoge la ética es estrictamente esencial para construir las bases de los nuevos entornos híbridos que están por llegar. El Metaverso abre un campo totalmente experimental donde la comunicación de las marcas debe ser limpia, transparente y de garantías para garantizar el futuro seguro de las próximas generaciones. Por todo ello, la ética empresarial adquiere más si cabe un protagonismo de peso ante estos nuevos retos que combinan situaciones en la vida real y en la ficticia. La arquitectura del Metaverso debe proteger al consumidor, y de ese respeto se creará la mejor versión de este, que debe proteger a los usuarios y proporcionar un entorno híbrido compartidos por todos de manera respetuosa.

In38. Neurofelicidad: Claves y estrategias de desarrollo de la empatía para el fomento de la felicidad en el ámbito laboral. *Mariola H. Quesada* (Universidad de Alicante, España)

En el mundo de los negocios, parte del éxito depende de que haya un entendimiento sólido entre las personas que forman parte de la organización, ya que la comunicación interpersonal juega un papel importante en la consecución de metas y en el desarrollo de un clima y ambiente positivo para el desempeño. Comunicación, empatía y felicidad son tres realidades inevitablemente unidas que facilitan nuestra realización personal, profesional, familiar y social. No es fácil, pero hay dos buenas noticias: la primera, es que es más fácil entender a alguien que pretender cambiarlo pasando del afán del dominio al afán del encuentro, y la segunda, que existen claves y estrategias de desarrollo de la empatía para el fomento de la felicidad en el ámbito laboral.

In39. Mindful Communication. Herramientas para potenciar la comunicación con uno mismo (auto liderazgo) y con los stakeholders (impacto e influencia positiva). *Carlos González Alonso* (Universidad de Alicante, España)

En este mundo BANI construir relaciones positivas, basadas en la empatía, el pensamiento crítico y la gratitud se hacen más necesarias que nunca. ¿Cómo, si no, ser capaces de generar engagement con clientes externos o internos? ¿Cómo, si no, impulsar relaciones prósperas y sostenibles con todos los stakeholders? En la actualidad, las personas tenemos que aprender a desarrollar nuestro autoliderazgo como estrategia para responder de forma constructiva con nuestro entorno. Nunca ha habido tanta polarización en las sociedades, ni tantos casos de ansiedad o depresión. Para ello el reto es construir sociedades que eduquen a sus ciudadanos en mindful-communication, es decir, una comunicación que nace del autoconocimiento y de la autorregulación emocional, de la empatía. Implica comunicarnos con todos nuestros

stakeholders de forma no violenta, integradora, minimizando sesgos, basada en valores humanistas. En este trabajo analizaremos como mindfulness puede ayudarnos a en este proceso educativo en las empresas.

In40. Hacia una matriz tecnológica y gubernamental del marketing. *Fernando Francisco Mas* (Universidad del Aconcagua, Mendoza y Conicet Mendoza, Argentina)

Este artículo busca definir al marketing de empresas como una tecnología que dictamina al sujeto cómo conducirse / gobernarse. Los estudios sociológicos sobre la definición de la subjetividad contemporánea requieren de matrices de inteligibilidad para analizar las técnicas de gestión. Aquí se propone esbozar las reconfiguraciones históricas que el marketing sufrió a raíz de insertarse en el prisma reflexivo de la microeconomía neoliberal y del capitalismo postfordista del siglo XX. A partir de aplicar el método genealógico se concluye que el marketing de empresas es una tecnología que se piensa desde la competencia y que despliega tres mecanismos gubernamentales: personalización, fidelización y branding.

• Proyecciones de la Moda (1) (C4 Coloquio)

Esta Comisión sesionó online el lunes 18 de Julio de 2022 a las 16.00 hs. (ARG). **Coordinación:** Patricia Doria (Universidad de Palermo, Argentina)

En esta comisión se presentó “La moda en su Laberinto III” (Cuaderno 150) con los resultados del Proyecto 17.6 del mismo nombre, que dirige Patricia Doria.

Se analiza la moda, en un contexto de cambio desde sus múltiples aristas desde un complejo y exhaustivo recorrido multidisciplinario. El análisis de cada una de las miradas que se presentan son intrínsecamente dinámicas y hablan desde el cuestionamiento y la transformación; las contribuciones que conforman este volumen se orientan en cuatro ejes denominados Miradas, las cuales abarcan diferentes líneas a investigar entre otras: las asociaciones entre atributo, marca e identidad, visiones y reflexiones teóricas acerca de la ética en el diseño y las disquisiciones en torno a la responsabilidad social, la influencia entre arte y moda como signo y símbolo del tiempo, en la conformación de los nuevos relatos de los cambios sociales, las manifestaciones, carencias y preocupaciones de la realidad del mundo.

Los resultados de éste Proyecto continúan enriqueciendo las investigaciones de la Línea de Investigación N°17 Imagen Moda y Tendencias: Reflexiones sobre el Sistema de la Moda.

La Línea se desarrolla de manera ininterrumpida desde 2017 entre la Facultad de Diseño y Comunicación (UP, Argentina) junto a distintas Universidades. Los Proyectos anteriores al que se presenta en esta oportunidad son: 17.5 La Moda en su Laberinto II (Cuaderno 127), 17.3 La Moda en su Laberinto I (Cuaderno 100) y 17.1 Cine y Moda. Cuerpo, Arte y Diseño (Cuaderno 58) junto a Universidad Estácio de Sá, Rio de Janeiro-Brasil y La Escuela de Artes, Ciencias y Humanidades-EACH, Universidad de San Pablo, San Pablo-Brasil, presentados respectivamente

en los Coloquios 2021, 2020 y 2018 (Entre paréntesis se consigna el Cuaderno donde se publican los resultados correspondientes al Proyecto).

Toda la información y documentación de las Líneas, los Proyectos y Publicaciones puede consultarse en forma libre y gratuita en: https://www.palermo.edu/dyc/investigacion_desarrollo_diseno_latino/index.html

La colección completa de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación está disponible en forma libre y gratuita en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/index.php

En esta comisión se presentaron las siguientes ponencias:

- *Mirada 1. Moda y marca*

In41. Moda o ¿cómo interactuar con las generaciones jóvenes para crear marca?. Joan-Francesc Fondevila-Gascón, Pedro Mir-Bernal, Teresa Sádaba-Garraza, Fátima Vila-Márquez (Universidad Autónoma de Barcelona)
Los millennials están ligados a la tecnología y a las nuevas formas de comunicación. A través de las redes sociales, los millennials se relacionan con las principales marcas multiplicando la interacción y evolucionando constantemente las percepciones con estas, hecho que contrasta con otras generaciones que no podían relacionarse de forma tan rápida y frecuente con las marcas. Mediante el estudio de las percepciones que tienen los millennials sobre Zara, H&M, Louis Vuitton y Gucci se busca conocer el posicionamiento de cada una de estas marcas entre el target seleccionado, los millennials españoles, así como también comprender la posición que ocupan entre los millennials. Se observa una asociación moderada entre atributos y marca y un alto grado de reconocimiento y notoriedad.

In42. Identidad gráfica de Gucci y Fendi. El signo identificador y su rendimiento gráfico. María Laura Spina (Universidad de Palermo, Argentina)
Es indispensable descubrir los parámetros de rendimiento de los signos gráficos cuando forman parte de un sistema gráfico. Si bien, la función de dichos parámetros es específicamente técnica, puede observarse un comportamiento comunicacional objetivo del signo identificador en el contexto real.

Es razonable cuestionar las expresiones propias del signo, vigencia, versatilidad, legibilidad, calidad gráfica genérica, aún en aplicaciones en micro escala. Formando parte de un sistema de identidad visual donde se aplican determinados recursos visuales en diferentes soportes, las marcas Gucci y Fendi demuestran, en algunas de sus aplicaciones, una ausencia de condicionamientos a partir del uso de parámetros independientes, permitiendo alcanzar un correcto comportamiento de la identidad.

- *Mirada 2. Moda y semiótica*

In43. Universo perdido: Lo bucólico en la moda. zzria y Eugenia Bailo Donnet (Universidad de Palermo, Argentina)
Los tiempos de la moda se actualizan y re-inventan, la sociedad refleja sus estados a través de indumentos que

definen los cambios que atraviesan y las tendencias sociales que las interponen. El arte y la moda acompañan como signo y símbolo del tiempo. Constituyen el relato latente de los cambios sociales, de las manifestaciones, carencias y preocupaciones de la realidad del mundo.

Estos relatos, están muy relacionados a la vida moderna, inquieta, efímera, cambiante, ansiosa, impaciente; que pretende los cambios al igual que las tendencias de forma rápida. No sólo en la variación de los contenidos cuantitativos de la vida, sino también en la potencia que adquiere el atractivo formal de los límites, del comienzo y del final, del llegar y del irse.

El sistema de la moda habla de los comportamientos futuros de la sociedad. Así, ante el surgimiento del Cottagecore, la moda actúa como escape a una vida idílica, un mundo ideal solo permitido para unos pocos.

In44. La identidad desde la otredad. Silvia Gabriela Zeas Carrillo (Universidad del Azuay)

En un acercamiento por conocer cómo construimos una identidad propia que se reconoce desde la existencia del otro, una construcción que se alimenta del contexto que la rodea y de las relaciones en las dinámicas sociales, se analizan planteamientos de varios autores como Hall, Wilde, Briones y Ulloa, para llegar a analizar en la dinámica cultural, a la identidad reconocida desde la otredad en los códigos vestimentarios de la moda desde los análisis de Simmel, Veneziani, Saulquin, entre otros.

- *Mirada 3. Moda y sociedad*

In45. La hibridación de la moda: la teoría del actor-red. Ana María Ángeles Martínez Barreiro (Universidad da Coruña)

En esta situación de pandemia global el sistema de la moda necesita más que nunca la constitución de un nuevo imaginario más sostenible y diferente. Donde la propuesta de Bruno Latour sobre la hibridez se enriquece con su teoría del actor red. El objetivo de este trabajo es desafiar el pensamiento convencional del estudio de la moda, a través de la teoría del actor red (ANT Actor-Network Theory) y la teoría de las prácticas sociales (TPS). Estos enfoques nos dan la oportunidad de ver las continuidades entre las prácticas de vestir y su amplio impacto ambiental y al mismo tiempo nos permite comenzar a pensar de forma más radical acerca de cómo nos conectamos con la naturaleza y la cultura, y de esta forma ensamblar las relaciones entre nuestra ropa y el medio ambiente.

In46. Viajar de chapéu: entre géneros, identidades, poder e moda. Cristina L. Duarte (Universidade Nova de Lisboa)

O chapéu nos permite viajar entre os gêneros. A viagem a que me refiro é mais do que uma figura de linguagem: (t) isso nos levará em nosso referencial teórico da sociologia e da história da moda, e dos estudos de gênero. Aplicarei metodologias visuais nesta jornada pela mídia (imprensa e novas mídias), pela história da moda e pelas biografias de alguns alfaiates e designers de moda. Meu laboratório de gênero para questões de moda começará na figura do

dândi do século XIX, como forma de conhecimento de si, do gosto e da visão crítica da linguagem visual, até os dias de hoje, passando pelo fenômeno do crossdressing. Em suma, minha abordagem do laboratório de gênero do vestuário como dispositivo transformador de identidades de gênero é o que me interessa nesta pesquisa.

In47. Moda, clase social y habitus. Joan Jiménez Gómez (Universidad Autónoma de Barcelona)

El debate sobre la ineficacia del concepto de clase como categoría de análisis sociológico, mencionado en los escritos de Ray E. Pahl en Divisiones del Trabajo y de Jan Pakulski y Malcom Waters The Death of Class; contribuyeron a acrecentar las críticas profundizando de forma negativa la teoría de la distinción de Bourdieu (2010), aludiendo a que se fundamenta en una relación entre clase, formación del gusto y consumo, superada por la fragmentación social y la globalización. En este sentido destacamos Coulangeon and Lemel en Social Status and Cultural Consumption del año 2010. Este escrito contrapone que, aunque en sociedades sumamente desarrolladas y democráticas, se observan consumos individualizados y omnivoristas, éstos se desarrollan a partir de diferenciaciones simbólicas, grupos de referencia, ocupaciones y niveles de renta. Por lo que la pertenencia a una clase social resultará un factor clave para la compra de moda. Sin embargo, respecto al habitus, que sea sobrestimado como un inconsciente de clase, aun siendo una estructura estructurante, induce a pensar que las prácticas de consumo son poco inteligibles. De ahí la relevancia de considerarlo como conciencia de clase.

