

tenimiento procura mantenerse alejado. Un ejemplo de esto son los animadores estadounidenses Brian Tessler y Jon Baken, que componen el dúo *Cool 3D World*. Sus obras pueden verse en su canal de Youtube. Cualquiera de sus animaciones sirve como modelo de una pieza artística producida en *El Valle Inquietante*. Las obras de este grupo tienen un fuerte tono surrealista, y hacen un doble uso de la mimesis, tanto por su uso poético divergente de la realidad como por la producción realista de la imagen (textura, espacialidad, anatomía, movimiento, gesto, etc.). Para enfatizar el componente inquietante de sus obras, es común que el clima y la gestualidad de los caracteres se muestren con pretensiones placenteras, a pesar de estar la obra creada a propósito en *El Valle Inquietante*. A partir de estas reflexiones podríamos concluir con que el avance tecnológico actual permite resignificar y reinterpretar la mimesis expresada en la *Poética* para el mundo de las imágenes tras mantenerse milenios sin ser cuestionado. A pesar de esto, aunque intentemos cuestionarlo, lo escrito por Aristóteles sigue siendo válido como concepto, porque la mimesis continúa teniendo una función utilitaria para ayudarnos a comprender la creatividad humana como una ventana a su más profunda naturaleza.

---

**Abstract:** Computer animation and AI-generated images are now part of everyday life. We see them on social media, news websites, and streaming platforms. New 3D animated movies and shows are constantly being released, video games are more popular than ever, and AI image generators are becoming increasingly accessible to everyone. Often, we can no longer tell what image is fake and what is real.

But have you ever come across one of those images that, even though they seem perfect, make you feel a bit uneasy or even scared? That sometimes happens with AI-generated images: they look very realistic, but feel like something out of a nightmare. Why does this happen? According to researchers, these hyper-realistic images that provoke discomfort fall into what's called the "uncanny valley."

**Keywords:** Animation – Artificial Intelligence – Film – Technology – Uncanny Valley

**Resumo:** A animação por computador e as imagens geradas por inteligência artificial já fazem parte do nosso dia a dia. Estão presentes nas redes sociais, em portais de notícias e nas plataformas de streaming. Toda hora são lançados filmes e programas animados em 3D, os videogames nunca estiveram tão populares e as inteligências artificiais que criam imagens estão cada vez mais acessíveis para qualquer pessoa. Muitas vezes já não conseguimos distinguir o que é uma imagem falsa e o que é real.

Mas você já se deparou com alguma daquelas imagens que, mesmo parecendo perfeitas, causam um certo medo ou desconforto? Isso às vezes acontece com imagens feitas por IA: são muito realistas, mas parecem ter saído de um pesadelo. Por que isso acontece? Segundo estudiosos do tema, essas imagens realistas que geram repulsa entram na chamada "zona do vale da estranheza".

**Palavras chave:** Animação – Inteligência Artificial – Cinema – Tecnologia – Vale da Estranheza

(\*) **Alejandro Cohen Arazi**, Realizador de cine y video (IDAC), docente en el Área de Diseño Digital + Interacción en la Facultad de Diseño y Comunicación (UP) desde el año 2023.

---

## La sostenibilidad en la agenda de la industria

Federico Ferrari Sanchez<sup>(\*)</sup>

**Resumen:** La sostenibilidad en la industria de la moda ha cobrado protagonismo a raíz de tragedias como el colapso del Rana Plaza en 2013, lo que dio origen a movimientos como Fashion Revolution. Este suceso marcó un cambio hacia una mayor conciencia sobre los materiales, procesos y condiciones laborales. Desde entonces, han surgido iniciativas que promueven el reciclaje, nuevos materiales y modelos de producción más responsables. Instituciones como el Centre for Sustainable Fashion de Londres y la Semana de la Moda de Copenhague lideran estos esfuerzos, al igual que la ONU con su Alianza para la Moda Sostenible. El informe *The State of Fashion* de *Business of Fashion* destaca que la era de la autorregulación está terminando, con nuevas regulaciones en la Unión Europea que afectan diseño, marketing y gestión de residuos.

