



Economía Creativa

ISSN: 2395-8200

ISSN-L: 2594-1631

economia.creativa@centro.edu.mx

Centro de diseño, cine y televisión

México

Editorial

Economía Creativa, núm. 19, 2023, Mayo-Octubre, pp. 4-12

Centro de diseño, cine y televisión

Ciudad de México, México

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=547578432013>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante

Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

Editorial

Fieles creyentes de que la colaboración en cualquier ámbito es una de las llaves más efectivas para el cumplimiento de objetivos, el cuerpo académico “Diseño y Comunicación” del Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON) se honra en presentar este número curado por Javier Santana, coeditor invitado de **Economía Creativa**.

Fue en el 2017 cuando el ITSON tuvo su primer acercamiento con Economía Creativa y con CENTRO; desde entonces se estableció la meta que hoy se concreta en un número en el cual convergen las industrias culturales, el diseño centrado en las personas, la semiótica arquitectónica, el pensamiento proyectual, el impacto de la Inteligencia Artificial en los procesos de investigación y la planificación estratégica, entre otros intereses.

En ***Videomapping* narrativo como estrategia cultural y turística pos-pandemia en la ciudad de Oaxaca, México**, Otniel López Altamirano, Wendy Montes Ponce, Márcio Soares Guimarães y Pedro Martínez Osorio abordan el turismo como cadena productiva clave para el desarrollo local y regional. Mediante el análisis de la intersección entre el medio, el contenido y el espacio, se exploran las posibilidades que el patrimonio arquitectónico ofrece para contribuir a la derrama económica.

En **Sientocolor: Diseño de un sistema táctil que le permita a las personas con discapacidad visual identificar los colores de las prendas de ropa de manera independiente**, Harumi Sofía Tanaka Tsutsumi, Alfonso Díaz Villaseñor y Carolina Magaña Fajardo abordan la experiencia de usuarios en tiendas departamentales mexicanas con el propósito de mejorar la accesibilidad de la misma con base en los marcos AEIOU y LEGO® Serious Play®.

Por su parte, Jesús Eduardo Oliva Abarca explora, con base en la analítica cultural, la modificación de la Inteligencia Artificial, con énfasis en las aplicaciones que la utilizan, acudiendo para ello a un corpus extenso de reseñas de usuarios hispanohablantes en **Análisis de la experiencia de usuarios hispanoparlantes de aplicaciones móviles de Inteligencia Artificial**.

En un hecho inédito, el mismo número de **Economía Creativa** presenta dos trabajos de la investigadora Carolina Magaña Fajardo, quien en **Análisis semiótico de la relación entre las formas arquitectónicas y los fenómenos urbanos de segregación y gentrificación en Ciudad de México** y coescribe con Mónica Solórzano Zavala para presentar los resultados de un estudio que abreva del marco teórico de Charles Morris para identificar las variables que se toman en cuenta al momento de elegir vivienda en San Nicolás Totolapan.

En **Diseño de servicios para personas mayores mexicanas: una experiencia de co-diseño en el aula**, Ana Paula García y Colomé G. y Annika Maya Rivero presentan los resultados de un estudio realizado en el Centro de Investigaciones de Diseño Industrial de la UNAM, en el que estudiantes de licenciatura colaboraron con personas de la tercera edad para el mejoramiento de servicios con base en el marco del diseño de servicios.

¿Cómo construir comunidad y contribuir a la reappropriación del espacio público? Se pregunta Andrea Norzagaray Natera en **Upskate: construcción de comunidad a través del skate y la creatividad**, reporte de investigación realizado en el marco de las actividades del Hub de diseño social de CENTRO.

En **Pensamiento proyectual y hábitat, encuentros y desencuentros desde la educación**, Aurora Maldonado Reyes y Alma Elisa Delgado Coellar abordan las relaciones entre pensamiento proyectual y diseño, acudiendo para ello a una iniciativa realizada en colaboración con estudiantes de la Facultad de Arquitectura de la Universidad del Estado de México y de la licenciatura en Diseño y Comunicación Visual de la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán (UNAM).