In48. Cómo mitigar efectos adversos de la Industria Textil y de la Moda. Jorge Manuel Castro Falero (Universidad de la Empresa - UDE. Uruguay)

Posterior a la presentación de los dos artículos anteriores en los Cuadernos 100 y 127, en donde se desarrollaron los diferentes ODS de la Agenda 2030 y su deseable y necesaria aplicación a la industria textil y de la moda, el actual escrito nos obliga a continuar profundizando con el concepto que define a dicha industria como un sistema, y analizar los input y los output que deberían incorporarse como básicos en cada etapa del mismo, para generar un mejoramiento significativo de los efectos adversos que ostenta la industria de la moda actual.

In49. El género en cuestión y neojaponismo. Victoria Nannini (Universidad Nacional de Rosario)

En el escenario actual es posible atisbar hibridaciones de estilos que ignoran cualquier regla sobre moda, mixturando estéticas que antes parecían incompatibles, actuando en paralelo y sin adherir una sola subcultura de moda. Desde la netnografía, se destacan consumos de una moda sin género o no binaria, íntimamente entrecruzada con otros influenciados por la cultura popular japonesa o neojaponismo, que manifiestan las transgresiones de género con mayor comodidad. Por consiguiente, en este escrito, se abordarán esas dos temáticas salientes que se han vuelto continente de las subjetividades actuales en sus expresiones de consumos de moda a través de medios digitales.

- Mirada 4. Moda, cultura e historia

In50. Cartografía de una hibridación para desplazados: la obra de Lucy + Jorge Orta (1992-2012). Ana Llorente Villasevil (ESNE/Universidad Camilo José Cela y Universidad Villanueva/Universidad Complutense de Madrid)

Este artículo tiene como objetivo evaluar el acercamiento al diseño indumentario por parte del tándem artístico formado por Lucy y Jorge Orta para el desarrollo de prototipos de refugios portables que nacieron hace treinta años con el fin de cubrir necesidades de refugio en situaciones de indigencia y migración. Se revisará la base operativa y funcional de una obra que se desarrolló en paralelo a un ambiente de reflexión y actuación que, gracias a creadores como Tess Giberson, Vexed Generation o Hussein Chalayan, transitaba por la esfera del arte, la moda y la arquitectura por medio de diferentes parámetros de actuación.

In51. Los diálogos entre las vanguardias artísticas y la moda. Rocío Luque Magaña (Universidad de Málaga)

Con la modernización de la sociedad en el siglo XIX, la moda empieza a apreciarse como una muestra de sofisticación asociada a la cultura y cercana al arte. El principal objetivo de este escrito, es abordar la relación que mantuvieron y mantienen algunas vanguardias artísticas de finales del siglo XIX y principios del XX con la moda y el vestir en la Alta Costura. Entre ellas el Art Nouveau, el simbolismo, el expresionismo, el futurismo, el constructivismo ruso, el surrealismo, el impresionismo y el pop art serán los movimientos analizados.

In52. La moda femenina española en el Siglo de las Luces: concepto y diseños. Bárbara Rosillo (Universidad de Sevilla)

Las cartas de dote y los inventarios de bienes constituyen una herramienta esencial para el estudio de la indumentaria a lo largo de la Edad Moderna. Esta tipología documental arroja un valioso caudal de información acerca de los usos suntuarios, confirmando la crucial importancia de la moda como signo diferenciador de estatus y su alto costo en comparación con otros elementos del ajuar doméstico. A principios del siglo XVIII la moda a la francesa está ya plenamente instaurada en España, lo que supone una drástica transformación en el atuendo femenino, no solamente a nivel formal, sino a su propia concepción.

In53. El manierismo en la moda. Saturación y agotamiento del gusto. Diana Fernández (Instituto Superior de Arte de La Habana)

El carácter efímero de la moda constituye un elemento consustancial de su existencia. Es esa fugacidad arbitraria lo que la singulariza y marca la principal diferencia con otros comportamientos del ser humano. El manierismo como tendencia al rebuscamiento expresivo y gusto por la acentuación de determinadas características artísticas hasta que resultan afectadas, servirá de hilo conductor del presente texto, revelando su presencia en la moda como expresión del carácter autodestructivo de la moda y su reflejo en la exageración de estilos que anuncian el tránsito a uno nuevo, algo que se evidencia en varios momentos de la historia del vestir.

In54. Pervivencias medievales en la moda contemporánea: religiosidad, provocación y fetiche. Diana Lucía Gómez-Chacón (Universidad Complutense de Madrid)

Un análisis pormenorizado de las colecciones de moda contemporánea de algunas de las principales firmas y diseñadores/as permite advertir los nexos existentes entre dos mundos aparentemente lejanos como son la Edad Media y la pasarela y cultura visual contemporáneas. El estudio comparativo entre la religiosidad medieval y su plasmación desde un enfoque profano en la moda, en alta costura, así como en prêt-à-porter o ready-to-wear, nos permitirá aproximarnos al empleo de cruces gemadas, relicarios, Sagrados Corazones, arma Christi, etc., tanto en prendas, como en una amplísima selección de complementos. A ello se suma la construcción de la imagen de la mujer como objeto de culto-deseo. Concepto que, nuevamente, hunde sus raíces en el mundo medieval, y en el que se nos presenta la personificación de la Naturaleza como encarnación de la esencia y sexualidad femeninas.

In55. Relación moda-mujer en el siglo XVIII: prensa y representaciones. Laura Pérez Hernández (Nottingham Trent University)

La moda es un fenómeno social que transmite las particularidades de una época y del individuo que lo porta. A través de las modas se difunden diferentes identidades como la identidad colectiva o de género. La vinculación de la moda y su representación del género femenino ha estado presente en toda la historia. En este escrito se analizará el origen de la vinculación de las mujeres a estas concepciones de moda, representación, vanidad y comunicación en el siglo XVIII; cómo estas ideas recobran cada vez más fuerza en la prensa de esta centuria y de qué forma existe una continuidad de estas concepciones hasta la modernidad.

• Diseño y Educación (C5 Coloquio)

Esta Comisión sesionó online el lunes 18 de Julio de 2022 a las 18.00 hs. (ARG). **Coordinación:** Roberto Céspedes (Universidad de Palermo, Argentina) y Dra. Ana Beatriz Pereira de Andrade (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil).

En esta comisión se presentó “Seminario de Estudios Avanzados en Diseño Internacional” (Cuaderno 159) con los resultados del Proyecto 7.5 del mismo nombre que dirige el Doctor Roberto Céspedes (Universidad de Palermo, Argentina) y Dra. Ana Beatriz Pereira de Andrade (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil) El Seminario de Estudios Avanzados se constituye mediante la presentación de investigaciones, generalmente de carácter doctoral, que muestran la agenda de la disciplina en la actualidad y la región. Este repertorio de alternativas, aun cuando no siempre es replicable en forma inmediata, colabora enriqueciendo la constelación de opciones de generación de conocimiento, que construye epistemológicamente al diseño desde sus diferentes especificidades, en cuanto a objeto de estudio. Muchas veces, al escuchar perspectivas de análisis sobre edificios u objetos industriales, se plantean nuevas problemáticas adaptables a

indumentaria, imagen, interiorismo o diseño gráfico. La innovación, siempre presente, en una disciplina joven como el diseño, genera asombro y admiración, redundando en un resto motivador y oxigenante para los doctorandos sin alejarlos de la rutina del esfuerzo y el trabajo. Particularmente, la edición internacional de la materia, se ocupa de lo que está sucediendo en la investigación en Latinoamérica. Por ello, desfilaron por las aulas virtuales de nuestro Doctorado investigadores de Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, México y Paraguay.

Los resultados de éste Proyecto continúan enriqueciendo las investigaciones de la Línea de Investigación N°7 Diseño y Economía, que dirige el Doctor Roberto Céspedes. La Línea se desarrolla de manera ininterrumpida desde 2019 entre la Facultad de Diseño y Comunicación (UP, Argentina) junto a distintas Universidades. Los Proyectos anteriores al que se presenta en esta oportunidad son: 7.3 Se necesita usuario con Experiencia UX (Cuaderno 126) y 7.1 El diseño, la materialidad y la economía circular (Cuaderno 114) ambos junto a la Universidad del Bio Bio (Chile), y guarda relación con el Proyecto 7.4 Articulación entre el Diseño, la ciencia, el arte y la tecnología (Cuaderno 139), presentados en los Coloquios 2021 y 2020 (Entre paréntesis se consigna el Cuaderno donde se publican los resultados correspondientes al Proyecto). Toda la información y documentación de las Líneas, los Proyectos y Publicaciones puede consultarse en forma libre y gratuita en: https://www.palermo.edu/dyc/investigacion_desarrollo_diseno_latino/index.html

La colección completa de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación está disponible en forma libre y gratuita en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/index.php

En esta comisión se presentaron las siguientes ponencias:

In56. Reflexiones sobre la escritura de la historia del diseño. Un mirar para adentro. Adriana Nely Dornas Moura y Marcelina das Graças de Almeida (Universidad do Estado de Minas Gerais, Brasil)

Desde hace más de una década, en el ámbito de la Escuela de Diseño de la Universidad Estatal de Minas Gerais, se articula un proyecto de investigación titulado “Lecturas cruzadas: interfaces entre historia y diseño”, con el propósito de impulsar el desarrollo de la investigación, que verticalizan la relación entre Historia y Diseño, tomando como parámetro el contexto social y cultural brasileño. La idea es incentivar y estimular el interés por la historia crítica y reflexiva del diseño y, en particular, a partir del interés del investigador diseñador. Los temas investigados, cada uno en su especificidad, siguen supuestos metodológicos que permean la investigación bibliográfica, empírica, documental, estudios de casos, aplicación de cuestionarios y entrevistas, con el fin de reunir una multiplicidad de fuentes que permitan la comprensión del objeto de análisis que se está analizando, diseño y, en particular, diseño brasileño. En asociación con este proyecto desde hace algunos años, se ha ofrecido una disciplina titulada “La Historia Social del Diseño en Brasil”, en asociación con el investigador Marcos da Costa Braga, profesor de la Universidad de São Paulo que ha propuesto la verticalización de la mirada investigadora

sobre la historia del diseño brasileño y, en particular, de la historia regional. Estas acciones resultaron en proyectos de iniciación científica, disertaciones y tesis y, muy recientemente, en el lanzamiento del libro “Histórias do Design em Minas Gerais”, que dio como resultado la primera edición de la oferta de la disciplina, reuniendo capítulos escritos por investigadores que se enfocan en lo que llamamos mirar hacia adentro, es decir, reflexionar sobre la historia y producción del diseño regional, permitiendo así la comprensión y construcción de su propia identidad única y original. Este trabajo fue galardonado con una mención honorífica en el 33º Premio del Museu da Casa Brasileira, en la modalidad de publicación. Todo ello pone de relieve la necesidad de pensar en la redacción del diseño y la formulación de preguntas que permitan cuestionar los modelos y postulados eurocéntricos y norteamericanos relacionados con el diseño. Elucidar esta trayectoria es el propósito de este artículo.

In57. El concepto de realidad en Antoni Tàpies. *Alban Martínez Gueyraud* (Universidad Nacional de Asunción, Paraguay)

Este texto expondrá las principales ideas y un resumen de los tres capítulos de la tesis doctoral titulada La realidad de Antoni Tàpies. 1943-1958, defendida por el autor del texto en 2005, en la Universidad Politécnica de Cataluña, Barcelona; y que fue expuesta de manera sintetizada, durante octubre de 2021, en una ponencia dentro del Seminario del Doctorado en Diseño de la Universidad de Palermo, Buenos Aires. Con esta tesis se desarrolla el concepto de lo real en Tàpies y la relación de sus obras con «su realidad», en particularidad las del período 1943-1958. No obstante, se hace referencia también a obras posteriores, porque esa relación con su realidad es cíclica, es siempre igual pero nunca lo mismo que aquello a lo que se vuelve. En la compleja construcción de esa realidad, además de vincular vivencias propias de la vida del artista, a través de cuestiones reflexivas duales y no-duales, la ciudad de Barcelona, su historia cultural y el mundo del arte tendrán un rol muy importante en la investigación.

