

---

**Resumen:** Este trabajo se inserta en la exploración continua del diseño como disciplina que se adapta a un mundo cada vez más versátil y cambiante. En este contexto, las posibilidades creativas y propuestas del diseño se expanden hacia una diversidad de soportes que, en ocasiones, trascienden lo físico para habitar en lo intangible.

**Palabras claves:** Diseño – Vestimenta – Indumentaria – Marcas - Metaverso – Comunicación – Inteligencia Artificial – Estrategia Digital – Investigación – Identidad – Chiquitania – Cultura – Semiótica - Storytelling – Autoestima - Juguetes.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 216]

---

<sup>(\*)</sup> Boliviana. Diseñadora Gráfica + Artista Visual. Nacida en Santa Cruz de la Sierra. Graduada de la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra - UPSA. Docente con Permanencia UPSA. Coordinadora del Área de Diseño Gráfico de la UPSA. Miembro del Directorio y Gestión Cultural en Casa Melchor Pinto. Gestión 14 años ininterrumpidos - Calendariquito Bolivia Artes Visuales. marcelariveraprudencio@gmail.com

En esta edición, se realiza un recorrido que abarca desde la riqueza y magia inherente a las tradiciones culturales hasta las últimas tendencias del ámbito digital. El diseño, como disciplina dinámica y multifacética, se desplaza de forma fluida, adaptándose a las diversas circunstancias y contextos donde es requerido. Tal como afirmaba Joan Costa: “El diseño no lo es todo, pero el diseño está en todo”.

El artículo titulado “*Estrategia Digital de Cuentas Gastronómicas en TikTok y su Impacto en Jóvenes*” podría parecer, a primera vista, desvinculado del campo del diseño. Sin embargo, abordar aspectos como las métricas, los influencers y las nuevas tendencias está profundamente relacionado con esta disciplina. El diseño no solo se centra en lo visual o lo tangible, sino también en cómo las marcas generan experiencias y moldean interacciones con los usuarios.

Cuando hablamos de marcas y del impacto que estas pueden tener en la vida de las personas, es inevitable analizar cómo influyen en sus formas de consumo. Estos aspectos reflejan estilos de vida y hábitos de consumo, los cuales están íntimamente ligados a las estrategias visuales y conceptuales propias del diseño contemporáneo.

En el trabajo de investigación titulado “*Paceña en la Construcción de la Identidad Nacional: Análisis del Mensaje Publicitario*”, se explora la categoría de bebidas, específicamente la cerveza, uno de los productos más vendidos a nivel mundial. Este análisis semiótico desglosa el mensaje publicitario de Paceña, una marca galardonada con premios internacionales, evidenciando el poder de sus estrategias comunicativas.

El estudio resalta el uso de recursos como la metáfora y las metonimias dentro de la retórica de la imagen, las cuales se consolidan como herramientas fundamentales en la creación de anuncios publicitarios. Estas figuras retóricas no solo dotan de significado al mensaje, sino que también provocan respuestas emocionales y cognitivas en el público, fortaleciendo la conexión entre la marca y su audiencia.

En el trabajo titulado “*Vestimenta y Autoestima*”, se llevó a cabo una investigación exhaustiva para analizar cómo la vestimenta puede influir en la autopercepción de los jóvenes. Este estudio considera tanto los aspectos físicos como el Autoconcepto, explorando cómo ambos se convierten en vehículos que impactan el estado de ánimo y la expresión de la individualidad.

Para esta investigación se utilizaron diversos instrumentos de medición, entre los que se incluyen: la Escala de Función de Ropa de Kang, Johnson y Kim; la Escala de Autoconcepto de Rosenberg; la Escala sobre la Apariencia Revisada, y tres dimensiones de la Escala de Autoconcepto Forma. Estas herramientas permitieron un análisis integral sobre las relaciones entre la vestimenta, la autoestima y el Autoconcepto en la población joven estudiada.

El diseño, en todas sus formas, siempre logra conmovernos. Así lo refleja la investigación titulada “*Máscaras Yarituses entre Piyos y Gigantes*”, que analiza el diseño de máscaras utilizadas en la danza ritual de la comunidad Yarituses, ubicada en San Javier. Esta localidad, parte de las Misiones de Chiquitos y declarada Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad por la UNESCO, es un orgullo nacional para Bolivia.

Las máscaras estudiadas no solo representan simbólicamente una cultura, sino que también funcionan como registros históricos que evidencian la riqueza y diversidad de las creencias de este pueblo. A través de ellas, se transmiten con fervor los saberes ancestrales, se manifiestan energías trascendentes y se conserva la magia inherente en estos elementos visuales tradicionales.

Desde el proyecto titulado “*Designer Toys, Explorando la Cultura Boliviana a través del Diseño*”, se destaca el diseño en 3D como una de las principales directrices dentro de la revolución tecnológica actual. Este enfoque permite reflejar escenarios culturales contrastantes, cargados de una diversidad única, una mística singular y el encanto característico de cada región de Bolivia.

El proyecto abarca una vasta riqueza geográfica, explorando áreas emblemáticas como la ciudad de Santa Cruz (Departamento de Santa Cruz de la Sierra), Tiahuanaco (Departamento de La Paz) y el Salar de Uyuni (Departamento de Oruro y Departamento de Potosí). Desde estas locaciones, se busca promover la cultura boliviana a través del modelado en 3D y la creación de juguetes pintados a mano, fusionando diseño y tecnología para proyectar la identidad cultural del país.

