SEMANA INTERNACIONAL DE
DISEÑO EN PALERMO 2026

364
EXPOSITORES

Encuentro Latinoamericano

Diseño, Tecnología y Negocio

XXI Edición 2026

13 AL 17 DE JULIO 2026
PRESENCIAL

27 AL 31 DE JULIO 2026
VIRTUAL

UP
Universidad de Palermo

Facultad de Diseño
y Comunicación

SEMANA INTERNACIONAL DE DISEÑO

13 AL 17 DE JULIO 2026
PRESENCIAL

27 DE AL 31 DE JULIO 2026
VIRTUAL



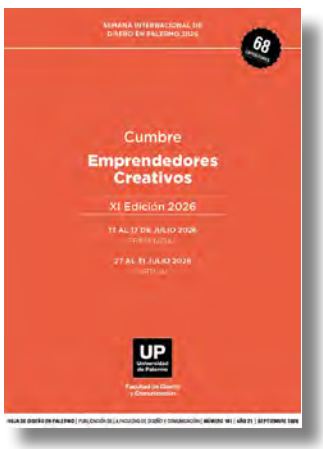
















XXI ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE DISEÑO 2026

En el año 2026 se realizó la XXI edición del Encuentro Latinoamericano de Diseño, que integra la actual Semana Virtual Internacional de Diseño en Palermo. El Encuentro convocó en esta oportunidad a expositores que presentaron ensayos, reflexiones, desarrollos temáticos, portfolios, trabajos finales de carreras, diseños y más.
El Encuentro fue el origen y es uno de los motores de crecimiento y desarrollo en forma ininterrumpida desde el año 2006, de la Semana Internacional de Diseño en Palermo. A partir de las necesidades planteadas y detectadas en cada edición del Encuentro fueron surgiendo los otros espacios (Coloquio, Congreso, Foro, Cumbre, Creatividad solidaria) hasta constituir el actual formato de la Semana Internacional de Diseño en Palermo.
El Encuentro se ubicó en el lugar de liderazgo de los eventos internacionales de Diseño desde su creación y fue consolidándolo año tras año hasta avanzar hacia un estadio superior: la Semana Internacional de Diseño. Este liderazgo fue construido y alcanzado por su estructura y perspectiva innovadora sostenida a lo largo de más de una década. Por su organización y su dinámica participativa y su propuesta democrática de capacitación, actualización y vinculación entre los expositores y asistentes.
La XXI Edición de la Semana Internacional de Diseño en Palermo 2026 estuvo integrada por los siguientes diez espacios:

XXI Encuentro Latinoamericano de Diseño
XX Plenario del Foro de Escuelas de Diseño
XVII Congreso Latinoamericano de Enseñanza de Diseño
XI Cumbre de Emprendedores
XI Coloquio Internacional de Investigadores en Diseño
X Foro de Experiencias Innovadoras
VII Foro de Diseño Social y Sustentable
VI Networking DC
V Jornadas Interdisciplinarias Arquitectura
IA Forum

Los nueve espacios se desarrollaron simultáneamente en comisiones presenciales y virtuales en dos semanas, desde el lunes 13 al viernes 31 de julio de 2026.
Cada uno de estos espacios edita una memoria, en una edición especial de La Hoja de Diseño, con los expositores, sus instituciones y países, y un abstract de su presentación. Todas las ediciones de La Hoja de Diseño pueden consultarse en: www.palermo.edu ---> dyc ---> Publicaciones ---> Hojas de Diseño

La XXI edición del Encuentro contó con más de 231 contenidos de acceso libre y gratuito. Se desarrollaron 22 comisiones en vivo con referentes del diseño latinoamericano que expusieron e intercambiaron sobre diferentes temáticas vinculadas, entre otras, al diseño en su diálogo e interrelación con la comunicación, a los negocios y emprendimientos y las nuevas tecnologías.

Contenidos en el XXI Encuentro Latinoamericano de Diseño

El XIX Encuentro Latinoamericano de Diseño reunió contenidos en formato presencial y virtual, atendiendo a los intereses de sus públicos. A continuación, se detallan los tipos de formatos que se presentaron en las comisiones profesionales de esta edición:

- **Comisiones profesionales** > pp xx-xx
- **Ciclo Presencial "RDDxUP".**
  Organizado junto a la Red de Diseñadores > (pp. xx-xx)
- **Ciclo Virtual "De estudiante a estudio".**
  Organizado junto a la Red de Diseñadores > (pp. xx-xx)

En la presente edición de La Hoja de Diseño se transcribe la agenda completa de la XXI edición del Encuentro Latinoamericano de Diseño 2026: Contenidos (pp. x-xx) y un Indice de Expositores (pp. xx-xx)

XXI ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE DISEÑO 2026

22 COMISIONES PROFESIONALES

Comisiones

Martes 14 de julio

Educación, herramientas y formación.....p x
Branding, Marketing y Consumo.....p x
Patrimonio, Cultura e Identidad.....p x

Miércoles 15 de julio

Narrativas, Medios y Comunicación Visual
Moda, Indumentaria y Diseño Textil

Jueves 16 de julio

Espacios, Arquitectura, Bienestar y Accesibilidad
Metodologías, Procesos y Gestión del Diseño

Lunes 27 de julio

Inteligencia Artificial, Innovación y Futuro del Diseño
IA, Creatividad y Transformación Profesional
Branding, Marketing y Comunicación Estratégica
Narrativas, Transmedia y Contenidos Digitales

Martes 28 de julio

Educación, Investigación y Metodologías de Diseño
Audiovisual, Animación, Cine y Nuevos Medios
Diseño Gráfico, Identidad y Comunicación Visual

Miércoles 29 de julio

Consumo, Audiencias y Tendencias de Mercado
Diseño, Negocios y Gestión Profesional

Jueves 30 de julio

Diseño de Experiencias, UX e Interacción
Arquitectura, Espacios y Experiencias
Diseño Social, Inclusión y Sostenibilidad

Viernes 31 de agosto

Patrimonio, Cultura, Territorio e Identidad
Moda, Imagen, Estilo y Tendencias
Arte, Ilustración y Expresiones Visuales

COMISIÓN: IA, INNOVACIÓN Y FUTURO DEL DISEÑO
MARTES 14 DE JULIO 2026 - 10 HS.

1. ¿Qué enseñar cuando la IA también diseña?
Mary Yaneth Rodríguez Villamizar [Colombia]
La presente propuesta analiza la convergencia entre la inteligencia artificial y el branding emocional como fundamento para una gestión predictiva de la experiencia del cliente en entornos digitales. En un contexto caracterizado por la transformación tecnológica y la hiperconectividad, las organizaciones requieren comprender no solo los comportamientos, sino también las emociones que influyen en la toma de decisiones del consumidor. En este sentido, la inteligencia artificial, a través de técnicas como el aprendizaje automático y el procesamiento de lenguaje natural, permite identificar patrones emocionales en grandes volúmenes de datos, facilitando la anticipación de necesidades, expectativas y reacciones del mercado. Desde una perspectiva estratégica, el estudio examina cómo estos insumos contribuyen al diseño de experiencias personalizadas, fortaleciendo variables clave del branding como la lealtad, la confianza y el engagement. Asimismo, se abordan los desafíos éticos asociados al uso de datos emocionales, destacando la importancia de la transparencia y la protección de la información del usuario. En consecuencia, se plantea que la integración de inteligencia artificial en el branding emocional no solo optimiza la toma de decisiones, sino que también permite a las marcas evolucionar hacia modelos más predictivos, adaptativos y centrados en el cliente.

---

2. Branding inteligente: el papel del análisis de sentimientos en la construcción de marcas emocionales
Mary Yaneth Rodríguez Villamizar [Colombia]
El presente trabajo tiene como propósito analizar la articulación entre el branding emocional y el análisis de sentimientos mediado por inteligencia artificial, como estrategia emergente para la gestión de marca en entornos digitales. En el contexto actual, caracterizado por la sobreexposición informativa y la creciente competencia entre organizaciones, las marcas enfrentan el desafío de diferenciarse no solo a partir de atributos funcionales, sino mediante la construcción de vínculos emocionales significativos con los consumidores. En este sentido, la inteligencia artificial, particularmente a través de técnicas de procesamiento de lenguaje natural y aprendizaje automático, posibilita la identificación, clasificación e interpretación de emociones expresadas en grandes volúmenes de datos provenientes de redes sociales, reseñas y plataformas digitales, convirtiéndose en una herramienta clave para la toma de decisiones estratégicas.

---

3. Bienvenido el Machine Marketing - Todo Cambia
Juan José Tirado [Perú]
La presentación "Bienvenido al Machine Marketing - Todo Cambia" de Juan José Tirado explora la transformación del marketing frente al avance de la inteligencia artificial y los nuevos hábitos del consumidor. Jota plantea que, aunque el contexto cambia constantemente —con consumidores atomizados, medios fragmentados y productos desmaterializados—, los fundamentos del marketing permanecen: comprender personas, detectar tensiones y construir valor de marca. Introduce el concepto de "Marketing Dual", donde las marcas deben comunicarse tanto con consumidores como con máquinas (LLMs), optimizando su presencia no solo para humanos sino también para la comprensión algorítmica. La IA se convierte en un nuevo portavoz de las marcas, interpretando sus mensajes y moldeando su reputación. La exposición invita a adoptar un nuevo mindset, integrando creatividad, analítica y tecnología bajo una visión estratégica: si las marcas no definen cómo quieren ser percibidas por la IA, esta lo hará por ellas.

COMISIÓN: BRANDING, MARKETING Y CONSUMO
MARTES 14 DE JULIO 2026 - 10 HS.

4. Branding estratégico para productores de café de especialidad
Yelitza Guerra Montoya, Mariana Agudelo Martínez, Valentina Marín Bedoya, Lina Mar Zapata Pérez [Colombia]
La industria del café de especialidad en Colombia ha impulsado la creación de marcas que transforman el café de origen en propuestas con valor diferencial. En este contexto, Café Abisinia evidencia la importancia de construir una identidad sólida para competir en el mercado. A través del acompañamiento de InCore, se desarrollaron procesos creativos que permitieron definir su narrativa, fortalecer su posicionamiento y generar valor tanto para la marca como para los productores.

---

5. Producto vs arte: o cómo aprendí a dejar de preocuparme y amar el mercado
Ezequiel Damian Iandritsky [Argentina]
A la hora de crear contenido, la venta es una etapa tan temida y resistida como necesaria, tanto para lograr que nuestra idea se concrete, como para enfocar nuestra creatividad. ¿De qué manera aprovechar herramientas como la biblia, el logline, las referencias o incluso el target para mejorar nuestra propuesta?

---

6. Perspectivas y oportunidades del marketing digital y el comercio electrónico: Una revisión sistemática de la literatura
Carlos Roberth Quiroz Castrejón [Perú]
El presente artículo realiza una revisión sistemática de la litera-

tura reciente sobre las perspectivas y oportunidades del marketing digital y el comercio electrónico, aplicando la metodología PRISMA 2020 y respondiendo a tres preguntas de investigación clave. Se identifican los principales desafíos para la implementación de estrategias efectivas, se analizan las bases teóricas más relevantes en el estudio de campañas de marketing digital, y se consolidan las mejores prácticas empleadas en comercio electrónico, especialmente en contextos de países emergentes. Se llega a constatar que los retos enfrentados por las empresas, principalmente PYMEs, incluyen limitaciones estructurales, brechas tecnológicas, carencias en talento digital, riesgo percibido y complejidades culturales y regulatorias. Las bases teóricas centrales incluyen la Teoría Basada en Recursos, las Capacidades Dinámicas, el marketing relacional, los modelos de comportamiento del consumidor y enfoques socioculturales y tecnológicos. Finalmente, se sintetizan prácticas basadas en la integración tecnológica, la personalización, la gestión de contenido, el uso estratégico de canales y la construcción de comunidades como factores determinantes para el éxito digital.

---

7. Representaciones Gráficas del cuerpo vestido figurines de moda en Chile

Melina Rapimán [Chile]

Las revistas chilenas Eva y Rosita (1942-1972) no solo difundieron tendencias de moda: construyeron, a través de sus figurines e ilustraciones, imaginarios femeninos diferenciados para públicas distintas. Este estudio analiza cómo Editorial Zig-Zag sostuvo simultáneamente dos códigos visuales del cuerpo vestido —uno orientado a la élite santiaguina, otro de carácter didáctico para la clase media— durante el período de transición entre la ilustración dibujada y la hegemonía de la fotografía. Los hallazgos sugieren que la invisibilización de las ilustradoras locales —entre ellas Elizabeth de Laborie y Elena Poirier— no fue casual, sino resultado de dinámicas de género propias de la industria editorial del período. El gradual reemplazo de la ilustración por la fotografía hacia 1970 no obedeció únicamente a razones tecnológicas, sino que acompañó una transformación más profunda en los modelos de feminidad circulantes en la sociedad chilena.

---

8. De diseñador a Growth Marketer

Florencia Aquino [Argentina]

En el ecosistema digital actual, la frontera entre la estética y el rendimiento es cada vez más estrecha. Esta ponencia aborda la transición fundamental del diseñador tradicional hacia la mentalidad de Growth Marketing, un cambio de paradigma donde la creatividad se pone al servicio de la validación empírica y los objetivos de negocio. A lo largo de la sesión, se analizará cómo el diseñador puede trascender la ejecución visual para integrarse en el ciclo de crecimiento estratégico, adoptando metodologías de experimentación constante y análisis de datos para fundamentar sus decisiones gráficas. El núcleo de la propuesta se centra en la interconexión entre los principios del diseño y las etapas del embudo de conversión. Se explorará la capacidad de transformar elementos visuales en motores de adquisición y retención, sustituyendo la búsqueda de la perfección subjetiva por la optimización basada en resultados medibles. Al integrar conceptos como el diseño informado por datos y el testeo iterativo, los profesionales del sector no solo elevan la calidad de su entrega técnica, sino que se posicionan como actores clave en la generación de valor y la escalabilidad de productos digitales. En última instancia, el objetivo es dotar al creativo de un lenguaje estratégico que le permita demostrar que cada decisión estética posee una intención comercial y un impacto directo en el crecimiento de la organización.

---

9. Entre máquinas e mãos: autoria, rigor e responsabilidade no design sem IA

Gabriel Bergmann Borges Vieira, Jorge Tabajara [Brasil]

Esta proposta apresenta uma reflexão sobre o design realizado de modo autoral, sem o uso de inteligência artificial na geração de soluções visuais, tomando como estudo de caso o trabalho do ilustrador e designer Jorge Tabajara. A partir da análise de projetos selecionados, discutem-se processos que envolvem anos de estudo, prática, pesquisa, debate e refinamento técnico, em contraste com a rapidez e a aparente "facilidade" de resultados produzidos por ferramentas automatizadas. O trabalho problematiza os limites das soluções geradas por tecnologia frente à construção de uma linguagem própria, ao domínio de fundamentos de design e à responsabilidade ética sobre o resultado projetual. Como adendo, aborda-se a relação entre autoria, propriedade intelectual e originalidade, destacando a importância da minúcia, do rigor técnico e do conhecimento de elementos e princípios de design na formação de um trabalho consistente, situado e verdadeiramente autoral.

---

10. Plágio, Referência e Originalidade: Desafios Contemporâneos na Formação e Prática do Design

Gabriel Bergmann Borges Vieira [Brasil]

Em um cenário marcado pelo acesso massivo a referências visuais, por cursos acelerados de "design" focados apenas em software e pela difusão de ferramentas de inteligência artificial generativa, a fronteira entre inspiração, citação, apropriação e plágio torna-se cada vez mais nebulosa. Esta atividade propõe uma reflexão crítica sobre o plágio em design, discutindo não apenas aspectos legais, mas, sobretudo, as implicações éticas, pedagógicas e profissionais. A partir de casos práticos e situações típicas do cotidiano acadêmico e do mercado (trabalhos estudantis, identidades visuais "inspiradas" em outras, rebranding com forte semelhança, uso acrítico de bancos de

imagens e de outputs de IA), o objetivo é discutir como o campo pode diferenciar referência legítima de cópia, e que responsabilidades recaem sobre estudantes, docentes e profissionais.

---

11. Análise crítica de tendências tecnológicas Black Mirror: segundo mapa em prospeção

Monique Dandara, Alessandro Felippe, Sofía Miranda [Brasil]

O texto aborda o segundo movimento de prospecção de tendências tecnológicas presentes nos três últimos episódios da sétima temporada da série de ficção científica britânica Black Mirror; tais tendências, após o mapeamento, são articuladas com tecnologias recentes do cotidiano por meio da ferramenta de coolhunting (Maioli; Presotto; Palma, 2012), permitindo a identificação e análise de seus padrões. Acionamos a análise qualitativa de dados (Gil, 2008) para evidenciar que a temporada reforça a crítica da série frente às implicações éticas e sociais das tecnologias emergentes. Justificamos a relevância da conexão do campo dos estudos de tendências com o campo do ensino do design ao permitir o monitoramento de tendências socioculturais para o desenvolvimento de soluções de design.

---

12. El fin de los diseñadores gráficos

Renzo Guerra [Perú]

La carrera de los diseñadores gráficos a dejado de ser metódica, hoy cualquiera y sobretodo la IA puede manejar un software para crear identidad, web, diagramación o cualquier código visual requiera un cliente (si es que los hay), por que ahora se sienten autónomos de hacerlos ellos mismos, entonces que haremos?, nos volveremos investigadores, mejores en el pensamiento crítico y en como esa información nos hace destacar en la industria creativa, dejaremos de ser diseñadores para ser innovadores.

---

13. Diseñando al diseñador

Eugenia Martinez Barbazza [Argentina]

¿Qué habilidades necesitas para ser líder? ¿Cómo fomentar el valor del diseño como una cultura que va más allá de los diseñadores? ¿Te imaginas un mundo donde los CDO — Chief Design Officer— son la norma y el futuro de nuestras sociedades? ¿Cuán lejos te atreves a llegar como diseñador?» «Solo tú puedes diseñar tu carrera y por ende tu vida. Ven, te invito a participar en el proyecto más importante de todos: el diseño de ti mismo.»

---

14. IA generativa y el trabajo creativo

Rodrigo Iver Romero Frias, Marisleidy Alba Cabañas [Bolivia]

La propuesta consiste en desarrollar una revisión sistemática de literatura con apoyo bibliométrico sobre el impacto de la inteligencia artificial generativa en el trabajo creativo. El estudio analiza cómo herramientas como ChatGPT, Midjourney, DALL•E, Stable Diffusion y otros sistemas generativos inciden en tres dimensiones principales: desempeño laboral y productividad, procesos cognitivos y flujos de trabajo, y calidad, creatividad e innovación de los resultados. Metodológicamente, la revisión sigue los lineamientos PRISMA 2020, con búsqueda en Scopus y SciELO para el periodo 2022– 2026. Se identificaron 988 registros, se evaluaron 277 reportes a texto completo y se incluyeron 33 estudios finales. El análisis se complementa con bibliometría mediante VOSviewer 1.6.20. El aporte central es mostrar que la IA generativa no sustituye directamente el trabajo creativo, sino que lo reconfigura: acelera la ideación y el prototipado, pero aumenta la importancia de la curaduría, evaluación, control de calidad, juicio profesional, alfabetización en IA y metacognición creativa.

---

15. Plataformización de IA y medios generativos: organización e infraestructura

Luis Sebastián Rossi [Argentina]

Se afirma que los sistemas de IA reestructuran tanto a los procesos de comunicación como a los medios e industrias del entretenimiento. Sin embargo, los análisis suelen obviar el carácter central de los publishers de modelos fundacionales. Por ello, la presentación tendrá como objetivo identificar y reconstruir algunas de las características más salientes de los actores que llevan adelante la plataformización de la IA. En ese sentido, luego de algunos puntos metodológicos, se presentarán tendencias tanto a nivel organizacional como infraestructural. Estos procesos iluminarán las relaciones posibles entre publishers y medios generativos en lo que concierne a newstech, videojuegos e industria audiovisual.

COMISIÓN: PATRIMONIO, CULTURA E IDENTIDAD
MARTES 14 DE JULIO 2026 - 15 HS.

16. La conclusión de la trilogía Hãmnõgnõy de animaciones indígenas del pueblo Maxakali Tikmû'ûn en Brasil

Charles Bicalho [Brasil]

La producción del tercer cortometraje animado, titulado Kakxop Pahok: Los Niños Ciegos, se llevó a cabo en la Escuela de Diseño de la Universidad Estatal de Minas Gerais (UEMG). Basado en una historia tradicional del pueblo indígena Maxakali Tikmû'ûn, habitantes del estado de Minas Gerais, en el sureste de Brasil, el cortometraje fue producido. La fase de preproducción, que incluyó talleres de ilustración y grabación de audio en la Aldea Escuela Floresta en el municipio de Teófilo Otoni, se llevó a cabo como un proyecto de extensión de la UEMG. Las fases de producción y posproducción se lograron a través de recursos obtenidos de una subvención pública para el patrocinio de proyectos audiovisuales brasileños. Kakxop Pahok se basa en la

investigación participativa y la producción de conocimiento y arte de autoría indígena en medios digitales modernos. Para ello, conceptos como el etnodiseño y el diseño de producción audiovisual se utilizan para guiar la transposición de elementos culturales originalmente indígenas al lenguaje audiovisual. A través de la capacitación educativa de los miembros de la comunidad en las áreas de medios y tecnología, esta producción genera visibilidad para la cultura de una población históricamente marginada.

---

17. Representación gráfica secuencial de la cultura Cañari: narrativa visual, aprendizaje y construcción simbólica en la generación Alfa

Paula Castillo, Roger Ronquillo [Ecuador]

Este trabajo de investigación analiza el uso de viñetas gráficas como estrategia de comunicación visual para representar sucesos históricos de la cultura Cañari, en el complejo arqueológico de Ingapirca, ubicado en la provincia de Cañar, Ecuador, mediante un enfoque dirigido a la generación Alfa. La investigación parte de la idea de que la narrativa visual secuencial, apoyada en la síntesis gráfica, la economía del texto y una estructura narrativa en tres actos, puede transformar contenidos históricos y culturales en experiencias de aprendizaje más accesibles, dinámicas e interpretativas para audiencias jóvenes. En este sentido, las viñetas no se entienden solo como recursos ilustrativos, sino como dispositivos de pensamiento visual capaces de activar procesos de comprensión, memoria y apropiación cultural. Asimismo, el proyecto evidencia que el diseño gráfico puede funcionar como mediador entre el conocimiento histórico y las nuevas formas contemporáneas de percepción, especialmente en contextos donde predominan la inmediatez visual y la fragmentación de la atención. A través de 15 viñetas organizadas en torno a arquitectura, cultura y religión, se demuestra que la representación gráfica no simplifica la historia, sino que la reconfigura mediante signos visuales que invitan a una participación activa del espectador. De esta forma, la propuesta no solo favorece la comprensión de contenidos sobre la cultura Cañari, sino que también fortalece los procesos de preservación, difusión y resignificación cultural desde una perspectiva pedagógica y visual.

---

18. Pukllay: Estrategia Lúdico-Pedagógica orientada al fortalecimiento de la Cultura patrimonial en Niños para el Museo del Carnaval de Pasto

Angie Chacón, Juan López [Colombia]

Pukllay es un proyecto de Investigación + Creación que toma como base la riqueza cultura y artesanal de la ciudad de Pasto, Nariño (Colombia), teniendo como eje central el Carnaval de Negros y Blancos, declarado patrimonio cultural e inmaterial de la humanidad por parte de la UNESCO, este se ve representado en su exhibición permanente con el Museo del Carnaval, lugar que pese a su historia es poco conocido, de manera que, este proyecto ha buscado desde el Diseño Gráfico aportar en el fortalecimiento del sentido de pertenencia en los niños, integrando la pedagogía y la lúdica como parte importante dentro de su estrategia que incorpora la parte híbrida para lograr generar una experiencia mucho más significativa, atractiva y que despierte la curiosidad de los niños, esto en la búsqueda del desarrollo de su apropiación cultural.

---

19. Revalorización de las costumbres y tradiciones de México mediante el diseño tipográfico identitario basado en elementos visuales representativos

Francisco Franco Saldaña [Ecuador]

Esta investigación explora el diseño tipográfico como una herramienta de mediación cultural orientada a la revalorización de las costumbres y tradiciones de México. El proyecto propone el desarrollo de una tipografía de carácter identitario, construida a partir del análisis y la síntesis de elementos visuales representativos de la cultura mexicana, con el fin de traducir rasgos simbólicos del patrimonio cultural en una propuesta tipográfica decorativa, contemporánea y reproducible. El estudio surge de la necesidad de fortalecer el reconocimiento y la valoración de referentes visuales asociados a la identidad cultural mexicana, considerando que su escasa presencia en ciertos ámbitos de la comunicación gráfica limita sus posibilidades de difusión y preservación. En este contexto, la investigación plantea al diseño tipográfico como un recurso visual capaz de articular memoria cultural, identidad territorial y comunicación contemporánea. La metodología combina revisión documental y análisis semiótico de elementos visuales provenientes de distintas manifestaciones culturales mexicanas. Para su síntesis formal, se recurre a la escala de iconicidad como herramienta que permite traducir dichos referentes en componentes gráficos aplicables al diseño tipográfico. Como resultado, el proyecto propone una tipografía decorativa con potencial de aplicación en diversos soportes de comunicación visual, como piezas gráficas, productos culturales y objetos de difusión. De este modo, la investigación busca aportar a la reflexión sobre el potencial del diseño gráfico y tipográfico como estrategia de revalorización del patrimonio cultural y fortalecimiento de la identidad visual mexicana.

---

20. Gestión curatorial de museos: Hecho en Argentina Capítulo Olivetti

Cristina Amalia Lopez, Paolo Bergomi [Argentina]

En las últimas décadas, los museos están ampliando su tarea de exhibición hacia un rol activo de investigación, salvaguarda y mediación educativa del patrimonio industrial y cultural. En el caso del Museo del Diseño y la Industria “Hecho en Argentina”, la restauración y conservación de bienes culturales accionan

como procesos epistemológicos y técnicos que demandan estudio sistemático, integridad metodológica y compromiso ético. Estas prácticas implican no solo el dominio de técnicas de restauro, sino también competencias críticas: sensibilidad histórica, rigurosidad científica y ética de la no-intervención lesiva sobre el carácter original del objeto. Esta mediación consolida la identidad colectiva y democratiza el acceso al capital cultural, en consonancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible promovidos por UNESCO. El capítulo Dar en la Tecla se focaliza en el valor patrimonial de las máquinas de escribir y calcular fabricadas por Olivetti en Latinoamérica, destacando el protagonismo del objeto industrial como documento histórico, estético, cultural y social. La colección "Hecho en Argentina", con más de 20.000 piezas producidas entre 1935 y 1985, constituye el acervo más importante del país en materia de diseño e industria. Su lema, "Lo hecho, hecho está, mucho mejor si fue hecho en Argentina", sintetiza su filosofía, y lo posiciona como referente académico, especialmente a partir de la tesis de Paolo Bergomi (2005), seleccionada por el Foro UNESCO en Madrid.

---

21. Trazos de mi pueblo, memorias ilustradas. Preservación de la memoria colectiva del pueblo indígena de Pastás

Angie Carolina Lopez Moreno [Colombia]

Trazos de mi Pueblo es un proyecto de investigación–creación orientado a la preservación de la memoria colectiva del pueblo indígena de Pastás, en el municipio de Aldana (Nariño, Colombia). Surge desde el diseño gráfico como una herramienta de mediación cultural, donde los niños de la vereda Muesas se convierten en protagonistas en la reconstrucción visual de su historia. A través de entrevistas, talleres de ilustración y ejercicios de cartografía social, se recopilan relatos orales de los mayores y sabedores de la comunidad, que luego son reinterpretados por los niños mediante el dibujo y la ilustración infantil. El resultado será un libro silente, en el que las imágenes se transforman en un lenguaje universal para narrar la identidad, la tradición y la espiritualidad del pueblo de Pastás. El proyecto plantea un diálogo intergeneracional que fortalece los lazos comunitarios y promueve el reconocimiento de la cultura desde la educación por medio del diseño. Más que una publicación, Trazos de mi Pueblo es una apuesta por el diseño como vehículo para la transmisión intergeneracional de saberes y la salvaguarda del patrimonio inmaterial.

---

22. Diseño gráfico y calidad visual en centros históricos del Ecuador

Elizabeth Alexandra Morales, Verónica Altamirano, Miguel Túñez [Ecuador]

La contaminación visual en centros históricos constituye un problema creciente que afecta la legibilidad del paisaje urbano, la identidad patrimonial y la experiencia perceptiva de los usuarios. En el contexto ecuatoriano, esta problemática se manifiesta especialmente en la proliferación descontrolada de rótulos publicitarios, cuya configuración gráfica, material y espacial no siempre responde a criterios de integración con el entorno construido. La investigación tiene como objetivo evaluar el nivel de contaminación visual generado por los rótulos comerciales en centros históricos del Ecuador, así como analizar la pertinencia de las normativas vigentes en relación con principios internacionales de conservación patrimonial. Metodológicamente, se desarrolla un enfoque mixto que combina revisión teórica, análisis comparativo de ordenanzas nacionales e internacionales, levantamiento fotográfico en once ciudades ecuatorianas y entrevistas a expertos en gestión patrimonial. Como instrumento central, se diseña una rúbrica de evaluación que considera ocho parámetros (color, tipografía, imagen, composición, tamaño, estado físico, sistema de instalación y cumplimiento normativo), permitiendo clasificar los impactos visuales en niveles bajo, medio y alto. A partir de estos datos, se formula el Índice Compuesto de Contaminación Visual (ICCV), que cuantifica el impacto global mediante una ponderación de los niveles de afectación visual registrados. Los resultados evidencian una heterogeneidad significativa entre ciudades, identificando casos con bajo nivel de contaminación —asociados a normativas más restrictivas e integración formal con la arquitectura— y otros con niveles altos, caracterizados por saturación gráfica, uso inadecuado del color y escasa regulación efectiva. En este sentido, el estudio contribuye a la articulación entre diseño gráfico, políticas públicas y patrimonio, posicionando al diseño como un agente estratégico en la construcción y preservación de la identidad visual de las ciudades históricas.

---

23. Diseño Gráfico, patrimonio y comunidad sorda: desafíos y aportes en LSA

Lucas Perona, Patricia Liliana Vega [Argentina]

Se presentan en esta ponencia los resultados obtenidos con el proyecto de investigación denominado "Puesta en valor del patrimonio religioso del departamento de Albardón en la comunidad sorda de San Juan" el cual se llevó adelante en el marco de las becas CICITCA, en el instituto de Teoría Historia y Crítica del Diseño "Arq. Nello Raffo" de la FAUD - UNSJ. El mismo tuvo por objetivo, diseñar un sistema de comunicación visual accesible a la comunidad sorda de San Juan, que permita recorrer y reconocer el circuito de capillas históricas que se encuentran en el departamento de Albardón, en San Juan. Dicho sistema se materializó en un conjunto de paneles infográficos que incluyen un QR, el cual escaneo mediante, permiten acceder a videos con información de cada sitio histórico interpretados en LSA (Lengua de Señas Argentina). El proceso de diseño para la obtención de las piezas gráficas finales contó con el asesora-

miento y participación de integrantes de la asociación de sordos de San Juan, intérpretes LSA - E, arquitectos y diseñadores gráficos, cuyos intercambios fueron claves a la hora de establecer pautas y criterios visuales para la generación del sistema de comunicación accesible.

---

24. SCZ x PIRAÍ: diseño visual para la protección del agua

Juan José Salas Mayta, Samuel Argote Dominguez, Jimena Michelle Gordillo Pinto [Bolivia]

Proyecto de comunicación visual que aborda el impacto del crecimiento urbano no planificado en el acuífero del río Piraí (Santa Cruz, Bolivia). A través de una identidad visual propia, se desarrollaron productos editoriales impresos y digitales: fanzine plegable (formato A3 a A6), revista digital interactiva, póster ilustrado y una estrategia de contenido para redes sociales. El objetivo es sensibilizar a jóvenes de 18 a 30 años sobre la pérdida y contaminación de reservas hídricas, promoviendo acción ciudadana y conciencia territorial.

---

25. Diseño e Investigación del Patrimonio Agroindustrial sanjuanino

Ana Lorena Villar [Argentina]

El presente trabajo se inscribe en el campo de la investigación, registro, difusión, conservación y gestión del patrimonio agroindustrial sanjuanino, aportando a la caracterización y fundamentación de bienes culturales que se busca preservar y proyectar en el tiempo. Se reconoce que el patrimonio cultural pertenece a la sociedad en su conjunto, y que su estudio y gestión deben orientarse a identificarlo, protegerlo y mantenerlo en el seno de la comunidad que le otorga significado. El desafío actual consiste en salvaguardar estos legados mediante una labor interdisciplinaria que articula saberes de la arquitectura, el diseño, la semiótica, la historia y otras ciencias humanas. El objetivo es trascender la mera contemplación o consumo histórico, posicionando al patrimonio como eje estratégico de desarrollo sostenible. En este marco, el análisis del patrimonio gráfico agroindustrial se concibe como una práctica cultural que sensibiliza a las generaciones futuras respecto de su valor, trayectoria productiva y rol en la construcción de la identidad colectiva. La comunicación gráfica vinculada a la agroindustria constituye un testimonio histórico de las transformaciones económicas y sociales de la región. A través de las redes de intercambio y reflexión crítica, este trabajo busca enlazar la significación cultural con su trascendencia social, transformando las huellas de la agroindustria en elementos vitales para la tradición y en oportunidades para el futuro de la sociedad sanjuanina.

---

26. Conciencia colectiva “Ibarra Underground”

Liliana Grisel Yépez, Klever López [Ecuador]

Introducción

San Miguel de Ibarra, reconocida como “La Ciudad Blanca” del Ecuador, es un territorio con gran riqueza histórica y cultural. Su legado colonial, su arquitectura y la diversidad de tradiciones convierten a la ciudad en un espacio donde la memoria colectiva desempeña un papel central en la construcción de identidad. Entre los relatos que se transmiten de generación en generación se destacan los personajes populares conocidos como “locos”, quienes, con su forma de vestir, comportarse y relacionarse con los demás, se convirtieron en símbolos que aún hoy forman parte de la memoria social. Estos individuos, pese a ser marginados en su época, han dejado una huella en la construcción del imaginario cultural de la ciudad. El estudio de su presencia resulta significativo no solo para rescatar historias locales, sino también para comprender cómo la sociedad los percibió y cómo, a través del tiempo, se convirtieron en referentes icónicos de la identidad ibarreña.

Marco teórico

Cultura Icónica La cultura icónica es entendida como el conjunto de representaciones visuales que conforman la forma en que una sociedad se identifica y comunica. D’Angelo (2007) sostiene que “la cultura y la geografía han evolucionado gracias a nuevas tecnologías que permiten innovar en la comunicación visual multisensorial, promoviendo inclusión social”. Este concepto es fundamental para comprender cómo ciertos personajes o imágenes alcanzan el estatus de íconos culturales. Teoría acerca de la Memoria Colectiva La memoria colectiva se construye a partir de experiencias compartidas que se consolidan en el tiempo. Según Gonzales (2020), la memoria social constituye un “conjunto de experiencias estructuradas por la sociedad mediante el tiempo, el espacio y el lenguaje”. En este sentido, los personajes populares de Ibarra representan un fragmento vivo de esa memoria que permanece gracias a relatos orales y visuales. Memoria Individual La memoria individual se interrelaciona con la social, ya que cada persona reconstruye sus recuerdos en el marco de su comunidad. Betancourt (2004) afirma que “la memoria personal se entrelaza en una red de solidaridades sociales”, lo que explica cómo los recuerdos de los habitantes de Ibarra sobre los “locos” se insertan en un marco cultural compartido. Memoria Colectiva como Suma La memoria colectiva no es simplemente la suma de memorias individuales, pero se alimenta de ellas. Manero y Soto (2005) señalan que se trata del “agregado de memorias en contextos históricos compartidos”, donde cada experiencia personal se enmarca en un entorno social que le da sentido. Personajes Icónicos El ícono se construye cuando un individuo trasciende

lo ordinario y representa valores o rupturas culturales significativas. Los "locos" de Ibarra alcanzaron este estatus debido a la singularidad de sus vidas y a la manera en que la sociedad los reconoció. Lenguaje Icónico El lenguaje icónico se refiere a signos visuales que transmiten un mensaje inseparable de lo que representan. Trujillo (s. f.) lo define como "un signo visual inseparable de su referente", lo cual resulta clave para comprender cómo las ilustraciones y representaciones visuales de los "locos" refuerzan su permanencia en la memoria. El lenguaje y los lenguajes Según Joan (2011), el lenguaje gráfico se compone de signos, imágenes y esquemas, además del color, entendido como un sublenguaje con fuerte carga simbólica. Estos elementos son esenciales para la creación de representaciones visuales de los personajes icónicos. El Esquema El esquema, como recurso abstracto, actúa como puente entre la imagen y el texto. Para Joan (2011), este elemento es clave en la comunicación estratégica, ya que permite organizar información de manera clara y efectiva. Iconicidad Palarmo (2013) explica que el lenguaje presenta significados denotativos y connotativos, sujetos a variaciones culturales y temporales. De esta manera, las representaciones de los "locos" pueden adquirir nuevos sentidos en distintas generaciones. Semiótica y Diseño El diseño se comprende como un sistema de comunicación compuesto por signos. Beltrán (2014) afirma que "toda cultura debe analizarse como fenómeno comunicativo", mientras que Verón (1993) plantea que la semiosis social explica la producción de sentido en sus dimensiones colectivas. Estos aportes permiten analizar cómo los "locos" son interpretados y reconfigurados en el imaginario social. Diseño e Ilustración Bhaskaran (2006) subraya que el diseño editorial busca conectar estéticamente con el lector. Frascara (2000) añade que el diseñador organiza mensajes visuales sin imponer su visión personal. La ilustración, vinculada históricamente al movimiento ilustrado, aporta un poder visual que fortalece la comunicación (Velasco, 2017). En la actualidad, las técnicas de ilustración combinan lo analógico y lo digital. Hurtado (2019) destaca el papel del bocetaje como recurso creativo. A su vez, herramientas digitales como Adobe Creative Cloud o Procreate han transformado los procesos gráficos. Leblanc (2020) y Siamgodh (2013) identifican una diversidad de ilustraciones digitales: editorial, infantil, de ciencia ficción, satírica, cartográfica, publicitaria, cómica, arquitectónica, retratista, realista, vectorial, pixel art y collage mixed media.

Metodología

El desarrollo del proyecto se realizó desde un enfoque mixto entre métodos cuantitativos y cualitativos. El cualitativo permitió la obtención de información individual y subjetiva mediante entrevistas a personas dentro del rango de edad para la facilitación de información, con el propósito de identificar personajes icónicos y sus características; por otra parte, el método cuantitativo facilitó la recolección y análisis de datos numéricos obtenidos de encuestas tabuladas para apreciar el reconocimiento de esos personajes y las preferencias en cuanto al formato del material gráfico editorial. Adicionalmente, se aplicó el método inductivo entendido como desde los casos particulares inferir conclusiones generales. Dicho procedimiento permitió transformar los recuerdos individuales en una memoria colectiva que sirvió de base para la elaboración de la propuesta gráfica este método fue trascendental, ya que permitió recrear gráficamente los retratos de personajes que no cuentan con un registro gráfico previo por lo que no existían referencias visuales. Finalmente, desde el criterio de la generalización, se aplicó la investigación-acción, orientada a generar cambios en la propia realidad local poniendo en práctica los resultados. Esta fue una manera de conectar la investigación y la creación de un material gráfico editorial sobre personajes icónicos de Ibarra para revalorizar su historia por medio de la identidad que fortalecen las nuevas generaciones.

Resultados y Discusión

Los hallazgos muestran que los "locos" constituyen parte esencial de la identidad de Ibarra. Aunque marginados en vida, fueron integrados posteriormente en la narrativa colectiva como personajes únicos. La memoria social los transformó en símbolos de la cultura local, y su representación visual reafirma su valor icónico. La ilustración, tanto tradicional como digital, se erige como herramienta estratégica para recuperar estas memorias. A través de recursos gráficos, es posible otorgarles un lugar en la historia cultural de la ciudad, generando un puente entre las generaciones mayores que los conocieron y las nuevas que los descubren. Además, la combinación de técnicas analógicas y digitales potencia la construcción de relatos multisensoriales, en los que la imagen se convierte en un medio eficaz para comunicar identidad cultural. Este proceso refleja lo señalado por Verón (1993), quien destacó la semiosis social como base de la producción de sentido.

Conclusiones

La ciudad de Ibarra alberga una memoria colectiva donde personajes marginados, como los "locos", han alcanzado un lugar trascendental. Su recuerdo persiste gracias a narraciones orales y visuales que los han convertido en referentes icónicos. El diseño gráfico y la ilustración constituyen medios fundamentales para preservar y difundir esta memoria. Gracias a ellos, se integran elementos icónicos, semióticos y culturales que resignifican a los personajes dentro del patrimonio intangible de la ciudad. Finalmente, el estudio confirma que la preservación cultural requiere reconocer y representar gráficamente a estos actores sociales, asegurando que su legado continúe formando parte de la identidad ibarreña y de la memoria social del Ecuador.

27. Estrategias de branding digital para posicionar artesanos Funamcrea Doncello Caquetá

Leidy Juliet Artunduaga Gómez, Diana Yisela Cabrera Lozada, Rodolfo Andres Villarreal Pazos [Colombia]

Esta investigación aborda la problemática del escaso posicionamiento de las marcas artesanales en El Doncello (Caquetá), a pesar del valor cultural y estético de sus productos. Los emprendimientos locales, que incluyen trabajos en madera, fibras naturales, pintura en lienzo, confección de prendas y uso de material recuperado, enfrentan limitaciones significativas en su visibilidad debido a la baja adopción de herramientas tecnológicas y la ausencia de estrategias estructuradas de branding. El marco teórico se centra en tres pilares fundamentales: Branding artesanal como estrategia para comunicar identidad cultural y diferenciar productos en mercados competitivos. Tecnologías de la información 4.0 y la comunicación (TIC) como catalizadores del posicionamiento de marca, a través de redes sociales, catálogos digitales, diseño gráfico y comercio electrónico. Políticas públicas y programas institucionales, como el programa #ArtesanoDigital, que si bien han beneficiado a miles de artesanos, aún presentan una cobertura limitada en territorios periféricos como Caquetá. Estudios previos en Latinoamérica evidencian que la implementación de marcas individuales o colectivas puede incrementar el reconocimiento y el valor percibido de las artesanías, siempre que se mantenga la autenticidad del producto y se integren narrativas identitarias. Sin embargo, en comunidades como El Doncello persisten brechas relacionadas con el acceso, la formación digital y la articulación de políticas locales. La investigación propone analizar cómo la integración de herramientas tecnológicas incide en las estrategias de branding de los artesanos del municipio, y cómo estas estrategias impactan en el posicionamiento de sus marcas. Se espera construir un modelo replicable que combine apropiación tecnológica, diseño identitario y valorización del patrimonio cultural, fortaleciendo la sostenibilidad económica y social del sector artesanal caqueteño.

---

28. La estética del perfil de Instagram de Javier Milei (2023-2024)

Mariano Cicowiez [Argentina]

Nuestra presentación se focaliza en el diseño estético que el presidente argentino realizó sobre sí mismo, con relación a la selección de las imágenes técnicamente elaboradas posteadas en su cuenta personal de Instagram durante el primer año de su gestión presidencial. En efecto, en la banda visual de los videos cortos y sobre la superficie de las fotografías, el mandatario construyó su corporeidad bajo dos figuraciones, una vinculada a su individualidad, y otra subsidiaria del cargo que desempeña (Debray, 1995). Ambas figuras convivieron por igual en su cuenta, a través de la cual el diseño tecnológico de su representación constituyó una dimensión crucial (Groys, 2014) que habilitó la venta de su gestión de Gobierno.

---

29. Como fortalecer a minha marca

Iran Das Merces [Brasil]

A palestra “Como Fortalecer sua Marca” apresenta estratégias práticas e conceituais para a construção de marcas sólidas e relevantes, explorando os pilares do autoconhecimento, da diferenciação e da perpetuação de valor. O conteúdo aborda o branding como gestão estratégica da relação entre marca, clientes e comunidade, destacando a importância da identidade corporativa, da imagem percebida e da experiência positiva do consumidor. Também discute o impacto das novas tecnologias, como realidade aumentada, virtual, mista e inteligência artificial, na criação de conexões significativas. Por fim, traz diretrizes essenciais para fortalecer marcas no cenário atual: comunicação clara, organização do DNA de marca, engajamento, qualidade, presença digital e inovação contínua.

---

30. Atrévete a sentir deja una marca

David Feria [Ecuador]

La ponencia “Atrévete a sentir deja una marca” expone una metodología aplicada al branding contemporáneo desde la dimensión emocional y estratégica del diseño. A través del método S.E.N.T.I.R., se propone comprender la marca como experiencia viva, integrando storytelling, comportamiento humano y estructura conceptual para construir identidades con impacto real. La conferencia aborda cómo pasar del diseño visual al diseño significativo, ofreciendo herramientas concretas para profesionales y estudios que buscan diferenciarse en un entorno saturado.

---

31. Caracterización del cliente, marca territorio salento

Carlos Eduardo Londoño Viveros, Praxedes Aristizabal [Colombia]

A partir de los hallazgos clave sobre la caracterización de los públicos objetivo y las tipologías de consumo de la marca territorio Salento, un destino turístico emblemático del Eje Cafetero colombiano. El estudio, se enfoca en identificar las necesidades, motivaciones y comportamientos de los visitantes para informar el desarrollo de una estrategia de marca efectiva. Caracterización del Turista de Salento - Perfil Diverso: El turista de Salento abarca visitantes nacionales (principalmente de ciudades como Bogotá, Medellín y Cali) e internacionales (Europa y Norteamérica), con edades que van desde jóvenes adultos hasta familias y viajeros de la tercera edad. - Motivaciones Principales: Las principales motivaciones giran en torno a la naturaleza, con el Valle de Cocora como atractivo icónico, la cultura cafetera y la búsqueda de experiencias auténticas y tranquilidad. - Desafíos y Necesidades: Los turistas enfrentan retos como congestión vehicular, falta de señalización y problemas de transporte, lo

que subraya la necesidad de mejoras en infraestructura y comunicación multilingüe. Tipologías de Consumo y su Impacto en la Marca - Diversidad de Comportamientos: Se identifican diferentes tipologías, desde *Consumers* (pasivos) hasta *Prosumers* (activos), *Adprosumers* (promotores), *Crossumers* (influyentes) y *Proksumers* (innovadores). - Relevancia de lo Digital: Las tipologías más activas destacan la importancia de las redes sociales en la difusión de la imagen de Salento y la influencia en la toma de decisiones. - Conexión Emocional: La conexión de los turistas con la naturaleza, la cultura cafetera y la hospitalidad local es clave que la marca debe potenciar. Implicaciones para la Construcción de Marca: - Narrativa Basada en Autenticidad y Emoción: La marca Salento debe integrar autenticidad cultural, conexión emocional y sostenibilidad, superando resistencias iniciales. - Diferenciación Competitiva: Salento debe posicionarse como el "corazón cultural del café", combinando experiencias de la tradición cafetera con sus atractivos naturales. - Colaboración y Adaptabilidad: El proceso de construcción de marca debe involucrar a la comunidad local y ser iterativo, ajustándose a las percepciones de los turistas. En resumen, este estudio proporciona una caracterización integral de los públicos objetivo de Salento, destacando la diversidad de perfiles, motivaciones y comportamientos de consumo. Estos insights son fundamentales para diseñar una estrategia de marca que responda a las necesidades de los turistas y posicione a Salento como un referente en el Eje Cafetero.

