

Moda e identidad

Investigadores responsables: Mihaela Radulescu de Barrio de Mendoza y Edward Venero Carrasco

Asistentes de investigación: Milagro Farfán

Financiado por: Vicerrectorado Administrativo

Instituciones involucradas: Universidad de Palermo (Argentina)

Departamento de Arte – Sección de Diseño Gráfico

Esta investigación se construye a partir de las siguientes premisas: La Moda es Cultura, es Identidad, es Comercio, es Diseño. Las evalúa para procesar los datos y plantear bases, direcciones e indicadores para el desarrollo de un diseño creativo que valore el entorno inmediato y su interacción humana al mismo tiempo que el patrimonio cultural del Perú, sus tradiciones, tendencias y a sus creadores.

En América Latina, la moda es un fenómeno emergente, pero con un gran ritmo de desarrollo. El tradicional sincretismo cultural y los actuales rasgos de cultura híbrida, en el sentido que el crítico Néstor García Canclini le asigna al fenómeno, trazan un marco favorable para el rescate, la valoración y el desarrollo de los actuales modos de pensar / ser / expresar / producir de las diferentes culturas nacionales. En el Perú, esta posibilidad ha sido vista desde hace más de una década como una necesidad, la reivindicación de la construcción mental del imaginario peruano, diversificado por tradiciones e interacciones culturales varias. El país es pluricultural, lo que origina una intensa dinámica de reconocimiento e intercambios de valores reales y simbólicos. Cada región re-diseña sus expresiones en este nuevo y multidireccional diálogo, lo que nos lleva ante cambios no sólo en las expresiones regionales sino en las redes del mapa nacional de la moda, como industria relacionada estrechamente con la expresión de la identidad.

La investigación es parte de la implementación de la nueva carrera de Diseño de Indumentaria y Textiles, y es dirigida a la producción de estrategias formativas y materiales didácticos. Se trabaja en colaboración con los grupos de investigación Diseño Ciudadano, VideoDiseño y Semiótica de la Imagen; y con el Laboratorio de Investigaciones y Aplicaciones de Semiótica Visual.