

Comunicación persuasiva

Proyecto de Investigación N°20.7

(Séptimo proyecto de la Línea de Investigación 20: Diseño Difuso. Prácticas de Diseño y Tendencias)

Directores del Equipo de Investigación

Fabiola Knop y **Alejo García de la Cárcova**, Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo (Argentina)

Carlos Andrés Arango-Lopera, Universidad de Medellín (Colombia)

Francisco José Torreblanca Díaz, Universidad de Alicante (España)

Francisco Javier Lorente Sanjuán, Universidad Politécnica de Valencia (España)
Instituto de Investigación en Diseño. Universidad de Palermo. Argentina (2022)

Resumen: El **Proyecto de Investigación 20.7** investiga y reflexiona 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 las organizaciones.

Palabras clave: Comunicación - Estrategia - Audiencias - Marcas - Organizaciones

Acerca del Proyecto Comunicación Persuasiva

El **Proyecto 20.7 Comunicación Persuasiva** investiga y reflexiona 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 las organizaciones.

Se acordó entre la Universidad de Palermo (Argentina), la Universidad de Medellín (Colombia), la Universidad de Alicante (España) y la Universidad Politécnica de Valencia (España) avanzar en una investigación en la que participan académicos e Invitados de estas y otras Instituciones, con la coordinación de Fabiola Knop y Alejo García de la Cárcova (UP), con el fin de generar un corpus sólido de conocimientos sobre la comunicación, sus estrategias persuasivas, las audiencias y su relación con las marcas y las organizaciones.

Las reflexiones y los resultados obtenidos en el Proyecto 20.7 Comunicación Persuasiva, es continuación de los Proyectos 20.6 Continuidad Difusa: Diseñando en la contingencia, 20.5 Diseño como estrategia de desarrollo social, 20.4 Normalidad Difusa, 20.3 Profesionalización difusa en el marco, 20.2 Identidad Difusa y 20.1 Materialidad difusa, de la misma Línea de Investigación y bajo los mismos Directores Fabiola Knop y Alejo García de la Cárcova. Sus principales objetivos son:

- Sumar otras voces a la indagación del escenario difuso actual del diseño en la periferia, las nuevas identidades disciplinares, los límites y alcances del escenario y la paulatina desmaterialización de las prácticas tradicionales del Diseño.
- Analizar la ampliación del campo disciplinar del diseño a partir de la aplicación de procesos, metodologías y lógicas de pensamiento propias de la disciplina a otros campos profesionales.
- Investigar el trabajo cooperativo destacando y aprendiendo de la labor de aquellos que con su expertise dan base a la experiencia en el hacer.
- Estudiar y afianzar la importancia del rol de las universidades en los procesos de innovación, colaboración institucional, sustentabilidad y resiliencia como elementos para una sociedad basada en el conocimiento.

La **Línea de Investigación 20: Diseño Difuso**, dirigida por Fabiola Knop se desarrolla de manera ininterrumpida desde 2016 en la Facultad de Diseño y Comunicación (UP, Argentina), e incluye hasta el momento seis Proyectos finalizados, el 20.1 Materialidad Difusa y 20.2 Identidad difusa coordinados por Daniel Wolf (UP) y Luisa Collina (Instituto Politécnico de Milán, Italia); el 20.3 Profesionalización difusa coordinado por Fabiola Knop y Alejo García de la Cárcova (UP) junto a la Universidad Nacional de Mar del Plata (Argentina) y la Universidad Rafael Landívar (Guatemala), el 20.4 Normalidad Difusa coordinado por Fabiola Knop y Alejo García de la Cárcova (UP), Guillermo Bengoa y Javier Bazoberri (Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina), Ovidio Morales Calderón (Universidad Rafael Landívar, Guatemala) y Arodi Morales Holguín (Universidad de Sonora, México), el 20.5 Diseño como estrategia de desarrollo social coordinado por Fabiola Knop / Alejo García de la Cárcova (UP), y Taña Escobar / Jorge Santamaría Universidad Técnica de Ambato (Ecuador), el 20.6 Continuidad Difusa: Diseñando en la contingencia dirigido por Fabiola Knop y Alejo García de la Cárcova (UP) y los Equipos de Universidad Nacional de Mar del Plata (Argentina), Universidad Rafael Landívar (Guatemala), Universidad de Sonora (México) y Universidad Nacional de Córdoba (Argentina) y el 20.7 *Comunicación Persuasiva* coordinado por Fabiola Knop / Alejo García de la Cárcova (UP), Universidad de Alicante (España) y la Universidad Politécnica de Valencia (España).