Palabras Clave: Sostenibilidad - Moda Sustentable - Industria - Materialidad

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 148]

Fecha de recepción: agosto 2023

Fecha de aceptación: octubre 2023

Versión final: diciembre 2023

Hace tiempo que la sostenibilidad se volvió uno de los temas principales de la agenda de la industria de la moda internacional. Existen debates alrededor del origen de los materiales que se utilizan, cómo son los procesos de producción y en qué condiciones y quiénes producen indumentaria y complementos. El derrumbe del edificio Rana Plaza ocurrido el 24 de marzo de 2013 en Bangladesh es considerado uno de los acontecimientos que fueron una bisagra. El establecimiento, que albergaba distintas fábricas textiles y de indumentaria, se vino abajo dejando un saldo de 1.134 muertos y más de 2000 personas heridas. Se dio a conocer que anteriormente se habían detectado grietas y aún así los trabajadores fueron obligados a volver a trabajar. En consecuencia, surgió el movimiento de Fashion Revolution, que posee distintas células alrededor del mundo, que busca dar luz a la problemática. Una de sus campañas más difundidas hacía una pregunta que era concreta y contundente: “¿Quién hizo mi ropa?”.

Se pueden enumerar una serie de cambios y novedades que se han generado en los últimos años que, aunque siguen siendo insuficientes y no dan solución al problema, proponen alternativas al funcionamiento tradicional y marcan nuevos rumbos hacia los que se puede construir. Entre ellos está el surgimiento de numerosas propuestas que dan respuesta al desecho mediante el reciclaje, la creación y utilización de nuevos materiales como alternativa a los tradicionales y los cambios en las formas de producción que contemplan, por ejemplo, el desarrollo productos por demanda y ya no generar stock. También se incorporaron al debate ciertos cuestionamientos sobre cómo está conformada la cadena de producción, la trazabilidad de los productos y las formas de consumo. Las consecuencias que trae la industria al planeta se comenzó a dar a conocer mediante la publicación de una serie de datos como cuánta agua utiliza y cuál es el porcentaje de emisiones de gases que genera.

Distintas áreas e instituciones se han creado con el fin de buscar soluciones para la problemática y encontrar alternativas para la industria. La Universidad de Artes de Londres fundó en 2008 el Centre for Sustainable Fashion que trabaja en base a tres objetivos: crear investigaciones aclamadas internacionalmente; establecer agendas en los ámbitos gubernamentales, empresariales y públicos; y desarrollar planes de estudios relevantes a nivel mundial.

Otra institución que ganó notoriedad en los últimos años fue la Semana de la moda de Copenhague debido a su decisión de poner la sostenibilidad como eje central. Debido a eso, exige a las marcas que buscan formar parte de su calendario una serie de estándares que deben cumplir.

También las Naciones Unidas creó en 2019 un área especializada: La Alianza de las Naciones Unidas para la Moda Sostenible, que tiene como fin apoyar la coordinación entre los organismos que trabajan en el sector de la moda y promover proyectos y políticas que garanticen que la cadena de valor de la moda contribuya a lograr las metas de los objetivos de desarrollo sostenible. El sitio especializado Business of Fashion publicó su informe anual titulado *The State of Fashion* en el que determina distintas temáticas que serán fundamentales para el mercado. Una de las que destacó para el 2024 es

la sostenibilidad. En el apartado dedicado a abordar el tema indica que

la era en que la industria de la moda se autorregulaba en términos de sostenibilidad está llegando a su fin. En distintas jurisdicciones, nuevas reglas podrán tener un impacto generalizado tanto en los consumidores como para los jugadores de la industria. Las marcas y los fabricantes necesitan renovar sus modelos de negocio para alinearse con los cambios que se avecinan. Las nuevas reglamentaciones tendrán exigencias en todos los ámbitos, desde la producción de los textiles y uso de productos químicos hasta el reciclaje y desperdicio.