En el contexto de un mundo globalizado, donde las marcas compiten ferozmente, la investigación titulada *“Branded Content como Estrategia de Conexión Emocional: Análisis de su Aplicación en Marcas de Moda Locales en Bolivia”* explora el uso del Branded Content como una estrategia de marketing no invasiva que, actualmente, marca tendencia en la industria de la moda.

El estudio resalta la importancia de construir una narrativa afectiva que permita establecer una conexión profunda entre los consumidores y las marcas. Mantener activa y viva esta relación, basada en argumentos confiables y coherentes, transforma una marca en un verdadero aliado, convirtiendo a los consumidores en seguidores fieles y entusiastas.

En el trabajo titulado *“La Música Barroca de las Misiones Jesuíticas de Chiquitos como Inspiración en el Diseño de Moda: Rescate Cultural y Economía Creativa en Bolivia”*, se recopilan tanto datos cualitativos como cuantitativos sobre el vínculo entre la música barroca chiquitana de las Misiones Jesuíticas y el diseño de moda.

A través de esta investigación, se demuestra cómo el mundo de la moda, que en ocasiones parece frío y distante de la calidez humana, se encuentra con el fervoroso universo de las manifestaciones del alma. Esta conexión da lugar a una forma de expresión pura, logrando insertarse de manera significativa en la economía creativa, donde la tradición y la innovación se entrelazan para generar un impacto cultural y económico en Bolivia.

En la investigación titulada *“Desarrollo Experimental de Bio-Cueros Sostenibles a partir de Materiales Orgánicos Endémicos de Bolivia”*, se destaca la inquietante presencia de la exploración como un comportamiento inherente al diseño. En este contexto, el bio-cuero emerge como una opción prometedora dentro del universo sostenible, al utilizar materiales orgánicos endémicos de Bolivia o desechos de fibras naturales que garantizan su biodegradabilidad.

Los resultados de este estudio se plasmaron en el desarrollo de cinco prototipos de carteras, elaboradas a partir de materiales como la hoja de coca, achachairú, cupesí, totaí y caña de azúcar. Estos productos eco-amigables no solo reflejan un compromiso con la sostenibilidad, sino que también tienen un notable impacto en el mercado del consumo, ofreciendo alternativas innovadoras y respetuosas con el medio ambiente.

En la investigación titulada *“Un Estilo sobre la Moda Digital para Avatares en el Metaverso”*, se pone el foco tanto en el presente como en el futuro del diseño de moda. Se exploran herramientas que resultan versátiles, no solo para quienes confeccionan moda, sino también para los consumidores de la misma. Este enfoque tiene un alto impacto positivo en un segmento de mercado emergente dentro del Metaverso.

Los componentes del estudio integran atributos y características que amplifican la interacción, permitiendo a los usuarios vivir una experiencia personalizada e inmersiva. De este modo, la moda digital se posiciona como una herramienta clave para ofrecer opciones innovadoras y únicas dentro de un espacio virtual en constante expansión.

Para finalizar este prólogo, quisiera expresar mi más sincero agradecimiento a todo el equipo de la Facultad de Humanidades, Comunicación y Artes de la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra - UPSA, bajo el liderazgo de la Dra. Marion K. Schulmeyer, quien no solo ha depositado su confianza en cada uno de nosotros, sino que también nos ha alentado a seguir creciendo y desarrollándonos. Extiendo igualmente mi agradecimiento a la Universidad de Palermo – UP por abrir sus puertas a otras comunidades y fomentar la integración a través de la investigación.

De manera personal, quiero agradecer profundamente a mi Universidad UPSA, donde me formé y desde donde me permiten desarrollarme, rodeada de un alto nivel humano y profesionalismo de excelencia. Mi gratitud al Vicerrector de UPSA, Dr. Sergio Daga, por su confianza y apoyo. Asimismo, agradezco al Decano de la Facultad de Diseño y Comunicación, Lic. Oscar Echavarría, por su liderazgo y por ser un gran promotor del diseño, así como a su equipo de UP, especialmente a Alejo García y Fabiola Knop, por creer en el diseño y dar continuidad a una red que fortalece nuestra profesión, logrando crear una plataforma de gran alcance internacional.

**Resumen:** Este trabajo se inserta en la exploración continua del diseño como disciplina que se adapta a un mundo cada vez más versátil y cambiante. En este contexto, las posibilidades creativas y propuestas del diseño se expanden hacia una diversidad de soportes que, en ocasiones, trascienden lo físico para habitar en lo intangible.

---

**Resumo:** This work is part of the ongoing exploration of design as a discipline that adapts to an increasingly versatile and ever-changing world. In this context, the creative possibilities and proposals of design expand into a wide variety of mediums, which at times transcend the physical to inhabit the intangible.

**Keywords:** Design – Clothing – Apparel – Brands – Metaverse – Communication – Artificial Intelligence – Digital Strategy – Research – Identity – Chiquitania – Culture – Semiotics – Storytelling – Self-esteem – Toys.

**Resumo:** Este trabalho insere-se na exploração contínua do design como disciplina que se adapta a um mundo cada vez mais versátil e mutável. Nesse contexto, as possibilidades

criativas e propostas do design se expandem para uma diversidade de suportes que, em algumas ocasiões, transcendem o físico para habitar o intangível.

Palavras-chave: Design – Vestuário – Indumentária – Marcas - Metaverso – Comunicação – Inteligência Artificial – Estratégia Digital – Pesquisa – Identidade – Chiquitania – Cultura – Semiótica - Storytelling – Autoestima - Brinquedos.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]

---