

DIAGONAL

Vol. 22 - Enero - Junio 2022 - ISSN 2256-1781 (En línea) / Circulación Semestral / Cali - Col.



Proyectos de Investigación Formativa de la Fundación Academia de Dibujo Profesional

DG

NL.

REVISTA DIAGONAL

Edición N° 22

Enero - Junio 2022

ISSN 2256 - 1781 (En línea)

Circulación Semestral

Cali - Valle del Cauca - Colombia.

La **REVISTA DIAGONAL** es una publicación de la Unidad de Investigación de la Fundación Academia de Dibujo Profesional que publica los resultados reflexivos e investigativos alcanzados por los estudiantes en los diferentes módulos curriculares, proyectos integradores y proyectos de los semilleros de investigación del grupo de investigación EIDON en el campo disciplinar del Diseño mediante las dinámicas pedagógicas de las cuales son protagonistas.

Sandra Patricia Valencia Z.

Rectora

rectoria@fadp.edu.co

Orfa Garzón Rayo

Vicerrectora Académica

vacademico@fadp.edu.co

Agustín Díaz Henao

Vicerrector Administrativo

vadministrativo@fadp.edu.co

Victoria Eugenia Rivas Ramírez

Jefe de la Unidad de Investigación

Investigacion@fadp.edu.co

Carlos Andrés Arana Castañeda

Comité de Publicaciones

produccion.investigativa1@fadp.edu.co

Laura María Ruíz Zapata

Diagramación

diseño.investigacion@fadp.edu.co

Juan Esteban Rodríguez

Brayan Rodríguez

Santiago Castro

Imagen portada

© Derechos reservados de autor.

El material publicado puede ser reproducido o traducido sin autorización, siempre y cuando se cite el título, el autor y la fuente.

Síguenos en:



@FadpCali



/FadpCali



/FadpCali1



@FadpCali

Fundación Academia de Dibujo Profesional

Calle 27 Norte # 6BN - 50

PBX: 4862907 Ext. 117

www.fadp.edu.co

Nota editorial

La innovación y la creatividad, bien sean comprendidas como conceptos, prácticas o formas de pensar, sin duda son las dos protagonistas de las discusiones que cada vez toman mayor relevancia en escenarios productivos, culturales y sociales. Su abordaje, tan heterogéneo como su comprensión, ha llevado a que se entiendan como objetivos, metas, metodologías e incluso recetas para solucionar problemáticas que se dan en dichos escenarios; hay incluso agencias o agentes que las presentan como el “mesías” moderno, aduciendo que es con la innovación y la creatividad que un todo se solucionará.

En la Fundación Academia de Dibujo Profesional, por medio de estrategias de investigación formativa (Proyecto Integrador) que ejecutan sus ocho programas desde los campos del diseño y la comunicación, la innovación y la creatividad tienen también un lugar protagónico. Tal protagonismo se convierte en la razón de encuentro entre docentes, estudiantes y representantes de los contextos sociales y productivos inmediatos, donde se busca la generación de sistemas de solución para problemáticas igualmente inmediatas.

Lo anterior, suscita que el aula se convierta en espacio para la producción, y como resulta evidente, para innovar y crear. Y es esta configuración la que provoca el despliegue de actos de ideación y de desarrollo de bocetos, prototipos, productos y procesos, que además de dar un primer paso para la construcción de sistemas de solución por parte de estudiantes y docentes, provoca una pregunta simple, pero al mismo tiempo compleja y recurrente: ¿Cuáles son los límites que unen y separan a la innovación y la creatividad?

Ahora bien, el proyecto integrador, más que enfocarse en responder a este interrogante, busca que el estudiante a partir de la aprehensión de métodos, técnicas y herramientas logre expresar y escalar sus ideas de manera progresiva, en aras de dar lugar a dinámicas productivas centradas en el hacer como forma de materializar tales ideas. Dicho de otra forma, los proyectos que los lectores del volumen 22 de la Revista Diagonal encontrarán a continuación, da cuenta de procesos de ideación que resultan de prácticas creativas desarrolladas por estudiantes y tutores; que en algunas ocasiones dan paso a procesos de innovación donde por medio del hacer se da lugar a la elaboración de productos que buscan intervenir problemáticas que requieren de soluciones. Sea pues esta la manera de dar la bienvenida a docentes, estudiantes, profesionales e interesados en el diseño y la comunicación, a reconocer los proyectos integradores destacados en el periodo 2022A.

Carlos Andrés Arana Castañeda

Magister en Estudios Sociales y Políticos (Modalidad Investigación)

Comité de Publicaciones.

1. Véase: <https://www.eltiempo.com/vida/educacion/es-mejor-una-carrera-tecnica-o-un-profesional-para-trabajar-en-colombia-636570>

CONTENIDO

12

Programa Técnico Profesional en Producción en Publicidad

- El "meme" como herramienta de producción publicitaria: posibilidades, exigencias y usos / Carlos Andrés Arana Castañeda Pág. 13
- El meme como herramienta publicitaria / Lizeth Fragua Guayara; Kelly Lopez Morales; Joan Benitez, Gabriel Mercado; Luis Andres Vanegas Pág. 15
 - Propuesta de estrategia publicitaria con el "meme" como herramienta para la marca de café artesanal Alsacia / Anyela Sánchez; Juan Camilo Rivera; Jhon Aricapa Pág. 16
 - Aprendizaje, Humor y Tattoos / Andrés Felipe Álvarez Suarez; Danny Yuseth Orobio Enríquez; María Paula Ortiz Restrepo; Carlos Alberto Ramírez Ruiz; Keisy Vargas Díaz Pág. 18
 - Propuesta de Marketing Digital para el restaurante Escala mediante la utilización del Meme / María del Mar Chates; Daniel Bueno Arias; Laura Vanesa Caviedes; Ronald Ramírez Pág. 20
 - Evento de producción publicitaria y creativa "Meme Week" / Maria Camila Cárdenas Villota; Paula A. Méndez Jaramillo; Valentina Rodríguez Parra; Luis Felipe Giraldo Aristizábal; Jeremías Paredes Cándelo; Ancizar Peralta Núñez; Alejandro Salazar Silva; Juan F. Valencia Jaramillo Pág. 22

24

Programa Técnico Profesional En Dibujo Arquitectónico Y Decoración

- Estudio de la construcción modular prefabricada como solución sostenible para los distintos espacios del hábitat urbano / Emmanuel David Niño O. y Victoria Eugenia Rivas Pág. 25
- Ideas creativas e innovadoras para los espacios públicos de la ciudad de Cali, a través del reciclaje y la historia / Yulissa Rudas Franco; Yulitza Tapia Vivas; Juan Camilo Arroyave Gonzalez; Maria Jose Trujillo Valencia Pág. 28
 - Eco cabaña colonial / Daniela Cortés Giraldo; Mariana Trujillo Saavedra; Dayanna Andrea Vargas Bastidas Pág. 29
 - Table monarch / María Fernanda Jiménez Brath; Angelica María Ordoñez Montaña; Juan Andrés Ortega Meneses; Valentina Rivera Gómez Pág. 30
 - "DOMKA, la cúpula geodésica sostenible para el encuentro colectivo en los parques de Cali." / María del Mar Chates; Daniel Bueno Arias; Laura Vanesa Caviedes; Ronald Ramírez Pág. 31
 - Modulación y prefabricación, una alternativa sostenible / David Martínez Rodríguez; Lina Marcela Ayala Muñoz; Luis Eduardo Rendón Ruales; Santiago Rojas Umaña Pág. 32

34

Programa Técnico Profesional En Producción En Diseño Industrial

Diseño, comunidad y desarrollo prospectivo / Santiago José Mendoza Imbachí	Pág. 35
• Diamond station / Valentina Echeverri Rojas; Laura Molina Casas	Pág. 37
• Diseño de módulo tipo lego para maestros en el hogar / Laura Alejandra Astaiza Ortiz; Asly Juliet Chate Jiménez; Karoll Guzmán Jaime; Santiago Romero Camargo; Diego Alejandro Sterling.....	Pág. 38
• Acuna / María Fernanda Jiménez Brath; Angelica María Ordoñez Montaña; Juan Andrés Ortega Meneses; Valentina Rivera Gómez	Pág. 39
• Sirios / Allison Dahiana Bolaños Marín; Jaime Alberto Amú Castro; Juan David Guzmán Montenegro; Carlos Adrián Rivera Rodríguez	Pág. 40
• Propuesta técnica de producción en diseño industrial para la recuperación de la movilidad en perros con discapacidad en patas traseras / Eduardo Napoleón Inguilan Bolaños; Jorge Andrés Hurtado	Pág. 41

42

Programa Técnico Profesional En Producción En Diseño De Interiores

Responsabilidad Ambiental Empresarial: Aportes desde la producción del diseño de interiores hacia la gestión de residuos sólidos / Victoria Eugenia Rivas	Pág. 43
• GRAY POT: Revestimiento de pared decorativo a partir de las láminas plásticas y los flejes metálicos / Catalina Crisancho García; Paula Andrea Pérez Márquez	Pág. 46
• Poly in a row: creatividad y diseño a partir del reciclaje / Leidy Marcela Casas; Dylan David Coy; Miguel Mateo Rivas; Yuliana Salazar Gallón	Pág. 48
• Mobiliario para dividir espacios realizado a partir de tubos de cartón y madera de estibas / Claudia Alexandra Chazy Tovar; Patricia Devia Franco	Pág. 50
• Propuesta de diseño y fabricación de un revestimiento arquitectónico, elaborado con residuos empresariales de la FADP / Karen Tatiana Tovar Villa; Jofre Smith Cuartas Mendieta; Edwin Fernando Vargas Sandoval	Pág. 52
• Propuesta para el mejoramiento de la unidad integral de residuos de la FADP / Andrea Pantoja Vargas; Alejandra Román Otalvaro; Grace Fernández Castillo	Pág. 54
• Proyecto de formación de valores ambientales con la comunidad educativa de la Fundación Educativa CES y el Colegio Mixto Fray Luis Peña de Yumbo / Diana Marcela Trujillo Zúñiga; Valentina Lasprilla Sánchez; Giselle Viviana Dorado Ramos; Laura Camila Marín; Luz Edith Marín Carreño; María Fernanda Díaz Peláez; Natalia Rivera González	Pág. 56

58

Programa Técnico Profesional En Diseño Gráfico

- El diseñador gráfico como mediador en el intercambio de información en la comunidad / **María Fernanda Ramírez** Pág. 59
- La Loma de la Cruz como espacio de encuentro entre identidades y expresiones culturales / Vanessa Castillo Cabezas; Laura Marcela Fontecha Castillo; Luisa Fernanda Giraldo Villegas; Isabella Maturana Marín; Nathalia Muñoz Correa Pág. 62
 - Propuesta gráfica educativa para el reconocimiento, inclusión y reivindicación de los pueblos indígenas en la ciudad de Cali / Ginna Marcela Jimenez Ruiz; Melissa Carolina Salamanca Ramos; Nashly Valentina Perlaza Rodríguez Pág. 64
 - Propuesta para el desarrollo y creación de marca / Catalina Arce Gómez; Juan David Londoño Castillo; Sofia Tristancho Garzón; Ana María Martínez Rico Pág. 66
 - Propuesta de identidad de marca gráfica comercial para la empresa de turismo Aventura Sun Travel / Rosa Angélica Calvache; Miguel Ángel Martínez; Juan David Tigreros; Sandra Viviana Hidalgo; Miguel Ángel Peña Pág. 68
 - Propuesta diseño de marca para impulsar emprendimiento Bebidas Típicas del Pacífico en el municipio de Jamundí / Miguel Ángel Bolaños Hernández; Danna Valentina Córdoba Pulido; Ashly Camila Guevara Mafla; Camila Romero Montoya; Erika Vanessa Vergara Ramírez Pág. 70
 - Catanga: maleta informativa sobre los procesos de inscripción de las comunidades afrodescendientes del Valle del Cauca ante entidades gubernamentales / Diana Carolina Torres Avellaneda; Nazly Yobelly Bolaños Garzón; Yeimmy Vanesa Herrera López; Carlos Fernando Guzmán Ruiz; Jeison Andrés Acosta Mejía Pág. 72
 - La gastronomía del Pacífico como herramienta de visibilización de las minorías afrocolombianas / Julián David Ruiz Correa; Laura María Ruiz Zapata; Daniela Trujillo González; Lorenzo Valderruten Herrera Pág. 74

76

Programa Técnico Profesional En Producción En Audio Y Video

- La producción audiovisual como apoyo a emprendimientos del Valle del Cauca / **Adriana Villafañe Solarte** Pág. 77
- Posicionamiento de marca y campaña de social media, para fortalecer la Productora Media Manager / Julián Andrés Salcedo Henao Pág. 80
 - "El Kalabozo tattoo" / Emmanuel David Muñoz Chávez; Alex Oliveros; Pablo Briñez; Pablo Girón Pág. 82
 - "RM tattoo" / Juan Diego Machado; Evelyn López; Sebastián Jaramillo Pág. 84
 - "Hogar dulce fortissimo" / Juan Esteban Rodríguez; Brayan Rodríguez; Santiago Castro Pág. 86
 - "Coca para la paz" / Andrés Buitrón; Daniela Cajiao Jaramillo; Nicolás Macías Portillo; Jhon Mario Rebolledo Riascos Pág. 88
 - La producción audiovisual como apoyo a emprendimientos del Valle del Cauca / Daniela Beltrán, Daniela Balanta; Yojan Infante; Santiago Gómez; Felipe Cortés; Isabella Vicuña Pág. 90
 - Caliluna / Alexander Calvo Muñoz; Cristian Andres Alarcon Galea; Luis Manuel Mina Dominguez; Laura María Calero Lozano; Juan Sebastian Hincapie Mosquera; Juan Sebastian Samboni Pág. 92
 - TRAZOS – Mini serie/ Nichole Castellanos; Estefanía Millán; Cristian Álvarez; Jose Granobles; Nicolás Calambas Pág. 94

Construcción de Memoria Histórica haciendo uso de la Narrativa Textil / Raúl Quinayás Pág. 96

- Aplicación de la narrativa textil para contar las travesías vividas por los colombianos que se encontraban en Ucrania el pasado 24 de febrero / Nathalia Reyes Paz; Johanna Alexandra Rubio Parra Pág. 100
- La narrativa textil y el impacto ambiental del fast fashion expresado en un atuendo de carácter conceptual / Lina Marcela Noreña Hoyos; Carolina Franco Cuchimba; Valeria Aristizabal Aristizabal; María Isabel García Gómez Pág. 102
- Reconstrucción de prendas recicladas para construir una memoria histórica aplicando la narrativa textil / Marshall Dorianny Caicedo Márquez; Ana Isabella Gómez Salazar; Estrella del Socorro Murillo de Quintana; Diana Gabriela Ortiz Cedeño Pág. 104
- Diseño de un conjunto de prendas Athleisure que, haciendo uso de la Narrativa Textil, propicie la construcción de Memoria Histórica / Valentina Vallejo Rojas; Valeria Orozco Sierra; María Paula Duque Millán Pág. 106
- Diseño de una colección haciendo uso de la narrativa textil; que, aplicada en vestuarios vestimentarios, propicie la construcción de memoria histórica / Andrea Elizabeth Montoya Apolinar; Christy Johana Gallego Henao; Nicolás Fernández López Pág. 108
- Intervento / Leidy Jovana Mancera Valencia; Lizeth Dayana Castañeda Díaz; Natalia Cifuentes Puentes; Rebeca Grey Pandares Hinestroza Pág. 110

Las criptomonedas y los NFT's: el nuevo mercado de producción creativa / Yair Vega Pág. 113

- La minería de criptomonedas y sus efectos secundarios / Nathalia Hernández; Santiago García; Laura Melissa Varela Pág. 115
- Las criptomonedas y el impacto a nivel social que se genera por medio de los videojuegos / Joshua Benavides Moreno; Laura Caicedo Gallego; Isabella Corrales Calero; Alejandro Nicolas Cobo; Laura Nathaly Ortiz Barona; Sara Lucia Vallecilla Mosquera Pág. 116
- Light energy / Kevin Julian Gómez Becerra; Jorge Luis Lopez Scarpetta; Andres Mauricio Muñoz Puyo; David Santiago Sanchez Escobar; Alejandra Londoño Belalcázar Pág. 117
- Los NFT: ¿Arte o negocio? / Omaira Ramírez; Santiago Jiménez; Katherine Ramírez; Gustavo Mujica; Arturo Rodriguez Pág. 118

12

*Programa Técnico Profesional
en Producción en*

PUBLICIDAD



PRODUCCIÓN
EN **PUBLICIDAD**

CÓD. SNIES: 103380. Resolución MEN. 9111 de junio 11 de 2014
Registro calificado.

