



CHEERS

JULIAN JAVIER CONTRERAS MUÑOZ
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO
DISEÑO INDUSTRIAL
2019 - 2S
CPG

Directores:



Lorena Guerrero



Alfredo Gutierrez



Jaime Rodríguez

DEDICATORIA

A mi madre, Yolima.

Por darme la vida, por hacerme quién soy, por apoyarme y por guiarme hasta mi presente.

A mi padre, Javier.

Por su amor y acompañamiento incondicional en mi proceso, a pesar de la distancia.

AGRADECIMIENTOS

A mis amigos y familiares por hacer mi experiencia en la Universidad una de las mejores etapas de mi vida. Alejandro S., Gabriel, Sergio, Alejandro H., abuelos. Gracias.

A mis profesores: Diego J, Pablo, Alberto y Alfredo, Lorena y Jaime. Y a todos aquellos que lograron despertar y desarrollar mi interés por el diseño industrial, y a los que no, por hacerme valorar aún más a los otros.

A la Tadeo, Partners of the Americas, 100k Strong in the Americas, Colciencias y a todos los involucrados en el Proyecto del Grant del que soy parte por darme esta maravillosa oportunidad que de seguro significará un cambio en mi vida personal y profesional.

Al Ex-presidente Juan Manuel Santos y al Programa Ser Pilo Paga por darme el beneficio de tener un proceso universitario que en circunstancias normales no podría haber vivido.

A toda aquella persona que durante estos cinco años haya demostrado algún tipo de interés, ofrecido cualquier ayuda o apoyo en pro de la profesión y mi proceso en la carrera.

Índice de Contenidos

	# Pág.
Resumen / Palabras Clave	6
PARTE I	
Capítulo I: <u>La comodidad de lo incómodo</u>	7
Capítulo II: <u>De la comodidad visual y el subconsciente estratégico</u>	8
Capítulo III: <u>Base, estructura y postura</u>	11
Capítulo IV: <u>Sentarse bien, sentirse mejor</u>	13
Capítulo V: <u>¡Salud por Cheers!</u>	22
PARTE II	
Capítulo VI: <u>Re - tomando</u>	26
Capítulo VII: <u>Entrando en conflicto para salir de él</u>	28
Capítulo VIII: <u>Beber, beber, beber - Beber, jugar, pensar</u>	31
Capítulo IX: <u>Lubianka</u>	34
Capítulo X: <u>Pos-Cheers</u>	40
Bibliografía	42

Tabla de Ilustraciones

	# Pág.
Figura 1. Ejemplo I.	2
Figura 2. Ejemplo II.	2
Figura 3. Primer contexto.	2
Figura 4. primera propuesta oficial de Cheers.	2
Figura 5. Presentacon de la idea.	2
Figura 6. Segunda propuesta de Cheers.	2
Figura 7. Boceto II.	2
Figura 8. Boceto I.	2
Figura 9. Bogotá Beer Company	2
Figura 10. Silla Cheers ii.	2
Figura 11. Silla Cheers i.	2
Figura 12. Planteamiento a escala de la Silla Cheers.	2
Figura 13. Boceto III.	2
Figura 14. Boceto IV.	2
Figura 15. Boceto V.	2
Figura 16. Boceto VI.	2
Figura 17. Etiqueta Cheers.	2
Figura 18. Muestra de la Baraja Cheers.	2
Figura 19. Logo de Lubianka.	2
Figura 20. Trabajo de campo	2
Figura 21 Trabajo de campo III	2
Figura 22. Trabajo de campo II	2
Figura 23. Etiqueta Cheers.	2
Figura 24. Baraja Pos conflicto - Baraja Conflicto.	2
Figura 25. Empaque Cheers	2
Figura 26. Barajas y Etiqueta Cheers	2

Resumen

Lo que viene a continuación no se trata simplemente de un documento de grado. Esto es la culminación de un proceso de cinco años en los que ha habido traspasos, alegrías, desencantos. Todo tipo de emociones generadas por el diseño industrial. Y en este documento hablaremos de Cheers y de sus dos etapas, sus dos momentos, sus dos enfoques. De las razones por las que presentó un cambio de temática y de materialidad tan drásticos. Del grupo social objetivo y del contexto intervenido, y de todos aquellos factores que enfocaron y encaminaron el proyecto para ser lo que es hoy en día.

Palabras Clave: Comodidad, Cerveza, Conflicto, Lúdica, Diálogo.

PARTE I

I

La comodidad de lo incómodo

De las razones, preguntas y oportunidades por las que nace Cheers.

¿Alguna vez te has puesto a pensar en cómo te sentiste en realidad en el último restaurante que comiste o en el último bar en el que tomaste una cerveza con un amigo? ¿Te sentiste cómodo? Y con esto no quiero que pienses en cómo te atendió el mesero, en si disfrutaste la comida. Quiero que pienses en el puesto donde estuviste. El comedor. La silla. ¿Te sentiste cómodo en realidad? Ahora que te has puesto a pensarlo probablemente no lo recuerdes, porque es algo que como comensales tendemos a ignorar, por el simple hecho de que cuando estamos en un punto de encuentro social (restaurante, bar) nuestra atención está enfocada en su mayoría a como nos vemos, cómo nos ven los demás, que dicen a tu alrededor, que vamos a ordenar, nuestros modales en la mesa, etc.

Otra de las razones por la que esta problemática pasa tan desapercibida se relaciona directamente con lo que conocemos en Ergonomía como percentiles, un grupo de datos que pretende encontrar un promedio estandarizado para diferentes tipos de tamaños y medidas propias del cuerpo del ser humano. ¿Cómo se relaciona? La mayoría de objetos, artefactos, muebles, se piensan para poder ser usados por la mayor cantidad de personas, y en el caso de Colombia, al ser un país con un promedio de estatura relativamente bajo, dichos objetos se diseñan tomando como base este porcentaje de la población para que la aceptación, impacto y ventas sean abundantes y no afecten a la industria colombiana. Pero y, ¿Qué pasa con ese porcentaje, mínimo tal vez, que por sus condiciones particulares (en este caso físicas) no pueden acceder de igual manera a estos inventos que probablemente necesiten o deseen?

Ahora bien, aun cuando al parecer todo está pensado para la mayoría de población en Colombia ¿Eso significaría que este todo funciona correctamente y no le genera ningún tipo de inconveniente a los usuarios comunes? La respuesta es no. Es por esto que se habla de una comodidad de lo incómodo. La gente se “acomoda” a lo que el mercado le ofrece y se conforma con eso, que sería el caso de las sillas en un restaurante de alta cocina, por poner un ejemplo. Si entramos a detallar el espacio como tal debe generar sensaciones de tranquilidad, status y/o satisfacción, y con esto ya es suficiente para que

el usuario ignore completamente el puesto donde estará por al menos una o dos horas. Esto lo analizaremos más en detalle en el capítulo dos.

Pero entonces, es allí donde yace esa oportunidad, que ha dado paso al desarrollo de este planteamiento, a este proceso de investigación, observación y análisis, que, además de basarse en usuarios que al ser estudiados, entrevistados e intervenidos ayudaron con aportes gigantescos, cuenta con la experiencia propia de quien lo planteó, desarrolló y diseñó. Yo, Julián Contreras, con dos metros de estatura encima (28cm por encima del promedio de un hombre adulto en Colombia) y cómo loco amante de la comida, he tenido la oportunidad de evidenciar todos los problemas que se tienen en la mesa en cuanto a espacios, posturas...problemas en sí por las que tiene que pasar una persona que está por fuera de los estándares en Colombia, y en este caso específico en los bares y restaurantes.

He aquí la importancia del proyecto en lo personal, pues además de querer brindar una experiencia de comodidad completa a cualquier usuario, tuve el reto personal de hacer visible a ese porcentaje de la población que no es tenido en cuenta cuando se diseña algo y que nos obliga a acomodarnos a cosas incómodas.

II

De la comodidad visual y el subconsciente estratégico

De la manera en que los bares y restaurantes nos han vendido una idea de comodidad errónea, toda suplantada sobre lo que vemos.

Y es que esta problemática mencionada anteriormente no nace de un día para otro. De hecho, nace de una vivencia diaria, de una constante interacción con cualquier objeto cotidiano y observación sobre las acciones y movimientos de la gente con los mismos. Pero, a pesar que como diseñadores en cualquier entorno podemos encontrar una problemática que solucionar, los bares y restaurantes serán nuestro foco de atención a continuación. ¿Por qué? Vamos a revisarlo.

Los bares y restaurantes son lugares milimétricamente pensados para hacer de la experiencia del usuario la mejor posible. Estos espacios por lo general buscan ser tranquilos, relajantes, con música que ambiente los momentos, que a su vez ofrecen un buen servicio al cliente, con el fin único de generar la máxima sensación de comodidad en el usuario para que siga visitando el lugar y lo recomiende a terceros. Aquí está la trampa. El asunto. El problema.

Más allá de todo lo que un espacio como estos nos ofrece a nivel visual y de servicio, hay que pensar en el puesto donde vamos a disponernos a comer, conversar y estar por entre una y dos horas, tal vez más. Esto es lo que los restaurantes no quieren ver. Su estrategia de ventas y negocio está basada en ofrecer un espacio visualmente ideal, que haga que el usuario se sienta en un lugar único, casi como su hogar. ¿Cómo se logra esto? Creando espacios con iluminaciones cálidas, con colores sobrios, casi neutros, que generen armonías entre sí, con la vajilla, con los mismos productos que se venden y con los muebles, que pierden su importancia ante el nivel de “perfección” visual del lugar.

Estos lugares de encuentro social tan concurridos y anhelados se han convertido en totales expertos del dominio del subconsciente estratégico, es decir, nuestra mente. Tal vez nos somos conscientes del poder que tiene nuestra mente, como por ejemplo para hacernos ver lo que queremos ver, para concentrarnos en una sola cosa y no poder ver más allá, para cerrarnos a un universo de posibilidades cuando nos hace creer que con lo que tenemos estaremos bien y no necesitaremos nada más.

