

# Investigación formativa en comunicación II

## Proyecto de Investigación N°25.4

(Cuarto proyecto de la Línea de Investigación 25: Imagen y diversidad)

Director del Equipo de Investigación

**Carlos Andrés Arango-Lopera** (Universidad de Medellín, Colombia).

Instituto de Investigación en Diseño. Universidad de Palermo. Argentina (2025)

**Resumen:** El Proyecto de Investigación 25.4 estudia el proceso de investigación formativa, compuesto de estrategias como los semilleros de investigación, los proyectos de aula y los trabajos de grado, que articulan una de las mejores estrategias para formar a jóvenes investigadores. En Colombia, el campo de estudios de la comunicación ha sido uno de los terrenos donde más se ha impulsado este proceso. En este trabajo se presentan noticias y sentires de dicha labor. Se resalta la utilidad que reviste pensar en nuevos problemas de investigación con marcos referenciales clásicos, lo cual, lejos de presentar estatismo en la teoría repercute, en nuevas miradas sobre asuntos transversales. Temas como la música urbana, la moda, las orientaciones sexuales, la comunicación estratégica en contextos de desarrollo social y la memoria asoman como notas de campo de estudiantes aún en formación que van descubriendo en su andar investigativo el inmenso poder de la construcción social de significados. Con ello, se reconoce que la investigación en comunicación no solo es un ejercicio académico, sino una forma de empoderar a los jóvenes para que se conviertan en agentes de cambio en sus contextos sociales. Refleja un compromiso con la formación de nuevos talentos en el ámbito de la comunicación en Colombia, promoviendo la pasión por descubrir y la producción de conocimiento relevante.

**Palabras clave:** Semillero - Estudiantes - Investigación – Comunicación

## Acerca del Proyecto Investigación formativa en comunicación II

**El Proyecto 25.4 Investigación formativa en comunicación II** estudia el proceso de investigación formativa, compuesto de estrategias como los semilleros de investigación, los proyectos de aula y los trabajos de grado, que articulan una de las mejores estrategias para formar a jóvenes investigadores.

Se acordó entre la Universidad de Palermo (Argentina) y Universidad de Medellín (Colombia), avanzar en una investigación en la que participan académicos de ambas Instituciones, con la coordinación de Carlos Andrés Arango-Lopera (Universidad de Medellín, Colombia), con el fin de generar un corpus sólido de conocimientos sobre los diversos enfoques y perspectivas relativos a los desafíos de la Investigación formativa en comunicación en la generación de jóvenes investigadores. Tiene por antecedente el Proyecto 20.12 Colombia y la investigación formativa en comunicación I, perteneciente a la Línea de Investigación N°20 Diseño Difuso: Prácticas de Diseño y Tendencias, coordinado también por Carlos Andrés Arango-Lopera (Universidad de Medellín, Colombia),

Las reflexiones y los resultados obtenidos en el Proyecto 25.4 Investigación formativa en comunicación II, son continuación de los proyectos 25.3 Imagen y Diversidad; 25.2 La imagen personal frente a los nuevos desafíos, y 25.1 Comunicación e imagen personal 360°: La imagen como concepto universal, en el marco de la misma Línea de Investigación dirigida por el Instituto de Investigación en Diseño de la Universidad de Palermo. Sus principales objetivos son:

- Estudiar el proceso de investigación formativa, y su articulación con las mejores estrategias en la formación de jóvenes investigadores.
- Resaltar la utilidad del abordaje de nuevos problemas de investigación con marcos referenciales clásicos en su aplicación a las nuevas miradas sobre asuntos transversales.
- Reconocer que la investigación en comunicación puede convertirse en vehículo de poder y cambio social.

**Imagen y Diversidad**, dirigida por el Instituto de Investigación en Diseño, se desarrolla de manera ininterrumpida desde 2018 en la Facultad de Diseño y Comunicación (UP, Argentina). En 2024 dio por iniciada **su segunda etapa** amplificando el alcance y actualización de sus contenidos, posibilitando el ingreso y participación de nuevas instituciones que enriquecen y potencian las temáticas del campo donde actúa la Línea.