El “meme” como herramienta de producción publicitaria: posibilidades, exigencias y usos

The “meme” as an advertising production tool: possibilities, demands and uses

Carlos Andrés Arana Castañeda¹

El proyecto integrador del Programa Técnico Profesional en Producción en Publicidad, además de erigirse como estrategia para la formación en investigación, es protagonista como forma o escenario para la producción de contenido que agrega valor a estrategias de comunicación publicitaria. Es por esto que el planteamiento de la temática y ejecución del proyecto semestre tras semestre, es responsable de brindar a los y las estudiantes escenarios propicios, coherentes y pertinentes para su ejercicio de producción. Dicha pertinencia, responde tanto a las tendencias de la industria publicitaria, como a las necesidades de comunicación que en los contextos creativos, productivos y culturales logran identificarse.

Es por esto que, para el periodo 2022-A, el proyecto integrador respondió a la temática <<El “meme” como herramienta de producción publicitaria: posibilidades, exigencias y usos>>, por medio de la cual, se desarrolló contenido o estrategias de comunicación publicitaria mediadas por el meme que reconocieran las exigencias que estos pueden generar en cuanto a procesos de comunicación persuasiva. Es aquí donde se estableció un primer reto, pues en coherencia con Rowan (2015)², quien plantea que los memes son *“objetos digitales que combinan imágenes y textos humorísticos. Aparecen como reflejo de la creatividad colectiva. Son producciones tecno estéticas que saltan de un medio a otro adquiriendo significados variables y niveles de memez insospechados, re combinaciones reiterativas de ideas que nos atraen con su carisma y humor idiota...* (p. 13)”, la producción de los mismos vinculados a la comunicación publicitaria puede dar paso a comprensiones que asuman erróneamente que el contenido divertido, pero sin alcance persuasivo, es funcional.

En relación a lo anterior, Jiménez (2020)³ expone que, las características inherentes al meme, tales como la *Longevidad* (duración de circulación), *Fecundidad* (nivel de aceptación basadas en el conocimiento) y *Fidelidad* (formas de interacción usuario meme), los presenta como alternativa *“para que las marcas formulen estrategias innovadoras que tengan aceptación y éxito en el mercado”*, pues su principal objetivo es el

1. Docente Líder de Investigación, Fundación Academia de Dibujo Profesional. Magister en Estudios Sociales y Políticos. produccion.investigativa1@fadp.edu.co

2. Rowan, J. (2015). *Memes Inteligencia idiota, política rara y folclore digital*. Madrid Capitán Swing Libros.

3. Jiménez, R. W. (2020). *Análisis del impacto del uso de los memes como estrategia publicitaria en las generaciones millennials y post millennials*. (Bachelor's thesis Universidad de Guayaquil Facultad de Comunicación Social)

de "causar interacción entre la marca y el consumidor". Por lo tanto, el acompañamiento permanente de docentes tutores(as), permitió que los y las estudiantes del Programa Técnico Profesional en Producción en Publicidad asumieran retos que les permitiera producir contenido y estrategias que respondieran los siguientes objetivos:

Semestre	Objetivo
Tercero	Fortalecer el vínculo marca consumidor y los procesos de comunicación entre una marca comercial y sus usuarios a partir de la producción de contenido tipo"
Quinto	Desarrollar estrategias de comunicación publicitaria basadas en el "que se vinculen a los propósitos de comunicación, persuasión y/o venta de una marca de origen y circulación regional (Valle del Cauca).
Sexto	Planear, socializar y desarrollar un evento de y para la producción publicitaria enfocado en la divulgación y evaluación de estrategias centradas en el "

De esta manera, treinta y nueve (39) estudiantes se vincularon a un total de diez (10) proyectos derivados de los objetivos arriba planteados, y los cuales presentaron por medio de documentos creativos de investigación general, resúmenes técnicos, contenido publicitario y video ponencias, múltiples estrategias que abordaron casos específicos de comunicación persuasiva en contextos comerciales, académicos, sociales y productivos donde hicieron del meme protagonista de las mismas tras el desarrollo de técnicas y estrategias creativas asociadas al *Design thinking*. A continuación, se presentan algunas de las experiencias que materializan lo hasta aquí presentado, y que dan cuenta de que los procesos de producción publicitaria vinculados a la innovación y creación favorece la generación de contenido que agrega valor a las dinámicas de comunicación entre actores sociales, empresarios y académicos:

El meme como herramienta publicitaria

Meme as an advertising tool

Lizeth Fragua Guayara; Kelly Lopez Morales; Joan Benitez; Gabriel Mercado; Luis Andres Vanegas / Tutor: Mauricio Moreno / 2022A

Resumen

Los memes se han convertido en una herramienta importante para las marcas, funcionan como canal de comunicación entre la marca y el cliente, cuya información se difunde de manera rápida y eficaz, consiguiendo un mayor alcance. Se utilizó una metodología mixta, en la primera fase se realizó un trabajo de campo, obteniendo una segmentación la cual permitió describir nuestro focus group, en la segunda fase identificamos insights, la clasificación en la que se encontraba, nuestro key prosumer, el mindset asociado de la marca, y por último el hallazgo, el cual es que somos sociales por la creatividad,

el área de oportunidad de este proyecto se fundamenta en visibilizar la alta calidad de los programas y ambientes creativos de la marca trabajada, que los estudiantes asocien dichas cualidades con la marca. Teniendo en cuenta el área de oportunidad y el hallazgo planteado, se ejecutarán tres piezas de campaña para medios impresos y digitales, por medio de memes se resaltarán la alta calidad y los ambientes creativos e innovadores que la marca posee.

Palabras claves: Meme, Comunicación, Publicidad, Reinterpretación, Viralidad.

Abstract

Memes have become an important tool for brands, functioning as a communication channel between the brand and the customer, whose information is disseminated quickly and efficiently, to achieve greater reach, a mixed methodology was used; in the first phase, field work was carried out, obtaining a segmentation which allowed us to describe our focus group, in the second phase, we identify the insights, the classification, our key prosumer, the associated brand mindset, and finally the finding, we are social for creativity, the area of opportunity of this project is based on making visible the high quality of the programs and creative environments of the brand worked on, that students associate these qualities with the brand. Taking into account the area of opportunity and the finding raised, three campaign pieces will be executed for print and digital media, using memes to highlight the high quality and the creative and innovative environments that the brand has.

Keywords: meme, communication, advertising, reinterpretation, virality.



**Estudiar Diseño
en otra
institución**

Estudiar Diseño en la



Propuesta de estrategia publicitaria con el “meme” como herramienta para la marca de café artesanal Alsacia

Proposal for an advertising strategy with the “meme” as the main tool for the Alsacia artisanal coffee brand

Anyla Sánchez; Juan Camilo Rivera; Jhon Aricapa / Tutor: Mauricio Moreno / 2022A

Resumen

Colombia es un país de manos artesanas y campesinas que cultivan y cosechan tradición, una tradición que se representa en el café de las mañanas en familia y de esas tardes con amigos, eso es Colombia y Alsacia, una marca de café artesanal cosechado en Sevilla, Valle Del Cauca y con un punto de venta en el barrio San Antonio de Cali. Alsacia tiene un conjunto de cualidades que no están siendo comunicadas como su diferencia frente a otros cafés industrializados, su proceso de elaboración, el trabajo de las personas que trabajan en el campo para recoger el mejor café y se disfrute en nuestras tazas, por lo tanto, vimos una oportunidad de estudiar un mercado, entender por qué se toma café en los hogares colombianos y así darle a Alsacia un concepto con el fin de mostrar todo lo que tiene, llegamos a los resultados gracias a encuestas e investigación del sector cafetero y sus consumidores. Nuestra propuesta tiene como base resaltar lo artesanal de la marca, enfocándonos principalmente en redes sociales que es el canal por donde actualmente llegan muchos de los clientes, haremos una renovación de su imagen con fotografías, piezas gráficas, videos y por supuesto incluyendo memes para llegar a un público más joven, el cual es un mercado que está creciendo fuertemente en consumo de café. El objetivo es que nuestro trabajo ayude al posicionamiento de Alsacia, que sea reconocida por sus características y que cada persona que la vea quiera una taza de su café.

Palabras claves: Café, artesanal, meme.

Abstract

Colombia is a country of artisan and peasant hands that cultivate and harvest tradition, a tradition that is represented in the coffee of the mornings with family and those afternoons with friends, that is Colombia and Alsacia, a brand of artisanal coffee harvested in Sevilla, Valle Del Cauca and with a point of sale in the San Antonio neighborhood of Cali. Alsacia has a set of qualities that are not being communicated such as its difference from other industrialized coffees, its elaboration process, the work of people who work in the field to collect the best coffee and enjoy it in our cups, therefore, we saw an opportunity to study a market, understand why coffee is taken in Colombian homes and thus give Alsacia a concept in order to show everything it has, we arrive at the results thanks to surveys and research of the coffee sector and its consumers. Our proposal is based on highlighting the craftsmanship of the brand, focusing mainly on social networks that is the channel where many of the customers currently arrive, we will make a renewal of their image with photographs, graphic pieces, videos and of course including memes to reach a younger audience, which is a market that is growing strongly in coffee consumption. The goal is that our work helps the positioning of Alsacia, that it is recognized for its characteristics and that each person who sees it wants a cup of their coffee.

Keywords: Coffee, artisanal, meme.



ME INVITA A
CASA Y ME
OFRECE CAFÉ
DE
INDUSTRIA



¡AH! PERO
CUANDO ES
CAFÉ DE
ALSACIA

Aprendizaje, Humor y Tattoos

Learning, Humor and Tattoos

Andrés Felipe Álvarez Suarez; Danny Yuseth Orobio Enríquez; María Paula Ortiz Restrepo; Carlos Alberto Ramírez Ruíz; Keisy Vargas Díaz / Tutora: Adriana Villafañe / 2022A

Resumen

Es bien sabido que las personas tienen diferentes formas de comunicarse y de expresarse; teniendo esto en cuenta el marketing actual encontró un sin número de posibilidades para jugar con estos elementos de comunicación y volverlos armas para beneficio de las marcas y para generar propuestas de comunicaciones sólidas. Investigando desde la temática del proyecto integrador, encontramos los diferentes efectos que puede lograr el uso de los memes en la personalidad de una marca, lo que sucede en las personas cuando encuentran este tipo de contenido en línea y lo importante que se ha vuelto el implementar estos elementos en el tono de comunicación para las marcas. Dentro de nuestra propuesta tenemos diferentes elementos gráficos y audiovisuales que buscan generar recordación y posicionar a la marca aliada en la ciudad de Cali; gracias a los resultados arrojados por la estrategia de comunicación planteada y a los estudios que realizamos a las campañas presentes en el material de apoyo, podemos concluir que la estrategia plasma el deseo de posicionamiento y recordación, generando los espacios tanto de aprendizaje como de entretenimiento requeridos para su presencia en los diferentes medios.

Palabras claves: Memes, Publicidad, Redes sociales.

Abstract

It is well known that people have different ways of communicating and expressing themselves; Taking this into account, current marketing has found countless possibilities to play with these communication elements and turn them into weapons for the benefit of brands and to generate solid communication proposals. Investigating from the theme of the integrative project, we find the different effects that the use of memes can achieve in the personality of a brand, what happens in people when they find this type of content online and how important it has become to implement these elements in the tone of communication for brands. Within our proposal we have different graphic and audiovisual elements that seek to generate remembrance and position the allied brand in the city of Cali; Thanks to the results obtained by the proposed communication strategy and the studies we carried out on the campaigns present in the support material, we can conclude that the strategy reflects the desire for positioning and remembrance, generating the spaces for both learning and entertainment required for their presence in different media.

Keywords: Memes, Advertising, Social networks.

Aprendizaje, humor y tattoos

¡Porque un gran poder
conlleva una gran dosis de risas!



Propuesta de Marketing Digital para el restaurante Escala mediante la utilización del Meme

Digital Marketing Proposal for the Escala restaurant through the use of the Meme

*María del Mar Chates; Daniel Bueno Arias; Laura Vanesa Caviedes; Ronald Ramírez /
Tutora: Adriana Villafañe / 2022A*

Resumen

En la actualidad, gran parte de la ciudad de Santiago de Cali posee un teléfono celular o un recurso tecnológico que nos mantiene conectados con el mundo. sin embargo, los usuarios entran a las redes sociales con dos objetivos concretos como lo son informarse o entretenerse, teniendo en cuenta que la base de las redes sociales es el entretenimiento, identificamos que desde este aspecto los memes juegan un papel muy importante para la marca para generar alternativas publicitarias, ya que diariamente el público consume mucha publicidad invasiva, contenido cargado y siempre busca vender algo de forma explícita, saturando al cliente con este tipo de publicidad. Por esto, nuestro objetivo es crear una campaña para atraer a su público objetivo por medio del meme, incluyendo piezas gráficas y Reels de una forma interactiva, llamativa y divertida, siendo una estrategia de marketing creativa que ayude a fomentar el alcance e impacto de la marca, manteniendo los principios y valores de esta. Se concluye que con esta campaña y estrategia del meme marketing logramos brindar una solución a la marca. Desarrollando un vínculo con el cliente, aprovechando los recursos y tendencias adaptadas al mensaje y tipo de contenido que transmite la marca a su público.

Palabras claves: Memes, publicidad, redes sociales.

Abstract

Currently, much of the city of Santiago de Cali has a cell phone or a technological resource that keeps us connected to the world. however, users enter social networks with two specific objectives such as being informed or entertained, taking into account that the basis of social networks is entertainment, we identify that from this aspect memes play a very important role for the brand to generate advertising alternatives, since daily the public consumes a lot of invasive advertising, loaded content and always seeks to sell something explicitly, saturating the client with this type of advertising. For this reason, our goal is to create a campaign to attract your target audience through memes, including graphic pieces and Reels in an interactive, eye-catching and fun way, being a creative marketing strategy that helps promote the reach and impact of the brand, maintaining its principles and values. It is concluded that with this meme marketing campaign and strategy we can provide a solution to the brand. Developing a bond with the client, taking advantage of the resources and trends adapted to the message and type of content that the brand transmits to its public.

Keywords: Memes, Advertising, Social networks.