---

32. Diseño de Marca para empresa real: Merrock

Ana Sofía Morales Quijano [Colombia]

Desarrollo de una marca grï¿½fica para una empresa real como caso de estudio e implementacïï¿½n del diseï¿½o grï¿½fico en la mejora de la comunicacïï¿½n infomercial con el mercado a continuacïï¿½n se presenta los datos del concepto de marca Merrock es una marca dedicada a la creacïï¿½n de calzado contemporï¿½neo que combina diseï¿½o, confort y estilo urbano. Su esencia radica en proyectar energï¿½a, dinamismo y autenticidad en cada uno de sus productos, ofreciendo una experiencia que va mï¿½s allï¿½ del vestir: una expresïï¿½n de movimiento y actitud. Inspirada en la fuerza y determinacïï¿½n de quienes buscan dejar huella, Merrock representa impacto real en cada paso. Puede revisar el trabajo en el Behance https: www.behance.net gallery 238243501 Merrock- Impacto-real

---

33. Imagen es Influencia: El Arte de Ser Percibido con Intención

Fabiana Pinho [Brasil]

Imagen es Influencia: El Arte de Ser Percibido con Intención En entornos de alto nivel, no basta con ser excelente… hay que ser percibido como tal. Esta conferencia revela cómo la imagen personal va mucho más allá de la estética: es una herramienta estratégica que comunica poder, credibilidad y posicionamiento antes de cualquier palabra. A través de una mirada sofisticada y práctica, se exploran los códigos visibles e invisibles que influyen en la percepción, desde el dress code hasta los matices del comportamiento, la presencia y la actitud. Porque cada detalle habla, incluso cuando crees que no estás diciendo nada. El objetivo es claro: desarrollar una presencia intencional, coherente y alineada con el nivel al que deseas pertenecer. No se trata de aparentar, sino de proyectar con claridad quién eres y hacia dónde vas. Quien domina su imagen, lidera su percepción. Y quien lidera su percepción, abre puertas que otros ni siquiera ven.

---

34. Influencia del diseño visual en la comunicación de identidad de marca

Marcos Aldair Rentería Mena, Diana Ereya Lugo Ondarza [México]

En un entorno saturado de estímulos visuales, la diferenciación de una marca depende de la coherencia y potencia de su lenguaje gráfico. El diseño visual ha evolucionado de un componente estético a un activo estratégico fundamental que traduce los valores y la personalidad de un negocio en una experiencia tangible. Esta ponencia analiza la relación directa entre el diseño visual y la percepción de identidad de marca, explorando cómo el uso técnico y conceptual de la tipografía, la paleta cromática y la composición gráfica influyen en la construcción de una imagen institucional sólida. El objetivo es demostrar que una gestión visual rigurosa es clave para la fidelización del público objetivo en mercados competitivos.

---

35. Publicidad digital en entornos profesionales: estrategias que influyen en la decisión de compra

Cinthya Virginia Soto Hidalgo, Dessire Allinson Alcedo Sanz, Joohn Raul Oblitas Carreño [Perú]

En un contexto marcado por la transformación digital, las plataformas profesionales se han consolidado como espacios clave para la comunicación estratégica entre marcas y audiencias especializadas. Esta ponencia analiza cómo la publicidad en entornos digitales profesionales impacta en la toma de decisiones de compra, explorando factores como la segmentación, el contenido, la credibilidad y la interacción con los usuarios. Los hallazgos permiten reflexionar sobre el rol del diseño y la comunicación en la construcción de confianza y valor en plataformas digitales, así como en la optimización de estrategias de marketing orientadas a resultados. Esta propuesta aporta al campo del diseño y la comunicación al vincular la práctica profesional con el análisis académico, contribuyendo al debate sobre innovación, transformación digital y toma de decisiones en escenarios contemporáneos.

---

36. Correlación de personalidad y estilo en la Identidad Visual Corporativa

Helios José Roberto Valencia Ortega, Martha Silvia Torres Hidalgo [México]

El presente documento expone los resultados de un ejercicio centrado sobre la correlación existente entre los doce arquetipos de personalidad de marca, retomados del modelo arquetípico de Carl Jung, y siete estilos de comunicación visual, utilizados en la construcción y diseño de marcas gráficas para emprendimientos de la Ciudad de Puebla, México. En análisis se desarrolla desde un enfoque cuantitativo, mediante procedimientos estadísticos orientados a identificar las asociaciones entre dichas variables y reconocer cuales de ellas tienden a vincularse con mayor consistencia desde las respuestas de los emprendedores. La metodología se basa en una medición no experimental y transversal, con recolección de datos en un solo momento, a fin de explorar las interrelaciones entre los arquetipos de personalidad de marca y los estilos de comunicación visual. Mostrando que algunos arquetipos presentaron patrones de asociación consistentes con estilos específicos como Amante con Seductor, Creador con Natural, Mago con Creativo y Gobernante con Elegante. Asimismo, se identificaron otras asociaciones menos esperables en términos conceptuales, como las correspondientes a los arquetipos de Sabio y Héroe. En este sentido, se aporta una base empírica inicial para analizar la relación entre personalidad de marca, estilo de comunicación visual e identidad visual corporativa en emprendimientos poblanos.

COMISIÓN: NARRATIVAS, MEDIOS Y COMUNICACIÓN VISUAL
MIÉRCOLES 15 DE JULIO 2026 - 10 HS.

37. Muralismo digital y Realidad Aumentada: Innovación visual en la construcción de la Marca País Argentina

Gonzalo Del Aguila Bedia [Perú]

Esta ponencia analiza el rol estratégico del diseño gráfico en la proyección internacional de la Marca País Argentina a través de tecnologías inmersivas. El estudio se centra en el potencial de los murales digitales interactivos con Realidad Aumentada (RA) como herramientas de innovación visual que transforman el espacio público en un soporte comunicacional dinámico. A partir del análisis del mural interactivo en el Movistar Arena (Buenos Aires) y de experiencias comparativas en Latinoamérica, se examina cómo la convergencia entre arte urbano, diseño y tecnología permite actualizar la imagen nacional. La propuesta demuestra que la integración de recursos digitales no solo fortalece la identidad cultural y el turismo, sino que posiciona al diseño como un mediador clave entre la creatividad local y las audiencias globales. Los asistentes conocerán cómo la innovación visual aplicada al territorio genera nuevas formas de participación ciudadana y una representación nacional contemporánea, inclusiva y tecnológica.

---

38. El artista como auto-diseño: auto-diseño y visibilidad en la era digital

Agustina Dragani [Argentina]

Este taller propone explorar la transformación del rol del artista desde la modernidad hasta el arte contemporáneo, con un enfoque en la construcción de la identidad pública y la relación con los sistemas de visibilidad digitales. A través de un recorrido histórico por las vanguardias del siglo XIX, XX y XXI, los participantes analizarán cómo el arte ha democratizado la producción simbólica y cómo el cambio de paradigmas ha influido en la percepción y la circulación de la obra. El taller combina teoría y práctica:

1. Recorrido histórico: Se estudiarán momentos clave en la historia del arte donde las vanguardias cuestionaron la autoridad de la Academia y transformaron la relación entre creador, obra y público. Se conectará este análisis con el contexto contemporáneo, incluyendo fenómenos como el posthumanismo, el arte digital, la viralidad de los memes y la economía de la atención.
2. Auto-diseño artístico: Se aplicarán técnicas de diseño conceptual para que cada participante experimente la construcción de su "yo público". Se trabajará en cómo proyectar identidad, valores y visión artística de manera consciente y estratégica, integrando principios de visibilidad y narrativa propia.
3. Aplicación práctica: Cada asistente desarrollará un plan de auto-diseño que combine herramientas visuales, digitales y narrativas, inspirándose en los conceptos de Groys sobre el artista como espacio de exhibición y la creación de experiencias estéticas conectadas con el público contemporáneo. El objetivo del taller es fomentar la reflexión crítica y la experimentación creativa, capacitando a los artistas para comprender su rol dentro de la red global de imágenes y aprender a posicionar su obra y su identidad de manera efectiva y ética.

---

39. Experiencia astronómica para personas ciegas y con baja visión

Santiago Fagnoni [Uruguay]

Se presenta el abordaje académico de la implementación de una cúpula táctil interactiva de escala personal desarrollada para que personas ciegas y con baja visión puedan explorar el universo astronómico a través del tacto, el sonido y la vibración.

---

40. Narrativas Interactivas: Diseño desde la Cultura y el Territorio I.U. Pascual Bravo

Francisco Gallego Escobar [Colombia]

El proyecto "Narrativas Interactivas: Diseño desde la Cultura y el Territorio" es una iniciativa de Investigación+Creación (I+C)

liderada por el Grupo de Investigación ICONO y los semilleros OVNI y LILA de la Facultad de Producción y Diseño de la Institución Universitaria Pascual Bravo. Su objetivo principal es ofrecer soluciones a la creciente homogeneización cultural y a la disminución de la relevancia de las identidades y mitos locales frente a las narrativas globales. Esto se logra mediante el diseño de un gamebook interactivo, un producto que busca revitalizar la apropiación cultural en las nuevas generaciones a través de herramientas contemporáneas como la narrativa transmedia y sistemas de juego inmersivos. Desde la concepción del proyecto, se ha identificado una crisis en la relevancia de las identidades, mitos y tradiciones locales, exacerbada por la dominancia de narrativas globales. Este fenómeno de homogeneización cultural contribuye al distanciamiento de las nuevas generaciones respecto a sus raíces territoriales. Para abordar esta problemática, se propone el uso de narrativas interactivas que generen experiencias inmersivas, reinterpretando y dinamizando la apropiación cultural. El diseño se emplea como un puente entre la tradición y la modernidad, facilitando la reinvención de la memoria del territorio para adaptarse a contextos contemporáneos. El proyecto se fundamenta en un ecosistema transmedia, articulado alrededor de cuatro pilares conceptuales esenciales:

1. Los Medios como Ambientes (Marshall McLuhan): Las tecnologías reconfiguran la interacción cultural y nuestra percepción del espacio-tiempo.
2. Cultura de la Convergencia (Henry Jenkins): Las narrativas transmedia requieren un público activo que participe en la coconstrucción del universo narrativo.
3. Homo Ludens (Johan Huizinga): El juego es reconocido como un motor cultural fundamental para el establecimiento de vínculos sociales.
4. Evolución del Espectador: Se observa una transición crucial en el rol del usuario, pasando de un consumidor pasivo (caracterizado por una lectura lineal y recepción unidireccional) a un prosumer activamente involucrado en narrativas ramificadas, la toma de decisiones y la resolución de problemas, aprovechando la interactividad y la hibridación que ofrece la transición tecnológica. Como resultados parciales del proyecto, se destaca su componente técnico más innovador: el Sistema de "Resonancia Narrativa". Este marco de diseño transforma las decisiones previas del lector en "Ecos" que influyen dinámicamente en el desarrollo de la historia, promoviendo así una transición del lector pasivo a un rol activo y participativo. Este sistema de participación y de lectura activa constituye el núcleo técnico del proyecto, está diseñado para que la interpretación del usuario sea fundamental y sus acciones pasadas generen consecuencias tangibles. Dentro de este sistema, los personajes se definen mediante "Rasgos" (conceptos amplios que describen su esencia) y "Etiquetas" (descriptores específicos propuestos por el jugador para aplicar a una situación). Un elemento central del sistema es el "Eco Narrativo", que se genera en momentos significativos (éxitos rotundos o fallos dramáticos). El pasado del personaje resurge para modificar tiradas de dados, introducir elementos narrativos (personajes u objetos del pasado) o crear nuevos conflictos. Estos Ecos pueden ser de "un solo uso" (se consumen al activarse) o "persistentes" (permanecen, aunque con un coste creciente).

Conclusiones Parciales del Proyecto: El proyecto aborda de manera pertinente la problemática de la homogeneización cultural y el distanciamiento de las nuevas generaciones respecto a sus raíces territoriales. Al proponer el uso de narrativas interactivas y gamebooks, se establece una estrategia innovadora para revitalizar la apropiación cultural y reinterpretar mitos y tradiciones locales en un formato atractivo y contemporáneo.

Innovación Técnica Central: El desarrollo del Sistema de "Resonancia Narrativa" representa un avance técnico significativo. Al transformar las decisiones del lector en "Ecos" dinámicos y tangibles, el proyecto logra una transición efectiva del lector pasivo a un prosumer activo. Este sistema, con sus "Rasgos", "Etiquetas" y "Ecos Narrativos", no solo profundiza la inmersión del usuario, sino que también ofrece un modelo adaptable para la creación de experiencias interactivas con consecuencias narrativas significativas y personalizadas.

---

41. Narrativas emergentes y juegos de rol: Identidades locales en escenarios transmedia I.U. Pascual Bravo

Francisco Gallego Escobar, Juan David Henao Santa [Colombia]

El proyecto "Narrativas emergentes y juegos de rol: Identidades locales en escenarios transmedia", desarrollado desde el grupo de investigación ICONO de la Institución Universitaria Pascual Bravo de Medellín, Colombia, representa una apuesta estratégica por el diseño como motor de soberanía cultural. La iniciativa surge ante la erosión del capital simbólico regional y la desconexión de las comunidades con su herencia mítica. Su objetivo central es la creación de un sistema de juegos de rol (RPG) con enfoque transmedia que resignifique las identidades culturales colombianas a través de formatos interactivos de alta calidad. El proyecto ha consolidado 2 TTRPG funcionales de la variedad MiniRPG: Guacas y Entierros (enfocado en cultura local y realismo mágico) y Hoards and Caches (una expansión bilingüe para el aprendizaje de inglés); y un prototipo de asistente tutor IA con Gemini. A través de una metodología de Investigación- Creación (I+C), el proyecto transita de la preservación pasiva del patrimonio a la generación de experiencias inmersivas donde el usuario ejerce una agencia cultural y lingüística activa mediada por el uso de la Inteligencia Artificial como guia narrativa del proceso de inmersión cultural y educativa. Fundamentación Teórica y Metodológica: La arquitectura del proyecto se sostiene sobre

una "Capa de Significado" que integra diversas teorías de las ciencias sociales y la comunicación:

1. El juego como base cultural (Huizinga, 1955): Entiende lo lúdico como un espacio esencial para la cohesión social.
2. Ficciones sociales (Fine, 2002): El RPG funciona como un laboratorio para la co- creación de realidades compartidas.
3. Convergencia mediática (Jenkins, 2006): El patrimonio se transforma en un organismo narrativo vivo que habita múltiples medios.
4. Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP): Metodología aplicada a través del semillero Ovni para fortalecer competencias creativas y técnicas.
5. El Rol de la Inteligencia Artificial (IA): La IA no se utiliza como un reemplazo creativo, sino como un Narrador Dinámico con enfoque pedagógico, con la intención de reducir el "filtro afectivo" y la carga cognitiva en el aprendizaje de lenguas (ESL) y fomentar la Alfabetización Digital Crítica desde una interpretación activa del texto generado por el Procesamiento de Lenguaje Natural (NLP).

El análisis del proyecto arroja las siguientes conclusiones fundamentales: - El RPG como vehículo de identidad: El juego de rol permite que la cultura no sea un objeto estático de museo, sino una experiencia vivida que otorga agencia al ciudadano-jugador. - Simbiosis Humano- IA: La tecnología no reemplaza al cuentacuentos; la IA actúa como un aliado pedagógico cuyo éxito depende del diseño humano de los prompts y la intención educativa. - Eficacia Transmedia: La expansión de narrativas es la estrategia más robusta para cerrar la brecha generacional y conectar a los jóvenes con sus raíces tradicionales en la era digital. - Transferibilidad Profesional: La metodología del juego de rol es aplicable a diferentes areas de conocimiento permitiendo observar habilidades blandas que son difíciles de evaluar en entornos educativos tradicionales. - El proyecto reafirma la necesidad de que docentes e investigadores evolucionen hacia el rol de arquitectos de experiencias significativas, utilizando la tecnología para amplificar la profundidad de los relatos locales y defender la soberanía cultural.

---

42. Análisis del diseño de las portadas del Periódico Opinión durante la Copa América de fútbol en junio de 1997

Brenda Molina Terrazas, Luis F. Rodríguez Camacho [Bolivia]

Tras una revisión individual y comparativa de las portadas del cuerpo principal y la separata deportiva del periódico Opinión, publicadas durante la Copa América de fútbol de 1997, se realizó el análisis de los elementos predominantes como la imagen, el texto y el color, que forman parte del diseño de las mismas. A través de esta revisión documental, se procedió con la diferenciación del uso de los mismos por su disposición en la portada, su tamaño y el color, además de la jerarquización de los mismos. Son 22 portadas las revisadas en la hemeroteca de Opinión, mismas que corresponden a las fechas 11, 12, 13, 18, 19, 25, 26, 27, 28, 29 y 30 de junio de 1997; mes en el que la Selección boliviana tuvo un papel significativo en la 38ª Copa América de fútbol al haber sido uno de los finalistas del campeonato, llegando a disputar el último partido contra el equipo de Brasil. Además del papel protagónico de 'la Verde', la relevancia de dicho torneo para los connacionales radica en que Bolivia también fue sede de dicho torneo, que se jugó en el estadio Hernando Siles de la ciudad de La Paz y otras ciudades capitales del país del 11 al 29 de junio de dicho año. Se consideró las portadas de las fechas mencionadas, tomando en cuenta la importancia de las mismas incluso una fecha antes del desarrollo de cada encuentro jugado por la Selección boliviana ya que es entonces cuando se anuncian dichos encuentros generando expectativa en los lectores.examinar el diseño de las portadas del Periódico Opinión De acuerdo al primer objetivo planteado, respecto a examinar el diseño de las portadas del Periódico Opinión durante la participación de la Selección boliviana en la Copa América de fútbol en junio de 1997, en primera instancia se procedió con la selección de las portadas significativas de dicho periodo temporal, para incluir en la investigación aquellas directamente relacionadas con las fechas en las cuales el equipo de fútbol de Bolivia se vio directamente involucrado. El criterio de selección para la examinación de chicas portadas fue el rango de fechas; las mismas corresponden a un día antes de los partidos en los que participó el equipo boliviano, el día del partido y un día después. En ese sentido, producto de las portadas de las fechas 11, 12, 13, 18, 19, 25, 26, 27, 28, 29 y 30 se registró un total de 22 portadas para su revisión a detalle, en cuanto a los aspectos gráficos y de diseño. Para la descomposición del diseño de las portadas del Periódico Opinión durante la participación de la Selección boliviana en la Copa América de fútbol en junio de 1997, se diseñó una tabla en la que se diferencia la portada del cuerpo principal y la portada de la separata deportiva. Dicha tabla permite diferenciar los elementos gráficos del texto, y las diferencias que radican entre una edición y otra en cuanto a su uso efectivo y su aprovechamiento periodístico, informativo y de impacto. La tabla sirvió para revisar elementos gráficos como la fotografía, las características de la imagen principal, el color, tamaño de la imagen, fotografías secundarias y otros elementos gráficos como la disposición de la cabecera, marca principal y de los auspiciadores. En cuanto a la reflexión sobre los componentes En esta herramienta, se observan muchas similitudes respecto al texto, su disposición y color en casi todas las ediciones revisadas; concluyendo que dichos espacios dispuestos en la retícula de la portada del periódico son simplemente adaptados diariamente de acuerdo al contenido noticioso y la jerarquización del mismo.

Es decir, no se realizan intervenciones en el ámbito del diseño gráfico en las ediciones diarias de las portadas revisadas, simplemente se reutilizan maquetas predeterminadas. En ese sentido, se concluye que las 22 portadas del periódico Opinión, publicadas durante la Copa América de fútbol de 1997, no fueron elaboradas diariamente bajo criterios de diseño gráfico que busquen novedad o diferenciación de una edición a otra. Al contrario, las mismas son tomadas de una especie de 'banco de maquetas' en el que el diseño de las portadas se encuentra predeterminado, así como la distribución de los textos, la jerarquización de la información y los colores utilizados. Sin embargo, el elemento que convierte cada una de las portadas en una pieza periodística única es la fotografía principal de la portada. Este es un aspecto relevante observado en las 22 portadas analizadas ya que, si bien el diseño asignado para cada portada incluso llega a repetirse de un día al otro, es la fotografía deportiva la que capta la atención del público, otorgando color, dinamismo y máximo movimiento, ya que se trata de imágenes deportivas. Además, un elemento importante al cual se recurre durante el desarrollo de la Copa América '97 es el sentido del orgullo nacional, el sentimiento de esperanza por ganar el máximo galardón en esta competencia, pues no hay que olvidar que la Selección boliviana llegó a ser finalista en el certamen futbolístico, subcampeona. A medida que se acerca la fecha de la final del torneo, 29 de junio, se recurre con mayor frecuenci al uso de los colores de la bandera nacional, rojo amarillo y verde, además de las tonalidades propias del uniforme del equipo boliviano, verde y blanco. Finalmente, dentro de este periodo en el cual se desarrolla la Copa América '97, que tiene como escenario a Bolivia, las portadas del Periódico Opinión, en el cuerpo principal y la separata deportiva, encuentran en la fotografía deportiva un elemento de diferenciación y de herramienta principal de captación de lectores que, además, siendo conmovidos en el sentimiento de bolivianidad, encuentran su propia identidad y esperanza en portadas alentadoras que muestran a los 'héroes del momento', los futbolista del equipo boliviano del '97 que llegaron a ser subcampeones del torneo de la Copa América, disputando el máximo puesto con Brasil.

---

43. Cartelismo social e infancia objetual: retórica visual y memoria histórica en tres carteles contemporáneos

Joseph Nuñez [Ecuador]

Este trabajo analiza tres carteles contemporáneos sobre la infancia desde una perspectiva de la comunicación visual y la semiótica, en los que el cuerpo infantil es sustituido por objetos cotidianos con alta densidad simbólica. Enmarcado en la tradición del cartelismo social, el estudio concibe el afiche como un medio de intervención pública y pensamiento visual crítico, capaz de condensar problemáticas complejas mediante estrategias de síntesis y retórica visual. Desde un enfoque analítico e interpretativo, se examinan operaciones como la metáfora, la sustitución y la condensación, junto con el uso del vacío y la economía formal como mecanismos de construcción de sentido. De este modo, las piezas convierten elementos comunes en signos de vulnerabilidad, desarrollo y maltrato infantil, demostrando que la ausencia de la figura infantil no disminuye la fuerza del mensaje, sino que la intensifica al activar una lectura reflexiva en la que lo cotidiano opera como huella simbólica de una infancia vulnerada.

---

44. Visualización de datos en el arte. Del Storytelling al "Storymaking"

Giorgina Pirrotta [Argentina]

Se propone hacer un recorrido sobre los trabajos de algunos artistas que utilizan la visualización de datos como un recurso artístico, aplicando técnicas o metodologías de visualización poco convencionales, para generar impactos directamente relacionados con el mensaje que desean transmitir. Me centraré especialmente en la diferenciación entre presentación de la información contra la exploración de la información: Cómo la experiencia estética influye en la construcción de un relato, no sólo desde el rol de receptor, sino de vivenciador. Donde el Storytelling tradicional, direccional (presento la información para que la entiendas como la estoy contando) se muta frente a la mirada del otro, que complementa esa interpretación de los datos a partir de su experiencia estética con ellos. Aparece un impacto poético, emocional. Este proceso es al cual llamo como: StoryMaking. La información se convierte en un constructo conjunto, proceso que refleja también el lado que no vemos sobre la recolección de datos. El dato por sí solo no habla, no dice nada, está abstraído y no vemos todo lo que ocurrió para que quede almacenado. La propuesta invita a reflexionar sobre la interpretación que le damos a los datos, la subjetividad que creemos que no está, pero siempre que hay una construcción de sentido hay una carga de sesgos narrativos.

---

45. Divulgadores independientes en plataformas algorítmicas y redes sociales: nuevos mediadores del conocimiento científico

Daniela Tejada Vargas, Óscar Darío Villota [Colombia]

En América Latina, una parte importante de la comunicación científica que logra conectar con audiencias amplias no proviene únicamente de instituciones académicas, sino también de creadores independientes que operan en plataformas como YouTube, TikTok o Instagram. Este fenómeno no es accidental: responde a decisiones deliberadas de diseño comunicativo que permiten traducir el rigor científico a formatos coherentes con los códigos culturales y las lógicas algorítmicas de cada plataforma. Estudios como el de Buitrago y Torres Ortiz (2022) evidencian que los divulgadores independientes logran niveles

de interacción significativamente mayores que los canales institucionales, en parte porque combinan precisión conceptual con recursos narrativos propios de la cultura digital: el storytelling, el humor, la construcción de una voz cercana al espectador, entre otros. En contraste, las instituciones académicas tienden a reproducir en entornos digitales los mismos formatos del lenguaje escrito formal, ignorando que la visibilidad en plataformas digitales está mediada por algoritmos que priorizan criterios de engagement por encima del rigor (Gillespie, 2014; van Dijck, Poell y de Waal, 2018). Esta ponencia propone analizar las estrategias de diseño que emplean algunos divulgadores de ciencia en América Latina, identificando las decisiones visuales, narrativas y de formato que permiten a sus contenidos competir dentro de la economía de la atención (Schwartz, 2025; Giraldo-Luque y Fernández-Rovira, 2020). Se argumenta que estas decisiones de diseño son centrales, pues conectan con las expectativas y códigos culturales de las audiencias digitales. El objetivo es discutir qué puede aprender la divulgación científica de estas prácticas emergentes, y qué tensiones éticas y epistemológicas se generan cuando la comunicación científica adopta los lenguajes de las redes sociales. Finalmente, se plantea una reflexión en torno al diseño como práctica de mediación, cuya intervención da forma a los contenidos e incide en las condiciones mismas bajo las cuales estos se hacen visibles, circulan y adquieren valor en estos entornos.

COMISIÓN: MODA, INDUMENTARIA Y DISEÑO TEXTIL
MIÉRCOLES 15 DE JULIO 2026 - 15 HS.

46. Lo que nadie te cuenta del diseño de indumentaria: tiempos, procesos y realidad

Victoria Amatore [Argentina]

Detrás de cada prenda hay mucho más que inspiración: hay planificación, tiempos, errores, justes y decisiones que definen el resultado final. En esta charla, comparto la experiencia real de producir indumentaria desde VA Estudio, una empresa textil que desarrolla uniformes y productos terminados para marcas y empresas. El objetivo es mostrar, sin romanticismos, cómo funcionan los procesos de diseño y producción en el mundo real, y qué necesita saber quien quiera iniciarse en este camino.

---

47. La mirada: ¿desde qué punto?

Nazareth Aliss Chuquimia Amusquivar [Bolivia]

Como estudiante de Diseño Gráfico en la Universidad Privada Boliviana, contando con el respaldo institucional de Alejandra Guardia Manzur, jefa de carrera, mi nombre es Aliss Chuquimia y presento ante la Universidad de Palermo mi proyecto de investigación y creación fotográfica titulado 'La mirada: ¿desde qué punto?'. Esta propuesta de narrativa visual contemporánea busca la reinterpretación de lo cotidiano mediante perspectivas no convencionales. El proyecto se fundamenta en la captura de elementos y espacios frecuentemente ignorados que, a través de encuadres divergentes, reflejos y fragmentaciones, logran romper la percepción automática de la rutina para resignificar el entorno. Esta exploración no solo aborda fenómenos perceptivos, sino que se vincula con la evolución antropológica e identidad cultural de Bolivia, analizando lo que permanece frente a los cambios sociales y proponiendo una pausa visual ante la inmediatez contemporánea. Por lo expuesto, someto este trabajo a su consideración como caso de análisis académico en las áreas de fotografía, procesos creativos y narrativa visual.

---

48. In Floreré

Oriana Gomez [Argentina]

In Floreré, nace a partir de la propuesta del Instituto de la Bahía, para el desfile anual, con la temática "Resurgir 2025" basada en las inundaciones ocurridas en la ciudad de Bahía Blanca en marzo de ese año. Mis diseños exploran un viaje personal de transformación, materializado a través de una textura repetitiva: las flores, que funcionan como símbolo central de todo el proceso. La colección se construye a partir de la combinación de materiales como raso, microtul y scuba, elegidos por su contraste entre fluidez, transparencia y estructura. La narrativa parte desde una oscuridad inicial, entendida no como un final, sino como un territorio fértil. Desde ese espacio comienzan a emerger las flores de manera progresiva, convirtiendo cada prenda en un lienzo en constante evolución. Cada aparición floral representa un avance en el proceso interno: la maduración, la adaptación y el crecimiento emocional. Este desarrollo se potencia en contraste con la profundidad del negro, color que simboliza aquello que se deja atrás, lo que se transforma y ya no vuelve a ser igual. La colección propone el renacer como concepto central, entendiendo que la verdadera belleza surge al atravesar la sombra, resignificarla y transformarla en una nueva fuerza.

---

49. Moda Conceitual: Proposições para uma Definição Teórica

Marcelo Henrique, Carina Silveira [Brasil]

Este artigo tem como objetivo examinar as bases teóricas e metodológicas que fundamentam as diferentes interpretações de Moda Conceitual, a fim de identificar os elementos estruturantes que permitam formular uma definição mais precisa e operacional do termo. Por meio de uma revisão bibliográfica sistemática, o estudo analisa autores que relacionam moda, arte conceitual, linguagem simbólica, emoção e processos criativos, evidenciando a natureza híbrida e interdisciplinar da Moda Conceitual.

---

50. Innovación impulsada por el diseño en el contexto del diseño de indumentaria: análisis bibliométrico y detección de vacancias estratégicas

Carla Orozco Espinosa [Ecuador]

La presente ponencia expone los avances de una investigación doctoral centrada en la innovación impulsada por el diseño en el ámbito de la moda e indumentaria. El estudio parte de la premisa de que, si bien la relación entre diseño e innovación ha sido ampliamente abordada en la literatura, persisten vacancias en torno al diseño entendido como herramienta estratégica para la transformación organizacional y competitiva del sector. Metodológicamente, se desarrolló una revisión sistemática de literatura en las bases de datos Scopus y Web of Science (WOS), seleccionadas por su autoridad y validez académica. Se empleó la búsqueda avanzada en la colección principal, restringiendo los resultados a artículos científicos, capítulos de libro y libros, y excluyendo actas de conferencias. La estrategia de búsqueda —realizada en inglés para ampliar el alcance— incluyó los términos Fashion, Design e Innovation, junto con sinónimos como clothing, textile, garment y apparel, combinados mediante operadores booleanos (AND OR). La recuperación inicial arrojó 1857 documentos. Tras la depuración de duplicados (66 registros) y la revisión de títulos y resúmenes para verificar su pertinencia, el corpus final quedó conformado por 1494 publicaciones. El análisis bibliométrico se realizó mediante el software VOSviewer, que permitió identificar cuatro clústeres temáticos: (1) innovación en el área de diseño, vinculada al desarrollo de producto, digitalización y producción textil; (2) innovación orientada a la sostenibilidad, centrada en impacto ambiental, ciclo de vida y economía circular; (3) innovación en modelos de negocio, relacionada con estrategia, competitividad y creación de valor; y (4) innovación centrada en el comportamiento del consumidor, incluyendo nuevas formas de consumo y tecnologías inteligentes. Los resultados evidencian una concentración significativa en sostenibilidad y tecnología, mientras que se observa una menor problematización del diseño como eje estratégico integrador. Esta vacancia abre un campo de reflexión para reconfigurar el diseño como motor articulador de innovación sistémica en la industria de la moda.

---

51. Calzado para mujeres en Colombia (años 1920): Prácticas y significados

Robinson Salazar

Se entiende el calzado como un artefacto de la moda cargado de un lenguaje visual que comunica los usos, los ideales, los valores y los sentidos de las personas de una época. En particular, el calzado contribuye a revelar las prácticas sociales vinculadas con las mujeres, analizar cómo se las entendía, su ubicación en la sociedad y lo que se esperaba de ellas. Así pues, esta ponencia indaga por aquellas prácticas y significados socioculturales del calzado para dama a partir de la publicidad de la Revista Cromos de la década de 1920.

52. Edición transmedia: fusión de narrativa, tecnología y diseño dinámico para el futuro del contenido

María Pía Coppede Novelli [Argentina]

En la era del scroll infinito, la publicación exitosa exige una transición de la edición monodisciplinar a un enfoque transmedia. Esta ponencia explorará un modelo de gestión editorial que fusiona la excelencia textual con la innovación tecnológica y visual. La primera clave es la narrativa de calidad que asegura la credibilidad mediante la corrección ortotipográfica y de estilo rigurosa. El segundo pilar es la tecnología para implementar flujos de trabajo ágiles de gestión editorial y desarrollo de ebooks accesibles con enfoque en la experiencia de usuario (ux). Finalmente, se encuentra el diseño dinámico, utilizando ilustración, animación 2d y motion graphics para crear portadas impactantes e integrar contenido animado que maximice el engagement y la retención del lector. Esta integración no solo optimiza los procesos productivos, sino que impulsa la proyección profesional internacional y la rentabilidad del negocio editorial, preparando a los asistentes para liderar la creación de productos de contenido híbrido.

---

53. El cuerpo como interfaz narrativa: instalación, performance y transmedia

Juan Esteban Gómez [Colombia]

En las últimas dos décadas, los estudios sobre narrativa transmedia han priorizado la expansión de relatos a través de múltiples plataformas, descuidando la dimensión corpórea y espacial de la experiencia. Paralelamente, la instalación artística y la performance han explorado la presencia física del espectador, pero rara vez han integrado sistemáticamente estrategias transmedia que articulen los espacios físico, digital y performático en una misma narrativa. Frente a este vacío interdisciplinar, esta ponencia sostiene que el cuerpo del espectador- actuante (prosumidor) se convierte en la interfaz narrativa principal cuando convergen la instalación, la performance y lo transmedia. El objetivo es delimitar conceptualmente esta triada como un ecosistema narrativo unitario y ofrecer criterios operativos para su análisis y diseño. Desde una perspectiva fenomenológica (Massumi, Hansen) y crítica (Rancière, Fischer-Lichte), se propone que la narración emerge de la relación cinestésica, háptica y decisional del cuerpo en tiempo real, superando tanto la interactividad funcional como la yuxtaposición de medios. Metodológicamente, se presenta un abordaje multimodal y situado que integra tres fases: identificación de componentes, análisis dinámico de la performatividad del espectador y síntesis evaluativa mediante una matriz de integración narrativa. Además, se esboza un modelo de creación artística en cuatro

etapas iterativas. Los resultados esperados incluyen aportes teórico-conceptuales (definición operativa de "espacio de integración narrativa"), metodológicos (matriz de integración, parrilla de observación, protocolo de documentación multimodal) y práctico- casuísticos (principios de diseño, validación empírica de la emancipación del espectador, condiciones de borde). La ponencia contribuye así tanto a la discusión académica sobre narrativas expandidas como a la práctica artística y curatorial. Palabras clave Cuerpo como interfaz – instalación performativa – narrativa transmedia – espectador performativo – integración narrativa

---

54. Narrativas de género en el cuento infantil como dispositivo de transformación cultural

Dayra Marcela Hidalgo Paz, Yubar Portilla Benítez [Colombia]

Presentación de investigación en curso sobre roles y estereotipos de género en prácticas discursivas de cuentos infantiles colombianos. Se analiza cómo la literatura infantil construye imaginarios de feminidad masculinidad, reproduce o subvierte estereotipos de género, y socializa niños niñas en roles tradicionales o alternativos. El estudio incluye análisis de discurso, semiótica visual de ilustraciones, y recepción infantil de contenidos. Se documenta también el póster de investigación "El cuento de siempre, puede ser diferente" (Salón Internacional Póster San Mateo, 2025) que sintetiza hallazgos visualmente. La ponencia reflexiona sobre responsabilidad ética de diseñadores gráficos, ilustradores y editores en construcción de imaginarios de género. Se proponen principios para diseño de literatura infantil que promueva equidad de género, diversidad de roles, y representaciones no estereotipadas. Pedagogía del diseño con perspectiva de género.

COMISIÓN: ESPACIOS, ARQUITECTURA, BIENESTAR Y ACCESIBILIDAD
JUEVES 16 DE JULIO 2026 - 10 HS.

55. Neurointeriorismo. Diseñando espacios desde la emoción y la cognición

Cesar Giovanny Delgado Banegas [Ecuador]

La neuroarquitectura se ha consolidado como un campo de carácter transdisciplinar que posibilita comprender la experiencia del espacio construido a partir de la relación entre percepción, emoción, cognición y corporalidad. En este marco, el presente artículo examina el rol del espacio interior y del simbolismo como mediadores de respuestas neurocognitivas, a partir del análisis de dos estrategias proyectuales clave: la abstracción y la figuración. Desde un enfoque teórico- heurístico, se integran aportes de la neurociencia, la psicología cognitiva, la neuroestética y la teoría del diseño, con el propósito de explicar los mecanismos mediante los cuales los componentes espaciales —forma, materialidad, color, textura, luz y vegetación— influyen en la experiencia del usuario. Los hallazgos permiten reconocer ejes neurocognitivos estructurantes que articulan la relación entre procesos preconscientes y conscientes, dimensiones sensoriales y simbólicas, así como factores ontogenéticos y filogenéticos implicados en la percepción del espacio interior. La discusión plantea que la abstracción y la figuración no deben concebirse como lenguajes formales contrapuestos, sino como estrategias complementarias dentro de la neuroarquitectura, capaces de activar distintos niveles de experiencia emocional, cognitiva y simbólica. Desde esta perspectiva, el artículo no se limita a describir los efectos del espacio interior en el usuario, sino que propone un marco conceptual que entiende el diseño interior como una práctica de mediación neurocognitiva y simbólica, concibiendo finalmente el espacio interior como un sistema relacional dinámico que amplía el alcance disciplinar hacia la configuración consciente de experiencias significativas.

---

56. La accesibilidad como motor de cambio: Innovación social en accesibilidad, del problema real al subtitulado en vivo

Vladimir Draguicevic Muñoz [Chile]

Exploraremos cómo nace Accessibility Live Caption, una herramienta gratuita de subtitulado en vivo creada a partir de entrevistas y necesidades reales. Veremos el proceso de diseño y por qué soluciones pensadas para personas con discapacidad terminan mejorando la experiencia de toda la comunidad.

---

57. Marco metodológico para evaluar biosimuladores educativos

María José Dubois, Victoria Díaz, Gilda N. González [Argentina]

Durante los primeros años del 2000, diversos estudios evidenciaron el impacto del error humano en la seguridad del paciente, impulsando el desarrollo y consolidación de la simulación médica como estrategia formativa. La simulación clínica reproduce entornos asistenciales con fines de capacitación, entrenamiento y evaluación, favoreciendo el aprendizaje seguro mediante la práctica y la repetición. En este contexto, la Universidad Nacional de Hurlingham (Argentina) desarrolló un proyecto orientado al diseño y producción de biosimuladores de bajo costo y fidelidad moderada, destinados a la formación en enfermería. El proyecto atravesó una etapa exploratoria vinculada a tecnologías de impresión 3D, una fase de desarrollo de prototipos (ostomía, medicación subcutánea y traqueostomía) y una tercera etapa actualmente en curso, centrada en la mejora y validación de los dispositivos. Esta última etapa incorpora una perspectiva específica del diseño, orientada a evaluar la experiencia de uso de los biosimuladores como herramientas pedagógicas. Para ello se desarrolló un marco de anteceden-

tes metodológicos y una guía de evaluación organizada en tres instancias complementarias: definición del alcance, evaluación con expertos y evaluación con usuarios, junto con un protocolo específico para la realización de pruebas en contexto formativo. El trabajo propone una metodología transferible para el análisis de dispositivos de simulación educativa, contribuyendo al fortalecimiento de proyectos de innovación en salud desde el campo del diseño.

---

58. Diseñar para enseñar: Teatro de Papel como recurso educativo infantil

Paola Fernanda Jaramillo Bastidas [Ecuador]

El proyecto de titulación Teatro de Papel, desarrollado por la ahora licenciada en Diseño Gráfico Ana Paula Vázques, bajo la asesoría de la docente Mtr. Paola Jaramillo, de la PUCE Ibarra, consiste en el diseño de una herramienta didáctica interactiva dirigida a niños de primer año de Educación General Básica, aplicada en la asignatura de Educación Religiosa Escolar en instituciones educativas católicas de Misioneros Identes. El recurso se fundamenta en la adaptación gráfica de cinco relatos del libro Leyendas de Amor de Fernando Rielo: Amor paterno, Pared rocosa, Casita de Nazaret, Paseo del prado y Estela de un lucero. Estas historias fueron reinterpretadas mediante criterios de diseño editorial, ilustración y narrativa visual, con el fin de generar contenidos comprensibles, atractivos y acordes a la edad del público infantil. Cada relato se materializa en un kit de teatro de papel, concebido como un recurso manipulable que promueve la participación activa, la creatividad y el aprendizaje significativo. Los cinco kits están estructurados para ser utilizados durante cinco semanas, con sesiones de 40 minutos, permitiendo una secuencia didáctica coherente orientada a facilitar la comprensión de la vida, valores y legado de Fernando Rielo. Desde el eje Enseñanza del Diseño, esta experiencia evidencia el rol del diseño gráfico como mediador pedagógico, destacando cómo el proyecto de titulación puede convertirse en un espacio de integración entre formación académica, innovación educativa y compromiso social. La ponencia busca aportar a la reflexión sobre el potencial del diseño como herramienta para la enseñanza y el aprendizaje en contextos educativos reales.

---

59. Neuroiluminación: Vínculo de luz, interiorismo y ser humano

Fernando Mazzetti [Argentina]

La arquitectura ha tratado históricamente a la luz como un recurso técnico o estético. Sin embargo, la neurociencia demuestra que la luz es también un estímulo biológico capaz de modular el cerebro, las emociones y los ritmos circadianos. Esta ponencia propone repensar el interiorismo desde la neuroiluminación, entendiendo la luz como un material invisible que modela la experiencia humana. Diseñar iluminación ya no implica solo ver mejor, sino habitar mejor: sincronizar cuerpo, mente y espacio a través de la luz. Activar mecanismos sensoriales y fisiológicos que mejoren la calidad de vida de las personas en todo ámbito.

---

60. Neuroarquitectura: El Poder del Espacio en la Mente Humana

Daniel Alfredo Vargas Arana [Colombia]

"Neuroarquitectura: El Poder del Espacio en la Mente Humana", una exploración profunda, visual y aplicada sobre cómo los entornos físicos moldean nuestras emociones, comportamientos y capacidades cognitivas. La charla aborda los pilares del sistema nervioso, la neurogénesis, la neuroplasticidad y los límites del cerebro en relación con los entornos que habitamos, demostrando cómo el diseño puede sanar, potenciar el bienestar y mejorar la productividad. Presento además herramientas concretas para diseñadores, arquitectos y estudiantes, como el uso del efecto AWE, principios de Biofília, geometrías orgánicas, manejo del dolor ambiental, estética universal y estimulación multisensorial. La ponencia incluye dos casos de estudio reales —Parque Paley (NY), Triconylon (Colombia) y proyecto en desarrollo de diseño para la empresa en Colombia Weston, que ejemplifican cómo la neuroarquitectura transforma espacios en experiencias humanas significativas. Mi objetivo es aportar a la Semana Internacional de Palermo una mirada innovadora, científica y aplicable que conecte la arquitectura con la neurociencia y el bienestar humano, inspirando a la comunidad académica y profesional hacia un diseño más consciente, empático y humano.

---

61. Infografía | Celia Cruz, 100 años de su natalicio: géneros musicales que exploró - la Guarachera - de Cuba

Ada Fernández [Colombia]

Aunque Celia Cruz es mundialmente famosa como la "Reina de la Salsa", su extenso repertorio abarcó una gran variedad de géneros de música cubana y latinoamericana, e incluso incursionó en otros ritmos y así lo demuestran colaboraciones y grabaciones que la acercaron al pop, al rock e incluso al ska. Este es un listado de 25 canciones que la artista interpretó en géneros diferentes a la salsa.

---

62. La ilustración como cambio social desde el mural

Verónica Gamboa Canales [México]

Esta ponencia explora cómo la ilustración trasciende la estética para convertirse en un motor de conciencia social capaz de sintetizar temas complejos en ilustraciones que propicien cambio social, capaz de movilizar al espectador. Se analizará la narrativa visual y la psicología del espectador, se explora el diseño con propósito que equilibra la visibilización de problemas con mensajes de acción ciudadana desde el muralismo.

---

63. Pensamiento visual y visualización de la información. El papel del diseñador como mediador simbólico
Martha Gutierrez Miranda [México]
Esta investigación parte de un análisis exploratorio y comparativo en relación a la percepción, el pensamiento visual y la visualización de la información, con el propósito de reconocer el valor del diseño como puente que favorece la interpretación y la construcción de significados. Se revisa la base conceptual sobre el pensamiento visual como proceso cognitivo que integra sensaciones y percepciones, para luego vincularlo con la recientemente reconocida disciplina de la visualización de la información, que busca transformar los datos abstractos o complejos en representaciones comprensibles. La presente revisión pretende identificar la relevancia del diseño como recurso cultural, cognitivo y comunicativo en la construcción y transmisión del conocimiento y de igual manera, enfatizar cómo se han potenciado las formas de representación y creación gráfica, así como lo retos profesionales que esto implica, especialmente con la proliferanción de tecnologías y la emergencia que han provocado, en la práctica contemporánea del diseño y el desarrollo de objetos diseñados.

---

64. Diseño de Identidad visual para la Comparsa Torito en Carnaval
Isaac Eduardo Herazo Mercado, Wendy Goez, Ashley Sanjuan [Colombia]
El proyecto desarrolla la identidad visual de la Comparsa Torito en Carnaval, una propuesta cultural presentada en el marco del Carnaval de Barranquilla, festividad reconocida como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO. La comparsa retoma la figura del torito como símbolo de fuerza, tradición y expresión popular, reinterpretándolo desde una mirada contemporánea sin perder su esencia festiva. El proceso incluyó investigación sobre los elementos simbólicos del carnaval, análisis del contexto cultural y construcción de un concepto gráfico que dialoga entre tradición y modernidad. Se diseñaron recursos visuales como logotipo, sistema cromático, tipografía y aplicaciones que fortalecen la identidad colectiva de los danzantes y su proyección en escenarios culturales. Más que una propuesta estética, el proyecto busca preservar y resignificar el patrimonio cultural a través del diseño gráfico, entendiendo la identidad visual como una herramienta de memoria, representación y pertenencia dentro de una de las celebraciones más importantes de Colombia.

---

65. Rescatando el concepto clásico de belleza en el diseño gráfico
Aarón Mariscal [Bolivia]
En nuestra época, cuando la IA genera mil variaciones en segundos y la obsolescencia visual se mide en meses, es crucial proponer un ejercicio de resistencia creativa: recuperar el concepto clásico de belleza como estrategia de impacto eficaz. Lejos de oponerse a la innovación, la proporción, la integridad y la claridad de la filosofía clásica aristotélico-tomista ofrecen al diseñador contemporáneo una ventaja competitiva radical: la capacidad de comunicar con resonancia emocional profunda y permanencia cultural en un océano de imágenes descartables. Esta charla explorará cómo los principios del arte clásico — aplicados a la composición de piezas gráficas— pueden transformarse en herramientas de diferenciación profesional, permitiendo diseñar piezas que no solo capturen la atención fugaz del scroll, sino que, además, instalen en la memoria del espectador una experiencia estética verdaderamente inquietante y memorable.

---

66. Retóricas visuales como estrategia de diferenciación en la comunicación gráfica
Valentina Mendoza Rozo, Lina Gabriela Joya Peña, Lina Gabriela Joya Peña, María Juliana Zapata Velasco [Colombia]
Esta investigación se enfocará en el estudio de las retóricas visuales dentro de la comunicación gráfica y su papel en la recordación y diferenciación de los mensajes visuales. Se busca analizar cómo en los recursos visuales utilizados en piezas gráficas permiten que los mensajes sean más memorables y distintivos para el público, especialmente en contextos donde existe una alta exposición a información visual.