Incluye hasta el momento cuatro proyectos finalizados: **25.4** Investigación formativa en comunicación II coordinado por Carlos Andrés Arango-Lopera (Universidad de Medellín, Colombia); **25.3** Imagen y Diversidad; **25.2** La imagen personal frente a los nuevos desafíos; y **25.1** Comunicación e imagen personal 360°: La imagen como concepto universal, los tres coordinados por María Pía Estebecorena (Asociación Internacional de Asesores de Imagen-AICI y UP, Argentina).

La Línea N°25 en **su primera etapa** estuvo dirigida por María Pía Estebecorena. Fueron antecedentes de su formalización, el fortalecimiento temático de los Proyectos Comunicación e Imagen personal 360° (25.1) y La Imagen personal frente a los nuevos desafíos 2020 (25.2), que dieron origen a la creación de la Línea. Se conservan los antecedentes de estos proyectos de manera nominal en la Línea N°17 Imagen, Moda y Tendencias: Reflexiones sobre el Sistema de la Moda, donde fueron incubados.

## **Resultados del Proyecto 25.4 Investigación formativa en comunicación II**

### **a)- Publicaciones**

#### **Investigación formativa en comunicación II**

**Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N°250 (2025)** Coordinación: Carlos Andrés Arango-Lopera (Universidad de Medellín, Colombia). Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina. ISSN Impresión: 1668-0227. ISSN Online: 1853-3523. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi250>.

Esta edición de Cuadernos documenta y comunica los resultados alcanzados en el Proyecto 25.4 Investigación formativa en comunicación II y a continuación se detallan los autores y artículos contenidos en ella:

**Carlos Andrés Arango-Lopera** (2025) Mantener las preguntas, pero actualizar los puntos de mira (Pp. 11 a 17)

**María Paula Quintero-Buriticá y Carlos Andrés Arango-Lopera** (2025) Música de barrio, negocio de ciudad: Alcoliryo, gentrificación y turistificación en Medellín (Pp. 19 a 32)

**Alejandra Castañeda Cardona y Daniela González García** (2025) La moda femenina en el espectador con respecto al rol de la mujer entre los años 70 y 80 (Pp. 33 a 48)

**Daniel Andrés Calao Villalba** (2025) Tu pinta, tu voz: la indumentaria intervenida como discurso de autenticidad (Pp. 49 a 63)

**Laura Vanessa Díaz-Grajales y Sandra Milena Palacio-López** (2025) Lencería inclusiva: un estudio semiótico de una marca comprometida con la diversidad de género (Pp. 65 a 77)

**Andrés Felipe Lozano Buitrago** (2025) Teorías sociales y Grindr: reflexiones sobre poder, género y sexualidad (Pp. 79 a 104)

**Yizeth Katherine Arango Cortés** (2025) Princesas Disney ante una visión local y femenina que revisa los estereotipos de género (Pp. 105 a 117)

**Juan Camilo Arismendi Contreras** (2025) Explorando las fronteras del humor negro: una mirada al poder y la crítica social (Pp. 119 a 144)

**José David Castillo Clavijo** (2025) Medellín, dime de qué alardeas y te diré qué escondes: narrativas urbanas desde la exploración de las contradicciones en la construcción (Pp. 145 a 163)

**Isabel Cristina Torres Estrada y Nicolás Lorite García** (2025) Cambio social y nueva teoría de la estrategia en procesos de movilidad urbana (Pp. 165 a 177)

**Jaime Arbey Atehortúa Sánchez, Sindy Lorena Tabares León y Manuela Ríos González** (2025) Comunicación y memoria: una mirada a la identidad cultural rural a partir de las historias de vida de los ancianos agricultores de Rionegro (Pp. 179 a 191)

**Erney Montoya Gallego, Emily Álvarez Arcila, Manuela Betancur Pérez y Viviana Suárez Buitrago** (2025) Una ciudad para el encuentro, la significación y la cultura: el Rionegro (Antioquia) imaginado por los colectivos sociales (Pp. 193 a 204)

**Harris Sebastián Camacho Sánchez y Edgar Calderón Sanín** (2025) Panenka.com: creación de un medio de comunicación digital interactivo enfocado en periodismo deportivo a través de la transmedia (Pp. 205 a 219)

**Actas de Diseño N°48** (2025) Semana Internacional de Diseño en Palermo 2025. Comunicaciones Académicas. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina. ISSN Impresión 1850-2032. ISSN Online: 2591-3735.