**Cuando te
llaman a
comer**

**Pero es
viernes de
ir a Escala**





Evento de producción publicitaria y creativa “Meme Week”⁴

Advertising and creative production event “Meme Week”

Maria Camila Cárdenas Villota; Paula A. Méndez Jaramillo; Valentina Rodríguez Parra; Luis Felipe Giraldo Aristizábal; Jeremías Paredes Cándelo; Ancizar Peralta Núñez; Alejandro Salazar Silva; Juan F. Valencia Jaramillo / Tutor: Mauricio Moreno / 2022A

Resumen

En el sexto (6to) semestre se nos propuso como proyecto integrador el reto de realizar un evento que tuviera como base “la aplicación de los memes en la publicidad”, teniendo esto claro, empezamos a investigar la aplicación de los memes en la publicidad, los beneficios y cuidados que hay que tener a la hora de aplicarlos como estrategia publicitaria. La primera fase, la planeación, definimos la mascota, colores a utilizar, los paquetes de patrocinio y el nombre del evento (“Memeweek”), a partir de esto, empezó la segunda fase, las ideaciones de actividades para el evento, la creación de un mural con base a nuestra mascota y 3 días de promoción del evento, para captar la atención del público; el primer evento, una feria de emprendimientos de la comunidad FADP; el segundo evento constaba de un día de juegos, dando más visibilidad al Memeweek; el evento principal se planeó un concurso del mejor meme de la FADP, sumado a la charla y actividades como: un comediante, un espacio para dar unos snacks y un espacio de integración, solicitamos los permisos para el uso de espacio y elementos de la FADP. En la fase tres se realizaron e imprimieron los keys visuals, para la promoción y búsqueda de patrocinadores, entre los cuales hay diferentes tipos de patrocinio, por canje y otros por paquete publicitario. En la quinta fase se organizaron e instalaron los elementos

MEME WEEK 2022

necesarios para cada evento. Como estudiantes, quedamos satisfechos de ejecutar con éxito este reto.

Palabras claves: Evento, meme-marketing, publicidad, internet.

Abstract

In the sixth (6th) semester, we were proposed as an integrative project the challenge of holding an event based on "the application of memes in advertising", having this clear, we began to investigate the application of memes in advertising, the benefits and care that must be taken when applying them as an advertising strategy. The first phase, the planning, we defined the mascot, colors to use, the sponsorship packages and the name of the event ("Memeweek"), from this, the second phase began, the ideations of activities for the event, the creation of a mural based on our mascot and 3 days of promotion of the event, to capture the attention of the public; the first event, a FADP community entrepreneurship fair; the second event consisted of a day of games, giving more visibility to Memeweek; the main event a contest for the best meme of the FADP was planned, added to the talk and activities such as: a comedian, a space to give some snacks and an integration space, we requested the permits for the use of space and elements of the FADP . In phase three, the visual keys were made and printed, for the promotion and search for sponsors, among which there are different types of sponsorship, by exchange and others by advertising package. In the fifth phase, the necessary elements for each event were organized and installed. As students, we are satisfied to successfully execute this challenge.

Keywords: Event, meme-marketing, publicity, internet

4. Video ponencia: <https://www.youtube.com/watch?v=xS1EJZnsrlg>

25

Programa Técnico Profesional en

DIBUJO ARQUITECTÓNICO Y DECORACIÓN



DIBUJO
**ARQUITECTÓNICO
Y DECORACIÓN**

CÓD. SNIES: 52093. Registro calificado. Resolución MEN. 18064 de septiembre 28 de 2020.
Acreditación de Alta Calidad. Resolución MEN. 18064 de septiembre 28 de 2020.

Estudio de la construcción modular prefabricada como solución sostenible para los distintos espacios del hábitat urbano

Study of prefabricated modular construction as a sustainable solution for different spaces of the urban habitat

Emmanuel David Niño O. y Victoria Eugenia Rivas⁵

El Proyecto Integrador del programa Técnico Profesional en Dibujo Arquitectónico y Decoración partió de la problemática del déficit en el manejo y conocimiento integral en las tecnologías actuales de la construcción, decoración y sus aplicaciones actuales.

Las IES, "dada su naturaleza vinculada a la generación, transferencia y difusión de un conocimiento abierto al servicio de la sociedad, del bienestar y la sostenibilidad, cuenta con las capacidades para realizar una contribución crítica y constructiva al desarrollo sostenible a través de dicho conocimiento" (CRUE, 2018: 1) y el principio de integralidad de la Agenda 2030 interpela a las Instituciones de Educación Superior de manera directa, como entidad transformadora de la sociedad. Las políticas en pro de garantizar la estabilidad y seguridad de las edificaciones requieren de esfuerzos que partan desde lo gubernamental, lo privado y la sociedad.

Debe haber un cambio de mentalidad, en dirección a una construcción y materialización de los proyectos que involucran espacios habitables para la sociedad, con una adecuada metodología, seguimiento de las normativas actuales y con un adecuado manejo de la estética, forma y funcionalidad.

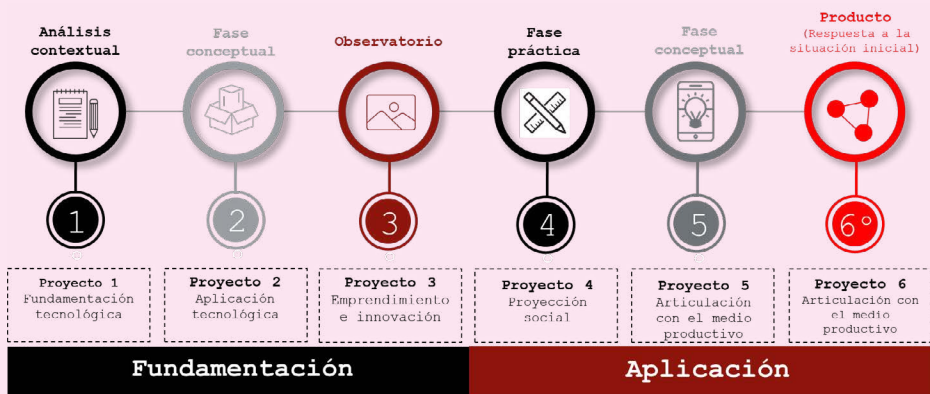


El objetivo general del proyecto estuvo dado en plantear soluciones constructivas con la implementación de elementos modulares prefabricados, a las problemáticas e ineficiencias en las construcciones de infraestructura que se están ejecutando actualmente en Colombia.

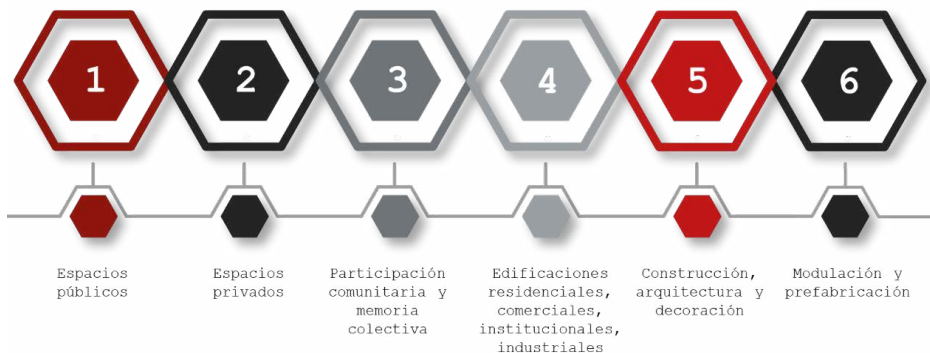
Para ello se definieron los siguientes objetivos específicos:

- Identificar detalladamente la localización de los proyectos, en relación con su relevancia e impacto sobre un determinado contexto.
- Valorar la importancia que tienen los elementos modulares prefabricados para soluciones constructivas eficientes y eficaces en términos de tiempo, costos y calidad.
- Identificar potencialidades y necesidades del sitio a intervenir, a través de diagnósticos constructivos y funcionales en términos de espacios habitables.
- Identificar aspectos compositivos, constructivos, estructurales, arquitectónicos del espacio o espacios a intervenir.
- Definir retos a resolver teniendo en cuenta áreas de oportunidad detectadas en el contexto a intervenir, incluyendo a actores involucrados.
- Ideación y desarrollo de soluciones según criterios de evaluación previamente definidos.

Para este IP2022 se definen unas actividades claves a desarrollar a partir del proceso formativo de los estudiantes del programa:



Adicionalmente, cada semestre contó con un área de intervención al momento de abordar las propuestas arquitectónicas:



Desde primer semestre se logró una aproximación a los componentes constructivos formales y funcionales de la infraestructura de edificaciones, mediante el dibujo como herramienta fundamental para entender las soluciones espaciales de la vida cotidiana. En segundo semestre los estudiantes desarrollaron una propuesta de un elemento o elementos modulares, donde se hizo especial énfasis en la prefabricación, que puede ser industrializada (estandarizada) o con materiales reciclados, para las soluciones constructivas de diferentes espacios y con la noción de comercialización de dichos elementos modulares. Los estudiantes de tercer semestre, a partir de los productos desarrollados en el periodo académico anterior, bajo la temática: Transformaciones sostenibles y eficientes en edificaciones, buscaron, desde la arquitectura y la decoración, que estas propuestas alcanzaran el grado de madurez necesario para su implementación como productos innovadores y de emprendimiento capaz de transformar e impactar positivamente comunidades y edificaciones involucrados. En cuarto semestre se analizó la posibilidad de integrar propuestas de componentes modulares y constructivos a un proyecto de impacto social, como pueden ser los Residuos de la Construcción y la Demolición (RCD). Por último, los estudiantes de quinto semestre, abordaron un enfoque riguroso en las soluciones constructivas modulares, para la solución de la infraestructura necesaria que requieren las ciudades del Valle del Cauca, lo cual llevará un marco de mercado específico.

Lo que se pretendió con los ejercicios realizados en el programa fue conocer las características dimensionales y métricas de los objetos arquitectónicos, los tipos de materiales que componen el edificio, características estructurales y constructivas, incluso las formales y funcionales de cada bien estudiado. Con todo esto conseguimos "entender y leer" el edificio en su conjunto.

A continuación, se comparten algunas experiencias logradas por estudiantes y tutores del programa.



Ideas creativas e innovadoras para los espacios públicos de la ciudad de Cali, a través del reciclaje y la historia

Yulissa Rudas Franco; Yulitza Tapia Vivas; Juan Camilo Arroyave Gonzalez; Maria Jose Trujillo Valencia / Tutora: Mónica Hurtado / 2022A

Resumen

La contaminación generada por los residuos producidos por el ser humano cada vez es mayor. Por ello se buscan constantemente nuevas formas de aprovechar esos residuos y darles una nueva vida útil. La gran variedad de residuos encontrados resulta altamente preocupante debido a que es muy poca la cantidad de estos que son aptos para reutilizar. Esta problemática ha generado que se implementen nuevas formas de reciclar y reutilizar, una de estas es el aprovechamiento de los materiales residuales de construcción con el fin de reducir el impacto ambiental. Frente a esto, se ha evaluado el uso de estos materiales con fines decorativos, por ello en el proyecto "Expresivamente deportivo", a partir de los RCD, logramos la recuperación y mejora visual de un espacio público. Los RCD utilizados en el proyecto fueron previamente estudiados, para que fueran aptos con el espacio, por eso se implementaron las tapas de envases de materiales de construcción ya que estas brindarían un uso decorativo en las fachadas de una caseta deportiva. La propuesta de diseño está enfocada en la iconografía precolombina, donde la cultura Maya juega un papel importante, ya que es la base del diseño, acoplado a la historia del lugar, tomando apoyo de las actividades deportivas para crear un diseño con una abstracción de ambos conceptos, puesto que la cultura Maya tenía mucha influencia deportiva históricamente.

Palabras claves: RCD, espacio público, iconografía precolombina.



Eco cabaña colonial

Daniela Cortés Giraldo; Mariana Trujillo Saavedra; Dayanna Andrea Vargas Bastidas / Tutora: Zandra Benavides / 2022A

Resumen

La industria constructiva necesita de algunos cambios drásticos que concedan el paso a una arquitectura totalmente ecológica. La mejor manera de ser amigable con el medio ambiente es reutilizando, lo mejor que se puede hacer es encaminar la edificación a tener cero desperdicios desde el principio con ayuda del diseño. La idea principal de este proyecto es construir un condominio de casas al estilo "tiny house" acorde a las necesidades del cliente; se diseñará una vivienda para jóvenes universitarios o parejas, que deseen conectar con el medio ambiente, y poder interactuar en espacios comunes con muchas más personas. Este proyecto está diseñado para que cada apartamento cuente con una habitación principal, sala comedor, cocina, baño y terraza. Además, contará con una huerta en la cual los inquilinos podrán hacer provecho de ella de manera consciente y responsable. Cada apartamento contará con paneles solares y un sistema de recolección de aguas lluvias sistematizado para purificar y sacar provecho de ella en cada área, este sistema se manejará en cada parte del condominio y el agua recogida será implementada en el sistema de riego de la huerta y zonas verdes. El impacto que esperamos tener con el proyecto es que los jóvenes que habitarán estos espacios aprendan de lo importante y correcto que puede ser vivir en una edificación sostenible, que sean ellos quienes amplíen este tema poco tratado en la sociedad y así mismo los demás empiecen a cuidar y tomar en cuenta esta gran opción. Además, esperamos que, implementando todos los factores correctos al diseñar una casa sostenible, se logre minimizar en un gran porcentaje la huella ambiental y aumentar un ahorro de recursos.

Palabras claves: RCD, espacio público, iconografía precolombina.



Table monarch

María Fernanda Jiménez Brath; Angelica María Ordoñez Montaña; Juan Andrés Ortega Meneses; Valentina Rivera Gómez / Tutora: Zandra Benavides / 2022A

Resumen

La existencia de la construcción modular y prefabricada han creado una identidad y además una solución a las necesidades humanas, su importancia es muy grande, pero también su impacto en nuestro contexto. Un buen desarrollo de un objeto modular sostenible y biomimético, es decir un objeto que pueda ser único e innovador, se debe basar en alternativas que tenga un equilibrio con el medio ambiente y la gestión humana, también en el que se pueda aprovechar recursos que se tengan disponibles. Se busca generar desde el dibujo un elemento modular innovador mejorando la calidad de vida del público interesado brindando comodidad y solución a inconvenientes hallados. Ubicamos como lugar de intervención un espacio como la sala/comedor, de manera general teniendo en cuenta que existen muchas unidades residenciales y aparta estudios con la misma problemática. Para ello, se diseñó un mueble o producto que permita que este cumpla más de una función en la sala/comedor del apartamento y de alguna manera reduzca el espacio en su uso; Table Monarch consiste en una mesa de centro con un diseño biomimético el cual se puede desplegar, simulando el abrir de las alas de la mariposa monarca convirtiéndose en un escritorio o mesa de trabajo y sus patas sean el soporte de dicho mueble. A partir de este proyecto se pudo apreciar lo complejo que es realizar una idea innovadora y diferente para un mercado. El proyecto desde el principio desafiaba el lado creativo para resolver una problemática; esta fue analizada para crear un objeto que pudiera dar una solución.

Palabras claves: RCD, prefabricados, biomimesis.



“DOMKA, la cúpula geodésica sostenible para el encuentro colectivo en los parques de Cali.”

