

REALFACE

ANDREA ESTEFANIA MORALES MORA

BYRON ANDRÉS TREJO CARDENAS

HELENA SOFÍA MORALES MORA

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

FACULTAD DE ARTES

DISEÑO GRÁFICO Y DISEÑO INDUSTRIAL

SAN JUAN DE PASTO

2015

REALFACE

Presentado por:

ANDREA ESTEFANIA MORALES MORA

BYRON ANDRÉS TREJO CARDENAS

HELENA SOFÍA MORALES MORA

**Trabajo de grado para obtener el título de
Diseñadores Gráfico y Diseñador Industrial
COMITÉ CURRICULAR Y DE INVESTIGACIÓN**

Asesor:

Javier Arteaga

Docente Programa de Diseño Gráfico

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE ARTES
DISEÑO GRÁFICO Y DISEÑO INDUSTRIAL
SAN JUAN DE PASTO**

2015

Nota de responsabilidad

“Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo de grado son exclusiva de sus autores y no comprometen la ideología de la Universidad de Nariño”

Artículo primero del cuadro numero32 de octubre 11 de 1966, emanado del honorable concejo directivo de la universidad de Nariño.

Nota de Aceptación

Firma del presidente de jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

San Juan de Pasto, Mayo 11 del 2015

Carta del asesor

Hace ya algún tiempo que la palabra globalización es una farsa. No hay globalización, sólo hay virtualización. Lo que está siendo efectivamente globalizado es el tiempo. Ahora todo sucede dentro de la perspectiva del tiempo real: de hoy en adelante estamos pensados para vivir en un sistema de tiempo único. Hasta ahora la historia ha tenido lugar dentro de tiempos locales, estructuras locales, regiones y naciones. Pero ahora, en cierto modo, la globalización y la virtualización están inaugurando un tiempo universal. Este trabajo tiene suma importancia ya que aborda la posibilidad de hibridar la plataforma virtual a la cual se conectan más seres humanos en el planeta como es FACEBOOK con un espacio real, que permita el contacto humano, una conexión con los espacios urbanos y sociales de manera física permitiendo una correcta relación entre lo virtual y lo presencial. El proceso investigativo basado en el *Design Thinking* permite tener un resultado integral que va desde el diseño de mobiliario ambiental hasta el diseño de marca. Quedo con la confianza que proyectos como este nos ayuden a volver a entender que las tecnologías simplemente son una herramienta para que nos conectemos cada día más y más de manera presencial.

Javier Arteaga

RESUMEN

Este proyecto pretende habitar espacios de interacción física a través de las herramientas y aplicaciones más utilizadas en la red social "Facebook"; para esto hemos realizado una investigación, tratando de entender qué es lo que buscan los jóvenes en cuanto a medios de comunicación, y a relaciones interpersonales, obteniendo como resultado un gran atractivo e interés por la interacción virtual. Comprendiendo que, en ésta interacción virtual, se encuentra "todo a la mano", juegos, comunicación, música, gente etc. sintiéndose acompañado estando solo. Debido a esto, quisimos recuperar espacios, para generar experiencias que se guarden para la vida, y que sean, además en comunidad. Partimos de lo que se experimenta con los sentidos, de lo que se crea, se siente y se vive con el arte, como medio fundamental de interrelación y de expresión. Desde el diseño gráfico e industrial con una visión ecológica se busca además, que el espacio ya en la parte física, genere de cierta manera una conciencia ambiental, ya que nos basamos en el reciclaje y el reuso como medios significativos, pues es importante que también el objeto comunique, no sólo desde su diseño, sino también a través de su proceso de elaboración, en este caso, tomando en cuenta el ciclo de vida de algunos productos y alargándolos. Además de tomar los mal llamados "desechos" para algunos, y convertirlos en nuestra materia prima para generar nuevos objetos.

ABSTRACT

This project aims to create a space for physical interaction through tools and applications most used social network "Facebook"; for this we have done research, trying to understand what young people seek regarding media, and interpersonal relationships, resulting in an attractive and great interest in virtual interaction. Realizing that, in this virtual interaction, is "everything at hand" games, media, music, people etc. feeling being alone together. Because of this, we wanted to devise this space to generate experiences that keep for life, and also be in community. We start from what is experienced through the senses, what you create, feel and live with art as a fundamental means of interaction and expression. From graphic and industrial design with an ecological vision also seeks that space and in the physical part, generating a certain way environmental awareness, as we rely on recycling and reuse as a significant means, as it is important also in order to communicate, not only its design but also through its manufacturing process, in this case, taking into account the lifecycle of some products and lengthening them. Besides taking the so-called "waste" for some, and convert our raw materials to create new objects.

TABLA DE CONTENIDO

1. MARCO GENERAL

1.1 Tema: Realface, plataforma real

1.2 Problema

1.2.1 Descripción

1.2.2 Planteamiento

1.3 Objetivo

1.3.1 Objetivo general

1.3.2 Objetivos específicos

1.3.3 Objetivo gráfico

1.4 Justificación

2. MARCO TEORICO

2.1. Ciberespacio

2.1.1. Naturaleza del ciberespacio

2.1.2. Características del ciberespacio

2.1.3. Experiencia social limitada

2.1.4. Trascendiendo los límites espaciales

2.1.5. Relaciones sociales en el ciberespacio

2.2. Redes sociales

2.2.1. Facebook

2.2.1.1. Herramientas de Facebook

2.3. Cibercultura

2.4. El mundo, la vida y las relaciones interpersonales

2.5. Estilo de vida en los jóvenes

2.6. La dialéctica del adentro y del afuera

2.6.1. Los sentidos como medio de expresión

2.7. Eco diseño

2.7.1. Eco consciencia

2.7.1.1. D.I.Y.

2.7.1.2. Reciclaje

2.7.1.3. Reúso

2.7.2. Estudio de materiales

3. MARCO CONTEXTUAL

4. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1. Método

4.2. Enfoque

4.3. Metodología Design Thinking

4.3.1. Empatizar

4.3.1.1. Stakeholder

4.3.1.2. Card sorting

4.3.1.3. Taller 1

4.3.2. Definir

4.3.2.1. Mapa de empatía

4.3.2.2. Storytelling

4.3.3. Idear

4.3.3.1. Metodología ctrl + G

4.3.3.2. Taller definición de herramientas

4.3.3.3. Taller creación de plataforma

4.3.3.4. Recolección de materiales

4.3.3.5. Eco consciencia

4.3.3.6. Realface

4.3.4. Prototipar

4.3.4.1. Marca

4.3.4.2. Herramientas

4.3.4.3. Expectativa

4.3.5. Validar

5. Marco referencial

5.1. Referentes conceptuales

5.1.1. Rene Magritte

5.1.2. Marcel Duchamp

5.1.3. Banksy

5.2. Referentes Plataforma

5.2.1. Evironment Art

5.2.2. Happening

5.2.3. Fluxus

5.2.4. Campos de Cebada

5.2.5. Afrikaburn

6. Conclusiones

7. Bibliografía

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la dinámica del mundo se mueve de diferente manera, en cuanto a la comunicación, el aprendizaje, comercio, etc. Gracias a la tecnología y el internet, ya que han acortado las distancias y nos facilitan algunas tareas, sin embargo aun cuando brindan tantos beneficios se han convertido en una de las problemática actuales, debido a que ha sido mal utilizado o más bien utilizado en exceso. El proyecto pretende habitar espacios dentro de nuestra ciudad, teniendo como métodos de interrelación algunas de las herramientas e interacciones de la red social “Facebook”, que sea un punto de encuentro físico donde se den las interacciones del ciberespacio en un espacio real- físico, a través de la vivencia y creación de experiencias. Esto a partir del diseño gráfico e industrial con un enfoque en eco diseño.

1. MARCO GENERAL

Realface

1.1 TEMA

Plataforma real

1.2 PROBLEMA

1.2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

“Facebook” es una red social que actualmente se ha convertido en uno de los medios más utilizados por las personas en el mundo entero para comunicarse; sin embargo, para muchos, se ha vuelto imprescindible y llega a ocupar gran parte de su tiempo en varios aspectos de su vida, al punto de crear falsas identidades, apartarse del cara a cara de su vida cotidiana y al desconocimiento completo o parcial de la esencia y la diferencia de lo real. Esta red social al dar la apariencia de que se tiene el mundo en las manos teniendo acceso fácil a la comunicación, al ocio o la información: cautiva, le produce dependencia, y aísla de tal manera, que impide al usuario ver de manera continua y espontánea el mundo real en sus verdaderas manifestaciones, lo que de una manera u otra lo vuelve vulnerable ante las representaciones virtuales, sus propias ideas y la realidad de la vida cotidiana, atrapándolo en su red con el “link” que en “Facebook” se denomina “perfil”, terminando por convertirlo en un bit de información y parte de sus representaciones. Por lo tanto se hace necesario reinventar la realidad, volver a la vida cotidiana, de ahí la necesidad de mecanismos, tácticas y estrategias en una poética de la resistencia en la jungla de la racionalidad funcionalista.

1.2.2 PLANTEAMIENTO

¿Cómo a partir de la plataforma virtual de “Facebook”, se puede eco-diseñar una plataforma real, haciendo habitable un espacio público donde la función y la comunicación se articulen para generar nuevas interacciones sociales?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Con las herramientas de la red social “Facebook”, crear, desde el eco-diseño, una plataforma real (físico) de interacción, donde se puedan adaptar experiencias virtuales a un entorno real.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Explorar el hábito de consumo de las redes sociales por parte de los jóvenes.
- Idear métodos de interacción aplicables en espacios físicos para trasladar las experiencias virtuales a un entorno real.
- Prototipar y validar las experiencias virtuales en el mundo real.
- Crear una estrategia de comunicación para socializar el proyecto.

1.4. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto pretende integrar las herramientas que existen en la red social “Facebook” (ya que estas son “universales”) en una plataforma real itinerante, pensado desde un diseño ecológico (eco-diseño) para hacer habitable un espacio físico, que pueda lograr experiencias que involucren percepciones sensibles y emotivas, donde haya una comunicación e interacción real, utilizando, como vía principal para la creación de estos lazos, el arte en todas sus expresiones.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. CIBERESPACIO

La investigación que se adelanta en este proyecto tiene que ver con el ciberespacio, intenta hacer una lectura crítica sobre este universo de apariencia real que se encuentra dentro de los ordenadores y redes del mundo, término que proviene de la novela “Neuromancer” de William Gibson 1984, el ciberespacio se refiere a signos, símbolos, objetos e identidades que existen dentro de la red informática; es de muy fácil acceso y sencillo de manipular; dentro de este tiempo-espacio, existen muchas formas de participación y es usado a diario, sin embargo a pesar en esta forma de representación tan vívida, el ciberespacio es un universo donde no actúan los sentidos. El 8 de febrero de 1996, en Davos, Suiza, John Perry Barlow escribió la Declaración de independencia del ciberespacio en la que exhortaba a los gobiernos a no ejercer soberanía sobre el ciberespacio, definido por él mismo como “El nuevo hogar de la Mente” (<http://www.padresonones.es/noticias/ampliar/1092/los-jovenes-sesienten-mas-comodos-en-el-mundovirtualque-en-el-real>).

Las operaciones que realizan los usuarios, supuestamente condenados a la pasividad en los nuevos sistemas de comunicación ofrecen a los miembros de la red los medios para coordinar sus interacciones, tanto en el mismo universo virtual, como en el real. El proyecto trata de tener en cuenta el mundo físico, el de la realidad de la vida cotidiana para permitir a los miembros de la red social Facebook, interactuar dentro de un paisaje móvil de significaciones reales. Acontecimientos, decisiones, acciones y personas estarían comunicados en los mapas dinámicos de este espacio compartido, pero igualmente realizarían sus interacciones continuamente en el universo real dentro del cual toman sentido

la construcción del presente. En esta perspectiva, el ciberespacio se convertiría en el espacio comunicacional visual de las interacciones entre conocimientos consientes de colectivos cuyo territorio se manifiesta en espacios y tiempos reales.

2.1.1 Naturaleza del ciberespacio

Hay que considerar y ser muy conscientes que el ciberespacio, es un espacio virtual de apariencia real en el que las interacción en la red le dan existencia, es decir, el Ciberespacio existe solamente como espacio relacional; su realidad se construye a través del intercambio de información entre usuarios; es espacio y es medio de comunicación a la vez. Una red sin interacción entre sus miembros deja de ser una red; la red existe porque existen relaciones entre sus integrantes con la idea de comunicación. Se quiere destacar la diferencia y las relaciones entre un espacio físico y un espacio virtual generado en el acto de comunicación un vínculo esencial reconociendo formas de resistencia frene al consumo y así lograr la comprensión y diferencia de la naturaleza del mundo real y del Ciberespacio. De esta circunstancia se derivan toda una serie de consideraciones y características que convierten al ciberespacio, en una experiencia humana nueva que nos permiten estudiar, sean las representaciones sea los comportamientos de la cibercultura. Son Gracias al conocimiento de estos objetos sociales, que parece posible y necesario identificar el uso que hacen de ello los grupos e individuos, es por esto que cada vez son más las zonas de equivalencia o las sustituciones de actividades entre ambos mundos. Pero también de correspondencia y relación directa, en la cual las “representaciones se dan en espacios no biológico sino sociales como en el mundo real que es percibido en término de significaciones, puesto que su materia es el símbolo” (Mora, 2002, pág. 5), ahí, ciertas tareas que antes era necesario realizar físicamente, ahora se pueden realizar a través de escenarios virtuales alojados en el Ciberespacio. En muchos casos, la eficacia del mundo virtual en apariencia ha hecho desaparecer del mundo real elementos que no hace mucho parecían firmemente anclados en nuestro entorno material. En este espacio virtual el símbolo y significado son propiedad de la situación interactiva. El hecho de que las personas en la red sean una proyección virtual, tiende a establecer un tipo de principios de aparente libertad, que en cierta forma, se desprenden de la liberación de los límites de tiempo y espacio que el Ciberespacio supone, en contraste con el mundo material. La cibercultura afirma: “Crearemos una civilización de la Mente en el Ciberespacio. Que sea más humana y hermosa que el mundo que vuestros gobiernos han creado antes. Esta “civilización de la Mente” a la que se alude es la que se deriva del carácter inmaterial del Ciberespacio. La Mente-Información es inmaterial y la materia es vista, como el principio de todos los males: la materia es lo que se posee, lo que diferencia a unos de otros, lo que se compra y vende, lo que se roba..., frente a las ideas, que es lo que se comparte, se intercambia”.(Aguirre Romero, 2004)

El estudio de estas articulaciones sociales considera el Ciberespacio como una unidad sistémica estructurada en múltiples subsistemas que establecen su riqueza y variedad socio-cultural.

2.1.2 Características del Ciberespacio

El mundo virtual es muy diferente al mundo donde vivimos, no obstante tienen espacios comunes como las representaciones sociales. George Mea plantea un espacio real en las mediaciones: un espacio interactivo no biológico sin social que es percibido en términos de significaciones, puesto que su materia es el símbolo (Mora, 2002, pág. 4). Tanto en el ciberespacio como el espacio real, la unidad de análisis es el acto social, en este, las relaciones entre las personas y los grupos, abordan los límites de la representación en el cómo y cuándo interactuar.

