



Una mirada autónoma desde el diseño a la creatividad y política local

- Beatriz Eugenia Giraldo Ramirez -

Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano

Facultad de Artes y Diseño

Área académica de diseño de producto

Programa Diseño Industrial

Bogotá D. C

2021



Una mirada autónoma desde el diseño a la creatividad y política local

- Beatriz Eugenia Giraldo Ramirez -

Tutores: Leonardo Vásquez

Erick Hansen

Adriana Botero

Cira Mora

Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano

Facultad de Artes y Diseño

Área académica de diseño de producto

Programa Diseño Industrial

Bogotá D. C

2021



Contenido

Introducción	6
Justificación	7
Marco teórico	8
¿Qué es la decolonialidad?	8
¿Cómo investigar en complejidad?	11
Emociones y lenguajes en educación y política	14
Modernidad líquida y fragilidad humana	17
El concepto de Hegemonía en Gramsci: una propuesta para el análisis y la acción política	19
Innovación social	21
Problematización	22
Contexto inicial	22
Economía naranja	24
Consumo	26
¿Qué es lo que ocurre con la industria creativa y cultural contemporánea?	26
Consumismo	27
Identificación de usuario y necesidades	29
Colectivos	29
Voz local: Boletín periférico.	31
Usuarios:	34
Necesidades:	34
Planteamiento del problema específico	35
Antecedentes	38
Análisis de Referentes	46
Objetivos	49
Pregunta proyecto	49

Metodología de acercamiento	50
Planteamiento de Diseño	63
Evolución propuestas: primeras validaciones y requerimientos	63
Maquetación	66
Ergonomía	67
Validaciones en contexto	68
Validación exhibición 2D:	68
Validación exhibición 3D:	72
Producción	76
Planos técnicos 1.	76
Planos técnicos 2.	78
Modelado 3d	81
Plan de prototipado	82
Empaque	84
En contexto: Zona pública	85
Prototipo final	86
Secuencia de uso	87
Bibliografía	99

Introducción

SOS-, es un proyecto de diseño dentro de un marco académico que se aborda desde una investigación inicial a la mirada autónoma de colectivos o artistas /creadores locales que hacen eco en la sensibilidad del arte y la narración a partir de la creación y difusión de prácticas y contenidos visuales / audiovisuales que apuestan por nuevas estéticas y grados de libertad.

En ese sentido, se problematiza el complejo lugar actualmente de estas prácticas creativas autónomas ya que se encuentran al margen de la voz universal de las industrias creativas y culturales que se presentan como una oportunidad fructífera. La problematización llega en este punto, cuando se despeja el panorama hegemónico global del sistema que nos sujeta dentro de un marco industrial y cultural, es decir, se identifica un déficit dentro del marco de las ICC que privilegia el consumo, y revela un consumismo, que en efecto, es indiferente a la participación de otros lenguajes creativos y prácticas autónomas dentro del discurso social y económico; en ese sentido, estas últimas prácticas particulares (autónomas), se sitúan en una gran tensión, que al estar al margen, como consecuencia, quedan marginalizadas de la sociedad y el mercado.

Es ese orden de ideas, se manifiesta cierta exclusión e invisibilización de los creadores/ artistas autónomos locales, por lo que el proyecto se centra en dar voz al talento local que hace eco para ser escuchado. SOS busca una convergencia entre el diseño, el arte y la cultura para promover los procesos de participación, divulgación y visibilización de estas prácticas creativas locales, y desde un lugar crítico, se plantea inicialmente la propuesta de una mediación (exhibidor) para intervenir en el espacio público desde una exposición e intercambio cultural en un contexto artístico y comunal, pensado desde otros lugares.

Justificación

Es necesario dar cuenta de las tensiones actuales de prácticas creativas que promueven procesos de divulgación cultural como mecanismo para potenciar la sensibilidad, acción, memoria colectiva y política local, esto, a contrapelo de la institucionalización de la memoria e industrialización de la cultura y la creatividad que generalmente nos ubica en el rol de consumidores periféricos bajo el panorama occidental, y no, como agentes políticos productores de contenido local.

En ese orden de ideas, el proyecto se plantea específicamente desde un lugar crítico frente al **consumo** del arte y la cultura en la industria, y como este nos afecta, ya que además de rechazar otras voces particulares que promueven cultura, no da paso a la participación del público por lo que se genera un rol pasivo en la sociedad que no se cuestiona lo suficiente frente al status quo, no se apropia de lo que nos pertenecen y afecta directamente, no se le da un verdadero valor simbólico al discurso.

Urge aplicar una acción política, en donde es necesario pensarla desde lo crítico y el diseño colaborativo, esto último, en el sentido de poner en juego la interdisciplinariedad que recoge la voz del arte y la comunicación autónoma local, para generar una convergencia de diferentes perspectivas que influyen y contribuyen al proceso de desarrollo del proyecto, y posteriormente, implementar la creación de una mediación de diseño en donde se beneficie la experiencia de participación de los sujetos // usuarios que en este caso son los creadores autónomos locales, a partir de una óptima difusión y exhibición dinámica de los contenidos en cualquier espacio comunal.

Marco teórico

A partir de la fundamentación de la estructura teórica, el proyecto SOS se asocia con diferentes conceptos importantes que traen a discusión autores y que dan cuenta de la base enraizada de la problemática.

¿Qué es la decolonialidad?

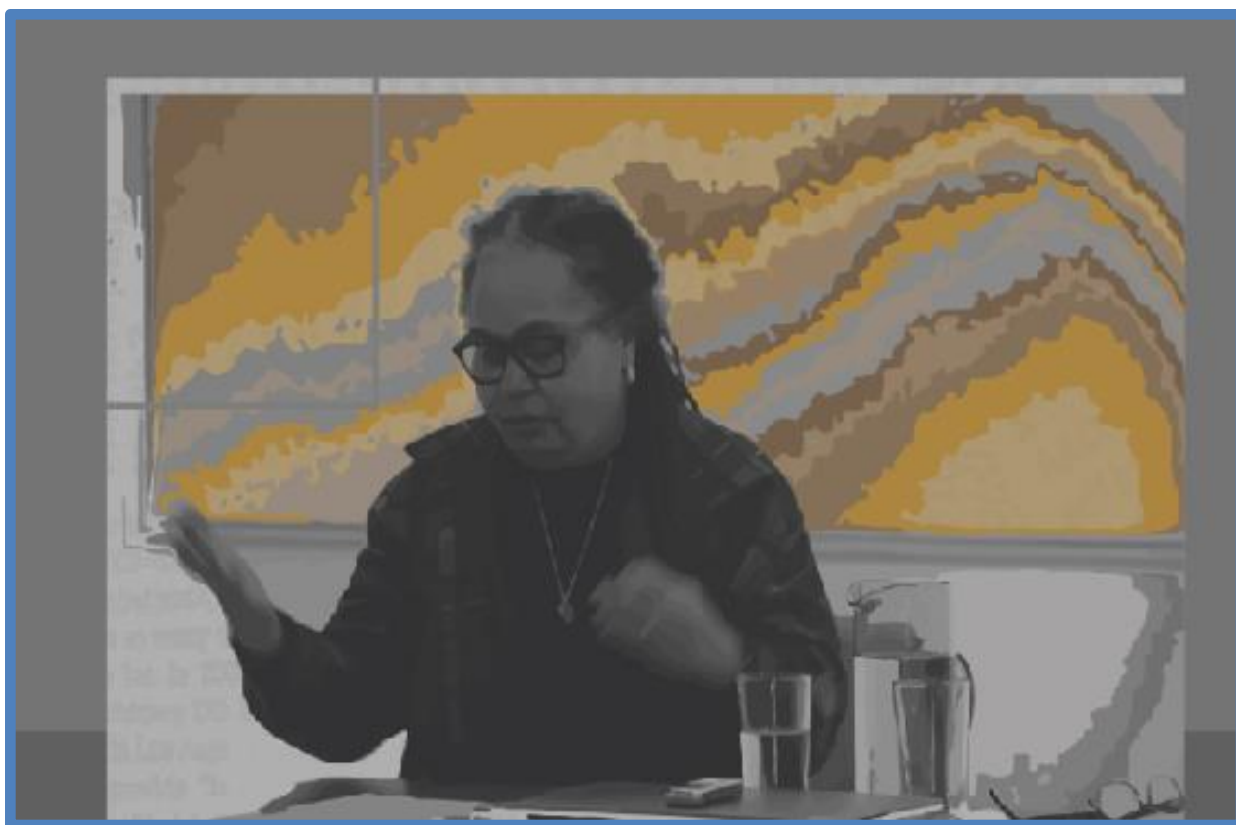


Figura 1. Ochy Curiel

Ochy Curiel

Trabajadora social, maestra en antropología social, feminista y activista dominicana de movimientos afro de la región.

**Conceptos clave: Panorama colonial y aportes para prácticas decoloniales, **novela colonial: (ideología nacional medios masivos), cimarronaje intelectual.*

Lo decolonial, prácticamente es un concepto contemporáneo, una paradoja poscolonial que surgió más o menos en los años 90 con todo un marco teórico que actualmente es una gran influencia para el pensamiento crítico contemporáneo latinoamericano.

Desde una perspectiva crítica y gafas del diseño social, es importante conocer y analizar la mirada con la que parte Ochy Curiel para referirse a la idea de la decolonialidad; esto, en el sentido de poder considerar ciertos aportes al diseño, que sean precisos para pensar el mundo desde otros lugares más dignos, que en cierta medida, aumentan grados de libertad comunitaria. En ese orden de ideas, la teoría decolonial es un proyecto ético y proceso epistémico en donde uno de los principales objetivos políticos es acabar con las opresiones y desigualdades que no resuelve el estado social de derecho.

¿Es posible desde un lugar particular del diseño crear nuevas estéticas y políticas distintas a las del relato colonial para definir otras características económicas, políticas y socioculturales? La respuesta optimista es sí.

En principio, me atrevería a decir que para ello, se necesita pensar el concepto más allá de las lógicas modernas (feministas, binarias, etc) ya que su marco teórico en gran parte, se fundamenta en el pensamiento ideológico de la normalidad occidental, que a propósito, es parte de la trilogía perversa e inseparable que nos define como sociedad: colonialismo, expansión capitalista y modernidad occidental. De este pensamiento colonial emergen conceptos excluyentes, cómo ejemplo: “discapacidad”, que da paso a la diferencia, opresión y exclusión de grupos marginalizados, que luchan por políticas locales.

Dentro de este marco, urge la necesidad de ubicarse políticamente desde otros lugares, por ejemplo, autónomos del diseño, que toman de los aportes decoloniales, y acercarnos a lo que

propone *Ochy Curiel* con el “*cimarronaje intelectual*”, que desde una mirada holística y política de acción particular, podemos cuestionar y poner en tensión la colonialidad desde sus diferentes perspectivas: La colonialidad del poder, construye teoría de dependencia para las políticas de desarrollo, el capitalismo se hace mundial haciendo eco en las jerarquías. La colonialidad del saber (marcada por la colonialidad del poder), construye “la verdad” desde intereses políticos, las teorías y conocimientos válidos, son interpretaciones de la racionalidad técnico-científica. La colonialidad del ser aparece con el concepto de humanidad (y sus niveles y consideraciones jerárquicas). La colonialidad de género, de religión y finalmente de la naturaleza como mercancía vista desde una visión antropocéntrica de la lógica capitalista.

*Ahora bien, desde los años 30 toda esa ideología nacional se hace a través de las novelas, la burguesía, a través del sentimiento y la emoción empezaba a transmitir a la sociedad cierto panorama con una serie de valores impuestos. La pregunta: **¿Es posible desde el diseño con medios de comunicación y prácticas audiovisuales particulares, replantear dicha ideología y difundir otro tipo de contenido con un peso más político que el de la novela y los medios masivos?**

¿Cómo investigar en complejidad?



Figura 2. Carlos Maldonado

(Cátedra Nal. de Arte y Ciencia... festival suratómica)

Carlos Maldonado

Filósofo. Profesor titular, Universidad del Rosario

****Conceptos clave:** Nuevas estética de posibilidades, políticas, investigación en complejidad.
conexión multidisciplinar (sensibilidad arte y técnicas del diseño y comunicación).*

“Newton no explica la realidad mejor que Shakespeare”, con esta frase, *Carlos Maldonado* manifiesta la idea de los números y el relato que es lo que queda, y en ese sentido... como el arte es una forma de conocimiento tan importante como la ciencia.

En medio de la revolución científica, es necesario enfatizar en el falso problema de distinción y jerarquía entre la ciencia y el arte. Básicamente, dicha separación emerge en parte, como consecuencia de tres errores fundamentados en el razonamiento que predomina sobre la naturaleza, y que actualmente hacen parte de una estructura moderna del pensamiento dualista occidental; estos son: primero, Aristóteles, un error en el sentido de que se formalizan las jerarquías de conocimientos y géneros literarios. Segundo, Descartes, con el escepticismo y la dualidad mente y materia que centra la razón. Y tercero y no menos importante, Kant y Comte que refuerzan a Aristóteles y Descartes con la separación de ciencias y humanidades.

Evidentemente, nos encontramos frente a un paradigma dualista y en términos de *Maldonado*, agregaría... mecanicista, determinista y reduccionista, que en efecto, oprime la riqueza de la vida en sus diversos “lenguajes”, y así mismo, otros lugares posibles. Asistimos a la emergencia de nuevas estéticas, a contrapelo de dicho sistema que se fundamenta en las jerarquías y luchas de poder.

Dentro de una estética de posibilidades, es preciso recalcar la función biológica de la mente que resuelve problemas creando nuevos horizontes. Algo interesante, es como el autor nos recuerda la unión entre arte y ciencia desde nuestra propia naturaleza, es decir, hace un acercamiento a los dos cerebros del ser humano: el primero, el estómago... el de la sensibilidad, la estética y procesos de empatía; y el segundo, el tradicional, el sistema encefálico. En resumen, *Maldonado* afirma: *“El sistema entérico dice al sistema encefálico cómo pensar, y el*

sistema encefálico le dice al entérico cómo comportarse. Las cosas más importantes siempre las sentimos primero, y si al caso la pensamos". Por ende, la sensibilidad es la capacidad de afecto que me acerca al otro, nos acerca al mundo como seres sociales y emocionales "*que sufren y experimentan desde el cuerpo*"; pero, la cuestión es que no hemos aprendido a escucharlo... "*La razón nos separa, pero la sensibilidad nos acerca*".

¿Es posible desde el diseño y la investigación en complejidad liberar a la cultura ciudadana de esos tres errores dualistas, a partir del trabajo multidisciplinar con el arte?

Emociones y lenguajes en educación y política



Figura 3. Humberto Maturana

(Cap 2.2 Racionalidad y emoción)

Humberto Maturana

Biólogo, filósofo y escritor chileno

**Conceptos clave: Peso emocional, lugar de la sensibilidad, acciones y vínculos humanas, diálogo y cooperación.*

Vivimos en una cultura que desvaloriza las emociones; es decir, al declararnos seres racionales no le damos el valor suficiente a la conexión que se da entre razón y emoción que prácticamente guía nuestro vivir humano, no miramos que todo sistema racional tiene un fundamento emocional.

Actualmente, hablamos como si lo racional tuviese un fundamento trascendental, pero, en realidad, todo nuestro dominio de acción se fundamenta en la emoción que es determinado por las disposiciones corporales individuales. *Maturana* nos cuenta: “*El amor es la emoción que funda lo social... bio evolutivamente somos porque amamos*”.

En ese sentido, las distintas ideologías políticas particulares también tienen un fundamento emocional. Un buen aporte que menciona *Maturana* para enfatizar en lo dicho anteriormente es que por lo general no nos enojamos cuando hay un desacuerdo lógico (cómo un problema matemático), pero, a contrapelo, hay otras discusiones contradictorias de carácter ideológico en las cuales nos enojamos y evidenciamos otro tipo de reacciones ya sean conscientes o inconscientes; este último apunte, nos permite aproximarnos a la carga emocional de dónde emergen dichos desacuerdos y confusiones. “*Sin la aceptación del otro en la convivencia no hay fenómeno social*”.

Aunque es un hecho biológico al que *Maturana* alude, es un juego de tensión entre esas dos dimensiones; es decir, somos seres vivos emocionales hasta que surge el lenguaje, y por ende hacemos sistemas racionales explicativos para dar una forma o argumento lógico universal y de allí se define todo.

Esto último, da paso a hablar de la dominación de poder de la cultura patriarcal moderna sobre *la matrística*. La primera, básicamente tiene la autoridad para controlar el mundo y los recursos con una justificación “racional” de apropiación de la verdad que valora la competencia, guerra, jerarquías, luchas procreación y crecimiento. Es así, que el autor también habla de una *cultura matrística*, que ligada a una ética del cuidado puede ser reconstruida en la vida cotidiana para responder a esta crisis; se funda en cierta conciencia ecológica, convivencia basada en el respeto, cooperación para la conservación, participación, responsabilidad colaborativa y resolución de los conflictos a través de la conversación.

Ahora bien, la pregunta es:

¿Cómo visibilizar prácticas presentes que apuestan por el diálogo, la cooperación, la sensibilidad colectiva y el peso emocional en las acciones humanas?

Modernidad líquida y fragilidad humana



Figura 4. Zygmunt Bauman.

Zygmunt Bauman

Adolfo Vázquez Rocca

Dc. En filosofía

Pontificia universidad Católica de Valparaíso

Universidad complutense de Madrid

**Conceptos clave: Modernidad líquida: vínculos y fragilidad humana, Postmodernidad, precariedad, fluidez y cambio*

Es importante hablar en la actualidad de lo que plantea *Bauman*, en donde hace una crítica particular a la postmodernidad. Enfatizó en la fragilidad humana, desde su mirada metafórica de la fluidez y el cambio, la celeridad, precariedad, incertidumbre, miedo, inseguridad y otros aspectos que determinan la “inestabilidad actual” en la *sociedad líquida*.

Por un lado, este panorama se da debido a la necesidad que ha adquirido el hombre postmoderno frente a la revolución tecnológica; dicho de otra manera, los cambios súbitos y estímulos permanentes que nos brinda dicha tecnología hacen parte de la cotidianidad líquida que nos define constantemente. Se pierden lealtades tradicionales de culturas particulares que dan un sentido real a la vida, porque se supone “entorpecen la línea del progreso e iniciativa colonial”, lo que parece indicar cierta decadencia del estado de bienestar, por ejemplo, parte de la sociedad que en cierta medida ha luchado por aumentar grados de libertad, está siendo invisibilizada y excluida por el hombre postmoderno con etiqueta individualista al marcar las nuevas formas — *líquidas*— de relacionarse con el mundo. Por ende, es necesario el renacer de una nueva sensibilidad dentro del mundo globalizado, que no solo se traduzca en términos occidentales y en la precariedad, sino en la misma vida, es decir, en la riqueza cultural.

¿Cómo generar lazos de unión y nuevos vínculos *sólidos*, sin descartar el aporte que nos da la tecnología para crear nuevas estéticas colectivas?

Revista, estudios sociales contemporáneos

El concepto de Hegemonía en Gramsci: una propuesta para el análisis y la acción política



Figura 5. Gramsci.

Natalia Álvarez Gómez: Gramsci

Biografía

**Conceptos clave: Hegemonía: construcción ideológica y concepción del mundo (sociedad homogénea), canales y medios de comunicación, acción política.*

El término hegemonía deriva del griego *eghesthai*, que significa "conducir", "ser guía", "ser jefe".

Lo primero que hay que saber, es que las clases sociales dominadas o subordinadas, participan de una concepción del mundo que les es impuesta por las clases dominantes. En ese sentido, Gramsci construye la categoría de hegemonía para proponer una línea de acción política-ideológica.

La hegemonía como un lugar central de la dominación capitalista, como todo un sistema económico que se instala en el planteamiento de las políticas públicas desde un modelo industrial, es concebida como algo que opera no sólo sobre la estructura económica, organización y dirección política de la sociedad, sino además, específicamente, sobre las orientaciones teóricas y el modo de pensar, como dirección moral, cultural e ideológica, es decir, está en la capacidad de plasmar la conciencia de toda la colectividad, a partir de distintos canales como la escuela, la religión e iglesia, y los medios de comunicación capaces de conquistar alianzas, unificar como guía ideológico a fuerzas heterogéneas, impidiendo la existencia de una contradicción entre las mismas.

Bajo este panorama, los intelectuales, el partido, la cultura tienen un rol importante que cumplir para la transformación, intentando imponer su propio bloque hegemónico que es de su fuerza en el poder, silencia buses particulares en el mercado dejando las fuera.



Figura 6. Ezio Manzini.

Es preciso recalcar la idea de Ezio Manzini cuando refiere a la importancia de que todos sean llamados a ser diseñadores co-autores de las soluciones... La asociación con los sujetos/usuarios garantiza su inclusión en el desarrollo del conocimiento, la creación de la idea conceptual y desarrollo de productos, cuyo objetivo final es servir mejor a los mismos, fomentar la relación sujeto - usuario/diseñador.

Se busca intervenir desde un sentido colectivo, fomentar lazos de empatía, entorno de diálogo y participativo que ponga en la mesa las iniciativas actuales que se plantean.

Problematización

Contexto inicial



¿Y EL LUGAR DEL CREADOR / ARTISTA AUTÓNOMO LOCAL?



Teniendo en cuenta la previa introducción y justificación, es necesario detenernos inicialmente en el rol de consumidores pasivos para entender el problema más a fondo.

Por un lado, en el caso colombiano, el mercado del arte y la cultura se

presenta por parte del estado evidenciado en el modelo de desarrollo de la economía naranja, un debate de desarrollo latinoamericano y Caribe del que haremos un acercamiento breve a continuación, pero no antes de percatarnos que se aborda desde un punto de vista crítico, se plantea desde el concepto del consumo que no da paso a otros lugares de producción de contenido más político y local alejado de intereses económicos particulares.

Economía naranja



Figura 7. Economía naranja. Cámara de comercio la Guajira.