Así pues, en los bares especialmente, quienes diseñan los interiores de estos espacios están al tanto de todo esto, por eso en estos lugares vemos generalmente colores oscuros como el negro, luces cálidas y en poca cantidad, calefactores a gas, una música ambiente lo suficientemente variada o genérica que en ocasiones pasa hasta desapercibida y al usuario, sin importar sus gustos musicales, le hace sentir bien. Condensando todo esto en un mismo espacio, ¿Qué se obtiene? Tal vez una de las mejores experiencias para una persona que desea pasar un momento diferente, fuera de su rutina. Claro está que la mayoría de restaurantes populares y elegantes aplican estas mismas técnicas. Pareciera que la combinación entre negro, cálido y fuego fuera lo único necesario para crear una experiencia inolvidable.

Ese dominio por parte del contexto sobre el subconsciente estratégico no está mal, para nada. Lo que sí está mal es que se deje de lado la otra cara de la experiencia al momento de comer que es el puesto en el que aprecias toda esa belleza del lugar. La comodidad que ofrecen los bares y restaurantes es netamente visual, por tal motivo nuestra mente nos hace creer que nada estuvo mal con el lugar cuando en realidad pudiste haber cambiado de postura repetidas veces, pudiste haberte ido al baño porque no querías seguir sentado, o ya deseabas irte porque te sentías “encerrado” en el lugar. Cosas como las anteriores son las que solemos ignorar, teniendo en cuenta que estas son en realidad las que pueden tener un gran impacto sobre nuestra salud física. (dolores de espalda, musculares en general, de los huesos, las articulaciones, etc.)

Otro factor que soporta en gran medida el por qué se nos ofrece una comodidad visual en estos lugares son las redes sociales. Siempre que vayamos a un restaurante elegante o un bar estilo PUB irlandés veremos a la mayoría de personas tomándose selfies, tomando fotos del lugar, del plato que ordenaron y lo pulcro que se ve (incluso están aquellos que no toleran que toquen su plato si no le han tomado su respectiva foto). Si estos lugares no ofrecieran esa pulcritud visual tanto del espacio como del producto, pasarían dos cosas: primero, la popularidad del lugar sería más reducida pues no sería promocionado por sus mismos usuarios en redes sociales y por consiguiente su clientela e ingresos bajarían. Es por esto que la prioridad para ellos está en el diseño de interiores y la gastronomía, no en el diseño industrial.

Podemos traer a citación un par de ejemplos para dejar clara la idea de comodidad visual, tal vez de manera un poco analógica.

Un comedor de gala, como el del palacio real de Madrid, que a pesar de no generar mucha comodidad visual por la cantidad de luz que presenta y los colores que maneja, domina completamente nuestro subconsciente estratégico por el solo hecho de estar hablando del comedor de los reyes. A nadie le va a importar estar incomodo en un lugar donde se sabe que solo se sientan personajes importantes. El

solo hecho de que nuestra mente ya sepa esto, hace que nuestro cuerpo no responda de igual manera a la incomodidad que seguramente sentirá. Y es curioso pensar en lo sedentarios que eran algunos reyes aun cuando los muebles que tenían (costosos, por cierto, más que por su diseño por sus materiales) no contaban con tecnologías modernas de los colchones o los asientos que en realidad los hicieran cómodos. Aunque pareciera que aun hoy en día con todo esto con lo que contamos, no hemos podido llegar al planteamiento correcto de muchas cosas que deberían ser cómodas para todos.

Segundo ejemplo, las salas de cine convencionales. Entiéndase por convencional la sala más sencilla, en 2D a la que invitábamos a la chica que nos gustaba con nuestros ahorros de dos semanas en el colegio. ¿Por qué el cine nos ayuda a explicar esto? Porque el cine “nos mete todo por los ojos”. Una persona que desea ir a ver una película, va a pagar por ver. Una vez la persona ya esté haciendo lo que vino a hacer, ver, lo que pase a su alrededor va a tener un nivel de importancia tan reducido que ni se notará. Su puesto puede ser el más incómodo de la sala, pero si se está viendo la película, nuestro subconsciente estratégico empieza a dominar de nuevo al anatómico, nuestro cuerpo. El hecho de estar disfrutando de la película nos hace olvidar completamente de cómo estamos sentados, de que nos está doliendo. Una vez la película se ha acabado, caemos en cuenta de que partes del cuerpo nos duelen y es ahí cuando comenzamos a quejarnos de los puestos del cine, algo que nunca nos importó durante prácticamente toda la función.

Con lo anterior en mente, podemos hablar de dos contextos particulares que sirvieron como referencia para el planteamiento y desarrollo efectivo del proyecto.

Remontándonos al contexto local encontramos dos espacios que evidenciaron una oportunidad interesante de análisis, investigación y observación. Por un lado, tenemos el restaurante Crepes &

Waffles. Es reconocido por ser uno de los restaurantes nacido en Colombia con mayor crecimiento a nivel nacional e internacional, empezando con un local en Bogotá y al día de hoy ya expandido

a países como España, Ecuador, Venezuela, México, Panamá. Además, según las reseñas, la experiencia de las personas que visitan este restaurante es bastante gratificante, en su mayoría las opiniones hacen alusión a la calidad del servicio, la presentación y exquisitez de la comida y, por si fuera poco, a la comodidad.

Para soportar lo anterior, se realizaron un par de entrevistas a dos mujeres que expresaron opiniones similares hacia este establecimiento. La primera persona entrevistada, Viviana Torres, de 24 años y 1,75m de estatura mencionaba que Crepes & Waffles es tal vez de los restaurantes en los que ella se había sentido realmente cómoda. Es interesante esta opinión viniendo de una mujer bastante por encima del promedio de estatura en Colombia (1,60m), pues da la impresión que el restaurante ha

tenido en cuenta a la mayoría de usuarios posibles, posiblemente no sea así, pero el hecho de dar el indicio ya lo vuelve valioso.

Una opinión similar es la de Natalia Duarte, de 25 años y 1,54 m de estatura. Decía que considera a Crepes como uno de los restaurantes más cómodos en los que ha estado por tres razones: El servicio, el ambiente y los puestos. Esta última razón obviamente atrapó mi atención pues la problemática del proyecto se basa en eso, la incomodidad de los puestos donde se ubica la gente en bares y restaurantes de este tipo. Fue ahí cuando Crepes & Waffles entró a ser el centro focal para implementar el proyecto y convertirlo en el restaurante más cómodo, quizá del mundo.

Sin embargo, Natalia mencionó el segundo contexto que representó un re-enfoque del proyecto por la necesidad más urgente de una solución que respondiera a cuestiones de ergonomía, comodidad y espacio. Hablamos de Bogotá Beer Company, una cadena de venta de cervezas artesanales que enmarcan la cultura, tradición e historia de Bogotá y Colombia. En palabras de Natalia, el lugar se ve re lindo y cómodo por fuera, pero al entrar y sentarse, los puestos son “re pailas” e incómodos.

BBC es, igualmente, un referente ideal para que he decidido llamar comodidad visual. Todos sus establecimientos se caracterizan por tener un ambiente tenue, ni muy iluminado ni muy oscuro, que genera tranquilidad y seguridad en las personas, que las invita a entrar a tomarse una cerveza con un amigo con solo pasar frente al lugar. Manejan colores oscuros como negro y café y lo contrastan con luces cálidas y amarillos oscuros, que de por sí son armonías bastante comunes en los tradicionales PUB irlandeses.

Así pues, con un contexto sobre el cual trabajar, investigar y experimentar, se hizo más sencilla la resolución y desarrollo del proyecto.

Para dejar esto más claro es relevante citar a Katherine Kolcaba, una enfermera estadounidense, con maestría y doctorado en su área, quién planteo una teoría que llamó “La teoría del confort”. En su teoría plantea cuatro contextos de experiencia de vital importancia para el enfoque de este proyecto. Estos cuatro son:

- Físico: Relacionado a las sensaciones corporales.
- Psicoespiritual: Referente a la autoestima.
- Social: De relaciones interpersonales.
- Ambiental: De las influencias externas.

Si se piensa con atención, el proyecto y el espacio en el que se desarrolla tienen estos cuatro tipos de contextos evidenciados implícitamente. ¿Cómo? Un asiento cómodo va a generar una sensación

corporal agradable a la persona (físico), que a su vez la hará sentir bien consigo misma (psicoespiritual), estando en un espacio ambientado para hacer sentir “cómodas” y tranquilas a las personas (ambiental) y así lograr interactuar y formar/fortalecer lazos sociales con los demás (social). Es con esto que se verá la verdadera influencia de *Cheers* sobre el contexto y el usuario, encontrando la armonía del diseño industrial de usuario-contexto-objeto.

III

Base, estructura y postura

De las relaciones, inspiraciones, referentes y ejemplos que llevaron al planteamiento de la propuesta final

Como una silla, todo proyecto debe tener una base que soporte todo el planteamiento, que le dé cuerpo y estructura al desarrollo del mismo.

La principal inspiración que da paso al planteamiento de este proyecto es la experiencia personal. Este proceso está fuertemente ligado e influenciado por la experiencia del diseñador. En un principio, antes de entrar a enfocarnos en los bares y restaurantes, existía la problemática en cuanto al uso de cualquier objeto cotidiano, cuya interacción se dificultaba más para personas de percentiles más altos de lo usual. Por ejemplo, los asientos del transporte público en Bogotá, específicamente buses y busetas, están separados el uno del otro a la misma distancia basado en el promedio de estatura colombiano, por tal motivo, las personas por encima de estos estándares no pueden sentarse, o por lo menos no ocupando un solo puesto. Ahora bien, las alturas de los mismos impiden igualmente que este porcentaje de la población pueda ir de pie, la única manera posible sería en los escalones de la puerta de salida/ entrada. Esto hace referencia directa a lo que mencionamos de acomodamos a la incomodidad, a lo que se nos ofrece pero que no nos atrevemos a intervenir.

Segundo ejemplo. Lavamanos, secadores para manos, dispensadores, cualquier tipo de objeto de uso público en espacios como centros comerciales, todos ubicados a una altura estandarizada basado en el promedio, para poder ser usados por la mayor cantidad de personas posibles, evitando que hagan malos movimientos, malas posturas, malos esfuerzos que puedan representar algún tipo de lesión muscular o articular. Pretendamos que se logra. Ahora, ¿Qué pasa con aquellos que deben padecer todas estas malas posturas, inclinaciones y movimientos? ¿Quién los tuvo en cuenta al momento de diseñar/ubicar esos objetos? Tal vez en estos casos solo se espera que este porcentaje menor de la población se adapte y ACOMODE a lo que se le ofrece. Se podrían catalogar a todos estos diseños como excluyentes si se quiere. Pero no estamos aquí para criticar el diseño, sino para adoptarlo e intervenirlo.