María Fernanda Jiménez Brath; Angelica María Ordoñez Montaño; Juan Andrés Ortega Meneses; Valentina Rivera Gómez / Tutor: Emmanuel David Niño y Jhon Rodríguez / 2022A

Resumen

En el parque “Las Ceibas”, localizado en la ciudad de Cali, se encontró que las personas que más visitan este lugar son quienes viven en sectores cercanos y que las actividades principales se pueden resumir en deportivas, de ocio pasivo y de tránsito. Las personas no encuentran en el parque elementos para la permanencia y esparcimiento; es percibido como un lugar inseguro, de paso y deteriorado. Tras el análisis, podemos deducir que se necesita un elemento que pueda ser replicado en cualquier parque, que esté elaborado con materiales de residuos de construcción y demolición, realizado en una menor cuantía de tiempo y recurso humano y que despierte en sus usuarios la apropiación e interés por medio de diseños innovadores y llamativos. Se plantea como el diseño de una cúpula geodésica a partir de triángulos y hexágonos de acero inoxidable cubierta por madera reciclada como material sostenible y renovable que brinde espacios que acoge varias actividades colectivas mediante procesos de diseño y construcción participativa que integren a sus usuarios cumpliendo aquellas necesidades de la comunidad con el diseño planteado. Se concluye que a través del DOMKA se busca generar un impacto social a los habitantes cercanos al parque Las Ceibas, mediante su inmersión se genere sentido de pertenencia y que por acción propia mantengan y cuiden estos espacios públicos, para poder disfrutarlos por muchísimo tiempo más, y sean espacios limpios y seguros para todos.

Palabras claves: RCD, apropiación, sustentabilidad, construcción participativa.

Modulación y prefabricación, una alternativa sostenible

Modulation and prefabrication, a sustainable alternative

David Martínez Rodríguez; Lina Marcela Ayala Muñoz; Luis Eduardo Rendón Rúaes; Santiago Rojas Umaña / Tutor: Emmanuel David Niño y Jhon Rodríguez / 2022A

Resumen

El sector de la construcción es el responsable de parte de contaminación atmosférica, del agua potable y de residuos en los vertederos, al igual que contribuye con la explotación de recursos no renovables, por este motivo se debe cambiar el sistema de construcción tradicional y encontrar formas sustentables para el mismo fin. Por ende se lleva a cabo una investigación de posibles formas de construir sin afectar al medio ambiente, cumpliendo requisitos, tanto técnicos como estéticos y que a su vez se puedan reciclar. Se propone crear una casa modelo a partir de un modelo de prefabricación de módulos que genere menos cantidad de residuos de obra (RCD), con esto se pretende generar un menor impacto con la utilización de materiales sostenibles, así mismo reducir los costos de obra y el tiempo de ejecución. La construcción modular permite la fácil y rápida elaboración de muros directamente en fábrica y la fácil instalación en sitio, para esto se trabaja con malla electro soldada y la incorporación del poliestireno expandido (EPS) el cual es un material poco contaminante y que se pueda reutilizar en su totalidad de diversas formas, como la elaboración de pinturas plásticas, losas de entepiso aligeradas, etc. Se crea este proyecto el cual pretende cambiar el método de construcción tradicional, por la modulación y prefabricación, tomando como referencia el proyecto manzanares de ciudad del valle ya que es una zona de expansión en el municipio de Candelaria, donde se podría mejorar el uso de materiales para ayudar tanto a economizar el valor total de la vivienda, como también para generar menos residuos RCD.

Palabras claves: RCD, apropiación, sustentabilidad, construcción participativa.

Abstract

The construction sector is responsible for part of air pollution, drinking water and waste in landfills, as well as contributing to the exploitation of non-renewable resources, for this reason the traditional construction system must be changed and ways must be found sustainable for the same purpose; Therefore, an investigation of possible ways of building without affecting the environment is carried out, fulfilling requirements, both technical and aesthetic, and that in turn can be recycled. It is proposed to create a model house from a module prefabrication model that generates less amount of construction waste (RCD), with this it is intended to generate a lower impact with the use of sustainable materials, as well as reduce construction costs and Run time. The modular construction allows the easy and fast elaboration of walls directly in the factory and the easy installation on site, for this we work with electro-welded mesh and the incorporation of expanded polystyrene (EPS) which is a low-polluting material that can be reused. in its entirety in various ways, such as the production of plastic paints, lightened mezzanine slabs, etc. This project is created which aims to change the traditional construction method, by modulation and prefabrication, taking as a reference the manzanares project of Ciudad del Valle since it is an area of expansion in the municipality of Candelaria, where the use of materials to help both save the total value of the home, as well as to generate less RCD waste.

Keywords: RCD, housing, construction.

39

*Programa Técnico Profesional
en Producción en*

DISEÑO INDUSTRIAL



**PRODUCCIÓN
EN DISEÑO
INDUSTRIAL**

CÓD. SNIES: 103674, Registro calificado. Resolución MEN. 3266 de marzo 5 de 2020.
Acreditación de Alta Calidad. Resolución MEN. 3266 del 5 de marzo 2020

Diseño, comunidad y desarrollo prospectivo

Santiago José Mendoza Imbachí⁵

En el periodo académico correspondiente al primer semestre del año 2022, el programa Técnico Profesional en Producción en Diseño Industrial, generó su Proyecto Integrador denominado: **Diseño Comunidad y Desarrollo Prospectivo**. Desde este escenario, los proyectos adelantados por los estudiantes permitieron el planteamiento de soluciones técnicas a contextos diversos tales como: exploración formal de soluciones objetuales para aplicación a nivel doméstico; y diseño y trabajo con comunidad, en esta oportunidad en el convenio suscrito entre la Fundación Academia de Dibujo Profesional y la Secretaría de Asuntos Étnicos – SAE – de la Gobernación del Valle del Cauca. Finalmente, la construcción de soluciones objetuales con un enfoque prospectivo, las cuales se articularon bajo contextos específicos de estudio, que permitirán en el mediano plazo al conjunto de proyectistas, su articulación y formalización como modelos de emprendimiento.

Teniendo en cuenta este enfoque, los estudiantes delimitaron de manera estructurada el escenario de intervención, permitiendo el planteamiento de soluciones objetuales coherentes e integrales, que propenden por el bienestar de los usuarios y comunidades involucradas en el proyecto, todo ello, bajo un enfoque sistémico. En cada uno de los ejercicios proyectuales los estudiantes trabajaron de manera interdisciplinar con diversos actores, a fin de validar ideas o diseños preliminares, permitiendo una retroalimentación

activa del proceso. La citada modalidad de trabajo promueve y fortalece en el estudiante competencias de índole conceptual, metodológica, técnica-instrumental, al igual que propende por la creación de nodos de articulación entre los futuros profesionales, comunidades y sector productivo.

En consonancia con la línea de investigación *Diseño, Comunidad y Desarrollo Prospectivo*, a continuación, se relacionan tanto la definición estratégica, usuarios y objetivos trazados, para cada uno de los semestres académicos del programa:

Semestre I

- **Definición Estratégica:** Coherencia formal y Definición Productiva
- **Objetivo:** Desarrollar una solución técnica de diseño que permita la configuración tridimensional de un módulo -tipo LEGO- el cual tenga diversas aplicaciones en entornos domésticos -fachadas de vivienda, uso ornamental, mobiliario, etc.

Semestre V

- **Definición Estratégica:** Desarrollo Productivo – Articulación Empresarial
- **Objetivo:** Diseñar una solución técnica de diseño industrial, que permita a las personas que ejercen la labor de partería, mejorar su práctica en campo con la ayuda de sistemas objetuales coherentes con las necesidades del contexto.

5. Líder investigador Programa Técnico Profesional en Diseño Industrial. Diseñador Industrial de la Universidad Nacional de Colombia. Maestría en Administración en la Universidad Nacional de Colombia. proyectoindustrial@fadp.edu.co

• Proyección Social

• **Cliente:** Parteras Tradicionales del Valle del Cauca – Secretaría de Asuntos Étnicos

Semestre VI

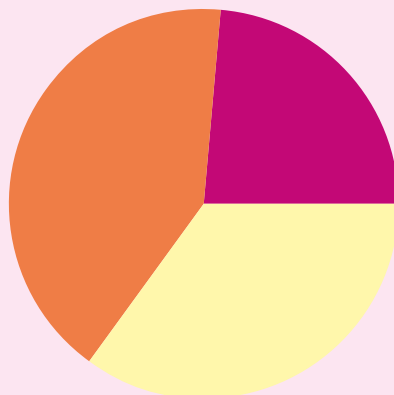
• **Definición Estratégica:** Emprendimiento, Desarrollo Prospectivo

• **Objetivo:** Desarrollar una solución técnica de diseño, a partir de una oportunidad de diseño detectada por el estudiante, que permita la articulación y formalización en el mediano y largo plazo de esta iniciativa como un modelo de emprendimiento.

Para el correspondiente desarrollo del proceso académico/investigativo, y cumplimiento de los objetivos enunciados líneas atrás, se trabaja la metodología del “Doble Diamante” delimitando las siguientes fases:

- **Fase 1:** Precisar el contexto a trabajar en relación a lo conocido y lo que está por conocer, así como el alcance del proyecto y los objetivos.
- **Fase 2:** Definir el reto a resolver teniendo en cuenta áreas de oportunidad detectadas en el contexto intervenido con los actores involucrados.
- **Fase 3:** Idear y desarrollar soluciones técnicas según criterios de evaluación previamente definidos.
- **Fase 4:** Validar el proyecto teniendo en cuenta lo que funciona y lo que no para el usuario según validaciones previas.

Como resultado para el semestre 2022-I, se obtienen 17 proyectos de los 39 estudiantes que conformaron el periodo académico, los proyectos se clasifican según el siguiente gráfico:



41,3%	Proyectos exploración formal
35,2%	Proyectos de Emprendimiento
23,5%	Proyectos de Desarrollo Productivo e impacto social - FADP - Secretaría de Asuntos Étnicos

Los resultados porcentuales enunciados en la anterior gráfica, agrupa la distribución de los proyectos en virtud de su definición estratégica. Dichos resultados se consolidan bajo previa evaluación académica de los proyectos, etapa que estuvo a cargo de los diferentes docentes que acompañaron a los estudiantes en sus módulos académicos, de igual forma, el proceso contó con la participación de mujeres que ejercen la labor de partería tradicional en diversas comunidades rurales del territorio vallecaucano, al igual que delegados de la Secretaría de Asuntos Étnicos departamental, en calidad de jurados invitados.

Finalmente, a continuación, se presentan los proyectos destacados por semestre, acompañado de un breve resumen técnico elaborado por los estudiantes.



Diamond station

Valentina Echeverri Rojas; Laura Molina Casas / Tutor: Juan Fernando Cerón del Río / 2022A

Resumen

Cocinar resulta muchas veces una actividad entretenida y divertida para muchas de las personas, pero es uno de los principales retos a los cuales se enfrenta Daniela Bedoya, ya que solo puede usar una mano para hacerlo. Acostumbrarse y adaptarse al manejo de utensilios diseñados para usarse con las dos manos es una tarea que puede resultar agobiante, es por eso que, a través de la configuración tridimensional de un prototipo modular en un entorno doméstico, este proyecto se centra en desarrollar una solución que le facilita al usuario superar las dificultades al momento de manipular alimentos y utensilios de cocina con una sola mano. La metodología utilizada es doble diamante que consta de cuatro fases: descubrir, definir, desarrollar y entregar. Primero se realiza una visita con el usuario, una entrevista y un registro fotográfico del lugar, en los cuales se selecciona el área de oportunidad detectada en la cocina donde se perciben las problemáticas a la hora de cortar, pelar, rallar y manipular cierto tipo de alimentos. Posterior al análisis mencionado, se diseña una estación de cocina modular especialmente para el trabajo de alimentos con una sola mano acorde a las necesidades y personalidad del usuario objetivo. Se concluye que el diseño de este tipo de instrumentos especializados para usarse con una mano, mejora notoriamente la eficiencia del trabajo y resultan prácticos para el usuario al momento de preparar los alimentos debido a la condición de discapacidad congénita que presenta.

Palabras claves: Estación de cocina, alimentos, modularidad.



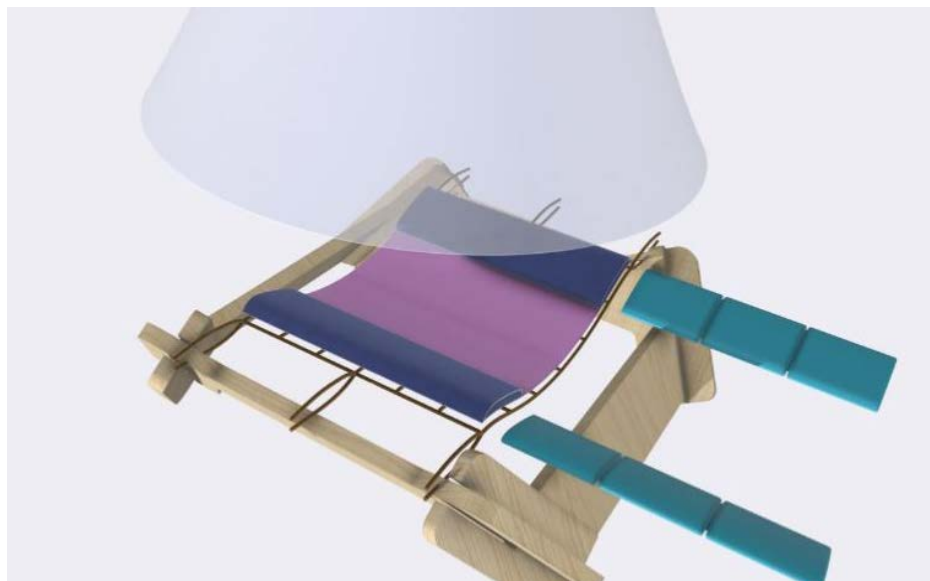
Diseño de módulo tipo lego para maestros en el hogar

Patricia López; Julian Triana; Miguel Ángel Duque / Tutor: Juan Fernando Cerón del Río / 2022A

Resumen

Dentro de la labor del docente se ve marcada de forma diaria la necesidad de contar con elementos soportes, para entregar su catedra en los diferentes espacios donde lo desarrolla, en este caso su hogar. Es por eso que surge la necesidad de diseñar un módulo tipo lego que le permita al docente almacenar, clasificar sus objetos didácticos y de consulta para sus entregas académicas. Se establece un desarrollo de investigación con la metodología diamante, para identificar la necesidad del maestro otorgando así una solución. Se realiza también encuesta, visita física, toma de imágenes y datos adicionales del espacio y de su labor en el hogar. De esta manera el equipo logra identificar que por medio del diseño de un mueble modular se logra satisfacer esas necesidades según los datos obtenidos, teniendo en cuenta la preparación y desarrollo de sus actividades, la disposición de sus herramientas de trabajo sobre las cuales se obtiene esta oportunidad de mejora con relación a la experiencia del docente.

Palabras claves: Hogar, modular, maestros, lego.



Acuna

Laura Alejandra Astaiza Ortiz; Asly Juliet Chate Jiménez; Karoll Guzmán Jaime; Santiago Romero Camargo; Diego Alejandro Sterling / Tutor: Santiago Mendoza / 2022A

Resumen

La riqueza de culturas y costumbres en Colombia le ha permitido a las/los parteras realizar diversas prácticas en favor de las comunidades de zonas rurales que se respaldan en las creencias y tradiciones de diferentes grupos que hacen parte del territorio nacional. Un ejemplo de esto es la comunidad del Charco (Nariño), que atienden los partos llevando a cabo las tradiciones de sus ancestros, pues si bien hay generaciones que se han tomado algunas libertades de cambiar, adelantando procesos de integración entre recursos ancestrales y métodos usados en la medicina, tomando algunos elementos, adaptando a sus necesidades lo conveniente, las opiniones son divididas, ya que mientras un gran número de personas consideran la integración de la medicina moderna como un factor a favor para mejorar la práctica, otros consideran esto como un retroceso a sus tradiciones y métodos. Este proyecto utiliza los conocimientos técnicos del diseño industrial para apoyar el proceso de integración de los elementos esenciales en salas maternas para darle apoyo vital a los neonatos. La metodología utilizada consta de tres fases: conceptual, observatorio y práctica. Primero se desarrolla una indagación de los métodos ancestralmente utilizados, se hace un acercamiento con los usuarios para entrar en contexto con las necesidades reales. Después, como ejercicio práctico, se presenta un prototipo para recibir indicaciones y opiniones. Se concluye que este proceso de integración de elementos de salas maternas en comunidades tradicionales requiere de apoyo técnico y profesional para favorecer la producción y comercialización de los mismos.