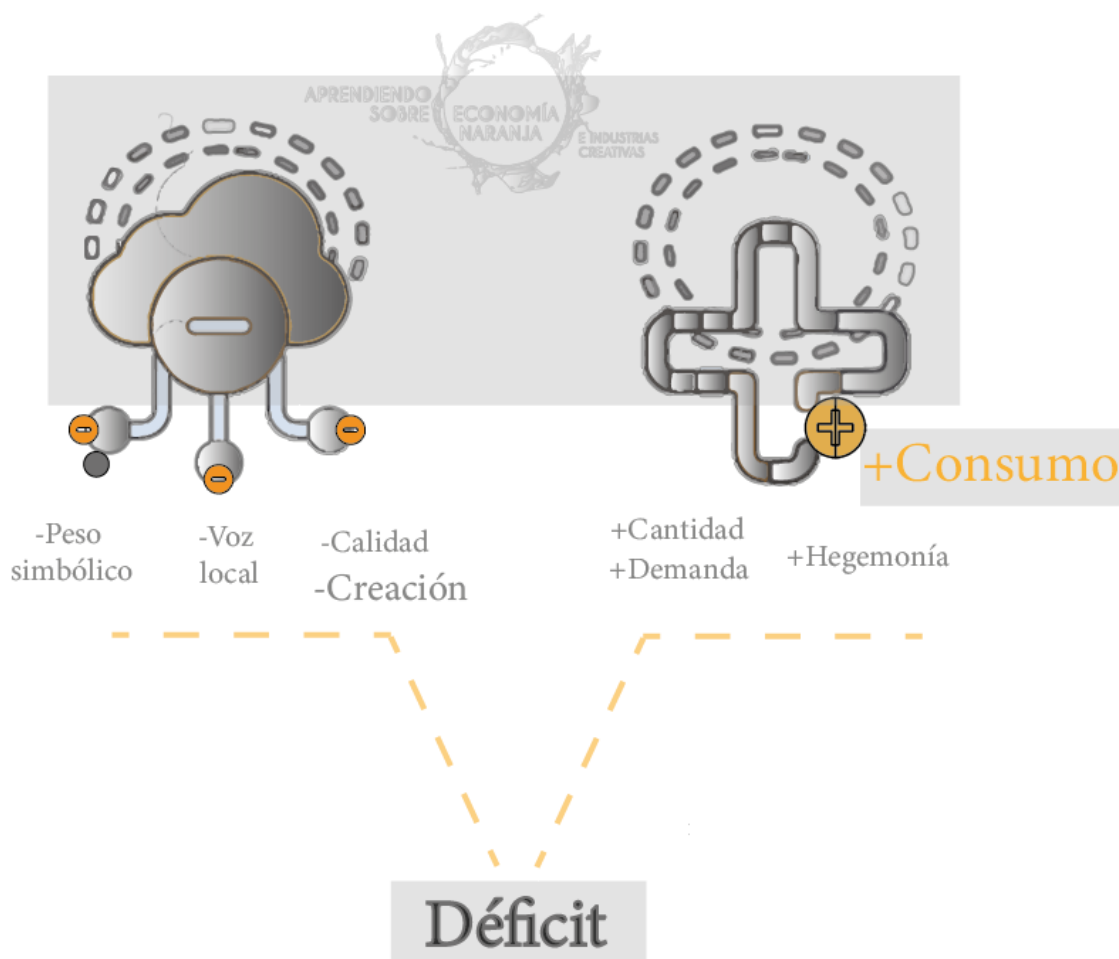
Esta estrategia, es una visión limitada con gran popularidad en sus políticas públicas y privadas, que fundamentadas desde una lógica capitalista y su modelo de progreso y enganche popular, narran imaginarios y fantasías de felicidad y éxito para promover la innovación y emprendimiento en las nuevas generaciones de creadores, que en efecto, incluirían sus actividades culturales y simbólicas al mercado. Es en este punto, donde es necesario tocar el lado oscuro de dicho mercado atravesado por el patrón de producción industrializada. En el caso de este modelo cultural naranja, se priorizan los medios digitales que operan a partir de la manipulación cognitiva y de condiciones impuestas desde su circuito económico de producción, difusión, y exhibición de contenido, directamente influenciado por las distribuidoras extranjeras y exhibidoras masivas que se privilegian y hacen eco desde la voz Occidental, una mirada eurocentrista y norteamericana que descarta otro tipo de

representaciones con un peso más político, por el valor económico de la creatividad y la conquista de mercados para generar riqueza a través del talento.

Consumo

En ese orden de ideas, en la industria del arte y la cultura se cede a la presión y exigencia del mercado, primando lo económico sobre el peso simbólico de la obra. Básicamente, esto significa que la creación se ha reducido al consumo, la renovación a la reproducción del contenido y la obra. Es en este punto, en donde es preciso profundizar un poco más en la idea del consumo, y de esta manera, dar cuenta de la tensión (global) que se aborda, con más claridad:

¿Qué es lo que ocurre con la industria creativa y cultural contemporánea?



Articulando con lo que se ha mencionado anteriormente, en el modelo de mercado, no hay trascendencia creativa y política, ya que su patrón se resume en el consumo simple, rápido y entretenido de contenido; cuanto más contenido, mejor. Conectando nuevamente con la idea de las grandes distribuidoras, como ejemplo, Netflix, como un medio masivo que exhibe continuamente publicidad, y difunde con una lógica acelerada del consumo fácil de series y contenidos, nos aproximamos a la idea del consumismo.

Consumismo

Desde la lógica acelerada del consumo, el consumismo se presenta como una necesidad compulsiva actual, en donde parte del problema llega en la gran oferta que privilegia la cantidad sobre la calidad; articulando con el presente proyecto, el síntoma contemporáneo se evidencia en los medios de comunicación, por ejemplo, con el afán de novedad de la noticia y la invasión y sucesión de imágenes en donde vale cuestionarse: ¿Qué pasa con lo ficcional o real de la imagen? ¿Si salió del medio, es verdad? Frente a este fenómeno global, nosotros como público consumidor somos susceptibles a estar ubicados en el lugar de las víctimas, y más aún, cuando no producimos contenido, sino que, a contrapelo, en el lugar de consumidores periféricos, nos nutrimos de culturas ajenas.

En ese sentido, vale resaltar así mismo lo que manifiesta Martín Barbero, de cómo en Colombia la narración desde los medios ha sido un tema relativamente marginal, es decir, el público actúa como receptor del sistema dominante, pero, son pocas las posibilidades de participación al estar sujetos a una sola mirada, una realidad que nos afecta directamente a todos como comunidad.

La encuesta del ‘Consumo Cultural 2020’ revela las preferencias culturales de los colombianos en un año atípico, Dane presentó la encuesta realizada a más de 27 mil ciudadanos + 12 años, a partir de los medios de comunicación y lo audiovisual. En ese sentido, un alto porcentaje de personas consumieron televisión durante los últimos 12 meses con el 89,3%, y el 69% consumió videos en plataformas digitales. Es así, que con respecto al porcentaje de personas que hizo uso de internet en los últimos seis meses durante la pandemia en cabeceras municipales, la mayoría, fue del 76%, que lo utilizó para descargar películas o videos.

**Sin embargo, se observa además un desinterés a la asistencia a talleres o cursos de áreas artísticas o culturales con el 5,4% y las personas que realizaron alguna práctica cultural fue del 6,7% en el país.*

Identificación de usuario y necesidades

Colectivos

Dentro del proceso de investigación del usuario, se presentan colectivos creativos de comunicación y autogestión local. Se hace un énfasis inicial en el boletín periférico, ya que que actualmente atraviesa por dificultades para difundir y visibilizar su contenido desde su lugar autónomo y participativo con la comunidad del barrio Belén.



Es así, que en principio es necesario destacar que bajo el paradigma de consumo que se analizó anteriormente de una manera breve, se es indiferente a otras miradas y al fracaso de la producción local que no es poca, pues se revelan prácticas que se ubican en el lugar de la emergencia, es decir, ventanas de circulación fuera del molde convencional, que quedan excluidas

debido a las grandes dificultades para llegar a la audiencia, o introducirse a los circuitos tradicionales de exhibición. Es por esto, que dichas prácticas marginalizadas, a contrapelo, buscan dismantelar la pretensión totalizante (muy ligada al vínculo de progreso industrial histórico y mecanización) para aflorar lo reprimido o derrumbar simbólicamente las barreras de los entornos industriales con la responsabilidad que implica interrumpir la cotidianidad y generar contenidos narrativos que impactan en la construcción de la percepción e imaginario social, pero no tienen el suficiente apoyo para visibilizar sus contenidos.

Dentro de este lugar de revelación y autonomía, se integran colectivos activistas de grupos urbanos que están actualmente liderados por jóvenes en Colombia, como:



Figura 8. El boletín Periférico.

Boletín periférico, el colectivo de comunicación de Belén de los andaquíes en el Caquetá, colectivo línea 21 de montes de María, en Bolívar que usan lo audiovisual como herramienta fundamental para la unión y resistencia entre comunidades étnicas desde el desarrollo de estrategias y metodologías de comunicación, como ejemplo, canales indígenas del César, asociaciones del norte del Cauca, y también, hay experiencias interesantes de colectivos de producción audiovisual “alternativos” y comunitarios: formato 19k de localidad ciudad Bolívar en Bogotá, Mejoda, En Cali, y Pasolini en Medellín, cuya lugar de enunciación es marginal, ya que sus dinámicas atravesadas por sentidos de ética o intereses para contribuir a la sociedad, se fundamentan en un compromiso y una notable preocupación comunitaria desde la acción política local y la transformación social. Esto último, dichos colectivos lo hacen posible, al

rechazar la mirada hegemónica de la representación dominante de los medios masivos de comunicación comercial, canales tradicionales de difusión y comunicación (con su régimen de visibilidad y criterios en los productos comerciales) con los que no se identifican, y en contraste, apuestan por grados de libertad, responden a temas problemáticos en las comunidades (pobreza, violencia, discriminación, exclusión, invisibilización, etc), promueven procesos de interacción, participación, intercambio y divulgación informal, a través de prácticas narrativas y creativas.

De allí, la necesidad de incluir nuevas representaciones que luchan en la esfera pública, y despiertan una mirada activa y dinámica local, para resignificar y transformar significados e imaginarios desde otra óptica al margen. Es por esto, que a continuación se da paso al caso del boletín periférico, con el que se genera un acercamiento en el proceso para conocer más a fondo la voz de los colectivos autónomos locales.

Voz local: Boletín periférico.

***Sujeto primario: Colectivo Boletín periférico.**

***Sujeto secundario: Comunidad barrio Belén.**

¿Por qué este colectivo de ejemplo?

Es el caso del **boletín periférico**, que nos da pista de la previa problematización, en el sentido de que se ubica políticamente en el lugar autónomo con el que se ha abordado el proyecto, sensibiliza y enriquece la memoria y cultura local por medio de actividades participativas y prácticas de narración visual//audiovisual (películas recomendadas y expresión manual y gráfica juvenil, video activismo, tácticas video gráficas, boletín impreso, fotografía, serigrafía,

documental y reportaje) que integran distintas técnicas para la expresión, creación y difusión de imágenes y contenidos que rompen con el lugar común (de los discursos de exhibición) y dan acceso a otro tipo de narraciones colectivas, al ser el primer medio de comunicación hecho por y para el barrio Belén, reunir diferentes temáticas del lugar para brindar información, y evocar un cruce de otras miradas a la comunidad de Belén, ubicada en la Candelaria.

Ahora, es necesario recalcar que este colectivo (ubicado también en el barrio Belén, en Casa B: en donde se realizan proyectos artísticos y culturales para la comunidad) cómo consecuencia de estar al margen de los grandes discursos, se sitúan en un lugar de acción un poco más inestable e intermitente al no tener apoyo por parte del gobierno, y al enfrentarse a grandes giros sociales contemporáneos, como la emergencia sanitaria (COVID - 19) y la difícil situación política del país, lo que entre muchas cosas, ha impedido a estos creadores, lograr publicar contenido continuamente.



Figura 9. El periférico.

Es por esto, que en ese sentido enfatizo en el colectivo **Boletín periférico** para este proyecto, sintetizando concretamente con dos razones fundamentales presentes actualmente: primero, prosiguiendo con lo que nombre anteriormente y en donde subrayaría la acción política del boletín fuera del molde de exhibición

convencional que desde procesos y rutas de comunicación participativa, espacios de encuentro, diálogo y una mirada autónoma que responde a lógicas diferentes a las universales, tienen una gran influencia en el barrio Belén, al brindar un gran aporte a la construcción, integración y

formación de vínculos humanos y lazos informativos con la comunidad del sector, siendo esta, un grupo que ha sido prácticamente marginalizado.

Ahora, en el segundo punto, se hace urgente manifestar la situación que está afectando directamente a este colectivo de creación y comunicación en la contingencia actual, en ese sentido, una de las grandes tensiones a las que se enfrentan los integrantes del grupo, es la cooperación y organización en el equipo de trabajo para la creación y difusión de nuevos contenidos del **boletín**. A continuación, un primer acercamiento con la codirectora.

Campo: proceso metodológico

Campo// primer acercamiento al colectivo

Se realizó un primer acercamiento virtual con la codirectora (Paula Delgado), a cargo de las comunicaciones del colectivo, en dónde me informó de dicha forma de trabajo y proceso de organización, y así mismo, manifestó la problemática de cooperación del grupo, ya que de ocho integrantes iniciales, actualmente hay sólo cuatro, lo que en efecto, reiterando, ha complicado la creación y divulgación de los contenidos en tiempos determinados

***Metodología de trabajo:**

Normalmente, desarrollan el siguiente proceso:

En primer lugar, se hace una correcta revisión del contenido, después, se devuelve para que sean editados o corregidos y como tal se deja el texto; pero, no sólo es eso, sino que a partir de sus diferentes técnicas de representación (por lo general trabajadas desde el taller: casa B ubicada en la calle 6 cra 2, barrio Belén) se documenta, se imprime, sacan de seis a siete contenidos por una edición, un periódico del barrio y para el barrio Belén.

Usuarios:

Artistas/creadores (colectivo o individual) autónomos locales.

Necesidades:

Lugar precario: Exclusión e invisibilización, al estar al margen quedan así mismo marginalizados.

Planteamiento del problema específico

Exclusión e invisibilización de artistas/creadores autónomos locales, que al estar al margen, quedan así mismo marginalizados: A continuación, un breve resumen del proyecto, que aterriza con la problemática a específica para comprenderla mejor:

Ideación

SOS es un proyecto que desde un inicio se plantea buscando un acercamiento con el mundo del arte. Primero, mi recorrido académico con el diseño ha estado asociado con el programa de artes plásticas, por lo que siempre he buscado cierta convergencia, y por otro lado (no menos importante) en el trayecto de esto, he logrado tomar ciertos grados de conciencia de cómo el arte históricamente se ha ubicado en un lugar complejo dentro de la sociedad.

Investigación y análisis

En ese sentido, la investigación inicial está directamente articulada con el cuestionar y problematizar el lugar del creador/artista, específicamente la autonomía local, dentro de la sociedad y del mercado. Es así, que el grupo / usuario del proyecto son los **creadores/artistas autónomos locales**.

¿Por qué estos creadores? ¿En dónde está el problema al que se enfrentan?

Básicamente porque a partir de sus prácticas al margen de la industria, actúan como agentes políticos con autonomía (valga la redundancia) a la hora de producir su contenido, y de esta manera promueven lenguajes particulares que encierran valores con gran peso político y simbólico, pero es en este punto, de donde emerge una **exclusión** de la participación autónoma

de estos artistas y creadores de cultura local que apuestan por nuevas estéticas y sensibilidades para aumentar grados de libertad comunitaria.

Problematización:

*Para profundizar en la conceptualización, revisar marco teórico que se planteó en el inicio de el presente documento memoria: Se problematizan conceptos como: Hegemonía, decolonial, sensibilidad, modernidad líquida, precariedad, complejidad, nuevas estéticas de posibilidades.

Inicialmente, comienzo complejizando un poco el problema de fondo, que es un **Déficit** que claramente yo no puedo solucionar, pero sí intervenir como diseñadora desde el lugar de la participación de la autonomía local. Dicha deficiencia, se evidencia y problematiza en mi proceso de investigación y análisis que se desarrolla en el documento, en donde a grandes rasgos, se ha hecho una breve crítica de la mano con autores, que despeja como la creación y la cultura se han reducido al consumo dentro del marco de las ICC de donde emerge una cultura instantánea que incluye el mercado del arte y la cultura, la industria audiovisual y el circuito económico (producción difusión y exhibición) de contenidos, y en el caso Colombiano, me aproximo a la idea de la economía naranja, que si bien es una buena idea, pero es una visión muy limitada en donde se privilegian los medios y contenidos digitales con la demanda, pero no el contenido local, es decir, no cuenta con las particularidades de un contexto culturalmente tan diverso como el colombiano, en ese sentido, el estado excluye prácticas en donde se incluyen las artes visuales (fotografía, pintura, escultura, serigrafía, videoarte) y medios como, cine, periódicos, boletines entre otras, que tienen una función más sensible o más dada a lo social o incluso estético, opuesto a la instrumentalización y por ende no se puede tratar como mercancía sino como un horizonte de una propuesta cultural de peso.

En este punto, a partir del proceso de investigación la tensión se aborda desde la hegemonía simbólica e intereses económicos de la industria del arte y la cultura, y aterriza específicamente en el acercamiento a la voz propia de los artistas / creadores locales, de donde emerge la evidencia de la tensión que enfrentan, que al estar al margen de la industria, quedan **marginalizados de la sociedad.**

Básicamente, recalcan la **exclusión e invisibilización** de sus obras y contenidos de poco interés para el gobierno, y así mismo, la falta de infraestructura y artefactos necesarios para mostrar sus contenidos al mundo.

De allí, parte la idea de SOS, como un proyecto que se aborda desde una mirada autónoma que busca implementar la creación de artefactos y medios necesarios para promover la participación del arte y la cultura local.

Antecedentes

Se hace un acercamiento al tipo de actividades que realizan creadores autónomos al margen.

Es así, que surgen los primeros antecedentes del proyecto, como una búsqueda de **autonomía simbólica** y acción política (desde la misma academia U Tadeo) frente a este complejo panorama de **exclusión e invisibilización** de sus prácticas de autogestión de poco interés para el gobierno.

Así mismo, surge un primer acercamiento en donde se discute sobre las prácticas que se incluyen en esta marginalización: de las artes visuales (**fotografía, pintura, escultura, videoarte**) y medios como, **cine, periódicos, boletines**:



Figura 10. La pomada. Repositorio U Tadeo.

LA POMADA

“DETRÁS DE LO QUE TIENE QUE ESTAR POR DELANTE”

Agencia defensora, exploradora y generadora de contenidos visuales y culturales en Colombia a través de

cooperaciones creativas ... Activista (camo delgado aguiler y Alejandro Quijano : Cartagena /Bogotá) Trabaja con **comunidades marginalizadas**: comunidades trans, afro, etc.



Figura 11. Escena a la carta. Repositorio U Tadeo.

ESCENA A LA CARTA

Anabel Álvarez Méndez // Maestría en gestión y producción cultural y audiovisual 2019.

Proyecto que contribuye a la **circulación de grupos artísticos emergentes**, por medio de una propuesta de diseño de estructuras escenográficas portátiles

(espectáculo en una maleta). También, se genera una **relación colectiva** con los artistas en el proceso creativo.

Objeto// arquitectura efímera (dirección de arte, escenografía)

- Utilería y vestuario
- Piezas e instrucciones de armado
- Construcción de imágenes y atmósferas
- Difusión a través de la Web

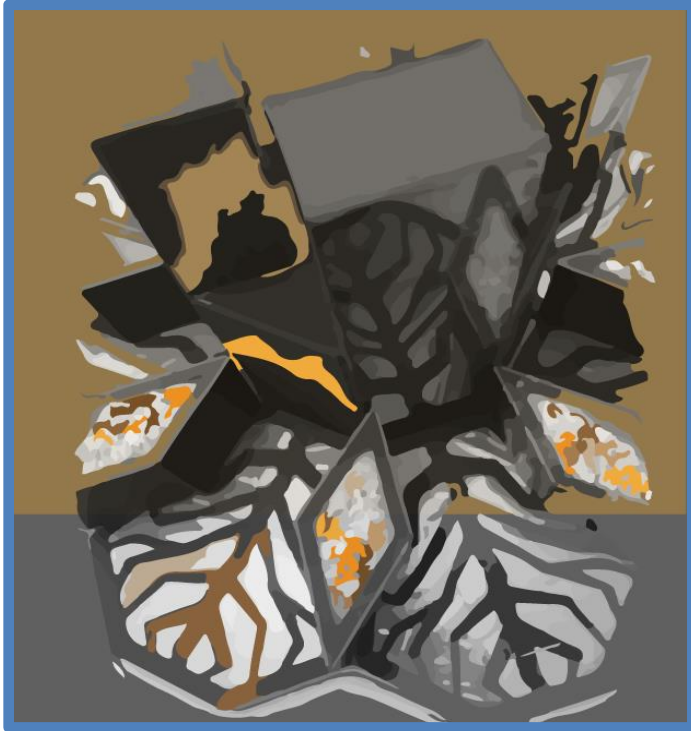


Figura 12. Contro.Lab. Repositorio U Tadeo.

CONTRO.LAB

Alejandro Sierra Agredo

2019 . Diseño Industrial

Referente de un diseño emocional de una instalación (escenario audiovisual), a partir de **dinámicas de cooperación**, como un

dispositivo de **interacción** e **intercambio cultural** entre los participantes del evento y ocho creadores musicales distintos sin jerarquía de rol.

Dispositivo // Creación musical comunitaria

Flor de loto: como signo de la naturaleza, compuesto por piezas sonoras y visuales, con la posibilidad de portabilidad (eventos de música electrónica). *Posteriormente, el proyecto aborda problemáticas que ocurren en eventos (discriminación, consumo de drogas, abuso sexual).



Figura 13. Cine militante.

Cine militante y video activismo:

Los discursos audiovisuales de los movimientos sociales.

Prácticas audiovisuales de intervención política llevadas a cabo por algunos grupos audiovisuales en Argentina. La proyección de estas obras no se lleva a cabo en salas comerciales, sino en lugares que

funcionan como salas de exhibición alternativas: escuelas, sindicatos, centros sociales, donde el cine se plantea como una herramienta política de transformación social, para cuestionar el mundo al ser vehículo de ideas y modelos culturales, e instrumento de comunicación y proyección social. El video activismo: el cine militante de nuestros días se ubica al margen del sistema de producción comercial, lo que implica trabajar con presupuestos más bajos y se producen cambios en la creación, como ejemplo, de forma colectiva, de tal manera que la toma de decisiones es conjunta, no hay una figura de director-creador, el colectivo asume esa responsabilidad como un compromiso político.



Figura 14. Prácticas.

Repositorio U Tadeo.

PRÁCTICAS

Comunicadora con énfasis audiovisual

María Paula Segura Dueñas

Referente metodológico de comunicación, cooperación

para la participación, guía

básica para la realización de un documento audiovisual, herramienta como la gestión de un proyecto y comunicación comunitaria, estrategias de diálogo, por medio de la práctica del diseño instruccional.

Comic // lenguaje visual

Diseño instruccional: Cómic con ciertos parámetros gráficos, elementos explicativos, ejemplos y aclaraciones de autor, para llevar a la práctica a los acompañantes comunitarios en la realización del documental audiovisual.

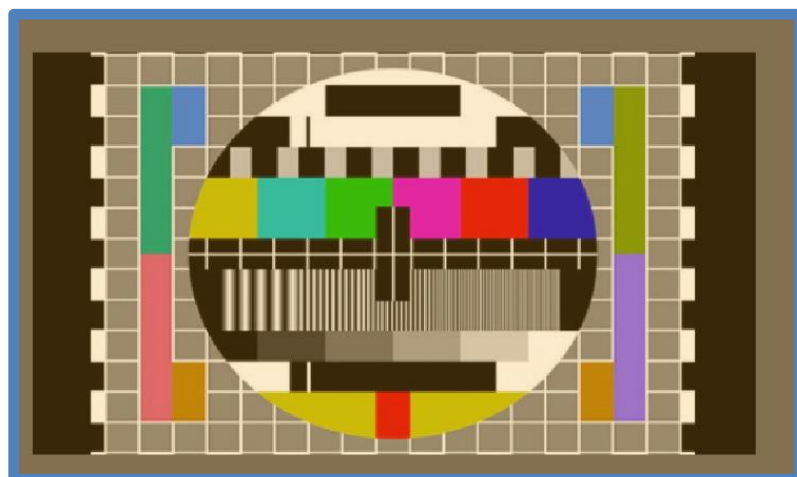


Figura 15. Proyecciones.