In58. El Arte del Graffiti, Expresión de ciudad durante el Paro nacional 2021 en Medellín Colombia. *María del Rosario Álvarez De Moya* (Fundación Universitaria Bellas Artes, Colombia), *César Augusto Arias Peñaranda* y *Rocío Torres Novoa* (Institución Universitaria Pascual Bravo, Colombia)

Este escrito aborda, desde una mirada analítica, la relación entre historia, arte, diseño y ciudad desde los posibles nexos existentes y sus aportes conceptuales a través de la representación gráfica. Además, se examina cómo las diversas perspectivas del arte y del diseño contribuyen a la generación de realidades que son influenciadas por diferentes pensamientos y experiencias; como caso particular, se aborda la ciudad de Medellín durante el Paro Nacional 2021 en Colombia, en donde se plasmaron obras urbanas llenas de significado. Además, reflejan una realidad viva y latente del espacio, la gente y la ciudad, convirtiéndose en elementos atemporales, que, a través de su representación gráfica, dejan una huella endeble.

Haciendo referencia de lo anterior, Figueroa (2017:112) expresa que “las ciudades modernas se articulan como un mosaico de subentidades urbanas que responden a distintos orígenes y funciones y que se imbrican yuxtaponen entre sí formando un entramado orgánico.”

In59. Investigación en Dibujo, Arte y Creatividad. Descripción de diversas casuísticas. *Cayetano José Cruz García* (Universidad de Sevilla, España)

En el presente artículo representa una síntesis de la etapa investigadora particular, realizada desde el área de dibujo, y en el marco del diseño de producto y la creación artística; del modo que, pretende ilustrar la investigación en las áreas artísticas, y en concreto del dibujo. El dibujo es un medio expresivo del lenguaje artístico que permite representar la Forma, para diferentes funciones y contextos. Puede representar tanto lo observado como servir para idear un discurso. La investigación en dibujo puede dirigirse hacia diversos factores que posibiliten la innovación: Elaborar nuevos modelos, aplicar nuevas metodologías productivas o desde el ámbito educativo, o desde el ejercicio multidisciplinar, que pueden posibilitar la creación de patentes, modelos de utilidad... El presente artículo pretende dar luz sobre estos diferentes supuestos de la investigación.

In60. Diseño y artesanía: procesos creativos en el espacio público y digital de la cultura Chachi de Ecuador. *Johanna Andrea Cuestas Camacho* (Corporación Unificada Nacional CUN, Colombia), *Melba Cristina Marmolejo Cueva*, (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador) *Aracelli De Los Angeles Muñoz Baldi* (Universidad de Santiago de Chile, Chile)

En el diseño y la artesanía ocurren procesos creativos que guardan relación con el sujeto, el objeto y su entorno. Esta triada vista desde las perspectivas del espacio cultural y del espacio digital que usa inteligencia artificial, es una vía de divulgación de la cultura y de las problemáticas locales. Este artículo toma el caso de la cultura Chachi del Ecuador, ejemplificando de manera didáctica las ideas que inciden en estas relaciones. Esto se fundamenta con apoyo del trabajo de investigación de Cayetano Cruz (2019) en el campo de la creatividad, artesanía y algoritmos de inteligencia artificial. Finalmente, se invita a la reflexión sobre la influencia que tienen los nuevos medios en la construcción social de la identidad digital; surgiendo del consumo de contenidos digitales que son personalizados por algoritmos según los intereses del usuario.

In61. Ilustração Editorial: um projeto de Design. *Guto Lins* y *Jackeline Lima Farbiarz* (Pontificia Universidad Católica de Río de Janeiro, Brasil)

Esse artigo propõe estabelecer relações entre os discursos narrativos textuais e visuais no âmbito da literatura infantil e juvenil. Um diálogo que aqui será enfatizado, quando ocorre embasado em parâmetros estabelecidos em um processo metodológico do design. Um processo que nasce da parceria entre agentes diversos e coloca o design no papel de um coautor que contextualiza o discurso, equaliza o diálogo e determina o fluxo narrativo mais adequado à experiência da leitura prazerosa. Para

melhor explicar os argumentos expostos, foram utilizados como exemplo imagens de livros selecionados para esse fim, incluindo obras do autor desse artigo.

In62. Más allá del libro: Nuevas miradas del diseño editorial y la experiencia del lector en los Libros-RA. *Esmeralda Itzel Álvarez Contreras* (Universidad Vasco de Quiroga de Morelia, Michoacán, México) *María Bernardita Brancoli Poblete* (Universidad del Desarrollo, Chile) *Felipe Héctor Cisterna Chávez* (Universidad Academia de Humanismo Cristiano, Chile).

Este ensayo analiza, desde la perspectiva de Narrativas Transmedia, propuesta por Henry Jenkins (2008) y Carlos Scolari (2012), la incipiente unión entre el libro, —entendido como soporte clásico del texto de lectura— y la Realidad Aumentada (RA). El Libro-RA se expone como un nuevo producto comunicacional en Universidad del Desarrollo. Chile el campo del Diseño Editorial Digital, que desafía la clásica concepción de un único autor, tradicionalmente el escritor, entregando al diseñador digital un peso significativo en la narrativa construyendo una mirada de coautoría. El Libro-RA no abandona la fisicidad del objeto libro, sino que lo complementa a través de la experiencia de usuario y las Narrativas Transmedia. Este aditamento sucede debido a la irrupción de los dispositivos móviles, llevando al lector a experiencias inmersivas, facilitadas por la interactividad, geolocalización, multimedia, y visualización. Finalmente, el ensayo busca realizar un contraste entre los Libros-RA y la producción de Ilustración Editorial trabajada por el diseñador y académico Guto Lins desde su perspectiva racional y discurso narrativo en el proceso de edición.

In63. Visualidades del sello postal ecuatoriano. Contribución teórica y experiencia metodológica en el desarrollo de la indagación doctoral en diseño. *Mónica Polanco* (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador) Como producto de la invitación de la Coordinación del Doctorado en Diseño de la Universidad de Palermo, se socializó en el espacio del Seminario Avanzado en Diseño Internacional, la experiencia y contribución de la tesis de doctorado “Nación y Estado en la gráfica de sellos postales ecuatorianos: Imágenes en una época de cambios: 1990-2015”. Paralelamente a ello, se abordó la pertinencia de la temática a inicios del doctorado, como así también la proyección de la investigación en la articulación con una tesis de Comunicación Social, cuyo resultado derivó en una edición significativa sobre la visualidad del sello postal ecuatoriano como instrumento gráfico comunicacional del Estado y la Nación. La indagación se aproxima a la comprensión de las narrativas visuales del sello postal en la sociedad ecuatoriana, en el marco de tres Constituciones, en un período de veinticinco años, en donde se dieron drásticos cambios políticos y sociales.

In64. El significado del color en la Nación Andina. Nación y Estado en Gráfica: Cromática andina. *Daniel Gómez Santiago* (Atlantic International University, USA), *Manuel David Isín Vilema* (Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador), *Ximena Marcela Romero Baldivieso* (Universidad de San Francisco Xavier, Bolivia)

La tesis doctoral de Mónica Polanco, se concentra en la construcción de la identidad ecuatoriana, a partir de características encontradas en el diseño de estampillas dentro de periodos constitucionales establecidos. El presente trabajo, se apropia de la metodología cualitativa de la autora, para abordar rasgos de identidad en Perú, Bolivia y Ecuador, en relación con el uso del color como símbolo de lo andino y como rasgo compartido entre estas naciones; en casos particulares como la arquitectura de Freddy Mamani en Bolivia, el muralismo de Elliot Tupac en Perú, o el arte pictórico de Xavier Portilla en Ecuador. Desde el análisis del discurso, a través de la descripción sistemática e interpretativa del paradigma cualitativo, estos corpus se describen como manifestaciones representativas de la identidad desde la visión de nación andina, puesto que responden a contextos contemporáneos de reafirmación nacional, en diálogo con raíces prehispánicas y con el arte pop.

In65. El estudio del color urbano. Aportaciones teóricas y experiencias metodológicas desde el desarrollo de una tesis doctoral. *Jimena Vanina Odetti* (Universidad de Palermo, Argentina)

A partir de la invitación generada por la coordinación del Doctorado en Diseño de la Universidad de Palermo, se compartió con los estudiantes del programa en el espacio de Seminario Avanzado en Diseño Internacional, la experiencia obtenida en el desarrollo de la tesis de doctorado “Los colores de Puerto Vallarta, en la construcción cultural urbana de una ciudad turística. 1990-2016.” El objetivo de la sesión fue brindar a los doctorandos la oportunidad de conocer la línea de investigación sobre el color y la ciudad. Se realizó un estudio cromático de la ciudad de Puerto Vallarta, Jalisco, México, se estudió al fenómeno del color como elemento de experiencia y construcción cultural urbana en un destino turístico. Se planteó un análisis de las relaciones en la generación de paletas cromáticas objetivas y subjetivas de la ciudad de Puerto Vallarta como ejes que permitieron estudiar los valores cromáticos identificados por los nativos, habitantes y turistas, para revelar su conocimiento, experiencia, multiplicidad y percepción como resultados de la construcción cultural urbana de una ciudad turística.

In66. Color Urbano: Patrimonio, Identidad y Paisaje Urbano. *Carlos Cristóbal Delgado Ortiz y Pablo Esteban Ochoa Pesántez* (Universidad de Cuenca, Ecuador) El objetivo de este ensayo es generar aportes conceptuales para el análisis y evaluación del color urbano en las ciudades, a partir de la perspectiva de Odetti (2019), ampliando el concepto de cromática dentro del territorio. Con el fin de documentar los aportes del presente estudio, se empleará el método de Revisión Sistemática de Literatura (SLR). En el ámbito de la arquitectura y el diseño, con el trabajo de Serra Lluch et al., (2018) se describe los métodos de análisis de color en las edificaciones aplicando el Sistema de Notación de color Munsell y el Sistema de notación NCS (Natural Color System). Autores como Araujo y Vallejo (2021), evalúan el color urbano como parte del patrimonio histórico y material de las ciudades, con un enfoque que apunta a identificar análisis a

diferentes escalas abarcando un nivel territorial, urbano, arquitectónico. La visión histórica de este estudio permite evidenciar a lo largo del tiempo la cromática y su relación con los cambios culturales, materiales y morfológicos que se dan en los paisajes urbanos. El análisis no solo abarca la evaluación visual física, sino además una mirada más intensa mediante análisis de laboratorio con microscopio que permiten identificar las características del color en las diferentes capas históricas de las fachadas analizadas. Finalmente, a partir de estas nuevas teorías, se presentan nuevos conceptos para la lectura, interpretación y análisis del color urbano y su aplicación en la conservación y construcción de identidad dentro de los matices que construyen el paisaje local.

In67. Valoración del Patrimonio cultural y natural en la disciplina del diseño gráfico, una construcción proyectual de responsabilidad social, cultural e identitaria. *Daniela González Erber* (Universidad de Palermo, Argentina)

La disciplina del diseño gráfico se relaciona con diversas problemáticas sociales a resolver. Aunque preferentemente, su tendencia de vinculación social se ha situado en las temáticas de mercado, consumo y venta. Tal preferencia es impulsada por el modelo de mercado y asumida como una función disciplinar. Sin embargo, los cuestionamientos sobre los aportes y responsabilidades del diseño, entre otras cuestiones, desplazan sus preocupaciones hacia temáticas del ámbito social, en un lugar distinto al del mercado. Esto se evidencia en el análisis temático del contenido textual de los proyectos de graduación -2000-2015- de una universidad estatal en Chile. Mediante una metodología multimodal, con un sistema de categorías temáticas. Los resultados dan cuenta de una tendencia orientada a la identidad cultural de un país o comunidad, a través del rescate de patrimonios culturales y naturales, y una disminución en la atención de necesidades de mercado.