Ahora bien, no serviría de una contar con una inspiración sólida que busca romper con ese paradigma del diseño no inclusivo si no se llevan acciones en pro del objetivo. Así pues, cabe recordar que todo lo anterior mencionado va ligado a la experiencia propia del diseñador, pero si se diseñara basado únicamente en este criterio se rompería con la ideología del diseño industrial de investigar, observar, entrevistar, formular e intervenir, que para su correcto cumplimiento requiere de un usuario problema ajeno al diseñador.

Es aquí donde comienzan a surgir todas esas relaciones que dan pie a un planteamiento sólido del proyecto, como, por ejemplo:

- Asiento - Posturas
- Movimientos - Gestualidad
- Forma - Adaptabilidad
- Comodidad - Material

Estas relaciones logran enfocar el proyecto, no solucionarlo. ¿Por qué? Porque de hecho estas lo que hacen es generar más y más preguntas que pretenden analizar cada detalle de la problemática para no pasar nada por alto y llegar a una solución que en realidad sea efectiva para el fin con el que se creó.

Así pues, la forma, estética y función de *Cheers* se ejecutan con base en la forma y estética del contexto en el que se desarrolla el proyecto. El manejo del color negro, los contrastes con

amarillos y los detalles en madera típicos de estos lugares se toman, se apropian, se mutan y se aplican a la estética del objeto.

Aquí valdría mencionar el proceso de observación y recolección de información, propio de la investigación y cómo añadió cambios en cuanto a forma y funciones del proyecto.

Asistir a bares y restaurantes durante este proceso para analizar tanto comportamientos propios como de los demás usuarios abrió las puertas a un mundo de posibilidades con la silla. Si bien, como hemos mencionado, las personas no son conscientes de su incomodidad en el puesto donde se encuentran, si es cierto que, de manera inconsciente, nos estamos acomodando, moviendo y cambiando de postura periódicamente durante una cena o una plática con amigos. El cuerpo de manera automática responde a todos aquellos momentos en que por nuestra posición se está causando algún tipo de fatiga o dolor de un musculo o articulación, porque nosotros como usuarios ya estamos acostumbrados a “padecer” esos dolores, y en vez de proponer una solución, simplemente nos adaptamos.

3.1 Comodidad / confort

En este punto es importante mencionar la diferencia comodidad – confort. Estos dos términos que siempre hemos pensado que van de la mano tienen una diferenciación que vale la pena resaltar:

- Comodidad hace referencia directa a acciones u objetos que impliquen el mínimo esfuerzo para completar lo que se pretende lograr de la manera más efectiva posible.
- Confort se refiere a las sensaciones que nos transmite el uso de un objeto o una circunstancia del entorno en particular, por ejemplo, placer, descanso, serenidad

Sin embargo, a pesar de tener dos enfoques aparentemente independientes, el proyecto se aprovechó de esta diferencia para convertirla en una relación que si se aplica efectivamente le dará a *Cheers* todas las cualidades que responderán tanto a cuestiones de comodidad como de confort, generando en el usuario una experiencia completa en el establecimiento, no únicamente visual.

Volvemos a retomar la teoría de Kolcaba, esta vez para hablar de los tres tipos o estados de confort que plantea:

- Alivio: Es el estado más básico del confort en el que una persona ha satisfecho una necesidad.
- Facilidad: Es un estado de total calma y satisfacción, que dentro del proyecto es el que el contexto intenta dar a sus usuarios.
- Trascendencia: Se considera como el estado más alto de confort, no únicamente por tener una necesidad satisfecha o estar en calma, sino porque la persona logra surgir por encima de sus problemas o dolores.

Cheers como proyecto busca lograr que los usuarios lleguen al menos al segundo estado de confort planteado por Kolcaba. Es algo complicado de lograr, pues la comodidad del asiento y la mesa no es algo en lo que la mayoría de usuarios se centren cuando piensan simplemente en ir a tomarse una cerveza con amigos, charlar, reír e irse. La comodidad real es algo que pasa tan desapercibido que representa un reto particular para el proyecto, el cual es hacer que las personas se den cuenta de algo que todo el tiempo han estado ignorando, y hacer caer en cuenta de algo a alguien, o cambiar una mentalidad si se quiere llamar así, no es tarea sencilla.

IV

Sentarse bien, sentirse mejor

De todos los cambios presentados en el objeto, desde el desarrollo formal, estético y funcional hasta la consolidación de lo que hasta hoy es el proyecto.

Pareciera que diseñar una silla estuviera ligado a la profesión del diseño industrial. Cualquiera que haya vivido un proceso de formación como diseñador industrial, seguramente diseño una silla, o al menos lo tuvo en mente. Y es que en lo personal considero que la silla puede ser tomada como uno de los ejemplos más claros por los cuales esta profesión existe. La infinidad de sillas creadas a lo largo de la historia demuestra que a pesar de lo mucho que se inventen y se replanteen, siempre habrá una falencia que algún diseñador intentará intervenir. Es por esto que el hecho de diseñar una silla no se debe tomar como un *cliché* dentro del diseño, debido a la infinidad de oportunidades de diseño que se pueden encontrar dentro de un mismo objeto.

El proceso de planteamiento no fue sencillo. A pesar de contar con una hipótesis sólida y una investigación apropiada, las ideas no fluían al momento de darle una forma y unas particularidades al objeto. Lo primero fue darle un nombre al proyecto. En un principio surgió *Adap-table*, una palabra compuesta que hacía referencia tanto a la adaptabilidad del objeto, como a la palabra mesa en inglés.

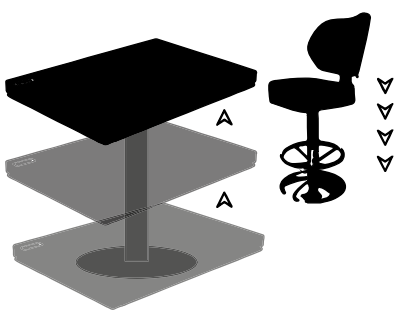


Figure 1. Ejemplo 1.

¿Por qué mesa? El proyecto en un inicio pretendía ser un conjunto entre una mesa y una silla, en el cual, cuando el usuario se sentaba, generaba una modificación automática de alturas tanto de la silla como de la mesa para que ambas se adaptaran al largo y alto de sus piernas. pero por cuestiones de producción, tiempo y presupuesto no se llegó a desarrollar.

Después de esto, y en un momento de brillantez, vino a mi mente la palabra *Cheers*,

- *Cheers* - Esta palabra usada en la mesa para brindar en momentos especiales, cuando todos están pasando un momento agradable en la mesa junto a sus seres queridos, amigos o compañeros. Esta palabra que traduce al español “salud” y “gracias”.

Con lo anterior en mente se evidencia el motivo por el cual he decidido llamar de esta manera a mi proyecto. Una palabra logró abarcar todos los contenidos que trabajo. ¿Cómo?



Figure 2. Ejemplo II.

1. Es una palabra que se usa en la mesa, mueble más común en bares y restaurantes. (Junto con la silla claro está)
2. Su significado se puede interpretar cómo la palabra usada para brindar, pero a su vez puede ser tomada como la salud física que se ve vulnerada por los puestos incómodos.

Una vez el nombre quedó establecido comenzaron a surgir los primeros procesos de ideación, tomando como referencia asientos que según los usuarios son cómodos, como, por ejemplo, la AERON, del diseñador Herman Miller. Es considerada una de las sillas de escritorio más cómodas y ergonómicas jamás creadas.



Figure 3. Primer contexto.

Es a partir de este momento que nace la **primera propuesta oficial** de *Cheers*.

Esta es capaz de adaptarse a la mayor cantidad de



Figure 4. primera propuesta oficial de *Cheers*.

requerimientos de quien la usa. Esto gracias a diferentes particularidades como:

- En su espaldar, cuenta con 6 puntos de contacto completamente móviles y adaptables capaces de acomodarse a cualquier textura del usuario. A su vez, en el asiento cuenta con 3 puntos de contacto.
- Podemos encontrar un reposa pies que permite adaptarse tanto en altura como en posición, es decir, es posible rotarlos igualmente si así lo desea el usuario.
- Para aquellos quienes encuentran incómoda una sola posición al comer y prefieren sentarse en posición

de yoga o simplemente subir una pierna al asiento, la silla les permite desplegar una superficie adicional a cada lado del asiento.

El contexto para el que se pensó esta idea es Crepes & Waffles. En su momento, como se explicaba en el segundo capítulo, la razón por la que trabajé con Crepes es porque para las personas con las que hablé, este es el restaurante en el que más “cómodos” se habían sentido, tanto por la experiencia como por los puestos. Lo que pretendía principalmente era hacer de este restaurante el más COMODO, aun sabiendo que la gente ya lo consideraba de esta manera sin mi objeto implementado. En otras palabras, buscaba dar más en donde tal vez no se requería una intervención tan urgente.

Presentación de la idea:



Figure 5. Presentación de la idea.

El 21 de marzo de 2019 presenté ante mis compañeros y profesores de la Universidad esta primera propuesta.

Aunque en un principio la idea parecía un poco salida de casillas, generó gran interés por a las posibilidades que ofrecía en cuanto a adaptabilidad. Los puntos de apoyo desplazables generaban interés pues en realidad podrían lograr una adaptabilidad a cada tipo de textura de las personas.

Por otro lado, el reposapiés no convenía mucho. Otra cuestión que preocupaba era el espacio y el peso de la silla. Había que pensar que la interacción no sería únicamente con el comensal sino también con el mesero, que tendría que cargarlas al momento de asear el establecimiento.

Así pues, después de esta presentación, y con una retroalimentación bastante valiosa por parte de mis compañeros, el proyecto comenzó a transformarse, tanto en su enfoque como en su función y estética. Es aquí cuando nace la **segunda propuesta de Cheers**.