Palabras claves: Tradición, cultura, termorregulación, neonatal, parto.



Sirios

Allison Dahiana Bolaños Marín; Jaime Alberto Amú Castro; Juan David Guzmán Montenegro; Carlos Adrián Rivera Rodríguez / Tutor: Santiago Mendoza / 2022A

Resumen

En la mayoría de los países la relación de nacimientos prematuros es de 1 de cada 10, a diferencia de Colombia donde esta tasa se duplica a 2 de cada 10. En otros términos, el 20% de los niños que nacen en el país, lo hacen de forma prematura, siendo Cundinamarca-Bogotá el departamento de mayores casos de bebés prematuros, sigue Antioquia y Valle del Cauca y en casos menores la Costa Pacífica. Este tipo de nacimiento trae consecuencias en el neonato, que se relacionan con enfermedades respiratorias, digestivas y nerviosas, que, aunque la mayoría de sus órganos se encuentran completos, estos presentan un estado de inmadurez que hace que incremente el riesgo a sufrir dichas enfermedades. Una vez relacionado el problema con las charlas de las parteras, el proyecto se enfocó en generar una solución técnica que permita transferir calor al neonato, adoptando para solucionar el problema la metodología del doble diamante; constituida por cuatro fases: descubrir, definir, desarrollar y entregar, donde el autor debe, comprender el problema, definir el desafío, dar respuesta al problema definido y, probar diferentes soluciones hasta validar un resultado. Se entrega al cliente y jurados el prototipo de un sistema objetual para contener y organizar las botellas de vidrios utilizadas para transferir calor al neonato, como también, se hace entrega de los planos técnicos. Para ultimar, el cuerpo del sistema objetual se fabricará en madera, estructura metálica y un recubrimiento textil, que le permitirá al sistema objetual adoptar configuraciones de compacto y expandido.

Palabras claves: Tradición, sostenibilidad, medio ambiente, empatía, gestación.



Propuesta técnica de producción en diseño industrial para la recuperación de la movilidad en perros con discapacidad en patas traseras

Eduardo Napoleón Inguilan Bolaños; Jorge Andrés Hurtado / Tutor: Santiago Mendoza / 2022A

Resumen

En estos últimos años hemos visto crecer de manera significativa el mercado para mascotas como, por ejemplo: tienda de juguetes y ropa, servicio de Spa, escuelas felinas y caninas, heladerías, entre otros, debido a diversos factores, pero principalmente al amor incondicional de las personas hacia "sus mejores y fieles amigos" y la armonía que ellos representan en el hogar. Teniendo presente el punto anterior y junto con los conocimientos técnicos que brinda la producción en diseño industrial este proyecto busca mejorar la calidad de vida de las mascotas. Para hacerlo posible se hizo una investigación que constó de un trabajo de campo en el que se hicieron 30 encuestas a personas del común y 4 entrevistas a profesionales del campo veterinario en el cual se logró identificar una necesidad puntual a resolver. Posteriormente se fabrica un primer prototipo que consiste en un sistema que permite recuperar la movilidad a caninos con discapacidad en patas traseras. La socialización del proyecto nos muestra que el producto es muy viable y necesario, ya que existen muchísimos casos de este tipo en Colombia, por lo cual hay que seguir trabajando en mejoras para reducir costos de producción y ofrecer un objeto asequible y de calidad para darle una nueva oportunidad a "los mejores amigos".

Palabras claves: mascotas, emprendimiento, salud animal.

49

*Programa Técnico Profesional
en Producción en*

DISEÑO DE INTERIORES



PRODUCCIÓN
EN **DISEÑO DE
INTERIORES**

CÓD. SNIES: 103500. Resolución MEN. 11080 de julio 14 de 2014.
Registro calificado.

Responsabilidad Ambiental Empresarial: Aportes desde la producción del diseño de interiores hacia la gestión de residuos sólidos

Corporate Environmental Responsibility: Contributions from the production of interior design to solid waste management.

Victoria Eugenia Rivas⁷

La ciudad y la región demandan ciudadanos con mayor consciencia hacia una debida gestión de residuos sólidos en su contexto próximo; se necesita fomentar a la comunidad hacia una responsabilidad social que genere un impacto positivo a mediano y largo plazo en la ciudad si desde las instituciones se promueve dicha práctica.

De acuerdo a Sanmartín et al. (2017)⁸, se debe atender hacia la formación de una cultura ambiental para entregar a la sociedad ciudadanos responsables, solidarios y comprometidos con la defensa y respeto al medio ambiente y social donde habitan. Si se quiere mejorar las condiciones de vida de las presentes y futuras generaciones es preciso educar y concientizar en lo que se tiene, lo que se hace y lo que se puede hacer.

Adicionalmente, en los últimos años, la preocupación medioambiental ha hecho mella en la conciencia de las empresas (sector industrial) y el tratamiento de los residuos se ha convertido en una de sus prioridades. A pesar de intentar reducir su cantidad, las empresas siguen generando diferentes tipos de residuos cuya gestión supone un gasto, cuando podrían llegar a ser un ingreso. "Las principales fuentes de ahorro se obtienen tras la minimización y segregación en origen, un cambio de tratamiento de los desechos, una adecuación de proveedores, una optimización en la logística y la negociación de precios", afirma Ma. José Balaguer⁹, especialista en gestión de residuos de Expense Reduction Analysts (2018).

Se requiere fomentar la producción de materiales de nueva generación que demanden menor consumo de energía y recursos y que retornen a su ciclo. A su vez, las nuevas generaciones están exigiendo nuevos espacios para las soluciones productivas y generación de conocimiento; la manera de trabajar ha cambiado. Se necesita repensar los lugares de trabajo y que estos al mismo tiempo sean responsables ambientalmente.

7. Docente tutor. Programa Técnico Profesional en Producción en Diseño de Interiores

8. Sanmartín Ramón, G. S., Zhigüe Luna, R. A., & Alaña Castilla, T. P. (2017). El reciclaje: un nicho de innovación y emprendimiento con enfoque ambientalista. Revista Universidad y Sociedad, 9(1), 36-40.

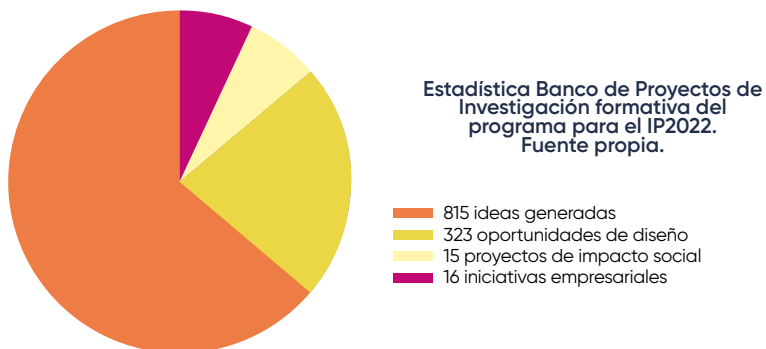
9. Balaguer, Jose (2018). Las empresas que gestionan correctamente sus residuos reducen sus costes de tratamiento. Expense Reduction Analysts. Recuperado de <https://es.expensereduction.com/noticias/correcta-gestion-de-residuos/>

Es por ello que desde el programa Técnico Profesional en Producción en Diseño de Interiores se abordaron proyectos que propendieron a desarrollar soluciones técnicas, que, a partir de la reutilización de residuos sólidos generados en las empresas e instituciones, impactaran el espacio habitado, tanto desde lo ambiental como lo formal.

Para este IP2022 se abordaron cuatro énfasis en la ejecución del proyecto Integrador del programa:

Énfasis	Objetivos del énfasis	ODS
Fundamentación I	A partir de la apropiación de los conceptos de la Economía Circular, desarrollar propuestas de revestimientos arquitectónicos a partir de la reutilización de residuos sólidos identificados en la FADP.	9 - Industria, Innovación e Infraestructura 11 - Ciudades y Comunidades sostenibles 12 - Producción y consumo responsables
Fundamentación II	A partir de la comprensión de la Responsabilidad Ambiental Empresarial, desarrollar propuestas de soluciones técnicas desde la producción en diseño de interiores para la gestión, separación y recuperación de residuos sólidos en la FADP.	9 - Industria, Innovación e Infraestructura 11 - Ciudades y Comunidades sostenibles 12 - Producción y consumo responsables
Ideas de soluciones productivas	Descubrir, construir y proponer soluciones productivas que puedan funcionar bien ya sea como producto o servicio en el mercado a partir de la identificación de una idea según competencias adquiridas y perfil de formación, tomando como base las nuevas tendencias del diseño de interiores.	1 - Fin de la pobreza 8 - Trabajo decente y crecimiento económico 11 - Ciudades y Comunidades sostenibles 12 - Producción y consumo responsables
Proyección social	Desarrollar un programa de Formación de valores ambientales en torno a la apropiación de conceptos Responsabilidad social ambiental, Economía Circular y la debida gestión y reutilización de residuos sólidos.	11 - Ciudades y Comunidades sostenibles 12 - Producción y consumo responsables
Articulación con el medio productivo	Desarrollar propuestas circulares aplicando conocimientos y competencias adquiridas de su disciplina para la formulación de soluciones técnicas a partir de la reutilización de residuos sólidos generados en el sector industrial/empresarial.	8 - Trabajo decente y crecimiento económico 9 - Industria, Innovación e Infraestructura 11 - Ciudades y Comunidades sostenibles 12 - Producción y consumo responsables

Desde el abordaje de los cuatro énfasis se desarrollaron 47 proyectos con 171 estudiantes del programa de las jornadas diurna y sabatina. De estos, se identificaron 323 oportunidades de diseño y 815 ideas generadas en el marco del desarrollo del Proyecto Integrador. 15 proyectos tuvieron un impacto social, ya sea atendiendo necesidades de poblaciones vulnerables y/o instituciones sociales. De los 47 proyectos desarrollados, 16 de ellos identificaron un potencial con oportunidad de escalamiento como posibles ideas de negocio.



Para este IP2022, desde el eje de Fundamentación se desarrollaron propuestas encaminadas al aprovechamiento y debida gestión de residuos sólidos generados en las instalaciones de nuestra institución. Desde 1er semestre, se presenta una propuesta de transformación de tapas plásticas para la realización de un revestimiento arquitectónico. Desde 2do semestre, un grupo de estudiantes presentó una propuesta de readecuación de la Unidad Temporal de Residuos de la institución.

Desde el eje de Emprendimiento, se presenta un proyecto que transforma residuos industriales en divisiones modulares elaboradas con tubos de cartón y estibas de madera. Para este periodo, en el énfasis de Proyección Social, se abordó el proyecto del Programa De Formación De Valores Ambientales con la Fundación Educativa CES y el Colegio Mixto Fray Peña del municipio de Yumbo; se desarrollaron cuatro actividades con la comunidad académica desde la cual, compartimos en esta edición una de ellas.

Por último, desde el énfasis de Articulación con el medio, continuando con el convenio con EDUAMBIENTAL SAS, se presentaron cuatro propuestas de soluciones técnicas desde la producción en diseño de interiores a partir de la reutilización de residuos sólidos generados en FANALCA SA.

Es de valorar el acompañamiento del equipo de docentes tutores conformado por el director del programa, el profesor Marco Arango Rodas, y los docentes Carolina Daza y Fabio Charry. Para este periodo se logró un impacto significativo en el entorno, gracias al desarrollo de proyectos tanto en la FADP como en FANALCA SAS y la Fundación Educativa CES. De esta manera, los estudiantes pudieron identificar el rol de la producción en diseño de interiores en la Responsabilidad Ambiental Empresarial.

GRAY POT: Revestimiento de pared decorativo a partir de las láminas plásticas y los flejes metálicos

GRAY POT: Decorative wall cladding from plastic sheets and metal strips

Catalina Cristancho García; Paula Andrea Pérez Márquez / Tutora: Victoria Eugenia Rivas / 2022A

Resumen

Los residuos generados por la actividad industrial se han incrementado en los últimos años por la obligación de suplir las necesidades básicas del ser humano como también sus lujos; tanto así que la contaminación medioambiental que se genera se ha convertido en una problemática para las industrias. En Santiago de Cali, dentro de la empresa Fanalca S.A. - Fábrica Nacional de Autopartes, gran parte de sus residuos son empaques ocasionados por la importación de piezas que están incorporados en sus productos; su mayor preocupación es que existen residuos que ya tienen una ruta definida para el reciclaje, pero otros no tienen ningún propósito. Es por esta razón que nace la idea de proponer revestimientos de pared decorativos a partir de las láminas plásticas y los flejes metálicos donde al final de su vida útil cuenta con un servicio de reacondicionado. La metodología utilizada consta de 4 fases: descubrimiento, definición, desarrollo y entrega. Primero, al conocer y empezar a entender el contexto actual del problema a solucionar, se rastrearon oportunidades de recuperación de residuos en la empresa, donde se escogieron las láminas plásticas y los flejes metálicos. Seguidamente, realizamos la búsqueda de campos de aplicación. Posteriormente, se empezó el proceso de prototipado tanto en su diseño como en su composición. Finalmente, se obtuvo un revestimiento de pared decorativo a partir de módulos que se pueden adecuar de acuerdo al gusto del cliente y el espacio donde se desea aplicar.

Palabras claves: Residuos de la industria, reacondicionado, revestimiento decorativo, láminas plásticas, flejes metálicos.

Abstract

The waste generated by industrial activity has increased in recent years due to the necessity to supply the basic needs of human beings as well as their luxuries; so much that the environmental pollution they generate has become a problem for industries. In Santiago de Cali, the company Fanalca S.A. - National Auto Parts Factory, a large part of its waste is caused by imported parts packaging that are incorporated into its products; their greatest concern is that there is waste that already has a defined route for recycling, but others have no purpose. It is for this reason that the idea of proposing decorative wall coverings from plastic sheets and metal strips was born, where at the end of its useful life it has a reconditioning service. The methodology used consists of 4 phases: discovery, definition, development and delivery. First, by knowing and beginning to understand the current context of the problem to be solved, waste

recovery opportunities were tracked at the company, where plastic sheets and metal strips were chosen. Next, we carry out the search for fields of application. Subsequently, the prototyping process began both in its design and in its composition. Finally, a decorative wall covering was obtained from modules that can be adapted according to the client's taste and the space where it is to be applied.

Keywords: Industrial waste, reconditioning, decorative coating, plastic sheets, metal strips.



Poly in a row: creatividad y diseño a partir del reciclaje

Poly in a row, creativity and design from recycling

*Leidy Marcela Casas; Dylan David Coy; Miguel Mateo Rivas; Yuliana Salazar Gallón /
Tutora: Victoria Eugenia Rivas / 2022A*

Resumen

En los últimos años la preocupación medioambiental ha llegado a las empresas, por lo que el tratamiento de los residuos se ha convertido en una prioridad; a pesar de intentar reducir su cantidad, las empresas siguen generando diferentes tipos de residuos cuya gestión supone un gasto, cuando podrían llegar a ser un ingreso. Por lo tanto, se propone crear un producto a base de residuos industriales para la empresa FANALCA S.A, que mejore la armonía de un espacio, aplicando los conocimientos y competencias del diseño interior. Se desarrolla un panel divisorio movable, el cual cuenta con un tejido de tenue transparencia que puede generar luz ambiental, cuya función es dividir, complementando los espacios y generando así un producto circular, reduciendo el impacto hacia el medio ambiente y promoviendo a la práctica del reciclaje gracias a la reutilización de los residuos industriales generados en dicho sector. El proyecto se inicia con la investigación de conceptos frente al tema de economía circular y gestión de residuos industriales, posteriormente se realizó una salida de campo a la empresa, recolectando así información para este proyecto, permitiendo definir el uso del icopor, las estibas de madera, los perfiles metálicos y zunchos plásticos como oportunidad para su reúso e iniciar un proceso de ideación y prototipado tanto en su diseño y composición. Resulta en el diseño de "POLY IN A ROW", panel divisorio movable donde sus componentes son reemplazables; cuenta con un diseño artesanal y modular, que genera un impacto visual atractivo para el espacio.