In68. Miradas del patrimonio cultural y natural, el patrimonio como recurso de desarrollo de las comunidades. Aportes conceptuales a la Tesis doctoral: Tendencias sociales del diseño gráfico en Chile: Discursos sobre el patrimonio cultural, social y natural. *Santiago Carvajal, Germán Santiago Pérez Soliz* (Universidad de Cuenca, Ecuador) *Laura Judith Sandoval Sarmiento* (Universidad Nacional de Colombia, Colombia).

A partir de la investigación doctoral "Tendencias sociales del diseño gráfico en Chile: Discursos sobre el patrimonio cultural, social y natural" de Daniela Gonzalez Erber, quien reconoce que la disciplina del diseño gráfico está relacionada con diversas problemáticas sociales aún por resolver y que en su tesis identifica y analiza una tendencia orientada a la identidad cultural de un país o comunidad, a través del rescate de patrimonios culturales y naturales y una disminución en la atención de necesidades de mercado. Este ensayo busca aportar reflexiones en torno al Patrimonio Natural desde la mirada relacional con la cultura y el discurso internacional en torno a conservación y valoración de los recursos naturales; al Patrimonio Cultural desde las miradas de Manzini,

con el diseño para la innovación y de Escobar, con el diseño ontológico; y a la identificación y valoración del Patrimonio como recurso de Desarrollo desde y para las comunidades y/o organizaciones.

In69. La percepción de sostenibilidad a través de los objetos. *José Miguel Enrique Higuera Marín* - Universidad de Palermo, Argentina.

Este artículo aborda el paradigma del Diseño para la Sostenibilidad (DFS), como metodología proyectual incorporada en el diseño de productos manufacturados por empresas beneficiarias del programa de incubación estatal argentino: IncuBA, y la percepción de esta, mediante la implementación de estrategias ambientales orientadas a minimizar el impacto ambiental, vistas desde el concepto del Ciclo de Vida de los Productos. El estudio se llevó a cabo en la ciudad de Buenos Aires, analizando diversos productos manufacturados por empresas incubadas en el concurso IncuBA del Centro Metropolitano de Diseño durante el período 2002 -2007.

In70. Tendencias socioculturales en temas de Investigación en diseño: estudio de las tesis doctorales de la Universidad de Palermo, Argentina 2017-2021. *Ludmila Strycek* (Universidad Nacional del Nordeste, Argentina), *Gabriel Antonio Iñiguez Parra* (Universidad Tecnológica América, Ecuador) *Sergio Alejandro Calderón Machicado* (Universidad Católica Boliviana, Bolivia)

Este estudio tiene un perfil exploratorio que busca observar y catalogar tendencias en el campo de la investigación en diseño a nivel doctoral. Para tales fines se estudiarán las tesis doctorales defendidas en la Universidad de Palermo (República Argentina) entre los años 2017 y 2021, observando particularmente los cambios de paradigma que menciona González Erber (2020), en su tesis doctoral titulada Tendencias sociales del Diseño Gráfico en Chile: Discursos sobre el patrimonio cultural, social y natural. Análisis de los proyectos de título de la carrera Diseño Gráfico de la Universidad de Chile (2000-2015). La autora propone la observación de un cambio de paradigma en la concepción y rol del diseño, antes ligado a aspectos meramente mercantiles, hacia una mirada sensible acerca de las problemáticas de patrimonio cultural. Reflexiona puntualmente sobre el papel que juega la academia en la transmisión de estos nuevos esquemas teórico-conceptuales. Se puede concluir que las tesis analizadas en este trabajo abordan en su totalidad temáticas ligadas a lo sociocultural y a los lineamientos de investigación vinculados a dichos temas.

In71. Sostenibilidad y el Diseño emocional como aliados en el ciclo de vida del producto. *Horacio Iván Rodríguez Juárez* (Universidad de las Américas Puebla, México) *Jorge Armando León Bermúdez* (Universidad de San Martín de Porres, Perú)

Esta publicación busca aportar a la tesis del Dr. Miguel Higuera, una visión relacionada con el diseño emocional de los objetos entablando su relación con la sostenibilidad, a fin de establecer un discurso enfocado a la propuesta de valor del producto, atendiendo a una experiencia sensorial y a la vinculación afectiva con el mismo. El cuidado

por el diseño sostenible toma singular importancia en el ciclo de vida del producto, convirtiéndose en punto inicial del proceso creativo, desde la forma de diseñar objetos, como el ecodiseño y en el desempeño ambiental (Gaziulusoy, 2015), que descuida una de las dimensiones sociales limitando la calidad del producto, afectando su durabilidad, su vínculo afectivo, y sus cualidades sensoriales que generan una respuesta emocional en el usuario (Zarta, 2018), además se busca la creación de productos que protejan el medio ambiente y que sean perdurables.

In72. Reflexões sobre design para emoção: percepções no campo da estética do artefato. *Rodolfo Nucci Porsani, André Leonardo Demaison, Larissa Raquel Ferro Marques, Nathan Martins Fernandes y Luis Carlos Paschoarelli* (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho Campus de Bauru, Brasil)

O presente estudo traz uma revisão teórica envolvendo aspectos essenciais para o desenvolvimento de produtos com foco em experiências emocionais mais satisfatórias. É exibido um breve panorama sobre o campo do design para emoção e hedonemia, expostos conceitos sobre a percepção dos sentidos que levam a experiências emocionais. São apresentados os principais autores e pesquisadores que abordam estas temáticas, os conceitos apresentados por cada um e como eles interagem entre si representados em frameworks que possibilitam a compreensão destas relações. Por fim, recomenda-se continuidade de estudos que abordem questões ergonômicas, hedônicas e emocionais, que propiciem uma boa experiência ao usuário.

In73. Diseño como respuesta a la sociedad de consumo: Caso “evaluación del diseño en la experiencia emocional del usuario mediante la producción de carenados personalizables para prótesis transtibial”. *Gabriela Alejandra Velásquez Yánez* (Universidad de las Américas, Ecuador), *Andrés David Ortiz Dávila* (Universidad Israel, Ecuador), *Oscar Andres Acuña Pontigo* (Universidad de Valparaíso, Chile)

Las tendencias del diseño y los procesos multimodales requieren razonamiento lógico para lograr vínculos utilitarios y funcionales con el consumidor. Nucci (2020) en su trabajo de investigación puede innovar y contestar a través del diseño varias de estas interrogantes, aplicando procesos tradicionales y tecnológicos con áreas complementarias. Cada capítulo sistematiza criterios conceptos para presentar un producto funcional; sin embargo, el acercamiento a este tipo de investigaciones involucra el rol del diseño y su impacto social. La comprensión interdisciplinaria que se propicia desde el diseño emocional posiciona nuevos paradigmas a partir de las metodologías ágiles y la hedonemia. El origen de estas discusiones son configuraciones propias del capitalismo y su sistema productivo, cuestionando los objetos inútiles en un mundo de sujetos con necesidades incrementales. Es necesario abordar al diseño innecesario (Sherin, 2009), tarea compleja, pero se abre el debate para diseñar pensando en un mundo mejor.

In74. Uma reflexão sobre metodologias para a investigação do design de materiais biofabricados. *Mariana Araujo Laranjeira* (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho de Bauru, Brasil) *Marizilda dos Santos Menezes* (Universidade de São Paulo, Brasil)

Cada vez mais impactantes, os problemas ambientais decorrentes da poluição causada pela produção exacerbada de bens de consumo, incitam uma preocupação mundial com o meio ambiente e uma busca incisiva por soluções mais sustentáveis. Neste contexto, a pesquisa de materiais está no cerne de muitas soluções recentes para um design de produtos mais alinhado à uma economia circular. Esta linha investigativa prioriza a exploração de novas abordagens para criação e produção de materiais a partir de práticas experimentais, biofabricação e recursos inovadores. Trazendo referências sobre esta prática projetual emergente, este texto aborda as metodologias baseadas na prática experimental, por meio de conceitos do Practice-led research, e pela design orientado por materiais, sob o olhar do método do Material Driven Design.

In75. Los biomateriales y la neoartesanía: estímulos creativos para el Diseño industrial. *Mitzi Vielma Laguna* (Universidad de Chile, Chile) *Silvia Paulina Maldonado Mangui* (Instituto Superior Tecnológico Vicente León, Ecuador) *Sebastián Nicolás Ullua* (Universidad de Palermo, Argentina)

La cultura se mantiene viva cuando el grupo humano deja de verla como algo inmutable y la entiende como un activo que construye realidades desde la herencia. La artesanía no es ajena a la evolución tecnológica, siendo influida desde diversas vertientes, entre ellas la ideológica. Surge entonces el fenómeno de la neoartesanía (Ferro, 2017) como una corriente que fusiona las técnicas tradicionales de la producción manual con la metodología del diseño industrial. Es una respuesta sensible desde la cultura hacia lo socio tecnológico donde los biomateriales (Donoso & Wechsler, 2020) motivan a pensar creativamente en escenarios diferentes para el diseño con una mirada holística, regenerativa y sustentable. Desde la tesis doctoral de Mariana Araujo Laranjeira, que aborda el diseño de superficies aplicando materiales sostenibles, ponemos en discusión las implicancias que los biomateriales podrían tener sobre la neoartesanía como área de interés del Diseño y también como una provocación creativa.

In76. La Madera en Arquitectura. Identificación y Caracterización de la Madera Estructural en el Ecuador. *Luis Barrera Peñafiel, Ana Llerena Encalada, Diego Proaño Escandón* (Universidad de Cuenca, Ecuador)

El objetivo de este artículo es generar aportes conceptuales para analizar y caracterizar el uso de la madera como material bio-basado, a partir del enfoque de Laranjeira & Menezes (2021). Las autoras centran sus esfuerzos en mostrar soluciones alternativas al consumo desmedido de materiales textiles y contribuir a la reducción de emisiones de carbono. Bajo esta perspectiva de sostenibilidad, este trabajo asume su metodología y la relaciona con el campo del diseño arquitectónico y la construcción, a

través de la revalorización de la madera como material de construcción, ya que es “el único recurso natural renovable dotado de propiedades estructurales y el único elemento vivo que se emplea en construcción” (Kottas, [2016] en (Espinosa et al., 2018, p. V)). Se analiza la madera en base a los resultados obtenidos por Espinosa, et al. (2018) en el Catálogo de madera estructural del Ecuador, y en función del conocimiento de las características y propiedades del material, aprovechar y optimizar su empleo dentro de la arquitectura.

In77. Animación com vocación inclusiva. Maria Claudia Bolshaw Gomes, Nilton Gonçalves Gamba Jr. (Pontificia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil) O presente artigo é fruto de uma investigação de muitos anos, que ainda não tem um resultado definitivo, mas pode contribuir para o debate e a ampliação da linguagem da animação. Vamos abordar sobre como, a partir da inclusão digital, a vocação receptiva do desenho animado permite que ele seja aplicado em múltiplas situações, sejam de cunho político, relativas ao feminino ou ao universo de pessoas com deficiência (PCD). Através do Núcleo de Artes Digital e Animação da PUC Rio (N.A.D.A.), analisamos as animações que representam a diversidade tanto na técnica quanto na narrativa, produzidas ao longo de mais de 20 anos.

In78. La inclusión tecnológica, financiera y social como fenómeno transformador en la animación en Colombia. Laura Hurtado Gómez (Institución Universitaria Pascual Bravo, Colombia), **Jorge Andrés Rodríguez Acevedo** - (Institución Universitaria Pascual Bravo, Colombia) La animación se precia de ser una mezcla de técnicas que se caracterizan por dar alma a lo que no tiene. Además, posee la propiedad de articular narraciones para diferentes tipos de públicos. A partir de la charla impartida por la Dra. Claudia Bolshaw durante el Seminario Avanzado en Diseño del Doctorado en Diseño de la Universidad de Palermo acerca de la animación colaborativa, se propone establecer un paralelo entre la animación en Colombia con el tema mencionado. Lo anterior dado que, la animación se concibe como una constante transformación de aspectos ideológicos y sociales de cada época, donde aparecen imaginarios de distintas naturalezas. El propósito de este artículo es entonces, realizar una reflexión sobre la animación en Colombia frente a la inclusión social, tecnológica y financiera en la animación a partir del análisis bibliográfico de autores que han abordado dichas temáticas en sus procesos investigativos y profesionales.

