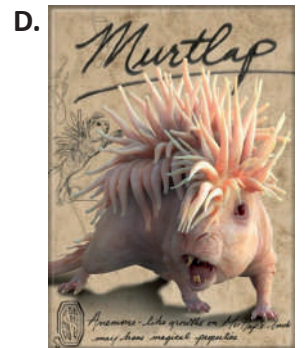
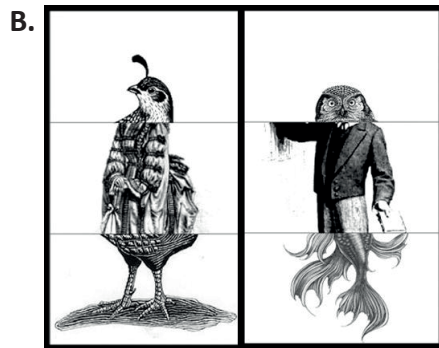


Cadáver Exquisito

El cadáver exquisito era un juego surrealista de creación colectiva, que podía ser escrito o gráfico. En esta obra cada miembro del grupo realizaba su parte de la obra sin conocer por completo las otras partes.

De la palabra se pasó a la imagen, el juego fue adaptado al dibujo y el collage en el que cada participante era responsable de una parte del cuerpo. Los surrealistas pensaban que los resultados de estas prácticas, aunque aparentemente no tenían sentido, eran un escaparate ideal para conocer los puntos en común del imaginario colectivo.



A. 3 Miradas: amor, la vida y la muerte.

B. Bumblebee: Cadáver exquisito a partir del audio. (Manera como se comunica el personaje).

C. Bestiario: Un bestiario, es una recopilación de animales, animales fabulosos e incluso ser humanos. El término proviene del latín «bestuario».

D. Animales Fantásticos: El cine a tomado esta tecnica para la creación de personajes. Incluso estan en superpersonalidad.

Actividad:

Hemos tenido la oportunidad de participar en uno de los cortometrajes del gran director de arte TIM BURTON y conociendo su trabajo nos a pedido crear un personaje (Bestiario) por medio de la técnica del Cadáver Exquisito.

Las características que nos da el son las siguientes: es una criatura del aire, pero no sabe volar, camina en 2 patas, pero muy elegante como un flamingo, es muy inteligente y lo reconocen por su gran cerebro, le gusta guardar cosas en su abrigo, pero esta muy dañado debido a su grandes garras.

PRODUCTO DE ENTREGA Se propone en grupos de 3 crear el personaje. Cada miembro del equipo se encargará de: 1- Cabeza 2- Tronco superior (incluye de los hombros a la cintura) 3- Tronco inferior (incluye de la cintura a los pies) Cada uno lo hará a su estilo de dibujo y sin tener conocimiento de lo que ha estado haciendo el otro.

La entrega final será el personaje con nombre propio.

MOMENTO 1 SOCIALIZACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN.

Definir cual va ser la personalidad del personaje y dividir quien va ser cada parte.

MOMENTO 2 (APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO)

Teniendo en cuenta lo acordado iniciar con todo el proceso de ilustración, no importa con que material hacer.

MOMENTO 3 (RETO – PRESENTACIÓN)

Al finalizar cada integrante unir los resultados y hacer ajuste SOLO en los empates del personaje.

Por último, darle un nombre que represente la creación.

Entre el equipo y en compañía del instructor, socializar los resultados.



El diseño Contemporáneo

A principios del siglo XX la influencia de la “teoría de la comunicación” y la “semiótica” (Ciencia que estudia los diferentes sistemas de signos que permiten la comunicación entre individuos) cambiaron el rol del diseñador hacia un intérprete de mensajes. Como consecuencia comenzó a verse a las comunicaciones visuales como una argumentación persuasiva cuyo objetivo era vender un producto o servicio.



Cuando hay mucho calor, lo que sea por una Coca-Cola.

En la actualidad los diseñadores ya no son vistos como individuos que decoren mensajes, sino como comunicadores visuales que buscan descubrir argumentos convincentes por medio de nuevas síntesis, imágenes o signos, que se adapten a las nuevas audiencias que han transformado su relación unidireccional con los medios y el rol entre creadores y consumidores.

Hoy la tecnología hace parte de todos los procesos de la sociedad por medio de los ordenadores, máquinas mediante las cuales pensamos y que modifican nuestro modo de pensar, unifican la palabra, el sonido y las imágenes reemplazando el lenguaje conceptual (abstracto) por el lenguaje perceptivo (concreto) permitiéndonos pensar no sólo a través de símbolos, sino también de acciones e imágenes.