2.1.3 Experiencia Social Limitada

Si un ambiente en el ciberespacio involucra elementos visuales y/o auditivos afectara el comportamiento de la gente y las relaciones que desarrollen entre ellas. El Chat Multimedia, audio-video conferencia, y el teléfono por Internet son signos de cómo esto se manifiesta. La experiencia sensorial del observar: se activa, dada la limitación de los sentidos, la observación no es propiedad exclusiva del sentido de la vista, sino, un sentido que involucra cualquier sentido y que es el motor de búsqueda del usuario tanto en el mundo real, como en el virtual. Encontrar otros en el ciberespacio –“mirándolos”, escuchándolos, y la combinación de ambos, es aun limitada, y está sujeta a las formas de representación de sí mismo. La mayoría de gente se comunica a través del lenguaje escrito: signos, símbolos íconos. Incluso cuando las Videoconferencias se vuelvan más eficientes y fáciles de usar, la gente nunca podrá interactuar físicamente con otro, no habrá estrechamiento de manos, palmadas en el hombro, abrazos, besos. La experiencia sensorial limitada tiene algunas significativas desventajas (así como algunas ventajas únicas).

2.1.4 Trascendiendo los límites espaciales

La teoría de la relatividad de Albert Einstein dice todo cambia a medida que aumenta la velocidad, incluso que si alcanzamos la velocidad de la luz: la longitud sería cero, la masa infinita y el tiempo se detendría, En el ciberespacio se experimentan otras velocidades por lo tanto las distancias geográficas hacen poca diferencia en quien puede comunicarse con quien; La irrelevancia en la geografía tiene importantes implicaciones para gente con intereses o necesidades únicas; en la vida real hay que recorrer distancias cada vez a menores velocidades y así se va a poder encontrar alguien cerca de ellos que compartan intereses y necesidades únicas con tanta facilidad como en el

ciberespacio. En el ciberespacio, fácilmente pueden convivir juntos. Para grupos de apoyo, grupos para ayudar gente con problemas, esta puede ser una característica ventajosa del ciberespacio. Para gente con motivaciones antisociales esta es una característica en desventaja del ciberespacio. La comunicación sincronizada envuelve a personas sentadas en sus computadoras al mismo tiempo (tiempo real), una comunicación con cualquiera vía Internet. Los cuartos de Chat son un ejemplo de esto. De otro lado los Whatsapp, emails y los News group involucran la comunicación que no requiere gente interactuando al mismo tiempo. En los tipos de comunicación, (con la excepción de la vídeo conferencia y el net phone), hay un lapso de tiempo. Durante el Chat se tiene de segundos a minutos o más para responder a la otra persona – un significativo retraso que no se da en persona. En el mail y Newsgroup, son horas, días o incluso semanas para responder. El ciberespacio crea un único espacio temporal donde el estar, como tiempo interactivo se extiende. Esto provee una conveniente “Zona para la reflexión” comparada al cara a cara, se tiene un significativo tiempo mayor para meditar cosas y componer una respuesta.

2.1.5 Relaciones sociales dentro del ciberespacio

Desde el argumento de George Mead la comunicación en forma de interacción habla de la pertinencia de un espacio de realidad en las mediaciones en cual radican los símbolos y sus significados y como unidad de análisis el acto social. La relativa facilidad, con que una persona puede conectarse con gente de todas partes y comunicarse con cientos e incluso miles de personas en el ciberespacio. Tan solo colocando un mensaje, los usuarios pueden atraer gente que tengan, incluso intereses similares, sin embargo en el universo real el proceso de dirigirse a otra persona es un proceso también de dirigirse a uno mismo, y provocar en sí la reacción que provoca en el otro. (Fernández Christielfb). Cosa que es imposible en el internet, ya que al momento de pensar en uno mismo se desconecta del ordenador. Es por esto que a través de la red los usuarios tienden a mimetizarse a ocultarse a asumir otras identidades, por lo tanto se da la incertidumbre de encontrarse con sujetos reales o imaginarios. En Internet se escoge contactar sólo a algunas personas y no a otras, además de la habilidad de escudriñar a través de muchas posibilidades en línea. Un usuario actuará bajo motivaciones inconscientes (así como preferencias conscientes y elecciones) seleccionando amigos, amantes y enemigos. Esta transferencia guía a través de tipos específicos de personas quienes dirigen nuestras delineadas emociones y necesidades. Presionados por ocultas expectativas, deseos, y temores. Estos mecanismos inconscientes de filtrado tienen su propia y casi infinita muestra de alternativas en línea para escoger.

2.2 REDES SOCIALES

Las Redes Sociales han cobrado gran importancia en la sociedad actual, tanto para manejo de comercialización de productos como de relaciones intersubjetivas reflejando la necesidad del ser humano de interacción, expresión y reconocimiento, bien lo dijo Aristóteles “El Hombre es un ser sociable por naturaleza, pues para satisfacer sus exigencias físicas y espirituales necesita vivir en sociedad”, ya que al ser una criatura racional e individual, no es autosuficiente y requiere la ayuda y protección de los demás de su especie, por ello forma comunidades”. (Aristóteles) Durkheim (1898) estableció diferencias entre las representaciones individuales y las representaciones colectivas explicando que lo colectivo no podía ser reducido a lo individual. Es decir que la conciencia colectiva trasciende a los individuos como una fuerza colectiva y que puede ser visualizada en los mitos, la religión, las creencias y demás productos culturales colectivos (Durkheim, 1986) Una red social se podría definir como una forma de interacción social o sea una colectividad, en donde se produce un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones que comparten gustos o preferencias entre sí, logrando un sentido de pertenencia y desarrollando un tejido que actúa por el bienestar de toda la comunidad. Por lo general, estas redes sociales permiten a los usuarios crear un perfil para ellos mismos, y se pueden dividir en dos grandes categorías: la creación de redes sociales internas (ISN) y la creación de redes sociales externas como, por ejemplo, Tuenti, MySpace y Facebook. Cada red tiene sus propias normas por lo general tienen controles de privacidad que permiten al usuario elegir quién puede ver su perfil o entrar en contacto con ellos, entre otras funciones. Las redes sociales operan en muchos niveles, cuyo propósito es facilitar la comunicación y otros temas sociales desde un sitio web. Maidana, A (3 de octubre 2008). Redes sociales, necesidad de expresión. Argentina: enlace digital.

[http:// enlacedigital.com.ar/i/redes-sociales-](http://enlacedigital.com.ar/i/redes-sociales-)

2.2.1 Facebook plataforma virtual

Es una de las redes sociales, que más se usa en la actualidad. Es uno de los medio más completos de comunicación virtual, una “estructura donde un grupo de personas mantienen algún tipo de vínculo” (<http://definicion.de/redsocial/#ixzz3Y9RY5p2B>) permite compartir imágenes, videos, archivos, páginas, pensamientos, estados de ánimo, gustos, etc. La posibilidad de crear páginas donde se puede promocionar empresas, el talento, una causa, ideas, grupos con un fin determinado; la comunicación fluida en tiempo real, con personas en cualquier lugar del mundo que estén conectadas, creando una red de amigos que pueden ver, dar un me gusta y comentar sobre lo que se comparte. “Facebook” permite no sólo una comunicación escrita, existe también la video llamada y la opción de hablar con varias personas desde una sola ventana de chat simultáneamente, rompiendo con las barreras

de la escritura y de no poder ver al otro. Además con aplicaciones y juegos se amplían las posibilidades de interacción pues los juegos al ejecutarse en línea, dan la opción de ver con quién se compite. Aunque “Facebook” propone tantas comodidades, a la hora de comunicarse y de generar vínculos de manera virtual, ha llegado a fascinar a las personas a tal punto que muchos se quedan inmersos en ese mundo virtual y no desean salir de él, otros pasan varias horas frente al computador navegando, conociendo gente, pero al final esta red no le permite al individuo vivir una experiencia, enriquecerse de ver, de sentir al otro, de compartir con el otro a través de los sentidos, etc. A pesar de que se puede conocer personas nuevas, el nivel de profundidad que brinda la comunicación virtual no es tan enriquecedora como la que se realiza en el mundo real, pues es en este mundo real donde se puede accionar, realizar cambios, ayudar al otro, aconsejar e identificarse dentro de una situación que otro vive, lo que en la red es limitado, incluso esas actividades netamente humanas de compartir con el otro se vuelven frías, más cuando ese medio se ha convertido, con el paso del tiempo en un espejismo donde muchos crean una apariencia de lo que son, y se cae en la creación de falsos perfiles. Esto ha afectado a la sociedad en un sentido ético ya que se usan estas falsas identidades para realizar actos delictivos, lo que lleva al individuo a preguntarse ¿Quién está del otro lado de la pantalla? ¿Es real? tal vez se llegó a los extremo, pues la red aunque fue pensada como un espacio de compartir donde todos se conecten, se le da lugar a la discriminación porque para elegir un amigo se ve solo la portada del libro, en este caso el perfil, y si su rostro no agrada, o sus gustos no van acorde a lo que al usuario le gusta, sólo no lo agrega; mientras en el otro extremo hay usuarios que agregan a todas las personas que pueden, con el fin de competir con otros usuarios por tener muchos “amigos” en la red, incluso teniendo varios de esos “amigos” con los que no se cruza palabra alguna. Al final se interactúa en el mundo de representaciones que es “Facebook”, donde todos son una.

2.2.1.1 Herramientas

La red social “Facebook” se organiza a través de unas herramientas o sub espacios que dominan cada una de las características que hacen de esta red, una de las más atractivas dentro de internet.

Muro: Es el elemento central en el que se relacionan los usuarios de “Facebook”, el que recoge toda la información subida a los perfiles o espacios individuales, para que los amigos conectados, puedan verlos e intervenirlos con comentarios o un me gusta. Desde este punto se tiene una vista panorámica de las demás herramientas.

Chat: “chatear (hablar mediante texto escrito a través del ordenador)” (<http://www.enredar.fundaciononce.es/facebook/facebook-03.html>) con los contactos a quienes el usuario les permita, siempre y cuando quiera hacerlo, pues hay una opción de desactivar el chat. Esta ventana permite a demás

enviar archivos, fotos a un contacto determinado y la opción de hacer video llamada.

Perfil: Es el espacio personal dentro de la red social, que contiene información personal del usuario, además de otras funciones como: avatar, la opción de dar toques (avisos inmediatos), fotos que cuelga el mismo usuario o en las que es etiquetado por los amigos, gustos en cuanto a actividades, intereses, etc. Notas donde se publican textos más extensos, que pueden ser de carácter personal, un listado de contactos y la posibilidad de hacer partícipes a los amigos de los eventos y las actividades que son importantes para el usuario.

Grupos: “A través del grupo se crea una comunidad y se establece una serie de relaciones entre todos sus miembros.”

(<http://www.enredar.fundaciononce.es/facebook/facebook-03.html>) Las características de esta herramienta van dirigidas a aquellos usuarios que buscan un punto de encuentro partiendo de un tema, de algo en común, de una actividad o fin determinado, para a través de este generar discusión. Dentro de la parte de la empresa esta herramienta es útil para compartir ideas con quienes se trabaja, es un complemento de las páginas para además, tener un medio más donde promocionarse.

Aplicaciones: tienen una funcionalidad extra, algunas actúan de manera fugaz, como las galletas de la fortuna, entre otras; unas las desarrolla Facebook las otras, usuarios de forma externa, hay unas en las que involucran más tiempo por parte del usuario, como los juegos, que se ejecutan en línea y en los que se puede jugar con alguno de los contactos que el usuario tiene agregado.

Eventos: es una de las herramientas más interesantes que ofrece “Facebook” porque permite crear un evento de cualquier índole e invitar, ya sea a todos o algunos de los contactos que el usuario tenga agregados; se crea para esto una página con la información básica para el evento como: lugar, fecha, hora, el nombre del evento y una breve descripción de éste. Con la página ya creada y enviadas las invitaciones, aparecen 3 botones: uno de "asistiré", otro de "tal vez asista" o el de "no asistiré", estos le permiten al usuario que realizará el evento, hacer un sondeo de la gente que va a participar.

2.3 CIBERCULTURA

ENTREVISTA: Arturo de la Cruz

Lucia Santaella habla de ciertas culturas que aparecen o estamos viviendo en este momento, no son culturas que han sido superadas si no que las culturas están integradas en una malgama la primera cultura de ellas es la cultura oral, cultura escrita, cultura impresa, cultura de masas, cultura de medios, y la cultura digital o cibercultura. La era digital es algo supremamente curioso y es

que en esta era confluyen todas las demás, la era digital o la cibercultura está presente en lo oral, lo escrito, es para masas y al mismo tiempo es de medios cada quien ve lo que quiere ver. Facebook está hecho para ser leído y también uno lee no solo el texto como tal si no también lo audiovisual, en Facebook es curioso como aparece una imagen “ver más”, y el ver más no es solo un párrafo son unos cuantos párrafos, son hojas realmente y si a uno le gusta uno lo lee, y si uno le pasa unos libros ¿los van a leer? – no sé, eso cada quien lo va a responder. Recuerdo tras bambalinas en “Cauchola” hicimos una pregunta que era ¿Tu cuanto lees? Y hubo alguien que dijo “Uno lee todo el tiempo desde que te levantas, cuando leo el periódico, las señales” y tiene razón uno lee todo el tiempo y se corrobora con Facebook. ¿Cómo cambia o que se omite en las relaciones y el comportamiento de los jóvenes frente a esa nueva forma de comunicarse? Algunos dirán que están separados otros dirán que los están uniendo también, son medios que se utilizan para citarse “así como puede alejar en ciertos momentos también puede unir” de todos modos te mantienen comunicado.

¿Cuál es un espacio o cual sería ese espacio ideal para habitar o estar?

Hay que entender el espacio de manera básica espacio interno (casa) este es el lugar en el que te sientes protegido, sientes el cariño, la emoción, usted es distinto en su casa a como es afuera, en este lugar (adentro) es el resguardo te sientes tranquilo, afuera no se muestran esos sentimientos esas emociones, y el otro es el espacio externo (calle) afuera esta lo laboral, afuera están los compañeros, está la competencia; de alguna manera estos espacios están siendo permeados por otra que es la dimensión digital, todo esto es una serie de dimensiones; el amor lo consigues en la casa, el deseo lo consigues afuera en la calle son espacios diferentes y las cibercultura empieza a jugar con eso o sea ese espacio cibercultura se te mete de un lado o del otro, desde tu casa puedes mirar lo que está pasando afuera, y desde afuera puedes estar mirando lo que pasa en tu casa incluso uno arma ese otro espacio como un espacio intermedio donde puedes conseguir en teoría cariño pero también puedes conseguir placer, es un espacio que de pronto no está del todo definido.

¿Cómo ve los demás sentidos al comunicar, cómo ve la relevancia de estos que trasciende a la realidad y si en el ciberespacio se están dejando a un lado? En la cibercultura uno utiliza todo, uno puede actuar cada medio implica ciertas cosas por ejemplo el cine uno no va a ver una película uno va a sentir una película; uno hace todo con todo.

¿Qué dinámica invertiría para perder el miedo a comunicarse?

Inventar no porque ya lo están haciendo.