In79. A Arte do Design. Mariana Saiani Strini y Ana Beatriz Pereira de Andrade (Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho de Bauru, Brasil) Diante do cenário de pandemia mundial, tem se tornado cada vez mais necessária a criação de mecanismos que ajudem a população a assimilar melhor os sentimentos. Pensando nisso e utilizando a psicologia das cores e as teorias do Design de Interação, esse projeto apresenta o estudo da relação que pode ser feita entre os sentimentos e as cores. O objetivo deste trabalho é analisar essa

relação e criar uma representação gráfica de cada um dos sentimentos. Para isso foi desenvolvido um website que funciona como uma cabine de fotos que propõe uma experiência sinestésica com as cores.

In80. Acercamiento a la influencia psicofísica del color en los individuos. Una mirada a los experimentos que han descubierto su origen, su sintaxis y la cuestión semántica en sus comportamientos y reacciones. Margarita María Villegas García, Paula Andrea Correa Montaña (Universidad de Caldas, Colombia), **Mónica Gabriela Sandoval Gallegos** (Universidad del Azuay, Cuenca Ecuador)

Los estados de ánimo y las emociones estimulados por los colores en las personas, han sido motivo de indagación científica y académica desde varias áreas, el diseño no escapa a esa búsqueda ya que, para esta disciplina, el color es un elemento visual compositivo que afecta la percepción del mensaje visual que se expresa a través de diversas tipologías de la imagen y de diversos medios. Una mirada desde la perspectiva de la psicología del color, como rama de la teoría del color, permitirá escudriñar en razones semánticas que juegan a favor del diseño a través de sus usos desde autores como Harald Küppers para entender el color como fenómeno, Josef Albers y sus acercamientos experimentales de interacción cromática y a Johann Wolfgang von Goethe y los estudios en el color desde la percepción humana.

In81. Framework para herramientas online de producción de infografías: implementación y validación por métodos de evaluación de experiencia de usuario (UX). Marcus Aurelius Lopes Domiciano (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho de Bauru, Brasil) Se investiga la implementación y validación del marco para indicar herramientas en línea gratuitas apropiadas para la creación de infografías. El framework analiza las funcionalidades de 8 herramientas - Cacao, Canva, Creately, Easelly, Infogram, Piktochart, Vennngage y Visme -, que tienen como objetivo ayudar a los profesores universitarios en la transmisión de un mensaje visual que incluya textos e imágenes, según el énfasis de la producción (contenido textual, gráficos, mapas, iconos, fotos o videos), los criterios adoptados (número de modelos, impacto visual, facilidad de uso o gratuita), y el formato a utilizar (infografía digital o multimedia). Una vez que esté disponible en un sitio web, buscamos, de acuerdo con las técnicas de Experiencia de Usuario (UX), validar las características del marco como una guía para encontrar la más adecuada para diferentes propósitos en diferentes herramientas de producción de infografías en línea para el propósito previsto. Esta investigación está en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) números 3, 4 y 9 de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas (ONU) sobre salud y bienestar, educación de calidad y promoción de la innovación, respectivamente.

• **Proyecciones de la Moda (2) (C6 Coloquio)**

Esta Comisión sesionó online el martes 19 de Julio de 2022 a las 10.00 hs. (ARG). **Coordinación:** Patricia Doria (Universidad de Palermo, Argentina)

En esta comisión se presentó “La moda en su Laberinto IV” (Cuaderno 152) con los resultados del Proyecto 17.7 del mismo nombre, que dirige Patricia Doria.

Se analiza la moda, en un contexto de cambio a partir de sus múltiples aristas desde un complejo y exhaustivo recorrido multidisciplinario. El análisis de cada una de las miradas surge a partir de conceptos sobre moda y seducción, los cuales enfrentan un escenario complejo, heterogéneo y diverso. Es allí donde las visiones sobre los temas relacionados con la disciplina de la moda, se encuentran atravesados por cruces teóricos e interdisciplinarios, dominios compartidos, metodologías híbridas y teorías convergentes que vuelven necesaria una perspectiva global y organizativa que, sin prescindir del carácter múltiple de estas teorizaciones, establezca determinados parámetros descriptivos, de análisis y de ponderación disciplinar. El lenguaje de la moda es el que establece transversalmente sus lógicas enunciativas y principios de organización para impartir cierto orden en este universo, diverso, fluctuante y muchas veces caótico. Los resultados de éste Proyecto continúan enriqueciendo las investigaciones de la Línea de Investigación N°17 Imagen Moda y Tendencias: Reflexiones sobre el Sistema de la Moda.

La Línea se desarrolla de manera ininterrumpida desde 2017 entre la Facultad de Diseño y Comunicación (UP, Argentina) junto a distintas Universidades. Los Proyectos anteriores al que se presenta en esta oportunidad son: 17.6 La Moda en su Laberinto III (Cuaderno 150), 17.5 La Moda en su Laberinto II (Cuaderno 127), 17.3 La Moda en su Laberinto I (Cuaderno 100) y 17.1 Cine y Moda. Cuerpo, Arte y Diseño (Cuaderno 58) junto a Universidad Estácio de Sá, Rio de Janeiro-Brasil y La Escuela de Artes, Ciencias y Humanidades-EACH, Universidad de San Pablo, San Pablo-Brasil, presentados respectivamente en los Coloquios 2021, 2020 y 2018 (Entre paréntesis se consigna el Cuaderno donde se publican los resultados correspondientes al Proyecto).

Toda la información y documentación de las Líneas, los Proyectos y Publicaciones puede consultarse en forma libre y gratuita en: https://www.palermo.edu/dyc/investigacion_desarrollo_diseno_latino/index.html

La colección completa de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación está disponible en forma libre y gratuita en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/index.php

En esta comisión se presentaron las siguientes ponencias:

- **Mirada 1. Moda y marca**

In82. Artificiation: la interacción entre moda y arte contemporáneo en el proceso de construcción de identidad marcaria. Estudio de caso: Kostüme. Facundo Nadur (Universidad de Buenos Aires)

En un mercado tan atomizado como el de la indumentaria; las marcas de diseño de autor, deben llevar adelante

estrategias de diferenciación que justifiquen el valor monetario de sus productos. Para lograrlo, algunos jugadores definen su posicionamiento tomando recursos del arte contemporáneo. Kostüme es un claro ejemplo de este tipo: utiliza recursos propios del campo artístico para la construcción de su identidad marcaria, lo cual contribuye a que se posicione como una marca de legítimo diseño de autor en el mercado de indumentaria local. ¿Qué recursos propios del arte son tomados por ciertas marcas de diseño de autor, como Kostüme, para construir una identidad que las diferencie del resto de las marcas del mercado y justifique su valor?

El trabajo tiene como objetivo principal describir y analizar cómo Kostüme utiliza recursos del campo del arte contemporáneo; en vistas a esbozar apuntes, proveer fundamentos y bases empíricas que, sin ser prueba de enunciados generales, pueden colaborar en una posible conceptualización sobre cómo intervendría la interacción entre la moda vestimentaria y el arte contemporáneo en el proceso de construcción de identidad marcaria; y en el proceso de diferenciación y posicionamiento de las marcas de diseño de autor en el mercado argentino.

In83. Los dueños de la moda: del lujo al fast fashion retail. Sergio Luque Ortiz (Universidad de Sevilla)

Kering, LVMH, Inditex o Fast Retailing son algunos de los holdings empresariales más importantes del mundo. Estos bloques empresariales no solo dirigen las compañías de moda y lujo más notorias del planeta, sino que también deciden qué tendencias deben crearse, cómo consumirlas y en qué canales exponerlas, apoyándose en los medios de comunicación y la comunicación digital. Al respecto, el escrito presentado plantea una reflexión teórica-crítica apoyada en fuentes documentales con la finalidad de ofrecer una visión global que permita, tanto a futuros investigadores como a futuros diseñadores, obtener una perspectiva holística del objeto de estudio.

- **Mirada 2. Moda y sociedad**

In84. La capacidad evocativa del lenguaje en textos históricos de moda. Rosalía Coteló García (Universidad Autónoma de Madrid)

En las últimas décadas del siglo XIX y las primeras del XX, cuando en las revistas se ofrecen raramente ilustraciones en color y la fotografía es solo en blanco y negro, el léxico de los textos de moda se revela, necesariamente, evocativo, sugerente, sensorial. Las palabras se cargan de connotaciones expresivas que aluden a los sentidos, y junto a voces de origen onomatopéyico que activan efectos sensoriales como pouf o fru-fru, se atestiguan numerosos términos referidos a colores, desde el ala de mosca al muslo de ninfa. Propondremos una descripción de este lenguaje desde un enfoque tanto lingüístico como cultural.

In85. Fashion Film, entre el cine y la moda. Sara Peisajovich (Universidad Nacional de las Artes)

El arte del cinematógrafo provoca una relación singular de tipificación cultural de la cual sólo pocos logran despegarse. A partir de ahí, el Fashion Film se configura en clave artística combinando ciertas clasificaciones que

incluyen directrices normativas bien características: cortas producciones audiovisuales cinematográficas que evidencian por medio de la imagen y el sonido conceptos o estéticas propias de diseñadores de indumentaria. Todo esto llevado a cabo con la intención no sólo de dar a conocer o comercializar una determinada colección, sino con el fin de provocar sentimientos en aquellos espectadores para lograr su identificación, en el mejor de los casos.

In86. Diseño para la inclusión a partir del uso de tecnología. María Eugenia Correa y Selediana de Souza Godinho (Universidad de Buenos Aires)

El diseño inclusivo constituye un marco para desarrollar productos que atiendan múltiples demandas de los consumidores, independientemente de sus condiciones. Los proyectos de diseño de indumentaria suelen dejar de lado a las personas con discapacidad, sin contemplar la accesibilidad, la funcionalidad y la estética de las prendas diseñadas. Por lo cual, el escrito propone conocer el uso de las tecnologías en la confección de prendas y accesorios para personas con algún tipo de discapacidad. A través de una exploración cualitativa -basada en el relevamiento de emprendimientos desarrollados en la actualidad en Argentina orientados a este campo- se profundizan temas de tecnología e inclusión en la moda.

- Mirada 3. Moda, cultura e historia

In87. Mujeres y moda: discursos y representaciones en Medellín (Colombia), 1960-1970. María Carolina Cubillos Vergara (Universidad de Antioquia)

Este escrito analiza las representaciones sociales relacionadas con la mujer, promocionadas en el discurso periodístico de la moda en Medellín, durante la década del sesenta. Un periodo caracterizado por la aparición de una ola de consumo mediático y vestimentario, y la propagación de los nuevos ideales destinados a la realización personal. Para comprender los procesos de transmisión de las representaciones que definieron los roles tradicionales femeninos y los roles que fueron signos de los cambios sociales y culturales, en este trabajo se utilizó el método del análisis del discurso como una herramienta que permitió estudiar el contexto social, político y económico en el cual surgieron y se desarrollaron como creaciones simbólicas de apropiación de la realidad configuradas por los grupos sociales.

In88. The Object of Fashion: Methodological Approaches to the History of Fashion. Giorgio Riello (European University Institute)

Este escrito considera el papel de los artefactos en el estudio histórico de la vestimenta y la moda y sugiere la existencia de tres enfoques diferentes: primero, el campo de la historia de la vestimenta y el traje tiene una larga tradición que se remonta al siglo XIX. Adopta las metodologías de la historia del arte y considera los artefactos como un elemento central del análisis de diferentes períodos y temas. En segundo lugar, en la generación pasada, algunos interpretaron el surgimiento de los estudios de moda como un distanciamiento de los artefactos. Sin embargo, los estudios de moda aportaron rigor teórico y adoptaron

una metodología de análisis deductiva en la que los artefactos desempeñan una función importante. Finalmente, propongo lo que llamó la: cultura material de la moda, una metodología híbrida tomada de la antropología y la arqueología en la que el objeto es central para el estudio de las prácticas sociales, culturales y económicas específicas del tiempo. El artículo concluye con una reflexión sobre los desafíos y recompensas de tal enfoque.