Proyecciones

Nicolasa Cárdenas

Salamanca. Asesoría Sandra

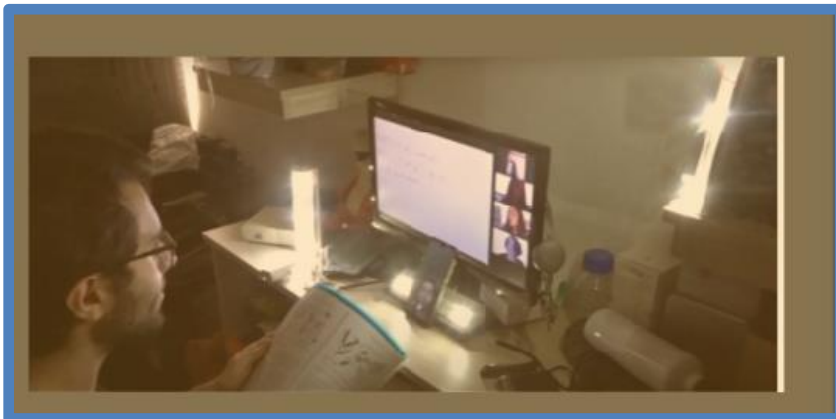
Rengifo

Referente como un diseño

crítico, que logra cierta ruptura con la narrativa televisiva para problematizar el contenido y el uso que se le da como medio masivo.

Intervención // Video instalación

- Composiciones audiovisuales
- Sobreposición y deformación de imágenes y sonidos
- Sensación de exceso, acumulación y saturación de información



*Figura 16. El ojo de todos.
Repositorio U Tadeo.*

EL OJO DE TODOS

Andrés Clavijo Parra //
Proyecto de Grado

Diseñador industrial // 2020.

Como una propuesta de diseño, un referente de posibilidades **más allá de la industria**, nuevas perspectivas de la creación audiovisual al emplear otras técnicas de representación en donde no es necesario un espacio técnico con altos costos (frente a la contingencia actual).

Objeto // audiovisual: (técnica stop motion)

- Proceso de captura de imagen y sonido
- Un sistema de iluminación efectivo

- Uso del celular como herramienta de apoyo



Figura 17. Repositorio U Tadeo.

**PROVIEW-
Desarrollo en la
preproducción
audiovisual**

Laura Méndez Neira

Diseño Industrial

2019

Referente de diseño

como una herramienta (interfaz) de comunicación y visualización portable entre los integrantes del proceso audiovisual; también se evidencia la participación y unión de las distintas disciplinas (arte, fotografía, dirección) en el proceso de producción, y la posibilidad de observar el proceso es de sus celulares.

Objeto // audiovisual: (técnica colectiva) Los diferentes accesorios que contiene el sistema, son de uso fácil y portabilidad.

*Soportes celular, dos cámaras (paneo, ángulos, rotación), pantalla táctil en acrílico blanco (donde se observa el color y el plano de la escenografía).

Otros referentes...



Figura 18. Repositorio U Tadeo.

COLECTIVOS

Ref.: el filme justifica los medios... película de Jacobo del castillo, producción de Laura coronado delgado. (un intenso viaje por la primera huella del cine político colombiano) ... una

memoria fílmica que se resiste a desaparecer

Ref.: colectivo Digna rabia. (medio de comunicación/noticias)

Cartel urbano: periodismo callejero y cultura alternativa.

Análisis de Referentes

A partir de los antecedentes y del primer acercamiento con los creadores, se definen que la exhibición será de prácticas visuales, ya que se encuentran en un lugar más vulnerable, pues en el caso audiovisual, ha logrado tomar más fuerza en la industria cultural... precisamente por la demanda de los medios digitales; por ende, se plantea una especie de carpa de exhibición visual, y emergen conceptos importantes para pasar posteriormente a un breve paneo de referentes (autonomía, a contrapelo de la industria: lo artesanal, DIY (práctico, desarmable), visibilización, exhibición visual 2D, 3D, intervención zona pública (intemperie), dinámica, participación que, etc.) conceptos que me permiten conectar con los referentes del proyecto como tableros de exploración e inspiración.

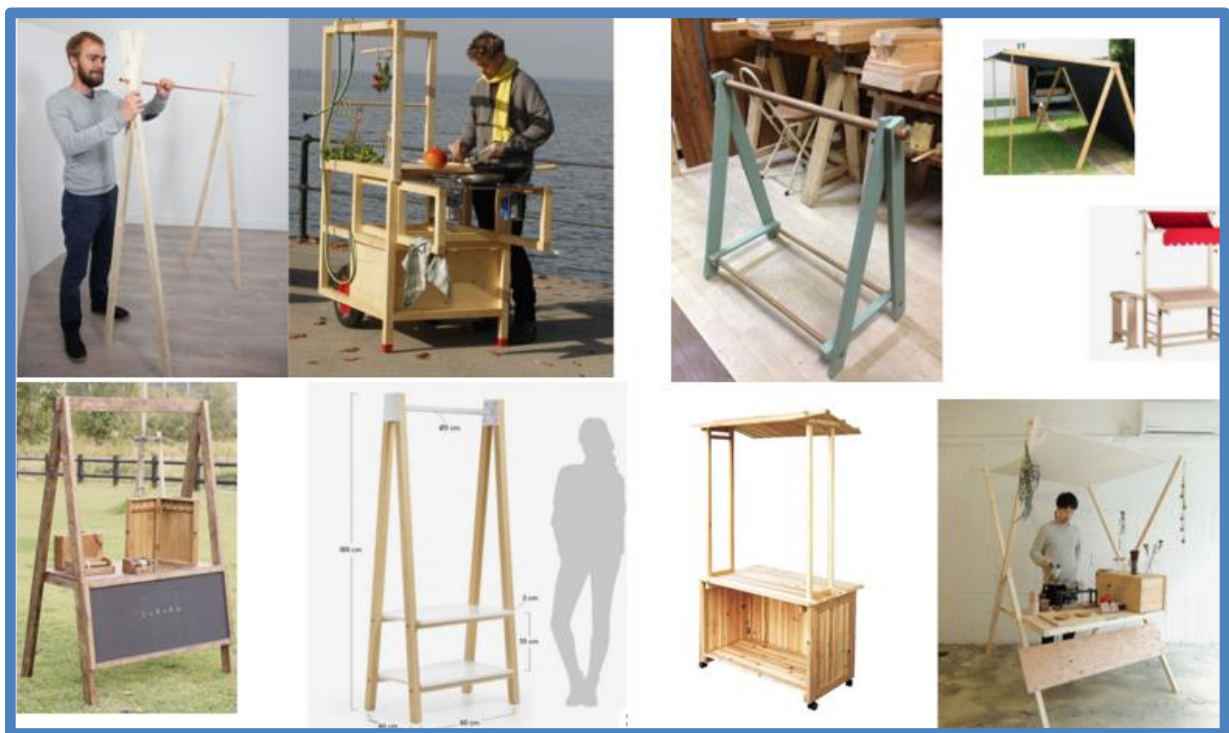


Figura 19. Pinterest (Diariodesign).



Figura 20. Pinterest (NOS).

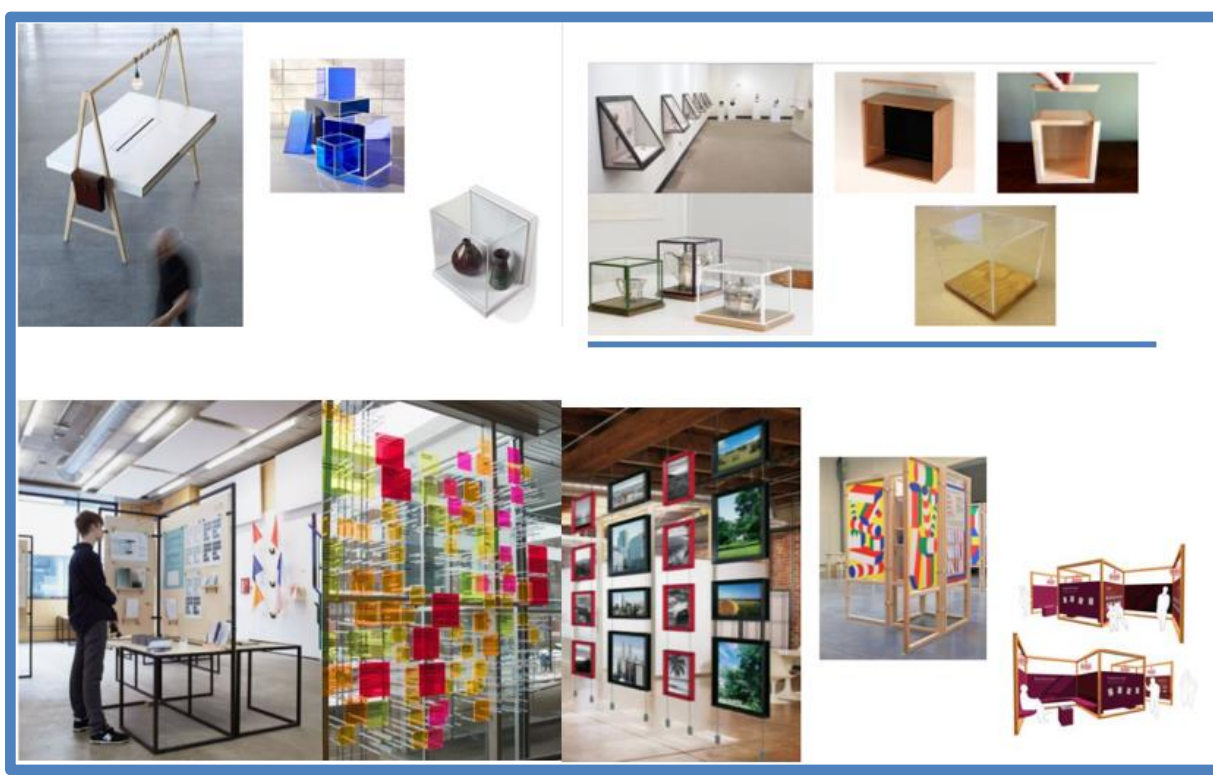


Figura 21. Pinterest (Alticino)



Figura 22. Pinterest. (neue-werkstatt.net)

Objetivos

Pregunta proyecto

Objetivo general: Visibilizar el arte y la cultura local de las prácticas autónomas de creadores en estado de precariedad.

Objetivos específicos:

1. **Promover** los procesos de divulgación y visibilización de la participación autónoma de creadores del arte y la cultura local en estado de precariedad, desde una mediación inicial de diseño para la exhibición de los contenidos.
2. **Crear** protocolos de comprobación para validar el diseño de una carpa portable de exhibición visual y audiovisual que promueva la **visibilización** de las prácticas, muestras y exposiciones de arte y cultura dentro de zonas públicas.
3. **Implementar** en lugares públicos cerrados (cc, portales, aeropuerto) el artefacto de visibilización de los contenidos políticos y sensibles de los creadores, con el fin de generar un acercamiento e invitar a que la sociedad se cuestione a partir de un intercambio artístico, cultural y si se quiere monetario.

Metodología de acercamiento

ENCUESTAS Y RESULTADOS RETROALIMENTACIONES

A partir de métodos como la observación, debate y herramientas como protocolos de comprobación (encuesta cualitativa y cuantitativa), se realiza un acercamiento al usuario real, y un proceso de recolección de información para llegar a las validaciones del diseño en cuanto a la forma, estructura, función, estética.

A continuación, se presentan evidencias y las conclusiones de la retroalimentación del grupo de trabajo, para más información: verificar cada encuesta en el sistema de registro del proyecto.

1. Protocolo de la primera encuesta que se realizó:

¡SOS!

Las preguntas a continuación hacen parte de un proyecto académico, la información es confidencial: parte de una validación para llegar a formalizar una mediación de diseño que fomente la autogestión local de colectivos autónomos, artistas y creadores de contenido, que a partir de sus creaciones promueven sensibilidad, arte y cultura, y dado el caso, un gran peso político y simbólico en sus publicaciones (ya sean virtuales, exhibidas en espacios públicos o exposiciones particulares). Lo ideal es intervenir en el proceso de divulgación, visibilización, y así mismo, la participación desde una mirada local.

*Si es necesario, puede anexar imágenes u otro tipo de contenido que considere facilite las respuestas. ¡Por favor consultar cualquier duda que se genere en el proceso!

***¿Está de acuerdo con esto?**

Nombre del colectivo/ artista / creador:

1. ¿Qué prácticas creativas ha realizado? ¿Visuales/plásticas/gráficas? ¿Audiovisuales? ¿Performáticas? ¿Musicales? ¿Otras? ¿Cuáles?
2. ¿En las prácticas que realiza ha intervenido la participación del “público”? ¿De qué manera?
3. ¿Qué tipo de contenido es el que más sacan? ¿Con qué frecuencia?
4. ¿Participa públicamente? ¿En qué tipo de eventos o espacios suelen participar o publicar sus contenidos?
5. ¿Qué tipo de requerimientos fundamentales se presentan a la hora de “mover” el contenido?
6. ¿Cambiarían o agregarían algo en la metodología de su trabajo (colectivo o individual)?
7. Califique de 1 a 5, ¿Qué tan probable es sacar disponibilidad posteriormente para un primer encuentro? (Este punto, es con el fin de conocer un poco más la metodología o generar comprobaciones).
8. Teniendo en cuenta el punto ocho (8), si es alta la probabilidad:

Conclusiones: En esta encuesta se validaron las principales prácticas y requerimientos del diseño, para iniciar con la definición de módulos de exhibición, y un primer acercamiento con el usuario, para posteriormente concretar un posible encuentro para las comprobaciones reales.

2. Protocolo de la segunda encuesta que se realizó y sus conclusiones:

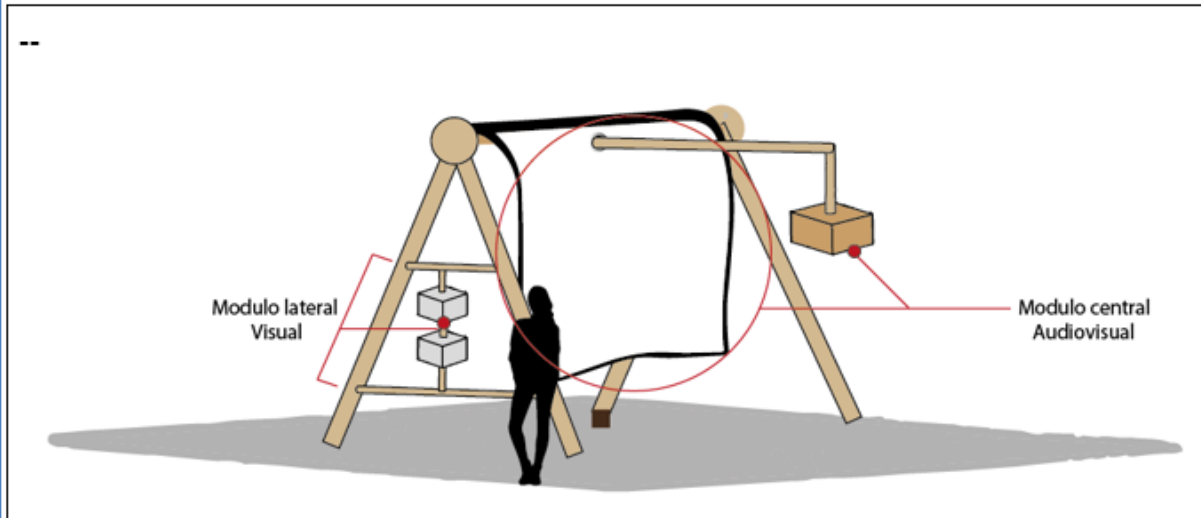
ENCUESTA No.2

Sos es un proyecto de diseño que busca mediar en la participación del arte y la cultura local a partir de la creación de un espacio práctico de exhibición e intercambio cultural para exposiciones y muestras de *contenidos visuales y audiovisuales* de colectivos o artistas/creadores. (Tabla 1) (Figura 1)

Tabla 1: contenidos visuales y audiovisuales

<u>Módulo audiovisual</u>	<u>Módulo visual</u>
<u>La muestra audiovisual cuenta con el módulo central de proyección de video:</u> Documentales, tutoriales, o proyectos involucrando video instalación o campañas, Musicales y Realización y producción audiovisual, fotografía, animación.	<u>La muestra visual cuenta con el módulo lateral de exhibición:</u> Collage (análogo o digital), imágenes, dibujos e ilustraciones, grabados... Obras plásticas, esculturas, productos, artesanías, serigrafía, etc.

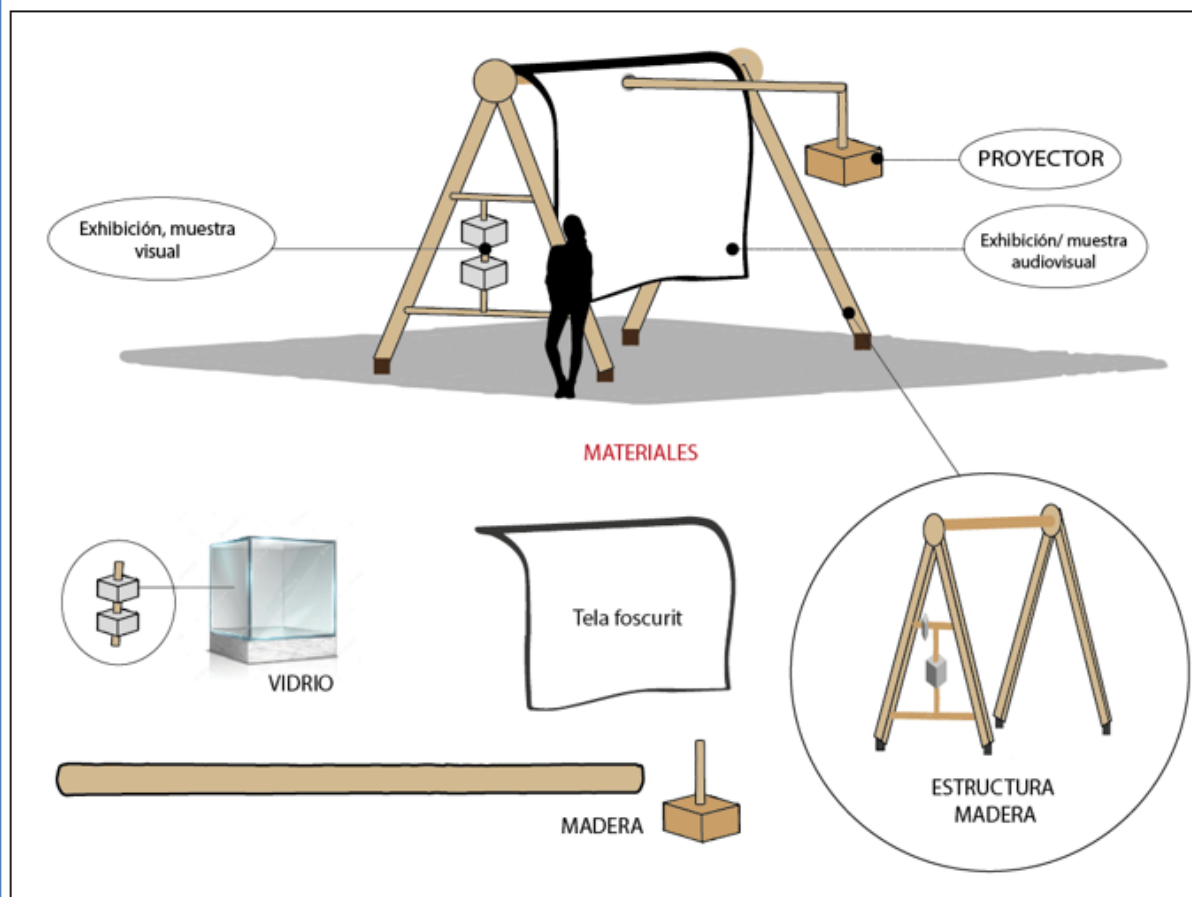
Figura 1: Módulo visual y audiovisual



En la encuesta a continuación cualquier pregunta es opcional, se busca generar unas primeras comprobaciones visuales y recopilar información para validar decisiones fructíferas que harán parte del plan de acción

de la primera fase del proceso de diseño alineado con los objetivos del usuario. Por ende, a partir de la **figura 2** y del contenido previo, responda lo que considere más conveniente.

figura 2: Diseño



Requerimiento del diseño: Acceso directo a un espacio común cuyo objetivo sea la exposición y/o exhibición de obras artísticas.

ENCUESTA /CONCLUSIONES:

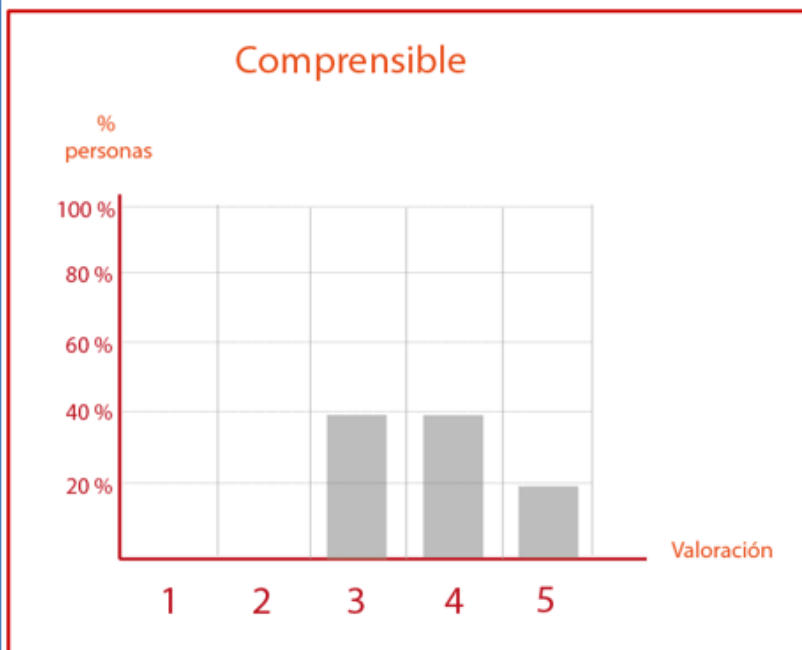
La siguiente encuesta se realizó a partir de 5 sujetos en donde se incluyen colectivos-artistas creadores locales.

1. **Diseño formal**

De 1 a 5 el diseño es:

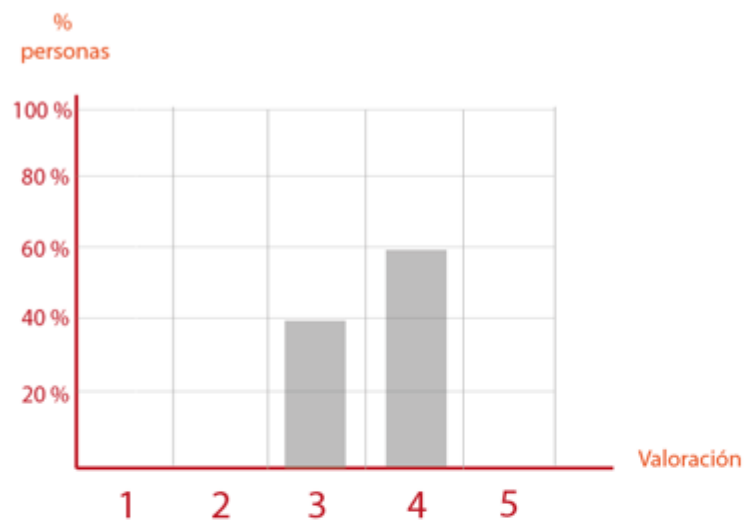
Comprensible	
Funcional	
Práctico	
Estético	
Portable	
Estable	

CONCLUSIONES 1



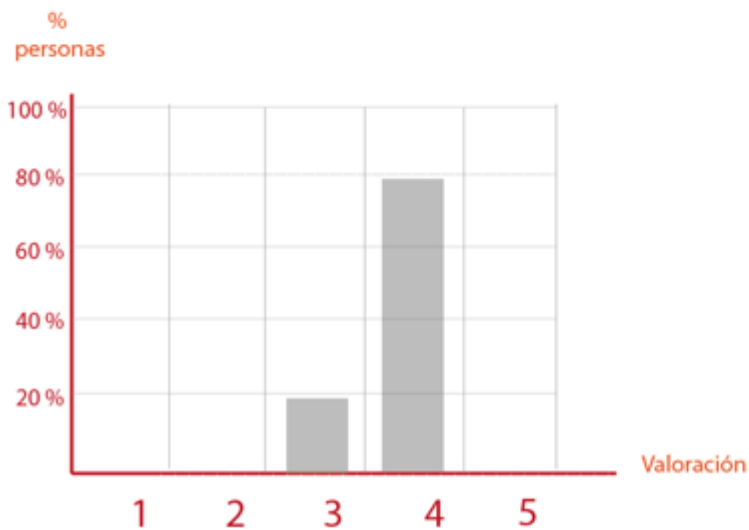
El **40%** de los encuestados considera que el diseño no es muy comprensible, sólo el **20 %** considera que lo es completamente.