En cuanto a esta propuesta lo primero que es importante resaltar, es que el contexto problema cambió. Al evidenciar que Crepes & Waffles ya era un restaurante lo suficientemente cómodo como para ser intervenido, pensé en identificar un



Figure 6. Segunda propuesta de Cheers.

lugar donde la problemática de la incomodidad fuera más grave. Y lo encontré. Bogotá Beer Company.

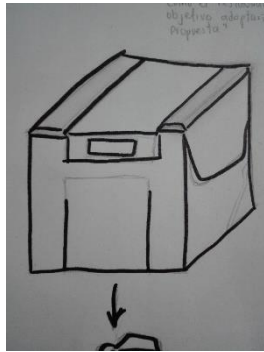


Figure 8. Boceto I.

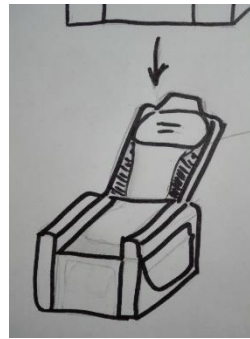


Figure 7. Boceto II.

No es lógico que uno de los puntos de reunión social más concurridos de la actualidad en Bogotá tenga problemas tan serios de comodidad para sus clientes. El BBC es el vivo ejemplo que corrobora la hipótesis de la comodidad de lo incómodo.

Con este nuevo contexto, y con uno de los aportes por parte de mis compañeros, se incorporó al proyecto un nuevo concepto, la plegabilidad. La razón de esto fue algo que mencioné anteriormente, relacionado con las personas que deben “usar” las sillas al momento de asear el lugar. Si la comodidad es el concepto más relevante a intervenir con *Cheers*, hay que pensarla no solo



Figure 9. Bogotá Beer Company

para el consumidor, aquel que va a gastar su dinero en cerveza y comida, sino también para aquel que está ahí trabajando, ganando dinero, ofreciendo un servicio. Y con este en mente, se plantea la segunda versión de *Cheers*.



Figure 11. Silla Cheers i.

¿Un cubo? De hecho, sí. Hoy en día en bares y cervecerías podemos ver asientos demasiado básicos, desde una butaca hasta un banco cúbico como lo es *Cheers* en este caso. ¿La razón? Básicamente la forma cúbica respondía a todas las necesidades de espacio para poder acomodar todas las secciones y partes de la silla dentro de un mismo conjunto. Y ahora ¿Cuáles son estas partes? Vamos a verlas:

Primero contamos con un espaldar (que en su forma cúbica solía ser el asiento de las personas). Este espaldar, al ser un mueble pensado para los Bogotá Beer Company, tiene grabado uno de sus lemas principales, “Bienvenido al 1%”, el cual hace referencia a, en palabras del fundador de BBC, Berny Silberwasser:



Figure 10. Silla Cheers ii.

“El 1% es la invitación a hacer parte de nuestro mundo, de un mundo diferente, de un mundo con más variedad, donde podemos escoger, donde no nos imponen nada.”

Y es bastante particular esto, pues su relación con lo que pretende el proyecto es bastante similar. *Cheers* busca que las personas sean libres de acomodarse de la manera que deseen y, a su vez, que la silla se adapte a la contextura particular de cada quien, bien sea si se está usando como banco (plegada) o como silla (desplegada).

Esta característica de plegabilidad opaco un poco el principal enfoque que tenía la silla en un principio, el cual era de la adaptabilidad a cualquier tipo de contextura de los usuarios, pero no del todo, porque con los materiales que se emplearan para su parte interna (que los veremos más adelante) se seguirá honorando esta característica fundamental de la silla.

Es importante aclarar que **estos planteamientos** formales **son** netamente **estructurales**. La estética final del objeto no está definida aún. En el caso de la primera propuesta de *Cheers* lo que se pretendía mostrar era una mirada al interior de la silla, en cuanto a cómo iban a estar distribuidos los puntos de contacto móviles, como se desplazaban dependiendo de la contextura del usuario, etc. En el caso de la segunda aproximación se pretendía evidenciar los mecanismos y la forma en que la silla se plegaría y desplegaría, igualmente explicando las razones por las que se manejó esa forma y a que se debieron los cambios en el enfoque. La fase final del proyecto y cómo se pretende desarrollar la analizaremos más en detalle en el capítulo siguiente.



Figure 12. Planteamiento a escala de la Silla Cheers.

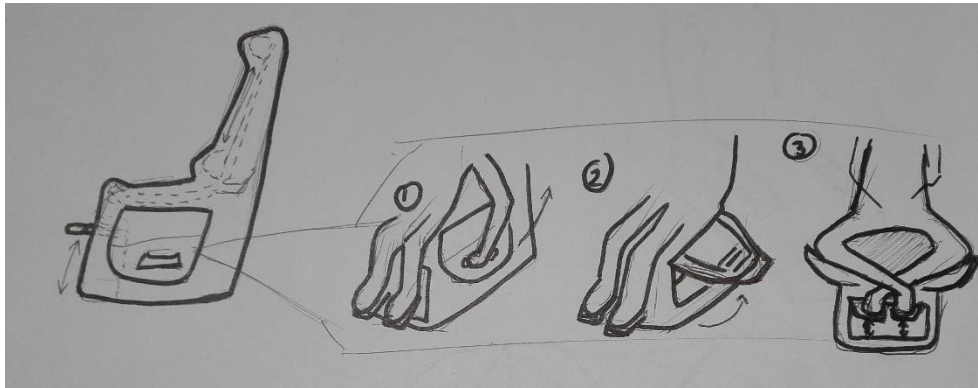


Figure 13. Boceto III.

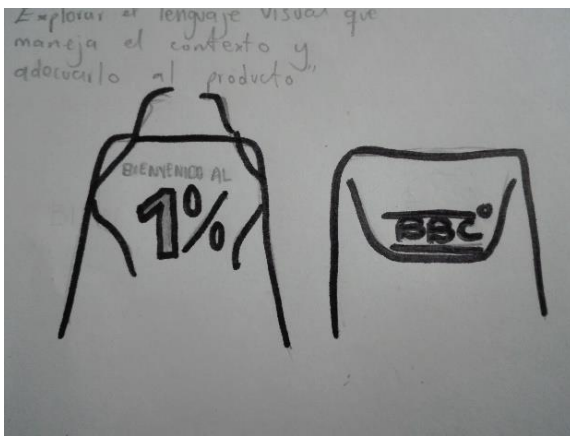


Figure 14. Boceto IV.



Figure 15. Boceto V.

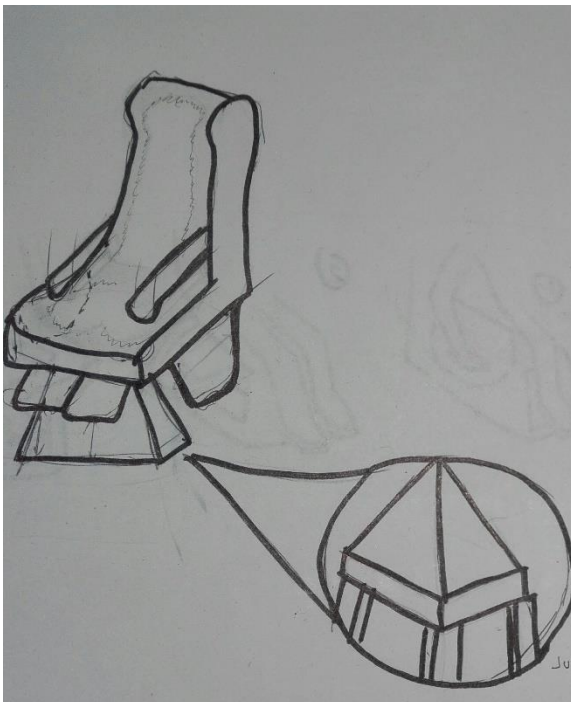


Figure 16. Boceto VI.

BOCETACIÓN

No suelo ser un diseñador que bocete mucho, los pocos bocetos que realizo son simplemente “notas” que me ayudan a no olvidar alguna idea que surgió en algún momento de brillantez.

V

¡Salud por Cheers!

De lo que se concluye después de todo este proceso y de lo que se viene

La culminación de un proyecto no existe. Todo proceso, aunque no parezca, siempre continúa. Y más aún si estamos hablando del diseño industrial, una profesión que no deja de buscar, encontrar y solucionar problemáticas dadas en cualquier tipo de contexto. He ahí la belleza de esta profesión.

Cheers fue uno de los proyectos más complicados de plantear y desarrollar, debido al tiempo, disponibilidad y motivación que tuve con la carrera en esta etapa de mi vida. Sin embargo, eso lo convirtió en uno de los proyectos más importantes, pues a pesar de estas dificultades, conseguí enfocar y desarrollar una problemática que, a diferencia de otros proyectos que ya había realizado, se ligaba estrictamente a mi diario vivir, lo cual considero relevante aclarar.

Una persona de una estatura fuera de lo común (por encima del promedio), que habita en un país en el que su población normalmente alcanza los 1.60 a 1.70m tiene que lidiar día a día con situaciones como: no poder ir de pie en un bus, golpearse la cabeza con numerosos objetos, no poder sentarse en los puestos de un carro si están muy juntos, no conseguir ropa y calzado de la talla apropiada, entre otros. Y era algo a lo que estaba “acostumbrado”. Estaba acomodado a mi incomodidad. Y con *Cheers* logré salir de esa zona de *incomfort* que siempre había estado ahí, pero en la que nunca había prestado especial atención.

Así pues, como mencioné en el capítulo anterior, pareciera que diseñar una silla estuviera dentro de las cosas obligadas por hacer para cualquier diseñador industrial. Y menciono esto porque, a pesar que *Cheers* pareciera una silla que está atacando una problemática muy específica que nunca se había analizado en tanto detalle, seguramente en lo que se viene se seguirán diseñando más y más sillas que, si bien podrían responder a un problema real evidenciado, también podrían ser netamente sillas “para vender”, por su estética y forma.

