

## Red Digital de la Moda, UP: una plataforma de capacitación y encuentro 2.0.

Fecha de recepción: agosto 2013

Fecha de aceptación: octubre 2013

Versión final: diciembre 2013

Matilde Carlos (\*)

**Resumen:** La Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo ha creado una red de medios digitales vinculados a la moda con el objetivo de acompañar el fenómeno de expansión de la comunicación 2.0, establecer oportunidades de visibilidad y capacitación para sus miembros y a la vez, activar canales de vinculación con el sistema de la moda local. Con un año de existencia, la Red Digital de la Moda se consolida como referente para el sector.

**Palabras clave:** Red Digital - blog - Moda - capacitación.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 140]

El crecimiento del fenómeno de los medios digitales es evidente en la sociedad actual y las múltiples ramificaciones que se tejen, o las tramas en que se agrupan o dividen los diferentes blogs o sitios más o menos personales, no dejan de expandirse. Por esta razón con el equipo académico de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo se observó la necesidad de crear la Red Digital; porque pese a que los medios 2.0 se han multiplicado de manera exponencial en los últimos años, aún no existía en el país una plataforma de encuentro que además de reunir a blogs, revistas digitales, páginas web y sitios vinculados con la moda y el diseño, también ofreciera instancias de actualización, capacitación e intercambio de saberes dentro de un marco académico. Por ello hoy podemos decir que la Universidad de Palermo es pionera, una vez más, en abrir espacios dinámicos en este campo y en la búsqueda por activar marcos de desarrollo en torno a las nuevas expresiones de la comunicación.

Es sabido que la fuerza con que irrumpen y el avance de estos medios digitales que en gran medida están desarrollados por una sola persona o que carecen de estructuras corporativas, se debe a los vínculos que sus autores crean con los lectores. La opinión sin filtro, el vínculo directo y las relaciones de fidelidad que se entretejen son atractivos que desde los comienzos de la blogósfera han sostenido el crecimiento y consolidación de estas plataformas de comunicación directa que basa su fuerza en el fenómeno de la democratización de la información. No es casual entonces que la industria tome nota de ello y cada vez más busque potenciar o posicionar productos a partir de acciones conjuntas con sitios o blogs reconocidos o de alta aceptación popular. Pero para lograr concitar el interés del *mainstream* y de los lectores, estos espacios deben ofrecer calidad, actualización y contenido; y en pos de ayudar a mejorar en estos aspectos es que se creó la Red Digital de la Moda. Así es, en octubre del 2012 se presentó formalmente dentro del marco del Encuentro Latino de la Moda y hoy la misma ya cuenta con más de 283 miembros entre medios digitales nacionales e internacionales. En concordancia con los objetivos propuestos y de acuerdo con la premisa de ofrecer instancias de capacitación y actualización, se creó el *Digital Fashion Lab*, un ciclo

de capacitación dictado por docentes de la Facultad que se realizó en múltiples sedes y constó de tres ediciones. En el primer encuentro los temas abordados fueron Marketing para buscadores (SEM/SEO) y El negocio de la Moda en que los docentes Wenceslao Zavala y Raúl Trujillo estuvieron a cargo respectivamente. Las temáticas de la segunda edición del Ciclo fueron Redacción periodística y Microempresarios de la moda. Y esta vez los docentes encargados de la exposición fueron Gabriela Gómez del Río y Christian Dubay. El último encuentro del ciclo trató sobre la Comunicación en Moda, capacitación de la cual estuvo a cargo Lorena Pérez; y sobre FotoModa, dictado por Margarita Salleras.

Por otra parte, a través de la Facultad de Diseño y Comunicación de la UP, la Red inauguró el Premio Moda Digital 2.0. El primer miembro en recibirlo fue Lorena Pérez -Bloc de moda- por su trayectoria, innovación, aporte y labor en lo que a moda digital respecta. El Premio Moda 2.0 está dirigido a distinguir a los medios pertenecientes a la Red Digital de la Moda que sobresalgan por sus aportes, trayectoria, creatividad y desarrollo en alguna de las siguientes categorías: *Look Personal, Belleza, Venta online, Revista digital y Tendencias*. La Universidad considera que esta distinción es un incentivo para mejorar y una manera de fidelizar a los miembros con la Red, ya que el premio representa una oportunidad para posicionar mejor al blog en el sistema de la moda local e internacional.

Por otra parte, Falabella junto a la Facultad de Diseño y Comunicación de la UP convocó a los medios adheridos a la Red Digital de la Moda a realizar la cobertura de su desfile en el marco del Bafweek 2013. Para dicho evento contó con Editores de moda de las mejores revistas nacionales: *Para ti, Cosmopolitan, Catalogue, Ohlala y Harper's Bazaar*; allí cada medio tuvo una mirada e inspiración diferente para las tendencias que se mostraron durante el desfile. Los medios ganadores por la cobertura fueron, Capture Style, Mirada Activa, Mona queda, On Mag y Seguí la Moda, y participaron por órdenes de compras en las Tiendas de Falabella en Buenos Aires, Argentina.