Práctico



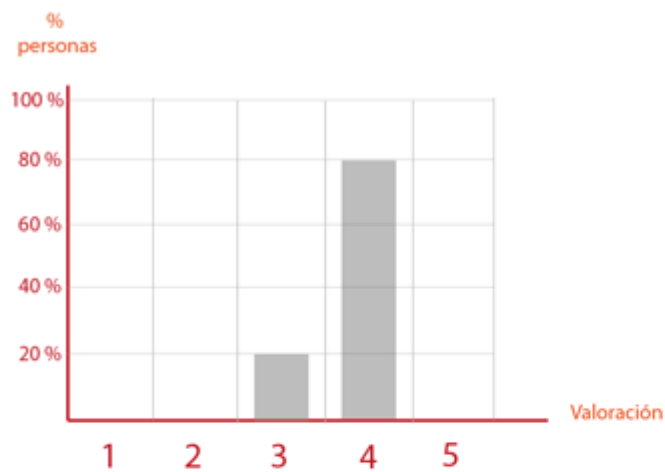
El **40%** de los encuestados considera que puede ser más práctico.

Estético



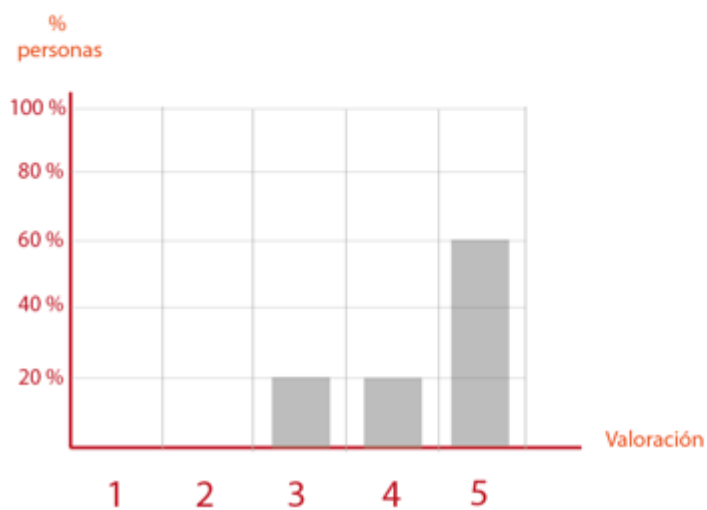
El **80%** de los encuestados, considera que el diseño es atractivo.

Portable



El 80% de los encuestados lo percibe como un artefacto portable.

Estable

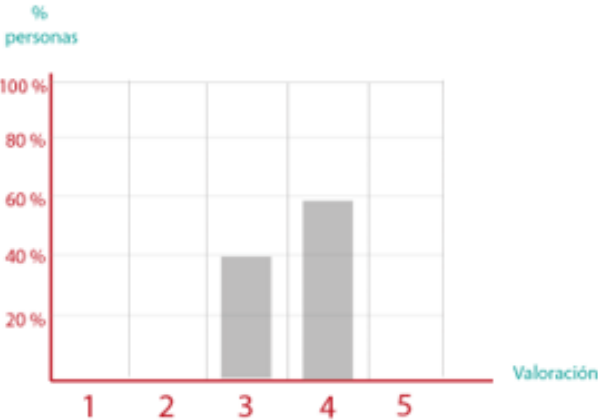
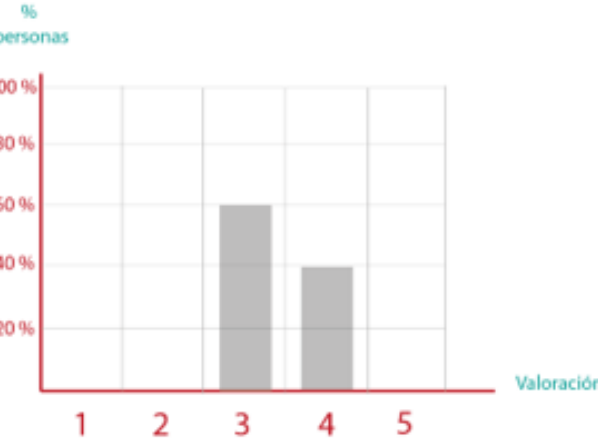


El 60% de los encuestados considera que el diseño es completamente estable, mientras que el 40% restante considera que se puede mejorar.

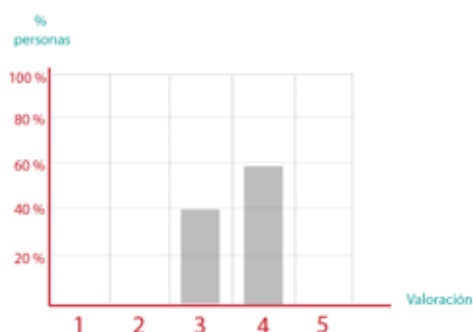
1. Diseño de interacción

Califique de 1 a 5 en valoración, y si es posible, por favor justifique su respuesta.

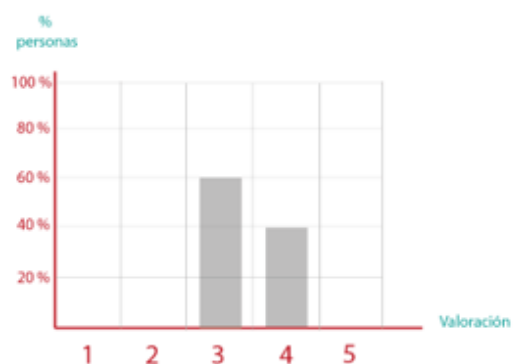
<u>PREGUNTA</u>	<u>VALORACIÓN (1-5)</u>	<u>JUSTIFICACIÓN</u>
1. ¿Qué tan apropiado considera este espacio para una muestra visual/audiovisual?	<u>Apropiado:</u>	
2. ¿Cómo podría fallar este diseño?	<u>Falla:</u>	
3. ¿Hay algo que podamos eliminar o cambiar para que esto sea mejor para ti?	<u>Cambio:</u>	

VALORACIÓN	JUSTIFICACIÓN						
Apropiado  <table border="1"> <caption>Data for 'Apropiado' chart</caption> <thead> <tr> <th>Valoración</th> <th>% personas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>60%</td> </tr> </tbody> </table>	Valoración	% personas	3	40%	4	60%	- Parece que es un buen espacio, práctico y sencillo, sin embargo, el 40% no está completamente satisfecho. <u>Retroalimentaciones usuarios:</u> Módulo audiovisual: más espacioso, incluir lo performativo otras interactividades que acompañen los sonidos y video. Exhibidores visuales: Diferentes tamaños. Nuevos espacios: propicio para otro tipo de contenido particular (parte gráfica, ilustraciones, flyers o intervenciones fotográficas etc. serigrafía, grabado e ilustración análoga y digital).
Valoración	% personas						
3	40%						
4	60%						
Falla  <table border="1"> <caption>Data for 'Falla' chart</caption> <thead> <tr> <th>Valoración</th> <th>% personas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3</td> <td>60%</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>40%</td> </tr> </tbody> </table>	Valoración	% personas	3	60%	4	40%	-Espacio limitado (forma / tamaño) El 60% de los encuestados considera que el diseño puede fallar en resistencia y recalcan la falta de espacio para ciertas
Valoración	% personas						
3	60%						
4	40%						

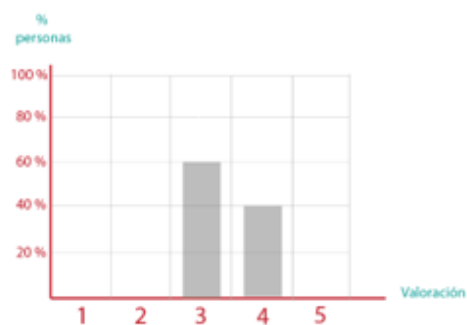
Apropiado



Falla



Cambio



obras de otras categorías.

-El 60% de los encuestados sugirieron cambios particulares al proyecto:

-Incluir más herramientas al módulo audiovisual, práctica performativa.

-Tener en cuenta herramientas y accesorios como indumentaria (espacio óptimo especialmente para telas (estampados, bordados)).

1. Contexto

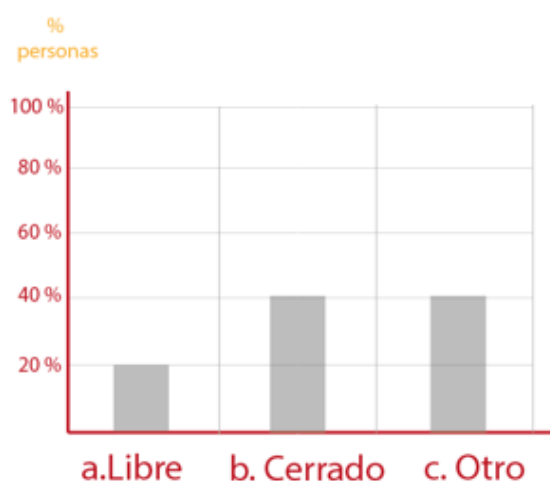
En dónde considera más propicio la instalación de este artefacto para sus exposiciones (muestra visual /audiovisual), seleccione una respuesta: (puede resaltar o usar **negrilla**)

- a. Espacio (público / privado) al aire libre (plazas, parques, ferias y exposiciones al aire libre)
- b. Espacio (públicos/ privado) cerrados (museos, galerías de arte, clubes de arte, talleres, ferias y exposiciones)
- c. ¿Otro contexto? ¿Cuál?

+

VALORACIÓN

Contexto



DESCRIPCIÓN

El 40% de los encuestados considera necesario tanto los espacios (públicos / privados) cerrados (galerías de arte, clubes de arte, talleres, ferias y exposiciones) como al aire libre (plazas, parques, ferias y exposiciones abiertas).

1. Materialidad

Este punto es descriptivo (y opcional).

Como esto no está terminado, en los siguientes componentes puede aportar, o retroalimentar el proyecto si le gustaría agregar algo para la versión final:

a. Dimensiones (describa)

Tamaños variables

Exhibidores visuales: min 30 cm, ~~mx~~ 1m.

Modulo audiovisual: espacio

b. Material (describa)

Madera

Material liviano

Material de exhibición transparente y resistente para obras pesadas.

c. Retroalimentación (describa): (revisar punto 2)

Agregar módulos para más prácticas: Implementar un módulo de telas y gráfico con el uso de un material transparente para una mejor visualización del contenido.

Planteamiento de Diseño

Al respecto, es preciso recalcar la idea de Ezio Manzini, simplemente cuando se refiere a la importancia de que todos sean llamados a ser diseñadores co-autores de las soluciones... La asociación con los sujetos/usuarios garantiza su inclusión en el desarrollo del conocimiento, la creación de la idea conceptual y desarrollo de productos, cuyo objetivo final es servir mejor a los mismos, fomentar la relación sujeto - usuario/diseñador.

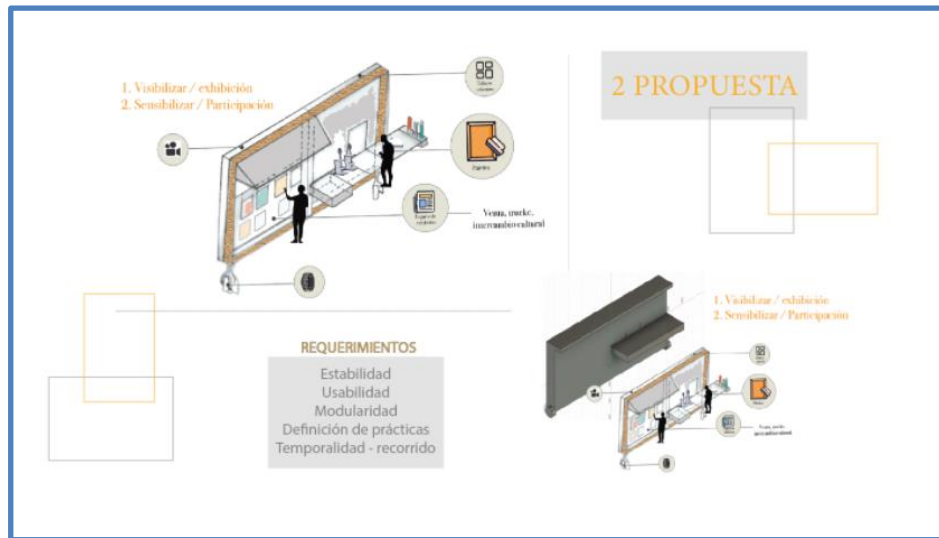
Evolución propuestas: primeras validaciones y requerimientos

A continuación, se despeja la evolución del diseño a partir de las retroalimentaciones realizadas por parte de los usuarios reales en los protocolos de comprobación para la validación del diseño:

1. Primera propuesta:



2. Segunda propuesta:

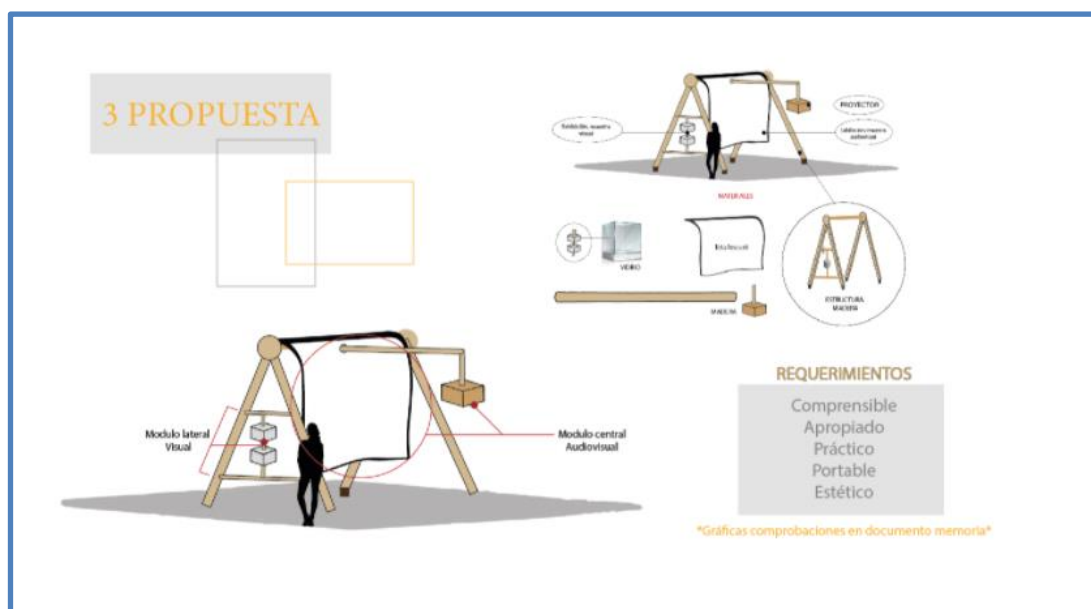


3. Tercera propuesta:

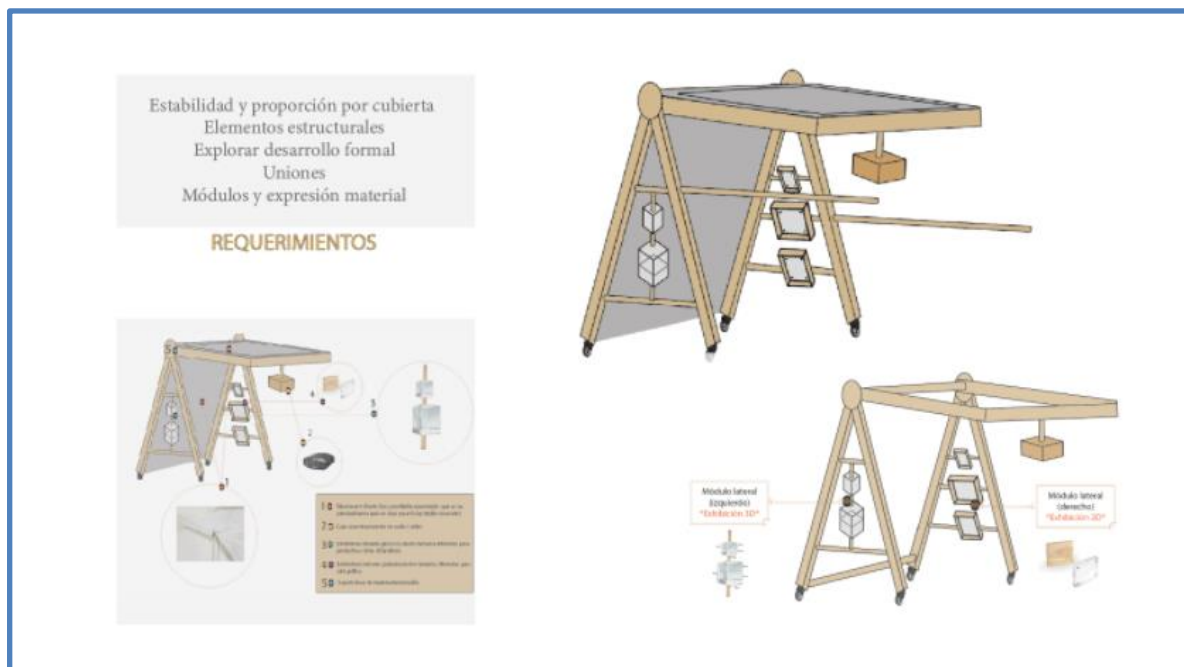
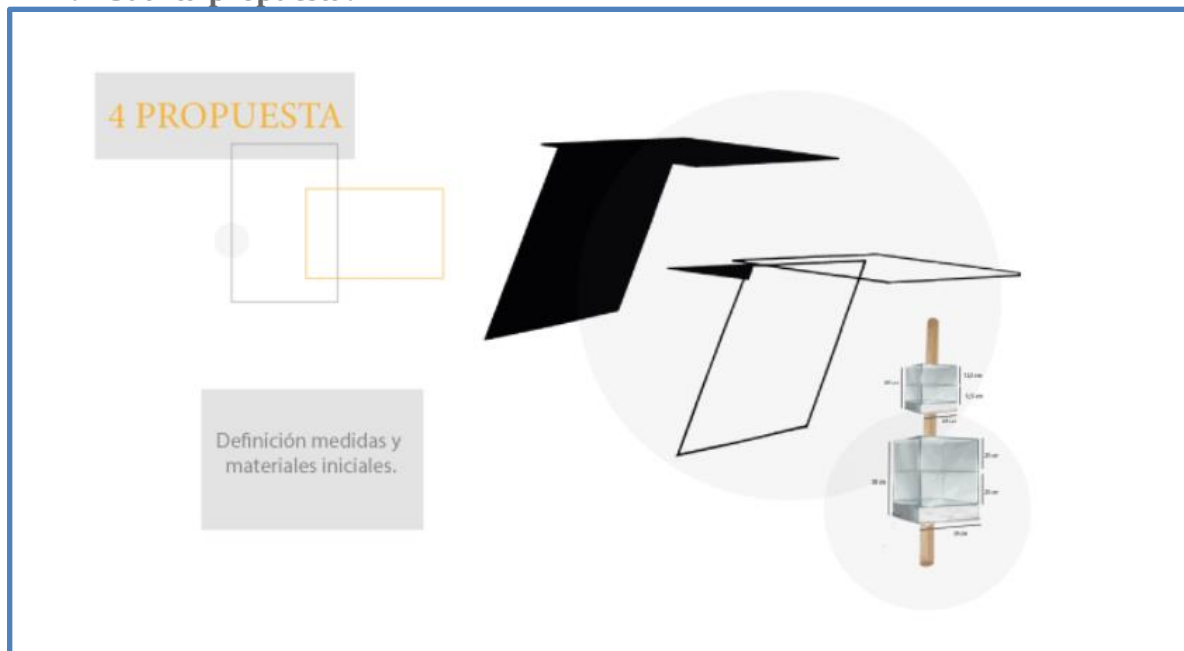
REQUERIMIENTOS / RETROALIMENTACIONES:

Contenidos: Artes visuales 2D Y 3D/Pequeña escala: Tamaños variables, material transparente.

Espacios: (Públicos / privados) cerrados (galerías de arte, clubes de arte, talleres, ferias y exposiciones) como al aire libre (plazas, parques, ferias y exposiciones abiertas).