En esta publicación se documentan las ponencias de la Comisión Imagen y Diversidad coordinada por Carlos Andrés Arango-Lopera correspondientes a la presentación del Cuaderno 250 durante el X Coloquio Internacional de Investigadores en Diseño.

## **b)- Congresos / Coloquios / Plenarios**

### **Imagen y Diversidad**

X Coloquio Internacional de Investigadores en Diseño. XX Semana Internacional del Diseño en Palermo, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina, del 24 de julio al 1 de agosto de 2025.

En la comisión Imagen y Diversidad de la X Edición del Coloquio, los autores presentaron personalmente las reflexiones y conclusiones del proyecto 25.4 Investigación formativa en comunicación II. A continuación se detallan los autores y sus ponencias:

#### **Carlos Andrés Arango-Lopera**

Mantener las preguntas, pero actualizar los puntos de mira.

#### **María Paula Quintero-Buriticá y Carlos Andrés Arango-Lopera**

Música de barrio, negocio de ciudad: Alcolirkyoz, gentrificación y turistificación en Medellín

#### **Alejandra Castañeda Cardona y Daniela González García**

La moda femenina en el espectador con respecto al rol de la mujer entre los años 70 y 80

#### **Daniel Andrés Calao Villalba**

Tu pinta, tu voz: la indumentaria intervenida como discurso de autenticidad

#### **Laura Vanessa Díaz-Grajales y Sandra Milena Palacio-López**

Lencería inclusiva: un estudio semiótico de una marca comprometida con la diversidad de género

#### **Andrés Felipe Lozano Buitrago**

Teorías sociales y Grindr: reflexiones sobre poder, género y sexualidad

#### **Yizeth Katherine Arango Cortés**

Princesas Disney ante una visión local y femenina que revisa los estereotipos de género

#### **Juan Camilo Arismendi Contreras**

Explorando las fronteras del humor negro: una mirada al poder y la crítica social

#### **José David Castillo Clavijo**

Medellín, dime de qué alardeas y te diré qué escondes: narrativas urbanas desde la exploración de las contradicciones en la construcción

#### **Isabel Cristina Torres Estrada y Nicolás Lorite García**

Cambio social y nueva teoría de la estrategia en procesos de movilidad urbana

#### **Jaime Arbey Atehortúa Sánchez, Sindy Lorena Tabares León y Manuela Ríos González**

Comunicación y memoria: una mirada a la identidad cultural rural a partir de las historias de vida de los ancianos agricultores de Rionegro

#### **Erney Montoya Gallego, Emily Álvarez Arcila, Manuela Betancur Pérez y Viviana Suárez Buitrago**

Una ciudad para el encuentro, la significación y la cultura: el Rionegro (Antioquia) imaginado por los colectivos sociales

#### **Harris Sebastián Camacho Sánchez y Edgar Calderón Sanín**

Panenka.com: creación de un medio de comunicación digital interactivo enfocado en periodismo deportivo a través de la transmedia

## **d)- Evaluación Externa**

**El Proyecto 25.4 Investigación formativa en comunicación II** realizado entre la Universidad de Palermo y la Universidad de Medellín (Colombia), cuyos resultados fueron publicados en el Cuaderno N°250 de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (ver detalle en punto a. de este artículo), fue evaluado exitosamente por el Evaluador **Ronald Gonzalo Espitia Sánchez** miembro internacional del Equipo Externo de Evaluación del Instituto de Investigación en Diseño de la Universidad de Palermo, durante el año 2025.