Otro punto que deseo resaltar es el grupo de compañeros diseñadores que me acompañaron durante todo este proceso. Es quizá la primera vez durante todo mi proceso de formación como diseñador en

el que la retroalimentación por parte de mis compañeros me beneficio más en pro del proyecto que la misma dada por los profesores. Cada uno de nosotros en el grupo estaba “metido” en el proyecto del otro, cada aporte brindado hacía concordancia y tenía sentido con los intereses y objetivos que tenía cada uno para su trabajo. *Cheers* no hubiera llegado a ser lo que es hoy en día sin cada uno de estos valiosos comentarios de mi grupo de trabajo.

Ahora bien, entrando en materia con lo que al proceso y al resultado “final” se refiere. Queda claro que la dedicación, esfuerzo y persistencia que se debe tener con un proyecto de diseño industrial son cosas dignas de admirar. En todo planteamiento se busca evitar al máximo los fracasos, que sin embargo son inevitables. He aquí un debate interesante entre los mismos diseñadores. Hay quienes afirman y defienden la idea de que de fracaso en fracaso se llega al éxito, pero la contraparte establece que un diseñador no debería fracasar tanto, si tuviera una investigación sólida que reduzca a lo más mínimo la probabilidad de error al momento de plasmar la idea. Y con base en este proceso no creo que se trate de fracasar, simplemente cuando se está llevando a cabo un proceso de diseño, es indispensable plasmar lo que se piensa tanto bi- como tridimensionalmente, haciendo esto cada quien notará los vacíos presentes en el planteamiento y podrá hacer los ajustes necesarios para seguir encaminando el proyecto hacia el resultado ideal. Y a esto no le llamaría fracaso, la palabra más apropiada para esto sería experimentar. Aquel que experimenta de todas las maneras posibles durante su proceso, llegará a un planteamiento sólido, con bases y argumentos, pero sobretodo, efectivo.

Y con esto dicho, es tal vez la falta de experimentación la razón por la que durante esta etapa inicial del proyecto los resultados no llegaron a ser los realmente esperados por mí en un inicio. Para llevar a cabo una etapa de experimentación efectiva es necesario contar con tiempo y, sobretodo, motivación. No estoy seguro con cuál de los dos conté menos durante el planteamiento de este proyecto, pero lo que si es cierto es que a pesar de no haber llegado al resultado que hubiera deseado en un principio, tengo todas las bases, argumentos e investigación necesario para hacer de *Cheers* un proyecto en realidad exitoso, pero sobretodo, efectivo. En lo personal, no me interesa que un proyecto sea “exitoso” en términos económicos. Pienso que para un diseñador industrial no hay nada más gratificante que saber que lo que diseño en realidad le está solucionando un problema a alguien, así solo sea a una persona. La efectividad de un proyecto es el resultado de una investigación, de unas pruebas, de experimentos, de fracasos tal vez, y llegar a eso con tanto esfuerzo, no es algo a lo que se le pueda dar un valor específico.

Así bien, lo que viene para *Cheers* va a ser una etapa de embellecimiento, en la que todas sus características estéticas saldrán a la luz: Texturas, colores, materiales reales, curvaturas, encajes, etc. Igualmente se comenzará a trabajar la escala real del objeto, con fines de lo que mencionamos,

experimentar. El hecho de contar con un modelo escala 1:1 desde el principio del proceso de exploración favorecerá el descubrimiento, enfoque y análisis de pequeños detalles que podrían resultar en algún tipo de modificación bien sea en la estética del objeto o en sus mecanismos y su modo de uso que favorezcan el grado de efectividad de lo que será la ponencia final de *Cheers* como proyecto terminado.

Claramente la expectativa de todo diseñador al comenzar a diseñar es llegar al mejor resultado posible, con todas las bases para generar una aceptación dentro de un grupo de usuarios al que pueda ir dirigido el producto, y con mi proyecto solo puedo imaginar lo satisfecho que estaría sabiendo que, además de solucionar un problema para mí, (por todo lo que implicó mi vivencia personal como principal punto de partida del planteamiento) van a haber personas afuera que sin saberlo, van a poder abrir su perspectiva a una solución para un problema que nunca notaron que vivían. Es ahí, cuando el proyecto consiga esto, que podré decir: “¡Salud por Cheers!

PARTE II

VI

Re - tomando

De la continuación de Cheers y el inicio del conflicto con el proyecto

Un proceso solo tiene un fin si así lo decide quién lo inició, más si hablamos de un proyecto escolar/universitario, los cuales suelen realizarse simplemente por pasar y usualmente quedan inconclusos. Pero en el diseño industrial, por tratarse de una disciplina en la que el diseñador está en constante contacto con su grupo social específico y el contexto en que se aplica el proyecto, la probabilidad de que esto pase es más baja debido a la cercanía y cariño que un diseñador adquiere con su proyecto y la necesidad por resolver mediante este la problemática planteada. Y en cierta medida esto es lo que pasó con Cheers en el transcurso de la mitad del 2019, época en la que el proyecto estuvo quieto sin ningún nivel de desarrollo. Mi necesidad personal por solucionarlo no me permitió dejarlo como estaba. Sin embargo, el hecho de retomar un proceso implica ser consciente del estado en que quedó el proyecto y las nuevas posibilidades a las que puede estar abierto, que por supuesto representarán desde cambios leves hasta mutaciones completas en el proyecto.

Con esta situación en mente, el proceso de indagación, investigación y creación de Cheers continuó. En un proceso creativo de diseño industrial es imprescindible que el proyecto tenga una cara, que tenga un contexto en el que se puedan realizar comprobaciones, trabajo de campo, entrevistas, etc. Un diseñador industrial no puede pretender plantear una solución a una problemática desde las ideas y conocimientos propios, desde lo que cree saber. Y ese, durante lo que fue la primera parte del proyecto, fue uno de los grandes ausentes, que se veían reflejados en la carencia de ideas y cuerpo para darle un desarrollo tanto investigativo como formal más amplio al proyecto. La primera etapa de Cheers fue importante por el hecho de haber planteado una problemática y una hipótesis fuerte, “la comodidad de lo incómodo”, que irónicamente llevó al proyecto a un estado de “comodidad” que me impedía darle un mayor desarrollo, una mayor profundidad a la problemática a solucionar y que inició un conflicto en cuanto a lo que se venía para Cheers.

Si bien para solucionar un proyecto de manera exitosa se requiere de tiempo, dinero, entre otros, el momento de sesgo por el que pasó Cheers no le permitía avanzar en ningún sentido, por ejemplo, la estructura que se venía manejando, los materiales del producto final, las funciones y tamaños de la silla... Todas estas cuestiones a las que no lograba encontrar una solución desde las condiciones que requería el proyecto en su momento. Un momento verdaderamente de conflicto, en el que múltiples opciones fueron consideradas con el fin de encaminar el proyecto. Las cuestiones de formas, materiales, tamaño y texturas del proyecto eran fácilmente solucionables desde el diseño, pero ante el sesgo que afectaba en ese momento al proyecto (y en cierta medida la desmotivación a nivel personal) me resultaba imposible encaminar hacia algo viable y sustentable las ideas que se habían venido trabajando de Cheers. Ciertamente, la duda, la incertidumbre y la negatividad comenzaron a apoderarse del proyecto y la estancaron en un punto casi intransitable.

VII

Entrando en conflicto para salir de él

Del momento más importante en mi carrera y cómo este le dio vida y un nuevo rumbo a Cheers

Uno de los peores enemigos para el desarrollo de cualquier cosa que se piense es el miedo al cambio. ¿Qué pasa si se defienden las mismas ideas siempre? No hay progreso. Y si en un proyecto de diseño industrial no se progresa es imposible materializarlo, o por lo menos materializar algo que sirva en realidad y responda a la problemática que se pretendía solucionar. Y ser consciente de esto fue el primer paso, la primera decisión importante en lo que era el nuevo camino que tomaría Cheers. Ser consciente de que no hay que tener miedo al cambio es importante, pero aún más es indispensable pensar en sí los cambios que se van a realizar son pertinentes, válidos y viables hacia una nueva posibilidad de proyecto. Las decisiones que se tomen deben depender de las posibilidades, habilidades, medios y alcances de las que el diseñador debe ser consciente. Y probablemente Cheers, como silla, se salía de alguna de estas categorías mencionadas.

Así que en este momento inicia una búsqueda sobre una temática que pudiera hacer que Cheers resurgiera. Entendiendo el resurgir como la salida del sesgo que no permitía al proyecto progresar de ese punto del que parecía imposible salir. ¿Qué temas podrían relacionarse con el proyecto? ¿Qué posibilidades podría encontrar para no generar un rompimiento abrupto con toda la problemática y el proceso que se venía trayendo con Cheers? Sería complicado pensar en dejar atrás todo un proceso que duró al menos 4 meses de tu vida, y en el que trabajaste con el fin de dar solución a algo. Pero en el caso de Cheers el cambio afortunadamente fue para bien.

Es importante recordar, antes de continuar, que Cheers nació en respuesta a cuestiones de comodidad física, con la idea de que los sitios de encuentro social como restaurantes y cervecerías se caracterizan por vender al usuario una idea de comodidad netamente visual, y pretenden que con esto las personas sientan que están cómodas en estos sitios. Y casualmente, lo logran. Y en un intento de darle una explicación a los motivos por los que pasa este fenómeno en estos sitios, se planteó la hipótesis de “la comodidad de lo incómodo”, que pretendía enfocarse en abrirle los ojos a los usuarios acerca de esta situación, y que en su momento no se veía aplicada a otra problemática que no fuera esta.

Con esto en mente, es momento de hablar del momento en que todo cambió. El momento en que Cheers vio una luz, una nueva temática sobre la cual trabajar e intentar desarrollarse. ¿Cuál? El conflicto armado y el posconflicto en Colombia. ¿Y por qué? ¿De dónde sale esta temática y cómo relacionarla con comodidad, con cerveza, con cervecerías, con una silla? Esta temática llega de la mano con un proyecto del que, gracias a su hipótesis, pretensiones y objetivos, Cheers empezó a formar parte. Un proyecto de intercambio que busca encontrar en la comodidad de lo incomodo una alternativa para explorar procesos de Diseño Autónomo en el posconflicto a partir de culturas materiales regionales colombianas, buscando recuperar formas vernáculas de confort. Ahí inició uno de los retos más grandes de Cheers a nivel de relaciones y coherencia.