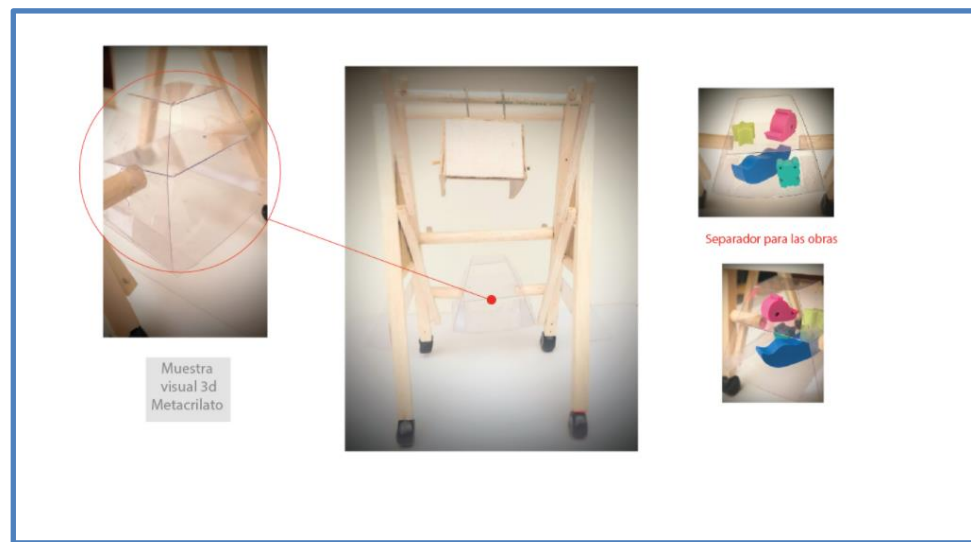
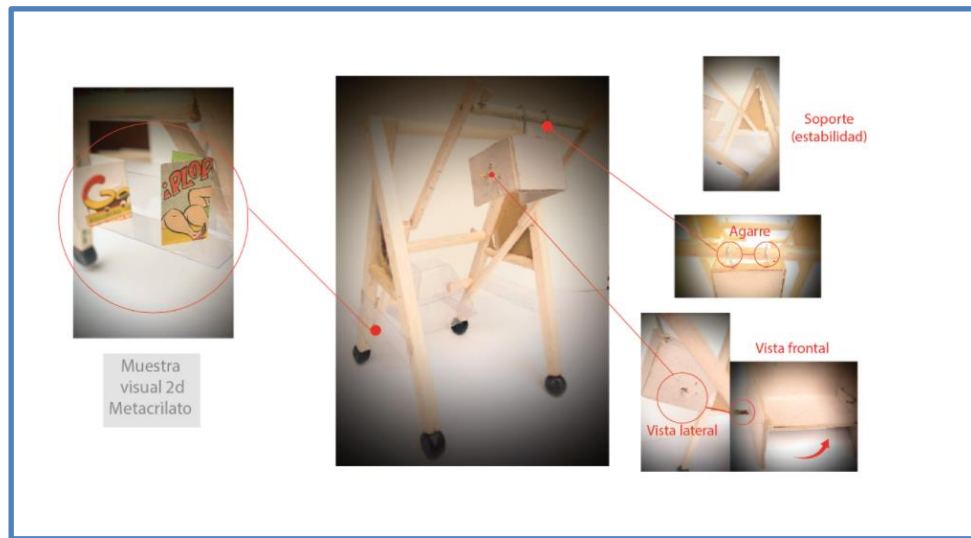
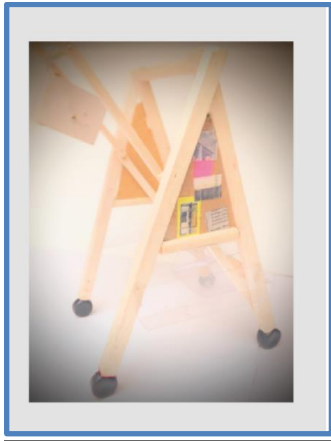


4. Cuarta propuesta:



Maquetación

PRIMERA MAQUETACIÓN:



Ergonomía

Antropometría:

Dimensiones/ parámetros antropométricos:

Sobre percentiles Latinoamericanos= P50 = 1,72 cm

*(medida promedio del hombre Colombiano)

Biomecánica:

No se evidencian fatigas ni movimientos forzados, ya que los tres campos visuales y de uso esencial para el usuario, se encuentran dentro del plano de percepción: Dos muros laterales de exhibición y exhibidores centrales, en este caso, se realizan breves flexiones cervicales.

En cuanto al armado, se automatizan tareas como el uso de herramientas especializadas, y se busca un alto nivel de usabilidad para llegar a una óptima UX que garantice la efectividad, eficiencia y satisfacción del usuario. En este caso, se usan tornillos de carreaje para facilitar el agarre de los tornillos a la hora de asegurar el exhibidor: Agarre pinza bidigital, y agarre palmar para ensamblar elementos como los troncos de pino.

Validaciones en contexto

A continuación, se presentan encuestas cualitativas/cuantitativas, para validar la función de la exhibición visual 2D y el montaje de la exhibición 3D con el grupo/mercado, para concluir resultados y retroalimentaciones.

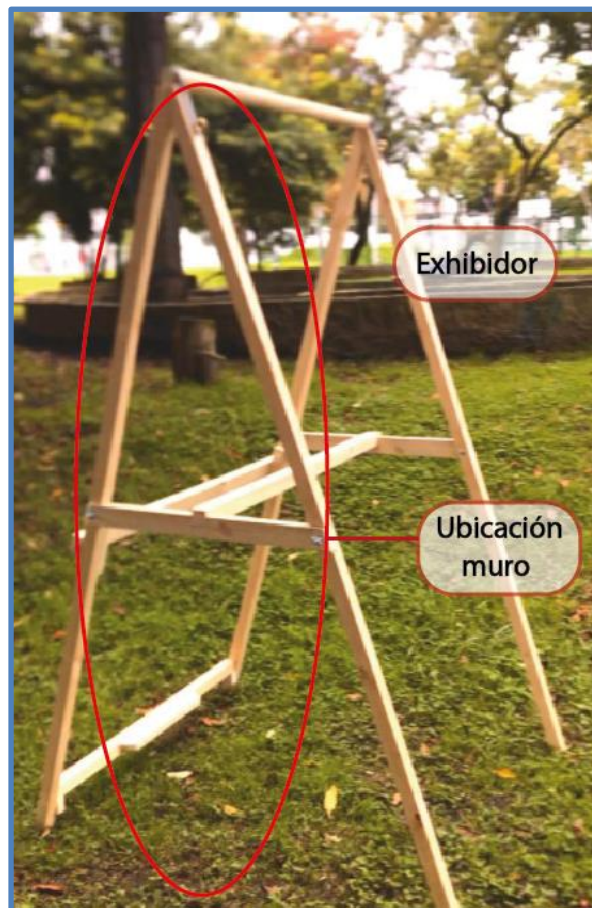
Validación exhibición 2D:

3 artistas: (en rojo se resaltan las elecciones del usuario: grupo mercado)

Función: Exhibición visual 2d / grupo mercado

- Resaltar o subrayar la(s) respuesta(s) que considere, también puede hacer sugerencias en cada pregunta.
1. En qué formato aproximado trabajo sus obras 2d (señale las opciones que ha utilizado en su trabajo)
 - a. Formato cuadrado **(x3)**
 - b. Alargado vertical
 - c. Alargado horizontal (x1)
 - d. Circular / óvalo (x2)
 - e. Otro: cuál (sugerencia)
 2. En qué dimensiones aproximadamente trabaja sus obras 2d (altura, anchura)

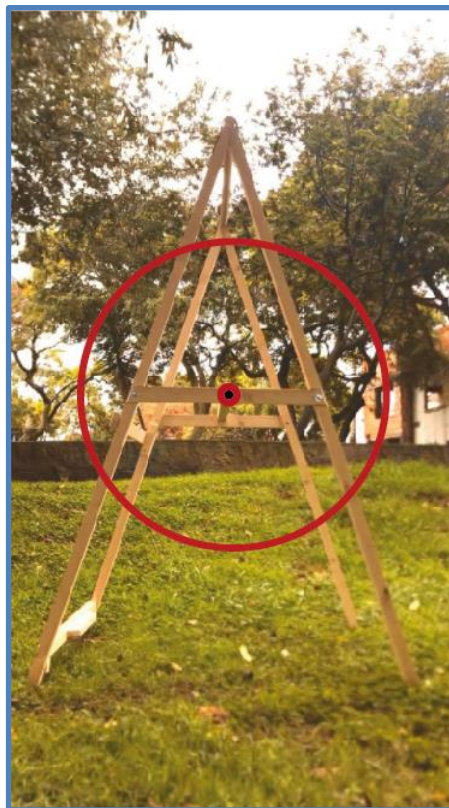
- a. -1m^2 (x3)
- b. 1m^2 aprox (x2)
- c. $+1\text{m}^2$ (x1)
- d. (sugerencias):
- Todas las anteriores
 - Tener en cuenta que el montaje también tiene una profundidad por el cuadro o marco que se utiliza
3. A continuación, se presenta un exhibidor (en proceso de desarrollo) para obras visuales de pequeña escala, la parte señalada (con rojo), es en donde se plantea el muro de exhibición visual. Por favor señale la forma de muro que considere más apropiada para adaptar su obra 2d.



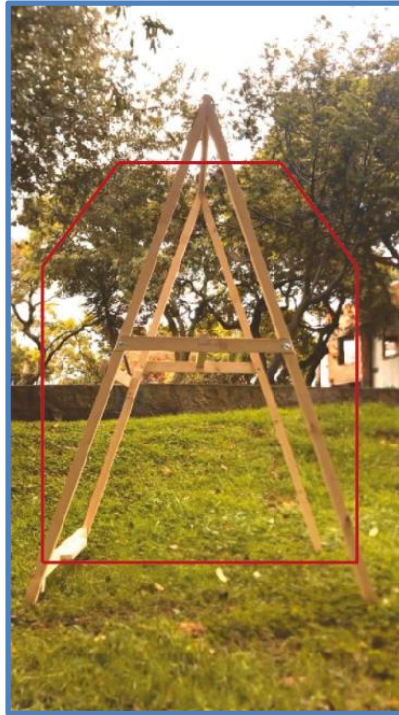
a. Muro triangular



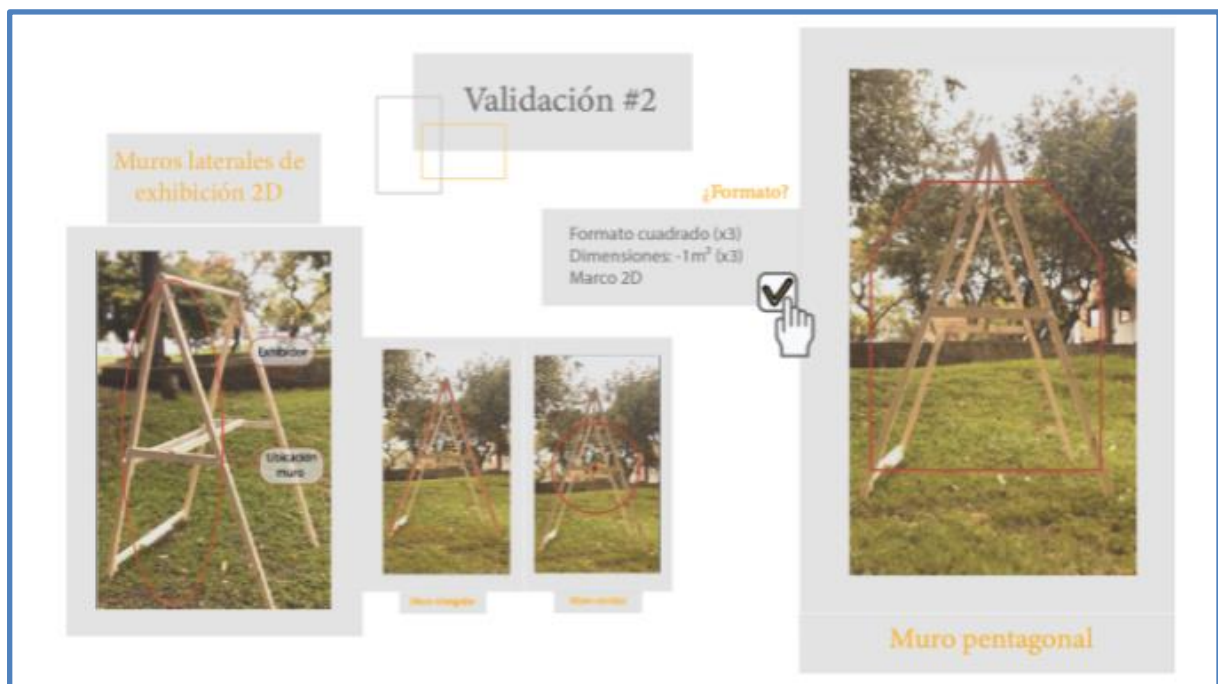
b. Muro circular



c. Muro rectangular / pentagonal (ELEGIDO)



Sugerencias / Conclusión:

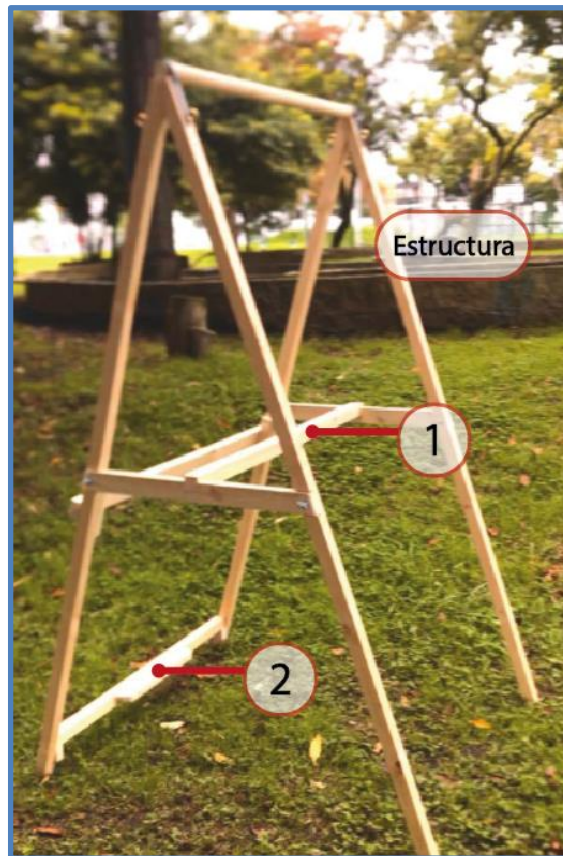


R: Considero que la última saca más provecho del espacio.

Validación exhibición 3D:

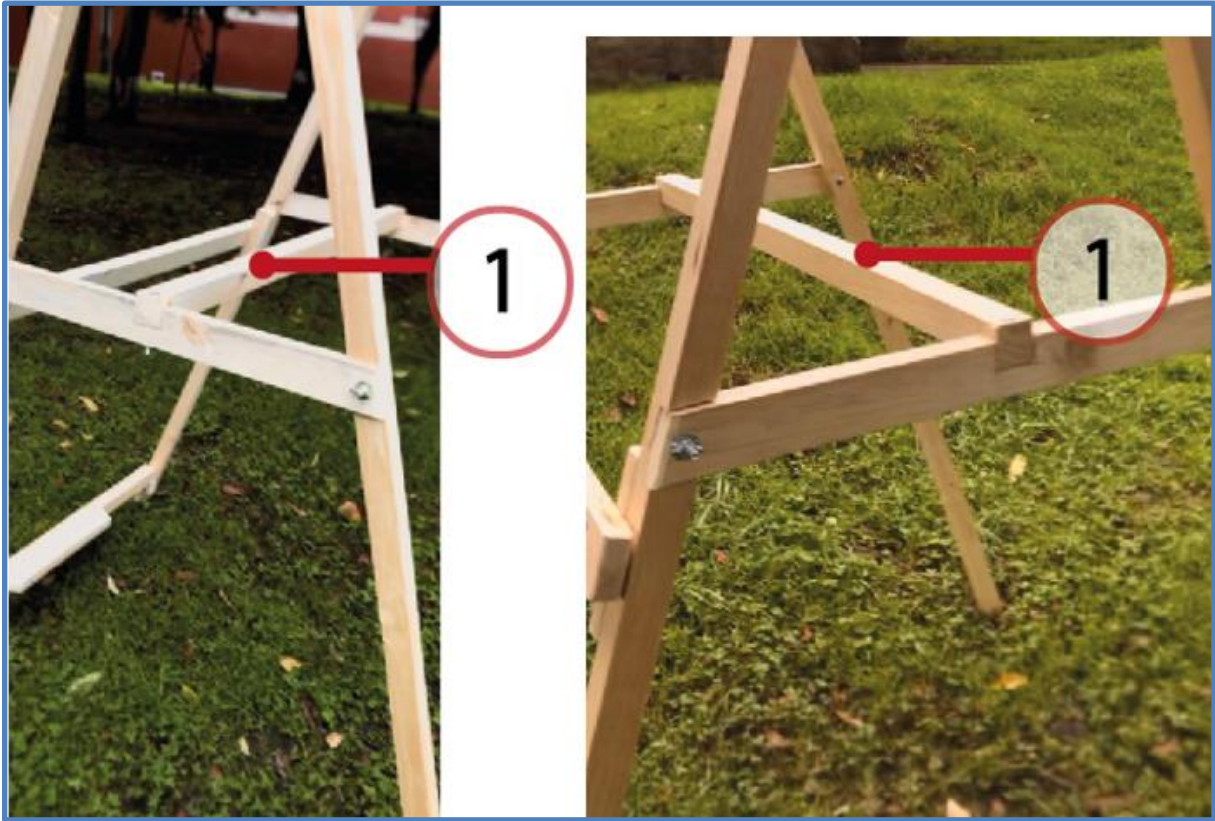
Forma / Estructura: Usuario / Contexto

A continuación, se presenta la estructura para plantear el montaje de un exhibidor 3D:



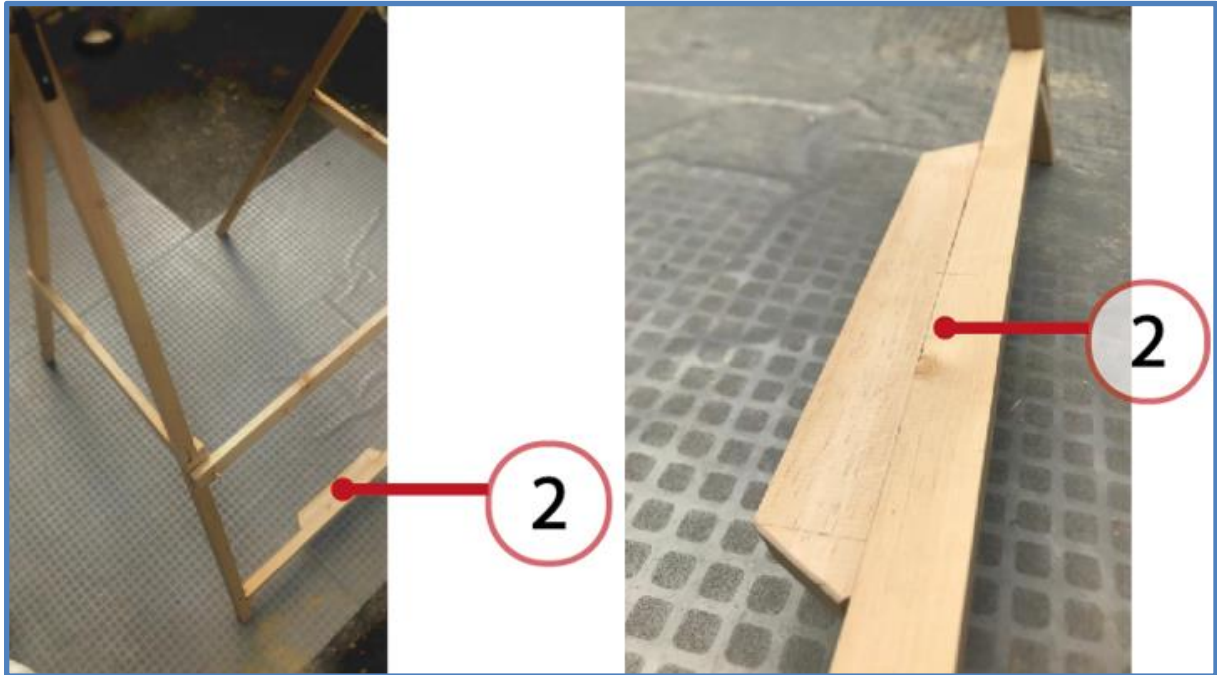
Como se logra observar, hay dos opciones de base para la ubicación del exhibidor 3d. Para más detalles, a continuación, se hará un zoom en cada uno, en ese sentido, a partir de la imagen, seleccione al final la ubicación del exhibidor que considera más apropiada para exhibir sus obras 3D, teniendo en cuenta la forma y el tamaño de la estructura.

ZOOM (OPCIÓN 1): **Exhibición central: (ELEGIDA):**



ZOOM (OPCIÓN 2): **Exhibición lateral** (espacio central para el espectador):





RESPUESTAS: (retroalimentación)

- En mi caso, realizo productos en maíz pequeños, pero también a gran escala así que pienso que el centro puede ser una buena opción para darle más espacio a la exhibición de la obra.
- Central porque es más vistoso para el espectador.
- La exhibición en el centro se ve mejor, además parece ser más amplia.



Validación usuario / contexto

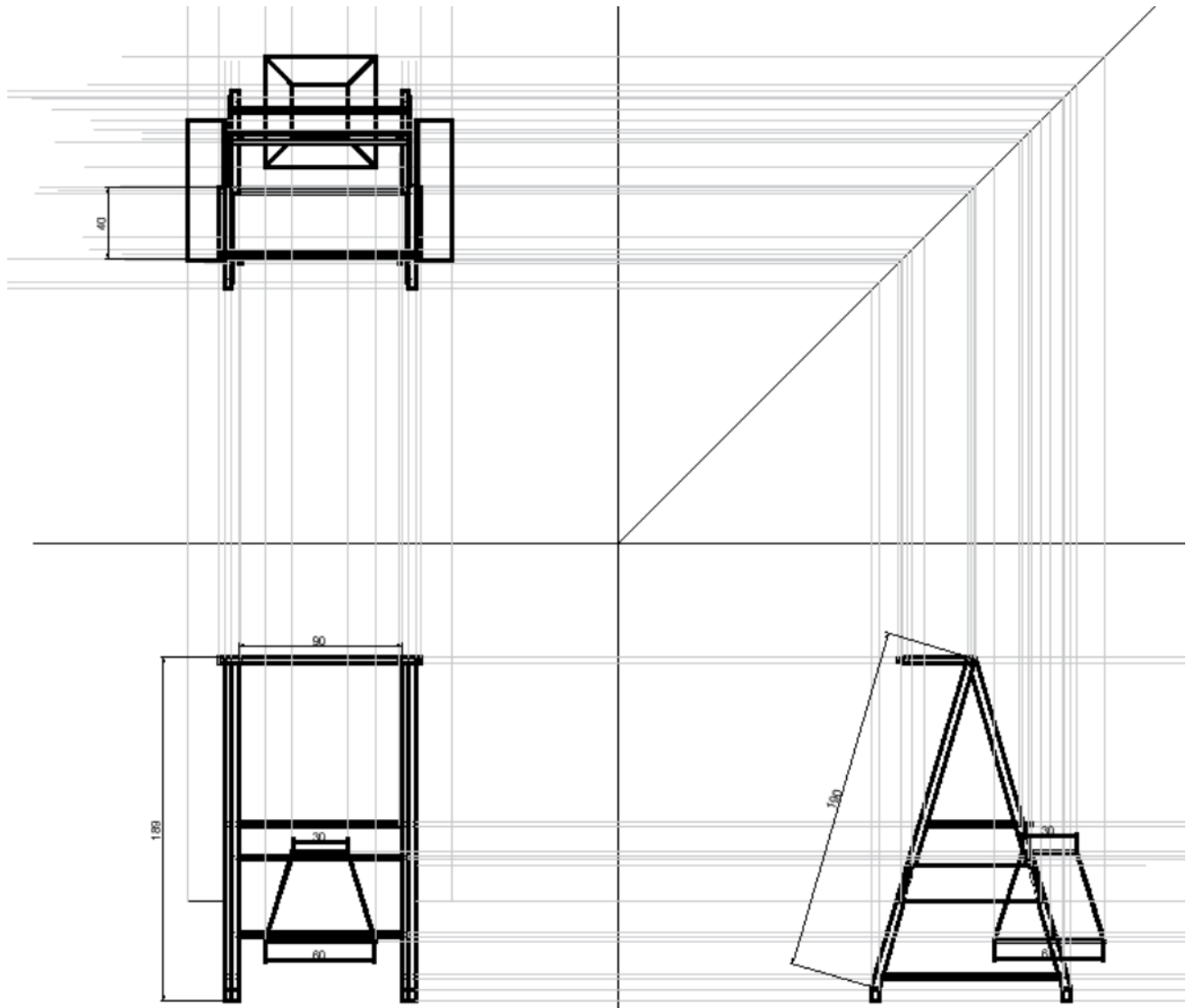


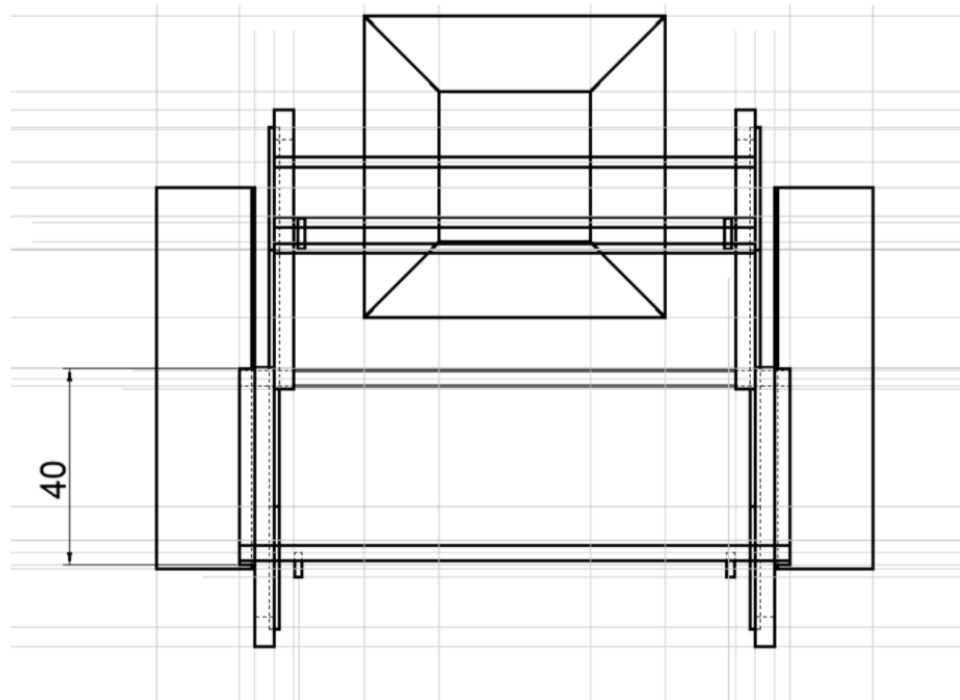
RESPUESTAS: (retroalimentación)