In89. Un mundo figurado de poder de color verde olivo. María A. Cabrera Arús (New York University)

La ponencia analiza el rol de la moda en la construcción de la imagen revolucionaria de Fidel Castro, evaluando el impacto político de esta. Se argumenta que el uniforme de campaña verde olivo contribuyó a establecer el papel de vanguardia política de la guerrilla liderada por Fidel Castro y a presentar a este como líder del movimiento revolucionario, invisibilizando agentes como la resistencia clandestina urbana, los partidos políticos tradicionales y el partido comunista. Asimismo, se presenta el estilo guerrillero de Fidel Castro y los demás líderes revolucionarios como lugar de enunciación de una nueva alegoría política, la del revolucionario, que encarnaría la imagen de Fidel Castro y, tras el asesinato del Che Guevara en 1967, la de este último. Se analiza, además, los esfuerzos del liderazgo revolucionario por extender el uso del uniforme verde olivo a la ciudadanía, a través de organizaciones de masa de corte militar y paramilitar que propugnaban el ideal de un Hombre Nueva revolucionario formado a imagen y semejanza de Fidel Castro. Todo ello conformaría un mundo figurado de poder que presentaría a la Cuba posrevolucionaria como una sociedad en revolución, y legitimaría el liderazgo de Fidel Castro, con ecos que alcanzan el mundo contemporáneo de la moda y la política internacionales.

- Mirada 4. Moda, Industria y Medio Ambiente

In90. Cambiar la mirada, transformar el mundo. Andrea Saltzman y Marifé Santiago Bolaños (Universidad de Buenos Aires y Universidad Complutense de Madrid)

Las proyecciones futuras siempre están arraigadas al pasado. La proyección refleja aquello que añoramos modificar. Desde la Revolución Industrial hemos desarrollado un sistema productivo voraz que quiebra la armonía con los ciclos de la vida. Nos hemos sentido como egos aislados de la naturaleza centrados en la eficiencia productiva. El deterioro de nuestro entorno, el cambio climático, la contaminación, la falta de colaboración es consecuencia de esta mirada sesgada en el fragmento. La intención de esta investigación es recuperar la trama. Un intento de modificar la percepción y con ello nuestro imaginario para proyectarnos, percibir y construir otra realidad.

In91. Mapeo y detección de los stakeholders del sector productivo de indumentaria. Elizabeth Retamozo (Universidad Nacional de Mar del Plata)

La forma actual de producción de indumentaria se ha convertido en una amenaza para el ambiente, por su alto impacto nocivo sobre los recursos naturales y la sociedad, es la segunda industria más contaminante del mundo.

Para transformar este sistema es imprescindible repensar la forma de producir indumentarios y buscar modos que generen menos impacto. Este escrito trata sobre el estudio de las interrelaciones de la empresa productora con los stakeholders. Este enfoque se presenta como un novedoso instrumento de análisis que contribuye a la incorporación de estrategias de diseño bajo la perspectiva del Diseño para la Sostenibilidad.

In92. De círculo vicioso a moda circular. Yanina M. Moscoso Barcia (Universidad de Palermo)

La moda es previsible, su conducta está basada en ciertos patrones que se repiten, genera modelos y desencadena acciones que están también contemplados en dichos patrones; atraviesa etapas que, desde antes de su surgimiento y hasta su declinación están previstas ya que corresponden a un ciclo de vida.

En cada temporada se repite el ciclo, y como un verdadero ouroboros, la moda propone un eterno retorno, un renacimiento dos veces al año, dos temporadas que mueven una gran industria; se ofrecen al mercado múltiples productos que son ávidamente consumidos, quedando a la espera de nuevos lanzamientos para repetir el cíclico patrón. Así como el ouroboros simboliza el momento presente que es devorado por el futuro para volver a comenzar, la naturaleza cíclica de la moda propone instantes, que culminan y vuelven a empezar a cada momento.

La moda a gran escala, avanza en espirales a través del tiempo, renueva el interés hacia sí, propone fantasía, lujo, belleza y al mismo tiempo genera contaminación, un consumo alarmante de agua, y emisiones de carbono; motivos suficientes para orientar su naturaleza cíclica hacia una ética circular en pos de un futuro sostenible.

- Mirada 5. Moda y Tecnología

In93. Estéticas en Tik Tok: entre lo histórico y lo digital. Helga Mariel Soto (Universidad de Buenos Aires)

En esta década, han crecido exponencialmente los contenidos relacionados a las estéticas *aesthetics* entendidas como estilos o subculturas que funcionan como marcas identitarias sobre todo entre los centennials y los millennials. Estas manifestaciones, han proliferado en Tik Tok, pero pronto se expandieron a otras redes sociales. Estas estéticas poseen múltiples variantes: Dark Academia, Cottage Core, y operan como agentes agrupadores de elementos estilísticos y vestimentarios, pero también se asocian a intereses o actividades específicas, muchas veces inspiradas por un período histórico particular. Se abordará este fenómeno como una de las tendencias de creación de contenido que guía el consumo en redes.

In94. Photoshoot de moda en tiempos de Pandemia. Pablo Tesoriere (Universidad de Palermo)

La distancia deja de ser una barrera para el trabajo y la creatividad. ¿Podría Facetime ser el futuro de la fotografía de moda?. La pandemia nos exige cambios y aislamiento, esto nos afecta socialmente y obliga a todos los sectores audiovisuales de la moda a generar un cambio en la metodología de trabajo. La moda se ha tenido que aggiornar

transformando, entre otras cosas, las sesiones fotográficas presenciales en photoshoots digitales teniendo como aliados principales a las aplicaciones como: Facetime, Zoom, Skype, entre otros.

In95. En la nube. La circulación del diseño de indumentaria en plataformas digitales. Paula Miguel (Universidad de Buenos Aires)

Este escrito presenta los avances de un proyecto de investigación en curso en el AMBA, Argentina, sobre la relación entre el diseño de indumentaria, la industria y la circulación y usos de bienes de diseño, contemplando las distintas redes y actores que intervienen en dichos procesos en la última década. A partir de estrategias cualitativas combinadas con el análisis de indicadores cuantitativos, se exploran procesos en relación con la difusión del diseño de indumentaria apuntando a comprender el desarrollo y aceleración del crecimiento de su dimensión digital en los últimos años. Un escenario potenciado por el contexto de aislamiento social en el marco de la pandemia de COVID-19.

• Diseño como Estrategia de Desarrollo Social (C7 Coloquio)

Esta Comisión sesionó online el martes 19 de Julio de 2022 a las 12.00 hs. (ARG). **Coordinación:** Taña Escobar y Jorge Santamaría (Universidad Técnica de Ambato, Ecuador) y Fabiola Knop y Alejo García de la Cárcova (Universidad de Palermo, Argentina)

En esta comisión se presentó “Diseño como estrategia de desarrollo social” (Cuaderno 151) con los resultados del Proyecto 20.5 del mismo nombre, que dirigen Taña Escobar-Jorge Santamaría (Universidad Técnica de Ambato, Ecuador) y Fabiola Knop-Alejo García de la Cárcova (Universidad de Palermo, Argentina).

Se presentan reflexiones que invitan a repensar el diseño como estrategia de desarrollo social y como un campo fértil en el área del conocimiento. Las reflexiones versan en torno a la investigación en temáticas como diseño participativo, diseño colaborativo, diseño universal y diseño social. Los artículos develan el papel social del diseño y sus autores proponen repensar histórica, artística, industrial y productivamente el ámbito social. Recogen las discusiones contemporáneas del contexto local y comprenden lo social como variable transversal que cruza a los componentes epistemológicos, creativos y prácticos del diseño.

Los resultados de éste Proyecto continúan enriqueciendo las investigaciones de la Línea de Investigación N°20 Diseño Difuso: Prácticas de Diseño y Tendencias.

La Línea se desarrolla de manera ininterrumpida desde 2016 entre la Facultad de Diseño y Comunicación (UP, Argentina) junto a distintas Universidades. Los Proyectos anteriores al que se presenta en esta oportunidad son: 20.4 Normalidad Difusa: Prácticas de diseño virtual en tiempos de pandemia (Cuaderno 137) junto a la Universidad Nacional de Mar del Plata (Argentina), la Universidad Rafael Landívar (Guatemala) y la Universidad de Sonora (México), 20.3 Profesionalización Difusa. Prácticas de Di-

seño y Tendencias (Cuaderno 115) junto a la Universidad Nacional de Mar del Plata (Argentina), y la Universidad Rafael Landívar (Guatemala), 20.2 Identidad Difusa: Prácticas de Diseño y Tendencias (Cuaderno 94) y 20.1 Materialidad Difusa. Prácticas de Diseño y Tendencias (Cuaderno 70) junto al Instituto Politécnico de Milán (Italia) presentados respectivamente en los Coloquios 2021, 2020, 2019 y 2017 (Entre paréntesis se consigna el Cuaderno donde se publican los resultados correspondientes al Proyecto).

Toda la información y documentación de las Líneas, los Proyectos y Publicaciones puede consultarse en forma libre y gratuita en: https://www.palermo.edu/dyc/investigacion_desarrollo_diseno_latino/index.html

La colección completa de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación está disponible en forma libre y gratuita en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/index.php

En esta comisión se presentaron las siguientes ponencias:

In96. El archivo visual de la vestimenta ecuatoriana: un aporte a la memoria patrimonial de las prácticas vestimentarias. *Taña Elizabeth Escobar Guanoluisa* (Universidad Técnica de Ambato, Ecuador) *Silvana Mireya Amoroso Peralta* (Universidad Nacional de Educación, Ecuador)

El vestido, como objeto de la cultura material, representa la expresión histórica, cultural, política y social de una nación, cuestión esta que marca la importancia de salvaguardar la vestimenta como un patrimonio cultural inmaterial. Ante esta cuestión, los pocos estudios desarrollados sobre el indumento en la región, fecundaron la necesidad de estudiar el vestido de diversos tipos humanos ecuatorianos. El diseño metodológico se apoya en un estudio de gabinete y gestión documental, acompañado de un análisis de imagen aplicado a 525 fuentes visuales que fueron relevadas. Como resultado, se crea el Archivo Visual de la Vestimenta Ecuatoriana (AVVE), respaldado en un guion museográfico que cuenta con un banco de 100 imágenes –resultantes de un proceso curatorial–, por ahora enfocadas al traje de la ambateña primorosa y el altivo ambateño. El archivo, que reposa en una plataforma web, vivifica la memoria patrimonial implícita en uno de sus elementos: el vestido ecuatoriano.

In97. La Mama Negra: un espacio interactivo como estrategia de difusión del Patrimonio Cultural. *Jeniffer Paola Garófalo* y *Lucio Galo Alejandro Viteri Medina* (Universidad Técnica de Ambato, Ecuador)

La gestión de los espacios de difusión cultural presentan una deficiencia en el área museográfica dejando de ser agentes principales de la difusión, legitimización y apropiación del Patrimonio Cultural Inmaterial. El principal objetivo de los museos en el siglo XXI se enfoca en la integración real de los públicos, el intentar relatar vivencias o experiencias reales a través de la interacción directa del usuario. En la actualidad se ha recurrido a nuevos canales y medios digitales de difusión como estrategia para la transmisión de la información, uno de ellos la tecnología, la cual dentro de los museos ha desempeñado un papel importante en el área histórica y cultural mejorando la

calidad de experiencia en los visitantes y siendo estos más accesibles. Se aborda el tema sobre la aplicación de espacios interactivos como estrategia para la difusión del Patrimonio Cultural Inmaterial, que, mediante el diseño interior, los medios y herramientas tecnológicas y el estudio de la fiesta popular, se logre generar un espacio mediante el cual se plasme la identidad cultural, desde y para sus ciudadanos fortaleciendo el legado cultural actual y que posteriormente pueda ser transferida hacia otros públicos. Este trabajo propone mediante el método deductivo y un enfoque de investigación cualitativo y cuantitativo, el recolectar información a través de investigaciones bibliográficas, encuestas y entrevistas que nos permitirán evaluar, medir y determinar los elementos importantes para reflejar y plasmar la identidad cultural en un espacio físico.

