

La Moda en su Laberinto. Parte IX

Evaluación Externa de los Resultados del Proyecto de Investigación N°17.12

Línea de Investigación 17: Imagen, Moda y Tendencias: Reflexiones sobre el Sistema de la Moda

Equipo de Investigación:

Patricia Doria (Universidad de Palermo, Argentina)

Instituto de Investigación en Diseño. Universidad de Palermo. (2025)

Los Resultados del Proyecto de Investigación 17.12 fueron publicados en el [Cuaderno 248] que se detalla a continuación:

Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N°248 (2024/2025) La Moda en su Laberinto. Parte IX. Coordinación: Patricia Doria (Universidad de Palermo, Argentina). Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina. ISSN Impresión: 1668-0227. ISSN Online: 1853-3523. DOI: <https://doi.org/10.18682/cdc.vi248>

Los resultados de este Proyecto de Investigación fueron evaluados por **Ana Llorente Villasevil** y su Dictamen se transcribe a continuación:

Síntesis y Fundamentos de la Evaluación del Proyecto de Investigación 17.12

Actualidad de la temática (Vigencia, Aplicación) / **Notable**

Nivel Alcanzado (Profundidad, Consistencia, Jerarquía) / **Notable**

Diversidad de enfoques (Pluralidad, Participación) / **Notable**

Calidad (Problemática, Análisis, Tratamiento) / **Notable**

Contribución al avance del Diseño (Fortaleza) / **Notable**

Fundamentos y Comentarios

Se recomienda el número que nos ocupa, en primera instancia, por destacar a través de la novedad de los temas que se abarcan en los artículos. La exploración de la unión de la moda con la literatura a través de la denominación de determinadas prendas en un contexto histórico, el XIX, en el que se atestigua una interrelación de ambos campos a niveles no alcanzados desde entonces, hace del trabajo de Štrbáková Radana una aportación remarcable para la historia de la comunicación de moda.

Se destaca también muy positivamente el estudio que realiza Inés Viaña sobre la iconografía de Rosalía y su unión con la tipificación de la identidad española de los siglos XVIII-XX. El estudio, que sin duda da de sí para extender el caso en una tesis doctoral, cuenta con un enfoque adecuado, claridad comunicativa y un tratamiento de referencias precisas que hacen muy rica la aportación para la revista.

Queremos remarcar positivamente la presencia de un alto porcentaje de artículos enfocados a una revisión de las prácticas sostenibles en la moda. Sobre todo, que estos atienden a enfoques diversos. La revisión del caso de estudio de Fracking Design, que analiza Lourdes Ariana Maggi, abre las puertas a establecer un paradigma en el modelo operativo de la comunicación de valores sostenibles por parte de la industria, y desde los intereses propios de la promoción de marca. Mientras, la fortaleza del artículo co-autoriado por Retamozo, Christensen y Monacchi, reside en la labor compilatoria de metodologías cuya base, el análisis de tendencias aplicadas a la consecución de objetivos de desarrollo sostenible para la moda, es innovador. Conforman con ello una fuente valiosa para la aplicación práctica en la industria.

El trabajo de Fondevila-Gascón, Gutiérrez-Aragón y Caro-Tarrés introduce en el número un interesante y bien documentado relato, desde las teorías del consumo y del marketing experiencial, de la interacción del potencial consumidor con los espacios físicos de compra a través del caso de Zara. El artículo destaca por la buena aplicación de las fuentes teóricas, construyendo un marco idóneo para el análisis de otros casos de estudio.

Finalmente, se recomienda revisar, no obstante, la organización de párrafos del artículo de María Laura Spina, el cual, siendo de valor en cuanto a su contenido por el enfoque de análisis que da sobre el trabajo de Agatha Ruíz de la Prada, adolece de cortar la fluidez de la narración con frases sueltas que son tomadas como párrafos. Dicho de otra forma, se recomienda compactar dichas frases para formar párrafos y dar solidez formal a la comunicación del artículo.