Y en sintonía con esas acciones conjuntas entre miembros de la Red y la UP, se ha grabado en los estudios de la facultad una serie de encuentros con representantes

del mundo de la Moda y las tendencias. En efecto, en el marco de charlas organizadas por Espacio Mujer y Revista Vanidades Argentina, blogs y medios digitales que pertenecen a nuestra Red han tenido acceso exclusivo a profesionales del sector y formaron parte de una serie de eventos y proyecciones que tuvieron lugar en la mega exposición femenina.

A un año de su primera edición, en octubre del 2013, se llevó a cabo el II Plenario de la Red Digital que en esta oportunidad contó con la presencia de un panel internacional compuesto por responsables de blogs y medios digitales de Argentina, Brasil, Chile, Uruguay y Perú. En dicho Plenario se expusieron diversas miradas sobre la comunicación 2.0 en cada uno de estos países, así como también las particularidades de las relaciones entre estos medios de comunicación y la moda en la región. En el mismo evento se entregaron los premios Moda 2.0 a los medios de la Red Digital seleccionados por brindar un servicio educativo para sus lectores y por ser referentes en el mundo de la comunicación virtual. Los elegidos por el público se consideran referentes de calidad en virtud de sus variados contenidos, cuidada estética y la coherencia editorial sostenida a lo largo del tiempo.

A modo de balance podemos sostener que la Red Digital de la Moda, pese a su poco tiempo de existencia, ha logrado cumplir los objetivos con que fue creada y se ofrece como una plataforma de referencia para el *fashion system local*, no sólo por el número y la variedad de sus miembros, sino por el respaldo que la Universidad le confiere. El hecho de contar con instancias de actualización y capacitación, espacios de reflexión y debates

como son los Plenarios, acciones con empresas o medios tradicionales, demuestra que las expectativas iniciales se ven refrendadas en la realidad. La proyección es seguir creciendo en esa dirección.

---

**Abstract:** The Faculty of Design and Communication at the University of Palermo has created a digital media network linked to fashion in order to accompany the phenomenon of expansion of communication 2.0, to establish visibility and training opportunities for its members and in turn, activate channels linked to the system of local fashion. With a year of existence, Fashion Digital Network is consolidated as a reference for the sector.

**Keywords:** digital network - blog - fashion - training.

**Resumo:** A Faculdade de Design e Comunicação da Universidade de Palermo tem criado uma rede de meios digitais vinculados à moda com o objetivo de acompanhar o fenômeno de expansão da comunicação 2.0, estabelecer oportunidades de visibilidade e capacitação para seus membros e ao mesmo tempo, ativar canais de vinculação com o sistema da moda local. Com um ano de existência, a Rede Digital da Moda consolida-se como referente para o setor.

**Palavras Chave:** rede digital - blog - Moda - capacitação.

(\*) **Matilde Carlos:** Profesora en Historia (Universidad Nacional de La Plata); Productora de Modas. Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Modas de la Facultad en Diseño y Comunicación.

---

## Urgencia Educativa. Educación Ambiental.

Héctor Eduardo Glos (\*)

Fecha de recepción: agosto 2013

Fecha de aceptación: octubre 2013

Versión final: diciembre 2013

**Resumen:** Un sin número de daños al medio ambiente paradójicamente florecen en nuestro planeta. Las investigaciones, desarrollos y campañas educativas se focalizan en diversos y llamativos aspectos, pero pocos tienen e incluyen en su extensión y menos en su currícula temas referentes al cuidado de la naturaleza, aspectos ecológicos y el cuidado general del medio ambiente. Las acciones y tareas desarrolladas persiguen el cumplimiento de objetivos de corto plazo y satisfacen a un mercado que va desapareciendo.

Se necesita una rápida conciencia del tema si no queremos que nuestros mercados, nuestros clientes, nuestra comunidad y nosotros mismos quedemos sepultados en residuos tóxicos y trampas geo ambientales.

**Palabras clave:** educación ambiental - UNESCO - metodología - pedagogía.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 142]

---

Hay de los más variados ejemplos de los daños del medio ambiente: Los lagos contaminados con detergentes y desechos humanos, los decesos de bosques y campos que van perdiendo fertilidad, debido a la lluvia ácida que producen los excesivos consumos de combustibles para la producción de energía y calor, ya que los mencionados combustibles contienen óxido de azufre. Éstos son sólo algunos de los daños ocasionados, por citar

algunos pocos ejemplos de la creciente destrucción del ambiente en la sociedad moderna.

Esto nos lleva a la necesidad urgente de un llamado y una fuerte convocatoria a todos los sectores implicados y “no implicados” a combatir la ignorancia acerca de los temas ambientales. Al mismo tiempo proporcionando a las personas los conocimientos y habilidades para hacerle frente a estos temas y cultivar un sentido de res-