- Muro (Fondo blanco)
- Ampliar y asegurar exhibidor 3D

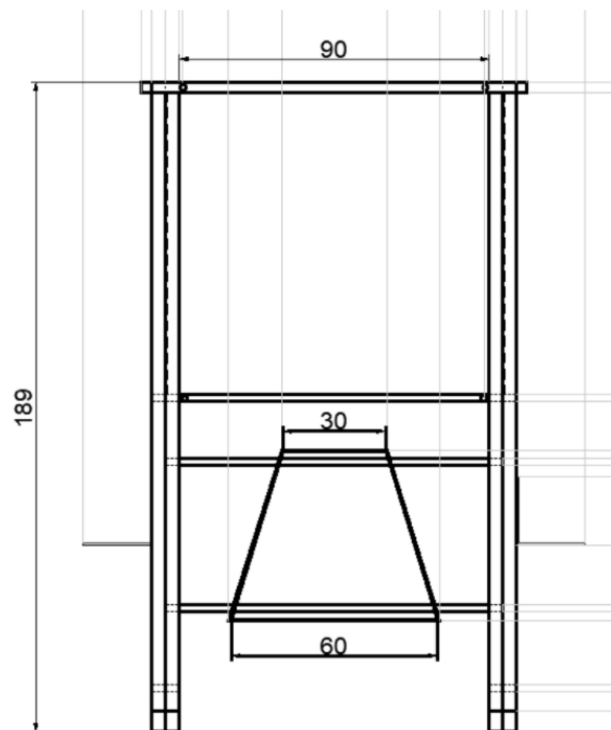
Producción

Planos técnicos 1.

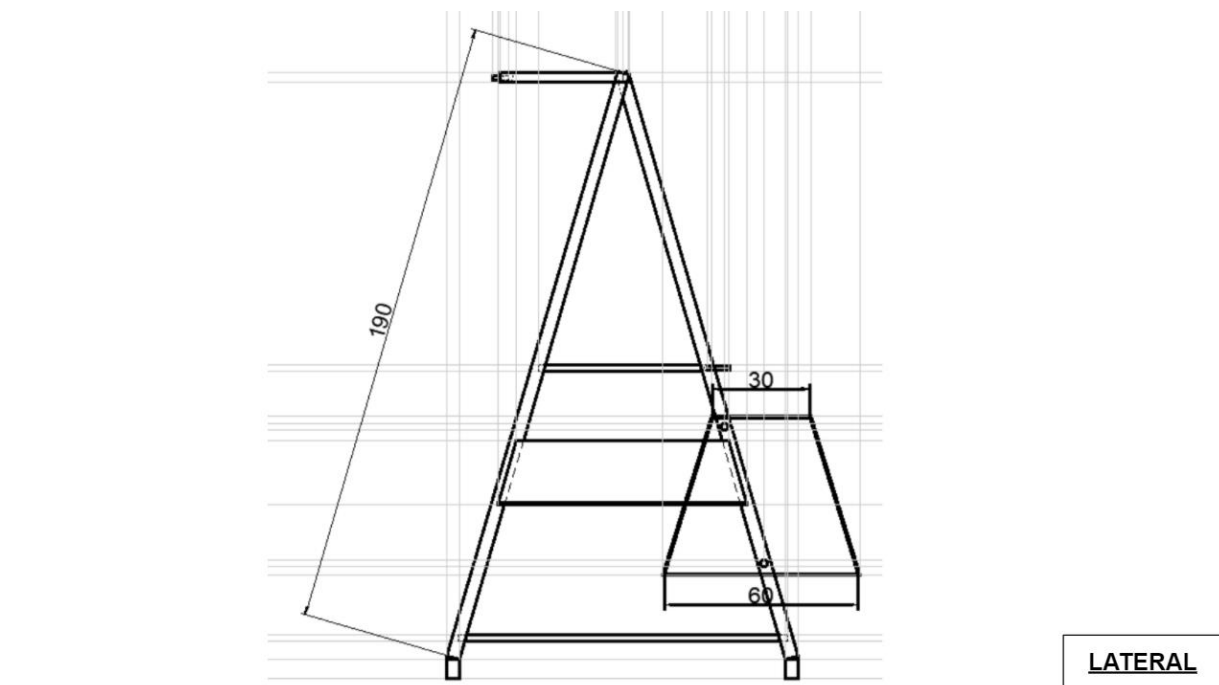




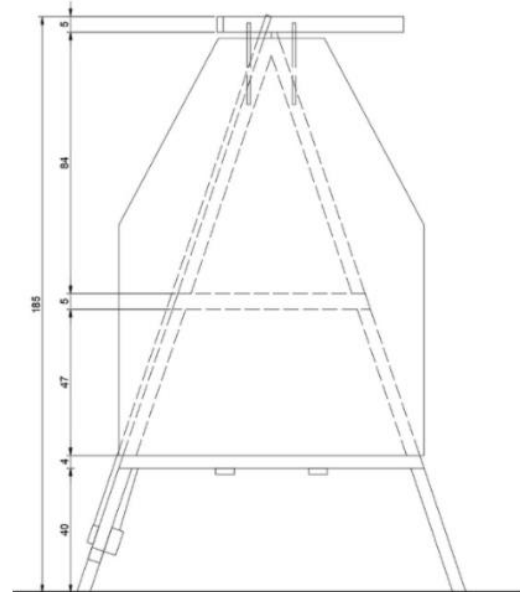
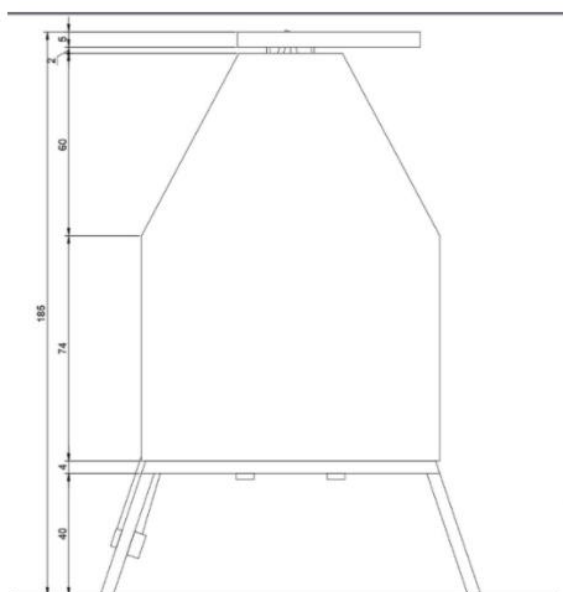
SUPERIOR

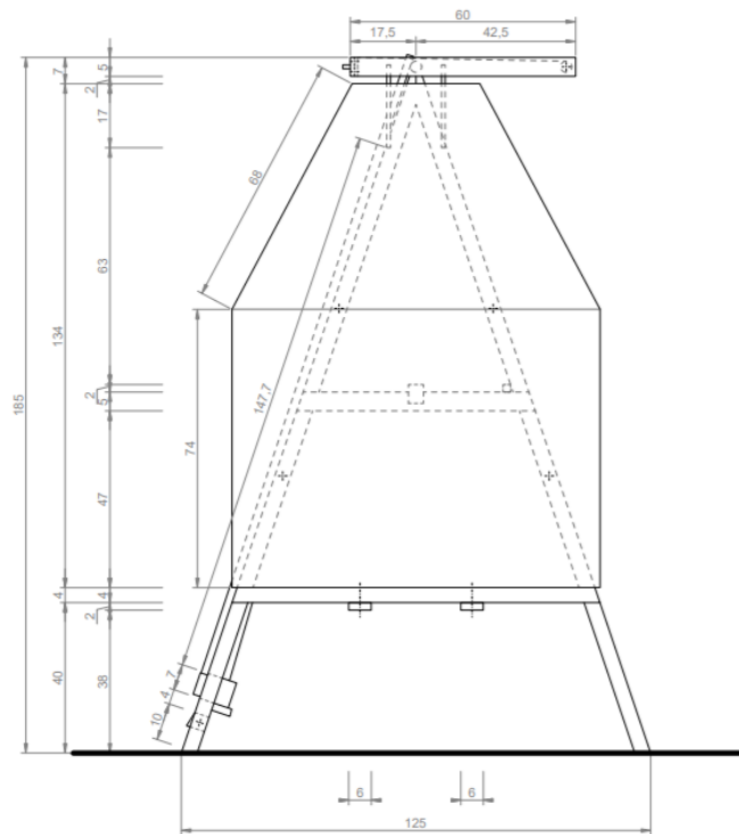


FRONTAL

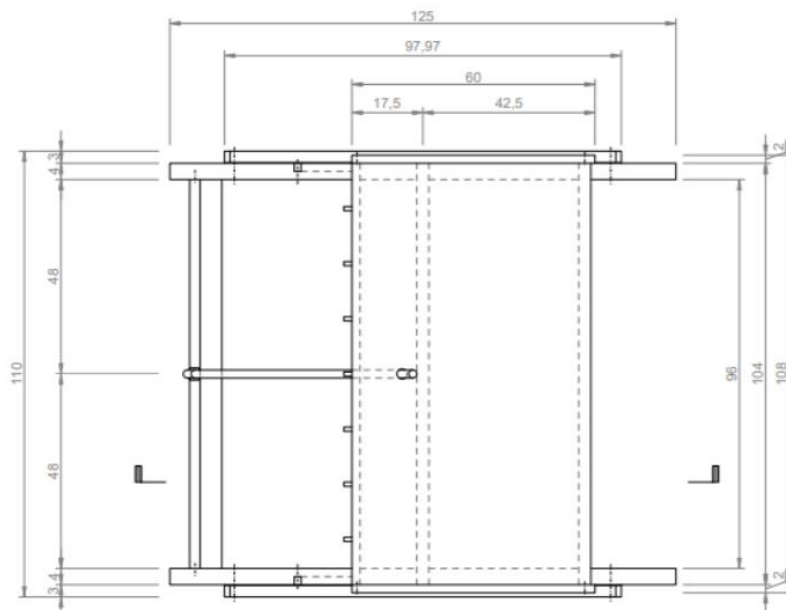


Planos técnicos 2.

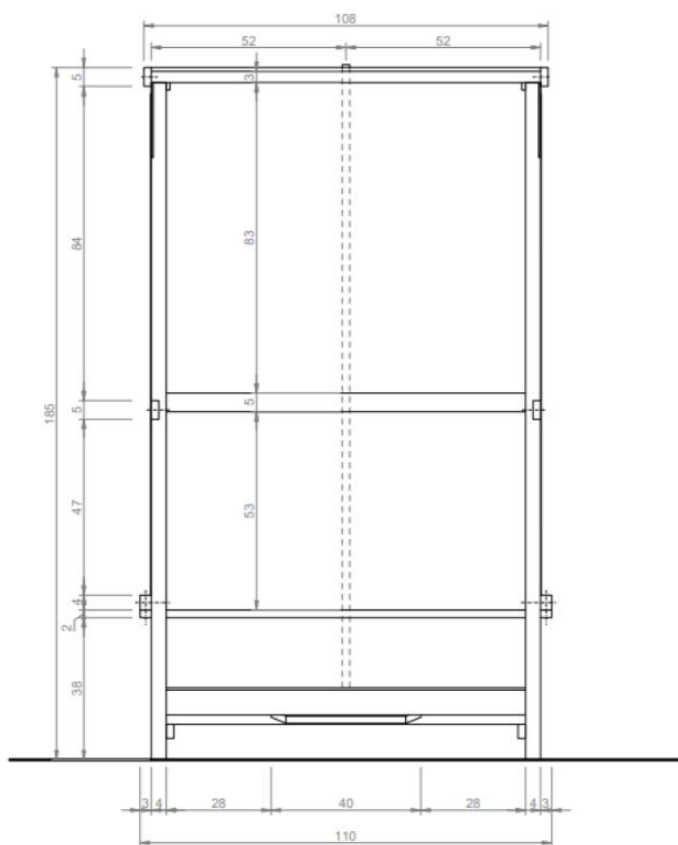




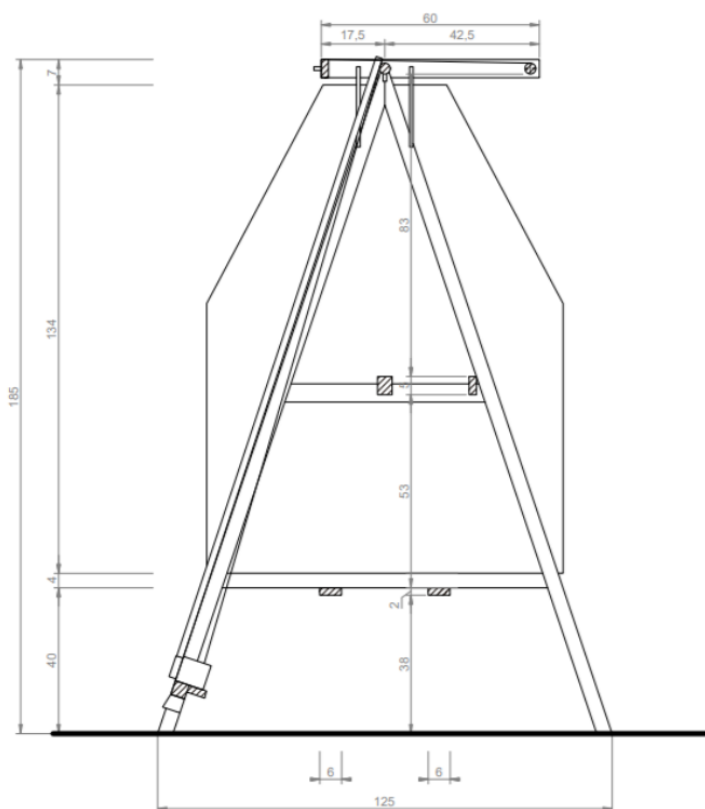
Vista lateral



Vista superior



Vista frontal

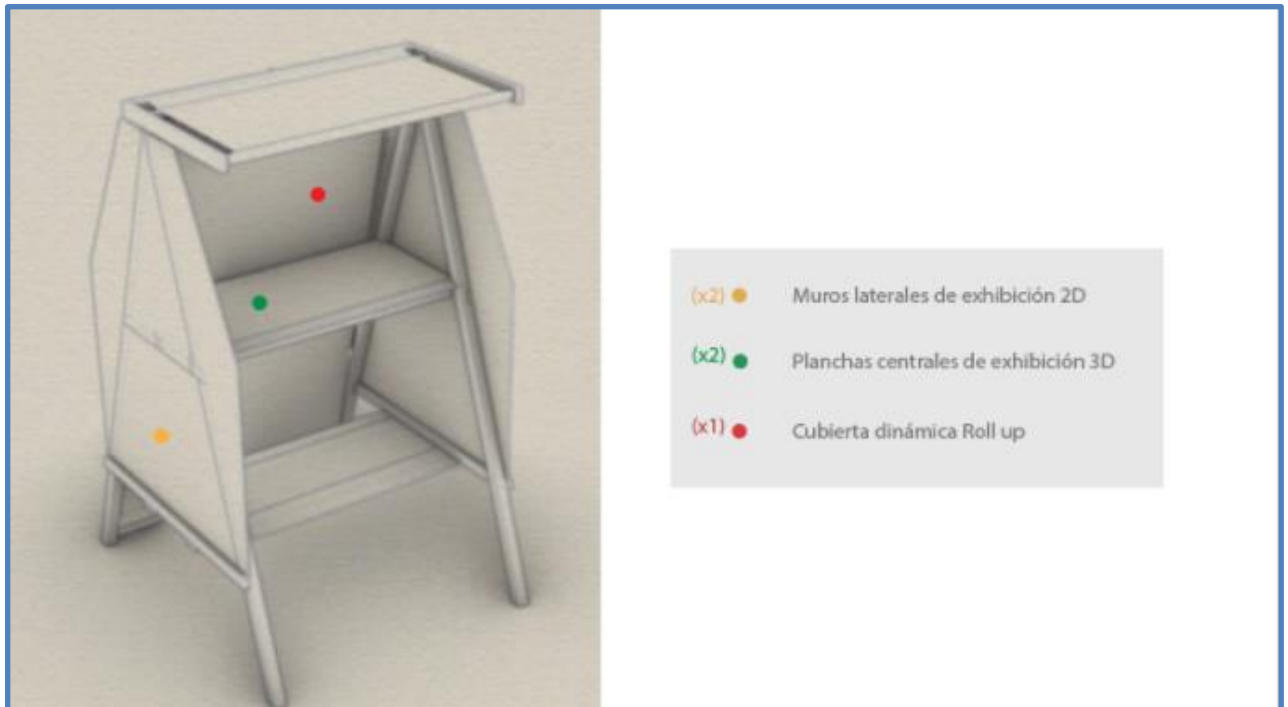


Sección transversal

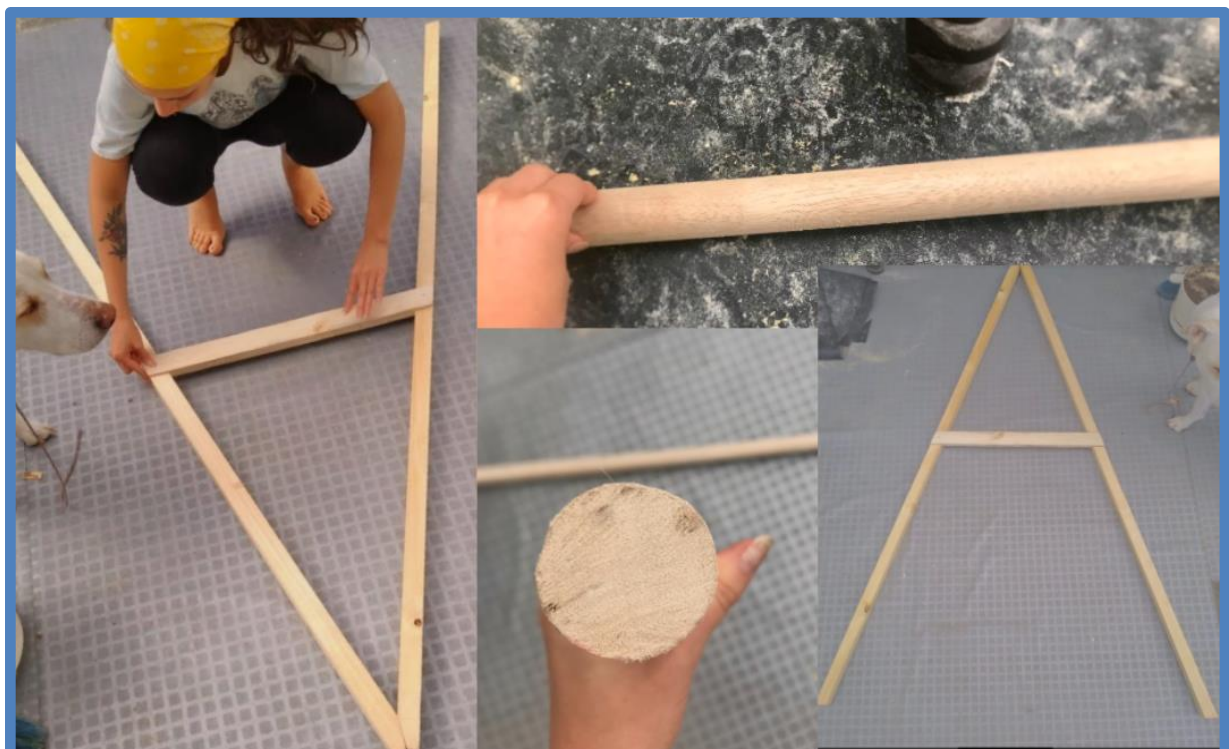
Modelado 3d

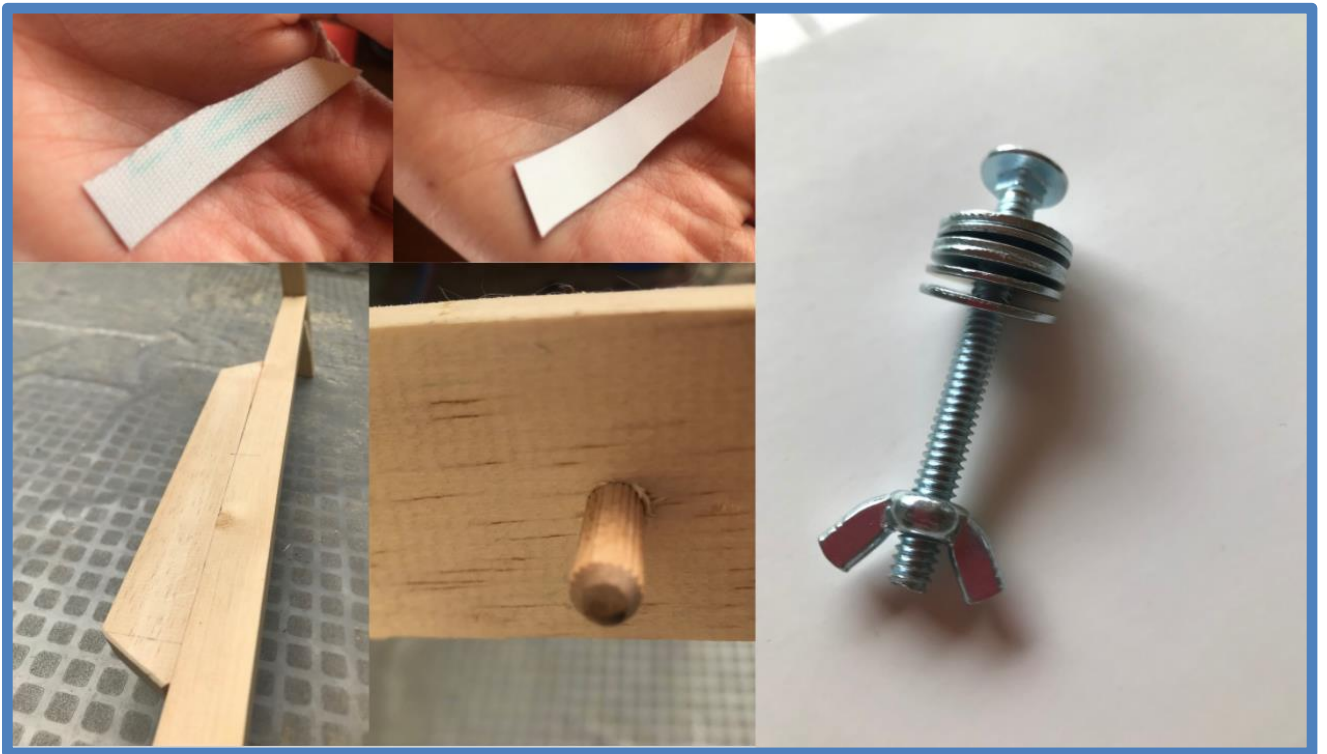
Proceso: Exhibidor:





Plan de prototipado





Empaque



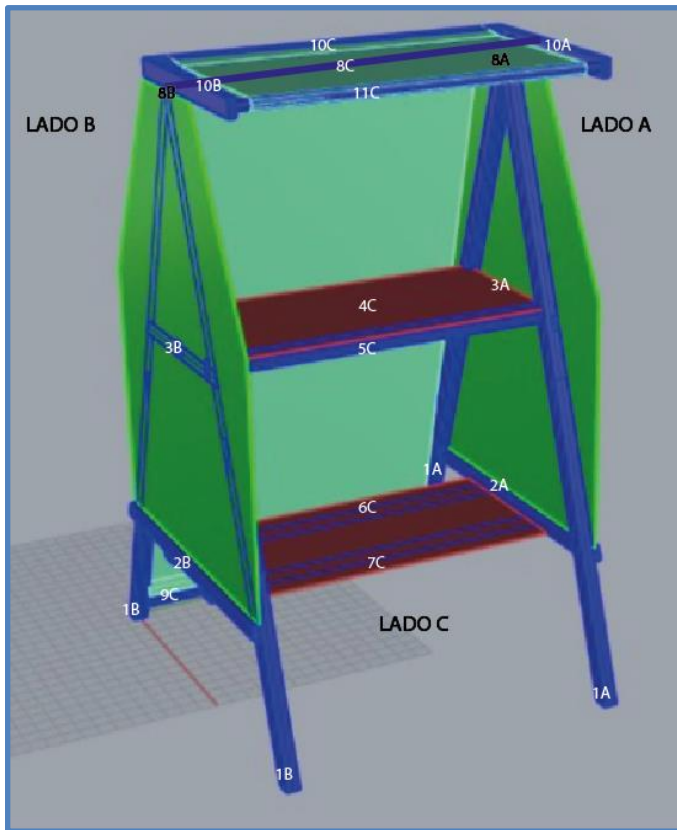
En contexto: Zona pública



Prototipo final



Secuencia de uso

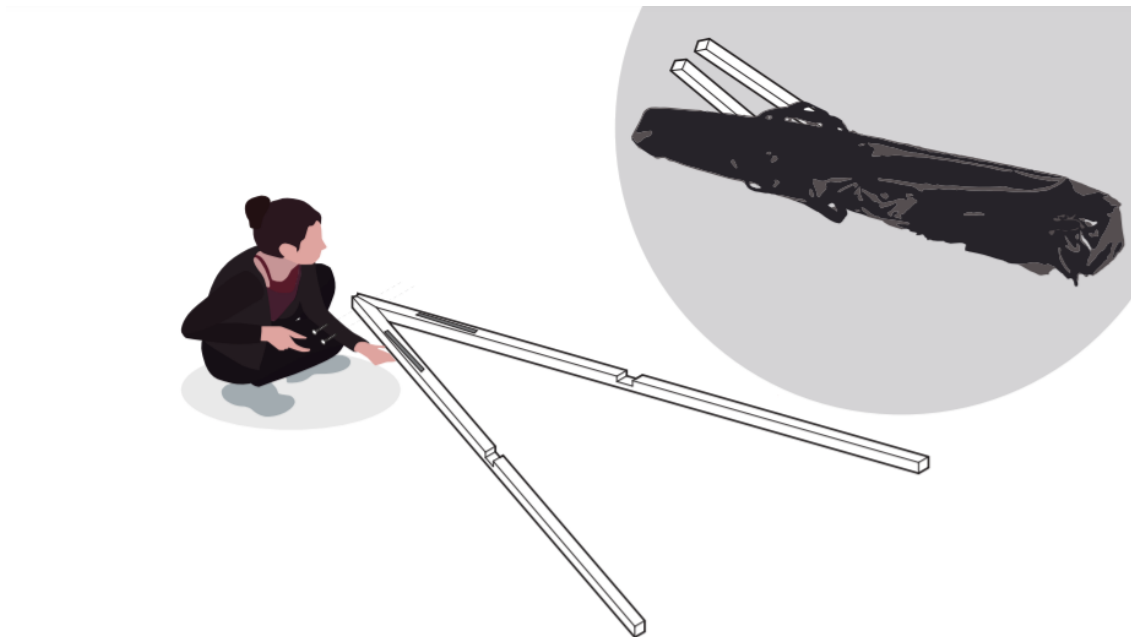


El exhibidor se arma a partir de un orden numérico. Cada pieza está marcada en las bases con su respectivo número y letra, por ende, teniendo en cuenta que:

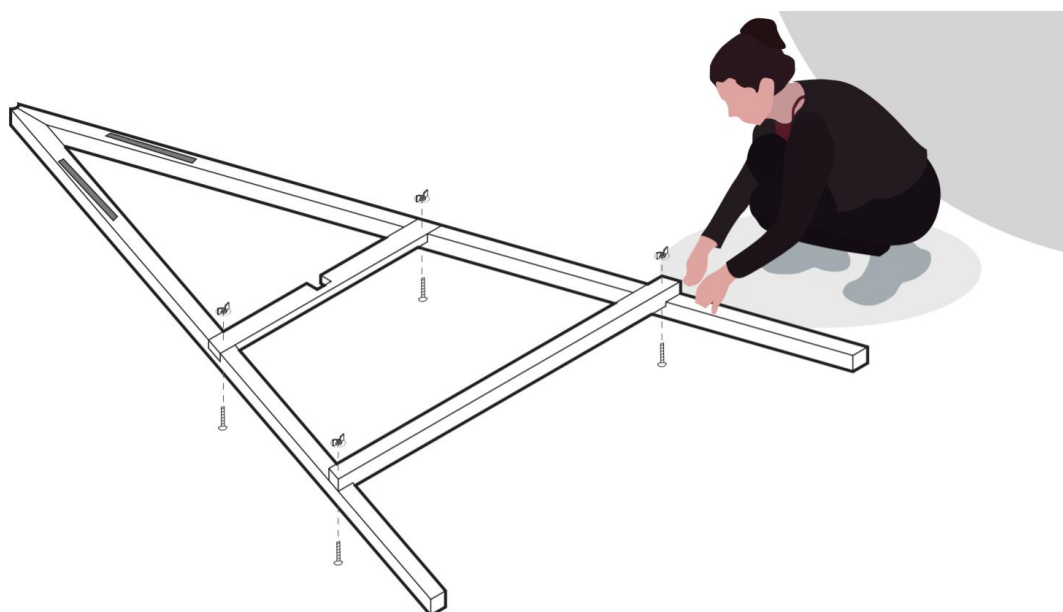
- **(A)** es lado derecho,
- **(B)** es lado izquierdo,
- **(C)** es el lado central,

Siga los siguientes pasos:

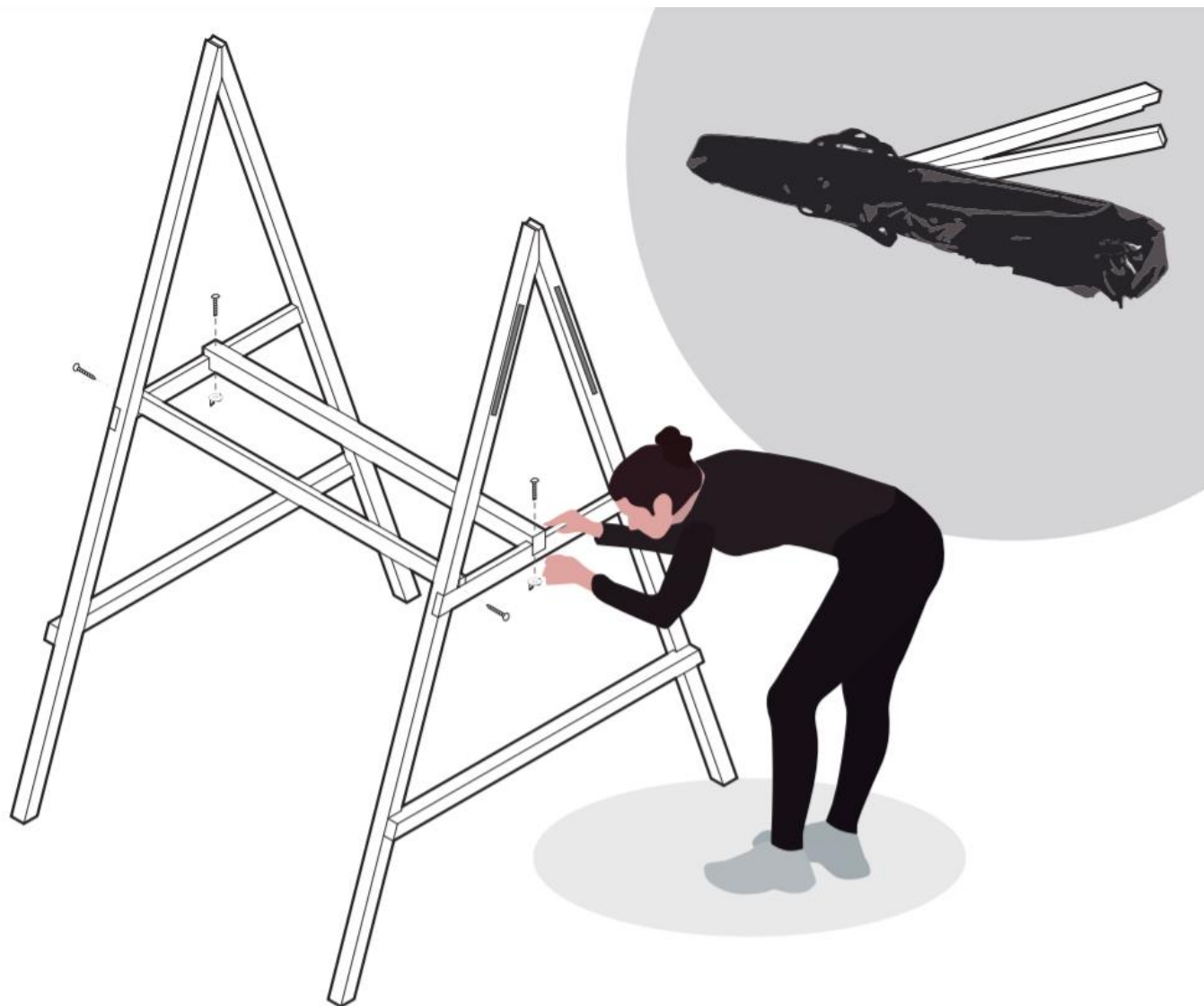
1. A partir de los indicativos, ensamblar y atornillar las 4 bases laterales con su idéntico (**Pieza 1A- 1A** y **Pieza 1B - 1B**):



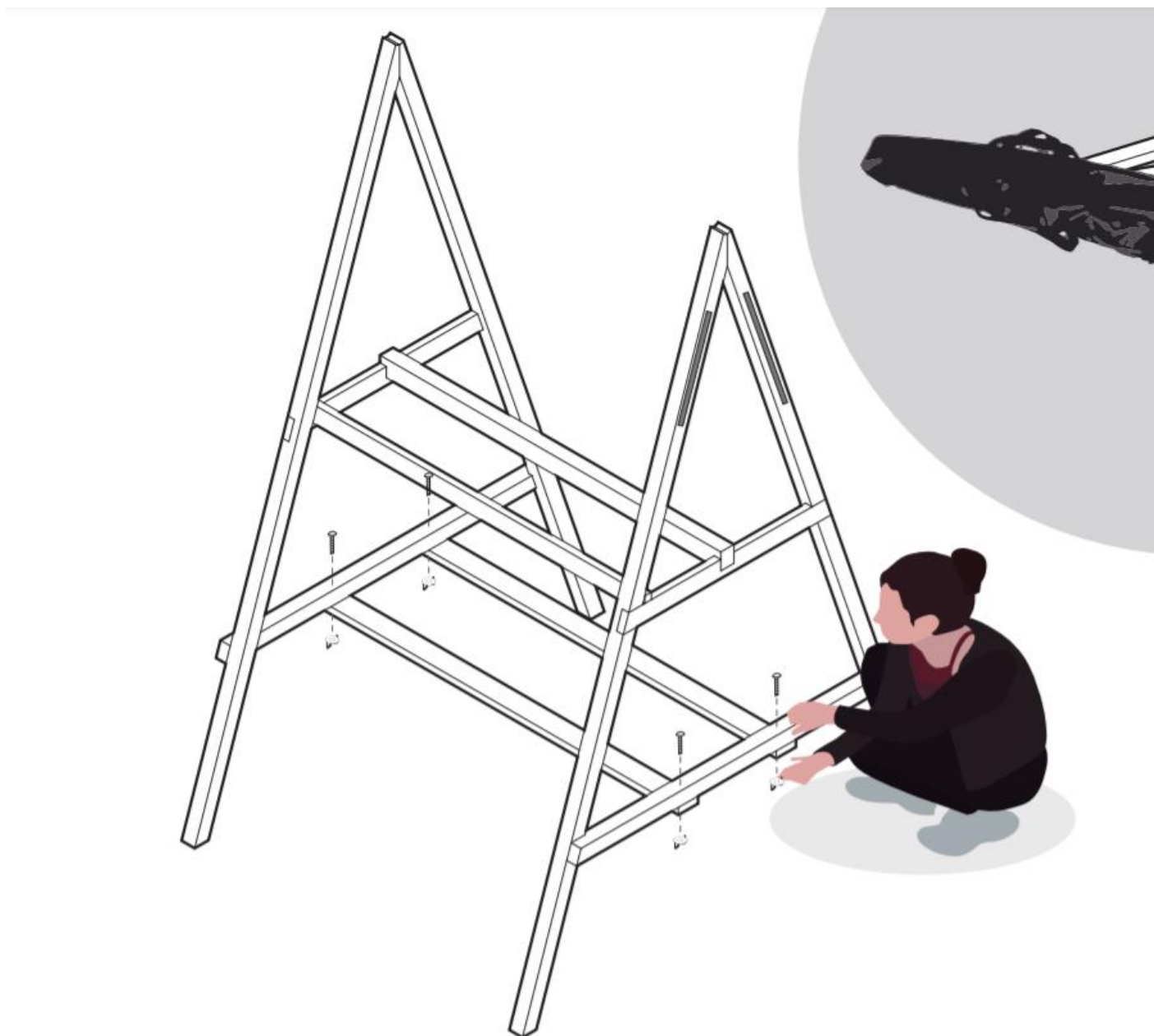
1. Ajustar las piezas **2A** y **3A** / **2B** y **3B** en su respectivo lado (**A**: derecho **B**: Izquierdo), según los indicativos atornillar.



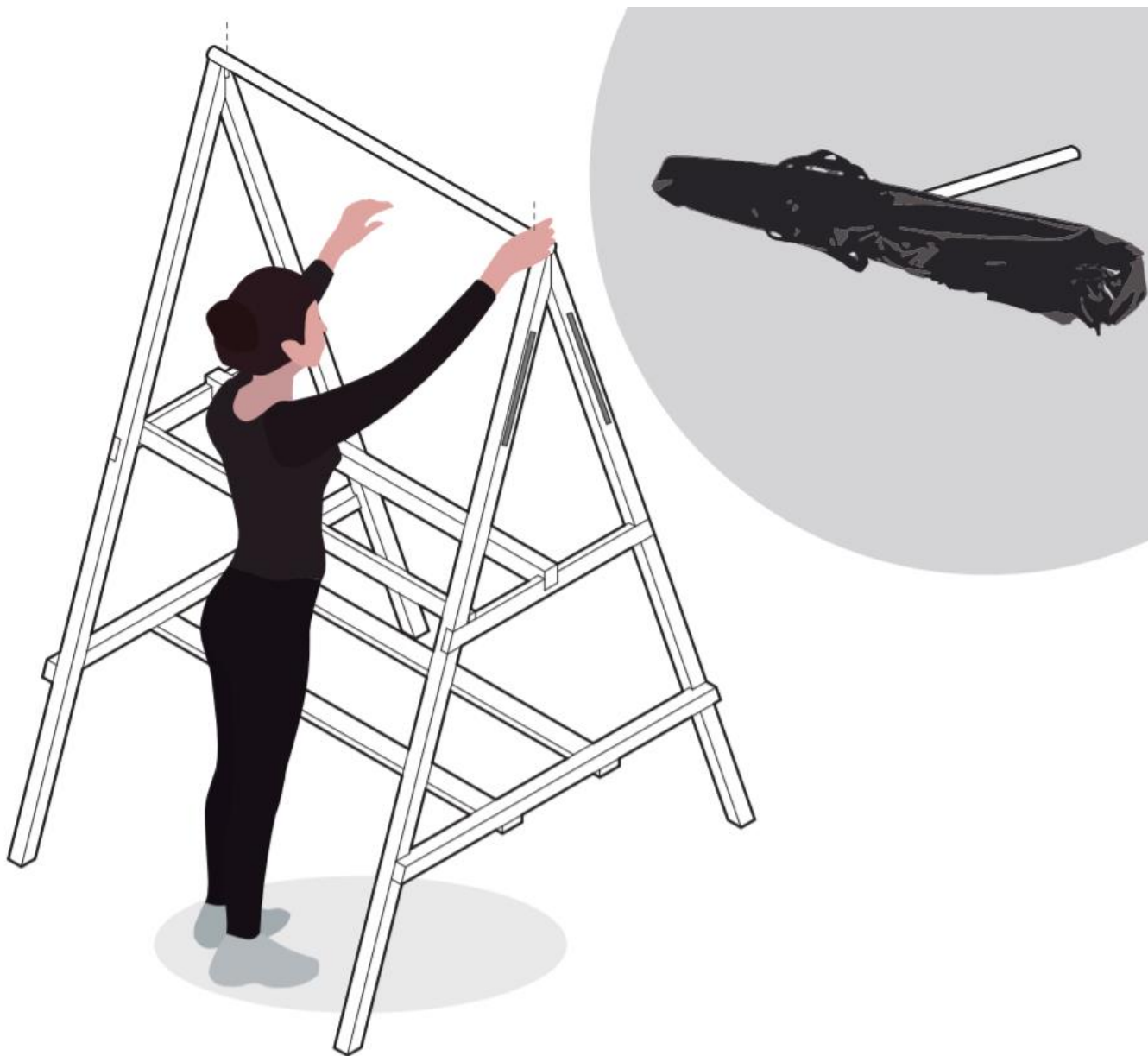
2. Ubicar pieza **4C** y **5C** (sobre 3A y 3B) y atornillar.