In98. La reutilización de los espacios y la difusión del patrimonio como aporte cultural. *Gina Belén Tirado Mayorga* y *Galo Alejandro Viteri Medina* (Universidad Técnica de Ambato, Ecuador)

Esta investigación se basa en la rehabilitación y el diseño interior de la antigua fábrica “El Peral” que se encuentra en desuso, ubicado en los Mirabeles y la Delicia, que tiene como finalidad potencializar la identidad cultural del lugar, transformando en un espacio cultural musical para la ciudad de Ambato. Las artes musicales son muy importantes para la sociedad ya que con ellas se tiene un desarrollo social y de conocimientos, con ello se incursiono en la búsqueda de una funcionalidad interior, basándose en el estudio de la morfología musical de una de las canciones más representativas de la ciudad, en donde los niños y jóvenes tengan un desarrollo propicio en las artes musicales y con ello se adquiera un valor simbólico en representación de su historia.

In99. El lowbrow nacional, una propuesta híbrida. *Andrea Daniela Larrea Solórzano* (Universidad Técnica de Ambato, Ecuador)

Luego de reconocer las corrientes artísticas actuales que circulan dentro de la visualidad ecuatoriana, proponemos una revisión a los orígenes y consolidación del lowbrow en la propuesta gráfica local. Considerando que este movimiento surge en los EEUU, anclado a una línea underground, establecemos un símil con la producción nacional, buscando entender en qué medida los estilos y tendencias que surgen en las capitales del arte permean la gráfica local. Además, indagamos en qué medida los conflictos sociopolíticos vividos en el país a fines del siglo XX influenciaron estas transformaciones gráficas. En este proceso se establece un análisis iconográfico de piezas que conforman una muestra intencional en las cuales es posible encontrar las características morfológicas y simbólicas que las asocian a esta corriente estética también llamada surrealismo pop. En este proceso se han evaluado cambios en la producción del cómic, el fanzine y el street art como gestores de esta corriente contracultural. Por esta razón se analizan los contextos de producción del lowbrow y el trabajo de ciertos autores que despliegan su obra bajo esta línea conceptual en el Ecuador.

In100. Entre lo estético y lo retórico: fórmulas narrativas visuales en la película “Pescador”. *Diego René Cabrera Yaguana* (Universidad Técnica de Ambato, Ecuador)

El presente ensayo presenta un análisis de la narrativa visual de la película “Pescador” del director y productor ecuatoriano Sebastián Cordero. La metodología empleada consistió en varias visualizaciones del filme que permitieron identificar algunos recursos estilísticos empleados por el director, tras lo cual, se discuten los resultados de la observación directa no participativa con otros análisis de la película y del trabajo artístico de Cordero. Como principales conclusiones se determina la intencionalidad narrativa en el uso de planos, escenarios y vestuario, los mismos que, permiten transmitir avance en la trama, emociones y pensamientos, así como, desarrollo en los arcos de personajes.

In101. Divergencias sobre el kitsch y su relación con el Diseño y la Arquitectura. *Julia Andrea Mena Freire, Sandra Hipatia Núñez Torres y Eliska Fuentes Pérez* - (Universidad Técnica de Ambato, Ecuador)

El kitsch es una categoría reconocible que interpreta la negación del gusto, este fenómeno generalizado y omnipresente, se encuentra en continua transformación. Mientras que para varios autores el kitsch se presenta como una forma de mentira estética, que consume imitaciones, sintetiza de manera vaga y alegórica a las vanguardias artísticas; con el transcurso del tiempo, cambia su apariencia, gana fuerza y se intensifica con el desarrollo de la tecnología y la reproducibilidad técnica, creando una cultura comercial y una sociedad de consumo. Teniendo en cuenta las mutaciones que ha presentado el kitsch a lo largo del tiempo, esta propuesta se enfoca en mostrar las diversas manifestaciones de este voraz e influyente fenómeno, que permea constantemente los ámbitos del diseño y la arquitectura, por consiguiente, sus características formales y estéticas se pueden evidenciar en las ejemplificaciones seleccionadas.

In102. Publicidad social y el phubbing en la ciudad de Ambato. *Carolina Maldonado y Jessica Montero* - (Universidad Técnica de Ambato, Ecuador)

En los últimos años, se ha evidenciado el uso desmedido del celular, a causa de la cibercultura a la que se han encontrado expuestas las personas, esto ha generado que estas presten más atención a su teléfono celular antes que a las personas que se encuentran a su alrededor, provocando su malestar tras haber sido ignoradas. Para evitar éste mal hábito, se consideró el uso de la publicidad social como un apoyo importante para generar conciencia en las personas, esto fue planteado tras analizar la opinión de profesionales en campañas sociales, los cuales señalaron que es importante involucrar las emociones de las personas causando impacto, a través de post visuales y mensajes que creen conciencia.

In103. El diseño como estrategia de desarrollo social del sector calzadista en pos pandemia. *Jorge Luis Santamaría y Edisson Fernando Viera* (Universidad Técnica de Ambato, Ecuador)

El presente artículo propone una visión de la situación actual y prospectiva del desarrollo del sector del calzado en un entorno pos pandemia, donde los mercados, consumidores y el sector productivo tienen vital importancia para su desarrollo. El objetivo de la propuesta se basa en cambios guiados por acciones de diseño que aporten a la mejora productiva y la construcción de una conciencia social y sociedad de consumo. Los argumentos nacen del diálogo con expertos y asociaciones locales e internacionales quienes plantearon sus puntos de vista, siendo estos analizados y estructurados para lograr una perspectiva sobre los problemas reales y acciones de diseño que deben implementarse.

In104. Oportunidad en el vacío: proyecto urbano arquitectónico como catalizador de relaciones sociales en el casco central de Otavalo. *Xavier Alejandro Espinoza Mena* (Universidad Central del Ecuador) *Andrea Cristina Goyes Balladares* (Universidad Técnica de Ambato, Ecuador)

Este trabajo pone en manifiesto el proceso de investigación previo a la concepción de un proyecto urbano arquitectónico en la ciudad de Otavalo. El artículo analiza y describe el proceso de transformación histórica y los fenómenos urbanos suscitados, que han incidido en el crecimiento de la urbe, las problemáticas sociales e espaciales, dando como resultado una ciudad dispersa con baja densidad poblacional y con un alto grado de disociación de las relaciones sociales entre mestizos e indígenas, grupos culturales predominantes en el territorio. De la misma manera, analiza las condiciones actuales del medio físico y natural de Otavalo, a fin de aterrizar la teoría de los catalizadores urbanos en un espacio de la ciudad subutilizado, que tenga el potencial de favorecer los encuentros sociales de la cotidianidad de una sociedad intercultural.

In105. El Movimiento Moderno y su influencia en la revolución de diseño del espacio infantil. *Eliska Fuentes Pérez, Sandra Núñez Torres, Julia Mena Freire y Valentín Herrera Marín* (Universidad Técnica de Ambato, Ecuador)

La ruptura entre los siglos XIX y XX se considera una época muy significativa para la evolución del interiorismo infantil, poniendo gran énfasis sobre aspectos como la decoración y la apreciación de la belleza desde temprana edad. En el siglo XX el interés sobre la etapa infantil y los niños ha incrementado de manera exponencial, además de las innovaciones en el ámbito social, funcional y tecnológico del Movimiento Moderno, las cuales dan como resultado una revolución en lo que concierne al diseño y arquitectura infantil. Para el desarrollo del presente estudio se seleccionaron y analizaron algunas de las casas y villas más icónicas del Movimiento Moderno, con el objetivo de entender las relaciones entre el espacio infantil, su habitante y el contexto, tomando en cuenta los aspectos morfológicos y funcionales que determinan el sentido de habitabilidad. Todas estas edificaciones tan representativas y específicas de su época, se caracterizan por ser viviendas unifamiliares construidas entre los años veinte y treinta del siglo XX y que poseen espacios

infantiles revolucionarios e innovadores. En primera instancia se plantea construir una cartografía que permite ubicar los espacios destinados para el uso infantil dentro de las viviendas mencionadas. Posteriormente, se desarrollan esquemas de zonificación e interrelación espacial para identificar el área del uso exclusivo del habitante infantil y zonas de interacción social. Además, se plantea un análisis de la atmósfera y los elementos que configuran el espacio interior, determinando de esta manera la influencia de los factores contextuales, así como también innovaciones y cambios propios del Movimiento Moderno en arquitectura.

In106. Etnografía del sentido comunitario para el uso de los espacios públicos. *Sandra Núñez Torres* (Universidad Técnica de Ambato, Ecuador) *Paulo Freire Valdiviezo* (Universidad de Cuenca, Ecuador)

El estudio tiene como propósito, analizar la interacción de habitantes y el espacio en lugares en desuso de la Parroquia la Matriz del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato, con el fin determinar los posibles usos del espacio público en relación a la realidad comunitaria accediendo a espacios de sentido, discursos e imaginarios de los habitantes través del diseño social. Para esto, se planteó una metodología que nos permitió acceder a los discursos, imaginarios y prácticas de la gente con la intención de dilucidar sus verdaderas necesidades. Como producto de este estudio, se logró construir una etnografía de sentido comunitario considerando pertinente utilizar cuatro categorías conceptuales: Noción de forma, espacialidad, temporalidad y sentido.

In107. Competencias profesionales fundamentales para el diseño de espacios accesibles e incluyentes. Una mirada interdisciplinaria. *Martha Yolanda Pérez Barragán* (Universidad Autónoma de San Luis Potosí y Facultad Autónoma de Yucatán, México)

El presente trabajo pretende sumar aportes al análisis e interpretación del diseño de un espacio accesible e inclusivo. Se parte de la idea de que las inaccesibilidades físicas que se presentan hoy en día tanto en espacios públicos como privados son consecuencia de la ausencia de algunas competencias profesionales; por ello, se considera que muchos problemas de accesibilidad no solo derivan del diseño sino de las personas responsables del proceso de materialización del mismo. Bajo esta perspectiva, se exploran y se describen aquí unas estrategias de análisis y evaluación de la accesibilidad trabajadas en entornos físicos desde la interdisciplina, estas dan cuenta de las competencias que el diseñador o edificador debe adquirir durante su formación profesional para tener una visión holística del proyecto tanto de las necesidades concretas y diversas del usuario como de las características físicas del entorno, pero además del proceso de edificación el cual es determinante para lograr un buen resultado. El método propuesto es de corte descriptivo-reflexivo, se aplica a través del análisis socio-espacial de entornos físicos diversos que permiten visualizar algunas problemáticas a las que se enfrenta el diseñador y el edificador; y se finaliza con una reflexión sobre esta problemática.

• Diseño, Artesanías y Comunidades (C8 Coloquio)

Esta Comisión sesionó online el martes 19 de Julio de 2022 a las 12.00 hs. (ARG). **Coordinación:** Ximena González Eliçabe (Universidad de Palermo, Argentina), junto al Museo de Arte Popular José Hernández (MAP, Argentina) y la Universidad de Granada (UGR, España).

En esta comisión se presentó “Diseño y Artesanía: Economía creativa y Patrimonio para el Desarrollo de comunidades” (Cuaderno 171) con los resultados del Proyecto 22.3 del mismo nombre, que dirige Ximena González Eliçabe (Universidad de Palermo, Argentina), junto al Museo de Arte Popular José Hernández (MAP, Argentina) y la Universidad de Granada (UGR, España).

Se exploran e investigan los cambios de matriz productiva y la reconversión de la artesanía en una economía creativa, los debates de las comunidades entre migrar o hacer un giro hacia su pasado artesanal mirando al futuro, la relación con el patrimonio, la cultura precolombina y la tradición. Se analizan cómo apelar a los saberes tradicionales para generar nuevos productos de diseño contemporáneo, canalizando la memoria colectiva de la localidad e impulsando nuevas formas de empleo.

Los resultados de éste Proyecto continúan enriqueciendo las investigaciones de la Línea de Investigación N°22 Diseño, Artesanía y Patrimonio Comunidades y Economía Creativa dirigida por Ximena González Eliçabe.

La Línea se desarrolla de manera ininterrumpida desde 2019 entre la Facultad de Diseño y Comunicación (UP, Argentina) junto a distintas Universidades. Los Proyectos de la Línea que son antecedente al que se presenta en esta oportunidad son: 22.2 Diseño, Artesanías y Comunidades (Cuaderno 141) junto a Museo de Arte Popular José Hernández, Argentina y la Universidad de Granada, España y el 22.1 Migración y Diseño (Cuaderno 111) junto a Aotearoa Latin American Community ALACINC, Nueva Zelanda y el Museo de Arte Popular José Hernández-MAP presentados en los Coloquios 2021 y 2020 (Entre paréntesis se consigna el Cuaderno donde se publican los resultados correspondientes al Proyecto).