---

67. Del Trazo al Grito. La Síntesis Visual y el Minimalismo Político en la Obra de 'Ari'
Nicolás Restrepo Henao, Paula Andrea Correa Montaño, Francisco Fernando Gallego Escobar, Juan Pablo Jaramillo Salazar [Argentina]
La presente investigación propone el desarrollo de un modelo conceptual que, si bien es aplicado a la obra del caricaturista Fabio Arias, "Ari" puede ser aplicado a obras similares especialmente caricaturas con tinte político. El lenguaje visual minimalista de la obra de Ari, con esa carga de incidencia social en la opinión pública es lo que permite realizar este análisis. Metodológicamente, se trabaja con una triangulación teórica que abarca tres dimensiones: la estructural, basada en la dualidad significado-significante de Ferdinand de Saussure; la pragmática, usando la triada ícono- índice-símbolo de Charles Sanders Pierce y la interpretativa de Umberto Eco, por medio de los conceptos de enciclopedia y lector modelo. La investigación no puede dejar de lado el nivel formal de análisis de la imagen utilizando tres referentes teóricos como son: Abraham Moles y su teoría de la información, Donis A. Dondis y Justo Villafañe con el análisis mediante la sintaxis visual. La claridad comunicativa de Ari no reside en el virtuosismo de su gráfica, sino en la legibilidad del mensaje, el uso de los espacios negativos y

una baja iconicidad. Al final, el modelo conceptual propone una comprensión de cómo la síntesis visual es la herramienta para la denuncia pública de Ari en tiempos donde la saturación de información es abundante.

---

68. Del dato al relato: Mapas, diseño y narrativas visuales para la comunicación del territorio

Daniela Tobar Abarca [Argentina]

Las tecnologías geoespaciales han ampliado significativamente el acceso a datos territoriales y herramientas de análisis, permitiendo que profesionales de diversas disciplinas integren mapas digitales en su práctica cotidiana. Sin embargo, transformar datos en representaciones comprensibles y significativas requiere decisiones de diseño que influyen directamente en la forma en que el territorio es interpretado. Esta presentación propone recorrer el proceso que va del análisis de datos geográficos a la construcción de narrativas visuales, entendiendo la cartografía como una instancia de traducción entre información técnica y comunicación estratégica. A partir de experiencias de capacitación y proyectos interdisciplinarios, se examinan criterios de visualización, jerarquización de datos y construcción de relatos espaciales. La propuesta busca destacar el rol del diseño como mediador entre conocimiento científico, contextos territoriales y públicos diversos.

---

69. Nora, diseño editorial e ilustración accesible para dislexia

Laura María Trejos [Colombia]

Esta ponencia presenta Nora, un producto editorial digital interactivo dirigido a niños con dislexia, enfocado en el diseño de ilustración, composición y construcción de personaje como estrategias de accesibilidad, la propuesta aborda limitaciones comunes en productos editoriales digitales para este grupo poblacional, planteando la ilustración como herramienta de mediación cognitiva; El proyecto se centra en el diseño del personaje Nora como eje narrativo y emocional, mientras que la composición visual se estructura para reducir la carga perceptual y facilitar la comprensión, ajustando visualmente una aproximación al diseño editorial inclusivo centrado en la experiencia visual y cognitiva del usuario.

---

70. Arquitectura de la mirada. Decisiones de diseño gráfico en la era de la distracción

Martín Valenzuela [Argentina]

En el marco de la economía de la atención, donde la percepción se encuentra atravesada por una sobreabundancia de estímulos visuales, el diseño gráfico enfrenta el desafío de construir mensajes capaces de captar, organizar y sostener la mirada. Esta charla propone una aproximación teórica y proyectual al diseño como dispositivo de mediación perceptiva, abordando el papel de las operaciones retóricas, la jerarquía visual y los principios de la percepción en la construcción de sentido. A partir de estos ejes, se reflexionará sobre las decisiones formales que configuran recorridos de lectura, orientan la interpretación y definen estrategias visuales pertinentes para contextos contemporáneos de dispersión atencional.

---

71. Representaciones gráficas

David Villa [Colombia]

Esta investigación, que se sitúa en los años 2024 y 2025, se realizó en la ciudad de Medellín en la comuna 7 Robledo, en los barrios afectados por la construcción del sistema de transporte Metro de la 80: El Progreso, El Volador, Pilarica y San Germán. Analiza desde la semiótica los carteles ubicados en las fachadas de los inmuebles, debido al desplazamiento intraurbano que afecta a la comunidad por la construcción del proyecto. Tomando como referencia una muestra de carteles ubicados en las fachadas de los inmuebles, así como las opiniones de las personas involucradas que forman parte de esta comunidad, se revelan los aspectos de comunicación de dichas piezas. Los resultados dan cuenta de los sentimientos de tristeza y desarraigo en los habitantes, así como un aumento en la percepción de la inseguridad en el sector. Las manifestaciones gráficas en el territorio, como los carteles y los grafitis, se convierten en un canal de protesta y comunicación, aunque su percepción varía entre la apreciación artística y el vandalismo, principalmente entre jóvenes y adultos mayores. Los muros se convierten en canales de comunicación para expresar la inconformidad mediante mensajes que no encuentran espacio en los medios tradicionales a los que tiene acceso cada persona del sector o en los diálogos formales, convirtiéndose en medios que posibilitan a los habitantes de Robledo visibilizar la problemática del desplazamiento intraurbano. Estas piezas son la manera como la comunidad se apropia de este espacio. Surgen para generar una discusión e interrumpir con la cotidianidad de los transeúntes de la ciudad de Medellín. Esto plasma un mensaje disruptivo en diferentes superficies exteriores, ya que estos contienen mensajes con una intención de crítica o de denuncia. En algunas ocasiones, las instituciones recurren a normalizar las intervenciones gráficas en la ciudad por parte de sus habitantes para alivianar los ánimos de protesta causados por malestar. Aunque la libertad de expresión es un derecho legítimo que establece la Constitución Política colombiana, las líneas entre las piezas gráficas legales o las ilegales que atentan contra los bienes inmuebles son muy difusas.

COMISIÓN: METODOLOGÍAS, PROCESOS Y GESTIÓN DEL DISEÑO
JUEVES 16 DE JULIO 2026 - 15 HS.

72. Scrum para equipos creativos de alto rendimiento
Mariana Agudelo Martínez, Yelitza Guerra Montoya, Lina Mar Zapata Pérez [Colombia]
La metodología Scrum, basada en el empirismo y los pilares de transparencia, inspección y adaptación, se define como un marco liviano diseñado para abordar problemas complejos. Esta ponencia analiza cómo el semillero InCore ha trasladado este modelo técnico al campo creativo, adaptando su estructura para optimizar procesos de ideación y diseño, demostrando que el modelo Scrum permite que equipos creativos de alto rendimiento entreguen productos de máximo valor.

---

73. Diseño en transición. El desafío de diseñar (y perdurar) en el contexto actual
Eugenia Correa [Argentina]
En los tiempos de hoy, la práctica del diseño no es ajena a la volatilidad de los desafíos que exigen mayor adaptación y flexibilidad a los contextos cambiantes. La capacidad de entender las necesidades del presente y atender con precisión y previsión esas demandas, implica la puesta en juego de la idoneidad adquirida, asumida por el diseñador a partir de su expertise. La combinación de un diseño ético, sostenible, perdurable y amable con el contexto en que se inscribe no nace de un día para el otro, sino que remite a un entramado de conocimientos, experiencia, habilidades profesionales y sociales que conllevan a plasmar el recorrido en espacios o escenarios no previsibles, transmutables, desafiantes. Es allí donde el diseño se nutre de saberes diversos y reflexivos que no sólo portan la mirada y el hacer proyectual sino su capacidad transformadora, reivindicativa de procesos que buscan ir más allá de la mera funcionalidad para construir espacios autorreflexivos, identitarios y conscientes. Cuando el diseño construye y resignifica algo más que diseño. Cuando los diseñadores asumen su potencial resolutivo en línea con su profunda sensibilidad social. Es allí cuando la propuesta proyectual atraviesa el campo profesional y se expande hacia uno mayor, el de la sociedad en su conjunto, en busca de un bien colectivo mayor.

---

74. Brainrot Creativity: la estupidez como conector de marca
Pancho González [Chile]
En una era donde la inteligencia artificial, los algoritmos y los datos gobiernan la creatividad, surge un fenómeno inesperado que desafía toda lógica: el brainrot. Este término, nacido en la cultura digital, describe ese consumo excesivo de contenido absurdo, caótico y aparentemente sin sentido… pero que logra lo que muchas marcas no: captar atención real, generar conexión emocional y volverse parte de la conversación cultural. En esta charla, Pancho González —Chief Creative Officer de Inbrax e impulsor del concepto— explora cómo la "estupidez" se ha convertido en una herramienta poderosa de conexión en el marketing contemporáneo. A través de ejemplos virales, campañas icónicas y análisis culturales, demuestra que detrás del humor tonto, los memes y lo irracional hay una inteligencia emocional que conecta de forma profunda con nuevas generaciones saturadas de información. "Brainrot Creativity" invita a repensar el rol de la creatividad en tiempos de inteligencia artificial: no como un acto de perfección o eficiencia, sino como un espacio de libertad, error y humanidad. Porque en un mundo sobreanalizado, lo más inteligente que puede hacer una marca… es atreverse a ser estúpida.

---

75. Diseñar en escala real
Ernesto Gougain García [Argentina]
La actividad propone explorar cómo el diseño cambia cuando abandona la pantalla y debe funcionar en el espacio físico real. A través de casos aplicados a arquitectura, señalética e intervención visual desarrollados para empresas inmobiliarias en Palermo, se compartirán procesos reales de diseño y producción a gran escala. La propuesta incluirá además una experiencia participativa en vivo donde los asistentes formarán parte de decisiones vinculadas a composición, percepción y relación entre diseño y espacio arquitectónico.

---

76. Modelo metodológico para el desarrollo de propuestas de intervención bajo el trinomio diseño, comunicación y tecnología
Martha Gutierrez Miranda [México]
El proyecto parte del reconocimiento del diseño como estructura sistémica capaz de mediar procesos sociales, comunicativos, educativos y culturales, y propone una integración dialéctica entre teoría, metodología y praxis.El modelo propuesto busca trascender la fragmentación disciplinar, promoviendo una visión sistémica, crítica y socialmente responsable del ejercicio profesional. Su doble propósito consiste en: 1. consolidar una alternativa metodológica innovadora para la investigación en, desde y para el diseño; y 2. fortalecer la formación profesional de estudiantes de posgrado, integrando la investigación- acción como eje estructural del proceso formativo.

---

77. El impacto de las redes sociales con relación al comportamiento del consumidor y las decisiones de compra de la Generación Z
Carlos Mendivil, Oswaldo Alberto Madrid Moreno, Alejandra Manig Íñiguez, Javier Alejandro Santana Martinez [México]

El inicio de las redes sociales se remonta a una plataforma llamada Six Degrees, que fue lanzada en 1997 por Andrew Weinreich. En dicha plataforma, los usuarios creaban perfiles con la finalidad de compartir y conectar con sus amigos lo cual fue una innovación en el momento y sentó las bases para las redes sociales que hoy conocemos. A pesar de la innovación, Six Degrees se enfrentó a distintos desafíos, por ejemplo; la tecnología de aquel entonces no estaba lo suficientemente avanzada para soportar una plataforma de esa magnitud y el acceso a internet no era tan común y extendido como lo es ahora, por lo que finalmente cerró en el 2001. Después empezaron a surgir otras plataformas de redes sociales como Friendster, MySpace, entre otros. Pero todo cambió cuando en el 2004, Mark Zuckerberg lanzó Facebook, como una red exclusiva para estudiantes universitarios que después se abrió al público en general. "Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos" Celaya (2008). A partir de ese momento se han creado distintos tipos de redes sociales con enfoques que satisfacen distintas necesidades y gustos como Twitter, Linkedin, Youtube, Tiktok y debido a que la era donde la sociedad actual se desenvuelve esté inclinado a lo digital estas plataformas se han convertido en una herramienta indispensable para empresas, negocios u organizaciones para interactuar, vender o promocionar sus productos servicios, transformando así la manera en que las personas toman decisiones de compra. En el contexto de las redes sociales, la generación Z, es denominada "nativos digitales", que nacieron a partir de mediados de los 90s y la década de los 2000, generación caracterizada por nacer en un mundo donde las tecnologías digitales moldean sus comportamientos, marcada por la llegada del internet y la digitalización.

---

78. Diseño de joyas para comunidades culturales contemporáneas: narrativa visual e industria creativa

Jorge Montalbán Blanco [España]

La comunicación presenta la joyería contemporánea como un ejemplo de la creciente permeabilidad entre diseño, arte e industrias culturales. A partir de casos reales desarrollados en el ámbito profesional, se analizará cómo determinadas marcas construyen productos dirigidos a comunidades culturales específicas vinculadas a la música, los videojuegos, el anime, el manga o la cultura visual digital. La propuesta explora la joya no solo como producto comercial, sino también como dispositivo narrativo, objeto cultural y herramienta de construcción simbólica, mostrando cómo el diseño contemporáneo opera cada vez más mediante procesos de hibridación entre disciplinas creativas.

---

79. Ponencia de Semillero de Investigación sobre el desconocimiento de la ciudadanía de Cali sobre nuevas tecnologías y proyectos de sostenibilidad

Claudio Samuel Antonio Sanchez Echenique [Colombia]

La presente ponencia analiza la relación entre publicidad y sostenibilidad, enfocándose en cómo las estrategias comunicativas influyen en la divulgación científica ambiental hacia la ciudadanía en Cali, Colombia. Su objetivo es identificar los fallos publicitarios y comunicativos que dificultan la comprensión pública de los avances en sostenibilidad, mediante un estudio descriptivo-analítico que articula dos conceptos teóricos centrales: la divulgación científica y la comunicación estratégica publicitaria. La investigación adopta un enfoque cuantitativo apoyado en encuestas y entrevistas en profundidad dirigidas a ciudadanos, científicos, empresas y publicistas del contexto local, con el propósito de caracterizar las prácticas actuales de comunicación y detectar limitaciones relacionadas con la narrativa, la claridad del mensaje y la segmentación de audiencias. A través de la recopilación y análisis sistemático de estos datos, se busca establecer patrones comunicativos, identificar barreras estratégicas y comprender cómo se construyen los discursos sobre sostenibilidad en el entorno urbano. Se proyecta que los hallazgos permitan reflexionar sobre la necesidad de desarrollar estrategias publicitarias más pedagógicas, accesibles y cercanas que faciliten la apropiación ciudadana del conocimiento ambiental.

80. Desarticulando un largo: el proceso de producción de mi primer largometraje independiente

Santiago Villamarin [Argentina]

La ponencia propone compartir el desarrollo de un primer largometraje a partir de una estrategia de producción alternativa: el trabajo de improvisación con actores ante los límites de un director. Este proceso surgió como respuesta a las limitaciones de acceso a instancias de fomento para nuevos realizadores. Frente a constantes quejas, decidí arriesgarme y hacer con las herramientas que tengo a disposición. El proyecto se organiza como un conjunto de cortometrajes autónomos que construyen una estructura de largometraje en tres relatos. Tres historias que atraviesan conflictos conversacionales cotidianos de la clase media.

COMISIÓN: INTELIGENCIA ARTIFICIAL, INNOVACIÓN Y FUTURO DEL DISEÑO
LUNES 27 DE JULIO 2026 - 10 HS.

81. Uso de la IA como referencia para crear logos o marcas

Angel Arias Camacho, Mercedes Moscoso Pozo, María Oviedo Becilla [Ecuador]

El uso de Inteligencia Artificial generativa puede ayudar a gene-

rar marcas de manera rápida, la IA está transformado los procesos creativos, de esta manera se pretende Analizar cómo la integración de estas herramientas puede crear logos o marcas. A través de un enfoque mixto, en donde se realizó revisión bibliográfica y la observación directa para examinar el impacto de la IA en la práctica profesional. Los resultados evidencian que la IA generativa optimiza los tiempos y flujos de trabajo, pero esto lleva a una repetición de logos en marcas en el mercado el cual carecen de podsolización propia. La conclusión, radica en que debe de existir un equilibrio entre la automatización y el pensamiento creativo del diseñador.

---

82. Entre Autonomia e Automação: O Papel do Pensamento Crítico no Design com IA

Gabriel Bergmann Borges Vieira, Julio Colbeich [Brasil]

Tecnologia e inteligência artificial têm alterado profundamente tanto as possibilidades quanto as responsabilidades do design, inserindo o campo em um contexto de alta complexidade social, ambiental e técnica. Este trabalho propõe compreender a IA não apenas como um novo conjunto de ferramentas, mas como um elemento que reorganiza métodos, etapas e formas de pensar o projeto. Ao mesmo tempo em que softwares, algoritmos generativos e sistemas de prototipagem aceleram o processo, eles também trazem desafios éticos (como autoria, plágio, transparência de processos) e a necessidade de fortalecer a capacidade analítica e crítica de designers. Nesse cenário, o design deixa de ser apenas um operador de interfaces tecnológicas para se afirmar como prática reflexiva: escolher ferramentas, adaptar métodos e interpretar resultados passa a exigir uma posição crítica frente aos dados, às automações e às consequências sociais das soluções propostas. A atividade parte desse contexto para discutir como integrar tecnologia e IA ao processo de design de modo consciente, explorando sua potência sem perder de vista o método, a criatividade e, principalmente, o pensamento crítico como eixo central da atuação projetual.

---

83. Espejo: Arte, algoritmo y epistemología sensible en la era digital

David Bermúdez Taborda, Jairo Madrigal Argáez

Este micro-ensayo aborda la obra de arte digital “Espejo” (2024) como un artefacto que fusiona la lógica algorítmica y la percepción sensorial. Su composición, marcada por la simetría, tonos ámbar y una ecuación de física de fluidos, la establece como un umbral entre el orden matemático y la estética del caos. Se argumenta que “Espejo” va más allá de la reinterpretación del Pop Art digital, funcionando como una profunda meditación sobre la materialidad del dato y la emergencia de una estética coevolutiva entre la máquina y la sensibilidad humana. La obra se sitúa en el discurso de la visualización de información, desafiando la frontera entre la precisión algorítmica y la interpretación subjetiva.

---

84. Creación de películas y series con inteligencia artificial

Juan Pablo de La Reza [Bolivia]

La propuesta analiza el uso correcto de la inteligencia artificial para crear personajes consistentes, realistas y con menos rastros de artificialidad en sus elementos visuales, mediante el mix de distintas inteligencias artificiales, gratuitas y pagadas como ser Sora,Gemini, Veo2, Veo3, Wisk, Nano Banana, Krea. ai, y Chatgpt, se logra implementar mayor realismo y textura en las imágenes generadas. Se reflexiona sobre el concepto, la conciencia y los Prompts extendidos desde el código JSON para un mayor lineamiento y calidad en la secuencia del diseño propuesto. La evolución de la inteligencia artificial fue lenta en sus inicios. Los personajes generados se percibían falsos y el mayor reto de los sistemas visuales era lograr consistencia en sus representaciones. Todo dependía de la suerte de un prompt que, en muchos casos, no garantizaba resultados coherentes. La ausencia de continuidad hacía que las historias fueran imposibles de expandir: resultaban breves, carentes de vida y de realismo. Hoy en día, esta tecnología no solo permite automatizar tareas repetitivas, sino también co-crear contenidos visuales complejos que antes requerían semanas de producción. Este ensayo explora el uso de la IA para generar personajes con efectos de zoom in sin perder detalle y con apariencia natural, así como su impacto en el diseño de personajes. El presente y el futuro del campo muestran un cambio radical en los tiempos y en la calidad de producción. La creación ya no tiene fronteras en términos de calidad y realismo. Hoy es posible imaginar a una mujer con el cabello rosado en plena época medieval y dotarla de gestos humanos: verla respirar, llorar o morir. Podemos generar expression sheets sin límites, utilizar nuestros propios rostros para actuar y multiplicar las posibilidades creativas en una infinidad de resultados visuales. Podemos elaborar universos únicos, series propias, películas y pensamientos con las oraciones con el correcto uso de las nuevas tecnologías. Ahora podemos crear distintas tomas de un mismo personaje, moverlo entre escenarios, ajustar su entorno, modificar sus gestos, vestimenta o expresión… sin perder su esencia original.

La línea visual, su identidad y lenguaje corporal pueden mantenerse consistentes escena tras escena. Desde un simple cambio de maquillaje hasta la transformación completa de un ambiente, el control es absoluto. Podemos intervenir tanto en lo interno como en lo externo: iluminar emociones, rediseñar atmósferas, profundizar en matices que antes solo eran posibles con grandes producciones. Hoy, la dirección de arte está en manos de quienes imaginan sin límites.

---

85. Diseño estratégico e inteligencia artificial para innovar con impacto local

Federico Del Giorgio Solfa, Felipe Torres Benoni [Argentina]

El diseño amplía su campo de acción al integrarse con inteligencia artificial, análisis de datos y gestión estratégica. En entornos de alta incertidumbre, su objeto de intervención ya no se limita a productos o servicios, sino que abarca sistemas, procesos de innovación y modelos de negocio. Con base en experiencias de docencia, investigación y consultoría, este trabajo examina cómo dichas articulaciones pueden apoyar la formulación de proyectos, la toma de decisiones, la validación de oportunidades y el fortalecimiento de pymes y entornos de desarrollo productivo local. Se adopta una perspectiva crítica sobre el uso de tecnologías emergentes, señalando tanto su potencial como sus limitaciones, con el fin de comprender cómo el diseño puede generar innovación con impacto económico, social y territorial.

---

86. Cine en el Bolsillo Narrativas Audiovisuales con Móviles e IA

Ronald Gonzalo Espitia Sánchez [Colombia]

Este taller propone un ecosistema de aprendizaje donde la tecnología móvil se convierte en el lienzo y la IA en el pincel. El objetivo es capacitar a los asistentes en la convergencia de la realización cinematográfica tradicional con flujos de trabajo automatizados. A través de una metodología intensiva, se explorará cómo optimizar la preproducción mediante guiones asistidos, capturar imágenes con estándares profesionales usando smartphones y aplicar técnicas de postproducción con algoritmos de IA, logrando contenidos disruptivos que respondan a las demandas actuales de los medios digitales y la comunicación visual contemporánea. El taller se desarrolla en 5 horas cronológicas divididas en tres núcleos fundamentales: Fase Teórica (2 horas): Fundamentos de la narrativa móvil y el impacto de la IA en el cine. Se analizan conceptos de ética, prompt engineering para guiones y la automatización creativa. Fase Práctica (2 horas): Captura técnica con celular (encuadre, luz, sonido) y taller de edición asistida por IA para montaje y mejora de imagen. Fase de Divulgación (1 hora): Socialización de productos realizados, retroalimentación grupal y estrategias de publicación en plataformas digitales.

---

87. Inteligencia artificial y transmedia para la pedagogía de paz en Colombia

Evi Dukaba Divaly Martínez Flórez [Colombia]

El proyecto es una propuesta que se encamina en establecer diálogos entre los procesos sociales-comunitarios y la inteligencia artificial en Colombia. De este modo, se desarrolló un proceso en Montería que vincula directamente a la población víctima del conflicto interno armado con herramientas digitales para construir narrativas transmedia que se enfoquen en generar valor público y transformar el entorno social. La transmedia, la IA y los procesos sociales y comunitarios hacen una triada para promover estrategias que se construyen desde el diseño, el arte y la sororidad para apuntarle a una paz transformadora que se vive y transita.

---

88. Laboratorios de Co-Diseño IA para Innovación Sostenible Universitaria

Mixzaida Yelitza Peña Zerpa, Claritza Arlenet Peña Zerpa [Venezuela]

Proponemos un modelo académico-experiencial innovador denominado “Laboratorios de co-diseño con inteligencia artificial para innovación sostenible”, desarrollado por un equipo interdisciplinario universitario que integra diseño, tecnología y negocios como un ecosistema formativo aplicado. La propuesta consiste en la implementación de laboratorios replicables en universidades latinoamericanas, donde estudiantes, docentes y emprendedores colaboran en la resolución de desafíos reales mediante metodologías de design thinking, analítica de datos e inteligencia artificial generativa. Estos laboratorios funcionan como “living labs” que conectan aula, mercado y territorio, permitiendo prototipado rápido de soluciones en áreas como sostenibilidad ambiental, economía creativa y transformación digital. Se incorpora una capa de IA para apoyo en ideación, validación de modelos de negocio y simulación de impacto, promoviendo decisiones informadas y éticas. El modelo busca fortalecer competencias estratégicas como creatividad aplicada, pensamiento sistémico y emprendimiento tecnológico.

---

89. La IA como socio generativo

Andrés Felipe Ramírez Arango, Diana Alejandra Urdinola Serna [Colombia]

El desafío actual en los procesos de diseño radica en la integración efectiva de la Inteligencia Artificial (IA) como una herramienta práctica. Más allá de la generación de contenido, esta propuesta emplea la IA en el desarrollo de herramientas para la autoproducción aplicadas a materialidades emergentes y experimentación morfológica, para aportar a la gestión de datos técnicos. Siguiendo la línea de Oxman (2010) sobre la computación basada en el material, este trabajo utiliza la IA para mediar entre la abstracción del código y la realidad física de los biomateriales. Al adoptar la figura de la IA como un ‘socio generativo’ (McCormack, 2019), se fomentan relaciones donde el diseñador no delega su pensamiento crítico, sino que utiliza la automatización para gestionar las recetas y las geometrías. Este enfoque fortalece el ‘saber hacer’ contemporáneo propuesto por Sennett (2008), integrando la técnica digital con la ejecución material. Metodológicamente, se establecen ciclos de iteración humano-máquina a través de prompting especiali-

zado, validando que la información digital define con precisión la estructura física de las materialidades. Como resultado, la IA se consolida como una coequipera estratégica que optimiza la documentación y sistematización de saberes técnicos en la investigación proyectual.

---

90. Autoetnografía dialéctica, cuerpo, inteligencia artificial y movimiento transmedial

Yolima Sánchez Royo [Colombia]

En el contexto de las prácticas transmediales contemporáneas, el cuerpo ha dejado de ser entendido como un soporte expresivo para configurarse como una interfaz activa de producción de sentido, donde convergen emoción, percepción y cognición, paralelamente, el desarrollo de sistemas basados en inteligencia artificial ha posibilitado nuevas formas de traducción y visualización de datos derivados del movimiento corporal, sin embargo, estas visualidades tienden a estandarizar y abstraer la experiencia, desvinculando el dato corporal de su dimensión subjetiva y situada. Esta ponencia propone una revisión conceptual de la autoetnografía como una estrategia dialógica que permite articular la experiencia corporal con la mediación algorítmica, entendiendo el movimiento no solo como dato, sino como lenguaje y forma de conocimiento. A partir de un enfoque de investigación- creación, se plantea un dispositivo tipo instalación, en el que el movimiento de un bailarín es capturado y procesado mediante sistemas de inteligencia artificial para generar visualidades en tiempo real, configurando una autoetnografía gráfica de las emociones. Se expone el proyecto donde se problematiza la relación entre cuerpo, tecnología y representación, incorporando la noción de intersubjetividad humano - IA y cuestionando los sesgos culturales presentes en los modelos algorítmicos, una visualidad resultado de un sistema de co-creación donde el cuerpo, el algoritmo y el diseño dialogan constantemente, permitiendo expandir las formas de narrar la experiencia emocional, posicionando el cuerpo como agente de conocimiento y la inteligencia artificial como dispositivo de traducción sensible en entornos transmediales.

---

91. Diseño y Modelado de procesos (BPM) con IA

Gabriela Vilanova, Agata Torres [Argentina]

Los procesos de negocio se refieren a la forma en que se organiza, coordina y enfoca el trabajo o actividades para producir un producto o servicio. El modelado de procesos de negocio (BPM) es necesario para optimizar la productividad de las organizaciones y mejorar su competitividad en mercados globales y en escenarios actuales de transformación digital. La evolución constante de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), la tecnología de agentes y la democratización del uso de dispositivos móviles han transformando radicalmente la forma en la que se accede a las fuentes de información y los procesos de gestión de los datos. La mayoría de las personas actualmente se mantiene conectada a diversos repositorios de datos para el acceso a diversos servicios de salud, turismo, educación, logística, negocios, ámbitos financieros, etc., lo que requiere de aplicaciones basadas en procesos dinámicos y flexibles, adaptables a los cambios de requerimientos de contexto y a las tecnologías emergentes móviles. En esta propuesta se exponen tendencias y comparaciones de herramientas de modelado de procesos.

COMISIÓN: IA, CREATIVIDAD Y TRANSFORMACIÓN PROFESIONAL
LUNES 27 DE JULIO 2026 – 13 HS.

92. De diseñador a Growth Marketer

Florencia Aquino [Argentina]

En el ecosistema digital actual, la frontera entre la estética y el rendimiento es cada vez más estrecha. Esta ponencia aborda la transición fundamental del diseñador tradicional hacia la mentalidad de Growth Marketing, un cambio de paradigma donde la creatividad se pone al servicio de la validación empírica y los objetivos de negocio. A lo largo de la sesión, se analizará cómo el diseñador puede trascender la ejecución visual para integrarse en el ciclo de crecimiento estratégico, adoptando metodologías de experimentación constante y análisis de datos para fundamentar sus decisiones gráficas. El núcleo de la propuesta se centra en la interconexión entre los principios del diseño y las etapas del embudo de conversión. Se explorará la capacidad de transformar elementos visuales en motores de adquisición y retención, sustituyendo la búsqueda de la perfección subjetiva por la optimización basada en resultados medibles. Al integrar conceptos como el diseño informado por datos y el testeo iterativo, los profesionales del sector no solo elevan la calidad de su entrega técnica, sino que se posicionan como actores clave en la generación de valor y la escalabilidad de productos digitales. En última instancia, el objetivo es dotar al creativo de un lenguaje estratégico que le permita demostrar que cada decisión estética posee una intención comercial y un impacto directo en el crecimiento de la organización.

---

93. Entre máquinas e mãos: autoria, rigor e responsabilidade no design sem IA

Gabriel Bergmann Borges Vieira, Jorge Tabajara [Brasil]

Esta proposta apresenta uma reflexão sobre o design realizado de modo autoral, sem o uso de inteligência artificial na geração de soluções visuais, tomando como estudo de caso o trabalho do ilustrador e designer Jorge Tabajara. A partir da análise de projetos selecionados, discutem-se processos que envolvem anos de estudo, prática, pesquisa, debate e refinamento técnico, em contraste com a rapidez e a aparente “facilidade” de

resultados produzidos por ferramentas automatizadas. O trabalho problematiza os limites das soluções geradas por tecnologia frente à construção de uma linguagem própria, ao domínio de fundamentos de design e à responsabilidade ética sobre o resultado projetual. Como adendo, aborda-se a relação entre autoria, propriedade intelectual e originalidade, destacando a importância da minúcia, do rigor técnico e do conhecimento de elementos e princípios de design na formação de um trabalho consistente, situado e verdadeiramente autoral.

---

94. Plágio, Referência e Originalidade: Desafios Contemporâneos na Formação e Prática do Design

Gabriel Bergmann Borges Vieira [Brasil]

Em um cenário marcado pelo acesso massivo a referências visuais, por cursos acelerados de "design" focados apenas em software e pela difusão de ferramentas de inteligência artificial generativa, a fronteira entre inspiração, citação, apropriação e plágio torna-se cada vez mais nebulosa. Esta atividade propõe uma reflexão crítica sobre o plágio em design, discutindo não apenas aspectos legais, mas, sobretudo, as implicações éticas, pedagógicas e profissionais. A partir de casos práticos e situações típicas do cotidiano acadêmico e do mercado (trabalhos estudantis, identidades visuais "inspiradas" em outras, rebranding com forte semelhança, uso acrítico de bancos de imagens e de outputs de IA), o objetivo é discutir como o campo pode diferenciar referência legítima de cópia, e que responsabilidades recaem sobre estudantes, docentes e profissionais.

---

95. Análise crítica de tendências tecnológicas Black Mirror: segundo mapa em prospeção

Monique Dandara, Alessandro Felippe, Sofía Miranda [Brasil]

O texto aborda o segundo movimento de prospecção de tendências tecnológicas presentes nos três últimos episódios da sétima temporada da série de ficção científica britânica Black Mirror; tais tendências, após o mapeamento, são articuladas com tecnologias recentes do cotidiano por meio da ferramenta de coolhunting (Maioli; Presotto; Palma, 2012), permitindo a identificação e análise de seus padrões. Acionamos a análise qualitativa de dados (Gil, 2008) para evidenciar que a temporada reforça a crítica da série frente às implicações éticas e sociais das tecnologias emergentes. Justificamos a relevância da conexão do campo dos estudos de tendências com o campo do ensino do design ao permitir o monitoramento de tendências socioculturais para o desenvolvimento de soluções de design.

---

96. El fin de los diseñadores gráficos

Renzo Guerra [Perú]

La carrera de los diseñadores gráficos a dejado de ser metódica, hoy cualquiera y sobretodo la IA puede manejar un software para crear identidad, web, diagramación o cualquier código visual requiera un cliente (si es que los hay), por que ahora se sienten autónomos de hacerlos ellos mismos, entonces que haremos?, nos volveremos investigadores, mejores en el pensamiento crítico y en como esa información nos hace destacar en la industria creativa, dejaremos de ser diseñadores para ser innovadores.

---

97. Diseñando al diseñador

Eugenia Martinez Barbazza [Argentina]

¿Qué habilidades necesitas para ser líder? ¿Como fomentar el valor del diseño como una cultura que va más allá de los diseñadores? ¿Te imaginas un mundo donde los CDO — Chief Design Officer— son la norma y el futuro de nuestras sociedades? ¿Cuán lejos te atreves a llegar como diseñador?» «Solo tú puedes diseñar tu carrera y por ende tu vida. Ven, te invito a participar en el proyecto más importante de todos: el diseño de ti mismo.»

---

98. IA generativa y el trabajo creativo

Rodrigo Iver Romero Frias, Marisleidy Alba Cabañas [Bolivia]

La propuesta consiste en desarrollar una revisión sistemática de literatura con apoyo bibliométrico sobre el impacto de la inteligencia artificial generativa en el trabajo creativo. El estudio analiza cómo herramientas como ChatGPT, Midjourney, DALL•E, Stable Diffusion y otros sistemas generativos inciden en tres dimensiones principales: desempeño laboral y productividad, procesos cognitivos y flujos de trabajo, y calidad, creatividad e innovación de los resultados. Metodológicamente, la revisión sigue los lineamientos PRISMA 2020, con búsqueda en Scopus y SciELO para el periodo 2022– 2026. Se identificaron 988 registros, se evaluaron 277 reportes a texto completo y se incluyeron 33 estudios finales. El análisis se complementa con bibliometría mediante VOSviewer 1.6.20. El aporte central es mostrar que la IA generativa no sustituye directamente el trabajo creativo, sino que lo reconfigura: acelera la ideación y el prototipado, pero aumenta la importancia de la curaduría, evaluación, control de calidad, juicio profesional, alfabetización en IA y metacognición creativa.

---

99. Plataformización de IA y medios generativos: organización e infraestructura

Luis Sebastián Rossi [Argentina]

Se afirma que los sistemas de IA reestructuran tanto a los procesos de comunicación como a los medios e industrias del entretenimiento. Sin embargo, los análisis suelen obviar el carácter central de los publishers de modelos fundacionales. Por ello, la presentación tendrá como objetivo identificar y reconstruir algunas de las características más salientes de los actores

que llevan adelante la plataformización de la IA. En ese sentido, luego de algunos puntos metodológicos, se presentarán tendencias tanto a nivel organizacional como infraestructural. Estos procesos iluminarán las relaciones posibles entre publishers y medios generativos en lo que concierne a newstech, videojuegos e industria audiovisual.

COMISIÓN: BRANDING, MARKETING Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA
LUNES 27 DE JULIO 2026 - 16HS

100. Estrategias de branding digital para posicionar artesanos Funamcrea Doncello Caquetá

Leidy Juliet Artunduaga Gómez, Diana Yisela Cabrera Lozada, Rodolfo Andres Villarreal Pazos [Colombia]

Esta investigación aborda la problemática del escaso posicionamiento de las marcas artesanales en El Doncello (Caquetá), a pesar del valor cultural y estético de sus productos. Los emprendimientos locales, que incluyen trabajos en madera, fibras naturales, pintura en lienzo, confección de prendas y uso de material recuperado, enfrentan limitaciones significativas en su visibilidad debido a la baja adopción de herramientas tecnológicas y la ausencia de estrategias estructuradas de branding. El marco teórico se centra en tres pilares fundamentales: Branding artesanal como estrategia para comunicar identidad cultural y diferenciar productos en mercados competitivos. Tecnologías de la información 4.0 y la comunicación (TIC) como catalizadores del posicionamiento de marca, a través de redes sociales, catálogos digitales, diseño gráfico y comercio electrónico. Políticas públicas y programas institucionales, como el programa #ArtesanoDigital, que si bien han beneficiado a miles de artesanos, aún presentan una cobertura limitada en territorios periféricos como Caquetá. Estudios previos en Latinoamérica evidencian que la implementación de marcas individuales o colectivas puede incrementar el reconocimiento y el valor percibido de las artesanías, siempre que se mantenga la autenticidad del producto y se integren narrativas identitarias. Sin embargo, en comunidades como El Doncello persisten brechas relacionadas con el acceso, la formación digital y la articulación de políticas locales. La investigación propone analizar cómo la integración de herramientas tecnológicas incide en las estrategias de branding de los artesanos del municipio, y cómo estas estrategias impactan en el posicionamiento de sus marcas. Se espera construir un modelo replicable que combine apropiación tecnológica, diseño identitario y valorización del patrimonio cultural, fortaleciendo la sostenibilidad económica y social del sector artesanal caqueteño.

---

101. La estética del perfil de Instagram de Javier Milei (2023-2024)

Mariano Cicowiez [Argentina]

Nuestra presentación se focaliza en el diseño estético que el presidente argentino realizó sobre sí mismo, con relación a la selección de las imágenes técnicamente elaboradas posteadas en su cuenta personal de Instagram durante el primer año de su gestión presidencial. En efecto, en la banda visual de los videos cortos y sobre la superficie de las fotografías, el mandatario construyó su corporeidad bajo dos figuraciones, una vinculada a su individualidad, y otra subsidiaria del cargo que desempeña (Debray, 1995). Ambas figuras convivieron por igual en su cuenta, a través de la cual el diseño tecnológico de su representación constituyó una dimensión crucial (Groys, 2014) que habilitó la venta de su gestión de Gobierno.

---

102. Como fortalecer a minha marca

Iran Das Merces [Brasil]

A palestra Como Fortalecer sua Marca apresenta estratégias práticas e conceituais para a construção de marcas sólidas e relevantes, explorando os pilares do autoconhecimento, da diferenciação e da perpetuação de valor. O conteúdo aborda o branding como gestão estratégica da relação entre marca, clientes e comunidade, destacando a importância da identidade corporativa, da imagem percebida e da experiência positiva do consumidor. Também discute o impacto das novas tecnologias, como realidade aumentada, virtual, mista e inteligência artificial, na criação de conexões significativas. Por fim, traz diretrizes essenciais para fortalecer marcas no cenário atual: comunicação clara, organização do DNA de marca, engajamento, qualidade, presença digital e inovação contínua.

---

103. Atrévete a sentir deja una marca

David Feria [Ecuador]

La ponencia Atrévete a sentir deja una marca expone una metodología aplicada al branding contemporáneo desde la dimensión emocional y estratégica del diseño. A través del método S.E.N.T.I.R., se propone comprender la marca como experiencia viva, integrando storytelling, comportamiento humano y estructura conceptual para construir identidades con impacto real. La conferencia aborda cómo pasar del diseño visual al diseño significativo, ofreciendo herramientas concretas para profesionales y estudios que buscan diferenciarse en un entorno saturado.

---

104. Caracterización del cliente, marca territorio salento

Carlos Eduardo Londoño Viveros, Praxedes Aristizabal [Colombia]

A partir de los hallazgos clave sobre la caracterización de los públicos objetivo y las tipologías de consumo de la mar-

ca territorio Salento, un destino turístico emblemático del Eje Cafetero colombiano. El estudio, se enfoca en identificar las necesidades, motivaciones y comportamientos de los visitantes para informar el desarrollo de una estrategia de marca efectiva. Caracterización del Turista de Salento - Perfil Diverso: El turista de Salento abarca visitantes nacionales (principalmente de ciudades como Bogotá, Medellín y Cali) e internacionales (Europa y Norteamérica), con edades que van desde jóvenes adultos hasta familias y viajeros de la tercera edad. - Motivaciones Principales: Las principales motivaciones giran en torno a la naturaleza, con el Valle de Cocora como atractivo icónico, la cultura cafetera y la búsqueda de experiencias auténticas y tranquilidad. - Desafíos y Necesidades: Los turistas enfrentan retos como congestión vehicular, falta de señalización y problemas de transporte, lo que subraya la necesidad de mejoras en infraestructura y comunicación multilingüe. Tipologías de Consumo y su Impacto en la Marca - Diversidad de Comportamientos: Se identifican diferentes tipologías, desde *Consumers* (pasivos) hasta *Prosumers* (activos), *Adprosumers* (promotores), *Crossumers* (influyentes) y *Proksumers* (innovadores). - Relevancia de lo Digital: Las tipologías más activas destacan la importancia de las redes sociales en la difusión de la imagen de Salento y la influencia en la toma de decisiones. - Conexión Emocional: La conexión de los turistas con la naturaleza, la cultura cafetera y la hospitalidad local es clave que la marca debe potenciar. Implicaciones para la Construcción de Marca: - Narrativa Basada en Autenticidad y Emoción: La marca Salento debe integrar autenticidad cultural, conexión emocional y sostenibilidad, superando resistencias iniciales. - Diferenciación Competitiva: Salento debe posicionarse como el "corazón cultural del café", combinando experiencias de la tradición cafetera con sus atractivos naturales. - Colaboración y Adaptabilidad: El proceso de construcción de marca debe involucrar a la comunidad local y ser iterativo, ajustándose a las percepciones de los turistas. En resumen, este estudio proporciona una caracterización integral de los públicos objetivo de Salento, destacando la diversidad de perfiles, motivaciones y comportamientos de consumo. Estos insights son fundamentales para diseñar una estrategia de marca que responda a las necesidades de los turistas y posicione a Salento como un referente en el Eje Cafetero.

---

105. Diseño de Marca para empresa real: Merrock

Ana Sofía Morales Quijano [Colombia]

Desarrollo de una marca gráfica para una empresa real como caso de estudio e implementación del diseño gráfico en la mejora de la comunicación infomercial con el mercado. A continuación se presentan los datos del concepto de marca: Merrock es una marca dedicada a la creación de calzado contemporáneo que combina diseño, confort y estilo urbano. Su esencia radica en proyectar energía, dinamismo y autenticidad en cada uno de sus productos, ofreciendo una experiencia que va más allá del vestir: una expresión de movimiento y actitud. Inspirada en la fuerza y determinación de quienes buscan dejar huella, Merrock representa impacto real en cada paso.

---

106. Imagen es Influencia: El Arte de Ser Percibido con Intención

Fabiana Pinho [Brasil]

Imagen es Influencia: El Arte de Ser Percibido con Intención En entornos de alto nivel, no basta con ser excelente hay que ser percibido como tal. Esta conferencia revela cómo la imagen personal va mucho más allá de la estética: es una herramienta estratégica que comunica poder, credibilidad y posicionamiento antes de cualquier palabra. A través de una mirada sofisticada y práctica, se exploran los códigos visibles e invisibles que influyen en la percepción, desde el dress code hasta los matices del comportamiento, la presencia y la actitud. Porque cada detalle habla, incluso cuando crees que no estás diciendo nada. El objetivo es claro: desarrollar una presencia intencional, coherente y alineada con el nivel al que deseas pertenecer. No se trata de aparentar, sino de proyectar con claridad quién eres y hacia dónde vas. Quien domina su imagen, lidera su percepción. Y quien lidera su percepción, abre puertas que otros ni siquiera ven.

---

107. Influencia del diseño visual en la comunicación de identidad de marca

Marcos Aldair Rentería Mena, Diana Ereya Lugo Ondarza [México]

En un entorno saturado de estímulos visuales, la diferenciación de una marca depende de la coherencia y potencia de su lenguaje gráfico. El diseño visual ha evolucionado de un componente estético a un activo estratégico fundamental que traduce los valores y la personalidad de un negocio en una experiencia tangible. Esta ponencia analiza la relación directa entre el diseño visual y la percepción de identidad de marca, explorando cómo el uso técnico y conceptual de la tipografía, la paleta cromática y la composición gráfica influyen en la construcción de una imagen institucional sólida. El objetivo es demostrar que una gestión visual rigurosa es clave para la fidelización del público objetivo en mercados competitivos.

---

108. Publicidad digital en entornos profesionales: estrategias que influyen en la decisión de compra

Cinthya Virginia Soto Hidalgo, Dessire Allinson Alcedo Sanz, Joohn Raul Oblitas Carreño [Perú]

En un contexto marcado por la transformación digital, las plataformas profesionales se han consolidado como espacios clave para la comunicación estratégica entre marcas y audiencias

especializadas. Esta ponencia analiza cómo la publicidad en entornos digitales profesionales impacta en la toma de decisiones de compra, explorando factores como la segmentación, el contenido, la credibilidad y la interacción con los usuarios. Los hallazgos permiten reflexionar sobre el rol del diseño y la comunicación en la construcción de confianza y valor en plataformas digitales, así como en la optimización de estrategias de marketing orientadas a resultados. Esta propuesta aporta al campo del diseño y la comunicación al vincular la práctica profesional con el análisis académico, contribuyendo al debate sobre innovación, transformación digital y toma de decisiones en escenarios contemporáneos.

---

109. Correlación de personalidad y estilo en la Identidad Visual Corporativa

Helios José Roberto Valencia Ortega, Martha Silvia Torres Hidalgo [México]

El presente documento expone los resultados de un ejercicio centrado sobre la correlación existente entre los doce arquetipos de personalidad de marca, retomados del modelo arquetípico de Carl Jung, y siete estilos de comunicación visual, utilizados en la construcción y diseño de marcas gráficas para emprendimientos de la Ciudad de Puebla, México. En análisis se desarrolla desde un enfoque cuantitativo, mediante procedimientos estadísticos orientados a identificar las asociaciones entre dichas variables y reconocer cuales de ellas tienden a vincularse con mayor consistencia desde las respuestas de los emprendedores. La metodología se basa en una medición no experimental y transversal, con recolección de datos en un solo momento, a fin de explorar las interrelaciones entre los arquetipos de personalidad de marca y los estilos de comunicación visual. Mostrando que algunos arquetipos presentaron patrones de asociación consistentes con estilos específicos como Amante con Seductor, Creador con Natural, Mago con Creativo y Gobernante con Elegante. Asimismo, se identificaron otras asociaciones menos esperables en términos conceptuales, como las correspondientes a los arquetipos de Sabio y Héroe. En este sentido, se aporta una base empírica inicial para analizar la relación entre personalidad de marca, estilo de comunicación visual e identidad visual corporativa en emprendimientos poblanos.

COMISIÓN: NARRATIVAS, TRANSMEDIA Y CONTENIDOS DIGITALES
LUNES 27 DE JULIO 2026 - 19 HS.

110. Plataformas digitales transmedia: productos culturales con impacto social

Dayra Marcela Hidalgo Paz, Yubar Portilla Benítez [Colombia]

Esta ponencia presenta el desarrollo de productos comunicativos transmedia que articulan diseño, tecnología digital y apropiación social del conocimiento. Se documenta el caso “Mujeres que cuidan la vida” (https: mujeresquecuidanlavida.revistacitrico.com), plataforma web interactiva con cobertura nacional que visibilizan historias de mujeres rurales. Se integra contenido multimedia (video, audio, fotografía, texto). El proyecto demuestra cómo productos digitales bien diseñados pueden generar impacto social, preservar patrimonio cultural inmaterial y posicionar narrativas territoriales en ecosistemas digitales.