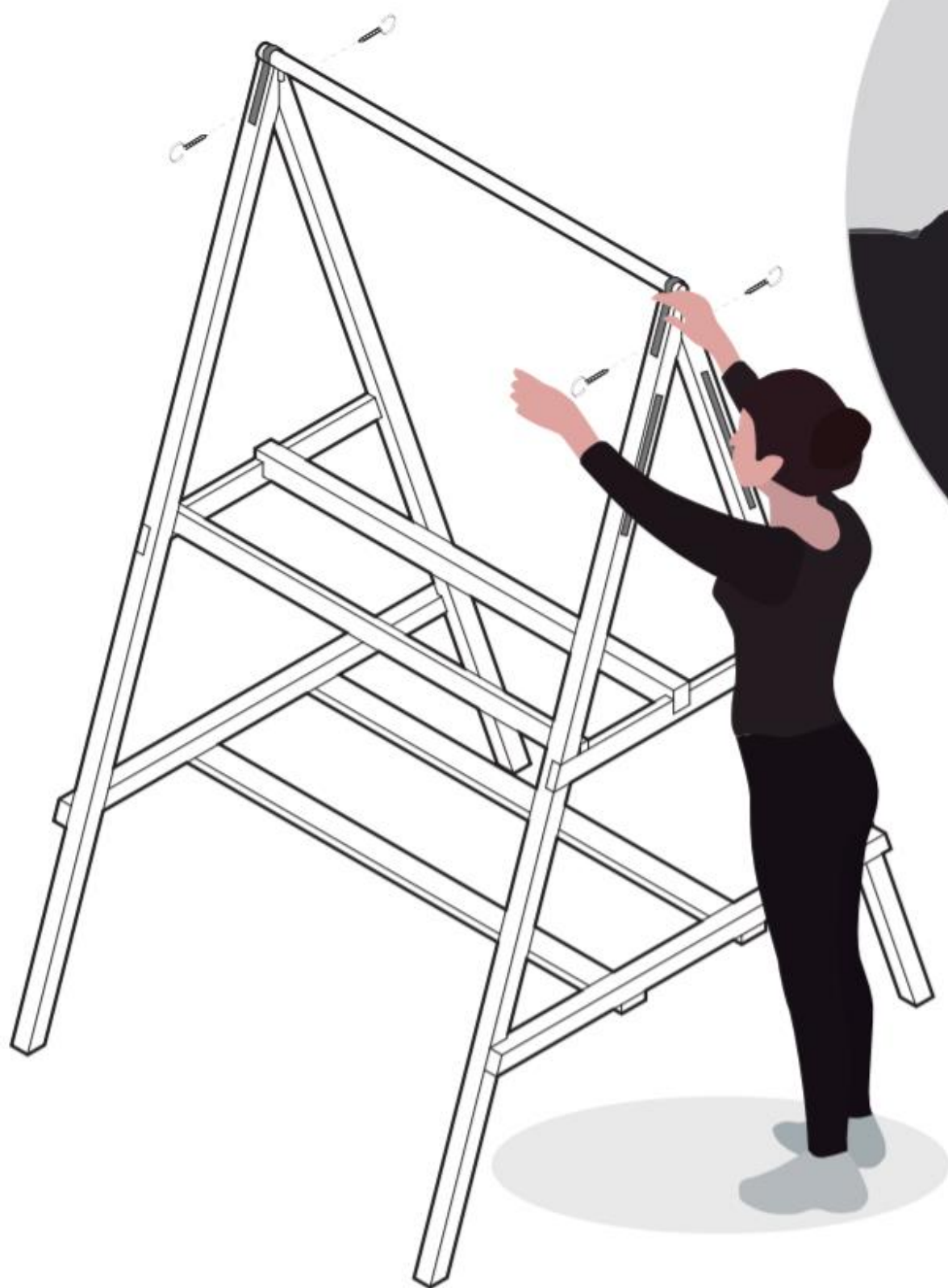


3. Atornillar pieza **6C** y **7C** (con 2A y 2B).



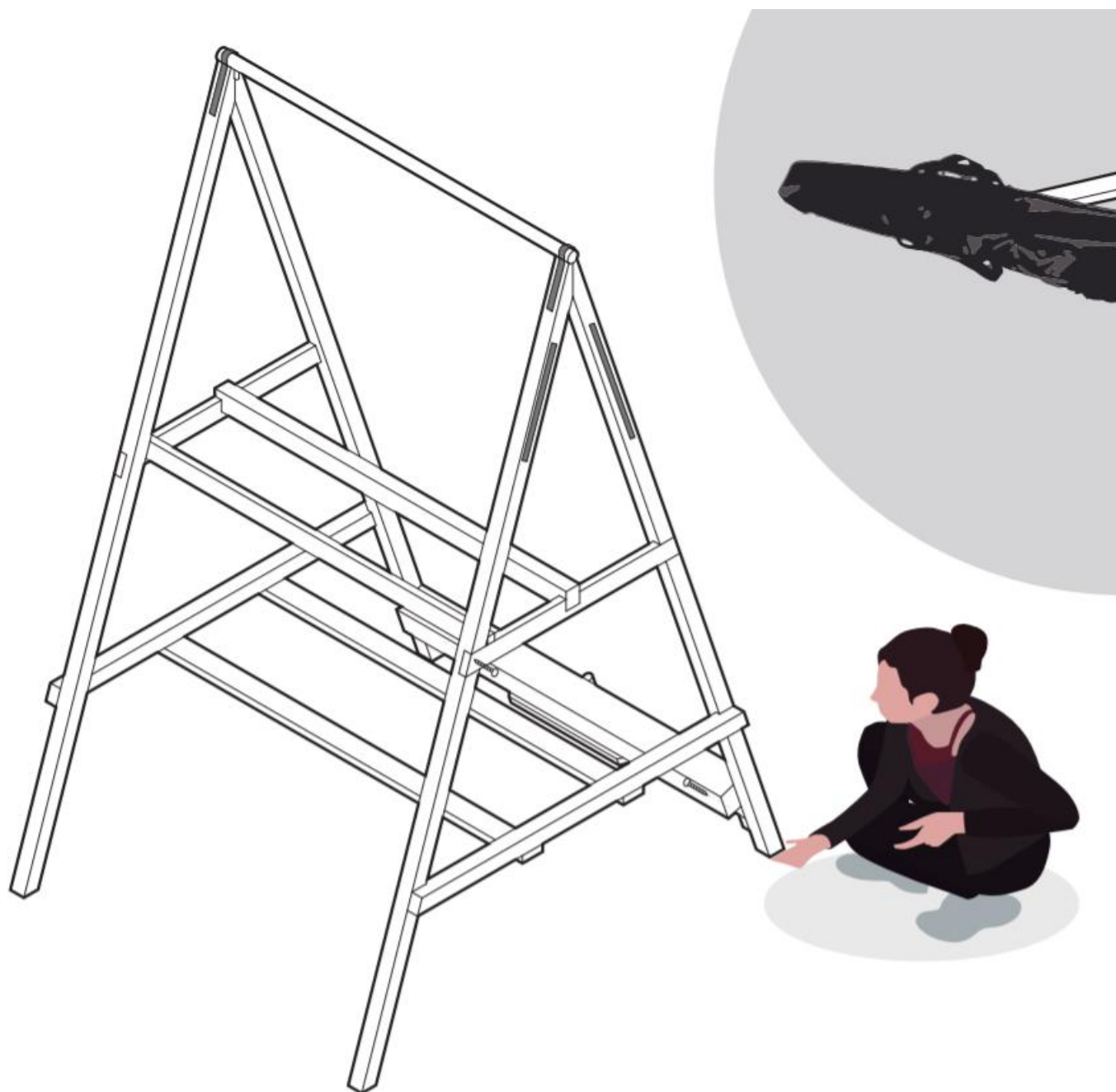
4. Ubicar pieza **8C** (con los tarugos de cada extremo hacia abajo y por fuera de base) sobre la parte superior de las bases laterales (piezas 1A y 1B), y ajustar con las platinas curvas: **8A y 8B**.





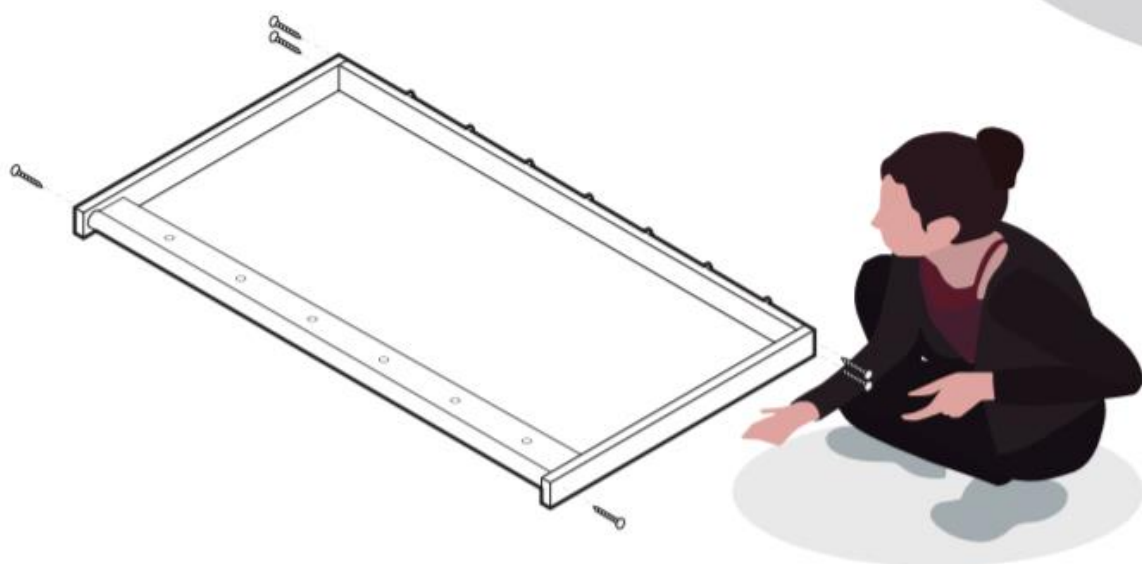
Armado carpa cubierta:

1. **RollUp:** Atornillar pieza **9C** levante el Roll up y engánchelo con los cárcamos laterales.





2. **Carpa superior:** Ubicar piezas **10 (A, B, C)** y atornillar en su respectivo lado, para proseguir con la pieza de la carpa superior **11C**.



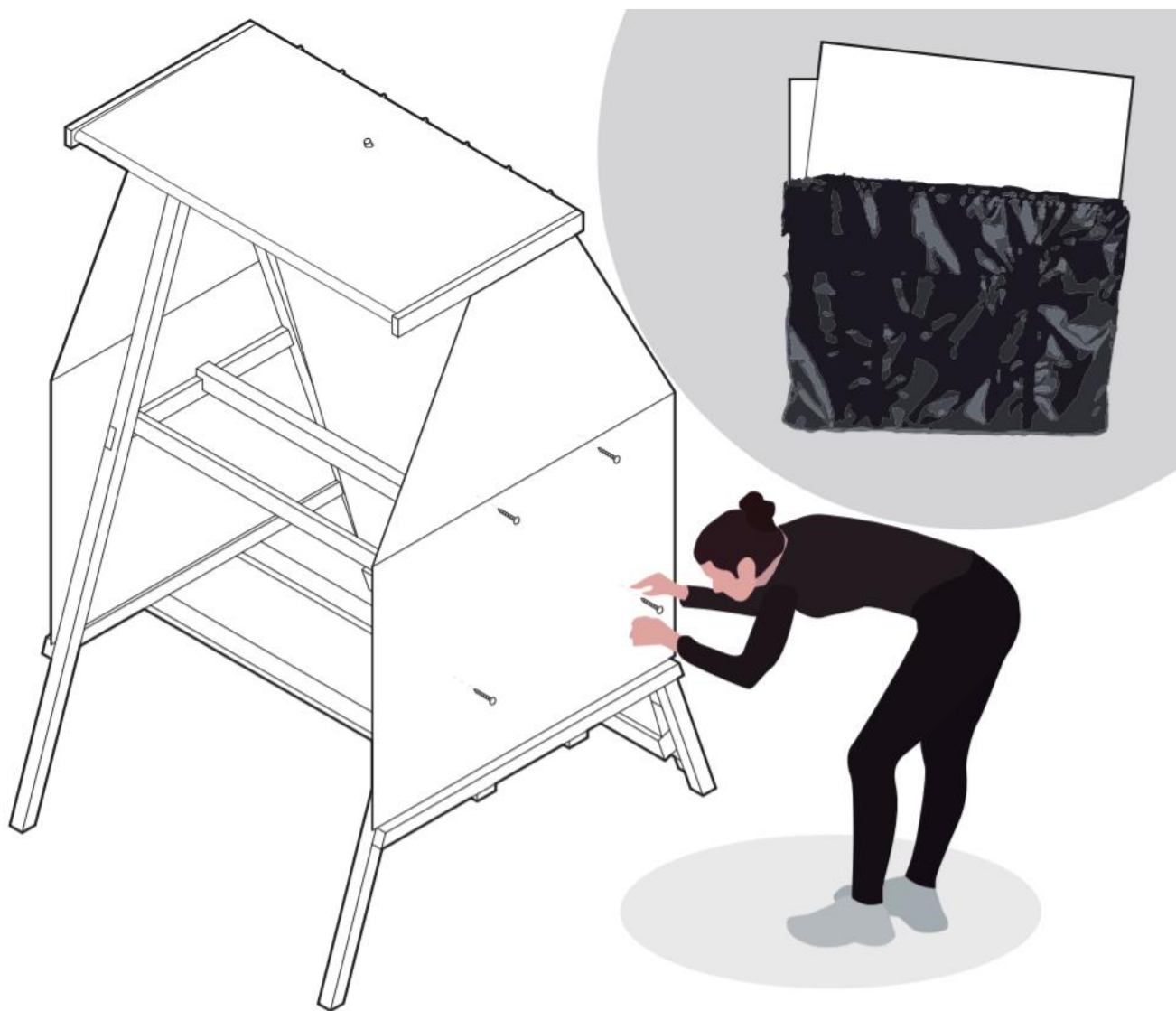
3. Ubicar el techo armado en el mueble y atornillarlo a las 4 platinas de las bases para asegurarlo:



4. Asegurar la carpa superior: Ajustar los ojales de la carpa en los tarugos ubicados al respaldo del techo.



5. Finalmente, asegurar los muros laterales, para exhibir el contenido 2D, y el exhibidor particular 3D correspondiente (personalizado por el usuario / artista)



Bibliografía

Alvarez, A., Febrero, M., (17 de Noviembre de 2021). Universidad, J., Tadeo, L., & Facultad, D. (n.d.). *ESCENA A LA CARTA*.<https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle>>

Alvino, C., (12 de abril de 2021). *Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2020 - 2021*).

Araya, D., (14 de abril de 2012). *Arte podría ser solución a problemas sociales*. (Crhoy.com. Periódico digital. Costa Rica Noticias).

Alvarado, H., Cardoza, L., Leive, R., González, O.T., Morales, G., *El artista y los problemas de nuestro tiempo*. (ed. Saker - TI. Guatemala, Centro América).

Alarcón L., Rojas C. Seminario Internacional Vanguardias del Diseño (9 de noviembre de 2020). *El Diseño crítico: Fundamento para la enseñanza de la investigación en diseño*.

Ávila, L., Vargas, M., (2010-2016). *Análisis de las Industrias Culturales y Creativas en el Crecimiento Económico de la ciudad de Bogotá*.

Alvarez, N., (7 de noviembre de 2016). *El concepto de Hegemonía en Gramsci: Una propuesta para el análisis y la acción política* . Estudios sociales contemporáneos.

Anon., (2010). *Centro de medios Ciudad Bolívar*. Recuperado de <<https://centrodemedioscb.wordpress.com/colectivos/>>

Anon., (1 de marzo de 2010). *Revolución matriarcal: Humberto Maturana, el amor y lo matrístico*. (Diálogo publicado por la revista Uno Mismo en su ed.Nº 20.).

Bayona Medina, S. (2019) *Metodología de diseño crítico y co-diseño para pequeñas y medianas empresas*. <<https://repositorio.uniandes.edu.co/handle/1992/45162>>.

Bayuelo, S., Cadavid, A., Durán, o., González, a., Tamayo, c., Vega, j., (Bogotá, 2008). (ed. Clemencia Rodríguez, University of Oklahoma).

Caballero, A., (8 de agosto de 2021). *Duque y la historia*. (Los Daniels- columna sin techo). Recuperado de <<https://losdanieles.com/antonio-caballero/duque-y-la-historia/>>

Caballero, A., (11 de abril de 2021). *La resistencia*. (Los Daniels- columna sin techo). Recuperado de <<https://losdanieles.com/antonio-caballero/la-resistencia/>>

Carlos A. Aguirre, Walter Benjamin, el cine y el futuro del arte, www.izquierdas.cl, 12, abril 2012, ISSN 0718-5049, pp. 143-162.<<https://www.redalyc.org/pdf/3601/360133453006.pdf>>

Ciespal, Chasqui., (2013). *Prácticas de activismo audiovisual con objetivo de integración social: el caso del colectivo Cine sin Autor (CsA)*. Revista Latinoamericana de Comunicación. Recuperado de <<https://www.redalyc.org/pdf/160/16057397012.pdf>>

Conto, J., (2020). *La Crisis no llega por la economía naranja y la economía naranja no lleva a la crisis*. <<https://www.radionica.rocks/entrevistas/catalina-ceballos>>

Clavijo Parra, A., (2021). *El ojo de todos*. Jorge, U., Lozano, T., De Artes, F., & Diseño, Y. (n.d.). Recuperado: <<https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/handle/20.500.12010/16673>>

Cine Club La rosa púrpura. (2010, July 30). Montemaria Audiovisual. Recuperado de <<https://montemariaaudiovisual.wordpress.com/la-rosa-purpura-del-cairo/>>

CFCE Montevideo. (3 de abril de 2017). *01_Marta Cruells: El concepto de interseccionalidad y su potencia académica y política*.

Castelló, R. (1 marzo de 2017). *Adriana Guzman: El patriarcado - entrevista realizada en abril de 2014*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=bJ7WnZXi_Lk>

CRC., (22 de mayo de 2020). *¿Cuáles fueron los hábitos de consumo de servicios OTT en Colombia durante 2019?*. (República de Colombia). Recuperado de

Constante, S., (Julio de 2017). *Creación y producción en Diseño y Comunicación*. (Vol. 78) Buenos Aires, Argentina. Recuperado de

Castro, S., (2021). *Curso: El giro decolonial*. Recuperado de <<https://www.youtube.com/watch?v=ZelZVPd6IDE>>

Cusicanqui, S., (2010) *Violencias (re) encubiertas en Bolivia*. (ed. Piedra Rota).

Chucky Garcia. *Economía Tang. una economía como la del jugo de naranja en sobres: quiere generar resultados inmediatos, instantáneos*.

DANE. (17 de noviembre de 2021). *Encuesta de consumo cultural (ECC)*. Recuperado de <<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/consumo-cultural>>

DUNNE, A.; RABY, F. (2013). *Speculative Everything. Design, Fiction, and Social Dreaming*. The MIT Press.

DANE. (Marzo de 2020). *Departamento Administrativo Nacional de Estadística*. (p.1-82).

De la Fuente, J., (1997). *El lenguaje desde la biología del amor*. (Literatura y Lingüística, ed núm. 10), p. 0 Universidad Católica Silva Henríquez Santiago, Chile.

Daza, S., Arboleda, T., (2007). *Comunicación pública de Ciencia y Tecnología en Colombia*. (Signo y pensamiento. pp. 100-125). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá Colombia.

Escobar, A., (Tinta Limón, 2017). *Autonomía y diseño : la realización de lo comunal*. (1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires), Colección Nociones Comunes.

Escobar, A., (2018). *Otro posible es posible: Caminando hacia las transiciones desde Abya Yala/Afro/Latino-América*. (Ed. Desde abajo).

El boletín periférico. (2016). (iberbibliotecas) <<https://www.iberbibliotecas.org/el-boletin-periferico/>>

Etxezarreta, M., (2007). *¿Es posible un diseño crítico?* (ed. Dialnet p. 19 - 25).

Frankenberg G., (2011). *Teoría crítica. Academia. Revista sobre enseñanza del derecho*. (P. 67 - 84) Buenos Aires.

Fernández Goñi R., (2021) *Diseño crítico para la comunicación*.

Gutiérrez, A., *A los ojos de la arena*.

Garza, C. (5 de agosto, 2019). *El pensamiento crítico en el diseño de escenarios futuros*.

García, D., (31 de mayo de 2017). *La Ley Naranja: ¿la privatización de la economía de la cultura?*. (Semana).

Gutiérrez, D., Reinaldo, O., (2012). *Los colectivos de Comunicación ciudadana: Una apuesta local de participación comunitaria para el cambio social. Estudio de casos múltiples*.

García, J., (2018) *Sobre el consumismo cultural en la sociedad contemporánea*. (Espada y pluma. Revista cultural independiente y digital).

Goñi, R., (14 de mayo de 2021). *Critical Design*.

Retina Latina. Catoggio, I. (modulador). (17 de marzo de 2021). *Experiencia, avances y retos de los países de América Latina para impulsar una agenda de integración alrededor del desarrollo de la industria audiovisual en la región*.

Reverendo.(2012). *Listado de problemas sector artístico Colombiano*. (ASAB).

Hernández, R. (2006). *Argumentos* (México, D.F). *Ese sublime objeto: La ideología en Zizek*. (Vol.9 p.149 -176).

IDB., Buitrago, F., Duque, I., *La economía naranja: Una oportunidad infinita*.

infobae., (9 de diciembre de 2020). *La encuesta del ‘Consumo Cultural 2020’ revela las preferencias culturales de los colombianos en un año atípico*.

Lopera, J., (2019). *Prácticas, saberes y apropiación del medio audiovisual en los colectivos de comunicación comunitaria de la ciudad de Medellín*. (Vol. 11. pp.70-83).

Lainz Pérez, B., Casanova Mendez, E., Huerta Chúa, A. (2019). *El pensamiento crítico: Diseño de un proyecto innovador*. Universidad Zaragoza, España.

Leyre. (16 de abril 2007). *Diseñando diseño crítico*. (ed. Abre el Ojo). IED Madrid.

Mazo, A., (Getafe, de 2018). *Cultura digital y distribución cinematográfica: Cómo está cambiando Internet la comercialización fílmica en España*. Departamento de periodismo y comunicación audiovisual (p. 73 - 113).

Mazo, A., (2018). *Cultura digital y distribución cinematográfica*. (p.73-113).

Maturana, H., *Emociones y lenguaje en educación política*. Colección HACHETTE/COMUNICACIÓN CED.

Mejía, I., *El arte frente a las problemáticas sociales*.

Mendez, L., (2019). *PROVIEW: Desarrollo en la producción audiovisual*. Universidad, J., Tadeo, L., & Facultad, D.

Medina, M., (2016). *Nadie apuesta por los artistas jóvenes: Excepto ellos mismos*.

Moya., *Propósitos, dificultades y ayudas del artista*.

Maestría en incapacidad e inclusión social. (9 de agosto de 2018). *¿Qué es la decolonialidad? - Profesora Ochy Curiel*. (ed.Séptima sesión del curso intersemestral e internacional Estudios críticos latinoamericanos en discapacidad.

Morris, W. (2004). *Cómo vivimos y cómo podríamos vivir*. Logroño: Pepitas de Calabaza Ediciones, p. 21

Observatorio Reporte de esfera pública. (2019)., *¿Por qué los artistas tienen cada vez más problemas para vivir del arte?*. Recuperado de

Pérez, A., (2013). *Arte y política: Nuevas experiencias estéticas y producción de subjetividades*. Recuperado de

Piscitelli, A., *Diseño especulativo a mitad de camino entre la crítica textual y el shock (distante) del arte*.

Proyecto Casa B., (29 de octubre de 2018). *El Boletín Periférico*. Recuperado de <<https://www.youtube.com/watch?v=p0JVwy9cddQ>>

Rodríguez, F., Fonseca, E., (3 de agosto de 2018). *Arte para resolver problemáticas urbanas*. Centro de Ciencias de complejidad, U. Nacional Autónoma de México.

- Román, M., (2 de febrero de 2010). *Mirar la mirada: para disfrutar el audiovisual alternativo y comunitario*. (p. 1- 24).
- Rincón, O., (9 de septiembre de 2019). *Un análisis poco convencional sobre el corazón del “duquismo” ideológico: la economía naranja (que ni la Ministra de Cultura entiende) y la creatividad (que no es nada): Las siete i y la creatividad*. (Razón pública).
- Ramírez, S., (2021). *Desdiseño: Hacia una descolonización personal del Diseño*. Jorge, U., Lozano, T., De Artes, F., & Diseño, Y.
- Reyero, V. (28 de junio, 2018). *¿Cómo fomenta la antropología el diseño crítico?*.
- Sierra, A., (2019). *CONTRO.LAB*. Universidad, J., Tadeo, L., & Facultad, D.
- Suratómica Espacio., **Cátedra Nal. de Arte y Ciencia... festival suratómica**. (30 de septiembre de 2020). *¿Cómo investigar en complejidad?:Trabajo con Ciencia y Arte- Profesor Carlos Maldonado*.
- Sánchez, G., Romero, J., Reyes, J., (18 de septiembre de 2019).*Los artistas y sus condiciones de trabajo. Una aproximación a su situación en México*.
- Semana., (4 de septiembre de 2019). *Ocho miradas al nombramiento de Felipe Buitrago como viceministro de Economía Naranja*. (Revista Arcadia).
- Santisteban, S., (11 de junio de 2019). *Una crítica a la economía naranja*. (Las2Orillas). Recuperado de <<https://www.las2orillas.co/una-critica-la-economia-naranja/>>
- Semana., Sánchez, F., (26 de junio de 2018). *La distopía naranja: ¿Qué peligros encarna el modelo cultural de Iván Duque?*.
- Sánchez, F., (26 de junio de 2018). *La distopía naranja: ¿Qué peligros encarna el modelo cultural de Iván Duque?*.
- Soporte. (11 al 14 de septiembre de 2019).*XI Muestra de Cine y Video Indígena en Colombia DAUPARÁ: Soberanía audiovisual de los pueblos indígenas*. Bogotá D.C. (Cinemateca Distrital, Alianza Francesa).
- Torres Fernández, I., Costa T., Nacenta L., (2015) *Diseño crítico: de la transgresión a la autonomía*. EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona.
- Uribe, G., Aguilera, C., (Julio de 2011). *Luchas de representación: Prácticas, procesos y sentidos audiovisuales colectivos en el suroccidente colombiano*. U. del Valle. Cali, Colombia.
- Vázquez, A. (2008). *Zygmunt Bauman:Modernidad líquida y fragilidad humana*. Nómadas. Revista crítica de ciencias sociales y jurídicas. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso., Universidad Complutense en Madrid.

Varón, V., (2016). *Cambio en las narrativas cinematográficas sobre el conflicto social en Colombia: Un análisis de contenido de la producción cinematográfica en el periodo 1980-2015*. Ciencias sociales,. U. Santo Tomás, Bogotá.