Haute Couture - DIESEL FW18

La incorporación de los computadores a la vida cotidiana afecta, los espacios que habitamos, nuestra forma de vida, la comunicación y los procesos de creación social como cultural que han dejado de ser exclusivos de un medio, soporte o autor. A su vez la informatización de la cultura nos ha conducido al surgimiento de nuevas formas culturales, como los videojuegos, los mundos virtuales, las realidades simuladas y las redes sociales; pero también ha redefinido las ya existentes, como la fotografía y el cine.

Esta transformación de la sociedad, la comunicación y el consumo ha tenido eco en las diferentes áreas del diseño. Actualmente podemos hablar de cuatro grandes áreas que son:

Diseño de comunicaciones simbólicas y visuales

Esta área incluye el tradicional trabajo de diseño gráfico de construir mensajes visuales a partir de imágenes y signos (tipografías, anuncios, libros, revistas e ilustraciones), pero se ha expandido a otros soportes como la fotografía, el audiovisual y la interacción con el ordenador. El surgimiento de los nuevos medios ha ampliado la comunicación visual a la exploración de los problemas de comunicar la información, ideas y argumentos a través de nuevas síntesis de palabras e imágenes.



L'Oréal Paris Studio Pro / Barnaby Roper

Diseño de objetos materiales

Contiene la tradicional preocupación del diseño por la forma y apariencia visual de objetos y productos domésticos, indumentaria, herramientas, instrumentos, maquinaria y vehículos; esta área se ha expandido hacia un trabajo más metódico y las diversas interpretaciones de las relaciones físicas psicológicas, sociales y culturales entre los productos y el ser humano.



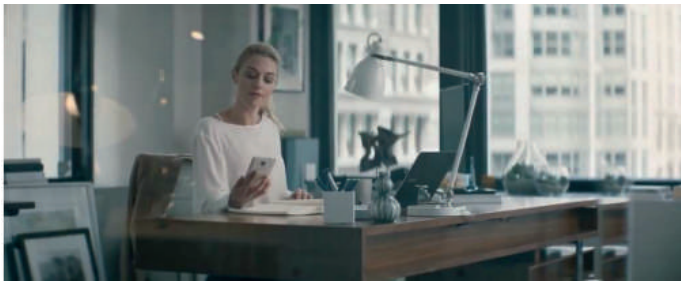
Iris van Herpen ∞ Hypnosis

Diseño de actividades y servicios

El objetivo es combinar recursos físicos, recursos humanos, instrumentos y cronogramas en una secuencia eficiente para lograr objetivos específicos. Sin embargo, esta área se ha ampliado a la toma de decisiones lógicas y la planeación estratégica, desarrollándose rápidamente en el campo de la exploración de cómo el pensamiento del diseño puede contribuir a lograr un flujo orgánico de experiencia en situaciones concretas, de forma más inteligentes, significativas y satisfactorias.

Diseño de sistemas complejos o ambientes para vivir, trabajar, jugar y aprender

Parte de la preocupación tradicional de la ingeniería de sistemas, la arquitectura, la planeación urbana y el análisis funcional por integrar al ser humano dentro de ecosistemas complejos. El desarrollo de esta área se ha dirigido a la exploración del rol del diseño por sostener, desarrollar e integrar al ser humano a más amplios ambientes ecológicos y culturales, adaptándolos cuando sean deseables y sobre todo cuando sea necesario.



Samsung SmartThings

Las diferentes áreas del diseño se encuentran interconectadas sin dar prioridad a ninguna de ellas, podemos verlas como partes de un todo que puede definirse de muchas formas. No son simples categorías que reflejan los resultados del diseño; son lugares e invenciones compartidas por todos los diseñadores, donde descubrir las dimensiones del pensamiento del diseño y reflexionar frente a sus problemas y soluciones.

Esta transformación de las áreas del diseño debido a la tecnología y la transformación de la comunicación, ha dejado de ver las comunicaciones visuales como una argumentación persuasiva; por el contrario, se ha enfocado en el mensaje visual y el vínculo creado entre creadores de contenido, la audiencia y el contenido de la comunicación.

Mientras más artificial se vuelve el mundo, los consumidores buscan objetos y contenidos más reales; ya que la realidad es alterada y manipulada por la pantalla se buscan eventos memorables que involucren emocionalmente a las personas a un nivel particular y personal. Los consumidores se están dando cuenta de que las experiencias los hacen más felices y es más valioso que adquirir bienes; buscan experiencias simples que conviertan lo cotidiano en algo inolvidable que genere transformaciones, cambios en cierta dimensión personal de cada individuo que pasó por una experiencia. Las experiencias son también lo que la gente usa cada vez más para definirse a sí mismas a través de las redes sociales.