---

111. Diseño sonoro y gráfica audiovisual

Carol Samantha Pedraza Ramos, Andrea Caterin Gómez Rico, Laura Valentina Herrera Guisao [Colombia]

El presente proyecto de investigación se centra en analizar la evolución y la importancia de las portadas de discos musicales como parte fundamental del diseño sonoro y la gráfica audiovisual. A lo largo de la historia, estas portadas no solo han servido como un elemento visual, sino también como una herramienta de comunicación que permite representar la identidad de los artistas y conectar emocionalmente con el público. Desde la época del vinilo, donde se utilizaban técnicas como collage, ilustración manual, fotografía y troquelados, hasta la actualidad digital, las portadas han demostrado una constante capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos.En la actualidad, el crecimiento del streaming y las plataformas digitales ha reducido el uso de formatos físicos, lo que plantea el reto de mantener vigente la fuerza visual y emocional de las portadas impresas. Por esta razón, esta investigación busca comprender cómo las tendencias gráficas actuales influyen en el diseño sonoro y publicitario, y cómo estas piezas continúan siendo relevantes dentro del marketing musical contemporáneo. La finalidad del proyecto es investigar la relación entre lo histórico y lo actual en el diseño de portadas, reconociendo su valor cultural y proponiendo nuevas formas de mantener su impacto visual tanto en medios impresos como digitales.

---

112. Escenarios transmedia como infraestructuras de interacción y experiencia de marca

Angie Lorena Ramirez Contreras [Colombia]

Este proyecto explora el diseño de escenarios transmedia como elemento clave para la interacción entre usuarios y marcas en contextos comerciales. Frente a la saturación de información y la fragmentación del contenido, busca generar experiencias que conecten emocionalmente con los usuarios, promoviendo su participación y apropiación activa de la experiencia de marca. A partir de un proceso de investigación, se desarrolla un modelo estratégico de comunicación transmedia que integra múltiples medios y plataformas en una narrativa expandida. Este modelo transforma el espacio y la interacción del usuario, de manera que el entorno físico y los canales virtuales funcionan en integración dinámica, creando una experiencia continua

y participativa. El espacio deja de ser un simple soporte de información y se convierte en un medio activo de comunicación que responde y se adapta a la interacción del usuario, generando una inmersión profunda y significativa. La interacción se concibe como un mecanismo para construir vínculos sólidos y relaciones significativas entre usuario y marca. Por ello, los escenarios transmedia funcionan como infraestructuras estratégicas de comunicación bidireccional, capaces de transformar espacios comerciales en sistemas que impactan la percepción del usuario, fomentan la fidelización y potencian la creación de contenido, fortaleciendo la relación entre marca y usuario.

---

113. De la caricatura al movimiento: Representación audiovisual de acontecimientos históricos

Nikoll Dayan Rodriguez Afanador, Laura Idarraga Pérez [Colombia]

Este proyecto de investigación- creación propone representar y dar mayor visibilidad a la obra de Fabio Arias Gómez, conocido como Ari. Caricaturista Colombiano cuya labor en el diario La Patria de Manizales ha servido como un agudo testimonio visual de la evolución sociopolítica del país. Ante el riesgo de que su legado quede confinado exclusivamente al soporte impreso, esta iniciativa busca trascender el papel para integrar su discurso en los lenguajes mediáticos de la actualidad. El objetivo fundamental reside en la creación de una pieza audiovisual que, partiendo de los códigos narrativos y estéticos de Ari, logre conectar su crítica social con las audiencias digitales contemporáneas. Para ello, se emplea una metodología de investigación-creación que transita por fases de análisis profundo, diseño de componentes visuales y sonoros, y una producción técnica validada mediante la evaluación participativa. Como avance del proceso, se ha estructurado un formato de carácter educativo-documental que, mediante el uso de video y animación, da movimiento al trazo original del autor para reconstruir los hechos históricos que inspiraron sus caricaturas. En última instancia, este proceso pretende no solo salvaguardar la memoria cultural y el patrimonio de Ari, sino también activar la reflexión crítica y la construcción de identidad histórica en los entornos virtuales actuales.

---

114. Influencias de estética cinematográfica en el contenido visual digital

Víctor Hugo Sánchez Castillo, Jesús Jared Luna Rojas, Allison Denisse Manzano Sauza, Saúl Robles López [México]

La presente investigación surge a partir de la creciente influencia del lenguaje visual cinematográfico y como esta se proyecta dentro del diseño de imagen, las técnicas de composición visual, la publicidad y las plataformas digitales. Actualmente, muchas marcas incorporan recursos visuales inspirados en el cine, como iluminación dramática, composición estética, color cinematográfico y storytelling; sin embargo, en numerosos casos estos elementos son utilizados únicamente como recursos decorativos y no como herramientas narrativas y persuasivas capaces de fortalecer una conexión emocional con el público. Esta problemática provoca mensajes visuales poco coherentes, saturación estética y una pérdida de impacto comunicativo en entornos digitales altamente competitivos. Esto justifica el proyecto al detectar la necesidad de comprender cómo la estética cinematográfica influye en el consumo y el espectro emocional de las audiencias dentro del contenido digital contemporáneo. A partir de exponentes y análisis de la narrativa visual, percepción estética y lenguaje audiovisual, se busca categorizar cómo los recursos cinematográficos contribuyen a la construcción de experiencias visuales más inmersivas, memorables y significativas en medios digitales. Como alternativa de aplicación, el proyecto propone desarrollar lineamientos visuales y narrativos basados en recursos cinematográficos para la creación de contenido digital y estrategias de branding digital. Esto permitirá diseñar identidades visuales más coherentes, emocionales y persuasivas, adaptadas a las nuevas dinámicas de comunicación contemporánea. La investigación se enfocará en el análisis de contenido audiovisual y estrategias de posicionamiento de marca presentes tanto en plataformas digitales como Instagram y TikTok como en campañas publicitarias, con el propósito de identificar cómo los recursos del lenguaje cinematográfico influyen en la percepción, recordación y conexión emocional del consumidor. A través del estudio de elementos como la composición visual, la iluminación, el color y la narrativa audiovisual, se busca establecer criterios visuales y narrativos que contribuyan al desarrollo de identidades de marca más coherentes, inmersivas y persuasivas, fortaleciendo así la comunicación visual en los entornos digitales actuales.

---

115. De una idea a un universo narrativo: estrategias para expandir una propiedad intelectual a través del diseño transmedia

Edison Augusto Yaya Contreras [Colombia]

Esta ponencia presenta la experiencia de transformar una idea original en un universo narrativo transmedia a través del desarrollo de un piloto animado en 3D, un cómic, una plataforma web y un prototipo de videojuego 2D, con proyección hacia experiencias de realidad aumentada y una futura producción cinematográfica. A partir de un caso de estudio, se reflexiona sobre el diseño transmedia como una estrategia para expandir narrativas, fortalecer la construcción de mundos y validar proyectos creativos mediante diferentes medios y experiencias de interacción.

COMISIÓN: EDUCACIÓN, INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍAS DE DISEÑO
MARTES 28 DE JULIO 2026 - 10 HS.

116. Design de Cenários e Cenários de Design

Gabriel Bergmann Borges Vieira [Brasil]

Em um mundo em constante mutação, a capacidade de antecipar futuros e projetar cenários torna-se uma competência essencial para o designer. Esta atividade propõe uma exploração do "Design de Cenários" como metodologia para visualizar e planejar futuros possíveis, e dos "Cenários de Design" como os contextos emergentes nos quais o design operará. A construção de modelos e representações tangíveis – sejam eles físicos, narrativos ou visuais – pode enriquecer a compreensão e a cocriação de futuros. Serão discutidas as ferramentas e abordagens para a criação de cenários que permitam aos designers não apenas reagir às mudanças, mas ativamente moldar o amanhã, preparando-os para os desafios e oportunidades que se apresentarão.

---

117. Ebooks y tendencias digitales: tecnología, formatos y futuro de la lectura

María Pía Coppede Novelli, Micaela Cichello [Argentina]

Esta propuesta busca ilustrar cómo la tecnología está enriqueciendo nuestra relación con la literatura y democratizando el acceso a la publicación, permitiendo a escritores emergentes llegar a un público más amplio. Para el lector, el contenido muestra la utilidad de los e-readers, que son dispositivos diseñados para ofrecer una experiencia de lectura cómoda y similar al papel, con ventajas funcionales cruciales como la portabilidad, la larga duración de la batería y la reducción de la fatiga visual. Además, se detalla la funcionalidad del formato ePub, esencial porque es un estándar abierto que garantiza que el texto se adapte y se refluya automáticamente al tamaño de cualquier dispositivo, optimizando la lectura con contenido enriquecido y anotaciones. Finalmente, subraya la importancia de la innovación editorial (eBooks interactivos, realidad aumentada, app books) para el futuro de la educación y el compromiso, ya que estas herramientas ofrecen interactividad mejorada, aprendizaje multisensorial y una experiencia de aprendizaje única que se adapta a diferentes estilos de aprendizaje. Coconferencista: Micaela Cichello.

---

118. Luz que construye experiencia

Marisol Delgaudio [Argentina]

La propuesta explora la iluminación como una herramienta creativa y proyectual que transforma la arquitectura en experiencia. A través de ejemplos concretos y reflexiones prácticas, se aborda cómo la luz define atmósferas, jerarquiza materiales, acompaña recorridos y construye identidad en espacios comerciales, culturales y residenciales. Desde una mirada actual, se presentan criterios de diseño, decisiones conceptuales y casos reales donde la iluminación deja de ser un complemento técnico para convertirse en un lenguaje que comunica, vende y emociona. La charla busca inspirar a creativos, arquitectos, diseñadores y emprendedores a incorporar la luz como parte esencial del proceso de diseño desde el inicio.

---

119. Dando nó na ansiedade: Um guia prático de macramê para acalmar a mente

Priscila Isabela Genovez, Ana Beatriz Pereira de Andrade [Brasil]

"Dando nó na ansiedade" é um projeto de Trabalho de Conclusão de Curso que investiga a ansiedade e a sobrecarga emocional vivenciadas por mulheres no contexto contemporâneo, a partir da relação entre design e práticas manuais como ferramenta de acolhimento e cuidado. O ato de dar nós é explorado como um gesto repetitivo, tátil e meditativo, capaz de desacelerar o corpo e a mente, criando um espaço de presença e escuta em oposição à lógica acelerada da vida cotidiana. A proposta articula design, saúde emocional e processos artesanais, entendendo o design como mediador de experiências sensíveis e como ferramenta de diálogo sobre saúde mental feminina. Sem a intenção de eliminar o desconforto, "Dando nó na ansiedade" busca torná-lo visível e compartilhável, reafirmando o design como prática de empatia, cuidado e reflexão sobre a sobrecarga emocional vivida por mulheres.

---

120. Integración de Tecnologías Modernas en la Seguridad y Salud en el Trabajo

Daniela Fernanda Hueso Garzón, Gina Patricia Cleves Suaza, Lorena Andrea Pérez Hernández, Freskmann Danilo Silva Marin, Rodolfo Andres Villarreal Pazos [Colombia]

La seguridad y la salud en el trabajo (SST) atraviesan una transformación silenciosa y profundamente humana impulsada por tecnologías que, bien empleadas, amplían nuestra capacidad de cuidar. Como profesionales de la salud ocupacional, no buscamos sustituir el juicio clínico ni la empatía, sino potenciarlos. Este artículo integra evidencia y experiencia clínica para analizar cómo la inteligencia artificial (IA), los sensores portátiles, el internet de las cosas (IoT), la visión por computador, la telemedicina y la simulación inmersiva pueden anticipar riesgos, personalizar intervenciones y garantizar respuestas oportunas, especialmente en entornos con alta variabilidad de exposición. Describimos el uso de wearables que monitorizan fatiga, carga térmica y ergonomía en tiempo real; redes IoT que convierten máquinas y ambientes en fuentes continuas de datos útiles; y algoritmos de aprendizaje automático que detectan patrones sutiles antes de que se materialicen lesiones o brotes. Abordamos, además, la formación mediante realidad

virtual aumentada para entrenar habilidades críticas en escenarios seguros y controlados, y el papel de la telemedicina y la tele rehabilitación para ampliar cobertura, reducir tiempos de incapacidad y sostener el seguimiento clínico. La adopción responsable exige un marco ético claro: protección de datos personales, transparencia algorítmica, equidad en el acceso y participación de trabajadores y empleadores en el diseño de soluciones. Proponemos una ruta de implementación gradual centrada en el problema, guiada por indicadores clínicos y operativos, y evaluada con métodos rigurosos que facilita la integración en pequeñas y medianas empresas. En síntesis, la tecnología no es un fin, sino un medio para lograr trabajos más seguros, saludables y dignos. Cuando los datos se convierten en decisiones prudentes y las pantallas no opacan el encuentro humano, la SST se vuelve más próxima, preventiva y eficaz.

---

121. Mujeres representadas en roles de poder y liderazgo en largometrajes de ficción colombianos entre 2010 y 2020

Laura Hurtado Gómez [Colombia]

Los roles que le han sido asignados a los personajes femeninos en el cine de ficción colombiano, se han centrado en las representaciones de las mujeres desde diferentes arquetipos como madres, hermanas, hijas, así como desde ámbitos relacionales y sociales, como el caso de las parejas, las mujeres en el narcotráfico y la violencia, entre otros. Pero no hay un énfasis en roles o representaciones de poder y o liderazgo. Se pretende entonces presentar los alcances obtenidos hasta el momento en el proceso investigativo en donde, de doscientos sesenta y dos (262) largometrajes de ficción colombianos, se encontraron diesisiete (17) cuyo personaje femenino principal o secundario representa un rol de poder o liderazgo dentro de la narrativa, entendido desde la profesión que describe la sinopsis de cada película, como lo son las dueñas de sus negocios, abogadas, detectives, gerentes, etc. De esos diesisiete largometrajes de ficción colombianos, se analizaron nueve (9) desde la retórica audiovisual y las representaciones femeninas en diversos roles de poder o liderazgo.

---

122. Presentación del libro

Jesús Jimenez [Argentina]

Jesús Jimenez abre su recorrido como autor explorando el diseño argentino desde una perspectiva amplia y profundamente arraigada en el territorio. Combina experiencias personales, observaciones y casos reales para trazar un mapa de la profesión en los primeros 25 años del siglo XXI. Desde la pasión y el disfrute de ejercer un oficio creativo, hasta la importancia de la investigación y la experimentación constante, el libro invita a repensar qué significa ser diseñador en contextos diversos. El recorrido pasa por los grandes centros creativos, para luego adentrarse en realidades provinciales donde se diseña con recursos, lenguajes y contextos propios. La reflexión se amplía hacia la sustentabilidad, la tecnología y la inteligencia artificial, planteando desafíos y oportunidades para el futuro. Con un epílogo íntimo y un prólogo del reconocido diseñador Jorge Pensi, esta obra invita a inspirarse en la riqueza de nuestra identidad para proyectar nuevas formas de crear.

---

123. Miércoles de Biologando, una estrategia interdisciplinaria para hablar de ciencia y arte

Carlos Andrés Mesias Paz, Yesyca Lopez [Colombia]

El Colectivo Artístico Biologando es una iniciativa interdisciplinaria creada en 2022 por estudiantes de la Universidad del Cauca, Yesyca Andrea Lopez (Biología) y Carlos Andres Mesías (Artes Plásticas), con el apoyo de la Maestra Adriana Torres Cap. Su propósito es combinar ciencia y arte para generar espacios dinámicos y accesibles que promuevan el conocimiento, la conservación de la biodiversidad y la conexión con la naturaleza. El proyecto busca sensibilizar y educar ambientalmente utilizando el arte como herramienta pedagógica para interpretar y comunicar conocimientos científicos, fomentando la creatividad y la apreciación de la naturaleza a través de diversas expresiones artísticas. El proyecto se desarrolla mediante talleres participativos que combinan técnicas artísticas como la ilustración científica, dibujo, pintura, escultura y prensado botánico, con temáticas científicas relacionadas con fauna, flora, ecosistemas locales y su conservación. Las actividades utilizan materiales de bajo costo y fácilmente accesibles, adaptándose a contextos urbanos y rurales. Desde su inicio, Miércoles de Biologando ha llevado a cabo 62 talleres con una gran variedad de temáticas que abarcan insectos, serpientes, aves, mamíferos, botánica, astronomía y dinosaurios en Popayán y en municipios como Caldono y Timbío, alcanzando un promedio de 30 asistentes por sesión. Más de 30 talleristas de diversas disciplinas han participado, incluyendo estudiantes de la Universidad del Cauca, la Fundación Universitaria de Popayán, el SENA, niños y personas particulares. Los talleres son documentados y difundidos en redes sociales para maximizar su alcance y generar mayor impacto. La combinación de arte y ciencia ha demostrado ser una herramienta educativa poderosa, accesible y replicable para fomentar la sensibilización ambiental y la valoración de la biodiversidad. Miércoles de Biologando ha inspirado cambios culturales y acciones concretas en favor de la conservación, destacándose como un modelo innovador de educación ambiental en una región rica en biodiversidad y multiculturalidad como el Cauca. Su enfoque interdisciplinario no solo promueve el aprendizaje teórico y la creatividad, sino que también refuerza la capacidad de las comunidades para actuar en pro de su entorno.

---

124. Diseño en Medellín: consumo, tecnología y su rol político crítico

Erick Montoya [Colombia]

Este proyecto monográfico problematiza la agencia política de la disciplina del Diseño en el Distrito Especial de Ciencia Tecnología e Innovación de Medellín en el marco de los Estudios de Ciencia, Tecnología y Sociedad y en la Teoría del Actor-Red, cuestionando la supuesta neutralidad del diseño, para demostrar su subordinación como actante instrumentalizado a redes sociotécnicas que estabilizan al modelo lineal y configura a la sociedad de consumo en el territorio estudiado. A través de una cartografía sociopolítica se mapearon los actores-red en donde se localizan las controversias sociotécnicas y por medio de un análisis de meta- artefactos se identificó que la narrativa institucional de los documentos estratégicos del distrito opera como una caja negra que invisibiliza la agencia política de la disciplina del diseño, demostrando que el silencio administrativo del distrito y su documentación, manifiestan su capacidad de mediación en delegaciones materiales que reducen al diseño a una herramienta técnica, que ignora sistemáticamente las crisis coyunturales del distrito mientras estabiliza al desarrollo tecnológico, la aspiración material globalizada y al modelo lineal, con la calidad de vida de sus ciudadanos. Como respuesta a esta instrumentalización y e invisibilización del diseño en el distrito, se propusieron doce estrategias de acción basadas en la teoría crítica de la escuela de Frankfurt, que se ubican como respuesta a las tres agencias identificadas en los meta-artefactos analizados: Visibilización: Estética Emancipatoria, Estabilización: Gobernanza y Estabilización Material, y Movilización: Soberanía Técnica y Apropiación. Estas propuestas funcionan como antiprogramas de acción que orientan al diseño hacia una justicia material, apropiación social del conocimiento, co-construcción de políticas públicas y mediación para la emancipación social en contra del modelo lineal.

---

125. Tecnología educativa para el aprendizaje de las matemáticas: reflexiones pedagógicas

Jonnathan Vicuña [Ecuador]

Las matemáticas representan una asignatura complicada para los estudiantes de secundaria, debido a la falta de conexión entre los conceptos matemáticos y los métodos de enseñanza tradicionales. En respuesta a esta problemática, han surgido herramientas tecnológicas que ofrecen un enfoque diferente y la posibilidad de aplicar metodologías alternativas en el proceso de aprendizaje. El propósito de este estudio es analizar las opiniones de diversos autores sobre el impacto de la tecnología educativa en la enseñanza de las matemáticas. Se realizó una revisión bibliográfica utilizando las bases de datos Scopus, ProQuest, Redalyc y SciELO, seleccionando 29 artículos para el análisis, los cuales han permitido identificar aspectos relevantes a tener en cuenta en futuras investigaciones. Entre los principales hallazgos, se identificó que GeoGebra, Desmos, Kahoot y Quizizz son herramientas importantes para ofrecer formas innovadoras y efectivas de enseñar y aprender. Estas plataformas podrían integrarse con el modelo de aprendizaje B-Learning para fortalecer la comprensión de los temas mediante el uso de la virtualidad. En conclusión, la incorporación de herramientas educativas digitales ha revolucionado la enseñanza y el aprendizaje de las matemáticas, proporcionando medios innovadores para explorar conceptos matemáticos, científicos y evaluativos, lo que ha llevado a una mejora notable en los resultados educativos y en la motivación de los educandos.

COMISIÓN: AUDIOVISUAL, ANIMACIÓN, CINE Y NUEVOS MEDIOS
MARTES 28 DE JULIO 2026 - 13 HS.

126. Ressignificando o design de acessórios: cultura maker e impressão 3D

Jose Augusto Alves Frazao, Natalia Ayumi da Silva Nomura, Marizilda dos Santos Menezes, Ander Hakuo Kimoto de Almeida, Gustavo Trevelino Duarte [Brasil]

As tecnologias de fabricações digitais, como a impressão 3D, tem reconfigurado dinâmicas tradicionais de planejamento, criação e uso de acessórios de moda. Na cultura maker, surge a possibilidade da autonomia produtiva, desta forma, o usuário deixa de ser apenas consumidor para atuar como agente ativo no desenvolvimento e materialização de produtos. Este estudo investiga o desenvolvimento dos produtos de moda por meio de impressão 3D, com foco na experiência do usuário durante o processo de criação e uso. Na etapa exploratória, foram desenvolvidos acessórios (anéis, pulseiras, colares, brincos), compreendidos como artefatos de design, dotados de valor simbólico, afetivo e identitário, previamente disponibilizados em plataforma aberta gratuita (Makerworld), permitindo a reprodução, adaptação e compartilhamento entre usuários. A metodologia baseia-se em pesquisa exploratória, experimentação técnica e prática, além de análise qualitativa da interação entre usuário e artefatos. Os resultados demonstram que a produção autônoma potencializa a identificação do usuário com o design do produto e amplifica a experiencia de design para além do uso final, incorporando o processo de fabricação como elemento central, além disso, com a criação do laço de afetividade entre produto e usuário também se evita o descarte precoce colaborando com a sustentabilidade. Palavras-chave: Impressão 3D; Experiência do Usuário; Cultura Maker; Planejamento de Produto.

---

127. Repensar el diseño desde la fricción entre lo paramétrico y lo humano

Jenny Alejandra Angel Arias [Colombia]

El diseñador frente a la inteligencia artificial no debe operar como un usuario de herramientas preconfiguradas, sino como un explorador crítico de los límites de lo parametrizable, en la traducción entre medio, cuerpo, emoción, imagen y código, se evidencia que la tecnología no accede a la realidad, sino que la modela a partir de sistemas entrenados sobre datos situados. En línea con Lev Manovich, la inteligencia artificial puede entenderse como una forma de software cultural que reconfigura la producción simbólica; sin embargo, como advierte Bruno Latour, estas mediaciones no son neutras, sino que participan activamente en la construcción de lo real, desde la perspectiva del diseño emocional de Donald Norman, esta condición abre una tensión productiva; más que adaptar la experiencia humana a la lógica algorítmica, el diseño puede proyectar tecnologías que a fin con lo que propone Francisco J. Varela desde la enacción amplíen la experiencia sensible, integrando dimensiones cognitivas, afectivas y culturales, en esta fricción epistemológica, el diseño no solo interpreta la tecnología, sino que redefine críticamente sus formas de relación con lo humano.

---

128. El Monstruo Octagonal: Exploraciones en torno al Pan Am Building

Rafael Ángel-Bravo [Colombia]

Tras su salida de la Bauhaus, Walter Gropius retoma su ejercicio creativo en Estados Unidos, desarrollando nuevos proyectos, los cuales ayudarían al posicionamiento de los planteamientos estéticos de la escuela en América. Posiblemente motivado por una vieja rivalidad con Mies van der Rohe, Gropius asume la construcción del Pan Am Building, en Manhattan, en medio de la crítica y la controversia, siendo uno de sus últimos proyectos. A partir de múltiples exploraciones fotográficas, se ha venido desarrollando este ejercicio de investigación-creación, captando a través de la fotografía y la experiencia directa, diversos ángulos, detalles y perspectivas frente a esta obra.

---

129. O Design Emocional e o Colecionismo aplicado nos Discos de Vinil: um estudo sobre por que colecionamos esses artefatos

Laura Krug Busanello [Brasil]

O trabalho investiga por que pessoas colecionam discos de vinil, articulando conceitos de Design Emocional e Colecionismo. A pesquisa, de abordagem qualitativa, realiza entrevistas com três colecionadores para identificar memórias, motivações e critérios que orientam a escolha pelos vinis em detrimento de formatos digitais. Os resultados indicam que apego emocional, nostalgia e reforço da identidade pessoal são fatores centrais na preferência pelo disco de vinil, entendido não apenas como suporte de áudio, mas como artefato de memória e expressão cultural. O estudo contribui para compreender as relações emocionais e simbólicas entre indivíduos e objetos colecionáveis no contexto do design.

---

130. Un diseñador que colecciona rinde homenaje a la profesión

Cristina Amalia Lopez [Argentina]

Un diseñador que colecciona no acumula objetos al azar: construye memoria, observa procesos y rinde homenaje a su profesión. En ese gesto de reunir, clasificar y conservar se manifiestan muchas de las tareas esenciales que exige el ejercicio del diseño, entendido no solo como práctica creativa, sino como oficio, responsabilidad cultural y mirada crítica sobre el mundo. Coleccionar implica valorar el trabajo del diseño como construcción colectiva, reconocer a quienes precedieron y asumir la responsabilidad de continuar ese legado. En un contexto de consumo acelerado y obsolescencia, el diseñador que colecciona reivindica el tiempo, el proceso y el sentido

---

131. Modelo para la eficacia en la relación entre los sistemas de producción y la creación escenográfica teatral

Miguel Nigro, Alicia Vera [Argentina]

Después de un amplio proyecto de investigación, radicado en el Instituto de Investigación en Artes Visuales de la Universidad Nacional de las Artes (UNA), que abarca más de una década, presentamos un modelo dirigido a resolver el vínculo problemático entre sistemas de producción y escenografía teatral. El recorrido se inició con La Escenografía Teatral y los Sistemas de Producción (2015-2017), continuó con Los sistemas productivos y el proceso creativo de la Escenografía en el Teatro Musical (2018-2019) y culminó con La eficacia de la relación entre los sistemas de producción y la creación escenográfica teatral, este último se dividió en dos etapas: 2020-2022 y 2023-2025. Sobre la base de una serie de indicadores, diseñamos un instrumento que prevé las dificultades que se presentan en la fase de preproducción, producción y postproducción escenográfica. El trabajo investigativo arrojó una serie de datos significativos, resumidos en cinco ítems: recursos económicos, conformación y funcionamiento de equipos, experiencia profesional, condiciones temporales y espacialidad e infraestructura. Después de profundizar el análisis de los indicadores mencionados, fueron articulamos por medio de varias estrategias para dar forma al modelo. El mismo se expresa en diversas configuraciones: cuadros, grillas, guías o tablas. Su aplicación a situaciones prácticas, aspira al mejoramiento del vínculo concreto, así como al conocimiento sobre el tema.

---

132. Filmar con amor - El universo de los afectos y la creación por fuera de las márgenes

Juan Pablo Ríos [Argentina]

1.1 Introducción

A lo largo de su historia, la creación cinematográfica ha estado marcada por grandes desarrollos tecnológicos; ese énfasis en lo técnico afecta con fuerza los alcances emocionales de un arte que comienza con un propósito humano común. Así las cosas, hablar de innovación en el cine podría implicar el regreso al universo de los afectos, al reencuentro con la mirada como un acto político que se plantea la tarea de representar el mundo que compartimos.

1.2 ¿Lo sublime?

Soportamos hoy el abismo del desamor entre los unos y los otros de los otros, como si mirar el mundo pudiera reducirse al sesgo del autoritario o como si la primera palabra —jamás pronunciada— no hubiese provenido de un canto. Esa fuente rota y desmantelada por la ambición insoportable es la herida del presente con la que andamos por todas partes. Ya no hay tiempo para mirarnos. Olvidamos que lo único irrepetible es justamente eso que se presenta en forma de minutos y segundos y que no hay cómo ni por qué contenerlo: el tiempo. No hay manera de abrazarnos a él sin dejar de lado un pedazo de carne o la fibra raída de una camiseta favorita contra el áspero pavimento. En el umbral de los tiempos, la humanidad dejó atrás aspectos vitales de la autodeterminación; abandonó el acto sublime de la conversación extendida e interesada, el cariñoso primer saludo de la mañana, la espléndida ternura que permite habitar el mundo en tensión creadora, el trazo de la poesía atada a la palabra, a la imagen, al sonido o al milagroso efecto del rocío sobre la grama. Soportamos hoy el abismo del desamor, auspiciados por la arrogancia. El ritmo agitado de esta época se llevó la hondura de la experiencia y la relación entre tantos para reemplazarla por plástico, títulos inocuos, etiquetas, afanes y sabores generados en laboratorios. Piense en un momento sublime de su vida: traiga a esta lectura un episodio de ese calibre y reconstrúyalo en su mente; use las imágenes que crea necesarias y, si hace falta, reescríbalo. ¿Qué entendemos por sublime? ¿Será que estar en medio de esta vida y atesorar un abrazo, un gesto, una canción en un bar de paso, el sabor de un alimento favorito o el olor de una mañana fresca no son evidencias de lo sublime? Recuerde también que lo sublime, como lo menciona Lyotard (2021), proviene de un juicio reflexionante y no determinante o imperativo; entienda que es la imaginación la que conduce a los estados de esta índole; por intermedio de ella se propone y se edifica lo sublime.

1.3 Las fuerzas

Roland Barthes aborda la irreversibilidad del tiempo con la convicción de que se consume mientras, de cierta manera, se detiene y sobrevive tan solo en las imágenes. Asimismo, el tiempo aparece como una sombra sobre lo humano para dar fe de lo eterno e incluso de lo incomprensible, como lo señala Esquirol (2024) en La escuela del alma «[…] el ser humano es, sobre todo, el ser traspasado por lo infinito» (p.14).

Es también la evidencia de un tránsito sobre este mundo que se consume en sus propias cenizas, pero estas nunca dejan de arder, permanecen vivas aun cuando desaparece la llama. Filmar con amor es un gesto simple que podría asemejarse a caminar bajo la sombra de los árboles en un día iluminado y caluroso, en procura de que la luz del sol no nos toque, no nos roce. Filmar con amor implica una renuncia al afán de los días y las noches. Es un acto reflexionante y no determinante; es en sí mismo una experiencia de lo sublime. Prestar atención a las cosas de este mundo —lo cual no significa adentrarse diariamente en el noticiero o reconocer los índices económicos de algún país en crisis— podría ser el signo de un ser humano de museo: alguien que, en su rareza, transita convencido de que no lo sabe todo, aprecia el valor de la incertidumbre y propicia el discernimiento para enfrentarse a las ideas distantes y ajenas a sus dominios. Alguien que encuentra en el «no lo sé» una oportunidad para habitar el mundo y transformarse. Esquirol (2024) argumenta que pensar es deshacer definiciones para poder redefinir, pero con prudencia, de forma ostensible y sobre el suelo de la experiencia. No hay nada más apropiado y urgente que llevar el sentido genuino al presente. Esto nos orienta (p. 13). Justamente, en sus palabras, el autor plantea un problema no menor en torno al pensamiento y a la idea; el origen de ambos dista de las certezas y los inamovibles, se arraiga —más bien— en el caos y en la crisis que perpetúan la solución a los problemas de cada mundo en conjunción con la intuición y el reconocimiento de lo propio y de lo ajeno. Filmar con amor es, una vez más, habitar la representación sin anunciar verdad absoluta alguna, entendiendo el ejercicio como la suma de defectos humanos y desvaríos de una poética intraducible; esto no significa, necesariamente, el abandono de las fuerzas de lo narrativo; quizás sea la manifestación de lo inacabado, de lo no necesariamente bello bajo las fauces hegemónicas de lo cinematográfico. Filmar con amor no es una postura categórica ni la solución a las luchas continuas de la creación cinematográfica. Es una presencia: una luz y una oscuridad presentes en ciertos actos humanos, en algunas películas que se distancian de los arquetipos creativos y del negocio, celebrando —simplemente— la ruptura con aquellos modelos que, aunque saben hacer bien lo suyo, dejan brechas para que otras preguntas estéticas se abran paso entre la maleza o, mejor aún, sobrevivan con ella como hito propio y fundamento. Filmar con amor es hacerlo desde lo humano

de manera consciente e indisoluble, innegable; es filmar entre lo imperfecto y lo inconcluso, sin el cronómetro planteando la duración perfecta de una toma o agotando la paciencia del otro hasta lograr lo plausible. García Espinosa (2010) apuntaba lo siguiente: El cine imperfecto halla un nuevo destinatario en los que luchan. Y, en los problemas de estos, encuentra su temática. Los lúcidos, para el cine imperfecto, son aquellos que piensan y sienten que viven en un mundo que pueden cambiar, que, pese los problemas y las dificultades, lo pueden cambiar y revolucionariamente. El cine imperfecto no tiene, entonces, que luchar para hacer un «público». Al contrario. Puede decirse que, en estos momentos, existe más «público» para un cine de esta naturaleza que cineastas para dicho público. (p. 7)

En el surgimiento de otras formas de mirar y ser mirado, en relación con la vida y lo cinematográfico, ocurre un defecto sistémico que podría significar un regreso: otra vez la gente se mira a los ojos para decirse algo; nuevamente los seres humanos caminan erguidos con la mirada apuntando hacia el horizonte; regresa el saludo cotidiano de la mañana y reaparecen los poetas en los parques para firmar misivas repletas de errores ortográficos. Aquello que no produce dinero de manera superlativa emerge en el centro de las relaciones humanas para que — como lo sugiere Esquirol—, cuando acose el caos, podamos ser obreros del mundo y, con ello, ayudar a que este no se pierda. Amparados en la imaginación, la fuerza de las ideas y el devenir de lo humano, se filma lo que nos transforma, lo que nos toca; se filma la caricia que significa ese encuentro entre seres humanos distintos que se juntan para hacer una película. Georges Didi-Huberman (2014) recorre el problema de la mirada en gran parte de su obra, la presenta como un ejercicio humano de gran valía y, en sus derivas, la llena de potencias suficientes para entenderla como evidencia de lo sublime; mirar no es escanear el mundo de forma desinteresada: es procesar el espacio y el tiempo, es convertir el cuadro al frente en un fuego que no se extingue aun cuando ya solo quedan cenizas: No se puede, pues, decir jamás: no hay nada que ver, no hay nada más que ver. Para saber dudar de lo que se ve, es necesario saber ver todavía, ver a pesar de todo. A pesar de la destrucción, la desaparición de todas las cosas. Hay que saber mirar como mira un arqueólogo. Y es a través de una mirada semejante —una interrogación tal— sobre aquellos que vemos que las cosas comienzan a mirarnos desde sus espacios sepultados y sus tiempos idos. (p. 59)

Filmar con amor también remite al uso desobediente de la cámara: apagarla mientras se construye un mundo común, mientras se encuentran las individualidades en el sustrato de una idea, mientras deciden hacerse compañía entre todos sin soltar, jamás, la cuerda que los une. Filmar con amor es recuperar el afecto y visitar nuevamente lo sencillo, lo humano, lo cotidiano: aquello que parece trivial, pero que nos recuerda un gesto, una conversación, un error. Es apreciar lo vivo y, por tanto, es un acto de resistencia frente al vaciamiento emocional del presente. Lejos de proponer una forma condescendiente de acercarse a la creación cinematográfica, filmar con amor apela a la conjunción de impulsos. Ahora la cotidianidad se revela ante la mirada: aparece el regalo del movimiento y, de lado y lado, se da cuenta de un mundo necesitado de compasivos, de personas dispuestas a caminar entre personas. En ese transitar, que puede ser real o imaginado, el espíritu se entrega al ensueño vagando por mundos conocidos y desconocidos. Mundos de la imaginación en los que nos desplazamos. Observemos que tanto el ensueño como la errancia aluden a una especie de movimiento (Esquirol, 2024, p. 74).

1.4 Abajo las reglas

La cámara desobedece y lo hace de manera consciente: no se somete al reglamento, sino que lo altera para renunciar al poder que lleva implícito. Se transforma en una condición de menor valía; ahora priman la relación entre distintos y la unión de fuerzas, la construcción conjunta de una experiencia perdurable. Impera el trazo de las vidas que se revuelven para hacer una película, para filmar con amor el tránsito de una pareja que se separa o los menesteres de un grupo de amigos que se despiden de la adolescencia. Se trata, también, de asombrarse; ejercicio que no equivale a un estadio incipiente de la atención, sino, en realidad, a una de sus máximas expresiones. Es la enjundia de la sencillez (Esquirol, 2024, p. 74).

Pulso (Paul Auster) Esto que retrocede se acercará a nosotros al otro lado del día. Otoño: una sola hoja comida por la luz: y el verde mirar del verde sobre nosotros. Allí donde la tierra no se para, allí nosotros también seremos esa luz, incluso mientras la luz muere en la silueta de una hoja. Mirada boquiabierta en el hambre del día. Donde no hemos estado estaremos. Un árbol arraigará en nosotros hasta erguirse en la luz de nuestras bocas. El día se pondrá en pie ante nosotros. El día nos seguirá hasta el día. La vida empapada de atención, la mirada ocupada en la tarea de denunciar el olvido y a los olvidados, atravesada por la virtud de la paciencia y distante de los turismos cinematográficos. Ahora la cámara actúa como un imán que genera vínculos; en sus entrañas memoriza la emoción del encuentro humano. La mirada, transformada en herramienta de la imaginación y el pensamiento, se muestra imperturbable, convencida de su potencia rebelde y resistente. Asume la tarea de soportar la retórica empleada por las fuerzas hegemónicas que suelen fundamentarse en el realismo de la actualidad. De manera demagógica, se repite que esto es lo que hay y que esto es lo que viene, y que conviene adaptarse lo antes posible. Cultivar el umbral es denunciar esta retórica y resistir su empuje (Esquirol, 2024, p. 24).

Filmar con amor es distanciarse de la avenida de las comunicaciones, el marketing, la inteligencia artificial y la paradoja de lo cada vez menos humano; es renunciar a la catástrofe de la deshumanización. Filmar con amor es entender que estar por fuera del sistema no es estar por fuera del cine.

---

133. Videojuegos en museos españoles (2013–2023): el diseño interactivo como modelo emergente de mediación cultural

Daniel Sanchez Mateos [España]

Durante la última década, diversas instituciones museísticas españolas han incorporado experiencias basadas en videojuegos e interacción lúdica como parte de sus estrategias de mediación cultural. Sin embargo, estas iniciativas han sido analizadas mayoritariamente desde la perspectiva tecnológica o comunicacional, dejando en segundo plano su dimensión como práctica de diseño. La presente investigación propone examinar el videojuego no como recurso accesorio, sino como sistema de diseño cultural capaz de reconfigurar el rol pedagógico del museo contemporáneo. A partir del marco teórico del Circuit of Culture (du Gay et al.) y de enfoques vinculados a la agencia del usuario y la cultura participativa, se analizan casos desarrollados en museos españoles entre 2013 y 2023, incluyendo experiencias vinculadas a instituciones como el Museo Nacional Thyssen-Bornemisza y el Museo Arqueológico Nacional. El estudio identifica cómo el diseño interactivo introduce lógicas sistémicas, no lineales y participativas que transforman al visitante en sujeto activo de interpretación. Asimismo, se observan tensiones entre entretenimiento, rigor patrimonial y construcción de significado, que evidencian la necesidad de marcos conceptuales específicos para la integración del videojuego en contextos museográficos. Como aporte, se propone una tipología preliminar de modelos de mediación interactiva basados en videojuegos, orientada a fortalecer la enseñanza del diseño en contextos culturales y educativos. Esta clasificación busca contribuir al debate contemporáneo sobre el papel del diseño interactivo en la formación de profesionales capaces de operar en la intersección entre patrimonio, tecnología y cultura digital.

---

134. Invizor

Victoria Soto, Antonella Barahona, Mel Cabrera, Tomás Cuevas [Chile]

Invizor es un juego de misterio que utiliza las mecánicas point and click y novela visual. El juego se ambienta en el planeta Fuzz, un lugar lleno de felicidad y habitantes aparentemente amables. El jugador asume el rol de un detective que debe resolver un misterio: un objeto no identificado se estrellará en el planeta en 7 días y lo cambiará para siempre. Para prevenir que eso ocurra, deberá de trabajar con los 4 sospechosos clave para descubrir quién es el responsable de traer esta amenaza y qué planes tiene, pues uno de ellos no es quien aparenta ser. Actualmente, el juego se encuentra en periodo de desarrollo de demo jugable.

---

135. Burger Sam

Sarah Sofía Torres Ramos, María Camila Osorio Colmenares [Colombia]

Creación y rediseño de marca para Burger Sam, un negocio real del sector gastronómico. El proceso incluyó investigación en la Cámara de Comercio, acercamiento con el cliente y el desarrollo de una nueva identidad visual basada en sus necesidades y visión. El proyecto busca fortalecer la imagen y comunicación de la marca. Para ver el libro marcario completo, consultar el Behance en el siguiente enlace: https: www.behance.net gallery 238294897 Burger-Sam

---

136. Turismo y Tecnología en la era moderna

Rodolfo Andres Villarreal Pazos, Pablo Francisco Hernandez Lugo, Hernando Arbey Robles Puentes, Freskmann Danilo Silva Marin [Colombia]

Estrategia Educomunicativa Digital para Enriquecer el Contenido Visual y las Experiencias del Ecoturismo del Huila El presente proyecto tiene como objetivo principal potenciar el ecoturismo del Huila a través de una innovadora estrategia educomunicativa digital. Al aprovechar las herramientas digitales y las tecnologías inmersivas, se busca enriquecer el contenido visual y las experiencias de los visitantes, promoviendo así la conservación del medio ambiente y el desarrollo sostenible de la región. Objetivo General: Desarrollar una plataforma digital interactiva que combine elementos de realidad aumentada, videos 360° y contenidos educativos para ofrecer una experiencia inmersiva y enriquecedora a los turistas que visitan el Huila, fomentando la conexión con la naturaleza y la cultura local. Objetivos Específicos: - Diseñar y desarrollar una plataforma digital interactiva que utilice realidad aumentada para presentar y promover los atractivos turísticos menos conocidos del Huila. - Crear contenido visual educativo que informe a los usuarios sobre la biodiversidad, la historia y la cultura local de la región, aumentando su interés por el ecoturismo. - Implementar tecnologías avanzadas como videos inmersivos que permitan a los turistas interactuar con el entorno natural del Huila, mejorando su experiencia durante los recorridos. - Realización de encuestas a los usuarios para evaluar el uso de la aplicación, la satisfacción de los usuarios y el impacto en la promoción del ecoturismo. - Metodología: Investigación: Se realizará un estudio exhaustivo de los atractivos turísticos del Huila, identificando los principales puntos de interés y las necesidades de los visitantes. Diseño y desarrollo: Se diseñará una plataforma digital intuitiva y fácil de usar, integrando tecnologías de realidad aumentada y otras herramientas interactivas. Producción de contenidos: Se crearán

contenidos audiovisuales de alta calidad, como videos 360°, animaciones y guías virtuales, que permitan a los usuarios explorar los diferentes ecosistemas y comunidades del Huila. Implementación: La plataforma será lanzada y promocionada a través de diferentes canales digitales, como redes sociales y plataformas de turismo. Evaluación: Se realizará un seguimiento del impacto de la plataforma a través de encuestas y análisis de datos, con el objetivo de identificar áreas de mejora y optimizar la experiencia del usuario. Fortalecimiento de la imagen del Huila como destino ecoturístico de primer nivel. Impacto:La implementación de la estrategia educomunicativa digital para el ecoturismo en el Huila se espera que genere una serie de impactos positivos en diferentes ámbitos, tanto a nivel local como regional. Estos impactos incluyen:

1. Incremento del Turismo: Se prevé un aumento significativo en el número de visitantes a la región, gracias a la promoción efectiva de los atractivos turísticos menos conocidos a través de la plataforma digital. Esto contribuirá al crecimiento del ecoturismo y al desarrollo sostenible de la zona.
2. Mejora de la Experiencia del Usuario: La integración de tecnologías como la realidad aumentada y videos inmersivos mejorará la experiencia de los turistas, permitiéndoles interactuar de manera más rica y educativa con el entorno natural y cultural del Huila. Esto no solo atraerá a más visitantes, sino que también fomentará un mayor nivel de satisfacción y recomendación.
3. Desarrollo Económico Local: El aumento del turismo contribuirá al desarrollo económico de la región, generando empleos en áreas relacionadas con el ecoturismo, como guías turísticos, servicios de alojamiento, restaurantes y comercio local. Esto permitirá que las comunidades se beneficien directamente del flujo de visitantes.
4. Fortalecimiento de la Comunidad: La propuesta fomentará la participación activa de la comunidad local en la creación de contenido y en la gestión turística, fortaleciendo las relaciones entre los habitantes y el sector turístico. Esto contribuirá a un mayor sentido de pertenencia y orgullo por la cultura y los recursos naturales de la región.
5. Conciencia Ambiental y Cultural: La plataforma digital promoverá la educación sobre la biodiversidad y la cultura local, lo que aumentará la conciencia y el respeto por el entorno natural entre los turistas. Esto puede resultar en prácticas de turismo más responsables y sostenibles.
6. Innovación en el Turismo: La implementación de herramientas digitales avanzadas posicionará al Huila como un destino turístico innovador, alineándose con las tendencias actuales del sector. Esto puede abrir nuevas oportunidades de negocio y atraer a un segmento de turistas interesados en experiencias tecnológicas.
7. Modelo de Negocio Sostenible: El desarrollo de un modelo de negocio que incluya alianzas con actores locales y regionales facilitará la monetización de la plataforma y asegurará su sostenibilidad a largo plazo. Esto proporcionará recursos continuos para mantener y mejorar la oferta turística en el Huila.8. Promoción de la Diversidad Turística: Al resaltar tanto los sitios turísticos conocidos como los nuevos, el proyecto contribuirá a diversificar la oferta turística del Huila, haciendo que la región sea más atractiva para diferentes tipos de turistas y mejorando su competitividad frente a otros destinos.

COMISIÓN: DISEÑO GRÁFICO, IDENTIDAD Y COMUNICACIÓN VISUAL
MARTES 28 DE JULIO 2026 - 16 HS.

137. Infografía | Celia Cruz, 100 años de su natalicio: géneros musicales que exploró - la Guarachera - de Cuba
Ada Fernández [Colombia]
Aunque Celia Cruz es mundialmente famosa como la "Reina de la Salsa", su extenso repertorio abarcó una gran variedad de géneros de música cubana y latinoamericana, e incluso incursionó en otros ritmos y así lo demuestran colaboraciones y grabaciones que la acercaron al pop, al rock e incluso al ska. Este es un listado de 25 canciones que la artista interpretó en géneros diferentes a la salsa.

---

138. La ilustración como cambio social desde el mural
Verónica Gamboa Canales [México]
Esta ponencia explora cómo la ilustración trasciende la estética para convertirse en un motor de conciencia social capaz de sintetizar temas complejos en ilustraciones que propicien cambio social, capaz de movilizar al espectador. Se analizará la narrativa visual y la psicología del espectador, se explora el diseño con propósito que equilibra la visibilización de problemas con mensajes de acción ciudadana desde el muralismo.