2.4. EL MUNDO, LA VIDA Y LAS RELACIONES INTERPERSONALES EN LOS JÓVENES

“La vida cotidiana se establece alrededor del “aquí” de mi cuerpo y el “ahora” de mi presente. La relatividad y agitación de la vida contemporánea ha llevado a pensar permanentemente en el futuro, la mayor parte de los anhelos tienen como meta el futuro y cuando no se cumplen, se añoran pasados que fueron mejores: hoy en día se habla de la construcción del presente del aquí y el ahora, es el foco de la atención que se presta a la realidad de la vida cotidiana. Lo que aquí y ahora se me presenta en la vida cotidiana, es la realización de mi conciencia.”(Luckmann, 1968) El aquí y el ahora como nos dice el autor, es la manifestación del fenómeno, si no tenemos claro, que es en nuestra realidad donde podemos generar este tipo de interacciones, y que cuando el aquí y el ahora se pierde, no concurren las relaciones interpersonales, en consecuencia se hace necesario una reinención de la vida cotidiana. Michel de Certeau (1990) se interroga sobre la invención de lo cotidiano en las Artes de hacer, estudiando los comportamientos y representaciones de una sociedad; invita a identificar el uso que hacen los individuos con las imágenes que recibe frente a una pantalla, lo que el consumidor cultural “fabrica” durante estas horas y con estas imágenes, lo mismo refiere al uso del espacio urbano, A esa “fabricación” por descubrir, dice de ella que es una producción, una poética oculta, que se enfrenta un orden económico dominante, una estética de la resistencia: “A una producción racionalizada, tan expansionista como centralizada, ruidosa y espectacular, corresponde otra producción, calificada de “consumo”: ésta es astuta, se encuentra dispersa pero se insinúa en todas partes, silenciosa y casi invisible, pues no se señala con productos propios sino en las maneras de emplear los productos impuestos por el orden económico dominante” (Certeau, 2000). La forma de interacción de cara a cara frente a lo otro, genera unas tácticas de resistencia frente al consumo, ingeniosidades del débil para sacar ventaja del fuerte, desembocan entonces en una politización de las prácticas cotidianas en un mundo que se comparte, en el que se interactúa y en el que se comunican unos con otros, donde cada uno tiene sus parámetros, espacio y tiempo. La “táctica” un cálculo que no puede contar con un lugar propio, ni por tanto con una frontera que distinga al otro como una totalidad visible. La táctica no tiene más lugar que el del otro.

¿Cómo puedo experimentar a ese otro que está en el ciberespacio, encontrarlo, como parte la vida cotidiana?, para esta pregunta podríamos encontrar diversos medios de respuesta: contacto de interacción, que se experimenta es la subjetividad, el mundo de la representación, pero la experiencia más importante que se puede experimentar en esta situación es el “cara a cara”, en el momento en que el otro se me presenta en un presente vívido que ambos compartimos, ese instante de compartir reacciones sutiles un intercambio continuo entre mi expresividad y la del otro, una reciprocidad de actos expresivos, solamente en este caso la subjetividad del otro se encuentra relativamente “próxima”, todas las demás formas de relacionarse con otros son representaciones. Últimamente estas relaciones se han ido reemplazando a través de medios o instrumentos, ¿Por qué sucede esto? Se pierde ese aquí y ahora, se pierde esa lectura de signos y aprendizajes, donde los impulsos, lo

premeditado, lo espontáneo, pasa a un segundo plano. Las redes sociales han generado esa prevención a esa realidad de la vida cotidiana. Así piensan los jóvenes al preguntar por qué prefieren las redes sociales para relacionarte, a las relaciones cara a cara: “Porque sientes que es como escribir en un diario solo que te contestan y no hay problema de que se enojen porque no lo ves y si están jugando o sea, coqueteando, pues es más divertido porque puedes pensar mejor lo que vas a decir y si escribes algo incorrecto que no querías decir lo puedes borrar y no se dan cuenta, por lo tanto no cometes errores que hablando en persona te morirías de la pena...” “Porque tú piensas lo que escribes y mientras que escribes piensas lo que escribes en cambio para hablar tienes que pensar más rápido y las conversaciones no salen tan bien” Porque en persona no tienen en la frente una luz verde que diga.... disponible...”

2.5 ESTILO DE VIDA EN LOS JÓVENES

Los actuales patrones culturales y sociales así como exploran alternativas, de igual manera se atomizan. Esto significa que los jóvenes, comprenden los sistemas subyacentes e influyen en los patrones sistémicos con el fin de alcanzar sus metas. Llama la atención es la cantidad de gente solidaria con todas las causas en la vida virtual, que llenan sus muros con imágenes de todos los problemas médicos, sociales, medio ambientales, y hasta políticos, se adhieren a todas las causas, pero en la vida no generan acciones ni para mantener sus propias necesidades. Usan la imaginación para crear simulaciones, crear historias con los tanto dentro como fuera de sus patrones culturales y sociales. Sin embargo se pasan horas y días enteros detrás de un ordenador promueve una vida ilusoria Facebook y las demás redes sociales sirven para socializar, pero la equivalencia no es exacta a como lo harías en la vida real. Estar detrás de un ordenador y no cara a cara, cambia la forma de comunicarnos. ¿De verdad estás sonriendo cada vez que pones una cara sonriente? ¿Te ríes en alto cuando escribes LOL o “jajaja” en un chat? Lo más probable es que en el universo de signos, símbolos e imágenes de cada medio de comunicación con su propio lenguaje, en el contexto real, carece de sentido.

2.6 LA DIALECTICA DEL ADENTRO Y DEL AFUERA

Lacan psicoanalista francés formuló los conceptos de lo real, lo imaginario y lo simbólico para describir estos tres registros, los trata como una herramienta conceptual de topología combinatoria como lo es la banda de Moebius: el registro de “lo real es aquello que no se puede expresar como lenguaje, lo que no se puede decir, representar, porque al re-presentarlo se pierde la esencia del objeto mismo por eso lo real siempre está presente pero continuamente mediado entre lo imaginario y lo simbólico”. El registro de lo imaginario En las relaciones sociales lo real viene a ser las experiencias, las vivencias, lo que está ahí y se puede sentir, ese contacto directo con los otros y el entorno (<https://aquileana.wordpress.com>). Lo imaginario se puede tomar desde un ejemplo de la imagen en el espejo, el yo es formado a través de lo que es el

otro, al mirarse al espejo se mira a sí mismo pero sin ser el mismo, tomando en cuenta el ejemplo es posible hacer un paralelo con lo que se maneja en Facebook como el perfil. El perfil es todo lo que se representa todo lo que se siente, y lo que se prefiere etc. Eso es la representación o una aproximación forzada de lo que se puede ser. Lo simbólico lo tomamos directamente como el lenguaje simbólico, con este se piensa, se razona; con tal lenguaje existe comunicación simbólica entre las personas. En éste tipo de lenguaje existen formas de comunicación que se alteran con el medio, como puede ser un lenguaje no hablado, gestos, símbolos, escritos etc. Este lenguaje de símbolos le ha dado una herramienta fundamental a estas redes sociales en las cuales se ha logrado generar símbolos que representan emociones, sentimientos, para lograr expresar de una manera más cercana los sentimientos, logrando tener una reacción en el otro, si lo miramos desde este punto. Estos tres registros es lo que le permite al hombre la comprensión de la vida cotidiana. Al integrar lo real, lo simbólico y lo imaginario, podemos generar la complementariedad para un óptimo relacionamiento entre una sociedad. El afuera lo podemos tomar como lo desconocido, como un mundo enigmático donde hay cosas reales junto a cosas imposibles, un mundo de símbolos y máscaras; pero es ahí en el afuera, donde generamos fenómenos que involucran a una masa, es en el afuera donde el adentro cobra un valor agregado, crea reacciones en un espacio cotidiano. Otro punto importante que nos plantea Esher. Nos ilustra el mundo del afuera y del adentro en la cual la mirada puede situarse en la escalera que estando afuera va directamente al interior de esta arquitectura imposible, minúsculo instante en el que el observador y lo observado se encuentran en el cruce cuántico en que las dos velocidades se detienen. (Mariana Mora Muñoz) Esher nos muestra que el afuera y el adentro son un sólo terreno que los seres humanos hemos delimitado, entre un mundo conocido y uno desconocido pero que al encontrar el vértice o punto de encuentro, podremos “ser” universos opuestos, complementarios.

2.6.1 Los Sentidos como medio de expresión

La percepción social es un proceso mediante el cual captamos por medio de los sentidos los estímulos la vida social de los sujetos objetos del ambiente. Cuando se trata del comportamiento social, estos estímulos son usualmente otras personas y su conducta. La expresión es la manera de manifestarse del mundo que estamos viendo, los secretos que se guardan, las cosas que se esconden. Por lo general siempre queremos ver lo que está escondido por lo que vemos, pero es imposible.” Los humanos esconden sus secretos demasiado bien” (René Magritte) El verdadero contacto entre los seres solo se establece en la presencia muda, en la aparente no-comunicación, en el intercambio misterioso y sin palabras que se asemeja a la plegaria interior (Cioran), las relaciones cotidianas nos muestran símbolos sutiles que generan nuevos lenguajes a través no solo del habla que crea una interacción más directa con diferentes síntomas como es el tono de voz, la intencionalidad de la

voz, el susurro, sonidos, onomatopeyas, la voz ya genera síntomas en el otro que define como se llevan estas interacciones. Pero no solo este lenguaje se encuentra en la cotidianidad, como lo dice Cioran existen los lenguajes mudos que nos desglosan muchos más interpretaciones lenguajes, escrituras, lecturas más íntimas. Nuestros sentidos la vista, el gusto, el tacto, el olfato y la escucha generan lenguajes íntimos con el otro, el cruce de miradas entre personas anónimas ya genera una expresión y una reacción, el saborear o el oler algo que te lleva a un recuerdo de una vivencia, el lenguaje del tacto un abrazo una caricia un roce una palmada una intención genera lenguajes que trae consigo sensaciones y sentimientos. “Cuando no se hace silencio nada se ve, nada se escucha nada se siente. El silencio nos permite un descanso interior, instante que nos damos la oportunidad de sentir y oír, un punto de referencia para el que ve siente y oye en uno mismo” (Mariana Mora Muñoz).

2.7. ECODISEÑO

El ritmo del mundo se mueve cada vez más rápido, por ende, crece a mayor velocidad, y ese crecimiento implica más utilización de materiales, gastos en construcción, acumulación de desperdicios: lo triste es que aquellas personas que generan ese crecimiento, les interesa más el incremento económico que el impacto negativo que causan los desperdicios de los procesos que ejecutan, y al final es el ambiente y el entorno los que cargan con las consecuencias.

Ahora, luego de ver que las consecuencias avanzan vertiginosamente, se hace necesario acciones para alcanzar un mundo ético con conciencia del consumo responsable, y para lograrlo: es el diseño el que pasa a ser uno con el eco-diseño, implementado la creación no solo de productos, sino también de infraestructuras y diseño de actitudes para generar alternativas que reduzcan los impactos, ¿Que es Eco diseño? “La Real Academia Española define Diseño como, “Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie”. A su vez define Ecología como: “Defensa y protección de la naturaleza y del medio ambiente”. Teniendo en cuenta estas dos definiciones y ahondando en el concepto podríamos decir que Eco diseño es “la concepción original de un objeto u obra que tiene como preocupación añadida a la funcionalidad y la estética, la sostenibilidad ambiental” (Marián Galindo, 2014) Es entonces el Eco diseño una visión consciente del entorno, de los objetos con los que se va a interactuar, es entrar en un modo de creación responsable pues no solo se trata de reducir el impacto ambiental si no que se piensa en el ciclo de vida del producto hasta el final de su vida útil, logrando además un beneficio para quienes usarán el producto. Teniendo en cuenta el objetivo del eco diseño y al ir por este camino que nos brinda, podemos incursionar en la creación que parte de este punto, a la generación de conciencia, no sólo en la producción, sino también en el uso que se le da a los objetos y en su cuidado.

Yendo incluso más allá, preguntarnos el origen de muchos de los objetos que usamos a diario, de los cuales la mayoría se han elaborado a través de procesos que no han sido sanos con el ambiente. Se debe incursionar en la

conciencia sobre el objeto, en la responsabilidad con los desperdicios que se generan desde el hogar. Para esto hay un término que se ha comenzado a utilizar y es el de conciencia ecológica, en el que hay que tener clara la imagen de los ecosistemas antes del crecimiento de las ciudades, pues es en esos ecosistemas de campo donde hay retroalimentación por parte del hombre y el entorno, lo que ha sido opacado en gran parte por el consumismo, en el que es importante tener más, consumir más para “vivir más cómodos” por así decirlo, opacando la situación real y problemática en que se ve sumergido el ambiente. La conciencia ecológica se pone en práctica cuando se logra entender que se depende de la naturaleza por lo tanto hay que conservarla para evitar problemas en el futuro cercano y lejano. Con esto se alude a un consumo responsable, dejar que salga el “yo ecológico” Un concepto como proceso de desarrollo personal y catalizador de la transformación de conciencia. Este concepto ayuda a hacernos conscientes de nuestra conexión íntima con toda la red de la vida en el planeta. La expansión del “yo egocéntrico” hacia el “yo ecológico” da como resultado una transformación profunda de la conciencia humana.”. (Daniel C. Wahl, 2013) Esta como una forma de ver el mundo, el entorno que nos rodea, como una forma de habitar esos espacios de manera saludable. (<http://www.ecohabitar.org/hacia-unaconciencia-ecologica/>).

2.7.1. Eco conciencia

La ciudad está en constante movimiento, al igual que la vida de cada ser que la habita, y cada acción que ejercemos los seres humanos tiene implícito un objeto o producto, y al ser bienes materiales tienen un ciclo de vida, que al terminar, quienes los poseen, los convierte en desechos, basura. Partiendo de esta lógica y siendo conscientes de todos los objetos que usamos a lo largo de nuestra vida, las basuras van en incremento, pero ¿en realidad es basura todo lo que botamos o lo que ya no nos sirve? A medida que ha pasado el tiempo y viendo el impacto que causan muchos de los materiales que diariamente botamos, nos hemos dado cuenta que hemos estado tomando los residuos como algo que hay que eliminar en vez de considerarlos una fuente de riqueza, una materia prima con la que podemos crear cosas nuevas a partir de ella. Para reducir el impacto ambiental desde la producción se han generado unos principios de creación que piensan en el ciclo de vida del producto entre los que están el reciclaje y el reúso, los cuales amplían la visión en cuanto a materiales, creatividad, recursividad, pues se da una exploración de material donde los objetos ya dados, se pueden convertir en nuevos productos; lo que se complementa con el concepto D.I.Y , generado una nueva visión, además de nuevas posibilidades de creación lo que ha aportado mucho no sólo al ambiente si no a la creatividad y la producción de aquí en adelante.

2.7.1.1 D.I.Y

“Do it yourself” en español “hágalo usted mismo”, “surge de un importante movimiento social ligado al anticapitalismo que intenta evitar tener que comprarlo todo. El DIY promueve la realización de cosas por uno mismo o de manera que se ahorre dinero. Puede extrapolarse por lo tanto a cualquier ámbito de la vida cotidiana, entre ellas la artesanía y las manualidades, pero también a la realización de tareas, reparaciones, fabricación casera de ropa, instrumentos musicales... extendiéndose a cualquier capa creativa que podamos imaginar.” (Saray de la hoz, 2014)
<http://www.diyshow.es/descubriendo-el-significado-del-diy/>

2.7.1.2 Reciclaje

“Es un proceso por el cuál una materia prima se transforma para una futura reutilización”, es como obtener materia prima de objetos desgastados. “El reciclaje se basa en la conocida como regla de las 3 R que está compuesta de tres pasos:

Reducir: Reducir las acciones de los objetos que son susceptibles en convertirse en residuos.

Reutilizar: Incluye todas las acciones que permiten dar una segunda vida a productos que ya han estado en uso.