Palabras claves: Economía circular - Gestión de residuos - Residuos industriales.

Abstract

In recent years, environmental concerns have reached companies, so waste treatment has become a priority; despite trying to reduce the amount of waste, companies continue to generate different types that are cost-effectively managed when they could become an income. It is therefore proposed to create a product based on industrial waste for the company FANALCA S.A, that improves the harmony of a space, applying the knowledge and skills of interior design; therefore, a movable dividing panel is developed. It has a fabric of soft transparency that can generate an ambient light, whose function is to divide, complementing the spaces and thus generating a circular product, reducing the impact on the environment and promoting the practice of RECYCLING, thanks to the reuse industrial waste generated in this sector. The project begins with the research of concepts in the

area of circular economy and industrial waste management, and later a field search was made to the company FANALCA S.A, thus collecting information for this project, allowing to define the use of the expanded polystyrene, the wooden pallets, metal profiles and plastic bands as an opportunity for recycling and to initiate a process of ideation and prototyping both in their design and composition. This lead to the design "POLY IN A ROW", movable dividing panel where its components are replaceable, it has a hand-crafted and modular design, which generates a visual impact in the architectural space.

Keywords: Circular economy - Waste management - Industrial waste.



Mobiliario para dividir espacios realizado a partir de tubos de cartón y madera de estibas

Furniture to divide spaces made from cardboard tubes and dustwood

Claudia Alexandra Chazy Tovar; Patricia Devia Franco / Tutora: Carolina Daza/ 2022A

Resumen

La creciente sociedad de consumo ha llevado al mundo a una elaboración constante de diversos productos, a una generación permanente de residuos y a una emisión persistente de gases tóxicos y de materiales de desecho, atentando contra la preservación del capital natural. La economía circular apuesta por reducir, reutilizar y reciclar, permitiendo con esto el mayor aprovechamiento de los recursos ya existentes, dándoles la mayor cantidad posible de vida útil a éstos. Se trata, por lo tanto, de un modelo en el que prima el beneficio social y medioambiental, interrelacionándose de manera muy estrecha con la sostenibilidad. Este trabajo utiliza los conocimientos de la producción en diseño de interiores para desarrollar procesos de aprovechamiento y remanufacturado de diversos residuos industriales. Para lograrlo, se llevó a cabo un análisis del comportamiento de los consumidores y su relación con la idea de proyecto escogida; luego, se estudió la competencia encontrada y se realizó la segmentación del mercado, posteriormente se plantearon diferentes ideas y se desarrolló un prototipo de mueble para dividir espacios realizado con tubos de cartón y estibas de madera. Finalmente se entrega una maqueta a escala real que resuelve mayoritariamente cada uno de los requerimientos planteados en el proyecto. Se concluye que es posible generar estrategias de diseño que respeten la economía circular y que los diseñadores tienen como reto la implementación del aprovechamiento de dichos recursos en los proyectos de diseño llevados a cabo.

Palabras claves: Economía circular, residuos industriales, reducir, reutilizar, reciclar.

Abstract

The growing consumer society has led the world to a constant production of various products, a permanent generation of waste and a persistent emission of toxic gases and waste materials that threaten the preservation of natural capital. The circular economy is committed to reducing, reusing and recycling, thus allowing the best use of existing resources, giving them the greatest possible amount of useful life. Therefore, circular economy is conceived as a model in which social and environmental benefits prevail, closely interrelating with sustainability. This project uses the knowledge of Production in Interior Design to develop processes for the use and remanufacturing of various industrial waste. To achieve this, an analysis of consumer behavior and its relationship with the chosen project idea was carried out. Then, the competition analysis and market segmentation was carried out. Afterwards, different ideas were proposed and a furniture prototype was developed to divide spaces made with cardboard tubes and wooden pallets. Finally, a full-scale model was delivered, that solves most of the requirements set out in the project. It is concluded that it is possible to generate design strategies that respect the circular economy and that designers have the challenge of implementing the use of these resources in design projects.

Keywords: Circular economy - Waste management - Industrial waste.



Propuesta de diseño y fabricación de un revestimiento arquitectónico, elaborado con residuos empresariales de la FADP

Proposal for the design and manufacture of an architectural coating, made with business waste from the FADP

Karen Tatiana Tovar Villa; Jofre Smith Cuartas Mendieta; Edwin Fernando Vargas Sandoval / Tutor: Fabio Ernesto Charry Benítez / 2022A

Resumen

El sueño de muchos países y sus habitantes es tener una economía próspera y que funcione, que ofrezca a las nuevas generaciones un abanico amplio de oportunidades, además que beneficie a la naturaleza, al medioambiente, que traiga progreso a su población en general y proteja la biodiversidad; este modelo que anhelan se llama Economía Circular. Es por eso que proponemos promover hábitos sostenibles en la comunidad educativa, que beneficien al medio ambiente y que ofrezcan un modelo para crear prosperidad económica a largo plazo para estudiantes y egresados al tiempo que ejercen sus carreras, transformando los residuos sólidos como los termoplásticos producidos por instituciones de educación superior en un revestimiento arquitectónico. A través del reúso y transformación del material se realizará un revestimiento arquitectónico decorativo, ecosostenible, renovable y reciclable. Se concluye con la exposición del revestimiento arquitectónico de 60 X 60cm en las instalaciones de la Fundación Academia de Dibujo Profesional, para que propios y visitantes tengan la oportunidad de aprender y observarlo, además de inspirarse a reciclar y aprovechar los insumos inusuales para sus proyectos de vida.

Palabras claves: Residuos sólidos, economía circular, reúso, reciclar.

Abstract

The dream of many countries and their inhabitants is to have a prosperous and functioning economy that offers new generations a wide range of opportunities, also that it benefits nature, the environment, that it brings progress to its population in general and protects biodiversity; this model they yearn for is called Circular Economy. That is why we propose to promote sustainable habits in the educational community, which benefit the environment and offer a model to create long-term economic prosperity for students and graduates while pursuing their careers, transforming solid waste such as thermoplastics produced by higher education institutions in an architectural coating. Through the reuse and transformation of the material, a decorative, eco-sustainable, renewable and recyclable architectural coating will be made. The project concludes with the exhibition of the 60 x 60 cms. architectural coating, in the facilities of the Fundación Academia de Dibujo Profesional, so that residents and visitors have the opportunity to learn and observe it, as well as be inspired to recycle and take advantage of unusual supplies for their projects. of life.

Keywords: solid waste, circular economy, reuse, recycle.



Propuesta para el mejoramiento de la unidad integral de residuos de la FADP

Proposal for the improvement of the integral waste unit of the FADP

*Andrea Pantoja Vargas; Alejandra Román Otalvaro; Grace Fernández Castillo /
Tutora: Victoria Eugenia Rivas / 2022A*

Resumen

Desde la FADP se han ido implementando estrategias para la adecuada separación y aprovechamiento de los residuos generados por la misma comunidad, estos son llevados a la Unidad Integral de Residuos (UIR) por parte del personal de aseo y allí se hace una separación más detallada de los mismos. Sin embargo, la unidad carece de una adecuada distribución del espacio, dificultando las labores diarias que realiza el personal. A partir de esto, se propone adecuar la UIR para mejorar la disposición del espacio y facilitar la clasificación y aprovechamiento de los residuos. Para esto, fue necesario evidenciar las necesidades del personal de aseo, identificar los diferentes materiales y plantear una solución técnica desde el diseño de interiores para adecuar el espacio. De este modo, se propone organizar la unidad con mobiliario acorde a las necesidades, esto incluye estanterías en malla de acero inoxidable empotradas en las paredes con canastas para materiales de poca circulación o mayor dimensión; en la parte inferior, adecuar tapas a los contenedores ya existentes y bases rodantes que faciliten su movilidad, principalmente para los desechos no aprovechables con mayor circulación; y por último adecuar un sistema de extracción de olores. Con esto, se generó un prototipo con una maqueta a escala y se validó con el personal de aseo, profesores, estudiantes y otros profesionales; se hicieron los ajustes necesarios y se realizaron los planos. Finalmente, se espera que la propuesta propicie una optimización del tiempo y el trabajo del personal y más importante aún, su bienestar frente a una labor que realizan día a día.

Palabras claves: responsabilidad ambiental empresarial, clasificación y aprovechamiento de residuos.

Abstract

From the FADP, strategies have been implemented for the proper separation and use of the waste generated by the community itself, these are taken to the Integral Waste Unit (IWU) by the cleaning staff and there a more detailed separation of waste is made. However, the unit lacks an adequate distribution of space, hindering the daily tasks carried out by the staff. From this, we propose to adapt the IWU to improve the layout of the space and facilitate the classification and use of waste. For this, it was necessary to highlight the needs of the cleaning staff, identify the different materials and propose a technical solution from the interior design to adapt the space. In this way, we proposed to organize the unit with furniture according to the needs; this includes stainless steel mesh shelves built into the walls with baskets for materials with little or larger circulation; in the lower part, we will put lids on existing containers and rolling bases that facilitate their mobility, mainly for unusable waste with greater circulation; and finally adapt an odor extraction system. With this, a prototype was generated with a scale model and it was validated with the cleaning staff, teachers, students and other professionals, the necessary adjustments were made and the plans were made. Finally, it is expected that the proposal will lead to an optimization of the time and work of the staff and, more importantly, their well-being in the face of the work they do every day.

Keywords: corporate environmental responsibility, classification and use of waste.





Proyecto de formación de valores ambientales con la comunidad educativa de la Fundación Educativa CES y el Colegio Mixto Fray Luis Peña de Yumbo

Environmental values training project with the educational community of the CES educational foundation and Fray Luis Peña mixed school from Yumbo

Diana Marcela Trujillo Zúñiga; Valentina Lasprilla Sánchez; Giselle Viviana Dorado Ramos; Laura Camila Marín; Luz Edith Marín Carreño; María Fernanda Díaz Peláez; Natalia Rivera González / Tutor: Marco Arango Rodas / 2022A

Resumen

Actualmente, la comunidad mundial tiene mayor conciencia con respecto a la responsabilidad ambiental. Tanto la industria como la población se preocupa en mayor grado por la huella ambiental que se genera; por lo tanto, es necesario garantizar un relevo generacional con respecto a los procesos ambientales, inculcando en los niños y jóvenes la cultura del reciclaje, no solo por responsabilidad, sino también como herramienta de desarrollo económico, pues, actualmente los jóvenes buscan herramientas para ser económicamente independientes. Es por ello que se propuso el desarrollo de un proyecto colaborativo con los docentes y estudiantes de primaria de la Fundación Educativa CES y el Colegio Mixto Fray Peña del municipio de Yumbo, cuyo objetivo principal sea la educación ambiental enfocado a niños en edad escolar, inculcando la cultura del reciclaje mediante la realización de prototipos sustentables de los cuales puede surgir una idea de negocio rentable, novedoso y de fácil acceso para los niños. Se desarrollaron 2 prototipos; el primero, un portarretratos como propuesta de reciclaje de papel tipo revista y/o periódico. El segundo, una materia como propuesta de reciclaje de latas metálicas. Ambos productos se presentan como propuesta decorativa donde se expone la creatividad de cada estudiante en su máxima expresión.



Se puede concluir que la poca información que tienen los niños y jóvenes sobre la sostenibilidad ambiental se ve reflejada en la carencia de metodología en las instituciones educativas para el reciclaje de los desechos sólidos; urge la intervención prioritaria del gobierno con ayudas económicas y educativas, para generar estrategias pedagógicas para fomentar la correcta disposición de los desechos.

Palabras claves: Estudiantes, Responsabilidad Ambiental, Residuos Sólidos, Estrategias Pedagógicas.

Abstract

Currently, the world community is more aware of environmental responsibility, both industry and general population are more concerned about the environmental footprint it generates. Therefore, it is necessary to guarantee a generational relief with respect to environmental processes, instilling in children and young people the culture of recycling, not only out of responsibility, but also as a tool for economic development, since young people are currently looking for tools to be economically independent. Thus, the development of a collaborative project with students and teachers of the CES Educational Foundation and Fray Luis Peña Mixed School from Yumbo, whose main objective is environmental education focused on school-age children, instilling the culture of recycling through the realization of sustainable prototypes from which a profitable and innovative business idea can emerge in an accessible way for children. Two prototypes were developed. The first, a picture frame as a proposal for recycling magazine and/or newspaper type paper; the second, a pot as a proposal for recycling metal cans. Both products are presented as a decorative proposal where the creativity of each student is presented at its best. As a conclusion, the poor information that children and young people have about environmental sustainability is reflected in the lack of methodologies in educational institutions for the recycling of solid waste, this evidences the priority of government intervention with economic and educational aid, to generate pedagogical strategies to promote proper disposal of waste.

Keywords: Students, Environmental Responsibility, Solid Waste, Pedagogical Strategies.

67

Programa Técnico Profesional en

DISEÑO GRÁFICO



**DISEÑO
GRÁFICO**

Acreditación de Alta Calidad. Resolución MEN. 06158 de marzo 31 de 2017.
CÓD. SNIES: 52511. Resolución MEN. 08030 de mayo 17 de 2018.
Registro Calificado.

El diseñador gráfico como mediador en el intercambio de información en la comunidad

María Fernanda Ramírez¹⁰

Los proyectos del primer semestre del 2022 del Programa Técnico Profesional en Diseño Gráfico tienen como común denominador la reflexión sobre el papel que cumple el diseñador en la comunicación entre distintos agentes sociales. Es conocido por todos que el diseño gráfico es comunicación visual estratégica, pero suele suceder que la atención se centra en el impacto visual de las piezas finales y se olvida que el diseño solo cumple su propósito si comunica con claridad al público objetivo al que va destinado el mensaje. El papel del diseñador como mediador comienza con la interpretación de las verdaderas necesidades del remitente - y las necesidades sociales que puedan estar involucradas- y finaliza con un resultado visual que interactúa con el destinatario de manera significativa. El técnico profesional no puede sustraerse de esta misión comunicativa, independientemente de si el resultado final del proceso es un cartel, un logotipo o un trabajo editorial, de si se está respondiendo a propósitos informativos, persuasivos o de identidad de marca.

Cinco de los seis proyectos de este semestre se articulan además con una reflexión sobre la diversidad cultural, racial y étnica de la ciudad de Cali, aprovechando la articulación con la Secretaría de Asuntos Étnicos de la Gobernación del Valle de Cauca y reuniendo la reflexión sobre el papel que tiene el diseñador gráfico como mediador, con la responsabilidad social de preguntarnos cómo se puede colaborar desde el ejercicio académico a generar conciencia de la oportunidad que implica vivir en una ciudad con la diversidad cultural presente en Santiago de Cali. Los resultados de esta indagación varían desde trabajos de exploración de principios básicos de diseño, en los primeros semestres, a apoyo de construcción de marca a empresarios, trabajos informativos y finalmente, en el último semestre, la búsqueda de ideas de negocio a partir de la comprensión de cómo la diversidad es un punto a favor en el desarrollo de las comunidades, y no como se pensó durante décadas, una amenaza a la estabilidad de las instituciones.