---

139. Pensamiento visual y visualización de la información. El papel del diseñador como mediador simbólico
Martha Gutierrez Miranda [México]
Esta investigación parte de un análisis exploratorio y comparativo en relación a la percepción, el pensamiento visual y la visualización de la información, con el propósito de reconocer el valor del diseño como puente que favorece la interpretación y la construcción de significados. Se revisa la base conceptual sobre el pensamiento visual como proceso cognitivo que integra sensaciones y percepciones, para luego vincularlo con la recientemente reconocida disciplina de la visualización de la información, que busca transformar los datos abstractos o complejos en representaciones comprensibles. La presente revisión pretende identificar la relevancia del diseño como re-

curso cultural, cognitivo y comunicativo en la construcción y transmisión del conocimiento y de igual manera, enfatizar cómo se han potenciado las formas de representación y creación gráfica, así como lo retos profesionales que esto implica, especialmente con la proliferanción de tecnologías y la emergencia que han provocado, en la práctica contemporánea del diseño y el desarrollo de objetos diseñados.

---

140. Diseño de Identidad visual para la Comparsa Torito en Carnaval

Isaac Eduardo Herazo Mercado, Wendy Goez, Ashley Sanjuan [Colombia]

El proyecto desarrolla la identidad visual de la Comparsa Torito en Carnaval, una propuesta cultural presentada en el marco del Carnaval de Barranquilla, festividad reconocida como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO. La comparsa retoma la figura del torito como símbolo de fuerza, tradición y expresión popular, reinterpretándolo desde una mirada contemporánea sin perder su esencia festiva. El proceso incluyó investigación sobre los elementos simbólicos del carnaval, análisis del contexto cultural y construcción de un concepto gráfico que dialoga entre tradición y modernidad. Se diseñaron recursos visuales como logotipo, sistema cromático, tipografía y aplicaciones que fortalecen la identidad colectiva de los danzantes y su proyección en escenarios culturales. Más que una propuesta estética, el proyecto busca preservar y resignificar el patrimonio cultural a través del diseño gráfico, entendiendo la identidad visual como una herramienta de memoria, representación y pertenencia dentro de una de las celebraciones más importantes de Colombia.

---

141. Rescatando el concepto clásico de belleza en el diseño gráfico

Aarón Mariscal [Bolivia]

En nuestra época, cuando la IA genera mil variaciones en segundos y la obsolescencia visual se mide en meses, es crucial proponer un ejercicio de resistencia creativa: recuperar el concepto clásico de belleza como estrategia de impacto eficaz. Lejos de oponerse a la innovación, la proporción, la integridad y la claridad de la filosofía clásica aristotélico-tomista ofrecen al diseñador contemporáneo una ventaja competitiva radical: la capacidad de comunicar con resonancia emocional profunda y permanencia cultural en un océano de imágenes descartables. Esta charla explorará cómo los principios del arte clásico — aplicados a la composición de piezas gráficas— pueden transformarse en herramientas de diferenciación profesional, permitiendo diseñar piezas que no solo capturen la atención fugaz del scroll, sino que, además, instalen en la memoria del espectador una experiencia estética verdaderamente inquietante y memorable.

---

142. Retóricas visuales como estrategia de diferenciación en la comunicación gráfica

Valentina Mendoza Rozo, Lina Gabriela Joya Peña, Lina Gabriela Joya Peña, María Juliana Zapata Velasco [Colombia]

Esta investigación se enfocará en el estudio de las retóricas visuales dentro de la comunicación gráfica y su papel en la recordación y diferenciación de los mensajes visuales. Se busca analizar cómo en los recursos visuales utilizados en piezas gráficas permiten que los mensajes sean más memorables y distintivos para el público, especialmente en contextos donde existe una alta exposición a información visual.

---

143. Del Trazo al Grito. La Síntesis Visual y el Minimalismo Político en la Obra de 'Ari'

Nicolás Restrepo Henao, Paula Andrea Correa Montaño, Francisco Fernando Gallego Escobar, Juan Pablo Jaramillo Salazar [Argentina]

La presente investigación propone el desarrollo de un modelo conceptual que, si bien es aplicado a la obra del caricaturista Fabio Arias, "Ari" puede ser aplicado a obras similares especialmente caricaturas con tinte político. El lenguaje visual minimalista de la obra de Ari, con esa carga de incidencia social en la opinión pública es lo que permite realizar este análisis. Metodológicamente, se trabaja con una triangulación teórica que abarca tres dimensiones: la estructural, basada en la dualidad significado-significante de Ferdinand de Saussure; la pragmática, usando la triada ícono- índice-símbolo de Charles Sanders Pierce y la interpretativa de Umberto Eco, por medio de los conceptos de enciclopedia y lector modelo. La investigación no puede dejar de lado el nivel formal de análisis de la imagen utilizando tres referentes teóricos como son: Abraham Moles y su teoría de la información, Donis A. Dondis y Justo Villafañe con el análisis mediante la sintaxis visual. La claridad comunicativa de Ari no reside en el virtuosismo de su gráfica, sino en la legibilidad del mensaje, el uso de los espacios negativos y una baja iconicidad. Al final, el modelo conceptual propone una comprensión de cómo la síntesis visual es la herramienta para la denuncia pública de Ari en tiempos donde la saturación de información es abundante.

---

144. Del dato al relato: Mapas, diseño y narrativas visuales para la comunicación del territorio

Daniela Tobar Abarca [Argentina]

Las tecnologías geoespaciales han ampliado significativamente el acceso a datos territoriales y herramientas de análisis, permitiendo que profesionales de diversas disciplinas integren mapas digitales en su práctica cotidiana. Sin embargo, transformar datos en representaciones comprensibles y significativas requiere decisiones de diseño que influyen directamente en la forma en que el territorio es interpretado. Esta presentación propone re-

correr el proceso que va del análisis de datos geográficos a la construcción de narrativas visuales, entendiendo la cartografía como una instancia de traducción entre información técnica y comunicación estratégica. A partir de experiencias de capacitación y proyectos interdisciplinarios, se examinan criterios de visualización, jerarquización de datos y construcción de relatos espaciales. La propuesta busca destacar el rol del diseño como mediador entre conocimiento científico, contextos territoriales y públicos diversos.

---

145. Nora, diseño editorial e ilustración accesible para dislexia

Laura María Trejos [Colombia]

Esta ponencia presenta Nora, un producto editorial digital interactivo dirigido a niños con dislexia, enfocado en el diseño de ilustración, composición y construcción de personaje como estrategias de accesibilidad, la propuesta aborda limitaciones comunes en productos editoriales digitales para este grupo poblacional, planteando la ilustración como herramienta de mediación cognitiva; El proyecto se centra en el diseño del personaje Nora como eje narrativo y emocional, mientras que la composición visual se estructura para reducir la carga perceptual y facilitar la comprensión, ajustando visualmente una aproximación al diseño editorial inclusivo centrado en la experiencia visual y cognitiva del usuario.

---

146. Arquitectura de la mirada. Decisiones de diseño gráfico en la era de la distracción

Martín Valenzuela [Argentina]

En el marco de la economía de la atención, donde la percepción se encuentra atravesada por una sobreabundancia de estímulos visuales, el diseño gráfico enfrenta el desafío de construir mensajes capaces de captar, organizar y sostener la mirada. Esta charla propone una aproximación teórica y proyectual al diseño como dispositivo de mediación perceptiva, abordando el papel de las operaciones retóricas, la jerarquía visual y los principios de la percepción en la construcción de sentido. A partir de estos ejes, se reflexionará sobre las decisiones formales que configuran recorridos de lectura, orientan la interpretación y definen estrategias visuales pertinentes para contextos contemporáneos de dispersión atencional.

---

147. Representaciones gráficas

David Villa [Colombia]

Esta investigación, que se sitúa en los años 2024 y 2025, se realizó en la ciudad de Medellín en la comuna 7 Robledo, en los barrios afectados por la construcción del sistema de transporte Metro de la 80: El Progreso, El Volador, Pilarica y San Germán. Analiza desde la semiótica los carteles ubicados en las fachadas de los inmuebles, debido al desplazamiento intraurbano que afecta a la comunidad por la construcción del proyecto. Tomando como referencia una muestra de carteles ubicados en las fachadas de los inmuebles, así como las opiniones de las personas involucradas que forman parte de esta comunidad, se revelan los aspectos de comunicación de dichas piezas. Los resultados dan cuenta de los sentimientos de tristeza y desarraigo en los habitantes, así como un aumento en la percepción de la inseguridad en el sector. Las manifestaciones gráficas en el territorio, como los carteles y los grafitis, se convierten en un canal de protesta y comunicación, aunque su percepción varía entre la apreciación artística y el vandalismo, principalmente entre jóvenes y adultos mayores. Los muros se convierten en canales de comunicación para expresar la inconformidad mediante mensajes que no encuentran espacio en los medios tradicionales a los que tiene acceso cada persona del sector o en los diálogos formales, convirtiéndose en medios que posibilitan a los habitantes de Robledo visibilizar la problemática del desplazamiento intraurbano. Estas piezas son la manera como la comunidad se apropia de este espacio. Surgen para generar una discusión e interrumpir con la cotidianidad de los transeúntes de la ciudad de Medellín. Esto plasma un mensaje disruptivo en diferentes superficies exteriores, ya que estos contienen mensajes con una intención de crítica o de denuncia. En algunas ocasiones, las instituciones recurren a normalizar las intervenciones gráficas en la ciudad por parte de sus habitantes para alivianar los ánimos de protesta causados por malestar. Aunque la libertad de expresión es un derecho legítimo que establece la Constitución Política colombiana, las líneas entre las piezas gráficas legales o las ilegales que atentan contra los bienes inmuebles son muy difusas.

COMISIÓN: CONSUMO, AUDIENCIAS Y TENDENCIAS DE MERCADO
MIÉRCOLES 29 DE JULIO 2026 - 10 HS.

148. Imagen, Identidad y Consumo: El perfil del usuario de cervecería artesanal en redes sociales

Martha Yazmin Briones Acosta, Martha Patricia Alcaraz Flores [México]

Esta propuesta expone los hallazgos de una investigación de campo enfoque cuantitativo con alcance descriptivo realizada en el sector de la cerveza artesanal en Baja California, México. Se presentan los hallazgos sobre cómo el género musical, el estilo de vida y los intereses culturales del usuario dictan sus expectativas en redes sociales. Discutiremos cómo los datos sobre motivos de visita, canales de descubrimiento y prioridades de elección permiten a los creadores de contenido diseñar una fotografía publicitaria que no solo sea estética, sino que responda a la experiencia emocional y social que el cliente busca en Instagram y Facebook.

---

149. Perfiles de consumidores que emergen del diseño creativo en retail

Alba García Milon, Cristina Olarte Pascual, Graciela Padilla Castillo, Nuria Pelegrín Alonso [España]

Este trabajo explora cómo el diseño creativo del retail influye en la manera en que los consumidores perciben el punto de venta y cómo, a partir de esas percepciones, surgen perfiles claramente diferenciados. Utilizando un escaparate creado con IA como estímulo neutral, se analizan las reacciones de más de mil compradores ante elementos de novedad, estética y complejidad. Los resultados muestran que no todos los visitantes responden del mismo modo: mientras algunos se sienten atraídos por propuestas visuales, otros permanecen indiferentes o incluso muestran cierto rechazo. Estas diferencias permiten identificar varios perfiles de consumidores vinculados a su sensibilidad hacia el diseño creativo del entorno físico. El estudio pone de relieve el papel del diseño como herramienta para comprender mejor al shopper y para generar experiencias más ajustadas a cada tipo de cliente dentro del retail presencial.

---

150. Desinformación y espectacularización en la noticia deportiva: el caso Mbappé

Rodrigo Huertas Cornejo, Cinthya Virginia Soto Hidalgo, Johana Milagros Villon Cristobal [Perú]

El periodismo deportivo digital se ha visto especialmente afectado por la proliferación de noticias falsas (fake news) como consecuencia de la presión por la inmediatez, la competencia por la primicia informativa y la centralidad de las redes sociales en la circulación de contenidos. Este estudio analiza el impacto de la desinformación en el periodismo deportivo digital a partir del caso del supuesto fichaje de Kylian Mbappé durante el año 2024, un episodio caracterizado por la difusión masiva de rumores, titulares especulativos y versiones contradictorias sin respaldo en fuentes verificadas. El objetivo general de la investigación es comprender cómo las dinámicas de producción y distribución digital contribuyen a la propagación de noticias falsas y cómo estas afectan la credibilidad profesional y la ética periodística. Metodológicamente, se adopta un enfoque cualitativo con un diseño fenomenológico, que integra la triangulación de tres técnicas: una ficha de observación documental aplicada a publicaciones digitales y redes sociales deportivas; entrevistas en profundidad a expertos en periodismo deportivo digital; y entrevistas estructuradas a estudiantes de periodismo con afinidad por la especialidad deportiva. Los resultados evidencian una recurrencia significativa de estrategias de clickbait, ausencia de atribución clara de fuentes, narrativas especulativas sobre transferencias y procesos de viralización multiplataforma que favorecen la instalación de versiones no verificadas como hechos plausibles. Asimismo, emerge la credibilidad profesional como una categoría transversal que articula las tensiones entre verificación, velocidad informativa y presión algorítmica. Se concluye que la normalización de prácticas especulativas debilita la confianza del público y plantea desafíos éticos y formativos para el periodismo deportivo contemporáneo, subrayando la necesidad de reforzar rutinas de verificación, alfabetización mediática y responsabilidad editorial en entornos digitales.

---

151. Entre el discurso y la acción: autenticidad y construcción de confianza en influencers de sostenibilidad en Cali

Sofía Mañozca Hernández [Colombia]

El objetivo general es analizar qué prácticas discursivas y comportamientos comunicativos de los influencers fortalecen la credibilidad de los mensajes de sostenibilidad en redes sociales. Como objetivos específicos, se busca identificar los factores que determinan dicha credibilidad, analizar la relación entre la autenticidad percibida y la confianza del público, y explorar la importancia de la coherencia entre el discurso y las acciones del creador de contenido Esta investigación es de tipo descriptiva-analítica. Se fundamenta en dos conceptos teóricos clave: primero, La teoría de la Credibilidad de la Fuente, que vincula la efectividad del mensaje con la pericia y confiabilidad percibida del emisor ; y segundo, La Hipótesis de la Congruencia (Match-up), que sostiene que la persuasión aumenta cuando existe sintonía entre la imagen del influencer y el producto ambiental promocionado. El estudio emplea un enfoque mixto que integra métodos cualitativos y cuantitativos. Como instrumentos de investigación, se aplicarán encuestas en línea a personas que utilizan redes sociales, para medir percepciones de confianza, además de entrevistas a profundidad a influencers del sector en Cali, Colombia, para analizar sus estrategias de transparencia y ética comunicativa. Esta investigación se encuentra en proceso de trabajo de campo, por lo que aún no hay análisis de resultados ni conclusiones.

---

152. Experiencias con Términos y Condiciones de servicios digitales en Adultos de 25 a 30 años en el Área Metropolitana de Guadalajara, México

Daniela Sarahí Perezchica Márquez [México]

Los términos y condiciones son un tipo de contrato entre proveedores de servicios digitales como aplicaciones, e-commerce o sitios web y el usuario final. Estos contratos establecen las condiciones de uso en dicho servicio, así como el uso del contenido, las reglas que deben seguir los usuarios y los descargos de responsabilidad por parte del proveedor. A pesar de ser recipiente de información relevante para el usuario, la forma en la que están presentados estos Términos y Condiciones suele ser una mezcla entre bloques de texto técnico de protección legal máxima para el proveedor y formas rápidas de aceptación

a estos contratos, como botones con texto sencillo o casillas de verificación Si bien, en contexto mexicano existen asociaciones sobre hábitos generales en plataformas como los realizados por la Asociación Mexicana de Internet, éstos se enfocan principalmente en datos demográficos y uso general, por ende no hay registros de estudios exploratorios que indaguen en la experiencia y percepciones de los usuarios sobre su interacción con Términos y Condiciones de servicios digitales. Para este estudio se realizó una exploración inicial sobre la experiencia de los usuarios en una muestra no probabilística conformada por 37 adultos de entre 25 y 30 años residentes del Área Metropolitana de Guadalajara. El instrumento utilizado para esta exploración fue una encuesta en Google Forms previamente evaluada mediante el método de CVI, con un panel de 6 expertos en áreas de comunicación y diseño de información. De este modo, se evaluó sus comportamientos de lectura, conciencia de implicaciones aceptadas y las motivaciones de rápida aceptación a Términos y Condiciones de sus servicios digitales favoritos, donde la mayoría coincide con no leerlos por causas como el diseño en el que se presentan, extensión del texto y uso de palabras demasiado técnicas. Así mismo, se expresa un interés de los participantes por comprender lo que aceptan y consciencia de la importancia del diseño en este tipo de contratos.

---

153. Greenwashing vs. Green Influencers: percepción de credibilidad en audiencias digitales

Valeria Sanmartin [Colombia]

El greenwashing ha evolucionado de ser una práctica poco visible a convertirse en una estrategia sofisticada de persuasión mediática, apoyada en recursos simbólicos como el color verde, que dentro del imaginario social se asocia automáticamente con lo ético y responsable. Sin embargo, la sobreexposición de mensajes sostenibles ha generado una pérdida de credibilidad en las marcas. En este escenario, emergen los "green influencers" como nuevas figuras de validación social, ya que construyen confianza a partir de la coherencia entre lo que comunican y lo que practican en su vida cotidiana, promoviendo estilos como el *slow living* y el consumo consciente. Por ello, resulta relevante analizar cómo las personas perciben estas figuras, especialmente cuando evidencian un consumo activo y real de productos orgánicos y sostenibles, tanto en alimentación como en materiales.

---

154. El fenómeno del 'tusi'

Blanca Ugalde [Bolivia]

Este estudio analiza la dimensión sociocultural y visual de la sustancia conocida como "tusi" (cocaína rosada, 2C, 2CB) desde su comienzo en Colombia hacia el año 2010 hasta su consolidación como fenómeno transnacional. La investigación se articula bajo un enfoque semiológico, centrándose en cómo el uso del color rosado funcionó como un dispositivo estético fundamental para subvertir las asociaciones con el narcotráfico, desestigmatizar el consumo y convertir a la sustancia en un ícono de la cultura visual latinoamericana. A través de un análisis de los discursos de la cultura popular, se examina la presencia del "tusi" bajo tres ejes principales: Producción musical y audiovisual: Se analiza su representación en las letras y estéticas de géneros urbanos como el reggaetón y el trap, así como su vinculación con la escena de la música electrónica, donde el color es parte de la narrativa nocturna. Semiótica de la identidad gráfica: Se toma el color rosa como un marketing indirecto. Desde el diseño, se explora cómo este pigmento funciona como un diferenciador de estatus y un elemento de branding que facilita el reconocimiento del producto. Percepción social y resignificación: Se indaga cómo la estética visual altera radicalmente la narrativa del consumo, desplazando la imagen de la sustancia de los espacios de marginalidad hacia contextos de exclusividad y tendencia, normalizando su presencia. Finalmente, el estudio busca identificar los mecanismos semióticos mediante los cuales el color rosa sirvió como motor para la viralización. Más allá de esto, esta investigación subraya la necesidad de abrir diálogos sobre la responsabilidad de la imagen en la construcción de realidades sociales. Al cuestionar la estetización de las sustancias, se busca entender cómo la cultura visual puede normalizar fenómenos complejos, mostrando la importancia de analizar el impacto de las narrativas gráficas y mediáticas en la percepción del riesgo y cómo estas afectan la cultura latinoamericana. del riesgo, y como estas afectan la cultura latinoamericana.

---

155. Pensar en global: el impacto de la cultura en negocios internacionales

Laura Vaillard

Esta charla aborda los retos del negocio global y la necesidad de desarrollar una mentalidad verdaderamente global, desde una perspectiva intelectual, psicológica y social. Analizaremos cómo tomar decisiones responsables en entornos internacionales complejos y los desafíos que supone trabajar con culturas diversas en el ámbito de los negocios globales. A través de un enfoque práctico y una experiencia intercultural, se invita a los participantes a reflexionar sobre el papel del liderazgo ético en un mundo cada vez más interconectado.

COMISIÓN: DISEÑO, NEGOCIOS Y GESTIÓN PROFESIONAL
MIÉRCOLES 29 DE JULIO 2026 - 19 HS.

156. Modelo de Negocio Sostenible y Turismo Responsable

Ana Victoria Alcantara Iturbe [México]

Se presenta el diseño de un modelo de negocio para un eco-

parque temático en Punta Coyote, Baja California Sur, bajo la estructura de Sociedad BIC (Beneficio e Interés Colectivo). El proyecto aborda la "insostenibilidad invisible" mediante la conservación de tierras familiares y la implementación de prácticas regenerativas. Se analiza cómo el diseño de experiencias turísticas puede mitigar el impacto ambiental, preservar la cohesión social y generar valor económico equitativo, transformando un patrimonio privado en un activo de conservación comunitaria y responsabilidad ambiental en zonas de alta biodiversidad, baja densidad poblacional y zonas costeras fragiles.

---

157. Modelo HOCFLIT para la Gestión de Valor en una Empresa Pyme

Lalo Lopez [México]

¿Cuáles son los sistemas inmutables en una empresa? La gestión empresarial contemporánea enfrenta una paradoja estructural: la mayoría de los marcos de referencia disponibles fueron diseñados hace más de un siglo y para organizaciones corporativas que representan menos del 1% de las unidades económicas globales, dejando desatendido al segmento de empresas en desarrollo y a las Pymes que concentra el mayor volumen de empleo y actividad productiva, limitando su crecimiento y la creación de valor para todas las partes interesadas. El modelo HOCFLIT se compone de cinco sistemas estructurales Talento Humano (H), Operaciones (O), Comercial (C), Finanzas (F) y Legal (L) y dos sistemas transversales habilitadores: Desarrollo de Innovaciones (I) e Implementación de Tecnologías (T).

---

158. Crear desde la frontera: diseño, estrategia y realidad

Boris Morales [Colombia]

¿Qué implica construir una agencia creativa desde la frontera? Esta ponencia presenta el caso de SOWA Agencia Creativa como un modelo de trabajo donde el diseño, el contenido y la estrategia se desarrollan en un contexto marcado por tensiones sociales, económicas y culturales propias de un territorio fronterizo. Lejos de ser una limitación, este contexto ha permitido construir una mirada más consciente, adaptable y estratégica sobre la creación de marcas. A partir de experiencias reales, se abordará cómo se desarrollan proyectos que conectan identidad, narrativa y negocio; cómo se trabaja con clientes en contextos diversos; y cómo la creatividad se convierte en una herramienta para generar valor, posicionamiento y sostenibilidad. La charla propone entender la agencia no solo como un proveedor de servicios, sino como un actor que interpreta el territorio y traduce esa realidad en estrategias de comunicación relevantes.

---

159. Diseño remoto: proyectos de diseño realizados a distancia, sin importar dónde se encuentre el equipo o el cliente

Andrés Parallada, Tatiana Rigos [Brasil]

Diseño remoto presenta ejemplos concretos de desarrollo de proyectos de diseño realizados a distancia, tanto en el trabajo interno del equipo como en la interacción con clientes. A través de casos reales, se mostrará cómo la modalidad remota permite llevar adelante procesos de diseño completos sin que la ubicación geográfica sea una limitante. La presentación se enfoca en las dinámicas de trabajo, las herramientas utilizadas y las metodologías que hacen posible la colaboración a distancia, poniendo especial atención en la comunicación, la toma de decisiones y el seguimiento de los proyectos. El objetivo es compartir una experiencia práctica sobre cómo se construyen y gestionan proyectos de diseño de manera remota, manteniendo la calidad y coherencia del proceso.

---

160. SEO Lab Academy

Carolina Prado, Massiel Adriana Mossos Jiménez [Colombia]

La creciente digitalización de las empresas colombianas ha hecho evidente la necesidad de profesionales que dominen estrategias de SEO. Sin embargo, en los programas de Comunicación Social, particularmente en UNIMINUTO, no existe una formación estructurada que dote a los estudiantes de estas competencias. Esto genera una brecha entre las exigencias del mercado laboral y las competencias con las que egresan los comunicadores sociales, quienes carecen de habilidades técnicas para mejorar la visibilidad digital de organizaciones, marcas o proyectos sociales. A través de la investigación realizada se identifica la falta de integración del SEO en los planes de estudio, el desconocimiento de las empresas sobre su potencial y la rápida evolución de esta disciplina. Formulación del problema ¿Cómo crear un aula virtual de aprendizaje en SEO que fortalezca las competencias digitales de los estudiantes de Comunicación Social de UNIMINUTO y responda a las tendencias del mercado laboral y académico en Colombia? Justificación Este proyecto se justifica desde una perspectiva teórica, práctica y metodológica. A nivel teórico, contribuye a la comprensión del rol del SEO y su impacto en la comunicación digital, basándose en la revisión de literatura especializada. Práctica porque el proyecto permitirá la creación de un aula virtual de aprendizaje que dotará a los estudiantes de Uniminuto de habilidades concretas para su desempeño profesional. Se ha identificado que, si bien algunas instituciones en Colombia incluyen el SEO en sus programas, lo hacen principalmente a través de diplomados y cursos de educación continua, sin integrarlo como un componente fundamental en los currículos de pregrado o posgrado y Metodológica porque se apoya en entrevistas a expertos en SEO, docentes universitarios, y en

un análisis comparativo de la oferta académica en Colombia El proyecto es pertinente en tres niveles: Académico porque contribuye a fortalecer el perfil del egresado de Comunicación Social, integrando competencias digitales actuales y necesarias. Institucional Puesto que posiciona a UNIMINUTO como pionera en la formación en SEO en Colombia dentro del campo de la comunicación social. Social y profesional Pues brinda a los futuros comunicadores herramientas prácticas para generar impacto en proyectos sociales y empresariales, favoreciendo la competitividad económica de organizaciones que no cuentan con grandes presupuestos para publicidad paga. Objetivos Objetivo general Diseñar un ambiente virtual de aprendizaje que permita a los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Minuto de Dios adquirir competencias en estrategias de SEO para mejorar su empleabilidad. Objetivos específicos Identificar las competencias clave en SEO, a partir de la indagación de experiencias de representantes del sector productivo, para entender las tendencias del mercado. Seleccionar las temáticas a ejecutar a través del análisis de contenido de plataformas virtuales de aprendizaje, en búsqueda de una visión prospectiva de la profesión. Elaborar un plan de estudios para el aula virtual que incluya módulos teóricos y prácticos, basado en la información recopilada a través de expertos de diferentes universidades, para establecer la metodología a utilizar. Implementar el ambiente virtual de aprendizaje utilizando una plataforma accesible que permita evaluar su usabilidad y efectividad. Metodología Esta investigación es cualitativa de tipo descriptivo. La muestra del proyecto está conformada por 5 profesionales expertos en SEO y 5 docentes o académicos, quienes aportarán su conocimiento sobre las tendencias del mercado y la pedagogía de la formación en línea. Las técnicas de recolección de datos que se emplearán son la entrevista y el análisis de contenido. Los expertos entrevistados coinciden en que la formación en SEO para comunicadores sociales debe combinar competencias prácticas, fundamentos técnicos, producción de contenido, analítica y uso de herramientas clave. La mayoría de las plataformas cubren los pilares tradicionales del SEO básico y se genera una oportunidad para que SEO LAB ACADEMY pueda diferenciarse y posicionarse, a través de Search Everywear Optimization (optimización en todas partes) y análisis e interpretación de datos. Los docentes resaltan que el aprendizaje del SEO debe ser práctico, experiencial y centrado en proyectos reales y en que un aula virtual debe incluir recursos multimedia, evaluaciones interactivas y foros de discusión para favorecer el aprendizaje activo. La puesta en producción de la plataforma SEO Lab Academy permitirá a los estudiantes de comunicación social de Uniminuto adquirir competencias en estrategias de SEO, que marcarán la diferencia en el competitivo mundo del marketing digital.

---

161. Rastro: diseño que conecta el talento creativo latinoamericano

Sebas Romero [Ecuador]

Rastro: diseño que conecta el talento creativo latinoamericano Rastro es una plataforma digital creada por un diseñador latinoamericano que busca democratizar el trabajo remoto en el ámbito creativo. Su propósito es educar tanto a profesionales como a empleadores sobre cómo funciona el ecosistema freelance, completamente en español y con una mirada contextualizada a la realidad de la región. A través del diseño de experiencia de usuario, Rastro propone un entorno accesible, pedagógico y visualmente coherente, donde el diseño se convierte en una herramienta social: una que visibiliza el talento, fomenta la colaboración y rompe las barreras del idioma o el desconocimiento tecnológico. Más que una web, Rastro es un manifiesto sobre el poder del diseño para construir puentes culturales y laborales en Latinoamérica, impulsando una comunidad creativa más inclusiva, profesional y conectada.

---

162. PrOTeGE: Protocolo Orientador para el Trabajo y Gestión del Entorno

Eliana Zapata, Erika Solange Imbett Vargas [Colombia]

El acompañamiento a poblaciones pospenadas en el Distrito de Medellín - Colombia implica la exposición constante de los profesionales psicosociales a escenarios complejos de violencia, vulnerabilidad social y precariedad institucional. Estos contextos, atravesados por dinámicas de exclusión, estigmatización y conflictividad territorial, generan un riesgo laboral y emocional estructural que trasciende las medidas de seguridad convencionales. Sin embargo, a pesar de la relevancia del trabajo psicosocial en los procesos de reintegración y reparación, no existen marcos normativos ni protocolos de seguridad especializados que orienten la protección integral de quienes desempeñan estas funciones. El caso de Márjorie Kisner Mira, psicóloga asesinada en 2008 mientras desarrollaba labores de atención con población en proceso de reinserción, evidenció de manera trágica esta ausencia. Su muerte se convirtió en un punto de inflexión ético y político: mostró la fragilidad de las estructuras institucionales de protección y la desprotección sistemática de los equipos de atención psicosocial, quienes suelen operar sin lineamientos claros para la identificación, evaluación y mitigación de riesgos. A partir de este reconocimiento, se plantea el diseño de PrOTeGE: Protocolo Orientador para el Trabajo en Gestión del Entorno, como una respuesta técnico-pedagógica que busca traducir la experiencia acumulada en acompañamiento psicosocial en herramientas concretas de prevención, cuidado y autocuidado institucional. Este protocolo surge de un proceso participativo de análisis de riesgos laborales, orientado a generar una guía adaptable a las realidades de cada Secretaría Distrital y a los diferentes niveles de intervención profesional.

COMISIÓN: DISEÑO DE EXPERIENCIAS, UX E INTERACCIÓN
JUEVES 30 DE JULIO 2026 - 10 HS.

163. Do Conceito ao Contato: O Papel dos Protótipos Físicos na Percepção e Desenvolvimento de Embalagens

Gabriel Bergmann Borges Vieira, Luiza Grazziotin Selau, Luiza Selau [Brasil]

O desenvolvimento de embalagens é um processo complexo que envolve aspectpos de configuração formal, funcionalidade, ergonomia, experiência do usuário e viabilidade de produção. Em um mercado cada vez mais competitivo, a capacidade de tangibilizar ideias e testá-las rapidamente é crucial. Esta atividade apresenta o papel fundamental dos protótipos físicos na jornada do design de embalagens, desde a fase inicial de concepção até a validação final. Em destaque, será abordado como a materialização de conceitos através de protótipos de baixa e alta fidelidade permite aos designers e equipes multidisciplinares uma percepção mais apurada da forma, função e interação, acelerando o processo criativo e minimizando riscos. Serão apresentados exemplos práticos e metodologias para integrar efetivamente a prototipagem física no fluxo de trabalho do design de embalagens.

---

164. Gestão da inovação em produtos digitais: análise integrada das visões de Joe Tidd e Don Norman

Weslei Clem de Menezes Clem [Brasil]

A inovação em produtos digitais tornou-se essencial para manter a competitividade organizacional. Tidd e Bessant (2015) apresentam uma perspectiva estruturada da gestão da inovação, destacando a importância do alinhamento estratégico, dos processos e da cultura organizacional. Norman (2013), por sua vez, enfatiza o design centrado no usuário, considerando a experiência, emoção e usabilidade como fatores decisivos para a adoção de produtos. Complementarmente, Brown (2008) introduz o Design Thinking como abordagem baseada em empatia, colaboração e experimentação contínua. Este artigo compara essas três visões e discute sua aplicação ao contexto digital. O caso do Windows Phone é apresentado como exemplo de falha na adaptação tecnológica e no ritmo de inovação. Conclui-se que a gestão eficaz da inovação em produtos digitais requer ciclos curtos, foco no usuário e integração fluida de tecnologia e estratégia.

---

165. Kromare: material didático para experimentação da mistura partitiva temporal das cores

Ana Carla Costa da Silva, João Dalla Rosa Júnior, Robert Hirschler, Gisela Costa Pinheiro Monteiro [Brasil]

Este estudo apresenta o desenvolvimento do material didático “Kromare”, voltado à experimentação do efeito óptico das misturas de cores em movimento, denominado mistura partitiva temporal. A proposta parte da necessidade de ampliar o acesso a dispositivos pedagógicos para o ensino da cor, diante da limitação de recursos disponíveis no mercado, em geral importados, de difícil acesso e alto custo. O material foi desenvolvido para uso em contextos de ensino em Design, Artes Visuais e Arquitetura, podendo ser aplicado em diferentes níveis de formação. O dispositivo possibilita a investigação de relações cromáticas a partir das cores RGBCMY, organizadas em sistemas de sobreposição e rotação entre discos com variações proporcionais de área, como 1 2, 2 3, 1 3, 4 5, 1 5, 5 6, 1 6, 7 8 e 1 8, permitindo observar alterações graduais na intensidade perceptiva da cor resultante da mistura em movimento. O sistema estrutural dos discos funciona por meio de recortes e sobreposições rotativas, nos quais a variação geométrica altera diretamente a leitura cromática durante o giro. Além disso, o material incorpora discos de composição livre, nos quais padrões gráficos, desenhos e campos cromáticos podem ser aplicados e combinados em movimento, ampliando as possibilidades de experimentação perceptiva. Conclui-se que o “Kromare” constitui um dispositivo de experimentação e investigação da cor em movimento, evidenciando a natureza relacional e dinâmica da percepção cromática.

---

166. Gestão visual - integrando Customer Experience (CX) e Employee Experience (EX)

Rodrigo Fernandes Pissetti, Flavia Schwartz Maranho Ponce de Leon

Mapear e alinhar a experiência do cliente (Customer Experience, ou CX) e a experiência do colaborador (Employee Experience, ou EX) atualmente é uma necessidade estratégica tanto para empresas quanto para instituições públicas. Estudos comprovam que a satisfação, o engajamento e o desempenho dos colaboradores são fatores centrais na criação de valor das organizações, produtos e serviços: pessoas engajadas entregam atendimento mais consistente, colaboram para inovação e reduzem custos com retrabalho e rotatividade, e esse efeitos repercutem diretamente na experiência do cliente. A integração entre CX e EX reduz atritos nos pontos de contato, fortalece a autonomia dos colaboradores, acelera a resolução de problemas e assegura coerência entre a promessa de valor e sua entrega operacional. Quando colaboradores entendem e compartilham a proposta de valor da organização, a eficiência e a qualidade do serviço prestado aumentam significativamente, além da capacidade de resposta a falhas e ao feedback do cliente. Nesse contexto, a representação visual por meio de frameworks e diagramas torna a gestão integrada da CX e da EX mais prática e escalável. Fluxogramas e blueprints distinguem atividades frontstage e backstage, enquanto mapas de jornada do cliente e do colaborador evidenciam emoções, momentos

críticos e transferências de responsabilidade. Mapas de experiência e de ciclo de vida mostram continuidade da proposta, funis de conversão e de retenção permitem monitorar desempenho, diagramas de modelos mentais alinham expectativas e mapas de ecossistema identificam dependências e parceiros. Instrumentos de gestão visual como esses promovem a compreensão compartilhada, a priorização de intervenções, a identificação de lacunas e mensuração de impacto.

---

167. Legibilidad del sistema de notación musical en partituras de una Big Band: Diseño de experiencia de músicos

Javier Libreiro [Argentina]

La tesis analiza la legibilidad del sistema de notación musical en partituras de big band, tomando como caso el repertorio de la Santa Fe Jazz Ensamble. Mediante una metodología exploratoria, cualitativa y no experimental, se estudiaron las partituras desde parámetros del diseño editorial y tipográfico, y se analizaron las condiciones de lectura de los músicos en ensayos reales. Se establecieron tres tipologías de instrumentistas según su dificultad de lectura y se propusieron parámetros gráficos diferenciados para cada una, orientados a mejorar la experiencia del usuario. El trabajo articula, de manera interdisciplinaria, los campos del diseño y la música, proponiendo un proyecto de partituras rediseñadas y una aplicación digital destinada a optimizar la comunicación y la organización de los ensayos de una big band.

---

168. Videojuego épico: Neurodiseño e Inteligencia artificial en el desarrollo de procesos cognitivos

Yenny Luján [Colombia]

La ponencia "Videojuego épico: Neurodiseño e Inteligencia Artificial en el desarrollo de procesos cognitivos" presenta una investigación interdisciplinar que integra la neurociencia cognitiva, el diseño de experiencias interactivas y las tecnologías emergentes, posicionando la inteligencia artificial como eje central (AI-first) en todo el proceso de concepción, diseño y desarrollo del videojuego. El estudio se centra en la creación de un videojuego de carácter épico-narrativo, concebido como un entorno inmersivo capaz de estimular procesos cognitivos superiores mediante la interacción, la toma de decisiones y la resolución de problemas en contextos simbólicos y dinámicos. A partir de los fundamentos de la neuroplasticidad, se analiza cómo estas experiencias potencian funciones como la atención, la memoria, la percepción y la flexibilidad cognitiva. En este marco, el neurodiseño se propone como una metodología que articula principios de la neurociencia con el diseño de mecánicas, narrativas y estéticas del videojuego, orientadas a generar experiencias significativas y medibles. La inteligencia artificial, por su parte, se configura como un agente estructural del sistema, permitiendo la personalización adaptativa de la experiencia, la generación procedimental de contenidos y el análisis en tiempo real del comportamiento del jugador, lo que favorece procesos de aprendizaje individualizados. En consecuencia, el videojuego épico se redefine como un sistema inteligente, dinámico y evolutivo que trasciende el entretenimiento, constituyéndose en una plataforma para el desarrollo cognitivo, la innovación en diseño y la investigación aplicada en la intersección entre tecnología, arte y mente humana.

---

169. Aplicación de la Metodología DTI para el Diagnóstico Tecnológico y de Experiencia de Usuario en el Sector Turístico de Tunja

Bayron Samuel Marín Ortiz [Colombia]

Esta investigación aplica la metodología de Destino Turístico Inteligente (DTI), impulsada por SEGITTUR, para diagnosticar el sector turístico de Tunja en sus ejes de tecnología y experiencia de usuario, y proponer mejoras. Mediante un enfoque cualitativo-descriptivo (revisión documental, entrevistas, encuestas y análisis de portales), el estudio revela un panorama incipiente: conectividad inestable, un portal institucional deficiente, ausencia de app oficial, falta de datos turísticos e información dispersa con baja accesibilidad digital. Se concluye que, pese a su gran riqueza patrimonial, Tunja enfrenta una brecha importante frente al modelo de destino inteligente; no obstante, la disposición de los actores locales abre la oportunidad de avanzar mediante una plataforma digital integral, mejor conectividad y una unidad de innovación turística, en una aplicación del DTI replicable en otros contextos latinoamericanos intermedios.

---

170. Redesenhando a Experiência de Usuário da Justiça de Minas Gerais

Rogério Massensini, Alessandro Nazaré Ramos Ramirez [Brasil]

Este trabalho pretende responder à seguinte pergunta de pesquisa: Como redesenhar a experiência de usuários de serviços públicos de justiça em Minas Gerais por meio de abordagens centradas no usuário, para oferecer uma experiência mais eficiente, acessível e humanizada aos cidadãos? O objetivo geral deste trabalho foi investigar e propor estratégias de melhoria da experiência do usuário nos serviços públicos de justiça no Estado de Minas Gerais, com base em princípios de centralidade no cidadão, acessibilidade, eficiência e inovação no setor público. As justificativas estão na contribuição tanto para a sociedade quanto para a academia de um modelo de maturidade em UX, validado ou não em uma instituição pública no Estado de Minas Gerais. Este artigo conta com a Introdução, Objetivos, Contextualização, Revisão de Literatura, Metodologia, Considerações Finais. Há, ainda, as referências e materiais anexos como fotografias, entre outros que julgamos importantes para a pesquisa

em questão. As metodologias de pesquisa visam compreender o usuário, seu contexto e seus objetivos para embasar decisões de design. Por fim, foi realizada uma Proposta de Reestruturação (Nova Proposta) focada no usuário, que incluiu (1) a comunicação deve ser direcionada aos públicos específicos, e a definição de serviços deve considerar o cidadão como o centro do projeto. O projeto buscou atender às demandas do público externo (necessidades de consulta e dificuldades de acesso); (2) desenvolvimento de identidades visuais distintas para Internet (público externo) e Intranet (público interno). A Intranet passaria a ser o principal canal de comunicação interna, fornecendo acesso ao conteúdo completo do Portal TJMG para magistrados e servidores; (3) manutenção de elementos de navegação bem- sucedidos (menus hierárquicos e consultas rápidas) com uma reorganização dos links. A proposta inclui um layout moderno, clean, simples e com linguagem acessível a vários públicos, alinhado aos conceitos de inovação e modernidade; (4) necessidade de melhorias nos sistemas para interação com o leitor de telas NVDA (utilizado por deficientes visuais).

---

171. Color Pillar: artefato didático tridimensional para o ensino da cor

Josue Custodio Neves Dos Santos, Robert Hirschler, Gisela Monteiro [Brasil]

Este estudo trata do desenvolvimento de um material didático voltado ao ensino da cor na formação de designers, com o objetivo de suprir a carência de ferramentas que auxiliem na compreensão das propriedades cromáticas e suas aplicações no processo projetual. Trata-se de um estudo de desenvolvimento de produto educacional em Design, fundamentado em referências do sistema de cores de Albert H. Munsell. O método consistiu na concepção de um artefato tridimensional modular, estruturado a partir de amostras cromáticas organizadas segundo variações de matiz, claridade e croma, permitindo a visualização e interação com as relações entre cores de forma isolada e combinada. O sistema foi simplificado a um conjunto de 66 amostras, selecionadas com base na percepção visual humana, de modo a tornar o conteúdo mais acessível ao aprendizado inicial em Design e Artes. Como resultado, foi desenvolvido o material intitulado "Color Pillar", uma maquete tridimensional destacável que possibilita a construção de paletas cromáticas e a exploração das variações de cor no espaço. Conclui-se que a materialização tridimensional dos conceitos cromáticos contribui para a aprendizagem perceptiva da cor, ampliando a compreensão dos estudantes sobre suas dimensões e relações no processo de criação em Design.

---

172. El software libre como herramienta en el diseño

Esteban Adrián Pérez [Argentina]

Actualmente se utilizan programas pagos para diseño. Desde 2009 utilizo Linux, lo cual me "obligó" a utilizar software libre de código abierto (disponible en plataformas WIndows y MacOS también). El cambio fue provocado un poco por curiosidad, pero principalmente por una "esquela romántica" de la Cámara de la Industria Argentina del Software, en la cual "sugería" a la empresa par la que trabajaba a declarar vía declaración jurada que el software utilizado contaba con sus licencias pertinentes. Planteé el escenario de pagar cientos de miles de dólares o migrar a un entorno FOSS (gratuito, pero había que adaptar al personal, y mucho más económico). Mi propuesta es comentar esa transición, las herramientas disponibles (y su equivalente en el software "comercial") y la experiencia acumulada en estos más de 15 años.

---

173. Diseñar para el código abierto

Ladislao Zorrilla [Argentina]

La práctica del diseño, centrada en resolver problemas y satisfacer necesidades a través de productos, servicios y sistemas, puede beneficiarse del código abierto. Este paradigma de innovación abierta, trabajo colaborativo y producción distribuida facilita que el conocimiento sea público y accesible para su uso, modificación y mejora. La filosofía del código abierto es aplicable a múltiples ámbitos, incluyendo software, hardware, educación, ciencia y cultura. En el diseño industrial, contribuimos generando soluciones que puedan ser compartidas, adaptadas y replicadas en diferentes contextos, ampliando el impacto y mejorando la transferencia y adopción de los desarrollos. El código abierto propone un enfoque alternativo para el desarrollo de productos, con un gran potencial para la innovación en organizaciones y empresas. El objetivo es acercar a quienes se dedican al diseño, la ingeniería y proyectistas en general, las oportunidades y las ventajas que tiene esta forma de transferencia de tecnología. Enfocar en los beneficios prácticos de acceso a la información de fabricación y uso de estos desarrollos, para que puedan ser estudiados, modificados y utilizados libremente con cualquier finalidad y ser distribuidos con cambios o mejoras sobre ellos. Este enfoque implica desafíos. Debemos aprender a diseñar a partir de desarrollos abiertos, integrando el conocimiento existente en nuestros propios procesos. También debemos incorporar los modos de diseñar para que sea abierto, generando soluciones que puedan ser fácilmente compartidas, entendidas, modificadas y materializadas por otras personas.

COMISIÓN: ARQUITECTURA, ESPACIOS Y EXPERIENCIAS
JUEVES 30 DE JULIO 2026 - 13 HS.

174. Diseño de Experiencias Inmersivas: cuando el espacio cuenta historias

Mar Debora [Brasil]

¿Cómo se crea una experiencia que se siente, se recuerda y transforma la percepción de una marca? En esta charla, Débora Marquesi explora la intersección entre diseño, tecnología y narrativa para mostrar cómo los espacios pueden convertirse en historias vivas. A través de casos reales y una mirada práctica, la ponencia revela cómo activar los sentidos, guiar emociones y diseñar experiencias inmersivas que generan conexión, significado y memoria.

---

175. Diseño sistémico y manufactura aditiva: Modelo KoojLab para innovación industrial

Luis Elizondo Orellana, Jorge González Meneses [Chile]

Esta propuesta presenta el modelo de innovación aplicada de KoojLab (Duoc UC), el cual integra el diseño sistémico con tecnologías de manufactura aditiva para optimizar el desarrollo de productos complejos en entornos locales. Se analiza el caso de estudio de la empresa Kinflex, donde la implementación de flujos de trabajo digitales —desde el escaneo 3D hasta la impresión de plantillas modulares— permitió reducir brechas de interpretación técnica y tiempos de validación. La experiencia demuestra cómo la integración formal entre el pensamiento sistémico y la fabricación digital fortalece la transferencia tecnológica y la personalización masiva en la industria local de dispositivos ortopédicos.

---

176. Design de Apartamentos pequenos: percepção e bem-estar dos usuários

Evellyn Rodrigues Alves Ameida, Iara Sousa Castro [Brasil]

Esta proposta investiga as limitações dos apartamentos pequenos que vão além do aproveitamento do espaço, impactando diretamente a percepção e o bem-estar de seus moradores. O problema consiste em explorar como o design de ambientes pode influenciar a experiência dos indivíduos que moram nessa categoria habitacional. Os projetos desses espaços enfrentam desafios, já que precisam acomodar múltiplas funções em áreas limitadas, e, desse modo, moradias de dimensões reduzidas podem comprometer a funcionalidade e a satisfação do usuário. A hipótese central parte-se do princípio de que é necessário que os designers de ambientes entendam a relação dos moradores com seus ambientes, podendo-se utilizar dos conceitos da psicologia ambiental. O objetivo é elaborar recomendações projetuais, com base na psicologia ambiental, voltadas para a otimização da percepção e bem-estar de moradores de apartamentos pequenos. Os procedimentos metodológicos são organizados em quatro etapas: revisão bibliográfica, coleta de dados, análise dos dados e discussão dos resultados. A coleta de dados é realizada por meio de questionário, seleção visual e entrevista semiestruturada. Os resultados evidenciam que conceitos como identidade, territorialidade e privacidade são essenciais para a interação dos moradores com suas residências, considerando tanto as características ambientais quanto as percepções sensoriais. Conclui-se que a adaptação dos ambientes às necessidades individuais dos moradores pode resultar em um design mais satisfatório, promovendo uma melhor percepção e bem-estar aos usuários.

