Categoría 11 – Eventos

Capítulo: General

Título del programa: Del ágora a la pasarela

Nombre de la compañía: Delegación de la Unión Europea en Argentina

Departamento: GOPA Com

Región: Argentina

Personas responsables de la presentación del caso: Manuel Butty y María José Lacase

Del ágora a la pasarela: Cómo la Unión Europea transformó valores abstractos en experiencias para comunicar una política pública compleja

1. Introducción: Una oportunidad para acercar Europa a las nuevas generaciones

La Delegación de la Unión Europea en Argentina tiene como misión fortalecer los vínculos entre Europa y Argentina a través de la cooperación política, económica, cultural, educativa y científica. En el marco de las iniciativas de Diplomacia Pública y mediante el contrato adjudicado a GOPA, se estableció el desafío de comunicar una política pública compleja: la Nueva Bauhaus Europea (NEB). Esta política impulsa la sostenibilidad, la inclusión, la innovación y el diálogo intercultural en las industrias creativas, arquitectura y diseño.

El principal reto consistía en acercar estos valores —abstractos y conceptuales— a públicos jóvenes mediante experiencias participativas que generen identificación, intercambio y apropiación. Si bien sostenibilidad, inclusión y belleza son pilares de la agenda europea, su abstracción dificultaba la conexión con nuevas audiencias de manera cercana y relevante.

El diagnóstico evidenció la oportunidad de fortalecer la presencia institucional de la Unión Europea en espacios vinculados a la creatividad, la innovación y la formación de nuevas generaciones, consolidando vínculos con actores estratégicos: universidades, estudiantes, jóvenes profesionales, representantes de Estados miembros, referentes de industrias creativas, medios y líderes de opinión.

Frente a este escenario, surgió “Europa inspira, Argentina diseña”, una iniciativa original de GOPA Com junto a la Universidad de Palermo, que utilizó la moda como herramienta de comunicación cultural. El proyecto, bajo el enfoque Team Europe, reunió a la Delegación y a los 21 Estados miembros representados en Argentina en una acción conjunta que puso en valor la cooperación, la diversidad cultural y el compromiso con la educación, la innovación y la creatividad.

La propuesta transformó los principios de la NEB en una experiencia concreta de aprendizaje, creación y visibilidad, culminando en un desfile profesional presentado en BAFWEEK, el evento de moda más importante de Argentina.

Un desfile que conectó Europa y Argentina

En BAFWEEK 2025, la Delegación presentó “Europa inspira, Argentina diseña”, convirtiendo un proyecto académico en una plataforma de intercambio cultural, formación y visibilidad nacional. El desfile profesional tuvo lugar en el Museo de la Inmigración de MUNTREF, coincidiendo con el Día delInmigrante, y reunió a estudiantes, autoridades diplomáticas, referentes de la industria creativa, medios, docentes, familiares y líderes de opinión.

Sobre la pasarela se presentaron colecciones inspiradas en los países miembros de la UE, reinterpretadas desde una mirada contemporánea y local. Más que una exhibición de diseño, fue la materialización de un proceso de intercambio cultural que se extendió durante un año académico.

La iniciativa posicionó a la UE en un espacio asociado a la creatividad, la innovación y la sostenibilidad, generando nuevas formas de diálogo con públicos jóvenes y acercando los valores europeos a través de una experiencia visual, participativa y emocionalmente significativa.

El desafío: transformar valores en experiencias

Se identificó la necesidad de acercar los principios de la NEB —sostenibilidad, inclusión y belleza— a nuevas audiencias mediante un lenguaje que genere conexión emocional y participación. El reto fue traducir conceptos de desarrollo sostenible, innovación y cooperación internacional en una experiencia concreta y relevante para jóvenes estudiantes y futuros profesionales, fortaleciendo el vínculo entre Europa y Argentina mediante el intercambio cultural, la cooperación institucional y la visibilización de nuevos talentos creativos. La moda emergió como el lenguaje universal ideal para expresar identidad, diversidad, creatividad y transformación social.

2. Propuesta/Enunciado de campaña (Estrategia)

La estrategia fue de largo plazo y se basó en tres ejes: formación, creación y visibilidad.

Como núcleo, en febrero de 2025 se creó la Cátedra Internacional Unión Europea: La Nueva Bauhaus Europea, en alianza con la Universidad de Palermo. Participaron 26 estudiantes de Diseño de Moda, quienes asumieron el desafío de representar a los 21 Estados miembros de la UE con presencia diplomática en Argentina. Mediante investigación y creación, los estudiantes exploraron historia, cultura, tradiciones y valores de cada país para transformarlos en propuestas de diseño contemporáneo.