Los estudiantes de primer semestre, con los conocimientos básicos de diseño vistos en las asignaturas, tuvieron el reto de generar propuestas de intervención en las

¹⁰ Magíster en comunicación, Diseñadora gráfica. Líder de investigación del Programa Técnico Profesional en Diseño Gráfico.

calles de la ciudad, a partir de composiciones modulares, que buscaban establecer un diálogo sobre la diversidad cultural en la ciudad. Se realizó un ejercicio de observación para la comprensión del problema y la identificación de espacios a intervenir, para finalmente generar propuestas de comunicación a partir de técnicas análogas que presentan cómo se vería la intervención en el espacio.

Los estudiantes de segundo semestre realizaron un trabajo etnográfico identificando la presencia de distintas comunidades en la ciudad de Cali y sus problemáticas específicas, para desarrollar piezas gráficas con la técnica del paper cut, donde se promueve el respeto por la diversidad a partir del conocimiento logrado con la revisión documental y técnicas de recolección de datos como observación, encuestas o entrevistas a los grupos culturales presentes en la ciudad. Las piezas gráficas contaban además con un código QR que permitía acceder a una infografía sustentando los datos encontrados.

Tercer y cuarto semestre se enfocaron en proyectos de identidad corporativa, alejándose de la investigación etnográfica pero sin olvidar la reflexión sobre la comunicación, en este caso, la comunicación directa con un cliente real, con todas las dificultades que implica intentar entender la visión que un emprendedor tiene de su negocio y la proyección que desea darle a futuro.

Tercer semestre se diferencia de los otros proyectos integradores al ser la continuación del plan piloto del convenio con Comfandi y el programa Creactivate 4.0 iniciado en el 2021 B. En esta oportunidad, siete emprendedores pusieron su confianza en la FADP, y los estudiantes tuvieron la oportunidad de desarrollar propuestas de imagen corporativa para ayudar a estas empresas a crecer. También tuvieron oportunidad de interactuar con emprendedores los estudiantes de cuarto semestre, pero en este caso la oportunidad se dio desde la articulación con la Secretaría de Asuntos Étnicos y su programa de emprendimiento Etnias Pro, que busca capacitar a emprendedores de las comunidades negras, afro, raizales y palenqueras del departamento.

Generar propuestas didácticas que permitan comprender documentos complejos fue el reto propuesto a los estudiantes de quinto semestre, que tuvieron en sus manos extensos textos sobre cómo desarrollar proyectos, o cómo informar la ruta para la inscripción y reconocimiento de organizaciones de base y consejos comunitarios del Valle del Cauca ante el Ministerio del Interior. Estos documentos

hacen parte de la labor desarrollada por la Secretaría de Asuntos Étnicos para ayudar al desarrollo de las comunidades étnicas del departamento; pero no es fácil comunicar dichos contenidos de una manera efectiva. Cartillas ilustradas, libros didácticos, juegos y personajes que ilustran las historias es la respuesta que entregan los estudiantes en un ejercicio muy interesante que involucra el diseño editorial y la lúdica.

Finalmente, los estudiantes de último semestre desarrollaron una idea de emprendimiento a partir de una reflexión sobre la diversidad presente en la ciudad de Cali, ideas que son presentadas con la ayuda de medios digitales, y que esperamos puedan seguir prosperando más allá de las aulas de clase.

Para el planteamiento del proyecto integrador se reconocen el DPCS – Desarrollo Productivo, Cultural y Sostenible – y los ODS – Objetivos de Desarrollo Sostenible –, especialmente los numerales 1,4,8 y 10, que son: fin de la pobreza; educación de calidad; trabajo decente y crecimiento económico; y reducción de las desigualdades.

A continuación, una selección de trabajos muestra la variedad de propuestas presentadas por los estudiantes, variedad que permite también acercarse a la amplia gama de oportunidades que posee el Diseño Gráfico como herramienta comunicativa.

La Loma de la Cruz como espacio de encuentro entre identidades y expresiones culturales

La Loma de la Cruz as a meeting point between identities and different cultural expressions

Vanessa Castillo Cabezas; Laura Marcela Fontecha Castillo; Luisa Fernanda Giraldo Villegas; Isabella Maturana Marín; Nathalia Muñoz Correa / Tutora: Melissa Fonseca Bastidas / 2022A

Resumen

El Parque Artesanal Loma de la Cruz, es un lugar con gran importancia histórica, turística y cultural para la ciudad de Cali. Allí se realizan diversas actividades, desde presentaciones musicales y cuentería, hasta talleres y venta de artesanías. También es un espacio de tertulia entre amigos, familias y diversas tribus urbanas, y se evidencia gran actividad comercial en la zona. Así pues, la loma, al ser un contexto de esparcimiento social, no está exenta de ser vista como un sitio de consumo de drogas legales e ilegales, llegando a generar roces de convivencia entre consumidores, vendedores, habitantes, y la comunidad en general. En ese orden de ideas, desde el diseño gráfico se realiza una propuesta modular que aporte al dialogo entre consumidores y no consumidores de sustancias, que les permitan llegar a un acuerdo sobre el aprovechamiento de este espacio como lugar de encuentro de saberes sociales y culturales. Para realizar esta propuesta se realizó un acercamiento teórico y de observación presencial y virtual (redes sociales), en donde se pudieron identificar diversas problemáticas presentes en la Loma de la Cruz. Estas fueron sometidas a un proceso de evaluación en donde se delimitó cuál de los problemas sería más susceptible y viable de intervención gráfica. Además, se realizó un ejercicio de construcción-deconstrucción-reconstrucción de la propuesta modular, en donde se presenta el concepto "tejiendo comunidad" a través de colores cálidos primarios que se encuentran en un abrazo geométrico para dar resultado a un tercer color.

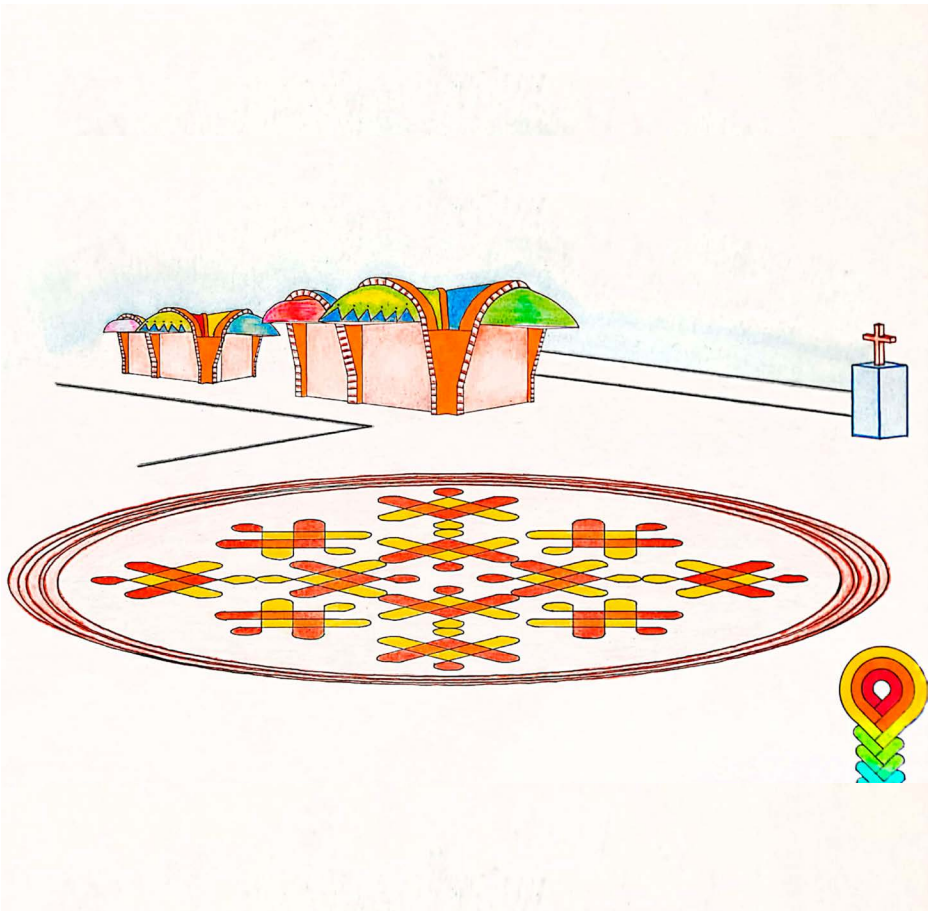
Palabras claves: Expresiones artísticas y culturales, dialogo, diversidad, aprovechamiento del espacio.

Abstract

El Parque Artesanal Loma de la Cruz, is a place with great historic, touristic and cultural relevance for the city of Cali. There, activities such as musical presentations and storytelling take place, as well as workshops and sell of handmade crafts. It is a space for chatting with friends, families, and diverse urban cultures as well, it is clear that there's a great commercial activity in the zone. La Loma, being a place of social and recreation activities, is not exempt of being seen as a place for consuming drugs, both legal and illegal, creating a tense atmosphere between consumers, dealers, habitants, and the community in general. In that

sense, from the graphic design takes place a modular proposal that contribute to the dialogue between consumers and non-consumers of this substances, that can achieve for them an agreement of the use of this space as zone of encounter of different social and cultural knowledge. For the realization of this proposal, a theoretic approach, a face to face and online (social media) observation was made, and so, different problematics present in the Loma the la Cruz were identified. This were submitted to evaluation process where they were delimited to which one of the problems could be more likely-to work with a graphic intervention. Also, an exercise of construction, deconstruction and reconstruction of the modular proposal was made, where the concept of "weaving community" was presented through primary warm tones that can be found in a geometric hug in order to converge into a third color

Keywords: Indigene people, indigene, Cali, inclusion.



Propuesta gráfica educativa para el reconocimiento, inclusión y reivindicación de los pueblos indígenas en la ciudad de Cali

Educational graphic proposal for the recognition, inclusion, and visibility of indigene people in the city of Cali

GINNA MARCELA JIMENEZ RUIZ; MELISSA CAROLINA SALAMANCA RAMOS; NASHLY VALENTINA PERLAZ RODRIGUEZ / Tutora: CLAUDIA MARCELA DIAZ QUINTERO / 2022A

Resumen

Cali es una ciudad multicultural que alberga diversos grupos étnicos, los cuales han ocupado el territorio desde antes de la colonización, quienes, a pesar de la urbanización e industrialización de sus tierras, no han dejado de lado sus raíces, conservando así, toda su cultura, desde su lengua, forma de vestir y creencias. Tomando como punto de partida dos frentes: los pueblos indígenas y la comunidad en general, se realizaron entrevistas y encuestas para determinar el sentir sobre el papel de los pueblos indígenas, su importancia y cultura y el grado de conocimiento y concepto que se tiene en la sociedad. Se concluye que, por una parte, los pueblos indígenas no cuentan con políticas públicas suficientes que protejan su derecho a la tierra y sus saberes ancestrales, que los ha obligado a migrar fuera de sus asentamientos, a pesar de algunos esfuerzos de las administraciones locales. Por otra parte, la comunidad en general, por su desconocimiento sobre sus orígenes y la creación misma del país, ha desencadenado una ola de rechazo, menosprecio y estigmatización frente a los pueblos indígenas y su aporte como actores sociales en la ciudad de Cali. Se plantea entonces, el diseño de una pieza gráfica, una página web y un plegable con el objetivo de visibilizar el papel del pueblo indígena en la ciudad de Cali, abarcando desde sus orígenes, su presencia a la ciudad y como al pasar de los años, han tenido una participación activa en diferentes espacios. De esta manera, se espera lograr la inclusión del pueblo indígena y educación de la comunidad en general.

Palabras claves: Pueblos indígenas, indígena, Cali, inclusión.

Abstract

Cali is a multicultural city, home of various ethnic groups, which have occupied the territory since before colonization, who, despite the urbanization and industrialization of their lands, have not abandoned their origin, preserving all their culture, like their language, way of dressing and beliefs. Taking two fronts as a starting point: the indigene people and the community in general, interviews and surveys were carried out to determine the feeling about the role of indigene people, their importance and culture and the degree of knowledge and concept that society has. It is concluded that, on the one hand, the indigene people do not have sufficient public policies to protect their right to land and their ancestral knowledge, which has forced them to migrate out of their settlements, despite some efforts by local administrations. On the other hand, the community in

general, due to their lack of knowledge about their origins and the creation of the country, has unleashed a wave of rejection, contempt and stigmatization of indigene people and their contribution as social actors in the city of Cali. Then, the design of a graphic piece, a web page and a folding is proposed with the aim of making visible the role of the indigene people in the city of Cali, covering from their origins, their presence in the city and how over the years, they have had active participation in different spaces. In this way, it is hoped to achieve the inclusion of the indigene people and education of the community in general.

Keywords: Indigene people, indigene, Cali, inclusion.



Propuesta para el desarrollo y creación de marca

Proposal for the development and creation of a Brand

Catalina Arce Gómez; Juan David Londoño Castillo; Sofia Trisancho Garzón; Ana María Martínez Rico / Tutor: Rudy Michell León Zafrá / 2022A

Resumen

A comienzos del año 2020 se vio afectada la economía a raíz de la pandemia generada por el virus COVID19, por esto se generaron MiPymes buscando solución a la crisis económica en donde los emprendedores evidenciaron resultados positivos y llegaron a la conclusión de lo importante que es tener una identidad visual adecuada para sus emprendimientos. A partir de esta problemática se realizará una propuesta de diseño basada en la investigación del sector infantil. En primer lugar, se realizaron asesorías con el emprendedor para darle así una finalidad adecuada a su marca, con la información obtenida partimos con la bocetación donde juntamos las ideas de cada estudiante para concluir con la idea principal de una propuesta, para plantear una solución a este problema. Teniendo en cuenta los conceptos de la marca realizamos un logotipo que es aplicado en formatos comerciales (tarjetas de presentación, hoja membretada, CD, etc...). Se concluye con esta propuesta de diseño que el emprendimiento pueda ser reconocido de manera óptima en el sector.

Palabras claves: Expresiones artísticas y culturales, dialogo, diversidad, aprovechamiento del espacio.

Abstract

At the beginning of the year 2020, the economy was affected as a result of the pandemic generated by the COVID19 virus, for this reason MiPymes were generated looking for a solution to the economic crisis where entrepreneurs showed positive results and came to the conclusion of how important it is to have a suitable visual identity for their enterprises. From this problem, a design proposal will be made based on the investigation of the children's sector. In the first place, consultancies were carried out with the entrepreneur to give an adequate purpose to his brand, with the information obtained we started with the sketch where we put together the ideas of each student to conclude with the main idea of a proposal, to propose a solution to this problem. Taking into account the concepts of the brand, we create a logo that is applied in commercial formats (business cards, letterhead, CD, etc...). It is concluded with this design proposal that entrepreneurship can be optimally recognized in the sector.

Keywords: Entrepreneurship, logo, identity.