---

177. Modelos mentais no design de ambientes comerciais e websites

Rodrigo Fernandes Pissetti, Flavia Schwartz Maranho Ponce de Leon

No livro Princípios Universais do Design, Lidwell, Holden e Butler explicam que as pessoas compreendem e interagem com sistemas e ambientes a partir de representações mentais construídas ao longo de suas experiências passadas. Essas representações mentais funcionam como referências que orientam a interpretação de sinais, a inferência de relações causais e a previsão de consequências das ações. Na sua teoria sobre o processo do conhecimento, Philip Johnson-Laird classifica as representações mentais em imagens, proposições e modelos mentais. Para Johnson-Laird, as imagens são representações analógicas que preservam relações espaciais e sensoriais, e as proposições codificam relações abstratas por meio de uma forma linguística ou lógica. Já os modelos mentais constituem estruturas mais complexas e dinâmicas, aptas a simular processos, cenários e cadeias causais, permitindo raciocínios contrafactuais e previsões sobre o comportamento de sistemas. A aplicação das teorias sobre modelos mentais no design tanto de websites como de ambientes comerciais é extremamente importante. Designers capazes de articular as descobertas científicas sobre esse tipo de representação cognitiva podem projetar sinais informativos mais eficazes, antecipar erros de interpretação e conceber fluxos que melhor coadunem com expectativas dos usuários.

---

178. Analisando um Processo de Design Focado na Produção Autoral e Artesanal

Beatriz Fortes, Joedy Luciana Barros Marins Bamonte [Brasil]

Master Your Craft: Analisando um Processo de Design Alternativo Focado na Produção Autoral e Artesanal Master Your Craft: Analysing an Alternate Design Process Focused on Authorial and Craft Production Beatriz de Carvalho Fortes FAAC, UNESP - Bauru Joedy Luciana Barros Marins Bamonte FAAC, UNESP -

Bauru Resumo: O Design Thinking é uma das formas de buscar soluções criativas para problemas complexos, mas é focado em grandes organizações com acesso a equipes multidisciplinares e ferramentas custosas, de forma que não é adequado para designers independentes trabalhando em peças únicas ou pequenas séries. Tien Chiu em Master Your Craft propõe uma abordagem baseada em muitos dos mesmo princípios porém voltada para esse público. Palavras-chave: Processo de design, criatividade, obra autoral Abstract: Design Thinking is a way to develop creative solutions for complex problems, but it is focused on large organizations with access to multidisciplinary teams and expensive tools, which makes it inadequate for independent designers working on unique pieces or small series. Tien Chiu in Master Your Craft proposes an approach based on many of the same principles but geared towards this public. Keywords: Design process, creativity, authorial work Introdução Design Thinking é muitas vezes descrito como um motor de inovação e uma ferramenta para resolver problemas complexos e mal definidos (IDXF, 2016). Para isso, oferece ferramentas e métodos práticos para desenhar soluções inovadoras sob três ângulos: desejabilidade (o que as pessoas querem?), viabilidade técnica (é possível construir essa solução?) e viabilidade técnica (essa solução é rentável?). Com essas linhas gerais em mente, não há uma única implementação das propostas do Design Thinking, pois diferentes instituições e pesquisadores propõem desenhos e etapas ligeiramente diferentes. Por exemplo, a Escola de Design de Stanford (EUA), organiza seu método em cinco etapas (Shanks), o IDEO prefere usar sete passos (IDEO, 2025) e o Design Council divide o processo no espaço do problema e no espaço da solução, cada qual com duas atividades (Design Council, 2026). Apesar de quebrar o processo de Design Thinking em etapas diferentes, essas abordagens têm elementos comuns. Gláucia de Salles Ferro (2020) levanta a importância da colaboração multidisciplinar, da empatia com o usuário da solução e da iteratividade. Ferramentas como brainstorming coletivo, pesquisas e grupos de foco com usuários e análises de custo benefício estão presentes em todas as metodologias. No entanto, o Design Thinking pode não ser processo ideal para obras autorais ou o trabalho artesanal focado em peças únicas. Quando a metodologia é discutida, são citadas grandes empresas, organizações e órgãos governamentais (Robbins, 2018). Muitas das ferramentas recomendadas, conforme descritas, requerem equipes e recursos fora do alcance do indivíduo que não possui financiamento para tanto. Como Lee Vinsel aponta (Kolko, 2018), muito do Design Thinking é sobre comercialização, uma abordagem capitalista que pode ser contra a forma de trabalho do artesão individual. Ele também coloca que o processo trivializa a criação em si dos objetos e o papel do ofício. Neste contexto, o livro Master Your Craft, de Tien Chiu, propõe um processo criativo interativo focado no desenvolvimento de peças únicas ou séries pelo artesão individual. Com experiência tanto como gerente de projetos de desenvolvimento de softwares como uma tecelã artesanal de sucesso (Chiu, 2016), Chiu também busca artesãos e designers em outras áreas como Tim McCreight (metais), Christopher H. Amundsen (diretor executivo do American Craft Council), Wayne Wychern (chapeleiro), Peter Danko (carpinteiro), Paul Marione (vidro) e Hiroshi Ogawa (cerâmica) para levantar relatos e formas de trabalho que embasem suas pesquisas. O processo, apesar de ser focado no designer individual, também aborda a comercialização de peças autorais, reconhecendo também o artesão como profissional. O processo de Chiu parte da inspiração individual do artista e usa um ciclo simples de quatro etapas que, no entanto, é facilmente aplicado tanto para o projeto como um todo como para pequenas fases ou resolução de problemas ao longo do projeto. As ferramentas sugeridas são focadas no artista (apesar de não ignorar a importância de ouvir potenciais usuários e outros especialistas) e em pequena escala, substituindo o brainstorming por pessoas de diversas especialidades,com atividades voltadas para o próprio designer. Metodologia A comparação entre o processo proposto pela metodologia de Design Thinking e o processo de Tien Chiu em Master Your Craft foi feita com base em pesquisa bibliográfica. Primeiramente, foram comparados e contrastados diferentes implementações de Design Thinking, como a metodologia proposta por Stanford, a do IDEO e o Diamante Duplo do Design Council. Após compreensão da proposta, o próximo passo foi analisar a aplicabilidade das ferramentas para a produção individual, com base nas referidas ferramentas, na aplicabilidade em pequena escala e na linguagem utilizada. Finalmente, o método da Tien Chiu foi analisado e comparado a esses processos, sob a mesma lente. Resultados e Discussões As principais implementações do Design Thinking não atendem à forma de produção do artesão focado na produção de peças únicas ou séries de peças. Aplicando a própria visão do Design Thinking, é possível ver que o usuário cujos problemas e situações foram empatizados e analisados é outro: corporações com foco comercial e recursos para desenvolver um projeto de larga escala. Tien Chiu, no entanto, centra sua proposta no artesão ou designer individual. Partindo não de um problema a ser resolvido mas de uma inspiração, ela traz sua própria experiência a da de outros designers e artesãos para elaborar um processo simples de quatro etapas, similar ao ciclo PDCA do Project Management Institute (Taque, 2005). Usando seu próprio trabalho como exemplo, ela detalha a aplicação do processo em um projeto autoral. O livro é repleto de citações de artistas e artesãos sobre o fazer artesanal, o processo de design em pequena escala e sobre o trabalho manual, fornecendo um rico material para a reflexão sobre o fazer. Ela também inclui exercícios relacionados a cada etapa do processo e expande seu foco

para além do processo de design em si para abordar a comercialização de produtos manuais, como expandir o foco da visão do design para a produção não só de uma peça, mas para a criação em geral e em como desenvolver habilidades técnicas. Conclusão O caminho proposto por Tien Chiu em Master Your Craft fornece um ferramental rico para pensar uma produção autoral e individual, público que não é bem atendido pelas principais implementações do Design Thinking. Partindo da inspiração individual, ela explora formas de desenvolver a ideia, criar mock-ups para testar, avaliar os resultados focando no positivo e de forma construtiva e implementar alterações para melhorar o resultado, avaliando se o objetivo inicial foi alcançado ou se mais iterações são necessárias, se alguns resultados devem ser guardados para desenvolvimento futuro ou se a ideia inicial deve ser alterada. Assim, naturalmente surge o próximo passo: usar e documentar o processo no desenvolvimento de uma obra autoral, avaliando na prática as propostas. Referências CHIU, Tien. Master Your Craft. Atglen: Schiffer Press, 2016.

DESIGN COUNCIL. The Double Diamond - A Universally Accepted Depiction of the Design Process [s.d.]. Disponível em https: www.designcouncil.org.uk our-resources the-double-diamond; Acesso em 3 de maio de 2026. FERRO, Gláucia de Salles. Design Thinking: Modelo Aplicável em Desafios Complexos. São Paulo: Pimenta Cultural, 2020.

HASSO PLATTNER INSTITUTE OF DESIGN AT STANFORD. An Introduction to Design Thinking Process Guide. [s.d.]. Disponível em https: web.stanford.edu ~mshanks MichaelShanks files 509554.pdf ; Acesso em 1 de maio de 2026. IDEO U. The 7 Steps of the Design Thinking Process, 2025. Disponível em https: www.ideou.com blogs inspiration design-thinking-process . Acesso em 1 de maio de 2026.

INTERACTION DESIGN FOUNDATION. What is Design Thinking? {s.d.]. Disponível em https: ixdf.org literature topics design-thinking . Acesso em 3 de maio de 2026 KOLKO, Jon. The Divisiveness of Design Thinking. Disponível em https: interactions.acm.org archive view may-june- 2018 the-divisiveness-of-design-thinking . Acesso em 1 de maio de 2026. ROBBINS, Peter. From Design Thinking to Art Thinking with an Open Innovation Perspective—A Case Study of How Art Thinking Rescued a Cultural Institution in Dublin. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, vol. 4, e. 4, des. De 2018. Disponível em https: www.mdpi.com 2199-8531 4 4 57 . Acesso em 29 de abril de 2026. TAQUE, Nancy R. What is the Plan-Do-Check-Act (PDCA) Cycle?, 2005. Disponível em https: asq.org quality- resources pdca-cycle . Acesso em 3 de maio de 2026.

---

179. MMOT. Mejores modelos de ocupación del territorio

Sergio Guzmán [Perú]

MMOT. Mejores modelos de ocupación del territorio es un libro que invita a repensar el diseño como una forma de habitar el mundo; comprendiendo todo hecho construido como una forma sensible de ocupación del territorio. El diseño es inevitable, y MMOT plantea, en defensa de esta afirmación, un recorrido histórico que abarca desde estrategias bélicas de conquista o defensa de diversos territorios hasta reflexiones contemporáneas sobre el cuerpo, la sensibilidad y la percepción. Proponiendo un derrotero que pueda consolidar una mirada particular hacia estas disciplinas. Esta forma de asir el diseño nos permite, por una parte, apreciar la dimensión estratégica de la disciplina, y cómo esta ha definido históricamente la configuración de nuestro entorno; y por otro lado descubrir las posibilidades de interacción de estos conceptos (cuerpo, sensibilidad y percepción) con disciplinas paralelas y muy cercanas como la psicología o la ergonomía. Brindándonos herramientas válidas para comprender el impacto del diseño en nuestra cotidianidad. En la segunda parte del texto, MMOT propone, primero, una aproximación a una metodología personal del diseño, invitando al lector a explorar nuevas posibilidades creativas; y ya casi al final, como si fuese un cierre que dará pie a una futura entrega "un sistema de proyecciones orientado a ordenar las próximas cartografías del diseño", como parte de "una visión íntima del tiempo que está por venir; una mirada singular al espacio sobre el cual actuarán los próximos MMOT". Un cierre sintético pero inquietante que de seguro interesará al lector que utilice los fundamentos de los próximos MMOT. Un libro valioso para aquellas personas interesadas en la práctica del diseño innovador y reflexivo tan urgente en estos tiempos.

---

180. Remix o ripoff una línea delgada para la generación de conceptos originales en diseño

Nicolás Ramírez Vega [Colombia]

Al observar y participar en los procesos proyectuales desarrollados en clases de taller de diseño de producto, es posible identificar una tendencia recurrente entre los estudiantes hacia la repetición de ideas (Ripoff) y la falta de profundidad conceptual durante las fases iniciales de exploración (Doble Diamante – Definir, 2004). En la etapa de ideación se evidencia un uso cada vez más extendido de referentes visuales de fácil acceso, como Pinterest o imágenes generadas por inteligencia artificial, para orientar las primeras aproximaciones formales y conceptuales. Este proyecto surge del interés por crear una herramienta para la fase de exploración de ideas en entornos académicos y prácticos, aumentando el nivel de relaciones categoriales (Remix) para la creación de conceptos originales en diseño de producto.

---

181. De la fotografía a la intervención: La imagen como estrategia de apropiación de la fauna regional

Andres Rodriguez [Colombia]

Este ensayo aborda la intervención gráfica de la fotografía ornitológica como una estrategia de creación visual orientada a la apropiación de la fauna regional en contextos académicos. A partir del estudio de la avifauna de Cúcuta, se plantea la transformación de registros fotográficos en piezas gráficas multifuncionales que promueven la conciencia ambiental, el sentido de pertenencia y la comunicación cultural. La intervención gráfica permite reinterpretar las especies desde una perspectiva simbólica y comunicativa, facilitando la construcción de mensajes visuales aplicables a diversos formatos como cápsulas informativas, productos didácticos y propuestas de promoción turística. De este modo, el diseño se consolida como una herramienta pedagógica y social capaz de traducir la biodiversidad en experiencias visuales significativas.

COMISIÓN: DISEÑO SOCIAL, INCLUSIÓN Y SOSTENIBILIDAD
JUEVES 30 DE JULIO 2026 - 16 HS.

182. Mediación del patrimonio arqueológico mediante diseño participativo, inteligencia artificial y realidad aumentada: avances del proyecto Tayrona Lúdica

Diana Paola Angarita Niño, Iris Cantillo [Colombia]

La ponencia presenta los avances del proyecto Tayrona Lúdica, una investigación en curso que analiza el potencial del diseño participativo, la inteligencia artificial (IA) y la realidad aumentada (RA) para transformar la mediación del patrimonio arqueológico Tairona en públicos infantiles y juveniles (7–14 años) en Santa Marta, Colombia. El estudio responde a la limitada conexión de estas audiencias con los formatos museográficos tradicionales, caracterizados por baja interactividad y alta dependencia textual, problemática reconocida a nivel global (UNESCO, 2023). Como estrategia, se propone un kit lúdico-pedagógico phygital, compuesto por cartas coleccionables activadas mediante RA y un avatar narrativo impulsado por IA, orientado a generar experiencias inmersivas, accesibles y culturalmente situadas. Metodológicamente, la investigación se enmarca en la Investigación Basada en Diseño, estructurada en cuatro fases. En la Fase 1 (finalizada), se realizaron 25 entrevistas a visitantes del Museo del Oro Tairona, cuyos resultados evidenciaron la necesidad de mediaciones más interactivas, accesibles en múltiples formatos y con mayor énfasis en la reconstrucción contextual del pasado. En la Fase 2 (en desarrollo), 13 estudiantes de Diseño Gráfico, en articulación con el equipo curatorial, co-diseñaron cuatro propuestas de juego que integran mecánicas lúdicas, narrativa, identidad visual y criterios de accesibilidad. Paralelamente, se optimizaron 18 modelos tridimensionales de piezas arqueológicas. La IA se integra como herramienta de co-creación visual y narrativa, así como componente central del avatar interactivo. El proyecto avanza hacia el desarrollo tecnológico y la validación con población infantil en contexto museal. Se espera contribuir con un modelo replicable de mediación patrimonial phygital orientado a la inclusión, el aprendizaje significativo y la apropiación cultural.

---

183. Armonía Interior, salud emocional y física a través del diseño

Libertad Árcega Camacho [México]

¿Alguna vez han entrado a un espacio y, sin saber por qué, se han sentido en calma, o incómodos? O tal vez, les genera seguridad o angustia? Esa sensación no es casualidad. Es el resultado de cómo nuestro cerebro interpreta el espacio. Hoy sabemos que los espacios no solo se habitan, los espacios se sienten, se procesan y, sobre todo, nos transforman. La neuroarquitectura nos demuestra que el entorno construido impacta directamente en nuestras emociones, nuestro comportamiento e incluso nuestra salud física y emocional.

---

184. Análisis de artefactos de comunicación en entidades bancarias para la inclusión financiera frente a la brecha digital de adultos mayores en México

Juan Daniel Ayala Moreno [México]

La población adulta mayor a nivel mundial está en constante crecimiento; paralelamente, la digitalización de servicios ha transformado la manera en que los usuarios interactúan con su entorno. Esta investigación analiza las estrategias de comunicación de dos instituciones bancarias en México, Santander y BBVA, orientadas a la alfabetización digital para el uso de sus plataformas. Los resultados revelan que el canal oficial —la aplicación bancaria— ofrece escasa información sobre la operabilidad de sus sistemas. Esta carencia vulnera a los usuarios no familiarizados con la tecnología, especialmente en un contexto donde los adultos mayores enfrentan retos significativos derivados de la brecha digital. Asimismo, el análisis de las guías de uso entregadas al adquirir una tarjeta evidencia deficiencias, al presentar información acotada y poco precisa. Por otro lado, aunque las instituciones difunden recursos instructivos de gran relevancia a través de redes sociales, su distribución en canales externos u horizontales dificulta el acceso sencillo e intuitivo para este sector. Esta investigación muestra una falta de capacitación y de diseño reflexivo respecto a la accesibilidad para una población que requiere ejercer su derecho fundamental a la información financiera. Este estudio contribuye a los campos del diseño de la información y la accesibilidad, proponiendo recomendaciones para mejorar la comunicación, la instrucción y el acompañamiento del adulto mayor en su vida financiera.

---

185. Frío Circular: sostenibilidad y diseño

Gloria Alejandra Cardenas Otalora, Karen Cámera, Stefania León Bedoya, Stefania León Bedoya, Karen Daian Pinilla Martínez [Colombia]

En la actualidad, gran parte de los productos que consumimos se distribuyen dentro de empaques que cumplen funciones de protección, transporte y conservación. Sin embargo, muchos integran en su constitución recubrimientos plásticos derivados del petróleo que dificultan su reciclaje y generan un impacto ambiental contundente. Esta problemática es especialmente relevante en algunos empaques secundarios de la industria alimenticia, los cuales deben resistir humedad, condensación y variaciones térmicas dentro de una cadena de frío. Este proyecto se desarrolla en el marco del semillero de investigación TINGRA – Tendencias Gráficas y del Laboratorio ECOPACK, en colaboración con la empresa ITG – Inversiones Tecnográficas S.A.S., organización del sector gráfico especializada en impresión offset y producción de empaques. El objetivo de la investigación es explorar e identificar alternativas sostenibles para un empaque plegadizo secundario de productos que requieren de refrigeración para su conservación. El estudio permitió identificar que la combinación entre sustratos de cartón especializados y recubrimientos sostenibles puede mantener las propiedades técnicas necesarias sin comprometer la reciclabilidad del material. Como resultado, se propone una alternativa que integra sostenibilidad, innovación y viabilidad industrial, contribuyendo al desarrollo de empaques más responsables dentro de la industria gráfica.

186. De residuo agrícola a empaque sostenible: corona de la piña

Diana Claudia Muñoz Muñoz, Estefanía Ocampo Montoya, Sara Valentina Tobón Cruz, Eliana Zapata Ruiz [Argentina]

En Colombia, el cultivo de piña genera grandes volúmenes de residuos que en muchos casos son quemados, utilizados como abono o, en el peor de los casos, terminan acumulados en vertederos generando gases efecto invernadero. Reconociendo el alto contenido de fibra y celulosa de las hojas de la corona de la fruta, se busca integrar el residuo a un ciclo productivo, explorando su transformación mediante procesos accesibles y de bajo impacto tecnológico. El trabajo se ha desarrollado desde una lógica experimental y material, donde el aprendizaje emerge del hacer. Se inició con la recolección y selección manual de coronas de piña, seguido por procesos de limpieza, cocción y desfibrado. Tras diferentes ensayos, se identificó que el licuado mecánico y la cocción prolongada permiten obtener una pulpa homogénea capaz de formar láminas de papel resistentes y flexibles. Durante el proceso se evaluaron variables como el estado de la hoja, tiempos de cocción, métodos de prensado y uso de aditivos naturales. Estas exploraciones permitieron obtener papeles con distintos gramajes, texturas y niveles de resistencia, evidenciando el potencial del material para aplicaciones en empaques. Como parte del desarrollo hacia usos alimentarios, se incorporaron recubrimientos con cera natural, buscando mejorar propiedades clave como la resistencia a la humedad y a las grasas, requisitos fundamentales en empaques de comida rápida. Este paso introduce una transición del experimento material hacia el diseño aplicado. Más allá del resultado material, la investigación plantea una reflexión sobre la economía circular y el rol del diseño industrial en la resignificación de los residuos. El proyecto propone entender los desechos agrícolas no como el fin de un ciclo productivo, sino como el inicio de nuevas materialidades. El proceso demuestra que, mediante técnicas artesanales y accesibles, es posible generar alternativas biodegradables que reduzcan la dependencia de empaques derivados de la madera o del petróleo, abriendo oportunidades ambientales, sociales y productivas para contextos locales. En esta obra de investigación-creación transformar residuos se convierte en una práctica de diseño, donde cada etapa, desde la cosecha hasta la formación de la hoja, evidencia que diseñar materiales también es diseñar futuros posibles.

187. Estrategias de jerarquización paisajística, rehabilitación arquitectónica y diseño universal para la revitalización de un parque patrimonial

Angie Valeria Ortega, Jhos Neyder Martinez [Colombia]

Esta ponencia presenta una propuesta de intervención para el Parque Principal Rafael Uribe Uribe, en el municipio de El Carmen, Norte de Santander (Colombia), un espacio público de valor histórico que con el tiempo ha perdido legibilidad espacial, confort y accesibilidad para los usuarios. La propuesta plantea revitalizar el parque sin alterar su identidad patrimonial, mediante estrategias de diseño urbano, paisajismo y accesibilidad universal. El proyecto organiza el espacio a través de una jerarquización en tres niveles: jerarquía alta para los espacios cívicos y simbólicos donde se ubican el kiosco y los monumentos; jerarquía media para áreas de circulación y permanencia; y jerarquía baja para zonas de transición y apoyo. La intervención utiliza principalmente la vegetación existente del parque para reforzar la identidad del lugar y generar recorridos visuales mediante variaciones cromáticas. También se proponen acciones de restauración y adecuación, como la mejora de los pisos de adoquín con materiales compatibles, la incorporación de luminarias, señalética patrimonial, mobiliario urbano y el rediseño de los calados presentes en los bordes del parque. Además, se incorporan criterios de accesibilidad universal mediante rampas, recorridos continuos y sistemas podotáctiles que facilitan la orientación de personas con discapacidad visual. Como resultado, el proyecto demuestra cómo el paisajismo, la materialidad y la organización espacial pueden reactivar un espacio

público patrimonial, mejorando su accesibilidad, seguridad y calidad de uso sin perder su identidad histórica.

---

188. Diseño de juegos de mesa y derechos animales

Andrea Concepción Martha Pol [Argentina]

Se brindarán recursos analíticos para evaluar mesas lúdicas y juegos de mesa con el objetivo de reconocer componentes antropoespecistas y llevar los valores de empatía y reconocimiento de los derechos animales. En esta investigación de tesis para la Diplomatura de Derecho Animal Internacional se analizará lo lúdico como dispositivo del especismo antropocéntrico, visible en la construcción jurídica de los animales y en los mecanismos de repetición y transmisión de valores. La mesa lúdica, lejos de ser un inocente espacio de entretenimiento y diversión, se constituye como uno de los dispositivos privilegiados en la repetición del antropocentrismo especista, dado que, en el contexto del juego se moldean, a través de los patrones lúdicos, las subjetividades, saberes, valores y jerarquías de poder, que luego se trasladan a la vida social. Se estudiarán casos no sólo de Argentina, sino globales, dado que el tratamiento de los animales en las mesas lúdicas y juegos de mesa es muy similar, en cuanto a su enfoque antropoespecista.

---

189. Narrativa visual fotográfica y diseño gráfico para la sensibilización hacia la sostenibilidad animal

María Fernanda Rojas [Colombia]

La presente ponencia, inscrita en el eje "Publicidad y sostenibilidad", analiza la integración entre narrativa visual fotográfica y diseño publicitario como estrategia de sensibilización frente a la sostenibilidad animal. En un contexto de sobreexposición a imágenes digitales, la repetición constante de fotografías aisladas sobre vulnerabilidad animal tiende a generar habituación y pérdida de impacto emocional. Esta investigación parte del supuesto de que el problema no radica en la imagen en sí misma, sino en la forma en que es construida, articulada y narrativamente presentada. Se trata de un estudio descriptivo-analítico que examina cómo distintos tratamientos visuales configuran la percepción y la respuesta emocional del público. El marco teórico se fundamenta en dos conceptos clave: la narrativa visual como sistema de producción de sentido a través de la secuenciación y organización de imágenes (Barthes, 1986), y la idea de la saturación y la posible "anestesia moral" frente a la repetición de imágenes de sufrimiento, planteada por Susan Sontag en Regarding the Pain of Others, donde advierte que la exposición constante puede disminuir la capacidad de conmoción si no existe un marco interpretativo que active la reflexión. El enfoque metodológico es cualitativo. La investigación contempla la aplicación de encuestas abiertas y entrevistas en profundidad en la ciudad de Cali, Colombia, así como la creación de dos tipos de estímulos visuales: fotografías aisladas y secuencias narrativas intervenidas gráficamente mediante recursos de diseño como jerarquía visual, tipografía, composición y texto persuasivo. Estas piezas serán comparadas para analizar diferencias en la recepción, niveles de sensibilización y construcción de significado. Actualmente el estudio se encuentra en fase de trabajo de campo, por lo que los resultados y conclusiones definitivas están en proceso de elaboración. Se proyecta aportar evidencia sobre el valor estratégico de integrar creación fotográfica y diseño publicitario como herramienta de comunicación responsable orientada a la sostenibilidad animal.

---

190. Adultos mayores: accesibilidad de la información en productos alimenticios

Mariela Celina Secchi, María Victoria Diaz [Argentina]

La transformación demográfica actual nos desafía a repensar el diseño de la información presente en los envases de alimentos. ¿Cómo utilizan las personas mayores las etiquetas en el punto de venta? ¿En qué medida estas influyen en su decisión de compra? ¿Responden efectivamente a sus necesidades y expectativas? La información destinada al consumidor debe ser clara, legible y comprensible. Sin embargo, no se trata únicamente de determinar si dicha información resulta accesible para un público determinado, sino también de identificar cuál es la información más relevante para este grupo etario, en función de sus necesidades habituales, sus intereses y sus deseos. Este trabajo presenta el diseño del dispositivo experimental utilizado para el estudio de campo. Asimismo, describe las principales dificultades que debieron abordarse durante su desarrollo: la definición de las preguntas clave, la delimitación de los productos de referencia, la redacción de las preguntas en un tono adecuado para el público objetivo, el ajuste de los tiempos y las modalidades de registro, la obtención de permisos para utilizar los espacios de relevamiento, la capacitación del equipo investigador y, finalmente, el análisis de los resultados obtenidos.

---

191. Diseñar desde el margen: talleres de co-creación como metodología de diseño social con mujeres transgénero en Bogotá

Jaime Vallejo, Olga Patricia Melo Barbosa, Saúl Perdomo Cristancho, Jhon Alexander Pulido Achagua [Colombia]

Este micro-ensayo presenta la arquitectura metodológica de un proyecto de investigación de la Universidad Antonio Nariño (Bogotá, Colombia), cuyo proceso de diseño fue liderado desde el semillero P.U.N.X.H.C.I.A. de la Facultad de Artes, en articulación con un equipo interdisciplinario que involucra Enfermería, Psicología e Ingeniería de Sistemas. El proyecto desarrolló, junto a mujeres transgénero en Bogotá, herramientas de comunicación en salud para el autocuidado en VIH. El trabajo propone el objeto artesanal como mediador epistemológico: la

prenda de vestir, el collage y el mapa del barrio no son recursos creativos auxiliares sino el núcleo del método, dispositivos que habilitan narrativas sin exponer directamente el cuerpo, la historia o la intimidad. A partir de tres talleres —"La Segunda Piel", "El Espejo Fragmentado" y "Los Pasos de Alexia"— se proponen cuatro innovaciones metodológicas transferibles al campo del diseño social. El ensayo cierra con un concepto en desarrollo que el proceso puso en evidencia: el ecosistema diseñado para la resiliencia informacional, entendido como el verdadero desafío del diseño con comunidades: construir sistemas de comunicación que sobrevivan al abandono institucional, a la rotación de profesionales y al fin del proyecto, y que las propias comunidades puedan mantener funcionales de manera autónoma.

COMISIÓN: PATRIMONIO, CULTURA, TERRITORIO E IDENTIDAD
VIERNES 31 DE JULIO 2026 - 10 HS.

192. Bridgemarket: Evolución del mercado popular como ícono patrimonial y arquitectónico

Rafael Ángel-Bravo [Colombia]

A través de una historia de más de cien años, el denominado Bridgemarket en Nueva York, comúnmente denominado como mercado de Queensboro, ubicado bajo el puente homónimo, el cual comunica a los sectores de Manhattan y Queens, permite reconocer la evolución de un espacio que se transforma y evoluciona, naciendo como un mercado abierto, público y temporal, para convertirse en una plaza de mercado permanente y cerrada. Documentado en este proyecto a través de la fotografía, el Bridgemarket favorece el intercambio comercial entre comunidades rurales y urbanas, albergando en sus bóvedas inferiores, este importante escenario de valor histórico y arquitectónico.

193. Exploración evolutiva del patrimonio gráfico en el Carnaval de Pasto

German Alonso Arturo Insuasty, Jennyfer Alejandra Castellanos Navarrete [Colombia]

A partir de un proceso de investigación+creación, el proyecto analiza y documenta el patrimonio gráfico del Carnaval de Negros y Blancos presente en los afiches promocionales del Carnaval, como parte de la identidad regional. A través de una metodología que transita por la cartografía, el análisis semiótico y el prototipado, este estudio busca inventariar la evolución iconográfica del evento, identificando cómo elementos recurrentes (el Sol de los Pastos, el volcán Galeras, las máscaras y los hitos del desfile) han sido reinterpretados mediante el paso de técnicas manuales al diseño digital contemporáneo.

194. El espacio urbano, medio de comunicación para la cultura Michoacana

María del Pilar Castro Fragoso [México]

El presente trabajo de investigación es producto de la observación y análisis gráfico del mensaje que los artistas expresan a través de murales dentro de la ciudad de Morelia, Michoacán. Los murales que se presentan y se documentan tienen un valor tanto cultural como de identidad, ya que la preocupación más importante de uno de los artistas son los orígenes y la tradición, para el resto de los artistas participantes se expresan solo aspectos particulares entre la identidad de cada lugar michoacano. Cada trabajo muestra las temáticas y preocupaciones de diversos artistas, cada uno con diferentes estilos y técnicas, pero todos con un mismo objetivo el cual se orientó en abordar aspectos relacionados con la identidad y cultura. Particularmente se hablará de uno de ellos principalmente ya que se considera que su obra muestra varios mensajes en una sola exposición creativa. Para ello fue necesario hacer un recorrido por los grandes ejes y avenidas principales de Morelia, lo cual permitió realizar un registro fotográfico y un mapeo de ubicación de los murales. De igual modo se logró identificar la técnica y estilo de algunos artistas, así como su creatividad al dar una visión en la riqueza cultural, la vida cotidiana, las fiestas y tradiciones. Dichos murales tienen gran relevancia porque reflejan parte de sus preocupaciones permitiendo que al verlo su propia gente no olvide sus raíces y tradiciones, además de que personas de otros estados o países la conozcan. Además de lo anterior se hizo una retrospectiva de la evolución de los murales identificando a los primeros artistas que expresaron sus costumbres e identidad a través de las manifestaciones artísticas rupestres; pasando por los tres grandes muralistas y llegando al muralismo contemporáneo y urbano. Los criterios de composición varían según las intenciones del autor y el período histórico, así como el color, la forma, la tipografía, los factores culturales y ubicación en el espacio. (Alberich, Gómez, Ferrer; 2013). La importancia de este proyecto es mostrar cómo un simple muro se convierte en un lienzo para proyectar un lenguaje visual abierto y en el cual se pueda expresar una tradición, un origen, una cultura y una identidad a través del color e imagen.

---

195. Diseños indigenas argentinos

Julieta Crivisqui [Argentina]

Investigación, rescate y combinación de los múltiples y poco conocidos diseños indígenas de nuestro país, para cualquier tipo de material utilitario, textil, decorativo, etc

---

196. Estrategias para el análisis de identidad y pertenencia en contextos urbanos

Marcelle Lefineau [Argentina]

Basada en el libro de mi autoría "Tribus urbanas desde una perspectiva multicultural - 4* edición". Este trabajo propone una lectura socio antropológica de las tribus urbanas desde el campo del diseño de indumentaria, entendiendo el vestir como práctica social activa y no como un mero objeto estético o funcional. A partir de una perspectiva multicultural y de un proceso de investigación sedimentado en el trabajo de campo, se analiza cómo las tribus urbanas configuran formas dinámicas de pertenencia, identidad y expresión en contextos urbanos contemporáneos. La indumentaria opera como un dispositivo cultural mediante el cual los sujetos construyen modos específicos de presencia y relación con el entorno social. Desde esta mirada, el diseño se posiciona como práctica de mediación simbólica que traduce tensiones entre globalización, tradición, consumo y resistencia cultural. La música se presenta como eje articulador central en la conformación de estas configuraciones tribales, actuando como un mecanismo de demarcación identitaria que incide en las estéticas corporales, los lenguajes y las prácticas cotidianas. Finalmente, se proponen herramientas conceptuales orientadas a diseñadores- investigadores, con el objetivo de aportar marcos interpretativos que permitan abordar el diseño de indumentaria desde una comprensión situada, ética y culturalmente informada.

---

197. Arqueología del oficio y memoria patrimonial material-digital del Pascual Bravo

María Patricia Lopera Calle, Juan Guillermo Rojas Lopera [Colombia]

Arqueología del oficio es es una serie de objetos derivados de un proceso de investigación creación derivados del proyecto -Centro de Estudios en Artes y Oficios: Preservación de la Memoria Material y Digital del Patrimonio de la Institución Universitaria Pascual Bravo-.La obra surge a partir de la recuperación de moldes de madera utilizados en procesos tradicionales de fundición, piezas que se encontraban en riesgo de descarte o desaparición y que hoy son resignificadas como portadoras de memoria técnica, material e institucional. La propuesta plantea una interpretación objetual del patrimonio industrial, en la que cada molde es leído como evidencia de una cultura del hacer. Sus marcas de uso, desgaste, reparación, precisión formal y adaptación técnica revelan no solo procesos productivos, sino también formas de enseñanza, transmisión de saberes y construcción colectiva del conocimiento en los talleres. En este sentido, los moldes dejan de ser considerados residuos u objetos obsoletos para convertirse en fragmentos activos de memoria material. Desde el lenguaje del arte y el diseño, Arqueología del oficio transforma el pasado productivo en una experiencia contemporánea de mediación cultural y reflexión patrimonial. La obra invita a reconocer el valor de los oficios, la permanencia de los saberes técnicos y la importancia de preservar las máquinas, herramientas, objetos y procesos que han contribuido a construir la identidad del Pascual Bravo. Así, la pieza se configura como un testimonio material de la fundición y como una aproximación sensible al patrimonio industrial, entendido como un archivo vivo de conocimiento, creación y educación.

---

198. Chile a Cielo Abierto

Francisco López Urquieta [Chile]

El proyecto "Chile a Cielo Abierto" es una plataforma digital orientada a facilitar y promover las expresiones gráficas urbanas en espacios públicos, conectando a artistas con comunidades, empresas e instituciones. Su propósito es visibilizar, legitimar y potenciar el arte urbano en Chile, generando nuevos espacios de intervención, registro y colaboración, y contribuyendo al desarrollo cultural, social y económico de estas manifestaciones artísticas. A través de esta iniciativa, se propone: - Facilitar la creación artística urbana, entregando una plataforma donde artistas —emergentes y consolidados— puedan acceder a muros, proyectos y oportunidades de intervención sin transgredir normativas. - Articular vínculos entre actores clave, conectando a artistas con comunidades, empresas y marcas interesadas en el arte urbano como herramienta cultural, comunicacional y turística. Revalorizar el espacio público, transformándolo en un soporte activo de identidad, memoria y expresión social, en lugar de un espacio restringido o meramente funcional. - Registrar y preservar estas manifestaciones, reconociendo su valor histórico, social y estético, pese a su carácter efímero. - Impulsar un modelo sostenible, donde el arte urbano también pueda desarrollarse como industria creativa, generando oportunidades económicas y profesionales. Además, el proyecto se sitúa en un contexto social relevante —marcado por el aumento de las manifestaciones ciudadanas y el uso del espacio público como canal de expresión— entendiendo el arte urbano como un lenguaje visual que refleja tensiones, identidades y cambios culturales contemporáneos.

---

199. ArchiData Caribe-Colombia: Plataforma Digital Colaborativa del Patrimonio Inmueble

Cecilia Mesa [Colombia]

El proyecto ArchiData Caribe Colombia tiene como objetivo la creación de una plataforma digital colaborativa para el registro, sistematización y difusión del patrimonio inmueble del Caribe colombiano. A través de metodologías de investigación documental, trabajo de campo y análisis georreferenciado, se construirá un repositorio abierto que integre información arquitectónica, histórica, cultural y técnica sobre bienes de valor patrimonial, tanto reconocidos oficialmente como valorados por

comunidades académicas y locales. La iniciativa busca fortalecer la preservación y gestión del patrimonio mediante herramientas tecnológicas contemporáneas que faciliten la consulta, actualización y participación de múltiples actores. Este proyecto contribuirá a la consolidación de un sistema de información patrimonial accesible, interoperable y escalable, que fomente la investigación, la educación y la apropiación social del patrimonio inmueble en la región Caribe, con proyección nacional e internacional.

---

200. Del Folclor al Escultor: Visibilizando a los escultores de Valledupar

Javier Yamid Palencia Hernandez [Colombia]

"Del Folclor al Escultor" es un proyecto editorial que visibiliza a los escultores detrás de los monumentos folclóricos más icónicos de Valledupar, Colombia. A través de un libro de cinco capítulos, se documentan las historias, motivaciones y procesos creativos de artistas como Jorge Maestre, Gabriel Beltrán, Amilkar Ariza, Jhon Peñaloza y José Hinojoza. El proyecto combina fotografía, diseño editorial e investigación cualitativa para rescatar un patrimonio cultural que permanece invisible ante propios y turistas.

---

201. Identidades rurales en los objetos de diseño industrial

Ana Clara Reinhadt [Argentina]

Esta ponencia aborda un análisis estético y formal de los artefactos de diseño destinados a pequeños productores hortícolas del país. El objetivo es desarmar las nociones tradicionales del diseño industrial y reflexionar acerca de cómo las corrientes epistemológicas hegemónicas impactan en las connotaciones simbólicas y culturales de los objetos para la pobreza rural. A partir de un análisis de casos, se busca identificar las figuras retóricas subyacentes en los artefactos para dilucidar cómo a partir de decisiones formales se refuerzan o desarman estereotipos culturales. Los resultados evidencian que, en contextos de precariedad, se suele priorizar la practicidad ante el lenguaje estético, con objetos funcionales pero carentes de poética y simbolismos locales. Esto supone una pérdida de identidad cultural y dificulta la identificación y apropiación simbólica de las comunidades con los objetos de diseño.

---

202. Las imágenes también migran: una experiencia de construcción de significado a partir de las líneas de Nazca en el Boletín Académico CO-MEDHIANDO

Yamid Rodríguez Baquero [Colombia]

Esta ponencia comparte la experiencia de diseño editorial del boletín académico CO-MEDHIANDO N.° 11, publicación digital de acceso abierto de la Red Latinoamericana COMEDHI, dedicada en esta edición a la temática de la movilidad humana. El proyecto partió de la búsqueda de una identidad visual capaz no solo de organizar y jerarquizar contenidos, sino también de contribuir a la construcción de significado mediante recursos visuales vinculados al contexto cultural latinoamericano. Como estrategia proyectual, se tomaron las líneas de Nazca como referente para el desarrollo de un sistema gráfico orientado a establecer relaciones entre forma y contenido. Más allá de su valor estético o patrimonial, estas formas fueron incorporadas como elementos capaces de sugerir recorridos, conexiones y trayectorias visuales en diálogo con los temas abordados por la publicación. A partir de la abstracción de algunos de sus principios formales, se construyó un lenguaje visual flexible que permitió articular los diferentes contenidos del boletín dentro de una identidad editorial coherente. La experiencia se analiza a la luz de algunas reflexiones provenientes de los estudios de la imagen y la cultura visual, particularmente las nociones de supervivencia de las formas propuestas por Aby Warburg, la reactivación de las imágenes desarrollada por Georges Didi-Huberman y la comprensión de las imágenes como estructuras de orientación planteada por Vilém Flusser. Estos aportes permiten comprender cómo ciertas imágenes trascienden sus contextos originales y continúan produciendo sentido en nuevos escenarios culturales y comunicativos. A partir de este caso, se propone una reflexión sobre el diseño editorial como práctica de mediación cultural y sobre el potencial de los referentes visuales para participar activamente en los procesos de interpretación. La experiencia permitió reconocer que el diseño puede trascender la organización formal de la información para convertirse en una herramienta de construcción de significado, capaz de establecer vínculos entre memoria cultural, conocimiento académico y experiencia de lectura. Mientras los textos del boletín reflexionan sobre la movilidad humana, el sistema visual pone de manifiesto, de manera paralela, la movilidad de las imágenes a través del tiempo, los territorios y los contextos culturales.

---

203. Recuperación del saber alfarero - Resguardo Indígena La Trina, Colombia

Eliana Zapata, Jorge Miguel Jaramillo Vélez, Edna Julieth Sánchez Fonseca [Colombia]

En la periferia de un territorio que ha sido señalado, estigmatizado y ultrajado, se evidencian una secuencia de transformaciones que giran alrededor de la comunidad como una torneta. En el Resguardo indígena La Trina – Caldas - Colombia, un territorio con raíces alfareras por tradición (Plan de vida, 2025); se acompañó y registró el proceso de recuperación del saber alfarero que, a finales del siglo XX, fue sujeto de despojo dentro de un territorio que transitó la guerra, y según el Auto 004 de 2009, proferido por la Corte Constitucional en el marco del seguimiento a la Sentencia T-025 de 2004 …, se encuentran

en riesgo de exterminio físico y cultural como consecuencia del conflicto armado, el despojo territorial, el desplazamiento forzado, la violencia estructural y la exclusión histórica (Unidad para las víctimas, 2025). Transformar la tierra ha sido por excelencia la labor creativa de los antepasados que transitaron este territorio. Dejaron huellas insolubles al paso del tiempo y la violencia, permitiendo la lectura e interpretación de los rastros. Rastros que fueron camino para un grupo de mujeres artesanas indígenas, las cuales han transitado por la reapropiación de los saberes tradicionales de la alfarería como una apuesta de fortalecimiento del tejido comunitario, o en el caso de la alfarería, moldear dar forma a la comunidad. El proyecto muestra la adaptabilidad de las mujeres artesanas que han empezado a reapropiar sus raíces técnicas y productivas, permitiendo la pervivencia de este saber. Además, se da cuenta de un conocimiento trasfondo, donde ellas no solo dan forma, dan sentido al saber científico, matemático y artístico. Aprendieron a identificar la tierra, proporcionarla, (transformarla y formarla), y a entenderla como parte funcional de su entorno cercano. Es entonces, en estos procesos de transformación, donde se dejan huellas que en el futuro serán leídas, estudiadas y reinterpretadas. Es imperativo promover, visibilizar y fomentar la crítica colectiva de estos espacios que se abren camino en nuevas formas de entender la diversidad y las transformaciones contemporáneas.

COMISIÓN: MODA, IMAGEN, ESTILO Y TENDENCIAS
VIERNES 31 DE JULIO 2026 - 13 HS.

204. Narrativas visuais na moda: o styling como agente simbólico

Giulia Albuquerque, Betânia Oliveira [Brasil]

No contexto contemporâneo, a moda se configura como um sistema de significação, no qual o styling ultrapassa a função estética e passa a operar como linguagem imagética. Este trabalho propõe compreender o styling a partir de uma perspectiva semiótica, investigando como a articulação entre vestuário, acessórios e composição visual estrutura narrativas e produz sentido. A pesquisa adota abordagem qualitativa, fundamentada na análise imagética de editoriais de moda e referências do audiovisual, com base em referenciais teóricos da semiótica e da cultura visual. Parte-se da hipótese de que o styling atua como um agente simbólico, organizando signos visuais em enunciados capazes de comunicar identidade, valores e contextos socioculturais. Ao deslocar o olhar do produto para a construção de sentido, o estudo evidencia o styling como instância mediadora entre criação e interpretação, responsável por orientar a leitura da imagem de moda. Como contribuição, propõe-se ampliar o entendimento do design de moda enquanto prática discursiva, na qual a imagem se constitui como campo de produção simbólica. Palavras-chave: styling; semiótica; design de moda; cultura visual

---

205. Registro de saberes de la herencia alimentaria en mercados populares

Rafael Ángel-Bravo [Colombia]

En el continente americano, las plazas de mercado o mercados populares, al igual que los lugares comerciales en el marco de comunidades migrantes, han facilitado la preservación de unos saberes y unas expresiones, propios de las cocinas tradicionales y la herencia alimentaria, arraigados en culturas diversas y heredados por medio de la oralidad, los talleres y cocinas familiares. Tomando como base el modelo o método de la investigación folklórica propuesto por Ocampo-López, este proyecto de investigación y creación, tiene como objetivo la observación y registro visual de algunos de estos entornos y sus saberes, a través de la fotografía.

---

206. Moda e identidade na construção da autoexpressão da mulher idosa contemporânea

Ana Antunes, Milton Cinelli [Brasil]

Este artigo analisa o papel da moda na express?o da identidade da mulher idosa contemporânea, considerando as transformações sociais associadas ao aumento da expectativa de vida. A partir de revisão bibliográfica, discute-se o envelhecimento feminino, a rela com o consumo e o vestuário como artefato de design, mediador de experiências, comunicação e autoexpressão. Os resultados indicam que, embora fatores como conforto e segurança sejam relevantes, a dimensão estética permanece central na escolha de produtos. Evidenciam-se lacunas no desenvolvimento de produtos de moda, que ainda não atendem plenamente às demandas desse público, apontando para a necessidade de abordagens projetuais mais inclusivas e centradas no usuário.

---

207. Diseño para la construcción de un personaje musical

Daniela Barra [Ecuador]

El diseño de un personaje musical es el proceso de construir una identidad artística que conecte la música con la audiencia de forma visual y narrativa. No se trata solo de la ropa o el afiche, sino de crear un estrategia coherente en todo lo que le rodea. Los puntos clave para lograr son: concepto central, identidad visual, coherencia narrativa y conexión emocional. En resumen, construir un personaje musical es el arte de darle un rostro al sonido, convirtiendo al músico en una marca reconocible y un símbolo cultural.