Toda la información y documentación de las Líneas, los Proyectos y Publicaciones puede consultarse en forma libre y gratuita en: https://www.palermo.edu/dyc/investigacion_desarrollo_diseno_latino/index.html

La colección completa de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación está disponible en forma libre y gratuita en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/index.php

En esta comisión se presentaron las siguientes ponencias:

In108. La Artesanía en el nuevo escenario productivo. Transformaciones culturales en Carahunco, Jujuy. *Carlos Gronda y Ximena González Eliçabe* (Universidad de Palermo, Argentina)

Los cambios de matriz productiva y la reconversión en una economía creativa son el núcleo de este ensayo. En una pequeña localidad de las Yungas de Jujuy (Nor-Oeste argentino) cuya principal economía se basó durante décadas en la producción tabacalera, hoy día en declive, los pobladores se debaten entre migrar o hacer un giro

hacia su pasado artesanal mirando al futuro. Allí, donde la presencia de la cultura precolombina San Francisco se evidencia en la tradición de la cerámica y otras artes, Carlos Gronda, arquitecto, diseñador y productor jujeño, apela a los saberes tradicionales y genera nuevos productos de diseño contemporáneo, canalizando la memoria colectiva de la localidad e impulsando nuevas formas de empleo.

In109. El proceso artístico/artesanal como metodología constructivista en la enseñanza de las artes visuales.

Pilar Manuela Soto Solier y Ana García López (Universidad de Granada, España)

Se muestra la puesta en práctica de un proyecto de innovación educativa basado en las Artes Visuales, la artesanía y el patrimonio cultural. Se trata de una investigación cuyo objetivo principal ha sido reflexionar y experimentar en las metodologías educativas basadas en las artes visuales, su enseñanza y sus conexiones con los procesos de creación artesanales. En este se indagan y exploran métodos y estrategias del arte contemporáneo para poner en valor el hacer artesanal artístico en la formación universitaria. Se trata de un proyecto que comparte la concepción de La Nueva Bauhaus Europea aunando el currículo y la vida real, sostenibilidad y diseño de calidad.

In110. Habitar diversos mundos: el hacer artesanal en la comunalización indígena.

Patricia Dreidemie (Universidad Nacional de Rosario, CONICET, Argentina)

El hacer artesanal es un fenómeno complejo que involucra dimensiones socioculturales, históricas, productivas, tecnológicas y artísticas; pero también variables ambientales. Desde una perspectiva etnográfica, el artículo expone el modo en que la artesanía tradicional intercepta la diversidad biológica y medioambiental con la diversidad sociocultural, para repensar el concepto de sustentabilidad en áreas naturales donde habitan comunidades indígenas en Argentina. Ejemplifica cómo el hacer artesanal moviliza entramados vitales (epistemologías y ontologías nativas) que participan en procesos de comunalización en los que “naturaleza” y “cultura” se funden de modos particulares.

In111. La puesta en valor del Patrimonio a través del Diseño de producto. Caso de estudio: La Universidad de Granada y la figura de su fundador.

Carlos V. Rosario Velasco Aranda y Joan Sanz Sanchez (Universidad de Granada, España)

Se analiza la puesta en valor del patrimonio histórico a través de producciones creativas y del diseño. Utilizamos como ejemplo el caso de estudio de la Universidad de Granada y el diseño de productos basado en los elementos patrimoniales vinculados a su fundador Carlos V. Ejemplo de como la producción de objetuaria institucional a partir del diseño de producto demuestra ser una aportación significativa en la representación de la universidad y en la reivindicación de su patrimonio. El artículo aborda la capacidad que tiene el diseño para generar valores de identidad.

In112. La cestería y la talla guaraní Mbyá como patrimonio cultural en Misiones Argentina. Eva Isabel Okulovich y Graciela Anger (CONICET - UNAM)

Las cestería y talla Guaraní Mbya en Misiones, Argentina, se constituyen en patrimonio cultural, a partir de un estudio etnoplástico de diseños, materiales y técnicas, creados desde una epistemología y gnoseología particulares en relación con la Selva Paranaense, acorde con su cosmología. Dicha economía creativa, construye comunidad en función del ciclo: predación-subsistencia-resistencia, desplegado milenariamente. Las creaciones expresan actualmente, procesos de colonización, desterritorialización y transfiguración cultural, en códigos simbólicos; de adaptación: sincretismos y reinterpretaciones de lo occidental y de resistencia: persistencia del “núcleo duro” guaraní

In113. Embarcación ancestral artesanal: Cadena productiva actual en Huanchaco. Héctor Lozano Gonzales (Universidad Privada del Norte-Trujillo, Perú)

Se describe la dinámica económica que surge alrededor del caballito de totora, su fabricación y el impacto económico en las familias que conservan la cultura viva a través de la pesca artesanal ancestral, actividades turísticas y de entretenimiento. Para tal fin se realizaron entrevistas a profundidad, fichas de observación, lista de cotejo y la propuesta de fabricación de una tabla de surf híbrida entre el foam y la totora como materia prima en su producción. Todo ello con el propósito de incentivar un modelo económico articulado que beneficie significativamente a las familias artesanas del caballito de totora.

In114. Diseño, fabricación digital y prototipado maker low cost de joyería. Nan Shen y Francisco Caballero-Rodríguez (Universidad de Granada, España)

Con el objetivo introducir un vector de innovación y creatividad en el diseño y fabricación de joyería artesanal. Se exploran las diferentes posibilidades de collares, pendientes y brazaletes, a través el uso del dibujo digital, diseño vectorial, modelos 3D y otros métodos digitales. La inspiración surge de las sugerentes formas naturales de distintas verduras y frutas. El dibujo y la extracción gráfica de las secciones transversales de diferentes vegetales, se materializa en la creación de prototipos en metacrilato elaborados mediante fabricación digital. La conceptualización, desarrollo y uso de las tecnologías digitales combinada con el corte por láser y el material de metacrilato nos sirven para crear y fabricar prototipos de joyería con estética innovadora que pueden extrapolarse a materiales nobles.

In115. Diseñando tradición, tejiendo desigualdad. Una mirada crítica al trabajo entre diseño y artesanado.

Roberto González Rodríguez (Escuela Nacional de Estudios Superiores Morelia - UNAM, México)

El trabajo artesanal y la intervención del diseño dentro de éste se gesta gracias a un proceso de larga duración, aunque a simple vista dicha relación se ha desarrollado como un litigio orgánico, en su haber, existen una serie de tensiones y desigualdades que terminan por tejer es-

cenarios complejos tanto para el artesanado como para los diseñadores. El objetivo de la presente publicación busca partir de la experiencia de campo y la observación del trabajo entre un grupo de tejedoras de la Sierra Norte en el Estado de Puebla, México; diseñadoras y marcas de moda, bajo una mirada crítica para así, comprender parte de la complejidad que implican dichas relaciones entre mundos (diseñadores/artesanado).

In116. “Co-Obradoiro Galego. Paula Camiña Eiras (Central Saint Martins, Universidad de Artes de Londres, Inglaterra)

“Co-Obradoiro Galego” es un proyecto de biodiseño, que parte de la experiencia de la autora en metodologías que combinan especificidades ecológicas, científicas y culturales. En la búsqueda por idear un sistema de diseño regenerativo, se ponen de manifiesto en la investigación, los desafíos socioecológicos locales específicos de un grupo de cesteros. Con la motivación central de explorar el renacimiento del patrimonio artesanal gallego, este artículo tiene la intención de contribuir a su visibilización y proyección a futuro.

In117. Craftmedia: Estrategia de mediación y co-creación entre diseñadores digitales y artesanos a través del diseño de experiencias de producto transmedia. Angie Alzate Bermúdez y David Bravo Saenz (Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Colombia)

Se sintetiza la primera parte del proceso del proyecto en curso “craftmedia”, el cual propone una estrategia de educación artística e intervención tecnológica, desde la investigación basada en las artes que propicie nuevas formas de producir, comprender y experimentar la cerámica artesanal; considerando como claves dentro del universo objetual: lo matérico, lo estético, lo digital y lo experiencial. La propuesta conjuga el valor patrimonial con la potencialidad de las narrativas transmediales desde las AR-VR (Augmented reality & virtual reality).

• **Cruces entre Cultura y Diseño (C9 Coloquio)**

Esta Comisión sesionó online el martes 19 de Julio de 2022 a las 14.00 hs. (ARG). **Coordinación:** Karen Avenburg (Universidad de Palermo, Argentina)

En esta comisión se presentó “Dinámicas de inclusión/exclusión en y desde el diseño” con los avances del Proyecto 1.3 del mismo nombre, que dirige Karen Avenburg (Universidad de Palermo, Argentina).

Diferentes fenómenos ligados a la exclusión tienen larga data en nuestras sociedades. En efecto, la marginalidad, la desigualdad, la pobreza, la desafiliación o la exclusión han ido tomando diferentes carices a lo largo de la historia en distintas regiones (por lo menos) de la sociedad occidental. En décadas recientes se han renovado las discusiones, tanto en el ámbito académico como en el de las políticas públicas, y las acciones privadas y comunitarias. Se pone en diálogo la problemática de la inclusión/exclusión social, así como las nociones relacionadas de

transformación, integración, desigualdad, entre otras, con el campo del diseño, entendido aquí en un sentido amplio como la concepción, proyección y puesta en acción en pos de un objetivo. Se pretende articular dos áreas de indagación que no siempre se cruzan, abarcando desde el diseño de políticas de inclusión a las políticas de inclusión en el campo del diseño.

Si pensamos al diseño en tanto el proceso mediante el cual se conciben, proyectan y realizan objetos, prácticas y representaciones y lo articulamos con las dinámicas de inclusión/exclusión, se abren muchas preguntas: ¿Qué procesos de exclusión se fomentan, incrementan o, por el contrario, se buscan revertir desde el diseño de políticas públicas? ¿Qué tipo de sociedad promueven los diversos diseños de objetos, espacios o indumentaria, por mencionar algunos? ¿Qué perspectivas acerca de la sociedad, “adentro” y “afuera” subyacen a las políticas sociales, educativas, culturales, ambientales, de seguridad o salud que hablan de inclusión o integración? ¿Qué percepciones de “nosotros” y los “otros”, de “incluidos” y “excluidos” generan los diferentes tipos de diseño de productos, de espacios, de indumentaria, de estrategias de comunicación, de artes escénicas o audiovisuales? ¿Cuál es el potencial transformador del diseño? Se indaga, en suma, qué prácticas de diseño son excluyentes o inclusivas, transformadoras o jerarquizantes, democratizadoras o elitistas, y qué efectos en clave de inclusión, exclusión, transformación, tienen los diferentes tipos de diseño de productos, de espacios, de indumentaria, de estrategias de comunicación, de artes escénicas, de artes audiovisuales y, también, de políticas culturales, educativas, sociales. Los resultados de éste Proyecto continúan avanzando sobre las investigaciones de la Línea de Investigación N°1 Cruces entre Cultura y Diseño – Los diversos abordajes posibles.

La Línea se desarrolla de manera ininterrumpida desde 2015 en la Facultad de Diseño y Comunicación (UP, Argentina), y los Proyectos anteriores al que se presenta en esta oportunidad son: 1.2 Entre el Diseño de los Procesos Culturales y los Abordajes Culturales del Diseño” (Cuaderno 116) y 1.1 Procesos culturales y diseños posibles (Cuaderno 71) cuyos avances y reflexiones se presentaron en los Coloquios 2017-2021 (Entre paréntesis se consigna el Cuaderno donde se publica el resultado correspondiente al Proyecto).

Toda la información y documentación de las Líneas, los Proyectos y Publicaciones puede consultarse en forma libre y gratuita en: https://www.palermo.edu/dyc/investigacion_desarrollo_diseno_latino/index.html

La colección completa de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación está disponible en forma libre y gratuita en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/index.php

En esta comisión se presentaron las siguientes ponencias:

In118. Dinámicas de inclusión/exclusión en y desde el diseño. Karen Avenburg (Universidad de Palermo, CONICET-Universidad Nacional de Avellaneda, Argentina) En esta presentación la autora describe las temáticas y la dinámica de trabajo del proyecto “Dinámicas de inclu-