De acuerdo al reporte, dentro de la Unión Europea se están implementando una serie de regulaciones que buscarán incorporar cambios en distintas áreas. La primera que menciona es el diseño de productos. Hasta el 80 por ciento del impacto ambiental está determinado debido a la forma en que un producto es creado. El reglamento de Ecodiseño para Productos Sostenibles que entrará en vigencia en 2025 establece estándares mínimos de diseño para todos productos individuales vendidos dentro de los países que conforman la comunidad. Estos incluyen desde durabilidad y reciclaje hasta la utilización de sustancias peligrosas. La segunda es el marketing. Lo conocido como greenwashing, que hace referencia a las prácticas de empresas que se muestran como responsables con el cuidado del ambiente cuando en realidad no cumplen con los estándares necesarios, tiene un alto impacto en los consumidores. Una nueva regulación exigirá que las declaraciones en torno a la sostenibilidad deberán estar respaldadas por evidencia, verificadas por organismos independientes y comunicadas con claridad.

La gestión de residuos es otro de los puntos que menciona. Menos del uno por ciento de los textiles se reciclan. Una enmienda a una directiva ya existente exigirá a las empresas que se encarguen de financiar la recolección, clasificación y el reciclaje de los desperdicios. Todos los países de la comunidad deberán lanzar para el 2025 un programa de recolección de textiles y se espera además que se prohíba la destrucción de productos que no fueron vendidos.

El informe indica que se espera que estos cambios de normas dentro de la Unión Europea se extiendan más allá de sus fronteras y alcancen a otras regiones, especialmente en Asia, donde se fabrican el 70 por ciento de los textiles que se utilizan en el continente europeo. Además, especifica otras acciones que ya se están llevando a cabo en otros países, como en Reino Unido, que se determinó un nuevo código en pos de detener el greenwashing; o China, que se ha comprometido en convertirse en un país carbono neutral para el año 2060.

### **El recorrido de Stella McCartney**

Es fácil encontrar en la actualidad marcas y proyectos que estén trabajando bajo la perspectiva sostenible. Hay nuevas camadas de diseñadores que se lanzan al mercado con propuestas que abogan por el cuidado del ambiente. Como también hay firmas, creativos y creativas que hace un largo tiempo que trabajan por el mismo ob-

jetivo. Stella McCartney es una de las diseñadoras que tiene un camino recorrido en el ámbito. Tras graduarse de la universidad Central Saint Martins de Londres en 1995 y estar a cargo de la dirección creativa de la firma Chloe, en 2001 lanzó su etiqueta homónima con una propuesta que no utilizaba cuero ni pieles. Hoy ofrece desde indumentaria femenina y piezas unisex hasta ropa para niños y niñas, accesorios, bolsos, zapatos, lencería y una colección que produce en colaboración con Adidas. Posee 48 tiendas propias y 21 franquicias. Presenta distintas colecciones -resort, pre fall y ready to wear- que se comercializan en más de 70 países.

A lo largo de los años, la diseñadora ha explorado nuevas alternativas para crear sus productos. Desde piezas realizadas en mylo, un material que se realiza a base del hongo de micelio, hasta productos para el cuidado de la piel veganos y libres de crueldad animal. En una conversación que mantuvo en 2021 con Imran Amed, editor de Business of Fashion, explicó los desafíos que tiene una marca que decide trabajar bajo esta perspectiva. “Lleva mucho tiempo, requiere inversión y compromiso”. Además, dio a conocer las dificultades que tiene ser una firma sostenible en el mercado del lujo. “Todos los días nos enfrentamos con una serie de desafíos porque esta es la manera en la que elegimos trabajar. Una de las cosas más difíciles y menos convencionales es, obviamente, que no utilizamos cuero. El hecho de que sigamos activos en el negocio del lujo sin utilizar ese material es un milagro. Seríamos 100 veces más grandes si lo hiciéramos”.

Respecto al trabajo con sus proveedores, la firma sostiene que tiene una red global cuidadosamente seleccionada. Su cadena de suministro se compone principalmente de pequeños talleres que se especializan en técnicas y procesos específicos. Italia es el país de abastecimiento más grande. De allí provienen más del 83 por ciento de la producción de materiales y los proveedores directos de productos terminados. Para corroborar las condiciones de trabajo, afirman que visitan a quienes los abastecen personalmente para evaluar sus prácticas.