Los objetivos específicos fueron:

- Acercar los valores de la NEB a nuevas generaciones, traduciéndolos en experiencias concretas.
- Posicionar a la UE como promotora de creatividad, sostenibilidad e innovación.
- Fortalecer vínculos institucionales entre la UE, universidades, embajadas y el sector creativo.
- Promover el desarrollo de jóvenes talentos y visibilizar sus propuestas en un escenario de alto impacto.

Los públicos clave fueron: estudiantes y jóvenes profesionales, docentes, referentes de la industria creativa, diplomáticos, medios especializados y público general interesado en moda y cultura.

El mensaje central: Europa y Argentina comparten valores, desafíos y oportunidades que pueden abordarse mediante la creatividad, el intercambio cultural y la cooperación.

Los canales de comunicación incluyeron: actividades presenciales (lanzamiento, desfiles), medios tradicionales (prensa nacional y especializada), y redes sociales (propias y de BAFWEEK), lo que permitió amplificar el alcance y la interacción.

3. Desarrollo/Ejecución del plan (Tácticas y acciones)

El proyecto se desplegó durante todo el ciclo académico 2025, comenzando con el acto de lanzamiento el 23 de abril en la Delegación de la UE, con autoridades diplomáticas y académicas.

Participación activa de las embajadas europeas

Las 21 embajadas de Estados miembros participaron activamente, generando encuentros y diálogos con los estudiantes, quienes pudieron conocer de primera mano la cultura, patrimonio e identidad de cada país. Esto enriqueció el proceso creativo y transformó la diversidad cultural europea en inspiración concreta para el diseño.

Del prototipo al desfile profesional

Tras la investigación y creación, los estudiantes presentaron sus propuestas en un desfile académico interno, seleccionándose las colecciones para la producción profesional. El proceso culminó con el desfile final en BAFWEEK, el 4 de septiembre en el Museo de la Inmigración, con 56 modelos y una audiencia de representantes diplomáticos, referentes de la moda, periodistas, académicos y líderes de opinión.

Coordinación y ajustes

Uno de los mayores desafíos fue la coordinación entre la Delegación, la Universidad y las 21 embajadas. La diversidad de agendas y expectativas requirió un trabajo colaborativo, flexibilidad y adaptación constante, logrando así una cooperación cultural tangible y de alto impacto.

4. Resultados y evaluación

“Europa inspira, Argentina diseña” trascendió el formato educativo para convertirse en una plataforma de intercambio cultural, promoción institucional y visibilidad pública.

Logros principales:

- Apropiación de valores NEB por parte de nuevas audiencias a través de una experiencia participativa y visualmente impactante.
- Fortalecimiento de vínculos entre instituciones académicas y representaciones europeas.
- Promoción y desarrollo de jóvenes talentos del diseño argentino.
- Posicionamiento institucional de la UE en uno de los escenarios más relevantes de las industrias creativas de Argentina.

Datos cuantitativos:

Más de 150 personas participaron presencialmente del desfile final, incluyendo diplomáticos europeos, autoridades, profesionales de la moda, estudiantes, familiares y medios.

Cobertura en medios nacionales y especializados como Para Ti, Clarín, ¡OHLALÁ!, Amo la Moda, Filo News, Vía País y EuroLatinNews.

En redes sociales, la campaña generó:

- 280.980 impresiones
- 168.280 personas alcanzadas
- 166.620 interacciones

Cifras de las redes de BAFWEEK:

Marca	Locación	Asistencia	Alcance	Visualizaciones	Impresiones	Engagement rate
HEIDI CLAIR	Maison Chandón	150	20.089	25.978	27.473	24%
BESTIA	Local Malabia	150	24.895	42.455	43.430	23%
UNION EUROPEA	Muntref	250	14.920	20.163	21.265	35,2%
BOWEN	Galería Ruth Benzacar	250	12.802	16.493	17.569	41,5%
SADAELS	Galería Larreta	250	23.483	37.992	39.352	25,5%
MARIA CHER	Caramelo	150	25.380	35.753	36.854	25,5%

Estos resultados evidencian una alta capacidad de convocatoria y engagement, demostrando el potencial de las industrias creativas para acercar mensajes institucionales complejos a nuevas audiencias.

Conclusión: Una plataforma replicable de diplomacia cultural

El proyecto demostró cómo la moda puede ser una poderosa herramienta para comunicar valores, generar diálogo intercultural y acercar la cooperación internacional a nuevas generaciones. A través de educación, creatividad, alianzas institucionales y visibilidad pública, se logró transformar los valores de la NEB en una experiencia concreta, participativa y emocionalmente significativa.

La iniciativa consolidó a la Unión Europea como actor comprometido con la cultura, la educación y el desarrollo de jóvenes talentos, y dejó un modelo replicable de cooperación entre instituciones académicas, representaciones diplomáticas e industrias creativas.