---

208. Diseño digital para impresión 3D de ropa

Diana Kim [Argentina]

Sesión online para acercar a Latinoamericanos las herramientas disponibles en Europa en el ámbito del diseño 3D. Democratizar y difundir nuevas formas de crear, de bocetar o prototipar moda, accesorios, carteras, zapatos y piezas que se pueden crear y compartir en formato digital con todo el mundo, para luego imprimirlas desde cualquier lugar es parte del futuro próximo. Las los diseñadores as van a tener que aprender a desarrollar y comunicar sus ideas mediante estas nuevas tecnologías, si lo que desean es mantenerse al corriente de la industria creativa.

---

209. Mi autenticidad en una plantilla

Alejandra María Perez Montoya, Andrés Mauricio Murillo Rodríguez [Colombia]

En un mundo glocalizado en el que la era de la turbulencia fomenta el afán y la automatización de todo lo que sea susceptible de la misma, la identidad del ser se difumina, dando lugar a la naturalización de la igualdad y la ausencia de unicidad. La presentación del mural virtual Mi autenticidad en una plantilla se propone como un ejercicio artístico a través del cual se busca sensibilizar frente a la automatización de la identidad, esa que se desvanece cada día. En el marco de las asignaturas Seminario de Contextos Culturales II impartida en la tecnología en Diseño Industrial y de Contexto Artístico y Cultural del programa de Cine del Instituto Tecnológico Metropolitano, se ha trabajado con los estudiantes asuntos tales como la cultura, las manifestaciones del arte y la identidad, y es a partir de esos análisis reflexivos que se ha pensado en cómo desde necesidades tan sencillas como el diseño de una hoja de vida que diga quiénes somos, en el presente se ha convertido en una acción de simple alimentación de datos en una plantilla, dejando de lado el acto creativo de esquematizar y plasmar la identidad en un diseño, en esa medida, comunicar quién soy me adentra en el cumplimiento de un patrón. Se pretende evidenciar que cuando todos usamos el mismo patrón de plantillas para esquematizar en un formato lo que somos profesionalmente, la diferencia se empieza a hacer invisible, el sistema del sector productivo prevalece, los nombres y los datos cambian, y la identidad empieza a desvanecerse. Esta obra se enmarca en el proyecto Arte y Nuevos Medios: investigación artística alrededor de su relación simbiótica; a través del cual es posible la producción de experiencias audiovisuales que plasmen la cultura. El mural virtual pretende evidenciar que, en el contexto de los nuevos medios, la identidad ya no se presenta únicamente como una expresión individual, sino como una negociación constante entre lo personal, los sistemas de representación y las estructuras tecnológicas que organizan la comunicación de la experiencia humana.

---

210. Documento Textil Digital -DTD

Karina de los Angeles Podetti [Argentina]

Documento Textil Digital (DTD) Identidad digital para la moda contemporánea. Es una iniciativa orientada a incorporar una capa de identidad digital en prendas de moda, especialmente en el ámbito de la moda de autor y el diseño independiente. El proyecto parte de una problemática concreta: en la mayoría de los casos, cuando una prenda sale del atelier o del circuito de producción, su información relevante —proceso, materiales, contexto y autoría— se pierde o queda fragmentada. Esto limita tanto su valor comunicativo como su proyección en entornos digitales. DTD propone una solución mediante la creación de un documento digital único por prenda, accesible a través de un código QR NFC integrado, validado con tecnología Blockchain. Este documento reúne información estructurada sobre la pieza, incluyendo aspectos técnicos, conceptuales y visuales, y puede incorporar recursos como visualización digital y narrativa curatorial. El sistema permite: preservar y organizar la información asociada a cada prenda, reforzar la autoría y trazabilidad, ampliar la experiencia del usuario más allá del objeto físico y construir un archivo digital coherente para diseñadores y marcas. No se plantea únicamente como una herramienta tecnológica, sino como una infraestructura cultural aplicada al diseño, que acompaña la evolución de la moda hacia entornos híbridos donde lo físico y lo digital coexisten. Propone, en síntesis, una forma de entender la prenda no solo como objeto, sino como unidad de información, identidad y memoria, integrada a las dinámicas contemporáneas del diseño.

---

211. Associações cromáticas: um estudo de marca do setor de fast-food

Amanda Primon [Brasil]

As cores desempenham um papel fundamental no design e na comunicação visual, combinando aspectos físicos da luz com a psicologia da percepção para influenciar emoções e comportamentos. Este estudo explora os fundamentos da cor, desde sua base física até suas implicações no marketing e na identidade visual das marcas. Com base na metodologia do Diferencial Semântico, a pesquisa investiga a relação entre cores e marcas alimentícias, analisando como as escolhas cromáticas afetam a percepção dos consumidores. Os resultados indicam que cores vibrantes, como vermelho e amarelo, são amplamente associadas ao setor de fast-food por sua capacidade de estimular o apetite e gerar senso de urgência, enquanto tons naturais, como verde e marrom, remetem à qualidade e saúde. A pesquisa também evidencia que, mesmo quando os consumidores acreditam tomar decisões racionais, a influência das cores ocorre, muitas vezes, de maneira inconsciente. Além disso, a identidade visual consistente das marcas se mostrou um fator

essencial para a fidelização dos clientes, reforçando o impacto das cores na experiência de compra.

---

212. Diseño de vestuario ergonómico con estructuras auxéticas y polímeros reciclados

Lina María Vanegas Ochoa [Colombia]

El proyecto surge ante la necesidad de buscar alternativas sostenibles e innovadoras en la industria de la moda, considerando que materiales comúnmente utilizados en impresión 3D, como PLA y PET, presentan limitaciones relacionadas con la rigidez y la adaptación ergonómica al cuerpo humano. En este contexto, la investigación propone la integración de diseño paramétrico, modelado digital e impresión 3D como estrategias para mejorar la flexibilidad y funcionalidad de estructuras impresas con materiales reciclados. Desde el enfoque de investigación+creación, el proceso metodológico se encuentra en desarrollo mediante fases de revisión teórica, análisis de referentes, parametrización digital, experimentación con geometrías auxéticas y elaboración de prototipos impresos en 3D. Paralelamente, se realiza la documentación y sistematización del proceso creativo y técnico, permitiendo identificar relaciones entre estructura, material, ergonomía y comportamiento mecánico. Como resultados parciales, la investigación ha permitido evidenciar el potencial de las estructuras auxéticas para generar adaptabilidad y flexibilidad en superficies impresas en 3D, así como la importancia de la parametrización y configuración de impresión en el desempeño funcional de los prototipos desarrollados. El proyecto se articula con el ODS 9 (Industria, innovación e infraestructura), al explorar tecnologías emergentes aplicadas al diseño, y con el ODS 12 (Producción y consumo responsables), al promover el aprovechamiento de polímeros reciclados y la optimización de recursos en procesos de fabricación digital.

---

213. Moda e identidade além do olhar

Ligia Viana, Andrea Catropa da Sila [Brasil]

A presente pesquisa investiga a relação entre moda, identidade e deficiência visual, compreendendo o vestir como uma linguagem simbólica que ultrapassa o domínio estritamente visual. Parte-se do entendimento da moda como sistema de significação (Barthes, 2005), capaz de produzir e comunicar sentidos sociais, participando ativamente da construção identitária dos sujeitos. Nesse contexto, busca-se compreender como se dá a construção da identidade de deficientes visuais por meio da moda, área em que o visual é o principal dos sentidos. O estudo tem como objetivo compreender como deficientes visuais percebem, e se apropriam da moda na construção de suas identidades. Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa qualitativa, de caráter exploratório, com coleta de dados por meio de entrevistas. Espera-se contribuir para o campo do design ao ampliar a compreensão da experiência estética para além do visual, evidenciando a moda como prática inclusiva, multissensorial e constitutiva da identidade. Ademais, propõe-se mapear e analisar as tecnologias assistivas e as inteligências artificiais aplicadas ao acesso ao vestuário, a fim de compreender de que maneira tais recursos podem favorecer a autonomia, a experiência estética e a participação de pessoas com deficiência visual no universo da moda. Nesse sentido, busca-se investigar como esses sujeitos constroem sua identidade.

COMISIÓN: ARTE, ILUSTRACIÓN Y EXPRESIONES VISUALES
VIERNES 31 DE JULIO 2026 – 16 HS.

214. Traslado semántico en la imagen del grabado “La Calavera Garbancera”

Esmeralda Itzel Alvarez Contreras [México]

Este estudio observa el traslado semántico de la metáfora gráfica representada en el grabado “La Calavera Garbancera”, que el litógrafo mexicano José Guadalupe Posada hizo a principios del siglo XX. Inicialmente, esta representación parece ser una sátira y burla de la condición sobre algunos ciudadanos, que vivían aparentando una posición social ostentosa que no podían mantener en tiempos de gran pobreza en el país. Dichos ciudadanos, influenciados por la mirada del gobierno de Porfirio Díaz respecto a las condiciones sociales europeas, se avergonzaban de su origen indígena. Posada, a través de su obra, apuntaba con burla señalando que llevaban pretenciosamente sombrero con plumas de avestruz, aunque estuvieran en los huesos. Esta convención ha llegado a posicionarse en el imaginario colectivo como un símbolo nacional propio así como en el exterior de México. La imagen de Posada, ha recorrido un traslado semántico desde una metáfora gráfica como crítica políticosocial hasta una convención simbólicoregional como sucede por ejemplo, en la producción de Catrinas de barro del pueblo alfarero de Capula, México.

---

215. Exploraciones visuales sobre la pesca artesanal en San Andrés, Colombia

Rafael Ángel-Bravo [Colombia]

Para la isla de San Andrés, ubicada a 480 kilómetros de la Colombia continental, la pesca artesanal es fundamental dentro de su alimentación, su economía y su identidad. Como parte de un extenso ejercicio de exploración y registro de mercados, lugares de memoria y diversos entornos de carácter cultural, popular y patrimonial, la exploración de espacios rurales, urbanos y costeros en este territorio, permitiendo a lo largo del tiempo y en distintas visitas, crear una serie de registros fotográficos en

torno a la pesca artesanal, teniendo como eje central, su punto de embarque en la denominada Cooperativa de Pescadores.

---

216. Flama

David Bermúdez Taborda, Jairo Madrigal Argáez

El presente artículo analiza la obra Flama desde una perspectiva interdisciplinaria que articula arte, ciencia y tecnología. A partir de la modelación algorítmica y el cruce entre visualización de datos y experimentación óptica, el texto explora el trasfondo conceptual, el proceso creativo, los referentes matemáticos y las implicaciones simbólicas de la pieza, subrayando la relación entre abstracción geométrica, sensación visual y dinámica física.

---

217. Arcanos Andinos

Sofía Chaves, Solangie Caicedo [Colombia]

Arcanos Andinos es el resultado del curso Proyecto 2 – Diseño Natural del programa de Diseño Gráfico de la Universidad de Nariño, Colombia. Consiste en una baraja inspirada en el tarot, dirigida a un público juvenil, y basada en dos bioelementos representativos de la biodiversidad del departamento de Nariño: el ave Gallito de Roca Andino y la orquídea Telipogon diabolicus. El proyecto se desarrolla conceptualmente a partir del análisis biónico de ambos bioelementos. La integración de sus cualidades formales, funcionales y simbólicas da origen a la narrativa visual de la baraja, en la que la naturaleza se convierte en una guía simbólica para promover su valoración y cuidado en centros ambientales y parques naturales. La propuesta reinterpreta los Arcanos Mayores mediante la fusión entre diseño gráfico, simbolismo, conciencia ecológica, biodiversidad y experiencia emocional, transformando especies nativas en un lenguaje visual cercano y significativo para las nuevas generaciones. El uso principal de la baraja será como un artefacto lúdico y educativo, orientado a que los jóvenes visitantes de centros ambientales o parques naturales comprendan, a través del juego, las diferentes problemáticas ambientales que se pueden presentar en un entorno ecológico.

---

218. El duende en la creatividad: Lorca, voces y otras miradas

Gino Omir Antonio Curiel Rondini [Venezuela]

Esta propuesta busca reflexionar sobre el concepto del «Duende», al que Federico García Lorca, poeta y artista, se aproximó al hablar de una fuerza misteriosa que posee al creador y cautiva al público, atravesando el intelecto y los sentidos. A través de diversas voces y miradas, analizaremos esta figura poética para comprender su impacto en el acto creativo y enriquecer nuestras prácticas.

---

219. Male Gaze y Female Gaze en videoclips ganadores MTV Music awards

Mikaela de la Cruz, Astrid Aguagallo [Ecuador]

Este trabajo examina cómo se presenta el cuerpo de la mujer en la música mediante las perspectivas del *male gaze* y *female gaze*, tomando como corpus los videoclips premiados como Canción del Año en los MTV Music Awards durante el período 2020-2024, junto con los galardonados como mejor video musical desde 1984 hasta 2000, etapa reconocida como el apogeo de MTV. Desde una metodología cualitativa, se empleó el análisis de contenido para estudiar cinco piezas audiovisuales, desglosando sus componentes narrativos, visuales y simbólicos a través de una matriz de análisis organizada. El sustento teórico integra el paradigma de codificación y decodificación propuesto por Stuart Hall, la perspectiva semiológica visual de Roland Barthes y el planteamiento sobre performatividad de género de Judith Butler, lo que posibilita indagar cómo las representaciones visuales perpetúan o cuestionan estructuras discursivas patriarcales. Los hallazgos revelan una contradicción entre la continuidad de tácticas vinculadas al *male gaze*, tales como la sexualización excesiva y la objetualización corporal, frente al surgimiento de construcciones narrativas desde el *female gaze*, en las cuales las intérpretes ejercen dominio sobre su representación, su discurso y su expresión emocional. Producciones como las de Billie Eilish y Taylor Swift destacan por una perspectiva reflexiva, afectiva y cuestionadora, en tanto que otras como las de Lady Gaga y Sabrina Carpenter evidencian una hibridación entre autonomía y reiteración de modelos estéticos convencionales. La discusión subraya que, si bien se observan progresos hacia representaciones más genuinas y plurales, el régimen visual hegemónico continúa imponiendo restricciones. Como conclusión, el estudio demuestra una transformación paulatina hacia la autonomía femenina en el relato audiovisual musical, aunque situada todavía en un contexto influenciado por las dinámicas del mercado y del consumo cultural.

---

220. Minhwa: Simbolismo e identidad cultural en el arte popular coreano

Karol Moreira [Ecuador]

Minhwa: Simbolismo e identidad cultural en el arte popular coreano Esta ponencia examina el simbolismo visual presente en Minhwa, pintura popular de la dinastía Joseon en Corea. Analizando elementos recurrentes como tigres, peonías y composiciones chaekgeori, se explora cómo estas imágenes servían como vehículos de comunicación cultural y transmisión de valores sociales. El trabajo propone entender el minhwa no solo como expresión estética, sino también como un lenguaje visual

accesible que reflejaba las aspiraciones, creencias y estructuras simbólicas de la sociedad coreana premoderna.

---

221. La otra Orilla Bitácora Ilustrada

Camilo Rivera, Juan Pablo Parra Arcila [Colombia]

"La otra orilla" es un proyecto de diseño con enfoque etnográfico que busca visibilizar la dimensión humana de la migración en la ciudad de Medellín. A través de una bitácora ilustrada, la propuesta traduce narrativas complejas de desplazamiento en un lenguaje visual sensible, orientado principalmente a generar empatía en niños y jóvenes. El proyecto no solo documenta el tránsito físico, sino que explora la migración como un fenómeno emocional y cultural, transformando testimonios reales en dispositivos de memoria colectiva. La propuesta se fundamenta en una investigación cualitativa robusta que integra: Talleres de co-creación con comunidades locales para identificar percepciones y estereotipos. Entrevistas en profundidad con personas migrantes para recolectar historias de vida y resistencia. Netnografía, analizando las dinámicas digitales y narrativas contemporáneas sobre el territorio. El concepto funciona como una metáfora del territorio desconocido donde se cruzan límites físicos y emocionales en busca de supervivencia y dignidad. La bitácora utiliza un lenguaje visual infantil para articular la experiencia migrante a través de personajes como Samu, un niño que encarna la vulnerabilidad y la esperanza del viaje.

---

222. El sketchbook íntimo como herramienta formativa para diseño y arte

Juliana Sancci Koenigsder [Argentina]

La propuesta aborda el sketchbook íntimo como un laboratorio de exploración técnica y, al mismo tiempo, como un espacio de acceso a dimensiones más profundas del proceso creativo. Lejos de concebirlo únicamente como un cuaderno de bocetos, se lo plantea como un territorio donde la experimentación material (tintas, collage, escritura automática, manchas, superposiciones) dialoga con el inconsciente y habilita la emergencia de emociones en estado crudo. La exposición propone reflexionar sobre el estado de flow que se activa en este tipo de práctica sostenida: un momento de suspensión del juicio productivo donde el hacer antecede al resultado y el error se vuelve potencia. En ese marco, el sketchbook íntimo funciona como dispositivo formativo que articula técnica, subjetividad y proceso.

CICLO PRESENCIAL
RED DE DISEÑADORES

Miércoles 15 de julio

RDDxUP

Modera: ***Sebastián Molina*** [Red de Diseñadores]

11:30 hs.

Marco metodológico para evaluar biosimuladores educativos

Durante los primeros años del 2000, diversos estudios evidenciaron el impacto del error humano en la seguridad del paciente, impulsando el desarrollo y consolidación de la simulación médica como estrategia formativa. La simulación clínica reproduce entornos asistenciales con fines de capacitación, entrenamiento y evaluación, favoreciendo el aprendizaje seguro mediante la práctica y la repetición.

En este contexto, la Universidad Nacional de Hurlingham (Argentina) desarrolló un proyecto orientado al diseño y producción de biosimuladores de bajo costo y fidelidad moderada, destinados a la formación en enfermería. El proyecto atravesó una etapa exploratoria vinculada a tecnologías de impresión 3D, una fase de desarrollo de prototipos (ostomía, medicación subcutánea y traqueostomía) y una tercera etapa actualmente en curso, centrada en la mejora y validación de los dispositivos. Esta última etapa incorpora una perspectiva específica del diseño, orientada a evaluar la experiencia de uso (UX) de los biosimuladores como herramientas pedagógicas. Para ello se desarrolló un marco de antecedentes metodológicos y una guía de evaluación organizada en tres instancias complementarias: definición del alcance, evaluación con expertos y evaluación con usuarios, junto con un protocolo específico para la realización de pruebas en contexto formativo.

El trabajo propone una metodología transferible para el análisis de dispositivos de simulación educativa, contribuyendo al fortalecimiento de proyectos de innovación en salud desde el campo del diseño.

Exponen:

Gilda N. González [Diseñadora Industrial Dpto. UX en INTI], ***María José Dubois*** [Diseñadora Gráfica Dpto. UX en INTI]

12:30 hs.

Diseñar para cuidar: un framework UX para transformar la salud

En los sistemas de salud, el diseño puede marcar la diferencia entre el cuidado efectivo y el colapso operativo. Sin embargo, la mayoría del software sanitario sigue construido desde la lógica técnica o exclusivamente médica, ignorando la experiencia de quienes lo usan todos los días: profesionales asistenciales, administrativos y pacientes.

Esta charla presenta un framework metodológico que usamos en proyectos reales de salud pública para diseñar tecnología con impacto: combinando pensamiento de diseño, visión de producto, trabajo interdisciplinario y cultura ágil. Mostraremos cómo transformamos procesos críticos (como admisión, derivaciones o historias clínicas electrónicas) en soluciones usables, con sentido, y centradas en las personas.

No necesitás saber de medicina: si trabajás en UX, producto o tecnología, este recorrido te va a dar herramientas para abordar problemas complejos en dominios sensibles, sin caer en soluciones genéricas. Y quizás te inspire a llevar tu práctica de diseño hacia donde más se la necesita.

Expone:

Juan Marcos Ortiz [Líder de UX y Producto Digital, Ministerio de Salud CABA]

13:30 hs.

El usuario que olvidamos: ¿estamos diseñando para todos?

¿Qué pasa cuando los usuarios reales no coinciden con los que imaginamos? A partir de experiencias en el diseño de productos digitales utilizados por millones de personas, esta charla propone recorrer algunas certezas que parecían obvias hasta que dejaron de serlo. Una invitación a observar, escuchar y redescubrir a quienes están del otro lado de la pantalla.

Expone:

Milagros Pierini [Consultora en Transformación Digital y Comunicación]

14:30 hs.

De Figma a la mesa chica: cómo dejar de ser choferes de mouse

El mercado está saturado de talento técnico. Lo que realmente escasea y se valora es la capacidad de pensar estratégicamente, influir y tomar decisiones clave. Esta charla confronta la incómoda realidad que solemos vivir los profesionales UX: la resignación a ser meros ejecutores o choferes de mouse de decisiones de diseño tomadas por otros.

Con un enfoque directo, crítico y lleno de humor, la sesión propone un camino posible para escalar la autonomía y el seniority a través de modelos conceptuales probados. Empieza por reconocer nuestro contexto actual: la falta de madurez de la industria, cuyos decisores abrigan la creencia vulgar de que "diseño" es sinónimo de "publicidad", o que la función de los jefes es "tener razón". Desde esa base, se encauza la conversación hacia las habilidades de liderazgo y negociación necesarias para salir de la ejecución de pantallas.

La charla equipa a los profesionales de UX con herramientas

esenciales para transformar la frustración en persistencia estratégica. La acción central es reemplazar los pedidos autoritarios y caprichosos (los mal llamados "requerimientos") por una conversación probada, basada en el retorno de la inversión (ROI) y el valor real para el usuario. Esto posiciona la práctica del diseño como el motor que marca la dirección estratégica del producto.
Expone:
Santiago Bustelo [Director de Kambrica]

CICLO VIRTUAL RED DE DISEÑADORES

De estudiante a estudio (DEAE): mentalidad + orden + estrategia + acción

Un ciclo intensivo de 5 días diseñado para cerrar la brecha entre la universidad y el mercado laboral real. Arrancamos el lunes con un panel de referentes analizando la actualidad del sector, y continuamos de martes a viernes con claves de fijación de precios por valor, estrategia comercial y clínica de portfolios en vivo. La hoja de ruta definitiva para transformar tu talento técnico en un modelo de negocio rentable y predecible.
Modera: ***Sebastián Molina*** [Red de Diseñadores]

Lunes 27 de julio, 19 hs.

Panel de Expertos: La Realidad del Mercado Creativo
Apertura del ciclo con un debate en vivo junto a referentes de la industria. Un espacio para analizar los desafíos actuales del sector, la evolución de los precios y los nuevos modelos de estudio, sentando las bases y calentando motores para todo lo que veremos en la semana.
Exponen: ***Jean Acosta, Tomás Pertusio, Diego Pozzi, Caro Vega y Alexis Toggel***

Martes 28 de julio, 19 hs.

DEAE Clase 1: Diagnóstico, Planificación y Mindset
Cambiá el chip de la facultad y aprendé a estructurar tu trabajo con visión de estudio real. Vas a definir tu propuesta de valor, analizar tu punto de partida y adoptar el mindset de un consultor estratégico para dejar de pedir trabajo y empezar a vender soluciones.
Expone: ***Sebastián Molina*** [Red de Diseñadores]

Miércoles 29 de julio, 19 hs.

DEAE Clase 2: Fijación de Precios y Presupuestos
Cómo cobrar por valor percibido y desterrar para siempre la tarifa por hora. Descubrí cómo armar propuestas comerciales profesionales donde el presupuesto funcione como una herramienta activa de venta —comunicando tu metodología y proceso de trabajo— y no como un simple número que compite por precio.
Expone: ***Sebastián Molina*** [Red de Diseñadores]

Jueves 30 de julio, 19 hs.

DEAE Clase 3: Ecosistema de Ventas y Prospección
Optimizá tu portfolio, deck de estudio y redes sociales con un enfoque 100% comercial para atraer clientes calificados. Además, veremos estrategias de prospección activa para salir a buscar oportunidades reales en el mercado sin depender únicamente del boca en boca o la suerte.
Expone: ***Sebastián Molina*** [Red de Diseñadores]

Viernes 31 de julio, 19 hs.

DEAE Clase 4: Clínica de Casos, Feedback & Cierre
Taller 100% práctico de consultas y revisión de materiales en vivo donde analizaremos portfolios y redes de los asistentes para brindarles devoluciones estratégicas en directo. Cerramos el ciclo consolidando tu hoja de ruta hacia el mercado profesional y haciendo la entrega exclusiva del Kit de Apuntes y Guía de Ejercicios DEAE (únicamente para quienes participen este día).
Expone: ***Sebastián Molina*** [Red de Diseñadores]

El **OPEN DC** es un ciclo de actividades gratuitas, abiertas y multidisciplinarias que la Facultad de Diseño y Comunicación organiza desde hace 27 años.
Los 70 talleres se desarrollaron de forma presencial, durante cinco días consecutivos, en el marco de la Semana Internacional del Diseño, entre el 13 y el 17 de julio de 2026.

ARQUITECTURA E INTERIORISMO (4 actividades)

La arquitectura empieza con una pregunta: diseñar en tiempos de inteligencia artificial
María Belén Piñeiro
Viernes 17 de julio, de 15.00 a 16.30 hs

La charla propone reflexionar sobre el rol de la pregunta en los procesos de diseño e investigación en arquitectura en un contexto atravesado por la inteligencia artificial. A partir de ejemplos y ejercicios, se explorará cómo las herramientas de IA pueden funcionar no como sustitutas del pensamiento proyectual, sino como disparadoras de nuevas preguntas. El foco estará puesto en cómo formular preguntas más críticas y precisas puede transformar radicalmente la manera en que pensamos, investigamos y proyectamos arquitectura.

El rizoma genealógico
Juan Ignacio Breccia
Viernes 17 de julio, de 13.00 a 14.30 hs

Deleuze y Guattari diferencian estructuras de pensamiento de dos tipos: arbóreas y rizomáticas. Un árbol genealógico es un diagrama que responde a una forma ordenada de concebir la historia: en él hay un origen -raiz-, un centro - tronco-, un orden secuencial jerárquico -ramas principales, secundarias, etc.-, y un desenlace -follaje-. Un rizoma genealógico, en cambio, es la descomposición de esa forma de entender el devenir de los hechos: es un diagrama que responde al giro conceptual de la historia hacia una genealogía en términos de Foucault. Mientras que el primero opera de forma lineal, secuencial, jerárquica y ordenada; el segundo funciona bajo relaciones más complejas y multidireccionales, sin un orden predefinido, sin centro, y a veces con lógicas que superan la mera razón. El primero podría servir más para entender una Historia de la Arqutiectura con mayúscula, de forma evolutiva y progresiva (como el desarrollado por Fletcher); el segundo, para abordar las historias de las arquitecturas, reconociendo complejidades, ambigüedades, retrocesos, y contradicciones.

La era del diseño asistido
Mariano Gómez Blanco
Viernes 17 de julio, de 13.00 a 14.30 hs

La charla se enfocará en el análisis del cambio instrumental en los sistemas de representación que trajo aparejada la Inteligencia Artificial para los estudiantes de diseño. Básicamente consta de verter ciertas experiencias de estos últimos dos años en la aulas donde percibimos un avance muy repentino del "prompteo" en sustitución de técnicas analógicas como el dibujo, el collage o la maqueta. La idea es converger en ciertas reflexiones que nos permitan poner en común las consecuencias del cada vez más acelerado avance de las IAs como herramientas de representación y proyecto. ¿Estamos pasando de la era del "dibujo asistido" a una de "diseño asistido"? ¿Cómo nos introducimos los diseñadores en un mundo con soluciones más simplificadas y automatizadas? ¿Cómo trabaja el estudiante en este proceso?

Del feed al espacio: cuando una marca emergente se convierte en experiencia
Milena Mariana López
Viernes 17 de julio, de 11.00 a 12.30 hs

Muchas marcas emergentes nacen en redes, ferias o tiendas online, pero el verdadero desafío aparece cuando deben convertirse en una experiencia física. ¿Cómo diseñar un espacio comercial para una marca que aún está construyendo su identidad y cuenta con recursos limitados? Este taller propone explorar cómo transformar valores, comunidad y universo visual en decisiones espaciales que ayuden a construir identidad, hacerla reconocible y volverla experiencia a través de la atmósfera, la materialidad, el recorrido y la exhibición. Se abordará el rol del espacio como punto de encuentro, diferenciación y confianza entre marca y cliente, entendiendo además la importancia de construir una identidad espacial sostenible, adaptable y replicable en el tiempo para futuras expansiones.

DISEÑO INDUSTRIAL Y PRODUCTO (4 actividades)

Leathercoins
Mercedes Saravia
Lunes 13 de julio de 13.00 a 14.30 hs

Nociones básicas de Ecodiseño: La capacitación les brindará una herramienta metodológica para recuperar descartes y les permitirá comprender la relevancia de REVISAR constantemente las prácticas de sus tareas y brindará herramientas para la búsqueda de optimizar resultados; reduciendo costos, tiempos

y residuos, mejorar la eficiencia de sus proyectos, etc. Valorización de los residuos: Los participantes reconocerán y valorarán la importancia de los residuos que ellos mismos generan en el proceso productivo y el aprovechamiento de la energía. Entenderán cómo la importancia y urgencia de resolver estos temas principales puede influir significativamente en la calidad de sus trabajos.

Expresarse no alcanza (Una mirada al diseño UX)
Jeuel Trad
Miércoles 15 de julio de 15.00 a 16.30 hs

Este curso propone repensar el diseño no como una forma de expresión artística, sino como una disciplina orientada a resolver problemas reales. En el contexto de UX, diseñar no es "hacer algo lindo", sino comprender necesidades, detectar fricciones y construir soluciones funcionales que generen valor. A través del enfoque de Design Thinking y metodologías de research UX, exploraremos cómo el diseño se apoya en evidencia, hipótesis y validación constante. Analizaremos herramientas como entrevistas, definición de problemas (POV), personas, prototipos y testeos de usabilidad para entender cómo cada decisión responde a un problema concreto. El objetivo es cambiar la mentalidad: del diseño como obra personal al diseño como sistema de resolución estratégica. Porque en UX, el éxito no se mide por originalidad estética, sino por claridad, utilidad e impacto en la experiencia real de las personas.

Diseño inconsciente
Matías Millet
Miércoles 15 de julio de 17.00 a 18.30 hs

El diseño inconsciente no se ve: se siente. Opera antes del pensamiento, en reflejos, memoria y deseo. No persuade con argumentos, seduce con señales. Cada textura, proporción y silencio activa asociaciones invisibles que guían decisiones. Diseñar es coreografiar percepciones: anticipar lo que el usuario no puede nombrar pero sí experimentar. Rechazamos lo neutro; buscamos lo significativo. No diseñamos objetos, diseñamos estados internos. La forma sigue a la emoción. Y la emoción, bien diseñada, se convierte en valor.

Cómo vender tus primeros diseños e insertarte en la industria real (nacional e internacional)
Florencia Agra
Miércoles 15 de julio de 19.00 a 20.30 hs

Este taller propone abordar la práctica profesional del diseño desde una mirada integral, entendiendo al diseñador como un proyecto en sí mismo. Más allá de lo proyectual, se trabajará sobre las herramientas necesarias para insertarse en la industria, tanto a nivel local como internacional, y sostener una carrera en el tiempo. Se explorará cómo optimizar portfolios y CVs para destacarse en entornos digitales, aplicar principios de experiencia de usuario a la propia presentación profesional y desarrollar estrategias concretas para generar ingresos. Además, se abordarán aspectos clave de la gestión cotidiana: organización del tiempo, planificación de agenda, bienestar físico frente al trabajo digital y administración financiera, incluyendo cómo monetizar el trabajo, establecer límites y diversificar servicios. Un espacio práctico para transformar habilidades de diseño en una propuesta profesional sólida, rentable y sostenible.

GRÁFICO E ILUSTRACIÓN
(12 actividades)

Ser autor de diseño
Fabián Carreras
Jueves 16 de julio, de 19.00 a 20.30 hs

Este taller aborda el proceso de diseño editorial desde la autoría como emancipación, utilizando la experiencia de seis libros publicados como hoja de ruta metodológica. A través de la praxis, analizaremos el proceso completo de creación de un libro de diseño: desde cómo se identifica un concepto, hasta la arquitectura de la titulación y el diseño del contenido. Desarmaremos la anatomía del libro —la tapa como manifiesto y la secuencia interna como narrativa— para entender el objeto editorial como un espacio de contenido. El objetivo es dominar las constantes que permiten transformar un hallazgo personal en un material sólido, profesional y con voz propia en la cultura visual contemporánea.

Diseñar en la incertidumbre
Pablo D. Slelatt Cohen
Jueves 16 de julio, de 15.00 a 16.30 hs

El proceso de diseño implica enfrentar de manera constante situaciones de incertidumbre: el inicio de un nuevo proyecto, el encuentro con un cliente y la necesidad de comprender su demanda, la aparición de la "hoja en blanco" o la reformulación de ideas en pleno desarrollo. Situaciones que provienen del funcionamiento de nuestro aparato emocional, y que nos mantiene unidos funcionalmente a nuestros ancestros milenarios. ¿Cuáles herramientas tenemos a nuestro alcance para poder tomar partido en este mecanismo, que a veces parece superarnos, y podamos dar una respuesta profesional? ¿Qué situaciones parecidas tenemos en nuestra vida diaria? Estas instancias, lejos de ser exclusivamente técnicas, involucran dimensiones perceptivas, vinculares y emocionales que inciden

directamente en la experiencia vivencial del diseñador respecto de su trabajo. La forma en que se escucha, se interpreta y se responde no solo define el resultado final, sino también la calidad del proceso.

Lettering Skills: de la Idea a la Forma
Florencia Navarro
Jueves 16 de julio, de 17.00 a 18.30 hs

Este taller propone incorporar el lettering como una herramienta estratégica dentro del diseño gráfico. A partir de una introducción conceptual y práctica, se abordarán las bases para construir letras con intención y aplicarlas en proyectos de identidad. Durante la clase, cada estudiante desarrollará un lettering propio, entendiendo su lógica, estructura y posibilidades de uso en diseño.

Errores tipográficos comunes (y por qué importan)
Paula Salvado
Jueves 16 de julio, de 11.00 a 12.30 hs

Los errores tipográficos comunes no son fallas menores, sino problemas que afectan directamente la comprensión y la calidad profesional de una pieza de diseño. El mal uso de jerarquías —como no diferenciar correctamente títulos, subtítulos y cuerpo de texto— dificulta la lectura y desorienta al usuario. El exceso de fuentes genera ruido visual y falta de coherencia, debilitando la identidad del diseño. A esto se suman los problemas de legibilidad, como tamaños inadecuados, poco contraste o interlineados mal resueltos, que pueden volver un mensaje inaccesible. Analizar estos errores permite entender que la tipografía no es solo estética, sino una herramienta clave para comunicar con claridad y eficacia.

¡Si diseñás con IA tenés que tener esto en cuenta!
Lucas Tonet
Jueves 16 de julio, de 13.00 a 14.30 hs

La inteligencia artificial se volvió una herramienta clave en el diseño gráfico, capaz de acelerar procesos y expandir posibilidades creativas. Sin embargo, su uso implica algo más que resultados inmediatos: exige criterio, intención y responsabilidad. Diseñar con IA no es simplemente ejecutar prompts, sino tomar decisiones informadas sobre cómo, cuándo y para qué utilizarla. Esta charla propone reflexionar sobre los recaudos necesarios al integrar estas tecnologías: desde la autoría y la ética, hasta la calidad y originalidad de las piezas. Lejos de simplificar el trabajo del diseñador, la IA redefine su rol, obligándolo a ser más estratégico, consciente y crítico frente a cada resultado.

Freelance en Acción: Primeros Pasos con Clientes
Camila Nemi Yáñez
Jueves 16 de julio, de 19.00 a 20.30 hs

Durante este encuentro trabajaremos con herramientas prácticas para afrontar reuniones con clientes, detectar necesidades reales, armar presupuestos claros y defender el valor del trabajo. Este breve pero intenso taller busca acercarte al mundo profesional desde una mirada realista y aplicada, para que puedas dar tus primeros pasos laborales con confianza, criterio profesional y mejores resultados. Ideal para estudiantes de diseño gráfico y recién egresados que necesiten herramientas para trabajar como freelancers.

Selecciones avanzadas en Photoshop
Christian Duarte
Jueves 16 de julio, de 11.00 a 12.30 hs

Incluso en épocas donde parece que la IA hace todo, las selecciones en Ps siguen siendo un dolor de cabeza a nivel profesional. En este taller vamos a ver algunos casos reales de cómo optimizar el tiempo (y el dinero!) generando un flujo de trabajo ordenado y reversible.

“EL CUBO Creativo”. Taller de creatividad, lúdico motivacional
Mariela Acorinti
Miércoles 15 de julio, de 13.00 a 15.00 hs

Una propuesta netamente lúdica donde navegaremos conceptos creativos, fracasos, evoluciones, pulsiones con la IA, y grandes momentos que transita la creatividad, poniéndolo al servicio de nosotros mismos, como? jugando. Haciendo de la creatividad un momento lúdico, reflexivo y desafiante.

Métodos para potenciar tu pensamiento creativo en tiempos de IA
Fernanda Apesteguia
Jueves 16 de julio, de 11.00 a 12.30 hs

No pretendamos que las cosas cambien si siempre hacemos lo mismo”, ...“Locura es hacer lo mismo una y otra vez y esperar resultados diferentes”, son algunas de las tantas frases que nos enfrentamos cuándo queremos potenciar nuestro pensamiento creativo y nos vemos limitados o saturados por el entorno. En este taller vamos a conocer técnicas creativas que hoy se emplean en el mercado para desbloquear tu creatividad, nutrirse de nuevas herramientas que ayuden a enfocarte con empatía. También conocerás lo que hoy IA puede ofrecerte para ayudarte en este proceso, haciendo foco en acciones y no en el problema.

Del Branding al Sistema Visual: claves para construir una identidad de marca
Julieta Selem
Jueves 16 de julio, de 15.00 a 16.30 hs

En este taller recorreremos, paso a paso, el proceso de creación de una identidad de marca. Iniciaremos definiendo qué es el Branding y cómo se construye el Naming. Analizaremos las características de una buena marca y exploraremos conceptos fundamentales como el Partido Conceptual y el Partido Gráfico, entendiendo su rol en el desarrollo de la identidad. El recorrido incluye un análisis morfológico con foco en la tipografía: sus formas, connotaciones y el valor de la semantización tipográfica. También trabajaremos la elección de la paleta cromática, la comunicación del color y su impacto en la percepción de marca. Para finalizar, abordaremos qué es un Sistema Visual: la creación de elementos gráficos que, derivados de la marca, la amplifican y consolidan, permitiendo desarrollar una identidad sólida, coherente y memorable.

El Poder del Color: Cómo Potenciar tus Diseños con Paletas Estratégicas
Julieta Selem
Jueves 16 de julio, de 17.00 a 18.30 hs

¿Sabías que la elección del color puede influir profundamente en la percepción de tus diseños? En este taller, aprenderás cómo utilizar estratégicamente las paletas cromáticas para potenciar tus mensajes visuales. A través del análisis de ejemplos, exploraremos la simbología del color y su enorme potencial expresivo. Te invitamos a reflexionar sobre cómo las diferentes combinaciones de colores pueden ser seleccionadas según el objetivo discursivo, y cómo pequeños ajustes de tono y saturación pueden transformar la connotación de una imagen. Entender los efectos de la psicología del color te permitirá elegir colores que no solo embellezcan, sino que refuercen el mensaje que deseas comunicar. ¡Con esta herramienta podrás darle más fuerza y claridad a tus proyectos visuales!

Diseño, Tecnologías y Producción Gráfica de Packaging
Hugo Santarsiero
Martes 14 de julio, de 15:00 a 16:30 hs

La importancia de las Marcas. Storytelling. Packtelling Desarrollo de la impresión de Mockups 3D para el desarrollo de envases con las últimas tecnologías disponibles. El color Pantone en Packaging. Pantone Live, Global y acceso al Pantone Connect, Nuevo Catálogo impreso. Nuevos tipos de envases para tecnologías avanzadas de packaging Diseño industrial y gráfico de botellas y envases. Smart Packaging. EcoDiseño, Ecología y sostenibilidad en el desarrollo de envases y etiquetas. Tips para controlar artes e impresión de envases y etiquetas sobre todo tipo de sustrato.

MODA Y TENDENCIAS
(15 actividades)

Introducción al estilismo: narrativas visuales y tendencias
Lucila Ines Abdala
Martes 14 de julio, de 11.00 a 12.30 hs

El taller propone una mirada integral sobre el rol del estilista, sus principales funciones y los diversos campos de acción. A lo largo de la clase, los estudiantes explorarán herramientas esenciales para la construcción de narrativas visuales sólidas y coherentes. Con un enfoque dinámico y participativo, se fomentará la capacidad de reconocer tendencias, trabajar con referencias visuales, y desarrollar proyectos que de manera armónica funcionen narrativa y funcionalidad.

Detectar lo nuevo: claves para la investigación de tendencias
Ema Belén Galassi Alfonso
Martes 14 de julio, de 15.00 a 16.30 hs

El curso propone una aproximación teórica y metodológica al estudio de las tendencias en el campo del diseño, con foco en la identificación y comprensión de lo emergente como fenómeno cultural. En una primera instancia, se problematiza el concepto de “lo nuevo” y “lo innovador”, promoviendo el análisis colectivo de imágenes provenientes de diversas disciplinas proyectuales, con el fin de entrenar la mirada crítica y detectar indicios de cambio. Posteriormente, se aborda la definición de tendencia, estableciendo diferencias conceptuales con nociones como moda y estética. Se estudia el desarrollo y la curva de las tendencias, atendiendo a sus modos de surgimiento, circulación y expansión en distintos contextos. Finalmente, el curso introduce herramientas y recursos específicos para la investigación de tendencias, incluyendo el análisis de plataformas especializadas y la lectura e interpretación de informes, con el objetivo de fortalecer las competencias analíticas y proyectuales de los participantes.

Sashiko: Reparar, Insistir, Narrar
Laura Valoppi
Martes 14 de julio, de 13.00 a 14.30 hs

Workshop intensivo de intervención textil. Este workshop propone una aproximación contemporánea a la técnica japonesa

Sashiko, desplazándola de su función original hacia un espacio de exploración estética, simbólica y conceptual. Durante una jornada intensiva, los participantes trabajarán sobre una prenda propia, entendiéndola como superficie de intervención y narrativa. A través de la repetición de la puntada, se explorarán nociones de tiempo, error e insistencia como parte del proceso creativo. No se busca reproducir patrones tradicionales, sino construir un lenguaje personal desde el gesto, incorporando desvíos, decisiones y recorridos propios. El workshop está dirigido a quienes deseen experimentar el textil como herramienta de pensamiento y expresión.

Universo textil
Josefina Lara
Martes 14 de julio de 15.00 a 16.30 hs

Universo Textil es un espacio para descubrir cómo funciona la industria textil argentina desde adentro. Vas a conocer cómo se crean las colecciones textiles, con cuánta anticipación se trabajan y qué diferencias existen entre los distintos tipos de textiles y sus usos. Además exploramos el mundo de las estampas: técnicas, procesos y formatos de creación, desde lo artesanal hasta lo digital. También, abrimos el panorama a las oportunidades laborales dentro del sector en Argentina, con ejemplos reales. Un networking pensado para conectar, inspirarse, aprender y entender el detrás de escena de una industria creativa en constante evolución.

Comunicación de moda en tiempos de IA: herramientas, estrategias y nuevos roles en la industria
Cynthia Ijelman
Martes 14 de julio, de 11.00 a 12.30 hs

Este taller propone analizar cómo la inteligencia artificial puede integrarse de forma estratégica en la comunicación de moda, sin reemplazar la mirada creativa ni el criterio editorial, sino potenciando la capacidad de análisis, producción y alcance de los mensajes de marca. A lo largo del encuentro se abordará el contexto actual de la comunicación de moda en un escenario atravesado por la automatización y la generación de contenidos, analizando las principales herramientas de IA aplicadas a la investigación de tendencias, redacción editorial, storytelling de marca, producción de contenidos visuales y optimización de estrategias digitales. El taller combinará una primera instancia conceptual —sobre el rol de la IA como herramienta de apoyo y no de reemplazo creativo— con ejemplos concretos y casos de estudio de marcas y medios internacionales que ya integran estas tecnologías en sus procesos de comunicación, para luego avanzar hacia un bloque práctico donde se mostrarán metodologías de uso responsable, criterios editoriales y buenas prácticas que permitan mantener identidad, coherencia y valor autoral en un entorno cada vez más automatizado.
Objetivos del taller: Comprender el impacto actual de la IA en la comunicación de moda. Identificar oportunidades reales de uso en medios, marcas y comunicación digital. Analizar cómo cambia el rol del comunicador de moda frente a nuevas tecnologías. Desarrollar criterio para diferenciar contenido automatizado de contenido con valor editorial.
¿A quién está dirigido? Estudiantes de moda, comunicación, periodismo y marketing. Diseñadores, estilistas y emprendedores de moda. Profesionales de prensa y comunicación de marcas. Público en general. No se requieren conocimientos previos sobre inteligencia artificial.

Moda en transición: del producto físico al ecosistema inteligente
Florencia Sala
Martes 14 de julio, de 17.00 a 18.30 hs

Repensar el diseño de moda en un contexto donde tecnología, datos y sostenibilidad redefinen la industria. La charla explora cómo el rol del diseñador evoluciona hacia una mirada estratégica, integrando herramientas como CLO 3D, inteligencia artificial y nuevos materiales. Se abordarán tensiones actuales como fast fashion versus modelos circulares, tomando casos de estudio de marcas de moda masiva. El objetivo es reflexionar sobre cómo diseñar no solo productos, sino sistemas más eficientes, responsables e innovadores dentro de la moda contemporánea.

Pensar la prenda: cuando el diseño exige decisiones técnicas
Macarena Gaitan
Martes 14 de julio, de 13.00 a 14.30 hs

Diseñar una prenda implica mucho más que definir una estética. Detrás de cada elección visual aparecen decisiones técnicas que condicionan su construcción. Los procesos, la materialidad y la viabilidad productiva dependen del público destinatario y del volumen de producción proyectado.
Esta charla propone reflexionar sobre el vínculo entre diseño y moldería en función de vestir el cuerpo, abordando aspectos fundamentales como silueta, selección textil, funcionalidad y resolución constructiva. A partir de ejemplos concretos, se analizará cómo una idea se transforma en una prenda posible. Dirigida a estudiantes, emprendedores y personas interesadas en moda, la propuesta busca acercar una mirada integral, técnica y estratégica sobre el proceso de diseño.

Colorimetria como herramienta de autoconocimiento
Stephanie Induni
Martes 14 de julio de 13.00 a 14.30 hs

El taller "Colorimetría como herramienta de autoconocimiento" propone una introducción conceptual y aplicada al uso del color en la construcción de la imagen personal. A lo largo de 90 minutos se abordarán las principales propiedades del color —temperatura, valor e intensidad— y su vinculación con las características individuales, analizando cómo estas variables influyen en la percepción visual y en los procesos de comunicación no verbal. El enfoque se orienta a comprender la colorimetría no solo como un sistema de clasificación, sino como un recurso de análisis que permite identificar coherencias y tensiones entre identidad, estética y mensaje. Se incorporarán ejemplos prácticos y ejercicios de observación guiada que faciliten la lectura del color en vestuario, maquillaje y accesorios. La propuesta busca brindar herramientas iniciales para la toma de decisiones conscientes en la construcción de la imagen, promoviendo una mirada crítica y reflexiva sobre el uso del color como lenguaje y como recurso estratégico dentro del campo de la comunicación visual.