Actas de Diseño N°42 (2023) Semana Internacional de Diseño en Palermo 2022. Comunicaciones Académicas. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina Año 17, Enero 2023.

En esta publicación se documentan las ponencias de la Comisión Comunicación Persuasiva, coordinada por Fabiola Knop, Alejo García de la Cárcova, Carlos Andrés Arango-Lopera, Francisco José Torreblanca Díaz y Francisco Javier Lorente Sanjuán correspondientes a los Avances del Proyecto del mismo nombre presentados durante el VII Coloquio de Investigación y Desarrollo en Diseño.

b. Congresos / Coloquios / Plenarios

Continuidad Difusa: Diseñando en la contingencia

VII Coloquio Internacional de Investigadores en Diseño. Semana Internacional del Diseño en Palermo, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina, 18 al 22 de julio de 2022. En la comisión Comunicación Persuasiva de la VII Edición del Coloquio, los autores presentaron personalmente las reflexiones y conclusiones del proyecto 20.7 del mismo nombre. A continuación se detallan los autores y sus ponencias:

- **Brenda Ximena Meza** y **Diana Catalina Londoño** (Colombia). "Nuevos perfiles en la demanda de profesionales de comunicadores gráficos"
- **Luis Rodrigo Viana** (Colombia). "Marca-territorio. Una revisión de modelos y constructos"
- **Luisa Fernanda Montalvo** (Colombia). "Las lovebrands: aproximación al concepto, arquitecturas y mediciones"
- **Ana Catalina Quirós** (Colombia). "Enfoque diferencial: retos para la comunicación persuasiva"
- **Carlos Mario Berrío** (Colombia). "Comunicación persuasiva y sostenibilidad"
- **Carlos Andrés Arango-Lopera** (Colombia). "Metáforas de la comunicación en los modelos de marca"
- **Martín Delgado** y **Milton Rodríguez** (Colombia). "Árbol de contenidos y gestión de la comunicación digital. Estudio de tres marcas culturales"
- **Natalia Grisales** (Colombia). "Micro-espacios públicos. Lectura de un campus universitario en clave de espacialidad social"
- **Manuela Echeverri** y **Andrea Rosero** (Colombia). "Comunicar la sostenibilidad. Un estudio en marcas de moda"
- **Francisco José Torreblanca Díaz** (España). "Relevancia de la marca personal como herramienta de comunicación emocional"
- **Francisco Javier Lorente Sanjuán** (España). "El rol de la ética en la comunicación híbrida del Metaverso"
- **Mariola H. Quesada** (España). "Neurofelicidad: Claves y estrategias de desarrollo de la empatía para el fomento de la felicidad en el ámbito laboral"
- **Carlos González Alonso** (España). "Mindful Communication. Herramientas para potenciar la comunicación con uno mismo (auto liderazgo) y con los stakeholders (impacto e influencia positiva)"
- **Fernando Francisco Mas** (Argentina). "Hacia una matriz tecnológica y gubernamental del marketing"

c. Formación de Posgrado e Impacto curricular

Los Directores Fabiola Knop, Docente y Coordinadora Académica de la Maestría en Gestión del Diseño de la Universidad de Palermo, Alejo García de la Cárcova (UP, Argentina), 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) en sus instituciones respectivas, incorporan los contenidos de su investigación a sus asignaturas en posgrado.

d. Evaluación Externa

Los Resultados del Proyecto 20.7 **Comunicación persuasiva** no participaron en el Ciclo 4 de Evaluación Externa 2022 por ser un Avance de proyecto y no tener publicados sus resultados en una edición de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.