Reciclar: El conjunto de operaciones de recogida y tratamiento de residuos para introducirlos en otro ciclo de vida.” (José María Antonio)
<http://www.elinvernadero.com>

2.7.1.3 Reúso

Reusar es un verbo que está vinculado a volver a usar algo. En este sentido, el término puede usarse como sinónimo de reciclar (que consiste en someter un producto o un material a un determinado proceso para que se pueda volver a utilizar).” Algunas de las ventajas que tiene el reúso son:

1. Volver a utilizar bienes o productos
2. Se ayuda al planeta disminuyendo el nivel de desechos.
3. Se impulsa a la búsqueda de nuevas materias primas, entre los materiales que se desechan y no se van muchos de estos a la basura.
4. Actuar de más manera respetuosa con la naturaleza.

2.7.2 ESTUDIO DE MATERIALES

Para el proyecto se buscan materiales que cumplan con los siguientes requerimientos: que sean reciclados, de fácil mantenimiento, fácil transporte, que se puedan adquirir de una manera rápida. Para esto se hizo un estudio de cuáles eran los materiales que las empresas desechan en mayor cantidad, con el fin de darle nuevamente vida útil. Y resultaron los siguientes:

Materiales Reciclados:

- Bolsas plásticas: es un material que podemos conseguir en cualquier parte debido a su uso masivo. Es un material a prueba de agua, no es tóxico para los artículos que este contenga, resistente a las rupturas y al crecimiento bacteriano; al ser un material de polietileno se moldea fácilmente a cualquier forma, además de producir una variedad de resistencia y texturas gracias a que es mezclado con otros químicos.
- Tubos de cartón: Este material al ser un elemento auxiliar en la industria textil y de papel, tiene un reducido coste y facilidad de reciclaje, además es resistente, no tóxico y podemos conseguirlos de diferentes gramajes. Es un material que incluso se utiliza en el campo de la construcción.
- Fleje de P.E.T: (También llamado zuncho o cinta plástica) posee gran resistencia al frío, humedad y rayos UV, fácil de transportar, es económico, seguro, maniobrable, no se alarga con el tiempo.

Materiales reusados:

- Película estirable o película stretch: es un material plástico transparente, cuyas características son: tiene alta resistencia mecánica y un bajo espesor, su uso facilita la transportación y almacenaje de artículos, tiene un mayor rendimiento en cuanto a anchura y espesor, es un material impermeable.
- Poli sombra: son de material tejido y manufacturado en polietileno de alta densidad que tienen características de alta resistencia y protección UV que garantiza su durabilidad. Es un material reciclable y reparable.
- Lona: Es una tela resistente, fuerte e impermeable, de algodón o cáñamo, con alta resistencia al desgaste y a las condiciones ambientales, bajo peso, resistencia a la ruptura.
- Icopor: las características de este poliestireno expandido son: aislamiento acústico, aislamiento térmico, es reciclable, posee estabilidad dimensional, resistencia al envejecimiento, no absorbe ni el agua ni la humedad.

- Neumático: A pesar de que este es un material que no se recicla, es un material que se puede reutilizar gracias a sus características únicas, que son: alto rendimiento, flexibilidad, capacidad de carga. En su fabricación se utilizan 3 elementos que lo hacen un material muy fuerte, compuestos de goma, que dan elasticidad; tejido constituye el elemento resistente principal en la carcasa; y alambres de talones que proporcionan resistencia y estabilidad.

Otros Materiales:

- Acrílico: Es un termoplástico rígido que cumple con las siguientes características: es resistente al impacto, permite la transmisión de luz, resistencia a la intemperie, termo formado y estabilidad dimensional.

3. MARCO CONTEXTUAL

San Juan de Pasto, ciudad capital del Departamento de Nariño- Colombia. Centro cultural de la región desde la época de la colonia. Es también conocida como «Ciudad sorpresa de Colombia» Cuenta con el Carnaval de negros y blancos declarado Patrimonio de la Humanidad, Festival internacional de teatro, Casa de la Cultura, grupos de teatro, danzas, Música. Posee una riqueza cultural en sus manifestaciones artísticas y artesanales entre las que contamos, barniz de Pasto, talla en madera, decoración en tamo. Colectivos interdisciplinarios monumentos, etc. Capital departamental, general sedes de instituciones de los organismos del Estado.

4. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1 Método

Este proyecto de investigación se caracteriza por tener un método fenomenológico y crítico social, ya que lo que se busca es no quedarse en lo imaginario o en este caso lo virtual si no trascender en forma de fenómeno que genere un impacto y un cambio dentro de la sociedad.

4.2 Enfoque

El enfoque de la investigación es cualitativo debido a que el espacio propuesto genera un cruce entre comunicación y función, para dar cuenta de la naturaleza de este espacio, su estructura dinámica y las acciones comunicativas, cualidades y calidades que propician las interacciones, el comportamiento y las manifestaciones del pensamiento crítico.

4.3 Metodología Design Thinking

Es una herramienta muy utilizada en distintas organizaciones y empresas. Herramienta que facilita y potencia la innovación en el diagnóstico de retos, necesidades y en el diseño de soluciones de una manera eficaz y exitosa debido a su aplicación. Es una metodología que se centra en la sensibilidad del diseñador y en la forma en cómo éste resuelve los problemas de una manera factible y viable, con el fin de satisfacer las necesidades de las personas, empresas u organizaciones. Esta metodología utiliza 5 etapas: empatizar, definir, idear, prototipar, validar.

4.3.1 Empatizar

En esta etapa se hace necesario un conocimiento y comprensión a través de recolección de datos sobre las posibles personas que estén implicados de algún modo en el proyecto, se busca entender sus necesidades, su entorno, sus anhelos, para generar soluciones que sean acordes a sus realidades.

4.3.1.1 Stakeholder

Son quiénes están involucrados en el proyecto, permite crear de manera rápida una visión general de las partes involucradas en el proyecto, para entender mejor el contexto y el espacio en el que se va a trabajar. Para esto se organizan los usuarios o partes involucradas, teniendo en cuenta cuales son los que necesitan mayor exploración.

1. usuarios de Facebook
2. Activistas, universitarios, artistas.
3. Instituciones, casas culturales, residencias artísticas, artesanos.
4. Alcaldía, fundaciones, recicladores, cuartos de sanalejo.

4.3.1.2 Card sorting

¿Qué queremos aprender de ellos? Este método se centra en el usuario, se busca obtener información que aporte al proyecto, en este caso se tienen en cuenta además de las visiones de algunos de los individuos investigados, las funciones de algunas instituciones.

1. Usuarios de Facebook:

¿Qué queremos aprender de ellos? ¿Qué les atrae de la red social "Facebook"? ¿Cuánto tiempo dedican a esta red social? ¿Cuáles son las herramientas que los jóvenes usan más en "Facebook"?

Método de recolección de datos

Para obtener la información anterior se realizó una entrevista por medio virtual a siete mujeres y cuatro hombres entre los 16 y 25 años de edad.

Preguntas:

1. Edad del usuario
2. Razones para usar "Facebook"
3. Para que usa "Facebook"
4. Con que frecuencia lo usa
5. Lugar de preferencia para usar "Facebook"
6. Qué herramientas usa más
7. Lo que más visita, mira y con lo que interactúa más en "Facebook"
8. Las herramientas que son de más agrado para usted, nombre mínimo tres.

Datos obtenidos

1. Se usa "Facebook" todos los días en horarios de dos a cinco horas al día.
2. La razón de usar esta red social es conocer personas, subir fotos, sirve como medio de distracción y se está siempre en contacto.
3. Esta red social se usa para estar al tanto de lo que sucede en el entorno con las personas que se está conectado y de lo que sucede globalmente. Es una herramienta útil a la hora de promocionar empresa.
4. Esta red social es atractiva porque acorta distancias, además se puede encontrar y contactarse con personas que se creía, no se volvería a ver. Permite ver y compartir enlaces de cosas que son de gusto de cada quien.
5. Los medios por los que más se accede a "Facebook" son los ordenadores en el hogar de cada joven, celulares.
6. Miran más la información que suben los contactos, se está al tanto de lo que los demás piensan, de situaciones tanto personales como de carácter informativo; lo que más se visita es la parte de eventos, ya que permite a los usuarios tener en cuenta planes que se van a ejecutar en la ciudad; y hay varios modos de interacción uno muy usado es la parte de juegos donde se comparte y se reta a otros usuarios.
7. Las herramientas de más agrado, el perfil, el chat, el muro pues es el que contiene gran parte de las interacciones, como los eventos que se visitan con frecuencia; hay otra que se denomina likes para darle me gusta a algo que agrada.

2. Jóvenes Universitarios:

¿Qué queremos aprender de ellos? ¿Cuáles son sus hobbies? ¿Qué sueños tienen? ¿Qué los hace felices? Se hacen estas preguntas con el fin de saber que buscan los jóvenes como imaginario, como lugar soñado.

Método de Recolección de datos

Se realiza una pequeña dinámica se plantean dos preguntas que son: ¿Qué es lo que más les gusta hacer? Y ¿Qué sueño no han podido realizar? El lugar de realización de la dinámica es el Centro Comercial Valle de Atriz, a los jóvenes que están en parte de la zona de comidas y zonas de descanso se les reparte unos post it (papeles adhesivos de colores), en ellos escriben la respuesta a las dos preguntas y posteriormente se pasa por los puestos de los jóvenes que han respondido con un cartel que peguen sus respuestas.

Datos Obtenidos

Los jóvenes tienen sueños de ayudar, compartir, realizar sus hobbies, que se han olvidado por sus carreras actuales, se enfocan en sentimientos, emociones y experiencias.

Activistas

¿Qué queremos aprender de ellos? ¿Cuál es la dinámica para efectuar sus acciones, tanto individuales como grupales? ¿Cuáles son sus intereses? ¿Qué los impulsa a hacer lo que hacen? ¿Qué tipo de acciones han creado, para generar reacciones? ¿Por qué deciden ser activistas? ¿Qué métodos han empleado donde la gente ha reaccionado más?

Método de recolección de datos

Se realizan dos entrevistas, primero a un joven universitario que se moviliza por los derechos de los jóvenes y en la búsqueda del cambio de pensamiento de los mismos. La segunda entrevista y visita se hace a un hogar para perros y se entrevista a una joven animalista y una señora que también lucha por la protección y los derechos de los animales.

Datos Obtenidos

De ellos aprendimos para aplicar en el Proyecto

1. Que el cambio se realiza desde el individuo, de sí mismos.
2. Solo se genera consciencia a través de los actos, del ejemplo.

3. Si hay una causa que impulse, luchar por ella hasta el final.
4. El ejemplo crea movilidad en los otros individuos

Artistas

¿Qué queremos aprender de ellos? ¿Qué los inspira a realizar su arte?
¿Cuáles son sus espacios de expresión? ¿Cuál es su forma de ver el mundo?
¿Cuál es su sueño o utopía?

Con los artistas se pretende entender la ciudad y su forma de ver el entorno a través del arte.

Método de recolección de datos

Para ello se utiliza como medio de recolección de datos la entrevista con las siguientes preguntas

1. ¿Qué te inspira?
2. ¿Qué es lo que más le gusta de su arte?
3. ¿Qué actividades realizas para desarrollar tu arte?
4. ¿Cuáles son sus espacios de expresión?
5. ¿Cuál es la metodología que manejan en cuanto a la enseñanza?
6. ¿Cuál es su ritual de creación?
7. ¿Cuál es su sueño o utopía?
8. ¿Desde su visión de artista cómo ve la parte cultural en Pasto?

Datos Obtenidos

De ellos aprendimos para el proyecto “Cuando te acercas al arte y empiezas a experimentar con el cuerpo, con las sensaciones, con las emociones: empiezas a darte cuenta que no hay solo una manera de ver la vida, el hombre no ha querido descubrir su esencia, desde adentro en medio de tanta cosa esta descubriéndola simplemente desde la apariencia y es ahí cuando le da miedo entrar a quién es desde adentro. El arte tiene la posibilidad de entrar, todo lo que por apariencia no podemos mostrar desinhibida mente en nuestra sociedad, el arte desde lo imperceptible, logra captar eso de tu esencia y hacer posible que lo invisible se vuelva visible.” Julio Erazo”.

3. Casas Culturales

¿Qué queremos aprender de ellos? ¿Cómo funcionan? Manejo de eventos en el espacio ¿Qué eventos generan? Interacción con el público ¿Cómo se mantiene económicamente?

Método de recolección de datos

Se tiene en cuenta la casa cultural “La Guagua” y se realiza una entrevista al maestro Julio Erazo director de la casa.

Datos Obtenidos

De ellos aprendimos para el proyecto Se deben generar espacios para los jóvenes, crear una programación con apoyo a diferentes tipos de arte, pero no solo deben generarse espacios se debe hacer sentir a quienes llegan como en su casa. Se necesita el medio virtual como una herramienta y un medio de difusión.

Banco de la republica

¿Qué queremos aprender de ellos? ¿Cómo funcionan? Manejo de eventos en el espacio, dinámica del lugar, Manejo de la gente.

Método de recolección de datos

Se recolectan datos por medio de la observación de forma indirecta. Aquí observamos por un medio virtual y a través de una página al Banco de la República.

Datos Obtenidos

De ellos aprendimos que debe existir una plataforma virtual desde la cual se pueda informar sobre los eventos, debe manejarse un cronograma y varias actividades para todo tipo de público, cuando se quiere que un espacio sea utilizado por varias y diferentes personas, se debe pensar en cuál es la necesidad de conocimiento que tiene el usuario. Las actividades en cuanto sean más enriquecedoras fomentan más los valores, y sobre todo lo humano. Se deben generar vínculos con personas u organizaciones que enriquezcan los proyectos.

Residencias artísticas

¿Qué queremos aprender de ellos? ¿Cómo funcionan? Manejo de eventos en el espacio, Dinámica del lugar, Manejo de la gente ¿En qué se diferencia de un hostel u hotel? ¿Por qué se llaman residencias artísticas?

Método de recolección de datos

Se recolectan datos por medio de la observación de forma indirecta. En este caso por un medio virtual pues en la ciudad de Pasto aun no existen estas.

Datos obtenidos

Que aprendimos de ellos No se debe dejar de lado a los turistas y personas que con su cultura diferente pueden aportar mucho con su saber. Existen muchas personas que viajan en buscando enriquecer sus saberes, es importante que se generen espacios que permitan el encuentro y la retroalimentación entre culturas, para que hayan lugares de cocreación.

Artesanos

¿Qué queremos aprender de ellos? Los métodos de creación que manejan, técnicas de extracción de materia prima, ideología, rito.

Método de recolección de datos

Se recolectan los datos por medio de una visita a una artesana, con el fin de ver su trabajo y saber cómo es el medio en el que ella realiza sus creaciones.

Datos obtenidos

Aquí se logra entender que para que exista una conexión más fuerte con el producto el “hazlo tú mismo” es una herramienta muy útil porque permite al usuario identificarse y crear un lazo con este.

Recicladores

¿Qué queremos aprender de ellos? ¿Qué materiales se recolectan más?
¿Cómo funcionan las casas recicladoras? ¿Qué beneficios obtienen?

Método de recolección de datos

Se recolectan datos por medio de la observación de forma indirecta.

Datos obtenidos

De ellos aprendimos para el proyecto Se logra observar que a través del reciclaje se obtienen muchos materiales sin costo alguno, solo con gestión, basta con hablar con algunas empresas para obtener el material. Se puede aprovechar los días de reciclaje, esos días las empresas sacan todo el material que para ellos no es útil pero que puede convertirse en materia prima.

Cuartos de sanalejo

¿Qué queremos aprender de ellos? ¿Qué guardan? ¿Por qué lo que guardan no es considerado basura? ¿Por qué no le dan uso a las cosas que contienen? ¿Qué valor sentimental o histórico tienen?