En 2023, la marca publicó un reporte sobre su impacto ambiental que abordaba el progreso realizado y determinaba sus claves hacia el futuro. “Creemos que es nuestra responsabilidad no sólo es actuar respecto al cambio climático y la pérdida de biodiversidad, sino también tener un enfoque más holístico de la sostenibilidad: desde trabajar con comunidades locales hasta mejorar nuestros métodos de abastecimiento de manera que beneficien al clima y a las comunidades de todo el mundo”. En el desarrollo del análisis, el informe indica que los materiales y servicios de los que se abastecen representan más de la mitad de las emisiones de carbono que emiten. Debido a ello, desde 2019 comenzaron a implementar distintos cambios que generaron que la cifra disminuyera un 38 por ciento.

En primer lugar, estamos apoyando proyectos de agricultura regenerativa dentro de nuestra cadena de valor. Estas prácticas trabajan con la naturaleza para reconstruir el carbono orgánico del suelo, apoyar a la biodiversidad local y mejorar las cuencas, además de aspirar a mejorar los medios de vida de los agricultores.

En segundo lugar, están explorando el uso de materiales alternativos con menor impacto. Un ejemplo es el Econ-

y<sup>1</sup>, un hilo de nylon que se elabora a partir de desechos plásticos como redes de pesca. “Desarrollar productos circulares juega un papel crucial para extender la vida útil de los bienes y minimizar el desperdicio de recursos”. Por último, comenzaron a trabajar con sus proveedores para ayudarlos a reducir el impacto ambiental en sus procesos productivos.

La logística y la distribución de sus productos representa el 13 por ciento de su huella ambiental. Esto se debe al recorrido desde los proveedores hasta los centros de distribución y luego a los puntos de venta. Para poder mitigarlo, la firma sostiene que están trabajando con sus socios en el área para mejorar la eficiencia. Entre los cambios mencionados está la optimización de los trayectos, la utilización de vehículos eléctricos y la reducción del transporte aéreo.

### **Maydi: firma de origen argentino**

María Abdala Zolezzi es su fundadora. “Mi intención es sostener el comercio justo, la economía circular, la producción local y el cuidado del medioambiente. Estoy convencida de que nuestro país va a salir adelante haciendo florecer el potencial que tiene cada provincia”, sostuvo en una entrevista dada a la revista L’Officiel Argentina. La marca ofrece colecciones de indumentaria femenina, masculina y accesorios. Sus piezas están realizadas de manera artesanal con fibras de origen vegetal y animal, como guanaco, llama, mohair, vicuña, bambú, algodón, lino y yute. También se provee de lana Merino Península Valdés, que está certificada por el sello Wildlife Friendly. Se obtiene mediante un proceso que contempla la convivencia con las especies autóctonas. Los procedimientos y acciones que utilizan se basan en investigaciones realizadas por científicos del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) en colaboración con dos organizaciones no gubernamentales como la Wildlife Conservation Society y la Fundación Vida Silvestre Argentina.

María nació en Goya, Corrientes. A sus 23 años viajó a Londres, donde realizó un curso de diseño en la universidad London College of Fashion. Luego se mudó a París. Allí trabajó en distintas firmas como Isabel Marant y Sonia Ryekiel. En 2014, de regreso en Buenos Aires, fundó Maydi. Comenzó diseñando cuellos, echarpes y gorros. Su primera colección viajó para presentarla en Milán, donde recibió sus primeros encargos. Con el correr de los años fue sumando nuevas categorías. Hoy cuenta con una variedad que incluye abrigos, cardigans, chalecos, suéteres, guantes y bolsos. Desde 2017, vende en distintos puntos físicos en Japón, que se convirtió en su mercado principal al punto que hoy representa el 80 por ciento de sus ventas. Tiene además su showroom en Buenos Aires y vende en otros países como Estados Unidos, Italia y Corea del Sur.

---

**Abstract:** Sustainability in the fashion industry has gained prominence following tragedies like the collapse of the Rana Plaza in 2013, which gave rise to movements such as Fashion Revolution. This event marked a shift toward greater awareness of materials, processes, and labor conditions. Since then, initiatives promoting recycling, new materials, and more responsible production models have emerged. Institutions such as the Centre

for Sustainable Fashion in London and Copenhagen Fashion Week are leading these efforts, along with the UN's Alliance for Sustainable Fashion.