En un intento por encaminar el proyecto hacia estas nuevas temáticas se inició pensando en tomar como punto de partida los objetos cotidianos que los campesinos (población colombiana de las más afectadas por el conflicto armado por su cercanía al territorio rural) usan cotidianamente para sentarse al momento de irse a tomar una cerveza tras su jornada matutina ganadera/agrícola, objetos como “el petaco” que organiza todas las botellas, las piedras, los troncos caídos de los árboles, etc. La idea de pensar en esta población y en estos objetos se remitía a su cercanía con temas de conflicto, buscando una relación forzada entre este tema y las cuestiones a las que buscaba dar respuesta Cheers. Esto presentó diversos problemas que por cuestiones de tiempo y disponibilidad limitaban el correcto desarrollo del proyecto. Problemas tales como: distancia entre el diseñador y el contexto y la población objetivo, aceptación (rechazo) por parte de los campesinos a nuevas intervenciones o alternativas que busquen facilitar su diario vivir, entre otros. Por tal motivo se comenzó a repensar que otro tipo de opciones podrían cumplir con lo esperado.

Claramente fue un intento fallido, tal vez por intentar encontrar una solución rápida y coherente ante lo que el tiempo y el proyecto de intercambio demandaban. Sin embargo, el proyecto ya había logrado desestancarse y no iba a caer en el mismo sitio. Así que con el fin de explorar nuevos horizontes y rutas se realizaron diferentes ejercicios estableciendo relaciones con los sentidos, las partes del cuerpo y los dedos de la mano

El objetivo de estos ejercicios era crear relaciones, explorar alternativas que dieran surgimiento a interrogantes o respuestas que nutrieran el proceso investigativo del proyecto. Por ejemplo, se podría relacionar el sentido del tacto con la manera en que el proyecto pretendía hacer que el usuario fuera consciente de la noción de otredad, de que hay un “otro diferente” al yo, y como tratar o acercarse a este tipo de personas para hacerlas sentir parte de un mismo todo. A partir de esto se comenzaron a establecer enfoques claros de los puntos hacia donde Cheers quería comenzar a dirigirse. Por ejemplo, llega el momento en el que se comienza a ver que el proyecto, en vez de enfocarse en las cervecerías

como contexto, se podía encaminar y plantear alrededor de la cerveza como objeto. ¿Por qué? Por la sencilla razón de que entendí que solucionar la comodidad física para las personas en estos lugares no era lo primordial, este es un tema que si bien ignoran no le llegan a dar mayor importancia. En realidad, lo que la gente va a hacer al momento de decidir ir por una cerveza es sentarse a dialogar sobre cualquier tema que se puedan imaginar. Por tal motivo caigo en cuenta que la cerveza tenía un potencial increíble en cuanto a lo que dialogo, socialización y experiencia conciernen. Estos últimos tres aspectos son generalmente todo lo que cualquier persona busca hacer en esta situación específica. Y con esto en mente, Cheers empieza a mutar a lo que sería una forma de sensibilizar a la gente acerca de los temas de conflicto armado en Colombia, tema la que usualmente preferimos evadir por ser un tema incómodo que trae consigo cuestiones políticas las cuales, como bien sabemos, como colombianos, han traído guerra, muerte y todo tipo de delitos de lesa humanidad que no merecen quedar impunes.

En primera instancia se intentó definir la manera en que se iba a poder aplicar esta forma de sensibilización, y una de las ideas más fuertes que tuve en ese momento involucraba a la cerveza por supuesto, viéndola como la excusa perfecta para reunirse, conversar, discutir. La cerveza y la cultura que rodea a esta bebida es tan grande y con tanta trayectoria que era indiscutible su relevancia en el proyecto. En nuestra sociedad la cerveza ha llegado a tener tal nivel de importancia que las personas inventamos “rituales” alrededor de ella. Y con rituales hago referencia al hecho de realizar fiestas, reuniones, eventos importantes, donde es indispensable que haya cerveza, es algo casi infaltable en cualquier tipo de reunión que se piense. Y una vez tuve esto claro, Cheers comenzó a tomar un rumbo interesante hacia lo que sería la que oficialmente denominaría como la segunda etapa de Cheers.

VIII

Beber, beber, beber – beber, jugar, pensar.

Del nuevo Cheers y el nuevo método que entraría a formar parte del proyecto

La sensación de que algo que se creía muerto empiece a recuperar su vida de nuevo es maravillosa. Esto es la muestra de que, al lograr superar un sesgo sobre algo, las posibilidades a las que todo queda abierto son infinitas, los puntos de vista, las alternativas y todas las opciones que uno no lograba ver comienzan a aparecer poco a poco y a trazar una guía para encaminar todas tus ideas. Y es el caso de Cheers cuando comenzó a ver a la cerveza como lo que era, la bebida quizá más importante en cualquier cultura en el mundo. Es tan grande que podemos entrar a hablar de una cultura cervecera. Es decir, un conjunto de ideas y comportamientos ligados a esta bebida y a la inmensa variedad que existe. Hoy en día encontramos cervezas de todo tipo en los mercados, bares, restaurantes. Inclusive en Colombia podemos encontrar cerveza hasta en una panadería. Esto por el gusto o hasta necesidad podríamos llamarla, de la gente por acompañar cualquier momento de su día con una cerveza. No es coincidencia que la OMS (Organización Mundial de la Salud) en 2018 haya dicho que la cerveza es la segunda bebida más consumida en el mundo con un 34.3% y que el consumo promedio de cerveza por persona anualmente sea de 6.3 litros de alcohol. A su vez, por ejemplo, fue la bebida que hizo posible el descubrimiento de América, pues en su época el agua era una bebida que, si bien era imposible de tomar, tampoco se lograba conservar en buen estado por periodos de tiempo extensos. Y la cerveza, por el contrario, al cumplir con estas características prácticamente trajo con vida a todos quienes lograron este descubrimiento, pues los barcos venían repletos de barriles de cerveza. Era indudable la relevancia que comenzaría a tener la cerveza dentro del proyecto. Pero ahora era necesario pensar en cómo plantear una base sólida que comenzara a darle cuerpo al proyecto, pensando en cuestiones de materialidad que siempre deben estar presentes en un proyecto de diseño industrial.

Y para comenzar a organizar las ideas de Cheers, nace su objetivo general:

Sensibilizar a los consumidores ciudadanos de cerveza en Bogotá acerca de los procesos y acontecimientos relacionados con el conflicto y posconflicto en Colombia, mediante una alternativa lúdica que informe al usuario sobre la situación actual de dichas problemáticas y que a su vez promueva y fortalezca el diálogo que rodea al “ritual” de tomar cerveza, con el fin de lograr el reconocimiento y la aceptación ciudadana de los procesos y proyectos de reintegración y reparación que se están llevando a cabo en un marco del posconflicto.

¿Lúdica? ¿De dónde sale esto? De la oportunidad de implementar en el proyecto dos de los más claros exponentes y promotores del diálogo alrededor de algo. Así como ya se mencionó que la cerveza es la excusa perfecta para reunirse y conversar con alguien sobre algo, algo bastante similar pasa con la lúdica. La lúdica se entiende como un conjunto de estrategias pensadas o diseñadas para crear un ambiente de armonía en el que se facilite el aprendizaje a través del juego. Así pues ¿Qué pasa si juntamos un ambiente de armonía, de aprendizaje a través del juego con dos o más personas con una cerveza de por medio? Encontraremos una situación predispuesta a dialogar indudablemente. De esta premisa se genera el inicio del proceso creativo de Cheers, con fines de encontrar formas, colores, etc. que le dieran una identidad propia al proyecto.

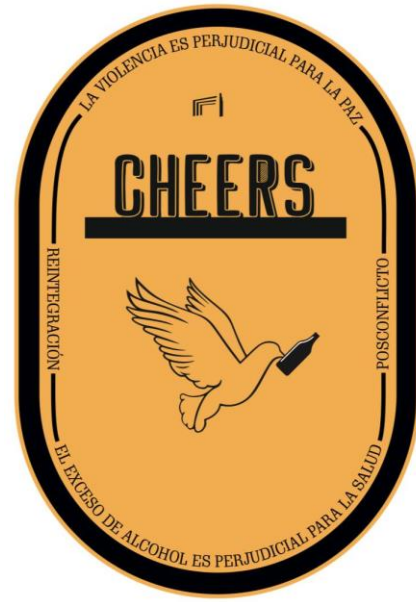
En principio se comenzó por definir la paleta de colores del proyecto. En su primera etapa Cheers venía manejando los colores negro y amarillo (mostaza) por lo evidentes que resultaban estos colores en los bares por la idea, en su momento, de que estos lugares nos vendían una comodidad netamente visual. Y en la etapa actual estos colores se conservaron, pero el negro pasó a tener mucho menos protagonismo, pues el blanco tomaría un papel importante por tratarse del color de la paz. Al hablar de temas de conflicto y armado y posconflicto se pueden realizar claras analogías entre los temas y los colores, siendo el negro el color del conflicto (oscuro, trágico, tenebroso) y el blanco el color del posconflicto (paz, tranquilidad, perdón). El color amarillo mostaza siempre ha estado ligado al proyecto desde sus inicios especialmente por los contrastes tan sutiles y bellos que propone, por lo que se conserva con el mismo protagonismo en ambas etapas del proyecto.

Con esto definido, y con el afán de empezar a pensar en el medio objetual que intervendría la finalidad del proyecto se comenzó a idear (de manera inocente) una etiqueta propia de Cheers. Una etiqueta que resumiera el proyecto y a la vez invitara a todos aquellas que la vieran a conocer sobre los objetivos

y finalidades del mismo. Por esto es que decido mencionar que se planteó de manera inocente, porque solo se tenía pensada para cumplir con esta función, pero no tenía idea de lo importante que iba a ser para el proyecto haber diseñado esa etiqueta. Eso por supuesto lo miraremos en el siguiente capítulo.