Método de recolección de datos

Se recolectan datos por medio de la observación de forma indirecta

Datos obtenidos

De ellos aprendimos para el proyecto Estos cuartos son fuentes de riqueza pues hay muchas cosas en ello que pueden convertirse en materia prima, o en un nuevo producto, o pueden ser reparadas y ser nuevamente útiles. El no uso de los materiales que en esos cuartos se guardan, hace que ese espacio (cuarto) no sea aprovechado.

4.3.1.3 Taller uno (realidad vs virtualidad)

Este taller se divide en tres partes: SENTIDOS, EMOCIONES, y RELACIONES.

Objetivo: hacer un paralelo entre lo real y lo virtual, enfocado en las relaciones interpersonales y sociales.

Introducción al taller antes de empezar los asistentes escuchan: “para vivir este taller tienen dos opciones: la primera es seguir como llegaron; la otra es salir y mirar el mundo de manera diferente, y para esto necesitan liberar su mente.” A los participantes se les venda los ojos; en segundo lugar se los conduce a un cuarto oscuro y vacío, donde se proyectan imágenes y sonidos desde un video beam, a los participantes se los sienta en círculos y se les entrega una “píldora” (en este caso un dulce). Los sonidos en el cuarto se reproducen una y otra vez, creando un ambiente en específico en sus mentes. Al mismo tiempo se les dice: “Tomen la píldora, sientan su sabor, su textura; sientan cómo se deshace entre su lengua, su paladar, sus dientes, toda su boca; cómo su sabor se esparce en sus venas dirigiéndose hacia todos los rincones de su ser, incluso hacia sus latidos; sientan cómo va generando reacciones diferentes en su cuerpo, llegando a su cerebro y su mente...”

Parte uno de taller: Sentidos.

Se plantearon una serie de interrogantes relevantes para ese preciso momento y no dispersen su mente. Se hicieron preguntas como: ¿Qué están buscando? ¿Qué quieren cambiar en su vida? ¿Porque han venido aquí? ¿Son como Alicia persiguiendo el conejo blanco? ¿Qué es ese conejo blanco para ustedes? ¿La vida? ¿Sus vidas?

1. Se les pide que se destapen los ojos, para que miren las imágenes que están siendo proyectadas en el cuarto. Imágenes como la de un limón, sangre, comida, dulces, café etc. con el fin de despertar sensaciones en los participantes.
- 1.1 Se les pide nuevamente a los participantes que venden sus ojos, en ese momento el lugar se ambienta con los sonidos de un bosque, cantos de pájaros, el agua de un río, el viento, y a cada participante se les hace tocar piedras, agua, ramas secas, tierra, también se les hace sentir un limón, su olor, su textura, su sabor.
- 1.2 Sonidos: se plantean ambientes de mucho ruido, tormentas, perros ladrando, pasos de personas, etc. luego se les hace escuchar un tráiler de la película “la huérfana”, donde buscamos que sus mentes se hagan un supuesto de lo que pasa guiados solamente por lo que escuchan.

Para finalizar se les da hojas y lapiceros para que escriban que sensaciones les produjo la dinámica y que percibieron con cada sentido durante la primera sesión.

Resultados:

Las imágenes vistas llevaron a recuerdos a la mayoría de participantes, para otros las imágenes de comida les ocasiono sentir hambre, cuando antes de ver la imagen no sentían; percibieron asco por algunas imágenes de sangre, muchos solo con mirar las imágenes lograban detectar el aroma de las cosas vistas y el sabor desde la experiencia que habían tenido al probarlas antes. Lo visual es más automático. Los demás sentidos son como un polo a tierra, la vista distrae mucho a los demás sentidos, experimentar da mucho más que solo ver, enriquece la experiencia, ya que las sensaciones que se percibe transportan; los demás sentidos (oído, gusto, tacto) son más tardíos pero menos superficiales, al cerrar los ojos los demás sentidos se activan, como ocurrió al hacerles tocar diferentes elementos, o al solo exponerlos a los sonidos, desde el oído guían la imaginación, en cuanto a este punto encontramos que varios de los participantes crearon situaciones diferentes al solo escuchar el tráiler de “la Huérfana”, incluso algunos pudieron sentirse vulnerables ante alguna situación de peligro.

Parte dos de taller: Emociones.

Se presentan varios videos que muestran diferentes situaciones cargadas de sentimientos como: tristeza, romance, momentos de risas, burla, temor, etc. Con la intención de tocar sus emociones, haciendo que se identifiquen con algunas de estas y se puedan observaren ellos diferentes reacciones.

1. Se hace una dinámica en parejas, se les pide a los participantes que se coloquen los tapaojos , luego se ambienta con música que apoye esos sentimientos y emociones que percibieron antes; se ubica a los participantes uno en frente de otro estando de pie, en completo silencio y sin saber quién está en frente de cada quien se les dice lo siguiente:
 - 1.1 “dile a esa persona que tienes en frente porque es importante, porque es especial”.
 - 1.2 Se los cambia de lugar (siguen con los ojos tapados) y se les dice “imaginen que tienes a la persona que más quieres, el amor de tu vida, que tienes para decirle que no le has podido decir.”

Resultados:

En esta dinámica las personas pierden la timidez de comunicarse con el otro por tener los ojos tapados apoyados con la música que están escuchando en ese momento. En la primera actividad las personas que escuchaban lo que el otro le decía se sentían a gusto y seguras de sí mismas y las personas que expresaban lo que sentían no necesitaban saber quién era la persona que tenían en frente simplemente decían lo que sentían y eso les bastaba. En esta actividad se logró crear un ambiente de confianza logrando interacción entre las personas. En la segunda actividad las reacciones que se generaron fueron interesantes debido que los participantes lograron expresar sus emociones a tal punto que hubo reacciones de llanto, rabia, tristeza, risa, afecto, y en algunos casos las experiencia que tenía cada quien era parecida a la que vivió el compañero que estaba en frente, lo que hizo que se creara un vínculo en que tenían algo en común que los hacía sentir de un modo parecido, dándoles más confianza de comunicarse con esa persona cuando ya supieron quién era.

Parte tres de taller: Relaciones

La mente muchas veces se ausenta en pensamientos constantes que siempre se remiten a recuerdos o sueños (pasado - futuro). Siempre divagando en cosas que te han sucedido o que te sucederán; por qué no fijarse en lo que se está haciendo ahora, en este momento que sientes, que vives. Se muestran 4 videos enfocados en puntos más específicos, para romper con algunos paradigmas y dar un giro a pensamientos que se han sujeto a nuestra mente, sin darnos más opciones. Felicidad hay muchas cosas que hacen reír, la publicidad se encarga de enviar mensajes mediante este sentimiento, para llegar de una manera más profunda a las personas. Utilizan el humor como medio de comunicación, para llevar un mensaje. ¿Pero en realidad esto causa sonrisas? Sonreír es mucho más que reír de algo gracioso, sonreír es la plenitud de haber ayudado o aprendido algo de alguien, de una situación; debemos llenarnos de sonrisas, vivencias, experiencias. Se muestra un video final.

Resultados:

En esta tercera parte del taller se tocan puntos muy profundos generando reacciones intensas donde muchos de los participantes pudieron evidenciar, que su mente nunca está en el ahora, siempre divaga. Al mostrar los videos, algunos de los participantes hablaron y dijeron cosas como:

-me identifique mucho con los videos en verdad siento que no he hecho muchas cosas y no he resuelto asuntos de mi vida.

Se generan incógnitas con la película “vanilla sky” ¿qué es lo que realmente los hace felices? En la película el actor responde: “vivir una vida real”; muchas veces lo digital absorbe gran parte del tiempo en la cotidianidad que se dejan de lado las experiencias reales. El video final es un documental en el que se muestra un suceso real de una persona que tiene una vida muy particular y quien a pesar de sus circunstancias dice ser feliz y que no desea otra vida que no fuese la que tiene. Con este ejemplo de vida (en el video) se logran las reacciones esperadas sentir una verdadera felicidad y agradecimiento; las reacciones que se dieron de los asistentes en el taller fueron:

Realmente quiero cambiar mi vida y ayudar a personas que necesitan - Quiero centrarme en cosas más humanas. - Me llego al corazón en verdad el video impacta y me deja reflexionando. - A todos se nos escapó una lágrima con ese video. - Quiero cambiar mi vida y como he estado viviendo. -Me siento agradecido por ser quien soy y la vida que tengo. Las personas están despejadas de sí mismos divagando en que han hecho y que deben hacer y no tienen muy presente el ahora.

4.3.2 DEFINIR

En esta etapa se “ciernen” los datos obtenidos anteriormente para dejar lo realmente importante, lo que enriquezca el proyecto.

4.3.2.1 Mapa de empatía

“Es una herramienta que nos ayuda a plantear preguntas, a visualizar qué sabemos de los usuarios e identificar qué nos falta por conocer.” (<http://www.extremeservicedesign.com/herramientas-de-design-thinking-el-mapa-de-empatia/>) para esto la fase de empatía es muy importante pues se debe pasar por una fase de observación y escucha de los usuarios, además por un proceso de depuración de la información. Para el mapa de empatía se escogen los usuarios fundamentales que en este caso representan a los demás y son: jóvenes, instituciones y artistas. Se saca de los datos arrojados por ellos lo que piensan, lo que ven, lo que oyen, lo que sienten y lo que dicen.

Lo que dicen

- Conocer personas
- Donde hacer visible lo invisible
- Que hayan lugares donde se disfrute solos o acompañados.
- Donde conocer lo que otros piensan.
- La intención es importante a la hora de crear
- Que se brinden espacios de creación colectiva
- Que se generen cambios desde el arte
- Colaboración, cooperación y solidaridad
- Brindar espacios de aprendizaje y dispersión
- Un espacio para realizar eventos donde todos puedan participar
- Comunicar, proyectar, crear, actuar
- Un lugar donde trascender, ser recordados

Lo que oyen

- Buscan espacios de dispersión y aprendizaje.
- Se quieren encontrar espacios que brinden experiencias enriquecedoras
- Se deben buscar alternativas sanas con el ambiente.
- El reúso es una alternativa creativa y recursiva.

Lo que ven

- Ver un like en la realidad a modo de agradecimiento
- Es necesario apoyar causas
- El mundo virtual es una herramienta.
- Articular a todo tipo de público
- Se puede generar comunicación de formas diversas a través de los sentidos

Lo que piensan

- Se necesitan espacio de cocreación
- Los cambios se generan desde el ejemplo, desde la práctica.
- Se deben generar vínculos con personas que tengan los medios y saberes para enriquecer los proyectos
- Se puede revolucionar el mundo a través del arte

Lo que sienten

- Hay que hacer realidad los sueños
- Sentir el mundo de maneras diferentes
- Es agradable llegar a un lugar donde se pueda sentir como en casa.
- El arte es un lenguaje.
- Sentir que viajas a otros lugares aun sin moverte

4.3.2.2. Storytelling

Es la creación de un relato que consiste contar de una forma breve la trama, a través de una animación (stop motion) con un personaje.

Cuando se está dentro de “Facebook” hay mucho por hacer, compartir imágenes, estados, música, videos, se puede mostrar lo que gusta o disgusta, en fin compartir. Hablar con amigos es sencillo, se está en contacto con muchas personas a la vez, es posible sentirse acompañado, acogido, pero al final se está solo, una pantalla crea una barrera con lo que está afuera. Cuando no se está conectado ¿Qué se hace? ¿Cómo se le da like a esas cosas que están afuera, a lo que es de nuestro gusto? Afuera hay tanto por hacer, hay tanto que ver, que vivir, si todos los que están en red se unen en un espacio físico, para hacer algo diferente, algo que permita experimentar algo nuevo, donde se pueda ser parte del cambio, un cambio no solo de lo que está alrededor, sino también de sí mismos. Si se sale de “Facebook” tal vez se puede crear una conexión con alguien y vivir con los sentidos, lo que una pantalla no puede hacer apreciar.

4.3.3. IDEAR

En esta etapa se genera una lluvia de ideas, para darle forma a aquello que ya hemos definido antes.

Herramientas de Facebook

- Muro
¿Qué estás pensando?
- Perfil
Información, Fotos, Videos
- Compartir
Música, Videos, Estados, Imágenes
- Eventos
Social: apoyo a causas
Cultural: música, teatro, danza, pintura, talleres, encuentros,
Empresarial: promoción, inauguración.
- Aplicaciones
Juegos, likes.
- Grupos

Cerrados, abiertos.

- Chat

Comunicación presente.

¿Cómo son las herramientas en Realface?

4.3.3.1. Metodología Ctrl+G

Para taller de herramientas: Ctrl+G “control group”, proviene de un comando en el teclado, una acción que usan los diseñadores para agrupar varios elementos haciéndolo uno solo; así, este proyecto busca unir a las personas de igual manera. Es por eso que esta metodología tiene por nombre “Ctrl+G”. Esta metodología, integra los sentidos como mediadores de estímulos y sensaciones que permiten trascender e ir más allá de ideas comunes y corrientes; se toma las herramientas principales de la red social “Facebook”. Dentro del proceso, se establece que el sentido de la vista es un distractor, siendo los demás, un polo a tierra. Así, se explora con los otros sentidos, dando cabida al juego semántico en función a la generación de ideas.

4.3.3.2. Taller definición de herramientas

Se realizó un taller, que tiene como objetivo Integrar los tres ejes *interacción, comunicación y función*. A partir de 4 herramientas que ofrece la plataforma “Facebook”, las cuales son *muro, chat, perfil y grupos*; a través de los sentidos destacando el *Gusto y el Sonido* para diseñar y caracterizar el espacio físico. El taller se realizó con diseñadores gráficos, diseñadores industriales, y arquitectos, cada uno en su campo de conocimiento aportando ideas a la construcción de escenarios, ambientes, y elementos que se pueden integrar dentro de un espacio; el taller se aplicó tres veces para asegurar un buen resultado. El taller consiste en tres sencillos pasos que son:

- 1) estimulamos a los participantes a que abran su mente y se conecten con el ambiente, que se adapten al espacio sin la vista, y sobre todo a que agudicen sus otros sentidos; para esto ambientamos el espacio con música experimental para que puedan probar diferentes matices.
- 2) A cada uno de los participantes se les entrega lápices, colores, marcadores, y una de las herramientas mencionadas al principio; a cada participante se les hace probar un sabor y a partir de este, debe asociar el entorno, la herramienta y la música, para que a partir de su carrera genere ideas de como visualiza esa herramienta en un espacio real.

- 3) se crean grupos con integrantes de diferentes disciplinas, un diseñador gráfico, un diseñador industrial y un arquitecto, teniendo en cuenta la herramienta en común. Realizados los grupos, cada uno de estos debe integrar cada propuesta, en un solo diseño donde la herramienta que les corresponde funcione en un espacio real.

Primera sesión

La primera sesión del taller se realizó en un ambiente natural, sonidos acústicos y con sabores dulces, a cada herramienta otorgamos un sabor en particular y fueron distribuidos así:

Muro: Compota frutos tropicales.