Perla Abigail Hernández Sierra y Manuel Humberto De la Garza Cárdenas se plantean: **¿La planeación estratégica tradicional es útil para empresas sociales?** en el estudio de caso homónimo en el cual se describe el proceso de planificación estratégica para una empresa social en una etapa de transición generacional.

En otro orden de ideas, Guillermo Fraguas Nobre presenta los resultados de un experimento realizado con Inteligencia Artificial generativa en **Analizando la escritura del Chatbot OpenAI en el Desarrollo Económico: El caso de Alto Pirineo y Comarca de Arán e IDAPA**; integrando al propio cuerpo del artículo los resultados de la exploración.

En **Análisis del discurso de emprendimientos de la economía creativa en la provincia del Marga-Marga (Chile), con relación a su vinculación con el ecosistema creativo y cadena de valor**, Paulina Alejandra Cruchett Pastrana, Ricardo Miguel Zavala Villegas y Leonardo Ordoñez Galáz revelan los desafíos a los que se enfrentan los emprendedores de esta provincia de la región de Valparaíso, Chile, a través de la exploración de sus experiencias, características y cadenas de valor.

En la sección de artículos de divulgación presentamos **La antropodicea del futuro: Inteligencia artificial, deriva biotecnológica y posthumanismo**, trabajo de Margarita Arroyo García y Rafael Serrano Partida en el que se discute cómo es que la Inteligencia Artificial, la virtualización de las actividades humanas y las biotecnologías están dando nueva forma a las organizaciones sociales y al hombre mismo como especie, para después establecer conjeturas sobre su posible impacto en el futuro.

Esta sección cierra con el trabajo **Dark fondas, una opción para mejorar la economía de las mujeres**, en la que Carlos de Jesús Rivera Rojas aborda un caso de estudio sobre emprendimientos vinculados a la gastronomía en México.

En la sección visual presentamos **Carteles, bocetos y gráfica. Sebastian Kubica en CENTRO**, experiencia reseñada por Graciela Kasep Ibáñez que presenta trabajos del artista visual polaco y de estudiantes de Comunicación visual que participaron en un taller intensivo de diseño de carteles impartido por él mismo: Sandra Aguilar, Regina Cambranis Su, Luisa Cayuela Serrano, Ana Sofía Croda González Aragón, Lucía Giménez Traverso, María José González Ayala, Ximena Hernández Jiménez, Marielle Munguía Munaux, Micaela Negrete Quintanilla, Arantza Ochoa Iturralde, Allan Paul Nuñez Ozuna, Alexa Portocarrero Balboa, Mirelle Rodríguez Rodríguez y Andrea Romo Galindo.

Asimismo, en este apartado incluimos pósters elaborados por estudiantes de la maestría en Estudios del Diseño y de la especialidad en Visualización de datos de CENTRO: Brenda Battaglia Andrade, Juan Pablo Cota Díaz, Abel Matus Verduco; Adair López Cuevas y Ana Gabriela Sánchez Bribiesca.

Como en cada número, la portada y los interiores de la revista presentan ilustraciones de los siguientes estudiantes de Comunicación Visual, realizadas en la clase de Alejandro Magallanes: María Andreu Girabal, Carola Abeijón Martínez, Daniel Cherem Serur, Isabella Jiménez Macedo, Paulina Mendoza Muñoz, Enrique Elihu Mendoza Ramírez, Carmen Palacios Martínez y Julia Ponce de León Pérez del Razo.

¡Esperamos que este número de **Economía Creativa** les provoque e inspire tanto como a nosotros!

Los editores | Javier Santana, Graciela Kasep y Karla Paniagua

Equipo



Equipo editorial | Karla Paniagua, Graciela Kasep, Teresita Torres, Ivonne Guerrero, Ana Paulina Ríos, Javier Santana, Jorge Pineda y Marco Antonio Fernández.