



Economía Creativa

ISSN: 2395-8200

economia.creativa@centro.edu.mx

Centro de diseño, cine y televisión

México

Editorial

Economía Creativa, núm. 14, 2020, Noviembre-, pp. 4-6

Centro de diseño, cine y televisión

Ciudad de México, México

DOI: <https://doi.org/10.46840/ec.2020.14.01>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=547567705001>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en [redalyc.org](https://www.redalyc.org)

[redalyc.org](https://www.redalyc.org)

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Editorial

Los autores y autoras del número 14 de *Economía Creativa* se han planteado interrogantes relacionadas con los estudios del diseño, el desempeño de las industrias creativas, la movilidad peatonal, la innovación social, el emprendimiento en el ámbito creativo y la colaboración entre artesanos y diseñadores.

En *La receta de cocina como artefacto de diseño*, José Antonio Sada Sánchez Mejorada propone un modelo de cuño inspirado en los dominios del diseño; dicho modelo aborda las cuestiones ¿que se va a hacer?, ¿con qué se va a hacer?, ¿cómo se va a hacer?, ¿se logró el resultado esperado, que es el enunciado en el título de la receta? Así nos ofrece un camino claro y sistemático para la producción, la mejora y el estudio de las recetas gastronómicas.

Por su parte, César Bárcenas Curtis, Roberto Bárcenas Curtis y María Consuelo Lemus Pool abordan un modelo creado para evaluar el potencial de las industrias creativas, el cual ponen a prueba para un caso específico en *Evaluación de las industrias culturales y creativas en Tamaulipas*. El modelo, que es explicado de manera muy clara y replicable, será de gran interés para investigadores y estudiantes del rubro.

En el trabajo *La casa, la escuela y el barrio. La movilidad peatonal independiente en las y los estudiantes de bachillerato del Instituto Luis Vives, Ciudad de México*. Selva Hernández López aborda la importancia de la caminata para los adolescentes; para ello realiza una exploración cualitativa, observa y entrevista a los caminantes, sus padres y profesores, identificando los beneficios pero también las fricciones que supone el proceso.

Aydé Cadena López, Eylin Jorge Coto y Daniela López Montalvo realizan un análisis de contenido y un análisis estadístico del concepto innovación social en el artículo *Panorama del estudio sobre Innovación social: hacia un estado del arte*. Con base en los patrones identificados, las autoras bocetan la posible agenda de la investigación en la materia para el mediano plazo.

En *Cinema Fantasma Extraordinary Creatures. A Case Study*, Jamie Carreón Piñera aborda el caso de esta casa productora especializada en animación cuadro por cuadro, preguntándose ¿cómo logran esos resultados extraordinarios? Carreón aborda el modelo de negocios, la forma de operación y la trayectoria de la compañía en busca de las respuestas.

Mariana Guadalupe Águila Alonso analiza diversos casos en *Para una colaboración horizontal entre artesanos y diseñadores en México*. La autora propone que es posible establecer un diálogo más equitativo que beneficie a todos los participantes y para ello explora cualitativamente tres encuentros de distinta naturaleza y escala en la que artesanos y diseñadores colaboraron para diseñar y producir piezas de diseño artesanal.

Para cerrar el número, presentamos el impecable análisis que Frida Viridiana Méndez Ortiz expone en *Rosalía, la mujer. Un análisis del videoclip A Palé*, un viaje tan provocador como el material abordado.

Como en cada número de *Economía Creativa*, los estudiantes de la licenciatura en Comunicación Visual de CENTRO hacen valiosas aportaciones para ilustrar la revista. En esta ocasión contamos con el trabajo de los estudiantes de la asignatura Sistemas de impresión en serie de la profesora Selva Hernández y los estudiantes de Alejandro Magallanes. Entre las técnicas que utilizaron en los ejercicios están gofrado, grabado en linóleo, sellos de goma y frottage, todas pensadas para realizarse en casa por los tiempos de confinamiento.

Este es el segundo número que editamos con un equipo editorial colaborando fuera del campus por la pandemia y enfocado en el interés de poner en sus manos este nuevo número de *Economía Creativa*: ¡chapéu!

Graciela Kasep y Karla Paniagua

Coeditoras en jefe

Equipo



Equipo editorial | Karla Paniagua, Graciela Kasep, Eduardo Álvarez, Teresita Torres, Ana Lucía Mena, Daniel Berkstein, Maria Carral, Jorge Pineda y Víctor Ortíz.