Ambiente

- Saludable
- Natural
- Estable
- Compartir tranquilidad
- Lugar para despejarse
- Cómodo
- Accesible a todos
- Libre

Función

- Recorrido
- Medios de expresión
- Plasmar recuerdos
- Descanso
- Armonía- estabilidad
- Compartir tus gustos

Forma

- Gomoso
- Blando
- Texturas naturales (tierra, hierba, arena, agua,)
- Niveles (alto, bajo,)
- Tamaños (pequeño, grande)
- Redondas
- Moldeable

Color

- Neutros
- No saturan a la vista

- Transparencias
- Blanco
- Verde

Segunda sesión

La segunda sesión del taller se realizó en un cuarto con poca luz, el contexto dado por los sonidos de un jazz electrónico generó un ambiente nocturno, y los sabores que relacionan las herramientas son:

Perfil: Mayonesa – Gelatina

Ambiente

- Felicidad
- Frescura
- Infantil
- Agradable
- Climas diferentes
- Relajante
- Tranquilo
- Familiar
- Alerta
- Compartir

Función

- Poco común
- Transito lento
- Se refleje tu identidad
- Divertido
- Movimiento
- Cambio de perspectiva
- Interactivo
- Relajante
- Pintar, dibujar, escribir, leer
- Expandible
- Juego
- Caminar
- Conocer personas por medio de tacto y olfato
- Acceso

Forma

- Modular
- Armable

- Sillón largo
- Vitral
- Derretido
- Columpio
- Expandible
- Formas geométricas (cubos- redondos)
- Niveles
- Plástico
- Fotos grandes – pequeñas

Color

- Amarillo
- Colorido
- Blanco

Tercera sesión

La tercera sesión del taller se realizó en la plaza de Nariño, para contextualizar la ciudad, se tuvo en cuenta los sonidos del ambiente generados por el entorno, los sabores fueron los siguientes:

Chat: Yogurt Griego.

Ambiente

- No verbal
- Otros sentidos
- Sonidos guía
- Sorpresivo
- Expectativa

Función

- Recorrido
- Juego no hablado
- Adivinar
- Sonido guía
- Retroalimentación
- Interacción con una o más personas

Forma

- Teléfonos
- Mesa
- Suaves
- Emoticones

Grupos: Maní.

Ambiente

- Tranquilo
- Fresco
- Amplio
- Acogedor
- Juvenil
- Sobrio

Función

- Espacio para compartir
- Interacción con el entorno
- Juego de aromas y colores
- Centralidad

Formas

- Pufs
- Variedad de formas y tamaños
- Denso
- Circular

Color

- variedad de color

Recopilación de la información

En este punto del proceso investigativo, se recopilan los datos para concluir la información obtenida y dar inicio al concepto y al desarrollo del proceso gráfico.

MURO

En base a los conceptos y las ideas planteadas por los participantes, se concluye que el muro, en un espacio real, sea una plataforma que permita interactuar, que permita la funcionalidad del espacio; es el contenedor, el recorrido del espacio. La variedad de texturas, dadas como la suavidad, lo blando, ambientes frescos y tranquilos, familiares y naturales; además de formas sutiles y redondeadas, caracterizan esta herramienta acompañada de colores que generen vitalidad, alegría, niñez, recuerdos, sueños; entre ellos el amarillo, azul, verde, y naranja. El piso del lugar debe tener estas características con niveles, transiciones y recorridos que despierten esas sensaciones y también cumpla las interacciones con las personas que estén allí.

CHAT

El chat, dentro del espacio, propone juegos donde las dinámicas y la comunicación se realicen por medios no verbales, lleve a la sorpresa y la expectativa, los sonidos, aromas y texturas son los protagonistas de llevar a cabo esta interacción, a través de mesas giratorias que contengan información, acciones que los usuarios deban hacer, permitiendo estas dinámicas de juego.

PERFIL

Dentro del perfil se propone asientos, como columpios, grandes y cómodos. Que sea posible armarlos (módulos), manipularlos, rayarlos, pintarlos; que siendo individuales, se puedan agrupar y puedan integrarse entre ellos, para obtener un objeto algo más grande; así la gente puede unirse, y tienen un medio de expresión.

GRUPOS

En esta herramienta se propone elementos redondos y sutiles, donde sea imprescindible la interacción con la gente, proponiendo dentro de este lugar ambientes relajados, espacios amplios y acogedores, tranquilos, donde haya un juego con aromas, facilitando la interacción. La cocreación y el trueque, son formas que pueden generar interacciones.

4.3.3.3 Creación de plataforma

Este taller se realiza con seis jóvenes de diferentes disciplinas, con diferentes puntos de vista. Se comienza introduciendo a los invitados en lo que se quiere lograr con Realface, es por eso que se les hace ver el video de storytelling y el de las entrevistas a los artistas; luego le entregamos post its para que puedan plasmar todo aquello que pasa por su mente al ver los videos. Después de darles un tiempo para la anterior actividad, se hace una socialización de sus puntos de vista y posteriormente se forman dos grupos de 3 personas para la unión de ideas y la elaboración de un prototipo aproximado de lo que sería en este caso Realface. De la socialización del taller, los participantes nos compartieron lo siguiente: Sentir más el presente en cada instante para reconocer el valor de la vida, el aquí y el ahora, demostrar no solo mostrar, tocar la tierra pensar en manos limpias conexión con la naturaleza, lugar con plantas nativas, compartir conocimiento a través de las vivencias, aromas de árboles y flores nos despierta mucho, los libros abrir un libro es diferente a abrir un computador, el fuego encendido en la noche es un punto de encuentro acogedor de la palabra, escuchar a los abuelos y abuelas. "Aura Tisoy"
A partir de las necesidades crear un proceso social, fotografías, videos, la naturaleza, las texturas, pensar también en espacios cerrados, texturas ambientación, limpiar y sanar la mente de todas esas cosas que nos llena que lo utilizamos para cosas que no son tan necesarias "Ángela Gabriela". Cátedra, ecología, disciplinar a la gente incluir experimentación de materiales, JAM, que

se reúnan varias músicos para que se logre una improvisación, un concierto donde cualquier persona pueda aportar con su saber, crear en colectividad, notificaciones no virtuales ya que en lo virtual no hay sensación, no hay interacción física, no se experimenta, hay que sacar a las personas del mundo virtual. “Juan Felipe”. Casa con muchos cuartos, cada cuarto con una temática diferente, como por ejemplo: un cuarto de video donde yo pueda hacerle sentir a los demás lo que yo viví a través de lo que he mirado, que la gente pueda entrar y salir a dejar videos, y quien visite el cuarto pueda llevar una memoria para tomar videos de la sala y llevárselos; que haya un muro de fotografías, donde coloco las que quiero compartir y me puedo llevar una de las que están colgadas, eso es lo que se hace en Facebook copiar pegar con conciencia, pero que todos tengan una mente abierta es una regla de la casa, hay muchas casas en la ciudad que están sin uso recuperar espacios que están sin uso botados.(Estefanía López). “Facebook facilita muchas cosas, generando un ritmo vital de letargo, un clic y ya está hecho. La gente te sigue, te escucha, haciendo que en cierto momento, nos olvidamos de los ritmos vitales externos como: olfatear, tocar, sentir y son vitales para hacer arte, para impulsarse a hacer las cosas. Lo virtual te vuelve conformista, para vencer esto, se necesita una transformación social y ese es el desafío de todo artista, transformar, meterle carga emocional al mundo, hacer del mundo su arte vivo, su espacio de acción, donde haya mucho movimiento; dentro de mi estética, ya no me gustan los espacios cerrados, internet te encierra, estas enmarcado y se hace necesario que el movimiento dinamice ese encuentro con lo esencial, con los espacios y lapsos temporales donde puedes sorprenderte siempre; el arte siempre sorprende desde afuera, la ciudad.” (Alex de la Cruz). “Se debe partir de una necesidad no de necesidades individuales, si no también colectivas aprovechando espacios físicos que deben y pueden ser intervenidos, buscar necesidades sociales concretas, con ejecución a corto plazo para generar espacios de interacción, Facebook es una cosa a corto plazo, te metes, estas una hora y sales, entonces, que chévere encontrar un espacio donde puedas entrar, accionar 10 o 15 minutos y salir y saber que dejaste haciendo algo que te cambió la cotidianidad, si yo pierdo estar una hora en Facebook, por qué no dono una hora de trabajo de lo mejor que tengo, lo mejor que me ha enseñado la vida, para recuperar horas que se pierden. Hacer laboratorios experimentales de arte abierta, mucha gente enseñando, mucha gente aprendiendo y no cualquier cosa sino de lo más bonito que uno tiene para dar; Facebook es un lugar de queja sin acción sembrar por eso se requiere de conciencia social, en Facebook sería el botón de no me gusta, en la realidad un ejemplo sería que si no me gusta la basura yo mismo acciono, la ciudad se convierta en un espacio de co-working todas las acciones que pensamos no sean individuales si no colectivas de cooperación.” (Beatriz Cortez).

Resultados del taller

Del taller surgió la idea de un espacio abierto, que sea grande, donde hayan muchos elementos de interacción, donde se puedan encontrar una serie de

herramientas que apoyen las actividades que en él se realizan. El lugar con todas sus dinámicas debe dejar una semilla, que se siga desarrollando con las personas que se quedan, deben existir laboratorios de arte, donde la mente esté abierta a conocer a nuevas personas, a aprender algo nuevo, a crear, cocrear, donde podamos ver nuestras ideas y pensamientos plasmados en la realidad, donde se pueda seguir construyendo a través de las vivencias y experiencias adquiridas para que se conviertan en un ritual que se debe seguir cultivando.

Eco diseño

Genera Eco –conciencia, Reciclaje y Reúso

Materiales reciclados: Plástico, Tubos cartón, Fleje de pet, Película stretch, Lona, Icopor, Poli sombra.

Reusados: Neumático, Acrílico.

D.I.Y: Creación de manual, Propuesta de técnica, Difusión – Pagina, Creación de perfil.

Mobiliario: Características, Productos, Exposición intemperie, Fácil mantenimiento, Bajo consumo energético de fabricación, Fácil transporte, Liviano, Técnicas alternativas de producción, Extender ciclo de vida del material, Fuerte relación usuario – producto, Expectativa.

4.3.3.4. Recolección de materiales.

La mayoría de los materiales mencionados, se los obtuvo de empresas de textiles, empresas de impresión como plotters, tipografías y bodegas de carga.

4.3.3.5 Eco conciencia (D.I.Y)

Para generar conciencia sobre el reúso y reciclaje de materiales se propone la iniciativa del D.I.Y a través de la propuesta de técnicas de creación de mobiliario para habitar la ciudad, por medio de un manual y tutoriales que circulan en una página virtual. Así se incentiva a las personas a que propongan sus técnicas de creación de nuevos productos y se pone a su disposición, el formato de manual para llenar y a la vez se sube una propuesta desde Realface de creación de mobiliario que en este caso maneja tejido como la primera técnica a enseñar.

ECO CONCIENCIA + LUGAR IDEAL

Fundamento del espacio *Aprender, Enseñar, Compartir*, por medio de chat - muro - perfil - grupos - aplicaciones – eventos ¿Cómo sería este espacio real?

4.3.3.6. REALFACE

¿Qué es Realface? lugar ideal, ciudad amable, lugar para todos, cocreación. Basados en el enseñar aprender compartir a través de arte - arte móvil el arte es lo único que lo digital no puede remplazar interacción con los sentidos teatro, danza, música, pintura - etc. para generar eco consciencia. Es una plataforma real, una red social cara a cara, que se da forma a través de las herramientas, muro, chat, perfil, aplicaciones, grupos y eventos.

¿Cómo funcionan las herramientas?

Proceso de bocetación.

Muro: este proceso comienza con las ideas que nos arrojan los talleres, al principio se piensa el muro como un espacio cerrado, un pasaje con un muro interactivo, después de realizar el taller de creación de plataforma se decide que el lugar sea itinerante, para que se puedan aprovechar lugares existentes en la ciudad y a la vez recuperarlos dándoles vida a través de interacciones. es el espacio a habitar, en este caso la ciudad en general. el muro es el punto de encuentro.

Interacción: contiene las demás herramientas, donde se comparte, se enseña, se aprende y se generan eventos a partir de la cocreación.

Aplicaciones: *limpiar y sanar la mente*, punto de inicio de Realface, donde las personas dejan las cosas pesadas que llevan en la mente para comenzar livianos y libres.

Interacción: limpiar y sanar la mente de todo lo malo a través del grito.

Compartir: es el espacio donde se entrega el pase de entrada. Es la dinámica para acceder a Realface.

Interacción: espacio que pone en práctica una regla de la casa que es compartir de manera abierta, es por eso que ahí se da el pase de entrada que se realiza con la dinámica de dar y recibir, se deja algo ya sea, un dulce, un dibujo, un escrito, un objeto, etc. Y se lleva a cambio algo de lo que otros compartieron.

Trueque: El trueque es la dinámica que se maneja dentro de los diferentes eventos; siendo la forma de involucrarte, aportar y ser parte de Realface.

Bonos: Los bonos se manejan con la idea de compartir para aprender. En nuestra ciudad hay muchas personas con ganas de enseñar lo que saben y muchos con ganas de aprender, pero no encuentran el espacio o no se pueden adaptar a los horarios. Aquí damos un lugar para que maestro y aprendiz se encuentren y la retribución es en forma de bonos para llenar, donde puedes retribuir con un café, un saber, una experiencia nueva, etc. la idea es que el bono lo escribas con lo que quieras brindarle al otro.

Chat: es un espacio de comunicación a través de los sentidos y de diferentes dinámicas.

Interacción: se presenta un instructivo del recorrido que se realiza en esta herramienta, el cual se hace en parejas quienes experimentan unas formas de comunicación que les permite comenzar a dialogar.

Perfil: es el espacio individual, que esta personalizado y habitado por el individuo.

Interacción: se define una zona para personalizar el espacio individual y para crearlo.

Grupos: espacio de cocreación a través del arte.

Interacción: se divide en varias zonas que apoyan actividades como lectura, pintura, relajación, JAM y picnic.

4.3.3 PROTOTIPAR

En esta etapa de prototipado se hace de esas ideas ya objetos o elementos reales, palpables, para posteriormente ver que mejoras deben realizarse.

4.3.3.1 Marca

REALFACE: nace bajo múltiples conceptos, siendo éste un canal donde surge la comunicación que busca integrar los demás sentidos, transformando y adoptando un diseño integral que trasciende los límites visuales y estéticos, usando la interactividad para relacionarse y generar comunicación. Se seleccionaron varios elementos que componen el ADN del concepto de marca:

- Icono de avatar que usa Facebook, es una silueta de persona como incognito; las personas que asistan serán quienes son realmente interactuando físicamente en la plataforma sin “avatares”. Por eso el nombre Realface, en español (cara real). dentro de los principales referentes esta René Magritte, quien con sus obras, pretendía cambiar la

percepción de la realidad y hacer al observador, más hipersensitivo a su entorno.

- El globo de texto de comics en la actualidad, es el icono principal en los grupos de chat.
- se toma el icono de GPS de “google maps” que indica “estas aquí”, para dar lectura al aquí y el ahora, el estar en el presente, ubicarse en ese preciso momento.
- El icono “reciclaje” muestra además del reúso, elementos que desarrolla la plataforma Realface; también indica la interactividad, el movimiento, la retroalimentación, la cocreación que se desarrolla en las acciones dentro del espacio.

CODIGO CROMÁTICO

- Turquesa R: 0 G:220 B:184 #00dcb8
- Naranja R:255 G:58 B:89 #ff3a59
- Fucsia R: 255 G: 0 B:87 #ff0057
- Azul R: 0 G:24 B:78 #00184e

Psicología del color

Fucsia

- Fusión, magia, identificación.
- Liberación, enfoque espiritual, de ayuda a los demás.
- Amabilidad, madurez, colaboración, comprensión profunda de la vida.
- Inquietud, entusiasmo.
- Excesiva auto-valoración, jactancia, enorgullecimiento.
- Desprendimiento, desapego.
- Interés curioso y fascinación.