Arquitectura de Marca en Moda. Profesionalizar la Imagen y Comunicación de un Negocio Personal
Romina Rovagnati
Martes 14 de julio de 19.00 a 20.30 hs

El presente taller propone un espacio de formación técnica y estratégica diseñado para que cada participante logre la profesionalización integral de su comunicación comercial. Bajo una metodología de clínica de proyectos, el curso se centra en la intervención directa sobre la identidad de los emprendimientos participantes. El objetivo central es brindar las bases para que cada emprendedor comience a estructurar su propio Manual Publicitario, entendido como la hoja de ruta técnica que garantiza la unidad visual y narrativa de la organización. Durante la sesión, se abordará la transición de una comunicación fragmentada hacia un modelo de gestión de marca coherente, optimizando los recursos para sostener un posicionamiento competitivo en el mercado actual.

Moda en Movimiento: El Poder del Storytelling en Fashion Films
Luis Castelli Donnet
Martes 14 de julio de 19.00 a 20.30 hs

Del glamour al guión: la evolución de los fashion films como herramienta narrativa y estratégica en la moda contemporánea. Exploraremos cómo estos cortometrajes han pasado de ser simples vitrinas estéticas a convertirse en vehículos clave de storytelling, branding y conexión emocional con el consumidor

---

Tendencias-DNIM - El universo del Jeanswear y el nuevo consumidor
Alejandro Ogando
Martes 14 de julio de 11.00 a 12.30 hs

Un informe de macro y micro tendencias sobre el rubro jeanswear.

Conceptos iniciales para el dibujo de geometrales
Mariana Pampillon
Martes 14 de julio de 15.00 a 16.30 hs

En la actividad se proporcionarán herramientas y conceptos para iniciar el dibujo de geometrales de indumentaria, donde se enfocará la actividad de medidas, proporciones, simetrías, asimetrías, la importancia de observar la prenda y sus detalles, ubicación de avios, maneras de representar síntesis de elementos, la importancia de las costuras, las diferentes texturas de textiles, los frunces, pliegues. Se propone una actividad a modo de taller donde cada participante deberá concurrir con elementos de dibujo como lápiz, goma, papel, regla y escalimetro (esta herramienta no es excluyente). Se verán puntos importante a la hora de comenzar el dibujo, luego algunos conceptos de manera puntual y la actividad culminará con una práctica de algunos dibujos geometrales.

El vestuario de ficción como comunicador
Carla Desiderio
Martes 14 de julio de 17.00 a 18.30 hs

Introducción al vestuario teatral. Vestuario e indumento como lenguaje no verbal. El diseño del vestuario y su relación con la puesta en escena y el equipo de trabajo. La actividad receptiva del espectador. Cómo se aborda el análisis de texto y de los personajes principales y secundarios, qué rasgos o características se deben tener en cuenta para diseñar el vestuario. Conexión del vestuario con cada una de las áreas que conforman la puesta en escena. Relación del contexto histórico y sociocultural en el cual se desarrolla la historia o el texto y su influencia en la puesta en escena en general, incluyendo la caracterización.

Diseño consciente hoy: sostenibilidad, herramientas digitales y el valor real de crear con compromiso
Mariana Rossi
Martes 14 de julio de 19.00 a 20.30 hs

La industria de la moda atraviesa un momento de profunda

revisión. Reconocida como una de las más contaminantes a nivel global, se enfrenta hoy al desafío de repensar sus procesos, sus tiempos y sus lógicas productivas. En este contexto, el diseño consciente deja de ser una tendencia para convertirse en una necesidad, y el rol del diseñador se amplía: ya no sólo crea productos, sino también decisiones. Esta charla propone reflexionar sobre cómo los conceptos de sostenibilidad pueden integrarse de manera real y accesible en los procesos de diseño y producción, a partir de tres ejes principales: el enfoque de las 10R, el uso de herramientas digitales y la construcción consciente de los costos y precios de los productos. El objetivo de esta propuesta es abrir un espacio de reflexión accesible y crítico, donde estudiantes, docentes y profesionales puedan repensar el diseño de indumentaria desde una mirada integral. Diseñar de manera consciente no implica resignar creatividad ni calidad, sino asumir un compromiso activo con el contexto actual, entendiendo que cada decisión proyectual también es una decisión ambiental, social y económica.

El color en el diseño de moda
María Antonia Díaz Palomino
Miércoles 15 de julio de 13:00 a 14:30 hs

Los colores de acuerdo a la personalidad: el color azul, amarillo, rojo, verde, violeta, anaranjado, acromático blanco, acromático negro. colores sedantes: azul y rosa. Los colores terrosos y naturales. colores estimulantes: amarillo, anaranjado, color rojo. Colores neutros: el color verde, el acromático: blanco. Color de temporada: color verano, color primavera, color otoño, color invierno: los acromáticos: el negro, el blanco. Cómo influye el color según el tipo de tez y tono de cabello clasificación según el color del cabello y la tez: las mujeres se clasifican en: rubias, pelirrojas, morenas. A su vez se clasifican en: rubias: rubias claras y rubias encendidas; pelirroja: pelirroja, pelirroja encendida; morenas: morenas claras; morenas oscuras; castañas de cutis claro, castañas oscuras .Rubias: rubias claras: maquillaje, lápiz labial, rubor; rubia encendida: maquillaje, lápiz labial, rubor. Pelirrojas: pelirroja: maquillaje, lápiz labial, el rubor. Pelirroja encendida: maquillaje, lápiz labial, el rubor. Morenas: maquillaje, lápiz labial, rubor. morenas oscuras: maquillaje, lápiz labial, rubor. Castañas: castañas de cutis claro: maquillaje, lápiz labial, rubor. Castañas oscuras: para las castañas de tez mate: maquillaje, rubor, lápiz labial. Tinturas de cabello: el color de tintura según la piel: piel oscura, piel muy blanca, piel mate con ojos oscuros, piel mate con ojos claros, piel clara con ojos claros, piel clara con ojos oscuros. los marmolados. Las tinturas aconsejadas: castaño cobrizo, dorado salvaje, rubio avellana, castaño rojizo, rubio muy claro, caoba rojiza. el labial según el tono del cabello: cabellos rubios-ojos claros, cabellos rubios-ojos oscuros, cabellos negros-ojos claros, cabellos negros-ojos oscuros, cabellos castaños-ojos claros, cabellos castaños-ojos oscuros. El color según el signo zodiacal. La correspondencia con las piedras. Cómo debemos usar el color.

MÚSICA Y AUDIOVISUAL
(11 actividades)

Revelado de Archivos RAW - Trabajo Fotográfico por Zonas
Facundo Andicoechea
Lunes 13 de julio de 13.00 a 14.30 hs

Este taller se centra en comprender la relevancia del archivo RAW en el flujo de trabajo del fotógrafo profesional, desde su correcto revelado hasta el tratamiento específico por zonas en nuestros archivos. Trazaremos una analogía entre formatos de imagen, explicaremos cómo funcionan las herramientas básicas de Camera RAW y su motor de revelado, y abordaremos técnicas de tratamiento por zonas. El enfoque principal del taller es incorporar un flujo de trabajo que permita maximizar el detalle y beneficio de nuestras fotografías, al mismo tiempo que descubrimos nuestra propia impronta como creadores de imágenes.

La Producción de un Proyecto Audiovisual
Mariana Minsky
Lunes 13 de julio de 13.00 a 14.30 hs

El propósito del taller es aprender los conceptos de toda la Producción Audiovisual, y en especial la etapa de preproducción, que es, la que nace con la concepción de la idea audiovisual hasta la implementación de aquellas herramientas que permitan su realización. Suele ser la fase más larga y compleja de todo el proceso de producción, en donde la toma de decisiones repercute directamente sobre las etapas subsiguientes.

Seminario/taller de escritura para proyectos artísticos
Valeria Sestua
Lunes 13 de julio de 15.00 a 16.30 hs

El objetivo del seminario es fortalecer, hacer crecer, darle nuevas perspectivas, matices, texturas a nuestro proyecto artístico mediante diversos ejercicios de escritura, dar lugar a la escritura dentro y para de la obra.
Cuando trabajamos de modo proyectual es fundamental llevar al menos un diario escrito donde vamos apuntando nuestras expectativas, deseos, avances y frustraciones, lo que sucede mientras creamos. En algunos casos llevamos una investigación y otras, incluso, escribimos textos que podrían ser parte de la obra, con la misma relevancia que las imágenes tienen.

El seminario brindará herramientas para desarrollar y alimentar nuestra obra mediante la escritura. Veremos autores que incluyen la escritura en sus trabajos artísticos y haremos diversos ejercicios para agilizar la pluma.

Grabar una orquesta sin morir en el intento
Leon Useglio
Lunes 13 de julio de 15.00 a 16.30 hs

Este taller invita a un debate sobre las técnicas de grabación de sonido, centradas en el eje de una orquesta sinfónica pero aplicables a un amplio espectro de géneros e instrumentos musicales, y al cuestionamiento de los métodos tradicionalmente aceptados, en favor de acercamientos creativos a los desafíos de una grabación. Se abordarán técnicas de microfoneo, métodos de tomas de decisiones, planificación de la sesión, previsión y solución de conflictos, adaptabilidad a restricciones de tiempo, presupuesto, y espacio; y se ejercitará la creatividad planificando la grabación de tres conciertos, basados en situaciones reales con diferentes desafíos.

Construcción de la identidad profesional desde el autoconocimiento
María Cecilia Barga
Lunes 13 de julio de 15.00 a 16.30 hs

Taller conceptual y vivencial orientado a la exploración de la identidad profesional desde el autoconocimiento y el propósito. A través de ejercicios guiados, los participantes identifican valores, talentos y motivaciones profundas, integrándolos en una mirada coherente sobre quiénes son y qué desean aportar. El encuentro propone reflexionar sobre la construcción de lo profesional en la actualidad y transformar esa introspección en una narrativa clara y comunicable. Como resultado, cada uno desarrolla una base sólida para expresar su identidad profesional con sentido, alineando su forma de presentarse con una dirección significativa y auténtica.

La luz como mensaje: Cómo construir sentido en una imagen
Ernesto Sánchez
Lunes 13 de julio de 17.00 a 18.30 hs

Este taller propone abordar la iluminación no como un recurso técnico, sino como un lenguaje capaz de construir sentido dentro de una imagen. Muchas veces la luz se utiliza de manera automática o funcional, sin detenerse a pensar qué está comunicando. A partir de esta idea, el taller invita a repensar la iluminación como una decisión visual que, junto con el encuadre y otras variables de la toma, define el mensaje de una imagen.

A través de una dinámica práctica en estudio, se trabajará sobre cómo pequeñas decisiones en la luz su dirección, calidad o relación con el encuadre transforman completamente la lectura de una escena. El objetivo no es enseñar a iluminar desde lo técnico, sino entrenar la mirada para comprender cómo la imagen se construye, cómo se comunica y cómo cada decisión visual impacta directamente en lo que la fotografía dice.

Crear experiencias en vivo, Música y shows audiovisuales
Maximiliano Tévez
Lunes 13 de julio de 17.00 a 18.30 hs

Este taller te invita a explorar el rol de la música dentro de los shows audiovisuales, un formato que hoy se consolida como tendencia en experiencias en vivo y proyectos multidisciplinarios. Desde una mirada participativa y basada en experiencias reales dentro de la escena, se abordará cómo la música dialoga con la imagen, la iluminación, las visuales y la puesta en escena para construir experiencias inmersivas inolvidables. A lo largo del encuentro se analizaremos distintos casos y formatos de shows multimedia desarrollados en Argentina, reflexionando sobre los principales lineamientos a tener en cuenta al momento de llevar adelante un proyecto de este tipo: conceptualización, narrativa, trabajo interdisciplinario, sincronización audiovisual, identidad estética y relación con el público. La propuesta busca abrir un espacio de intercambio sobre los desafíos creativos y técnicos que atraviesan hoy las producciones audiovisuales en vivo, compartiendo herramientas y aprendizajes desde la perspectiva del músico y la experiencia en escena.

El sujeto y su tiempo. La máscara y su historia. Entrevista con Maximiliano Vernazza
Martín Gallino
Lunes 13 de julio de 17.00 a 18.30 hs

Durante más de tres décadas, Maximiliano Vernazza retrató a las principales figuras de la cultura, el espectáculo, el deporte y la política argentina. En esta charla-entrevista recorrerá el detrás de escena de esas imágenes icónicas, compartiendo anécdotas, procesos y la mirada que convirtió cada fotografía en mucho más que un retrato.
Su trabajo parte de una premisa fundamental: generar el tiempo y la confianza necesarios para que el personaje olvide la presencia de la cámara y deje aparecer aquello que no puede ser actuado. Así, cada imagen revela una dimensión íntima donde conviven la fama, la vulnerabilidad, el mito y la identidad. Un encuentro para descubrir cómo detrás de cada retrato se esconde una historia que habla no solo de sus protagonistas, sino también de la sociedad que los convierte en íconos.

Narrar lo real: contar historias documentales
Victoria Di Rienzo
Lunes 13 de julio de 19.00 a 20.30 hs

Este taller invita a explorar cómo se construyen las historias basadas en hechos reales dentro del mundo audiovisual. Lejos de pensar al documental como una simple "captura de la realidad", se propone entenderlo como una forma de narración donde cada decisión,qué mostrar, cómo filmar, desde qué mirada, influye en lo que vemos y sentimos. A través del análisis de ejemplos reconocidos como Crónica de un verano y The Act of Killing, se trabajarán conceptos clave como el punto de vista, la ética, la puesta en escena y los límites entre realidad y ficción. El enfoque es accesible y reflexivo, pensado para cualquier persona interesada en el cine, la comunicación o las imágenes en la vida cotidiana. El taller busca desarrollar una mirada crítica frente a los contenidos que consumimos a diario y, al mismo tiempo, abrir un espacio para experimentar con formas propias de contar historias reales en el contexto actual."

Producción musical en la era de la IA: nuevas herramientas, nuevas reglas
Gonzalo Ilutovich
Lunes 13 de julio de 19.00 a 20.30 hs

La ponencia presenta la materia "IA y tecnologías emergentes para la producción musical", una propuesta académica que aborda el impacto de la inteligencia artificial en los procesos de creación, producción y circulación musical. En un contexto de transformación acelerada, donde surgen nuevas herramientas y dinámicas de trabajo, la materia propone repensar el rol del productor musical desde una perspectiva crítica y experimental. A través de casos, prácticas y herramientas actuales, se exploran nuevos flujos de trabajo que combinan creatividad humana y sistemas algorítmicos, configurando un escenario donde no solo cambian las herramientas, sino también las reglas del hacer musical.

La fotografía como punto de quiebre. Mirada y memoria sobre la guerra de Malvinas. Entrevista a Rafael Wollmann
Martín Gallino
Lunes 13 de julio de 19.00 a 20.30 hs

Rafael Wollmann estuvo como reportero gráfico en Malvinas desde el 23 de marzo de 1982. Cubrió el desembarco argentino el 2 de abril, la rendición de los ingleses y el izamiento de la bandera en Casa del Gobernador. Luego regresó 3 veces más durante 40 años retratando los cambios en las islas a través del tiempo.

NEGOCIOS Y EMPRENDEDORISMO
(7 actividades)

Como LEAN STARTUP puede cambiar el resultado de tu negocio
Gustavo Nieszawski
Lunes 13 de julio de 13.00 a 14.30 hs

Voy a hablar sobre el concepto de Lean Startup y como creo que Lean Startup lo va a cambiar absolutamente todo. Bueno, primero vamos a hablar un poco qué es Lean Startup. Lean Startup no deja de ser otra cosa que el método científico de validación de cualquier proyecto, o aquel emprendimiento que quiere sacar innovación al mercado. Yo tengo una idea en la cabeza. En el fondo esta idea la voy a formular como una hipótesis. Una hipótesis a la cual yo creo que mi cliente tiene un problema X, o que yo con una solución Y, le voy a resolver ese problema. Todo esto lo formulO como un científico, y vamos a hacer un experimento para ir al mercado y que este experimento de alguna manera o de otra me ayude a encontrar hechos que me demuestren que es verdad, se valida la hipótesis o no.

Radiografía Financiera
María Florencia Aragone
Jueves 16 de julio de 11.00 a 12.30 hs

El objetivo de la clase es tomar consciencia y comprender qué está pasando realmente en tu negocio, para pasar del desorden a la claridad. Vamos a ver un paso a paso para poner orden a las finanzas de tu emprendimiento y que puedas tener dirección para construir un negocio sostenible y rentable. ¿A cuántos de ustedes les gustaría dejar de improvisar con sus números y empezar a tener control real sobre su negocio? ¿A cuántos de ustedes les gustaría identificar qué está frenando sus resultados y por qué, aunque trabajan mucho, no ven el crecimiento que esperan? Ahora imaginate un 2026 donde entendés tu negocio, tomás decisiones con seguridad y tu facturación es el resultado de tener una estrategia clara. De eso se trata este entrenamiento.

Las finanzas, su administración y particularidades
Gastón Gabay
Miércoles 15 de julio de 15.00 a 16.30 hs

En este taller presentaré una metodología para entender y mejorar la gestión de las finanzas. Trataré de transmitir respecto de la toma de decisiones, el proceso que contempla una serie de acciones para determinar una buena inversión o financiamiento. Partiendo de una información accesible y volcándola a una planificación y un presupuesto que contemple un hori-

zonte temporal lógico con escenarios posibles. Y contemplaré diferentes grados de aversión al riesgo, como así también instrumentos que sean adecuados al conocimiento del auditorio.

Inteligencia artificial en la creación artística. ¿Cuál es el límite?
Verónica Alegre
Jueves 16 de julio de 19.00 a 20.30 hs

Este seminario explora el papel de la inteligencia artificial en la creación artística contemporánea, interrogando sus alcances y límites éticos, legales y estéticos. Analizaremos cómo los modelos generativos producen imágenes, música y texto, y qué implica la autoría cuando humanos y algoritmos co-crean. Se debatirán derechos de autor, sesgos de datos, originalidad y el valor del trabajo creativo. También abordaremos el impacto en industrias culturales y en la formación de artistas. Analizaremos cuándo la IA potencia la expresión y cuándo amenaza la integridad artística y fomentando una mirada crítica, informada y responsable.

ChatBot y diversidades
Juan Pablo Osorio
Viernes 17 de julio de 15.00 a 16.30 hs

Este taller propone explorar cómo los chatbots se encuentran con la diversidad social, cultural y lingüística. A partir de la pregunta ¿quién puede hablar con un chatbot?, analizaremos situaciones de interacción para identificar qué formas de lenguaje son comprendidas, cuáles generan fricción y cuáles quedan fuera. Nos interesa pensar a los chatbots como herramientas y como dispositivos que modelan el lenguaje y condicionan cómo hablamos. El objetivo es habilitar una mirada crítica sobre la relación entre lenguaje, diversidad y tecnologías conversacionales.

El ABC de la Consultoría en Diseño
María Alejandra Cristofani
Martes 14 de julio de 13.00 a 14.30 hs

En este taller exploraremos las bases fundamentales para iniciarse en el mundo de la consultoría en diseño, comprendiendo cómo transformar la creatividad en propuestas de valor estratégicas para organizaciones, emprendimientos y marcas. A partir de herramientas prácticas, casos reales y dinámicas participativas, trabajaremos el rol del consultor, la detección de problemas y oportunidades, la construcción de diagnósticos y la generación de soluciones innovadoras. El ABC de la Consultoría en Diseño propone una mirada integral que combina pensamiento creativo, análisis y gestión, brindando recursos concretos para potenciar proyectos y desarrollar una práctica profesional con impacto en contextos cambiantes y altamente competitivos.

Estrategias impositivas para emprendimientos
Karina Riesgo
Lunes 13 de julio de 17.00 a 18.30 hs

¿Por qué es importante comprender los aspectos impositivos que impactan en un emprendimiento o en el ejercicio profesional? En esta capacitación se abordarán los aspectos del sistema tributario que influyen en la actividad desarrollada, brindando herramientas prácticas para su correcta comprensión y gestión. Al finalizar, los participantes podrán responder: ¿Qué conceptos administrativos e impositivos debo considerar para gestionar exitosamente mi emprendimiento o actividad profesional? ¿Qué obligaciones fiscales debo cumplir para evitar inconvenientes ante posibles fiscalizaciones de ARCA y/o organismos provinciales de recaudación? ¿Es posible exportar servicios? ¿Cuál es su tratamiento impositivo? Asimismo adquirirán conocimientos que les permitirán tomar decisiones más eficientes y reducir riesgos asociados al incumplimiento de las obligaciones fiscales. Dirigido a: Emprendedores y Profesionales que tengan un proyecto en marcha o se desempeñen en una actividad profesional independiente. Contenido. Introducción a conocimientos básicos administrativos, impositivos para la gestión de proyectos.

PUBLICIDAD Y CREATIVIDAD
(11 actividades)

Ciclo de Vida de Producto y su relación con las etapas publicitarias
Carolina M. Velez Rodriguez
Miércoles 15 de julio de 17.00 a 18.30 hs

Se quedó 20 minutos esperando público, pero no llegó nadie Este taller propone analizar las distintas etapas del ciclo de vida de un producto y comprender cómo evolucionan las estrategias de comunicación y publicidad en cada una de ellas. Se abordarán las características de las fases de lanzamiento, crecimiento, madurez y declive, identificando objetivos, mensajes y acciones específicas para cada momento. A través del análisis de campañas y casos reales, se explorarán herramientas para diseñar estrategias publicitarias más efectivas y alineadas con la evolución de productos y marcas.

Publicidad en Redes Sociales, análisis y métricas
Eugenia Alvarez del Valle
Miércoles 15 de julio de 19.00 a 20.30 hs

Publicidad en Redes Sociales, análisis y métricas. Capacitación orientada a comprender cómo utilizar las redes sociales como una herramienta estratégica para el posicionamiento profesional y la generación de oportunidades de negocio. Se abordarán criterios clave para la planificación de campañas publicitarias en plataformas digitales, junto con una introducción práctica al análisis de métricas como alcance, interacción y conversión. El enfoque estará puesto en brindar herramientas concretas y aplicables, que permitan optimizar la comunicación, mejorar la toma de decisiones y potenciar resultados en entornos digitales.

Diseñar campañas con impacto social: de la idea a la acción
Jaqueline Puyó
Miércoles 15 de julio de 17.00 a 18.30 hs

Este taller propone una aproximación proyectual al diseño de campañas de comunicación con impacto social, articulando herramientas estratégicas de las relaciones públicas con una mirada crítica sobre los discursos contemporáneos. A lo largo del encuentro, se abordarán los principales componentes para la construcción de una campaña efectiva: identificación de problemáticas sociales relevantes, definición de públicos, desarrollo de mensajes clave, conceptualización creativa y selección de canales de comunicación.

Hablar con impacto: Tu voz como herramienta de poder
Daniela Guerrero
Miércoles 15 de julio de 17.00 a 18.30 hs

Potencia tus habilidades de comunicación para liderar presentaciones con confianza y eficacia. Con un enfoque práctico y personalizado, este taller te brindará las herramientas clave de oratoria, storytelling y expresión corporal para hablar en público y generar un impacto real.

Liderazgo Resonante
Constanza Lazazzera
Martes 14 de julio de 17.00 a 18.30 hs

Todos somos líderes. Volvelo a leer. Todos somos líderes. La capacitación en Liderazgo Resonante apunta a profundizar en herramientas y recursos de gestión de vínculos personales y profesionales a mediano y largo plazo. Un líder es quien logra conectar con las emociones del grupo –definido como una suma de personas que trabajan aisladamente- para generar un clima de confianza y seguir construyendo en equipo –una suma de personas que pueden desarrollar una visión conjunta. Se profundiza en el lenguaje como herramienta fundamental que construye nuevas realidades cotidianas: pasar de una comunicación reactiva a una asertiva permite que el líder valide los sentimientos de sus compañeros, facilitando que el equipo se mantenga unido. Con el concepto de clínica intensiva, se realizan ejercicios para poder ofrecer feedback y feedforward, como herramientas de crecimiento y de autorregulación en sus propios entornos. Mientras que el feedback analiza el desempeño pasado para corregir errores, el feedforward se enfoca en las posibilidades futuras y en dar sugerencias constructivas para los próximos desafíos. Al practicar ambos, los estudiantes aprenden que liderar implica escuchar activamente y orientar el talento ajeno hacia metas comunes.

El ceremonial en la administración pública
Cristina Amalia Lopez
Miércoles 15 de julio de 11.00 a 12.30 hs

Analizamos la importancia del ceremonial en los actos oficiales de estado e institucionales, cívicos, académicos, castrenses, eclesiásticos, la comunicación del estilismo, los símbolos y el protocolo en la forma de recibir a una autoridad, heráldica y vexilología, pronunciar un discurso: las precedencias en una ceremonia pública que reflejan la capacidad de la persona de integrar normas, valores y conciencia ética en su accionar. Abordaremos situaciones clave como asunción de mando, juramentaciones, agenda presidencial, diplomacia, seguridad y honores, la correcta recepción de autoridades, la oratoria y la conducta en la integración de normas, valores y ética profesional.

Potencia tu Perfil. Taller de Habilidades Blandas & Entrevista Laboral
Verónica Sotto
Miércoles 15 de julio de 19.00 a 20.30 hs

Taller de habilidades blandas para perfeccionar competencias. Durante el encuentro los participantes exploran la importancia de la comunicación asertiva, el liderazgo colaborativo y la inteligencia emocional. Al fortalecer la capacidad de escucha y la resolución de conflictos, los profesionales no solo mejoran el clima organizacional, sino que también proyectan una imagen de mayor seguridad y adaptabilidad ante los desafíos constantes del mercado. También abordaremos como prepararse para realizar entrevistas laborales, este módulo se enfoca en técnicas de expresión corporal, el manejo de preguntas críticas y la estructura de respuestas mediante metodologías como el

modelo STAR (Situación, Tarea, Acción y Resultado). Al alinear las fortalezas personales con las necesidades de la empresa, el candidato logra destacar su valor diferencial, asegurando que su primera impresión sea coherente, profesional y memorable.

Del propósito al clic: Cómo construir y medir el ecosistema digital
María Jimena González
Viernes 17 de julio de 15.00 a 16.30 hs

Un recorrido estratégico sobre cómo conectar la identidad y el propósito de una marca con sus activos digitales. Analizaremos el rol de cada plataforma, la importancia del sitio web como núcleo omnicanal y cómo medir el impacto real en el negocio sin perdernos en métricas de vanidad.

"Como te ven te tratan" herramientas de comunicación, imagen y etiqueta
Valeria Lagna Fietta
Martes 14 de julio de 19.00 a 20.30 hs

Toda interacción comunica, queramos o no. Este taller propone una mirada integrada sobre los tres pilares que configuran la percepción que los demás construyen de nosotros: la comunicación verbal y no verbal, la imagen personal y profesional, y el protocolo como código de conducta social y corporativo. Desde una perspectiva práctica y crítica, los participantes podrán explorar cómo gestionar de manera consciente la impresión que generan en distintos contextos haciendo foco en su identidad. Les proponemos diseñar su imagen con intención.

Brands as Media Companies: Estrategias de Marketing y Comunicación en la era de la comunidad
Diego José De Rose
Miércoles 15 de julio de 13.00 a 14.30 hs

El futuro de la comunicación y el marketing pertenece a quienes saben crear comunidad. En esta charla vamos a descubrir cómo las marcas más innovadoras están transformando su estrategia, su estructura y sus equipos para convertirse en verdaderos canales de medios y entretenimiento. Fábricas de contenido. A través de ejemplos y casos de uso, exploraremos cómo resolver el desafío de captar la atención y conectar de forma real en la era digital. Veremos cómo la planificación estratégica, el rol crucial de los in-house influencers y la producción a escala y sostenible de un ecosistema audiovisual basado en tres formatos: la autenticidad del Live Streaming, la autoridad conceptual del video largo (VOD) y la fuerza de atracción del video corto vertical; son los elementos clave para humanizar las marcas y construir comunidades verdaderamente activas, apasionadas y leales.

Comercialización Creativa: Cómo vender diseño (y construir marca) usando la sociología y el teatro
Abril Sueiro Franco
Miércoles 15 de julio de 13.00 a 14.30 hs

Taller hiper práctico e interactivo diseñado para que los creativos pierdan el miedo a vender. Cruzando el marketing con las ciencias sociales y el arte dramático, la propuesta es que los asistentes utilicen la sociología para entender a su público y técnicas de dramaturgia e improvisación teatral para construir la identidad, el tono de voz y el storytelling de sus marcas.

CLÍNICAS
(6 actividades)

IA y Patrimonio
Carla Ferrari
Martes 14 de julio 11.00 a 12.30 hs

Esta clínica propone explorar el potencial de la Inteligencia Artificial aplicada al estudio, interpretación y resignificación del patrimonio como fuente de inspiración para proyectos de diseño. A partir del análisis de casos y herramientas contemporáneas, se abordarán metodologías para investigar referencias históricas, recuperar archivos visuales, reconstruir piezas, espacios y estilos de distintas épocas, y transformarlos en insumos para el desarrollo creativo. Exploraremos cómo estas tecnologías pueden asistir en la generación de conceptos, la construcción de universos estéticos y la elaboración de propuestas innovadoras con identidad cultural. Asimismo, se reflexionará sobre los desafíos que plantea el uso de estas herramientas en los procesos de diseño contemporáneo: la autenticidad, la apropiación cultural, la preservación de la memoria material y la relación entre tecnología, patrimonio y creatividad.

Inteligencia Artificial, derecho de autor, usos, investigación y plagio
Marcelo Otero
Miércoles 15 de julio de 11.00 a 13.30

Esta clínica propone analizar los desafíos legales, éticos y profesionales que plantea el uso de la inteligencia artificial generativa en las industrias creativas. A partir de ejemplos aplicados al diseño, la ilustración, la fotografía y la comunicación visual, se abordarán conceptos fundamentales sobre derecho de autor, propiedad intelectual y el impacto de las nuevas tecnologías en los procesos de creación e investigación. Durante el encuentro se explorará cómo se entrenan los modelos de inteligencia artificial, qué implicancias tiene el uso de obras preexistentes para la generación de contenidos y cuáles son los límites entre inspi-

ración, referencia, apropiación y plagio. También se analizarán las posibilidades y restricciones para registrar obras creadas con asistencia de IA, así como los riesgos y oportunidades que estas herramientas presentan para profesionales, empresas y marcas. Una propuesta orientada a comprender el marco actual de la IA y desarrollar una mirada crítica sobre su aplicación en los procesos creativos.

Diseñar en tiempos de inteligencia artificial
Lucas Tonet
Jueves 16 de julio de 11.00 a 13.30

La inteligencia artificial ya no es una promesa futurista: es parte del presente del diseño visual. Herramientas que generan imágenes, redactan textos y hasta proponen identidades visuales nos obligan a repensar el lugar del diseñador en la comunicación visual y en la producción de contenidos. ¿Qué pasa con la creatividad cuando una máquina también puede "crear"? ¿Y con la autoría, la ética y el oficio? Esta charla propone abrir el juego: explorar cómo la IA influye en nuestra práctica diaria, cómo puede potenciar (y no reemplazar) al diseñador, y qué desafíos se presentan en contextos como redes sociales, branding o diseño editorial. Porque más que competir con las máquinas, quizás sea momento de rediseñar nuestro rol.

De Creativo a Líder de Proyectos: Cómo convertir ideas en resultados
Angelica Ordoñez
Jueves 16 de julio de 15.00 a 16.30

El talento creativo ya no es suficiente. En un mercado donde las ideas abundan, la verdadera diferencia la hacen quienes saben transformar conceptos en resultados, coordinar equipos, gestionar recursos y liderar proyectos con impacto. En esta charla descubrirás cómo funciona la gestión de proyectos en las industrias creativas, cuáles son los errores que hacen fracasar grandes ideas y qué herramientas, metodologías y habilidades utilizan los profesionales que lideran campañas, productos y experiencias exitosas.

Creatividad a un clic: técnicas de ilustración para entornos digitales
Dolores Sánchez
Miércoles 15 de julio de 13.00 a 14.30 hs

Esta clínica propone explorar herramientas y técnicas de ilustración digital aplicadas a la comunicación en redes sociales. A través de ejemplos prácticos, se trabajará sobre composición, color y construcción de piezas visuales atractivas utilizando plataformas como Illustrator, Procreate y Canva. Además, se abordarán estrategias para generar contenido visual con identidad y potenciar la presencia de marcas, emprendimientos y proyectos en entornos digitales. Un espacio para experimentar, recibir retroalimentación y desarrollar recursos creativos con aplicación inmediata.

Relatos que construyen marcas que dan servicios de hotelería y turismo
Patricia Relats
Jueves 16 de julio de 13.00 a 14.30 hs

EXPOSITORES

XXI ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE DISEÑO 2026

A

Aarón Mariscal > pp 23, 43
Abril Sueiro Franco > p 79
Ada Fernández > pp 22, 42
Agata Torres > p 29
Agustina Dragani > p 15
Alba García Milon > p 45
Alejandra Manig Íñiguez > p 25
Alejandra Maria Perez Montoya > p 62
Alejandro Ogando > p 73
Alessandro Felippe > pp 8, 30
Alessandro Nazaré Ramos Ramirez > p 50
Alexis Toggel > p 67
Alicia Vera > p 38
Allison Denisse Manzano Sauza > p 34
Amanda Primon > p 62
Ana Antunes > p 61
Ana Beatriz Pereira de Andrade > p 35
Ana Carla Costa da Silva > p 49
Ana Clara Reinhadt > p 60
Ana Lorena Villar > p 11
Ana Sofia Morales Quijano > pp 14, 32
Ana Victoria Alcantara Iturbe > p 46
Ander Hakuo Kimoto de Almeida > p 37
Andrea Caterin Gómez Rico > p 33
Andrea Catropa da Sila > p 63
Andrea Concepción Martha Pol > p 57
Andrés Felipe Ramírez Arango > p 28
Andrés Mauricio Murillo Rodríguez > p 62
Andrés Parallada > p 47
Andres Rodriguez > p 55
Angel Arias Camacho > p 26
Angelica Ordoñez > p 80
Angie Carolina Lopez Moreno > p 10
Angie Chacón > p 9
Angie Lorena Ramirez Contreras > p 33
Angie Valeria Ortega > p 56
Antonella Barahona > p 41
Ashley Sanjuan > pp 23, 43
Astrid Aguagallo > p 64

B . C

Bayron Samuel Marín Ortiz > p 50
Beatriz Fortes > p 52
Betânia Oliveira > p 61
Blanca Ugalde > p 46
Boris Morales > p 47
Brenda Molina Terrazas > p 17
Camila Nemi Yáñez > p 70
Camilo Rivera > p 65
Carina Silveira > p 19
Carla Desiderio > p 73
Carla Ferrari > p 79
Carla Orozco Espinosa > p 20
Carlos Andrés Mesias Paz > p
Carlos Eduardo Londoño Viveros > pp 13, 31
Carlos Mendivil > p 25
Carlos Roberth Quiroz Castrejón > p 6
Caro Vega > p 67
Carol Samantha Pedraza Ramos > p 33
Carolina M. Velez Rodriguez > p 77
Carolina Prado > p 47
Cecilia Mesa > p 59
Cesar Giovanny Delgado Banegas > p 21
Charles Bicalho > p 8
Christian Duarte > p 70
Cinthya Virginia Soto Hidalgo > pp 14, 32, 45
Claritza Arlenet Peña Zerpa > p 28
Claudio Samuel A. Sanchez Echenique > p 26
Constanza Lazazzera > p 78
Cristina Amalia Lopez > pp 9, 38, 78
Cristina Olarte Pascual > p 45
Cynthia Ijelman > p 72

D

Daniel Alfredo Vargas Arana > p 22
Daniel Sanchez Mateos > p 41
Daniela Barra > p 61
Daniela Fernanda Hueso Garzón > p 35
Daniela Guerrero > p 78
Daniela Sarahí Perezchica Márquez > p 45
Daniela Tejada Vargas > p 18
Daniela Tobar Abarca > pp 24, 43
David Bermúdez Taborda > pp 27, 64
David Feria > pp 13, 31
David Villa > pp 24, 44
Dayra Marcela Hidalgo Paz > pp 21, 33
Dessire Allinson Alcedo Sanz > pp 14, 32
Diana Alejandra Urdinola Serna > p 28
Diana Claudia Muñoz Muñoz > p 56
Diana Ereya Lugo Ondarza > pp 14, 32
Diana Kim > p 62
Diana Paola Angarita Niño > p 55
Diana Yisela Cabrera Lozada > pp 13, 31
Diego José De Rose > p 79
Diego Pozzi > p 67
Dolores Sánchez > p 80

E . F

Edison Augusto Yaya Contreras > p 34
Edna Julieth Sánchez Fonseca > p 60
Eliana Zapata Ruiz > pp 48, 56, 60
Elizabeth Alexandra Morales > p 10
Ema Belén Galassi Alfonso > p 71
Erick Montoya > p 37
Erika Solange Imbett Vargas > p 48
Ernesto Gougain García > p 25
Ernesto Sánchez > p 75
Esmeralda Itzel Alvarez Contreras > p 63
Esteban Adrián Pérez > p 51
Estefanía Ocampo Montoya > p 56
Eugenia Alvarez del Valle > p 78
Eugenia Correa > p 25
Eugenia Martinez Barbazza > pp 8, 30
Evellyn Rodrigues Alves Ameida > p 52
Evi Dukaba Divaly Martínez Flórez > p 28
Ezequiel Damian Iandritsky > p 6
Fabián Carreras > p 69
Fabiana Pinho > pp 14, 32
Facundo Andicoechea > p 74
Federico Del Giorgio Solfa > p 28
Felipe Torres Benoni > p 28
Fernanda Apesteguia > p 70
Fernando Mazzetti > p 22
Flavia Schwartz Maranho Ponce de Leon > pp 49, 52
Florencia Agra > p 69
Florencia Aquino > pp 7, 29
Florencia Navarro > p 70
Florencia Sala > p 72
Francisco Fernando Gallego Escobar > pp 23, 43
Francisco Franco Saldaña > p 9
Francisco Gallego Escobar > p 15
Francisco López Urquieta > p 59
Freskmann Danilo Silva Marin > pp 35, 41

G

Gabriel Bergmann Borges Vieira > p 7, 27, 29, 30, 35, 49
Gabriela Vilanova > p 29
Gastón Gabay > p 76
German Alonso Arturo Insuasty > p 58
Gilda N. González > pp 21, 66
Gina Patricia Cleves Suaza > p 35
Gino Omir Antonio Curiel Rondini > p 64
Giorgina Pirrotta > p 18
Gisela Costa Pinheiro Monteiro > p 49
Gisela Monteiro > p 51
Giulia Albuquerque > p 61
Gloria Alejandra Cardenas Otalora > p 56
Gonzalo Del Aguila Bedia > p 15
Gonzalo Ilutovich > p 76
Graciela Padilla Castillo > p 45
Gustavo Nieszawski > p 76
Gustavo Trevelino Duarte > p 37

H . I . J

Helios José Roberto Valencia Ortega > pp 15, 33
Hernando Arbey Robles Puentes > p 41
Hugo Santarsiero > p 71
Iara Sousa Castro > p 52
Iran Das Merces > p
Iran Das Merces > pp 13, 31
Iris Cantillo > p 55
Isaac Eduardo Herazo Mercado > pp 23, 43
Jaime Vallejo > p 58
Jairo Madrigal Argáez > pp 27, 64
Jaqueline Puyó > p 78
Javier Alejandro Santana Martinez > p 25
Javier Libreiro > p 50
Javier Yamid Palencia Hernandez > p 60
Jean Acosta > p 67
Jenny Alejandra Angel Arias > p 38
Jennyfer Alejandra Castellanos Navarrete > p 58
Jesús Jared Luna Rojas > p 34
Jesús Jimenez > p 36
Jeuel Trad > p 69
Jhon Alexander Pulido Achagua > p 58
Jhos Neyder Martinez > p 56
Jimena Michelle Gordillo Pinto > p 11
João Dalla Rosa Júnior > p 49
Joedy Luciana Barros Marins Bamonte > p 52
Johana Milagros Villon Cristobal > p 45
Jonnathan Vicuña > p 37
Joohn Raul Oblitas Carreño > pp 14, 32
Jorge González Meneses > p 52
Jorge Miguel Jaramillo Vélez > p 60
Jorge Montalbán Blanco > p 26
Jorge Tabajara > pp 7. 29
Jose Augusto Alves Frazao > p 37
Josefina Lara > p 72
Joseph Nuñez > p 18
Josue Custodio Neves Dos Santos > p 51
Juan Daniel Ayala Moreno > p 55
Juan David Henao Santa > p 16
Juan Esteban Gómez > p 20
Juan Guillermo Rojas Lopera > p 59
Juan Ignacio Breccia > p 68
Juan José Salas Mayta > p 11

EXPOSITORES

XXI ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE DISEÑO 2026

J . K

Juan José Tirado > p 6
Juan López > p 9
Juan Marcos Ortiz > p 66
Juan Pablo de La Reza > p 27
Juan Pablo Jaramillo Salazar > pp 23, 43
Juan Pablo Osorio > p 77
Juan Pablo Parra Arcila > p 65
Juan Pablo Ríos > p 39
Juliana Sancci Koenigsder > p 65
Julieta Crivisqui > p 58
Julieta Selem > p 71
Julio Colbeich > p 27
Karen Cámera > p 56
Karen Daian Pinilla Martínez > p 56
Karina de los Angeles Podetti > p 62
Karina Riesgo > p 77
Karol Moreira > p 64
Klever López > p 11

L

Ladislao Zorrilla > p 51
Lalo Lopez > p 47
Laura Hurtado Gómez > p 36
Laura Idarraga Pérez > p 34
Laura Krug Busanello > p 38
Laura María Trejos > pp 24, 44
Laura Vaillard > p 46
Laura Valentina Herrera Guisao > p 33
Laura Valoppi > p 71
Leidy Juliet Artunduaga Gómez > pp 13, 31
Leon Useglio > p 75
Libertad Árcega Camacho > p 55
Ligia Viana > p 63
Liliana Grisel Yépez > p 11
Lina Gabriela Joya Peña > pp 23, 43
Lina Mar Zapata Pérez > pp 6, 25
Lina Maria Vanegas Ochoa > p 63
Lorena Andrea Pérez Hernández > p 35
Lucas Perona > p 10
Lucas Tonet > pp 70, 80
Lucila Ines Abdala > p 71
Luis Castelli Donnet > p 73
Luis Elizondo Orellana > p 52
Luis F. Rodríguez Camacho > p 17
Luis Sebastián Rossi > pp 8, 30
Luiza Grazziotin Selau > p 49
Luiza Selau > p 49

M

Macarena Gaitan > p 72
Mar Debora > p 52
Marcelle Lefineau > p 59
Marcelo Henrique > p 19
Marcelo Otero > p 79
Marcos Aldair Rentería Mena > pp 14, 32
María Alejandra Cristofani > p 77
María Antonia Díaz Palomino > p 74
María Belén Piñeiro > p 68
Maria Camila Osorio Colmenares > p 41
María Cecilia Barga > p 75
María del Pilar Castro Fragoso > p 58
María Fernanda Rojas > p 57
María Florencia Aragone > p 76
María Jimena González > p 79
María José Dubois > pp 21, 66
María Juliana Zapata Velasco > pp 23, 43
María Oviedo Becilla > p 26
Maria Patricia Lopera Calle > p 58
Maria Pía Coppede Novelli > pp 20, 35
María Victoria Diaz > p 57
Mariana Agudelo Martínez > pp 6, 25
Mariana Minsky > p 74
Mariana Pampillon > p 73
Mariana Rossi > p 73
Mariano Cicowiez > pp 13, 31
Mariano Gómez Blanco > p 68
Mariela Acorinti > p 70
Mariela Celina Secchi > p 57
Marisleidy Alba Cabañas > pp 8, 30
Marisol Delgaudio > p 35
Marizilda dos Santos Menezes > p 37
Martha Gutierrez Miranda > pp 23, 25, 42
Martha Patricia Alcaraz Flores > p 44
Martha Silvia Torres Hidalgo > pp 33, 15
Martha Yazmin Briones Acosta > p 44
Martín Gallino > pp 75, 76
Martín Valenzuela > pp 24, 44
Mary Yaneth Rodríguez Villamizar > p 6
Massiel Adriana Mossos Jiménez > p 47
Matías Millet > p 69
Maximiliano Tévez > p 75
Mel Cabrera > p 41
Melina Rapimán > p 7
Mercedes Moscoso Pozo > p 26
Mercedes Saravia > p 68
Micaela Cichello > p 35
Miguel Nigro > p 38

M . N

Miguel Túñez > p 10
Mikaela de la Cruz > p 64
Milagros Pierini > p 66
Milena Mariana López > p 68
Milton Cinelli > p 61
Mixzaida Yelitza Peña Zerpa > p 28
Monique Dandara > pp 8, 30
Natalia Ayumi da Silva Nomura > p 37
Nazareth Aliss Chuquimia Amusquivar > p 19
Nicolás Ramírez Vega > p 54
Nicolás Restrepo Henao > pp 23, 43
Nikoll Dayan Rodriguez Afanador > p 34
Nuria Pelegrín Alonso > p 45

O . P

Olga Patricia Melo Barbosa > p 58
Oriana Gomez > p 19
Óscar Darío Villota > p 18
Oswaldo Alberto Madrid Moreno > p 25
Pablo D. Slelatt Cohen > p 69
Pablo Francisco Hernandez Lugo > p 41
Pancho González > p 25
Paola Fernanda Jaramillo Bastidas > p 22
Paolo Bergomi > p 9
Patricia Liliana Vega > p 10
Patricia Relats > p 80
Paula Andrea Correa Montaño > pp 23, 43
Paula Castillo > p 9
Paula Salvado > p 70
Praxedes Aristizabal > pp 13, 31
Priscila Isabela Genovez > p 35

R

Rafael Ángel-Bravo > pp 38, 58, 61, 63
Rafael Wollmann > p 76
Renzo Guerra > pp 8, 30
Robert Hirschler > pp 49, 51
Robinson Salazar > p 20
Rodolfo Andres Villarreal Pazos > pp 13, 31, 35, 41
Rodrigo Fernandes Pissetti > pp 49, 52
Rodrigo Huertas Cornejo > p 45
Rodrigo Iver Romero Frias > pp 8, 30
Roger Ronquillo > p 9
Rogério Massensini > p 50
Romina Rovagnati > p 73
Ronald Gonzalo Espitia Sánchez > p 28

S

Samuel Argote Dominguez > p 11
Santiago Bustelo > p 67
Santiago Fagnoni > p 15
Santiago Villamarin > p 26
Sara Valentina Tobón Cruz > p 56
Sarah Sofia Torres Ramos > p 41
Saúl Perdomo Cristancho > p 58
Saúl Robles López > p 34
Sebas Romero > p 48
Sebastián Molina > pp 66, 67
Sergio Guzmán > p 54
Sofía Chaves > p 64
Sofía Mañozca Hernández > p 45
Sofía Miranda > pp 8, 30
Solangie Caicedo > p 64
Stefania León Bedoya > p 56
Stephanie Induni > p 73

T . U . V

Tatiana Rigos > p 47
Tomás Cuevas > p 41
Tomás Pertusio > p 67
Valentina Marín Bedoya 6
Valentina Mendoza Rozo > pp 23, 43
Valeria Lagna Fietta > p 79
Valeria Sanmartin > p 46
Valeria Sestua > p 74
Verónica Alegre > p 77
Verónica Altamirano > p 10
Verónica Gamboa Canales > pp 22, 42
Verónica Sotto > p 78
Víctor Hugo Sánchez Castillo > p 34
Victoria Amatore > p 19
Victoria Di Rienzo > p 76
Victoria Díaz > p 21
Victoria Soto > p 41
Vladimir Draguicevic Muñoz > p 21

W . X . Y . Z

Wendy Goez > pp 23, 43
Weslei Clem de Menezes Clem > p 49
Yamid Rodríguez Baquero > p 60
Yelitza Guerra Montoya > pp 6, 25
Yenny Luján > p 50
Yesyca Lopez > p 36
Yolima Sánchez Royo > p 29
Yubar Portilla Benítez > pp 21, 33



Facultad de Diseño
y Comunicación