The State of Fashion report by Business of Fashion highlights that the era of self-regulation is coming to an end, with new European Union regulations impacting design, marketing, and waste management.

**Keywords:** Sustainability – Sustainable Fashion – Industry – Materiality

**Resumo:** A sustentabilidade na indústria da moda ganhou destaque após tragédias como o colapso do Rana Plaza em 2013, o que deu origem a movimentos como o Fashion Revolution. Esse acontecimento marcou uma mudança rumo a uma maior conscientização sobre os materiais, os processos e as condições de trabalho. Desde então, surgiram iniciativas que promovem

a reciclagem, novos materiais e modelos de produção mais responsáveis. Instituições como o Centre for Sustainable Fashion de Londres e a Semana de Moda de Copenhague lideram esses esforços, assim como a ONU com sua Aliança para a Moda Sustentável.

O relatório The State of Fashion, do Business of Fashion, destaca que a era da autorregulação está chegando ao fim, com novas regulamentações da União Europeia que afetam o design, o marketing e a gestão de resíduos.

**Palavras chave:** Sustentabilidade – Moda Sustentável – Indústria – Materialidade

(\*) **Federico Ferrari Sanchez**, Técnico Superior en Periodismo (TEA), Periodismo de Moda (University of the Arts London), docente en el Área de Moda + Tendencias en la Facultad de Diseño y Comunicación (UP) desde el año 2022.

## El tráfico ilícito de bienes culturales en caso de conflicto armado: un desafío adicional

Carla Ferrari<sup>(\*)</sup>

Fecha de recepción: agosto 2023

Fecha de aceptación: octubre 2023

Versión final: diciembre 2023

**Resumen:** La herencia cultural constituye un pilar esencial de la identidad y memoria de los pueblos. Su protección es vital para garantizar la continuidad de las tradiciones y valores, además de contribuir al desarrollo sostenible y turístico. Las Convenciones internacionales como la de la UNESCO (1970) y la de Unidroit (1995) son herramientas clave en la lucha contra el saqueo y tráfico ilícito de bienes culturales. La primera se enfoca en la prevención y cooperación internacional, mientras que la segunda promueve la restitución de bienes robados y establece indemnización al poseedor de buena fe.

Los conflictos armados agravan este problema, facilitando el saqueo y la destrucción del patrimonio cultural, lo que genera una pérdida irreparable para la historia de las comunidades afectadas. Ejemplos emblemáticos incluyen el saqueo del Museo Nacional de Bagdad y el de Palmira en Siria. Frente a esto, organismos como UNESCO, INTERPOL y el ICOM han impulsado medidas de concientización, cooperación internacional y uso de tecnología (como escaneo 3D o realidad aumentada) para preservar digitalmente los bienes. No obstante, la falta de ratificación de tratados por ciertos países limita la eficacia global de estas medidas.

**Palabras clave:** Patrimonio Cultural - Tráfico Ilícito - Internacional - Arte - Museos

Resúmenes en inglés y portugués en la página 153]

La herencia cultural representa la identidad y memoria de una sociedad, y su conservación es esencial para garantizar la continuidad de nuestras tradiciones, conocimientos y valores. Este escrito se centrará en la importancia de proteger y valorar la herencia cultural, tanto desde un punto de vista histórico y artístico, como desde su relevancia para el turismo y el desarrollo sostenible. Se destacarán los beneficios económicos, sociales y educativos que la herencia cultural aporta a las comunidades locales y se resaltarán los riesgos que enfrenta

debido a los saqueos, el tráfico ilícito y la destrucción, y lamentablemente los conflictos bélicos.

Las leyes internacionales sobre el patrimonio cultural son una herramienta clave para la protección y conservación de los bienes culturales en todo el mundo. Este ensayo tiene como objetivo analizar la importancia de esta legislación y sus aplicaciones prácticas en la Convención de la UNESCO de 1970 y en el Convenio de la UNIDROIT de 1995.