Turquesa

- Adaptación, flexibilidad.
- Inmunidad ante los pensamientos de los demás, comunicación emocional.
- Estética, creatividad, originalidad.
- Conciencia trascendental.
- Denota necesidad de desintoxicación del cuerpo, la mente y el alma.
- Evasión de los traumas emocionales.
- Control del flujo de sucesos pasados dolorosos.
- Orden, organización, cuidar de sí mismo.
- Introspección y enfoque espiritual.
- Independencia, responsabilidad sobre nuestras propias decisiones.

<http://tentulogo.com/la-psicologia-de-los-colores/>

Nombre: En ingles REALFACE al traducirlo CARA REAL

Muestra una plataforma instalada en la realidad de la vida cotidiana donde la interacción cara a cara es la que repercute.

Uso Tipografía: Basicl thin condensed

Aplicaciones de logo: Camisetas, manillas, bolsas, flayers, carteles, fan page.

4.3.3.2. Herramientas

Muro: Parque Toledo la distribución del espacio es así:

- Muro
- Limpiar y sanar la mente
- Compartir
- Chat
- Perfil
- Grupos: pintura, JAM, picnic, Lectura, relajación.

ESPACIOS

Para el muro se eligen espacios dentro de la ciudad que actualmente se han convertido en lugares de paso, siendo estos propicios para compartir por su ambiente cálido ya que muchos de estos tienen zonas verdes. Se tomaron cuatro lugares principales en los cuales se harán intervenciones con la plataforma que ofrece Realface estos son:

- 1) Intercambiador vial Agustín Agualongo.
- 2) Parque Taminango.
- 3) Parque San Andrés.
- 4) Parque Toledo.

Existen espacios pequeños como, un puente, un paradero, una zona verde, un semáforo, que pueden convertirse en espacios habitados y vistos desde otro ángulo, en que no sean simplemente lugares, si no espacios de la ciudad donde interactuar. Verlos como ese rincón de casa que es de nuestro agrado para estar.

Zona 2: limpiar y sanar la mente

Elementos diseñados: Tubería.

Materiales: Tubos de cartón reciclados, barras plásticas recicladas, tapa plástica, pintura de aceite color turquesa.

Producción: Se corta el tubo de cartón con acolilladora, se pulen los bordes del tubo lijándolos, se procede a impermeabilizarlo con la pintura de aceite, se perfora en la parte inferior el tubo de modo manual con una segueta, se colocan después las barras plásticas para generar la base.

Uso: La persona se coloca en frente y grita por el agujero de la tapa.

Zona 3: Compartir

Elementos diseñados: Panel modular.

Materiales: Tubos de cartón 9cms. de diámetro reciclados, tubos de cartón de 5,5cms. de diámetro reciclados, velcro, pintura de aceite color turquesa, bóxer.

Producción: Se corta los tubos de cartón grande y pequeño en partes de 8 cm. Luego se los arma en una superficie y se trazan los puntos de unión que en este caso son 6 y se pega el velcro con bóxer.

Transporte: fácil transporte debido a que es desarmable y se puede apilar, no es pesado.

Uso: dinámica de dar y recibir.

Zona 4: Chat

Elementos diseñados: cinco paneles de acrílico.

Materiales: Lámina de acrílico transparente liso, acrílico transparente con textura, vitraceta, vitraplomo, neumático, marco de madera, ganchos de leva. Aparte para la dinámica marcadores de tinta borrable, piola.

Producción: Se corta la lámina de acrílico en cuatro partes iguales que en este caso quedan cada una de 61,5cm 91.5cm. Algunas de las láminas tienen detalles pintados otras van totalmente transparentes, la piola se ajusta al marco para colgar dos marcadores uno a cada lado del panel para que las dos personas que van a ambos lados puedan escribirse e interactuar.

Uso: Comunicación por medio de otros sentidos.

Zona 5: Perfil

Elementos diseñados: Mobiliario de descanso acolchonado.

Materiales: Lona reciclada u otro material, cierre de seguridad metálico de 70 cm, cierres corrientes de 20 cm, película estirable reciclada, hilo de coser de nylon, patrón para trazar, herrajes de marroquinería, sogá, alerno se realizó un manual de cómo hacerlo, para quien quiera realizarlo.

Producción: Se siguen los pasos del manual, se utiliza para la unión de piezas la cosida a máquina.

Transporte: Fácil transporte pues se puede desarmar y doblar, además cuenta con una correa de cerrado y dos correas más a manera de mochila para poder llevar.

Uso: Se puede usar como asiento para descanso, como columpio y al desarmarlo como colchoneta.

Zona 6: Grupos

Picnic Es un espacio de libre compartir donde se puede charlar y realizar diversas actividades entre las que están los juegos.

Zona de relajación Espacio para conectarse con la tierra, contiene una zona de pies descalzos.

Aplicación: Sentir el color

Esta aplicación permite a las personas ver el mundo de otro color, respirar el color como una forma de distención.

Zona de JAM una zona experimental de arte, donde se pueden generar laboratorios, encuentros, para incentivar el aprender, el compartir y el enseñar.

Zona de lectura es una zona de aprendizaje y acercamiento a los libros a partir de dinámicas y cuentos, donde se integran niños jóvenes adultos.

EVENTOS:

1. Eventos culturales

- **EN TORNO AL FUEGO:** Evento en el cual se comparten y se buscan historias en torno al fuego como un acto simbólico de unidad, donde se dan a conocer anécdotas, cuentos, historias de nuestros antepasados. Con esta actividad buscamos integrar a nuestros abuelos como contadores de historias, pues ellos las guardan como tesoros; un momento de enriquecimiento y compartir.
- **ANONIMO:** Con éste evento, se busca recuperar la comunicación a través del género epistolar. Para esto, cada participante escribirá una carta con un destinatario anónimo. Se pondrán las cartas en un muro destinado para la dinámica. Todos los participantes tomarán una carta, cualquiera, para leerla y si desean, comenzar una “relación epistolar” dejando y recibiendo las cartas en el muro que se destine para ello.
- **ME VISTO AL COLOR DE:** con este evento queremos conmemorar y reconocer a personajes importantes en el ámbito artístico, hacer un homenaje a través del arte. Se busca que las personas se identifiquen y lleven algo característico del personaje para ese evento.
- **MI NUEVO DESTINO:** todos hemos ido a algún lugar bello que tenemos guardado en el corazón y la cabeza, un lugar del cual tenemos seguramente una foto. Con este evento pretendemos regalarle un destino de viaje a otro de los participantes.

2. Eventos Sociales

- **ENBELLECIENDO LA CIUDAD:** un evento que se realiza con el ánimo de crear una conciencia en movimiento, en acción, donde nos unimos para restaurar algunos elementos de la ciudad, y donde hacemos más bella la estancia para

todos los transeúntes que pasan por el espacio. Se han pensado actividades como la siembra de árboles con la ayuda de una persona que tiene conocimiento.

- **ROSTROS DE MI CIUDAD:** dentro de nuestra ciudad hay rostros conocidos y extraños, esos que vemos siempre que recorremos las calles, esos que han sobrevivido al tiempo, que nos cuentan una historia a medias, esos que vemos al pasar del tiempo y siguen intactos. Esos rostros nos van a contar el cuento de su vida, para esto hacemos un evento que nos permite no sólo conocer si no apoyar a estos seres en su lucha por sobrevivir, pero conociendo los capítulos de su existencia a través de sus labios.
- **EL CUARTO DE SAN ALEJO:** Un evento que busca recuperar ese espacio que está en nuestra casa y que guarda cosas que ya no usamos, entonces lo que buscamos es hacer una actividad donde cada participante lleve algunos objetos que guarde en ese cuarto y que no use, luego nosotros les damos las herramientas y con ellos trabajamos en ideas para generar algo nuevo a partir de ese objeto. Buscamos con esto generar conciencia de lo que tenemos y de cómo podemos transformarlo.

3. Eventos Empresariales

- **FERIA:** Un evento para dar a conocer las nuevas empresas y productos que se realizan en nuestra tierra. Para esas ferias queremos desarrollar un tipo de temática con el que se puede jugar con el público y donde todos pueden participar con sus saberes.

4.3.4.3. Expectativa

La campaña de expectativa se realiza como un medio para darle a conocer a las personas algunos procesos y actividades que Realface quiere incluir, a partir del slogan *“un lugar para sentirlo propio”* donde se muestra la ciudad como escenario, en la que los artistas interactúan cambiando el concepto y la dinámica de un espacio cotidiano. Esto con el fin de ampliar la percepción del individuo en cuanto a su forma de habitar y ver la ciudad.

VIDEO: Un lugar para sentirlo propio.
https://www.youtube.com/watch?v=HGvE6S6T8_I

PEGATINAS: Otra forma de expectativa se realiza a través de pegatinas, las cuales se hacen con técnicas manuales y en las cuales aparece el logo, con el fin de familiarizar a las personas con este para que haya recordación.
Video: <https://www.youtube.com/watch?v=qdvipeFXFXI>

PEQUEÑOS ESPACIOS DE ARTE URBANO En esta intervención se renombra espacios de la ciudad que ya tiene una función dándoles otra apariencia y otra dinámica. Para esta intervención trabajamos de la mano con los artistas de la calle para intervenir su lugar de trabajo que son los semáforos. La idea es que ellos sientan ese lugar como propio no solo una señal que regula la movilidad vial, sino un espacio un escenario donde ellos muestran su espectáculo. Nuestra intervención o publicidad

en este espacio se lo diseño con material reciclado, alambre, tubo de cartón, imanes; con estos materiales se diseña un perchero y un recolector de "LIKES". Cuenta en Facebook La cuenta en Facebook nos permite llegar al público de una manera fácil y masiva, tomando a Facebook como una herramienta de apoyo de información veraz, a través de esta se genera campaña de expectativa con ayuda de videos imágenes, frases y eventos.

4.3.5 VALIDAR

EVENTO

Para la validación de este proyecto se realiza un evento con ayuda de entidades públicas, en unos de los parques propuestos donde se aplica la plataforma real con sus interacciones. También se generando una página en las redes sociales para orientar e informar a las personas de las actividades y ubicación del evento.

En la mañana se activó el chat donde podías ir a conocer gente charlar de una forma diferente escrita, haciendo un dibujo juntos, a través de teléfono roto o por medio de gestos. También contamos con el apoyo de un proyecto muy lindo llamado la maleta viajera con un grupo quien coordina esta actividad que se llama rayuela, con ellos a través de lectura en voz alta de cuentos se genera dinámicas para socializarse, compartir y salir con una visión de ti mismo y de la otra muy positiva.

5. MARCO REFERENCIAL

La realidad y la representación estética.

El hombre es sujeto objeto de conocimiento, maestro y discípulo a la vez y si este aplica una didáctica de autoconocimiento generara una verdadera pedagogía para sí mismo y para los demás. Su visión sobre espacio cultura y sociedad cambiara radicalmente" (Mariana Mora Muñoz). Marcel Duchamp nos propone los ready - made, elevar los objetos corrientes a las categorías de arte. El juego consistiría en aplicar este sencillo arte en nuestra vida cotidiana.

5.1 Referentes Conceptuales

5.1.1. Magritte

El pintor belga René François Ghislain Magritte conocido por el excepcional manejo de la imagen. En su trabajo hace una crítica directa a las formas de percepción y pre condicionada concepción de la realidad "Todo lo que estamos viendo esconde otra cosa, nosotros siempre queremos ver lo que está escondido por lo que vemos, pero es imposible. Los humanos esconden sus secretos demasiado bien" . Induciendo con la paradoja a una rigurosa percepción y representación de la realidad. En el cuadro "esta no es una pipa" indica la distancia que hay entre lo que es real y lo que corresponde a las representaciones.

<http://ntc-narrativa.blogspot.com/2013/04/rene-magritte-unterapeuta-de-los.html>

5.1.2 Marcel Duchamp

Artista francés que paso por muchos estilos y propuesta estéticas , pero en sus obras artísticas l exaltó el valor delo coyuntural, lo fugaz y lo contemporáneo, le devuelve la dignidad al objeto a través de los Ready- made: palabra inglesa que en una traducción no literal, se conoce como "lo ya visto", proviene de un acto practicado por primera vez por Marcel Duchamp, en 1915, y consiste en dar nombre o mejor titular "artísticamente" objetos corrientes o producidos industrialmente, con una mínima o ninguna intervención, declarándolos de esta manera "obras de arte", porque según Duchamp, "arte es lo que se denomina arte" es el artista el que le insufla ese poder al objeto, el de convertirse en obra de arte por voluntad del artista.

5.1.3 Banksy

“El plan es vivir aquí, reaccionar a las cosas, prestar atención a la vista, y pintar sobre ella. Algunas obras serán bastante elaboradas, y otras serán un garabato en la pared de un baño” (Banksy). Banksy en sus obras, cobra vida, y puede decir lo que con palabras no es escuchado, de una forma sarcástica y directa logra interactuar con el espectador y su entorno, creando signos donde no es el artista quien se expresa si no su arte y sus personajes. El arte de Banksy no es un arte que quiere ser elogiado, es un arte que ha creado nuevos símbolos y nuevos lenguajes los cuales dialogan con el espectador y crean fenómenos dentro de una sociedad, no se queda en el hecho de estar inconforme si no que este genera un impacto contundente en masa para que se den cambios. Así, Banksy, autor de esta singular ‘performance’, logró durante su estancia de un mes en la Gran Manzana, lo que rara vez se logra en la ciudad: detener por algunos minutos el apurado caminar de los transeúntes. Un punto a su favor. <http://www.banksyfilm.com/gallery.html?reload>

5.2 Referentes Plataforma

5.2.1 Environment Art

Es una “Obra hecha de distintos elementos repartidos en un espacio por el que se puede transitar”. Aquí el artista ha creado un espacio tridimensional en el que el público puede transitar, activado de tal manera que se logra envolver al espectador a través de estímulos sensoriales como la vista, audios, tacto y olfativos. Estas formas de arte buscan un vínculo directo entre el espectador y la obra en una estrecha participación con el espectador, este es inducido a participar. Este tipo de arte es pre programado mecánicamente con el fin de rodear al espectador y envolverle en una multiplicidad de estímulos sensoriales: visuales, auditivos, cinéticos, táctiles y en ocasiones olfativos. El Environment art, que empezó a consolidarse en la década de 1960, implicaba que con esa estrecha participación del espectador este recreara una realidad: se planearon obras de este tipo de manera deliberada con objeto de obligar al espectador a intervenir en los happenings o en el «juego». Hay quien atribuye a Allen Kaprow, pionero también del happening, el origen de este movimiento, y entre sus máximos exponentes se deben incluir a Edward Kienholz y Oldenburg la vida cotidiana y sus relaciones visuales y espaciales En los escenarios “environment art” se trasciende los límites del espacio y el objeto, en la obra comienza a emerger una vida social de los objetos y sujetos en el espacio circundante que integra la obra. Se destaca la inmanencia de un proceso abierto, poli forme, integrado por los principios del arte vida. El público de ser un espectador que solo está frente a una obra, para situarse en ella, a vivirla; los fenómenos escultóricos y objetuales seden su terreno a la

dimensión del tiempo, integrando a los espectadores a la dinámica en el que recorre y manipula la obra. Nicolas Schoffer considerado el padre del arte cibernético define que la obra realizada en el lugar, busca una interacción sobre el medio y del medio sobre la obra, lugar con implicaciones formales, simbólicas e ideológicas, que plantean una pregunta sobre los códigos que condicionan las relaciones arte y espectador: rompiendo distancias entre arte-espectador.