Como consecuencia de esta transformación el diseño alimenta una serie de significados que dota de un valor cultural. Lo que se llega a ver como el estilo del diseñador, no es nada más que la preferencia personal de ciertas formas visuales, materiales o técnicas; por lo tanto, las elecciones que crean un mensaje visual hablan de quien lo diseñó.

Debido a que la gente a menudo tiende a buscar el producto más familiar, representativo y que transmita las emociones con que lo identifica dentro de un tipo de productos. La inventiva del diseñador se encuentra en la habilidad de regresar a esos

lugares y aplicarlos en nuevas situaciones, descubriendo así aspectos de la situación que afectarán el diseño final. En este proceso la innovación surge cuando la selección inicial es reposicionada en otro punto dentro del marco de referencia, con nuevas preguntas e ideas.



Nintendo Store in NYC

02. Problemas perversos

A diferencia de las ciencias exactas que emplean la lógica matemática para dar solución a cualquier problema, las humanidades necesitan crear una solución a medida del problema, estos son los llamados “problemas perversos” (wicked problems); problemas complejos que no tienen una única causa, sino muchas entrelazadas. Por lo tanto, no hay una solución única.

A diferencia de los “problemas domesticables” (tame problems), que están bien definidos y tienen una solución técnica definitiva, los Problemas Perversos tienen muchas interpretaciones y no tienen una única solución, lo que hace que no exista una solución correcta o incorrecta; al no ser definitivas solo son mejores o peores. Este es el motivo por el que la comunicación visual no gira en torno a lo correcto o incorrecto. Lo importante es si funciona, es útil y comunica.

La única forma de saber si funciona es a partir de la observación directa e informada; hace falta tiempo y hacen falta ensayos y errores para saber qué es lo que funciona. Una comunicación exitosa se construye a partir de la iteración, repetir varias veces un proceso con la intención de depurar el mensaje y el aporte visual.



The Pepsi Logo: An Animated History

03. El diseño centrado en el ser humano

¿Por qué los problemas de diseño son indeterminados y por lo tanto perversos?

El diseño no tiene un objeto de estudio en sí aparte de lo que el diseñador concibe que va a ser. Por esta razón el pensamiento de diseño puede aplicarse a cualquier área de la experiencia humana. El problema para los diseñadores es concebir un plan que todavía no existe y esto ocurre en el contexto de lo indeterminado, de los problemas perversos antes de que sepa el resultado final.

Anteriormente el proceso del diseño estaba dividido en dos fases: definición del problema y la solución del problema. Al centrarse en el ser humano y lo indeterminado de sus problemas, el diseño adquiere un enfoque práctico y repetible que pretende obtener soluciones innovadoras partiendo de la inspiración, el análisis y el intercambio horizontal de conocimiento con los participantes.

Conociendo a las personas para las que se está diseñando es posible saber que diseñar, cómo debería funcionar o por qué es importante. De esta manera se da forma a un problema de diseño que encierra los puntos de vista de todos los participantes, los temas que les conciernen y necesidades que servirán para construir una hipótesis de trabajo; para la exploración, desarrollo e implementación de una solución en forma de productos, servicios, espacios, experiencias y modos de interacción que busquen mejorar la vida de las personas.

El diseño centrado en el ser humano se encuentra a medio camino entre la empatía y la creatividad. Es importante señalar que el propósito del diseño no consiste en explicar o establecer la cadena causal de un fenómeno, sino en resolver problemas y encontrar soluciones.

Debido a que los problemas a nivel social y cultural a los que busca dar respuesta el diseño haciendo uso de la comunicación visual son de carácter indeterminado, no existe una metodología única mas bien pueden emplearse un conjunto de herramientas (técnicas, métodos y consejos) que se ajustan a un contexto o situación particular.

A partir de ahí se construye y se prueba en una serie de iteraciones hasta que se haga bien. Por eso es fundamental en el proceso de creación aprender de los errores, tomar riesgos, tener empatía y escuchar a las personas que hacen parte del proyecto.

IDEO.org es una organización de diseño e innovación sin fines de lucro enfocada en resolver desafíos en la pobreza y difundir el diseño centrado en el ser humano a través del sector social. Buscando incentivar la creación y entregar soluciones innovadoras a desafíos apremiantes que tienen sus raíces en las necesidades de las personas, ha diseñado una serie de herramientas que serán empleadas como una guía paso a paso que permita a partir de la iteración entre la inspiración y la ideación implementar una solución que desarrolle una estrategia de comunicación visual que dé respuesta a un problema social o cultural de una población específica.

Estas herramientas están disponibles en internet en la página: <https://www.designkit.org/methods>