Lo que se muestra en la etiqueta es lo siguiente:

- La violencia es perjudicial para la paz
- Reintegración
- Posconflicto
- El exceso de alcohol es perjudicial para la salud



Con estos enunciados y conceptos, además de la lúdica y la *Figure 17. Etiqueta Cheers.* cerveza, Cheers siguió en una fase investigativa, aunque siempre encaminado hacia solucionar de manera efectiva la alternativa lúdica esperada. Sin embargo, algo faltaba. Una pieza clave que desde el inicio del replanteamiento de Cheers se necesitaba primordialmente para ponerle una cara al proyecto, es decir, encontrar un usuario o población específicos al igual que un contexto donde investigar, indagar y realizar comprobaciones con personas reales del proyecto. A pesar que el proyecto ya tenía más profundidad sobre lo que quería lograr, aún se basaba en procesos investigativos realizados por internet, revisando documentos, viendo y analizando videos, pero nunca se había explorado nada desde experiencias propias, conversaciones directas con involucrados en la problemática tratada. Y evidentemente esto representaba un vacío abismal en el proyecto, pues era un proyecto idealista más que realista. Era requerido. Era inmediata la necesidad de encontrar un contexto donde comenzar a materializar la idea de Cheers.

Y apareció Lubianka.

IX

Lubianka

De la materialidad final de Cheers, de la importancia de definir un contexto en el proyecto, del contexto escogido y de su pertinencia con los objetivos del proyecto

Aún no entraremos en detalle sobre lo que es Lubianka. Pista: es el contexto más acertado que Cheers pudo haber encontrado. Por ahora nos centraremos en hablar de la materialidad de a la que llegó el proyecto como solución a la alternativa lúdica que se pretende implementar.

Primera propuesta

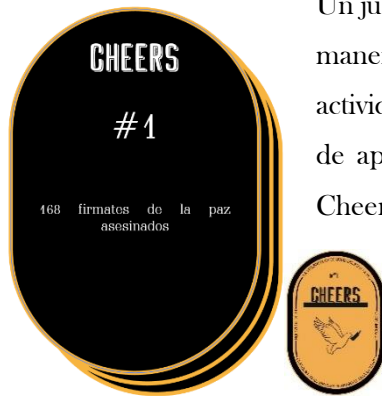


Figure 18. Muestra de la Baraja Cheers.

Un juego de cartas. Eso es lo que parece Cheers a primera vista. Y de cierta manera lo es, pero no del todo. La carga informativa y emocional que la actividad presenta debe ser tan grande como para cumplir con el objetivo de aportar al proceso de paz que se lleva a cabo en Colombia, porque Cheers tiene claro que de nada sirve que un proceso de paz se lleve a cabo desde arriba, y que se llegue a firmar un acuerdo de paz si desde adentro, desde la sociedad no se comienza a generar un cambio. En verdadero cambio desde adentro, desde el corazón de todo y de todos. Así que, con esto en mente, comenzaré explicando la metodología de la actividad para luego entrar en detalles acerca como de donde nació y por qué su importancia:

1. Toma una carta de la baraja Cheers ubicada sobre la mesa.
2. Lee el dato/ hecho/ estadística relacionado con el conflicto armado. (¡MENTALMENTE!)
3. Mentalmente, formula una pregunta y dísela a quién te acompañe. Si estás solo, hazle la preguntte a quién gustes, de eso se trata, de conocer y dialogar.
4. Inicia un intercambio de ideas y opiniones con la otra persona alrededor del dato/pregunta planteados.
5. En el momento que lo deseas, continúa con la siguiente carta Cheers.

La dinámica necesariamente involucra a dos o más personas. Esta es la idea del proyecto, pues todo se desarrolla alrededor del diálogo, por eso la importancia del uso de la cerveza y la lúdica para lograr este objetivo. De hecho, en este punto he decidido llamar este proceso como “diseño para el diálogo”. Eso es lo que es Cheers, una alternativa que todo lo que la compone y la conforma va enfocado a crear conversaciones, interacciones, vínculos.

La forma en la que la baraja Cheers funciona es la siguiente: cada carta de la baraja tiene escrito un dato, relacionado con el conflicto armado. Estos datos son solo estadísticas que cualquier persona podría encontrar perfectamente en redes sociales, internet o noticias pero que simplemente no se toman el tiempo de hacerlo, bien sea por pereza, falta de tiempo o peor aún, por desinterés. El hecho de leer, hablar y debatir acerca de los datos allí escritos cuando estamos reunidos tomando cerveza ya representa una condición completamente diferente a las formas convencionales de dar información, pues las personas están en una disposición diferente a la que están durante su diario vivir, con ruido, estrés y problemas. Por esto la actividad se apoya en el ritual de tomar cerveza. Porque es un momento relajación, de liberación, de no pensar en el cotidiano. Y esto último de cierta forma es algo que se pierde, porque usualmente pasa que la finalidad de ir a un bar por una cerveza es hablar de mujeres, hombres, de cotidianidad, de lo que pasó en el día, de lo aburrido que es tu trabajo... y las personas no se dan a la oportunidad de abrir su mente a lo nuevas alternativas, a lo que no saben, a lo que podría interesarles y expandir sus opiniones y posturas sobre temas específicos.

Sin embargo, para lograr esta apropiación de la información que en verdad sensibilizara a los usuarios de Cheers era necesario contar con un espacio donde realizar estas comprobaciones con la baraja. Y es cuando aparece Lubianka, un bar ubicado en el barrio La Soledad de Bogotá (Calle 29 #25-13) fundado por Ilich Cerón y Miguel Ángel Bravo, dos excombatientes de las FARC-ep, como una estrategia de emprendimiento que les ayudara a encontrar una estabilidad económica pero que



Figure 19. Logo de Lubianka.

sobretudo encontraran en este proyecto una manera de reintegración a la vida civil, aportando un sitio amigable, lleno de paz y con las puertas abiertas para cualquier persona que desee ir, sin importar sus creencias, sus preferencias, sus gustos y su inclinación política, tal como lo establece la filosofía de Lubianka:

“La filosofía de Lubianka es que a través de una cerveza pueden dialogar los contrarios, los opuestos y sacar conclusiones que apoyen a la paz”

Teniendo en cuenta su filosofía, Luvianka es un espacio ideal para implementar y comprobar la primera propuesta de Cheers. Es un lugar que además de ser una cervecería cuenta con espacios bastante interesantes como lo son tres salas de co-working, un museo de la memoria y la paz donde se exhiben libros, cuadros y fotografías relacionadas con las FARC, los procesos de paz y el conflicto armado. En otras palabras, las personas que vayan a Luvianka ya irán predispuestas a estar en un lugar en que los temas de política, conflicto y posconflicto no serán “incómodos” pues son los temas más comunes que se discuten allí.

Finalmente, Cheers encontró un aliado, una mano amiga en este proceso que ciertamente le significó un avance bastante importante por el simple hecho de tener la oportunidad de demostrar que la idea de una actividad lúdica en torno a la cerveza que tratara temas del conflicto y del posconflicto tenía potencial y podía llegar a ser muy importante si se desarrollaba de buena manera. Y para llegar a este nivel de desarrollo era esencial comenzar a realizar comprobaciones con el fin de recibir retroalimentaciones por parte del usuario que siempre son válidas para la corrección de errores que el diseñador pasa por alto por el hecho de hacer las cosas desde su propia perspectiva (que era el problema por el que Cheers había pasado durante casi todo su proceso)



Figure 20. Trabajo de campo

En la primera comprobación participaron Milena y Catalina. Milena es una excombatiente de las FARC que en estos momentos es participante activa de la política para el partido de la rosa, y Catalina es una funcionaria del partido del Centro Democrático.

Ciertamente eran dos personas que no eran ajenas a las temáticas que plantea Cheers, de hecho, ambas sabían varios datos que mostraban las cartas y aun así opinaron que la actividad les gustó mucho por el hecho de invitar a las personas no solo a aprender e informarse sobre las consecuencias del conflicto armado y como estas afectan hoy en día a Colombia, sino por la pertinencia que tenía con el lugar. El hecho de llegar a Luvianka y encontrarse con una actividad de este estilo fue una grata sorpresa. Sin embargo, y lo más importante, fue la retroalimentación que me dieron sobre el juego. Por ejemplo, faltaba situar los datos, es decir ponerles una fecha para hacerse una idea de en qué época sucedió esto, con el fin de que las respuestas fueran más acertadas o por lo menos de brindar la información completa. También evidencio que al momento de usar las cartas siempre se dejaban tiradas o regadas sobre la mesa, por lo que era importante diseñarles un empaque para tener la oportunidad de

organizarlas una vez no se estuvieran utilizando. Y además, el manual de instrucciones que recibían al inicio era bastante plano, con pocas indicaciones, mucho texto, y esto hacía que se tronaran aburridos tanto de ver como de leer.

Así pues, es evidente la mejoría que iba a tener el proyecto tras esta retroalimentación. Sin embargo, el ejercicio se realizó con otras dos parejas en el bar para nutrir más las ideas que mejorarían a Cheers.



Figure 22. Trabajo de campo II



Figure 21 Trabajo de campo III

La primera pareja eran Santiago y Héctor, dos economistas recién graduados que concordaron con las opiniones positivas de Milena y Catalina pero que por el contrario no habían tenido un acercamiento a los temas de conflicto armado, por lo que para ellos fue aún más valiosa la experiencia pues todos los datos mostrados en las cartas los desconocían hasta después de haber realizado la actividad.

Y la segunda pareja, estaba conformada por Ilich, fundador de Lubianka y excombatiente, y Carlos Antonio Lozada, un senador del partido FARC. Una vez más eran dos personas que del tema sabían mucho que para sorpresa mía estaban encantados con Cheers. Sus retroalimentaciones iban enfocadas más hacia detalles de aclarar un poco más la actividad, pero consideraban que la idea, al aplicarse en este contexto, recibiría una acogida impresionante. ¿Claridad en cuanto a qué? En cuanto a algo que mencionamos muy brevemente antes pero que no le hemos dado profundidad, las etiquetas Cheers.

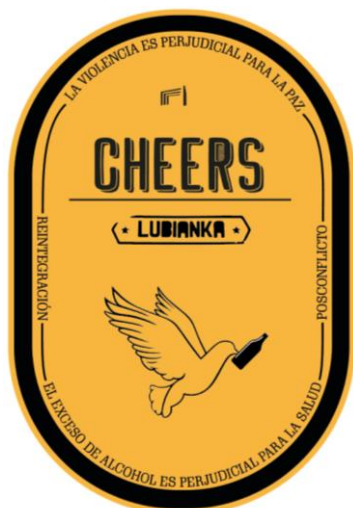


Figure 23. Etiqueta Cheers.