5.2.2. Happening

La necesidad de un arte en el cual convergen múltiples actividades creadoras, un collage de posibilidades en las cuales la pintura, escultura, poesía, danza, música, cine, diapositivas, discos, radio se encuentran es. El happening nace con la voluntad de ser un medio mezclado, síntesis interdisciplinarias de configuración espacio-ambiental, un arte no distinto de la vida, sometido al azar, a la improvisación y a la acción no premeditada, en otras palabras un arte en el camino del acierto, del error y de azar. Un <<arte intransportable en el espacio ni reproducible en el tiempo>> , esto no es otra cosa que la vida misma. John Cage (1912-1992) trabaja en la definición de un arte no distinto de la vida, sometido al azar, a la improvisación y a la acción no premeditada, para Cage la obra de arte se tiene que abrir a la vida y eso trae como resultado la creación, en ellas, el artista se hace a un lado y deja que los acontecimientos de la vida real tengan lugar simultáneamente, para que esto ocurra Cage dice que es necesario que el artista aniquile su ego, ocasionando de esta manera que las obras se vuelvan menos expresivas, para que las emociones surjan no de ellas, sino de la gente que las escucha. El happening rompe el comportamiento convencional del espectador ante la obra y amplía la percepción sensorial. Las propuestas de todo happening se concretan en 4 puntos:

1. Imposición a una nueva teoría del gusto.
2. Ruptura de la mercantilización del producto artístico con una sustitución de los marcos habituales de la actividad artística (galerías, museos, etc.).
3. Abolición del control cultural, dando así cabida a las temáticas tabúes, sexualidad, política, ocultismo, magia.
4. Superación de la separación sujeto objeto y propuesta de integración arte-vida. Otra corriente artística en donde convergen múltiples actividades creadoras: pintura, escultura.

5.2.3. Fluxus

Robert Watts dice "... Veo Fluxus donde quiera que voy" Fluxus es un movimiento de origen norteamericano liderado por George Maciunas (1931-1978) investigaciones en el terreno de la música como la música indeterminada de John Cage. Fluxus define el flujo en el que se funden todas las artes poseída de sus medios y su función. una forma de vida que revoluciona el arte hacia la vivencia de lo cotidiano, incentivando en la búsqueda de nuevos medios de expresión de ideas, nos hace una invitación a "hacerlo tú mismo", tomarse los espacios y tiempos, vivir el presente, compartir con los otros. Es así como la vida se convierte en arte. Fluxus se basa en unos fundamentos que son:

1. Lo Revolucionario: El artista se emancipa de los formatos tradicionales que venía manejando el arte, se libera haciendo contacto directo con el público, presionándolo para que evite esa pasividad que lo caracteriza. Como la interacción ocurre en tiempo presente la conexión de artista y público se convierte en una experiencia única que no se vive igual con cada persona, convirtiéndose este acto en una retroalimentación y un acto de creación presente.
2. Lo Aglutinante: Lo escenarios urbanos donde se dan lugar las interacciones, y todo lo que ellos comprenden como muros, calles, faros, etc. hacen parte de la obra, convirtiéndose este espacio en un acto creativo, en un fondo que cambie conforme cambien los lugares, donde se unen unos con otros en la práctica colectiva.
3. Lo Multimediático: Fluxus fusiona varias artes para propiciar nuevas formas de comunicación, dándose la improvisación, happenings. El medio deja de tener mucha importancia enfatizando en las acciones, en la creación, pues el arte es para fluxus el canal de expresión de ideas que fluyen en un momento presente para convertirse en experiencias.
(<http://www.taringa.net/posts/arte/13119386/Fluxus-y-la-Paradoja-del-AntiArte.html>)

5.2.4. Campos de cebada

Es un movimiento artístico en el cual se involucran todas las artes, los artistas, sus obras y todo proceso creativo en marcha, espacio situado en el centro de Madrid, en la plaza de La Latina, el cual se da origen tras la demolición del polideportivo de La Latina y gracias a la colaboración y la iniciativa de los vecinos que le dan vida, para brindárselo a la comunidad. Convirtiéndose a la vez en una posición crítica y una alternativa visionaria donde todos proponen, se vuelven productores, diseñadores del entorno, brindando nuevas dinámicas a la ciudad. Hay veinte puntos que explican la naturaleza de este espacio y son:

1. Rehabilitación de ciudad. Reacción propositiva, diseñando y construyendo propuestas que permitan repensar y rehabilitar el modelo de ciudad.
2. Necesidad de habitar el conflicto. Frente a la eliminación de los conflictos, proponemos habitarlos.
3. Mind the gap. Construir mecanismos de gestión que permitan incluir al mayor número de agentes posibles en las tomas de decisiones.
4. Poner puertas al campo. Diseñamos procesos abiertos que permitan trabajar con esa complejidad.
5. Plaza equipada. Autonomía ciudadana. Una infraestructura ciudadana abierta. Permite el acceso a agua y luz, pero también a almacenaje, espacio, herramientas e instalaciones.

6. Ciudad Híbrida. Ciudad transmediática y multiformato. El contexto digital permite construir también espacios públicos, que favorecen la comunicación, participación e incluso la gestión y financiación.
7. Espacio crítico participado. Empoderamiento ciudadano en una plaza que permite ser transformada a raíz de procesos bottom-up, donde caben evoluciones no planificadas.
8. Urbanismo eventual. Contemplar la ciudad como el gran contenedor de prácticas culturales, y esas prácticas como activador de relaciones sociales y de empoderamiento ciudadano.
9. El Campo de Cebada nunca se inauguró. Y nunca se va a dar por concluido. Se proponen procesos de transformación que contemplen otros márgenes temporales.
10. Commons Sense. Recuperación en la vida cotidiana, de las regulaciones cualitativas del sentido común y de la escala de barrio.
11. Ciudad Open Source. Una plaza con instrucciones de montaje con licencias Creative Commons y con el código abierto, evolucionable y replicable.
12. Hand Made Urbanismo. Construcción del espacio a través de procesos directos y entornos pedagógicos.
13. Transparencia y Open data. Comunicación explícita y transparente de todos los procesos que suceden y de cómo suceden en El Campo de Cebada.
14. Nuevas Gobernanzas. Espacio de interlocución de la ciudadanía con la administración que facilita la construcción participada de la ciudad.
15. Revisión de las autorías. El autor de El Campo de Cebada, es el propio Campo de Cebada.
16. Infraestructura para el resto de la ciudad. El Campo de Cebada se convierte en un espacio útil para plantear posibles nuevos procesos en distintas partes de la ciudad.
17. Mobiliario a medida para el ciudadano/cuidador. Diseñando soportes para nuevas formas de utilizar la ciudad y permitiendo establecer roles ciudadanos basados en el cuidado de lo urbano.
18. Optimización de los recursos materiales. La cebada permite planificar la ciudad optimizando al máximo los recursos a través de políticas de segundas vidas.
19. Los nuevos contratos del arquitecto. Nuevos espacios de participación arquitectónica que transforman colaborativamente la ciudad, arquitectos como diseñadores de servicios y no solo de productos.

20. Herramienta altavoz. Espacio de construcción de redes en contextos internos y externos que permiten amplificar las opiniones ciudadanas para capacitar su escucha.”

<http://www.archdaily.co/co/02-281490/el-campo-de-cebada-laciudad-situada/51f10b79e8e44e6da3000134>

5.2.5. Afrikaburn

En la página web Afrikaburn se puede encontrar información acerca de todo lo que es este maravilloso evento (<http://afrikaburn.com/>) el cual se realiza una vez al año en Tankwa Karoo Sudáfrica donde se crea una ciudad temporal en la cual se fusionan varias artes dándose un intercambio de conocimientos, todos construyen y hacen parte de los campos temáticos, disfraces, música y actuación que ahí se generan En Afrikaburn se manejan unos principios que permiten que esta comunidad se reinvente a sí misma y al mundo, estos son:

Esfuerzo comunitario: Se valora la cooperación y la colaboración creativa. Se busca para producir, promover y proteger las redes sociales, espacios públicos, obras de arte, y los métodos de comunicación que apoyan dicha interacción.

- Participación: La comunidad está comprometida con una ética radicalmente participativa. El cambio transformador, ya sea en lo individual o en la sociedad, sólo puede ocurrir a través del medio de la participación profundamente personal. Lograr ser a través de hacer.
- Responsabilidad cívica: Se valora la sociedad civil. Los miembros de la comunidad que organizan eventos deben asumir la responsabilidad por el bienestar público y tratar de comunicarse responsabilidades cívicas a los participantes. También deben asumir la responsabilidad de la realización de eventos de acuerdo con las leyes nacionales y locales.
- Inmediación: La experiencia inmediata es, en muchos sentidos, el valor más importante de la cultura que maneja el espacio. Buscando superar las barreras que se interponen entre cada uno y el reconocimiento del ser interior, de la realidad circundante, la participación en la sociedad.
- Desmercantilización: Con el fin de preservar el espíritu de dones, la comunidad busca crear ambientes sociales que están sin la mediación de los patrocinios comerciales, transacciones o publicidad. Esto con la disposición de proteger la cultura de dicha explotación. Hay una resistencia a la sustitución del consumo de la experiencia participativa.
- Regalar: Se pone mucha dedicación a los actos de entrega de regalos. El valor de un regalo es incondicional. Gifting no contempla una devolución o un cambio de algo de igual valor.
- Vivir sin Rastro: Esta comunidad respeta el medio ambiente. Hay un compromiso de no dejar rastro físico de nuestras actividades donde nos reunimos. Dejar estos lugares en un mejor estado que en el que se los encuentra.

- **Inclusión Radical:** Cualquier persona puede ser parte de Afrikaburn. Se respeta al desconocido. No existen requisitos previos para la participación en la comunidad. Esto significa que cualquiera puede participar.
- **Autosuficiencia radical:** Afrikaburn alienta a la persona a descubrir, ejercicio y confiar en sus recursos internos.
- **Radical libre expresión:** Autoexpresión radical surge de los regalos únicos del individuo. Nadie más que el individuo o un grupo colaborador puede determinar su contenido. Se ofrece un regalo para los demás. En este espíritu, el dador debe respetar los derechos y libertades del destinatario.
- **Cada uno enseña a uno:** Como una comunidad autosuficiente, se cree que la responsabilidad de difundir esta cultura se encuentra con todos y cada uno.

6. CONCLUSIONES

La investigación se apoya en el diseño de la plataforma Facebook, y se sustenta en los aportes de los diferentes grupos culturales, asumida desde los inicios de su producción como interacción social y como producción cultural, el marco teórico abordada por diversos autores, los cuales develan las tendencias estéticas que inicia desde los fenómenos de representación pasando por las artes de acción hasta encontrarse con la realidad de la vida cotidiana enfatizando en la relación aprender-compartir-enseñar que han realizado a cada uno de los componentes u objetos de investigación. Los enfoques sustentan y reafirman la razón de ser de su funcionalidad y aporte al diseño como interacción social. Todos estos aspectos que posibilitaron el estudio del objeto de investigación, a la luz del diseño social tanto teórica como metodológicamente, permitiendo inferir que los referentes de diseño y producción cultural de los grupos sociales constituidos por: a) jóvenes de los diferentes sectores culturales de la ciudad de San Juan de Pasto, son grupos activos y reconocidos. Dichos referentes fueron estudiados y ajustados a las exigencias gubernamentales de manejo del espacio público, contar con la legalidad del servicio ofrecido y de las garantías estatales que son asignadas para la atención y ha ofrecido espacio público al ver el proyecto viable y que aporta a los fines y propósitos que la secretaría está adelantando. El equipo de apoyo para sustentar de manera teórica y práctica, está de acuerdo a las lógicas, procesos y ámbitos que exige la facultad de Artes y el departamento de Diseño Gráfico de la Universidad de Nariño. Los/as jóvenes que participan de estas actividades obedecen a alianzas y sinergias adelantadas por medio de la plataforma Facebook. Aspectos que posibilitaron el estudio del objeto de investigación, a la luz del diseño como metodológicamente, permitiendo abrir nuevas posibilidades de interacción en la realidad de la vida cotidiana haciendo habitables espacio Públicos Propuestas innovadoras de manejo de espacios públicos en muchas ciudades sirvieron de referentes tanto conceptualmente como en la práctica. Es importante destacar el diseño de experiencias para que junto al eco diseño afrontar una relación con el planeta de manera placentera y de profundo respeto a la naturaleza.

7. BIBLIOGRAFÍA

Aguirre Romero, J. (2004). Ciberespacio y comunicación: nuevas formas de vertebración social en el siglo XXI.

Anglés, Enrique Arias, y otros. (1999) Historia del Arte. España. Spasa Calpe Aristóteles. (s.f.). Metafísica. Obtenido de www.capitalemosional.com.

Burak, S. D. (2001). Adolescencia y Juventud en América Latina. Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.

Certeau, M. (2000). La invención de lo cotidiano I, Las artes de Hacer. México: Cultura libre. De la Hoz, Saray. (2014). Feria Internacional DIY Show.

Dominique, Nora. (1995) La conquista del Ciberespacio. Chile: Andrés Bello.

Durkheim, E. (1986). Las reglas del método sociológico. México: Fondo de cultura económica.

Fernández Christtielfb, P. (s.f.). Reintroducción a la psicología colectiva. México: UNAM mecanografiado.

Mora, M. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. Athenea Digital-02num-2- otoño2002, 5.

Pérez, Herranza, Fernando. Pág. 10. Año 2008 Wahl, Daniel C. (2013).

Revista EcoHabitar.

WEBGRAFÍA

<http://www.padresonones.es/noticias/ampliar/1092/los-jovenes-sesienten-mas-comodos-en-elmundovirtualque-en-el-real>

<http://www.ucm.es/info/especulo/numero27/cibercom.html>

<http://definicion.de/redsocial/#ixzz3Y9RY5p2B>

<http://www.enredar.fundaciononce.es/facebook/facebook-03.html>

<http://www.enredar.fundaciononce.es/facebook/facebook-03.html>

<http://www.ecohabitar.org/hacia-una-conciencia-ecologica/>

<http://www.diyshow.es/descubriendo-el-significado-del-diy/>

<http://www.elinvernaderocreativo.com/enque-consiste-el-reciclaje/>

<http://definicion.de/reusar/#ixzz3Fn6eG9hL>

<http://www.archdaily.co/co/02-281490/el-campo-de-cebada-laciudad-situada/51f10b79e8e44e6da3000134>

<http://www.banksyfilm.com/gallery.html?reload>

<http://www.taringa.net/posts/arte/13119386/Fluxus-y-la-Paradoja-del-AntiArte.html>

<http://afrikaburn.com/>

<http://ntc-narrativa.blogspot.com/2013/04/rene-magritte-unterapeuta-de-los.html>

<http://tentulogo.com/la-psicologia-de-los-colores/>

<http://www.extremeservicedesign.com/herramientas-de-design-thinking-el-mapa-de-empatia/>

[http://www.padresonones.es/noticias/ampliar/1092/los-jovenes-sesienten-mas-comodos-en-elmundovirtualque-en-el-real\).](http://www.padresonones.es/noticias/ampliar/1092/los-jovenes-sesienten-mas-comodos-en-elmundovirtualque-en-el-real).)

<http://www.elinvernaderoc>

<http://definicion.de/redsocial/#ixzz3Y9RY5p2B>