Por la alianza entre Cheers y Lubianka se decidió incluir la imagen del bar dentro de la baraja y la etiqueta por ser el contexto donde Cheers empezó a crecer y a establecerse como actividad.

La etiqueta Cheers toma uno de los papeles más importantes en la actividad pues es la encargada de abrir el diálogo de la mesa hacia todo el lugar. ¿Cómo logra esto? Uno de los requisitos que plantea la actividad es que las personas que compren una cerveza le retiren la etiqueta original al envase. Las personas que pidan una ronda de cervezas recibirán una etiqueta Cheers. Cada etiqueta tiene un tema oculto, temas que se actualizan cada semana dependiendo de los

acontecimientos a nivel social, político o relacionados con el posconflicto más relevantes de ese momento. La idea de estas etiquetas, es que una vez las personas que están en una mesa finalicen la actividad con las cartas, procedan a buscar en el lugar alguna botella sin etiqueta. Si una persona le quita su etiqueta a su botella, significará que está abierta al diálogo, está abierta a recibir un tema de conversación. ¿Por qué? Porque si alguien ve tu botella sin etiqueta podrá acercarse a poner el tema oculto de la etiqueta en tu mesa como tema de conversación. Temas como por ejemplo “Paro nacional del 21 de noviembre de 2019”. Con esta dinámica, teniendo en cuenta que en Lubianka cuenta con 11 mesas, que equivaldría a 11 barajas Cheers, el espacio estará caracterizado por un constante intercambio de ideas y opiniones, todas en torno al conflicto y al posconflicto.

Segunda propuesta



Figure 24. Baraja Pos conflicto - Baraja Conflicto.

Esta baraja es la versión definitiva de Cheers (hasta ahora). Ante las retroalimentaciones recibidas tanto por los usuarios como por los profesores que acompañaron el proceso, se volvió evidente que las cartas, aunque si parecían cumplir su función de informar y sensibilizar, se enfocan en su mayor parte hacia aspectos negativos consecuencia del conflicto armado. Y se estaba dejando muy de lado lo que ha significado la etapa de posconflicto y los resultados positivos que han sido fruto de él.

Ante esta situación, se planteó la baraja posconflicto, una baraja que se utiliza una vez el usuario a terminado con la baraja negra, la que está enfocada en el conflicto. Hay que recordar que la metodología con la baraja conflicto consistía en tomar una carta, leer el dato y formularle una pregunta al compañero con el fin de medir en qué nivel de conocimiento están en cuanto a los sucesos del conflicto que afectaron a Colombia. Pero en el caso de la baraja posconflicto la metodología es más sencilla, pues esta no pretende medir conocimientos o indagar sobre problemáticas que ya vivimos,

sino mostrar los resultados (quizá pocos) de nuestra etapa de posconflicto de manera clara, con el fin de hacerle ver a los usuarios de Cheers que, aunque aún vivimos casos de violencia y hechos que nublan la paz, si ha habido oportunidades y alternativas que intentan impulsar este proceso al máximo.

Era importante en estas instancias pensar en el empaque de Cheers, tal como fue evidente tras realizar las primeras comprobaciones. Este empaque debía ser sencillo y que cumpliera con dos funciones fundamentales: almacenar y organizar. Por tal motivo se plantea una caja rectangular con una tapa imantada que fuera lo suficientemente suave para facilitar la apertura de la misma pero no demasiado suave para abrirse sola y que se salieran las cartas. En otras palabras, no había mucha ciencia detrás del empaque- Pero lo que si era importante era comunicar mediante los colores y una breve descripción tanto la identidad como la finalidad de la actividad con Cheers en Lubianka.



Figure 26. Barajas y Etiqueta Cheers



Figure 25. Empaque Cheers

X

Post-Cheers

Del final del proyecto académico y el inicio del proyecto de vida

Al igual que en la primera parte, en el capítulo cinco, es importante tener siempre presente que un proceso, un proyecto, nunca termina. Si no eres tú quién lo continúa seguramente alguien más lo hará. Y es porque cada idea que se plantea desde el diseño industrial es una idea valiosa. Un diseñador industrial que deja un proyecto a la deriva está dejando meses, tal vez años de investigación, de comprobación o de materialización de lado. Todas las soluciones que intenta plantear un diseñador a una problemática que encuentra son válidas. TODAS. Porque esa es nuestra función como diseñadores: analizar un grupo social objetivo, encontrar problemáticas con posibilidad de intervención y buscar darles solución con una propuesta objetual que lleva detrás todo un cuerpo investigativo específico. Y la manera en que lo hacemos no es convencional, nuestro proceso no puede ser realizado por alguien más, visto desde otra profesión o campo.

Así que si estamos hablando de un proyecto de grado como lo es Cheers, sería ilógico dejar todo este proceso de lado y dejar que alguno de los involucrados en el proceso tome provecho de la situación para apropiarse de las ideas del proyecto y aplicarlas como si fueran suyas. Y con esto en mente, y por la importancia que representa Cheers tanto para Lubianka como para el proceso de paz y para mí en lo personal, este proyecto no morirá aquí. Sí, es un proyecto planteado para lograr el sueño de cualquier estudiante, graduarse. Pero en el caso de Cheers no terminará ahí. Cheers tiene un potencial muy importante en cuanto a lo que se refiere a resignificar el ritual tradicional de tomar cerveza, es decir, esa mirada tradicional del irse a “tomar algo” en términos de coqueteo, de conversación cliché, que no aporta en nada más que un ámbito social. Si Cheers crece de la manera en que se espera, podríamos estar pensando en ediciones de Cheers por países, que cambian dependiendo del conflicto acerca del cual se quiera sensibilizar. Por ejemplo, en este momento (2019) Chile y Bolivia pasan por momentos políticos complicados que han llevado a protestas, agresiones, violencia y hasta muertes a manos de la fuerza pública. ¿Por qué no pensar en esta internacionalización de Cheers para servir como apoyo a

través de la cerveza y la lúdica a los conflictos por los que pase cada país? A todas estas, soñar no cuesta nada.

Pero por ahora aterricemos un poco. La relación-asociación entre Cheers y Lubianka creó unos lazos interesantes entre el diseñador, yo, Julián Contreras, y el dueño del PUB, Ilich Cerón. Su interés por el proyecto es bastante alto, y a corto plazo visualizamos a todos los usuarios/clientes del lugar comprando cervezas, dialogando, moviéndose por el espacio, entregando etiquetas, intercambiando ideas, generando debates, todos sustentados sobre el respeto y sobre todo por la paz. Cada proceso, cada alternativa, cada objeto, cada libro, cada noticia, cada artículo, cada juego, cada estrategia que promueva el surgimiento de la paz desde adentro de nuestra sociedad es bienvenido si aporta en términos de cultivar y propagar una cultura del posconflicto en Colombia, que acepte y apoye los procesos de reintegración y reparación llevados a cabo por el gobierno y por los mismos excombatientes y desplazados con el fin de, en una situación ideal, hacer que la población colombiana se convierta en una sola familia de la paz.

Nota: La paz no debe ser vista como nos la han vendido. La paz no significa que todo un pueblo vaya cogido de la mano, feliz y cantando, La paz en nuestro contexto colombiano se evidenciaría en su máxima expresión cuando cualquier persona sea libre de expresarse, de dar su opinión, de defender sus creencias y de hablar con seguridad y libertad sin miedo o temor a ser asesinado al día siguiente por alguien que piense diferente. Cuando esto pase, brindaremos. Cheers.

Bibliografía

- Blu Radio. (2019). Lubianka, el café que le apuesta a la paz. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=WKQUrXsYNW4&t=16s>
- Buitrago, Andrea. (2017). Documental Posconflicto en Colombia. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=QbzGqy8he3s&t=378s>
- Caicedo, Juan. (2019). Lubianka, el pub embajador de las cervezas artesanales y la paz. Recuperado de: <https://www.las2orillas.co/lubianka-el-pub-embajador-de-las-cervezas-artesanales-y-la-paz/>
- Corto documental La Roja, cerveza de la paz. (2019). Recuperado de: <https://www.contagioradio.com/lanzamiento-corto-documental-la-roja-cerveza-de-la-paz/>
- García Osorio, Andrea. (2005). Beatriz Fernández. Colombia. Recuperado de: <https://www.semana.com/especiales/articulo/beatriz-fernandez/75419-3>
- Gil Lobo, Abel. (2018). Las cifras del posconflicto en Colombia. Recuperado de: <https://elordenmundial.com/mapas/cifras-posconflicto-colombia/>
- Giraffe. (2016). Historia del conflicto armado en Colombia en 3 minutos. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=0zmDS18SoWA&t=37s>
- Kolcaba, Katherine. (2016). Teoría del Confort. Cleveland, OH. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/CamilaTorresTrujillo/teora-del-confort>
- Marín, Imma. (2018). ¿Jugamos? Cómo el aprendizaje lúdico puede transformar la educación. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=WnbkmUIkNYA>
- Mercadeo, BBC. (2014) Bienvenidos al 1%. Bogotá, CO. Ubicación: <https://www.youtube.com/watch?v=ThkjmEPkgko>
- OMS (2018) Harmful use of alcohol kills more than 3 million people each year most of them men. Recuperado de: <https://www.who.int/es/news-room/detail/21-09-2018-harmful-use-of-alcohol-kills-more-than-3-million-people-each-year--most-of-them-men>
- Orjuela, Valentina. (2019). La Roja, una cerveza con sabor a paz. Colombia. Recuperado de: <https://www.las2orillas.co/la-farc-con-cerveza-propia/>

- Reflexión sobre el confort, la comodidad y la ergonomía. (2013). Recuperado de <https://www.ergonomika.es/post/ergonoma/99/reflexin-sobre-el-confort-la-comodidad-y-laergonoma>
 - Santamaría, Ricardo. (2015). Once lecciones para el posconflicto. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15659117>
 - Vida de Hoy, Redacción. (2013) ¿Está usted dentro del rango de estatura promedio de los colombianos? Colombia. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13128617>
-