CUUCHI

TERNURA Y MODA



Propuesta para el desarrollo y creación de marca

Commercial graphic brand identity proposal for the tourism company aventura sun travel

Rosa Angélica Calvache; Miguel Ángel Martínez; Juan David Tigreros; Sandra Viviana Hidalgo; Miguel Ángel Peña / Tutora: María Fernanda Ramírez / 2022A

Resumen

En una época en la que todo está al alcance de un clic a través de medios digitales, la manera en la que se presenta la información, en la que se promocionan productos o servicios, debe ser cada vez más creativa, innovadora e impactante; en el área de Turismo, sector de alta demanda y competencia, esta premisa no es la excepción. Tras analizar la propuesta de identidad gráfica de Aventura Sun Travel, concluimos que: no cuentan con un logo que los haga sobresalir; el logo que tienen actualmente no expresa los valores en los que la empresa quiere verse reflejada (exclusividad, experiencia, confianza) y que por ende van a tener problemas para posicionarse en el mercado; nuestro objetivo es proponer una identidad gráfica más acorde a los valores comerciales de la empresa usando los conocimientos adquiridos en este semestre. Para aquello, partimos por identificar la competencia directa de la empresa y sus propuestas de valor; identificar los elementos más comunes y buscar distanciarnos de ellos, sin perder de vista el público objetivo; elegir un concepto que apoye el propósito de los valores comerciales y finalmente sintetizar esa propuesta en un logo, en nuestro caso usamos la golondrina como concepto. Posteriormente, creamos la carta gráfica y como ejercicio práctico aplicamos el logo a un vaso, camiseta, volante y tarjeta, para visualizarlo en escenarios reales. Tras la elaboración y el seguimiento de los procesos ya mencionados, podemos dar cuenta de la necesidad y la importancia de una proyección gráfica imponente y pensada, en primera instancia; en segunda, que nuestro trabajo cuenta con el potencial para darle a la empresa el posicionamiento y el estatus que desea conseguir.

Palabras claves: identidad gráfica, turismo, logo.

Abstract

In an era in which everything can be reached by a single click through digital media, the way we introduce information to people promoting products or services, must be creative, innovative and must create and impact; in the area of Tourism, a sector with high demand and competition, this premise is no exception. After analyzing the graphic identity proposal of Aventura Sun Travel, we conclude that: they do not have a logo that makes them stand out; the logo that they currently have does not express the values in which the company wants to be reflected (exclusivity, experience, trust) and therefore they will have problems to position themselves in the market; our goal is to propose a graphic identity more in line with the commercial values of the company using the knowledge acquired in this semester. We started by identifying the company's direct competition and its value propositions; identify the most common elements and seek

to distance ourselves from them, without losing sight of the target audience; choose a concept that supports the purpose of commercial values and finally synthesize that proposal in a logo, for our case we used the tree swallow as a concept. Later, we created the graphic letter and as a practical exercise we applied the logo to a mug, t-shirt, flyer and card, to visualize it in real scenarios. After the elaboration and follow-up of the aforementioned processes, we realized the need and importance of an impressive and thoughtful graphic projection, in the first instance; second, that our work has the potential to give the company the positioning and status it wants to achieve.

Keywords: graphic identity, tourism, logo.

Aventura Sun Travel

Gran excursión a SAN ANDRÉS

DESDE \$1.299.000

ACOMODACIÓN MÚLTIPLE

BONO DE DESCUENTO DE \$230.000 PESOS PARA PASEOS

SALIDAS: DESDE EL 27 DE SEPTIEMBRE HASTA EL 01 DE OCTUBRE 2022.

Tiquetes aéreos vuelos Charter

Alimentación tipo full

Alojamiento 4 noches en el hotel TOWER

Asistencia médica

Para más Información:
Celular: +57 3192484778
Cra. 42 #11-25, Cali, Valle del Cauca
aventurasuntravel@gmail.com

NO INCLUYE: entrada a la isla, gastos no especificados, ni traslados hotel - aeropuerto - hotel.



Propuesta diseño de marca para impulsar emprendimiento Bebidas Típicas del Pacífico en el municipio de Jamundí

Brand design proposal to promote entrepreneurship, bebidas típicas del pacifico in the municipality of jamundi.

Miguel Ángel Bolaños Hernández; Danna Valentina Córdoba Pulido; Ashly Camila Guevara Mafla; Camila Romero Montoya; Erika Vanessa Vergara Ramírez / Tutora: María Fernanda Ramírez Escobar / 2022A

Resumen

Teniendo en cuenta que Colombia es un país en el que prevalece la idiosincrasia de nuestros pueblos, por ende, la cultura y las raíces de sus habitantes son muy importantes en todas las etnias existentes; se realizó una investigación sobre el origen de las bebidas típicas del pacifico y cuáles eran sus principales componentes, elaboración, empaque y los elementos que se han utilizado para la imagen de la marca hasta el momento. Es una bebida tradicional y/o afrodisiaca pero también ha servido para curar, prevenir enfermedades y potenciar sexual y espiritualmente. Este proyecto es un negocio familiar que ha continuado desde su legado, cuyo objetivo principal es darse a conocer como el mejor por su calidad. Para generar un gran impacto visual, se requería realizar una mejora para la renovación de la imagen corporativa, manejo de redes sociales y elaboración de piezas gráficas. En el desarrollo se tuvo en cuenta lo conceptos como artesanal, ancestral, sabor, dinamismo, elegancia para darle un toque de frescura y armonía a su imagen en general. Nuestra emprendedora nos transmitió sus necesidades por medio de las diferentes intervenciones que tuvimos como trabajo

Bebidas típicas del pacífico

en equipo, logramos cumplir con el objetivo y satisfacción que se requería. La intención es darse a conocer al público fuera del municipio de Jamundí, en eventos, generar un mayor reconocimiento a nivel regional y nacional para ser comercializado en distintos sectores gastronómicos.

Palabras claves: Cultura, ancestral, fresca, armonía, gastronómico.

Abstract

Considering that Colombia is a prevailing country the idiosyncrasy of our towns, for conclusion, the culture and estate of their habitants are very important in all of the ethnicities that exist; it has been made an investigation about the typical pacific drinks and which were their main components, elaboration, packaging and the elements that were using to the brand image until now. It is a traditional aphrodisiac drink but also it has served to cure or prevent diseases, sexual and spiritual enhancement. This project is a family business that has continued from his legacy, whose main objective is to make himself known as the best for its quality. We conclude that, to generate a great visual impact is required make an upgrade for renewal of the corporate image, social media management and elaboration of graphic pieces. In the development, the concepts were taken into account as an artisan, ancestral, taste, dynamism, elegance to give it a touch of freshness and harmony in your image general. Our entrepreneur conveyed her needs to us through the different interventions we had as teamwork, we managed to meet the goal and satisfaction required. The intention is to be known to the public outside the municipality of Jamundí. At events, generate greater recognition at the regional and national level to be marketed in different gastronomic sectors.

Keywords: Culture, ancestral, freshness, harmony, gastronomic.



Catanga: maleta informativa sobre los procesos de inscripción de las comunidades afrodescendientes del Valle del Cauca ante entidades gubernamentales

Catanga: informative suitcase about inscription process of afro-descendant population in Valle del Cauca government

Diana Carolina Torres Avellaneda; Nazly Yobelly Bolaños Garzón; Yeimmy Vanesa Herrera López; Carlos Fernando Guzmán Ruiz; Jeison Andrés Acosta Mejía / Tutor: Luis Alberto Castro Perlaza / 2022A

Resumen

La Constitución Política de Colombia de 1991, reconoce a las poblaciones afrodescendientes como parte de la diversidad y valor étnico y cultural de la Nación, sin embargo, muchas de las comunidades que conservan una memoria colectiva y que se expresa en ámbitos culturales y saberes ancestrales, independientemente de una base territorial urbana o rural, tienen una débil capacidad organizativa, escaso reconocimiento o incorporación en iniciativas que fortalezcan su calidad de vida. Por esta razón, entes gubernamentales, disponen de unas guías de inscripción para el reconocimiento de organizaciones de base y consejos comunitarios ante el Ministerio del Interior, pero dicho material está presentado en formato digital poco funcional. Nuestro rol como diseñadores gráficos, es rediseñar documentos institucionales de la Gobernación del Valle en una propuesta visual que comunique de una manera más clara, llamativa y efectiva. El proceso creativo, para su elaboración, constó de cuatro fases: comprender la problemática de comunicación, analizar sobre quién se influencia, idear y concretar alternativas de solución y finalmente se materializa los plegables virtuales en material impreso. El producto final fue una



maleta elaborada en cartón que guarda 5 plegables, un rompecabezas fotográfico compuesto por 6 cubos, un tablero pequeño en acrílico, marcadores borrables, hojas, lapiceros, lápices para apuntes y borradores. Nuestro propósito es lograr que la maleta sea un mecanismo que ayude a fortalecer los procesos de comunicación y, por ende, de construcción de la nación colombiana.

Palabras claves: maleta, comunicación, población afrodescendiente.

Abstract

The Political Constitution of Colombia of 1991 recognizes Afro-descendant populations as part of diversity, ethnic and cultural value of nation. Many of these communities preserve a collective memory and express themselves in cultural environments and ancestral knowledge. Regardless of their urban or rural territorial base, they have weak organizational capacity, little recognition or incorporation into initiatives that strengthen their quality of life. For this reason, the Ministry of Interior have registration guides to recognize grassroots organizations and community councils. These guides are delivered in a digital format that is not very functional. Our role as Graphic Designers is to redesign institutional documents of the Valle Del Cauca Government in a visual proposal that communicates more clearly, in more striking and effective way. The creative process consisted of four phases: understanding the communication problem, analyzing the influenced people, specifying alternative solutions and printing the material. The final product was a suitcase made of cardboard that keeps five folders, photographic puzzle made up of 6 cubes, a small acrylic board, erasable markers, sheets, pens, pencils for notes and erasers. Our purpose is to make the suitcase a mechanism that strengthen communication processes and, therefore, the construction of the Colombian nation.

Keywords: suitcase, communication, Afro-descendant population.

The header image features a dark brown background with several white line-art icons: a grid pattern, a circular pattern, a gear, a bowl of food, and a slice of cake. On the right side, there is a stack of three books with green covers and white pages, and a larger book with a green cover and a yellow lightning bolt icon on its spine.

La gastronomía del Pacífico como herramienta de visibilización de las minorías afrocolombianas

Pacific gastronomy as a visibility tool for afrocolombian minorities

Julián David Ruíz Correa; Laura María Ruíz Zapata; Daniela Trujillo González; Lorenzo Valderruten Herrera / Tutora: Aura María Cifuentes Montalvo / 2022A

Resumen

La Región Pacífica es una de las seis regiones naturales de Colombia, es una región selvática con variada flora y fauna, posee una gran riqueza cultural y es el hogar de más del 40% de la población afro del país. Desde el programa, se estableció como objetivo desarrollar un proyecto de emprendimiento para beneficiar a un grupo minoritario, que aporte al fortalecimiento de la región como un epicentro de diversidad cultural, étnica y racial, a partir de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Como equipo, decidimos trabajar con las madres cabeza de familia afrocolombianas y la gastronomía dulce de la región pacífica. Con este proyecto, buscamos resaltar la riqueza de la región, generando así una forma en que las madres afrocolombianas puedan tener una fuente de ingresos extra, resaltando su sabor, tradición, dulzura y dando visibilización a la región y su cultura a través de la gastronomía. A partir de esta premisa, creamos "Borondo & Borojó", un recetario de gastronomía dulce para turistas locales e internacionales, el cual habla brevemente sobre la región pacífica, la historia afrocolombiana, los orígenes de su gastronomía dulce, una guía de recetas, una guía gastronómica de Santiago de Cali y una sección para que los lectores plasmen sus opiniones, recomendaciones y experiencias alrededor de la región, su gastronomía y su cultura. En conclusión, esperamos que nuestro proyecto brinde reconocimiento a la población afrocolombiana a nivel nacional e internacional, mostrando su riqueza cultural y gastronómica dulce.



Palabras claves: Región Pacífica, gastronomía, afrocolombianidad, madres cabeza de familia, turismo, diversidad cultural.

Abstract

The Pacific Region is one of the six natural regions of Colombia, is a jungle region with varied flora and fauna, has a great cultural richness and is home to more than 40% of the Afro population of the country. The program established the objective of developing an entrepreneurial project to benefit a minority group, which contributes to strengthening the region as an epicenter of cultural, ethnic and racial diversity, based on the Sustainable Development Goals (SDGs). As a team, we decided to work with Afrocolombian mothers, heads of household and the sweet gastronomy of the Pacific Region. With this project, we seek to highlight the richness of the region, thus generating a way for Afrocolombian mothers to have a source of extra income, highlighting its flavor, tradition, sweetness and giving visibility to the region and its culture through gastronomy. From this premise, we created "Borondo & Borójo", a sweet gastronomy recipe book for local and international tourists, which briefly talks about the Pacific Region, the Afrocolombian history, the origins of its sweet gastronomy, a recipe guide, a gastronomic guide of Santiago de Cali and a section for the readers to express their opinions, recommendations and experiences around the region, its gastronomy and culture. In conclusion, we hope that our project will bring recognition to the Afrocolombian population at a national and international level, showing its cultural and sweet gastronomic richness.

Keywords: Pacific region, gastronomy, Afrocolombian, mothers heads of household, tourism, cultural diversity.

76

*Programa Técnico Profesional
en Producción de*

AUDIO Y VIDEO



PRODUCCIÓN
DE **AUDIO Y**
VIDEO

CÓD. SNIES: 104530. Resolución MEN. 07110 de mayo 20 de 2015.
Registro calificado.

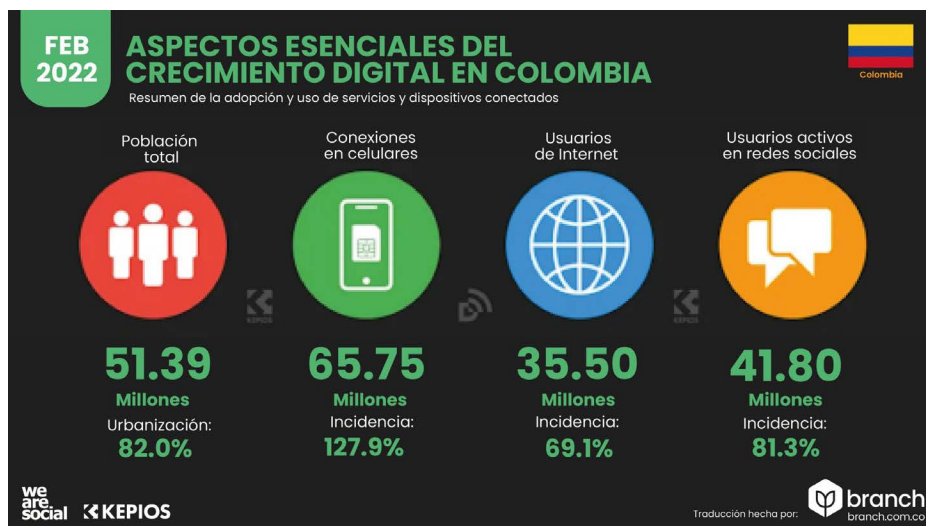
La producción audiovisual como apoyo a emprendimientos del Valle del Cauca

Adriana Villafañe Solarte¹⁰

Presentación

El medio visual y audiovisual es estratégico para posicionarse de manera efectiva y generar pregnancia en un público objetivo específico. Con el impacto ocasionado por la pandemia su uso se enfatizó en las diferentes plataformas digitales, que impulsó su variedad con diferentes temáticas de producción y versatilidad de adaptación reflejada en la amplia entrega de material audiovisual que se generan en ellas. Los emprendimientos en distintos niveles productivos se multiplicaron y diversificaron para resolver de manera urgente la crisis económica, que paradójicamente mejoró algunos sectores, entre ellos el audiovisual, por constituirse en el vehículo de promoción y difusión adaptado a las limitaciones generadas por el Covid 19.

El punto de venta migró en gran medida a la virtualidad, las compras y ventas digitales aceleraron su presencia en plataformas y redes, y desde estos espacios se articulan muchas de las nuevas propuestas a partir de productos audiovisuales.



10. Comunicadora Social Periodista, Esp. en Educación; Mg. en Educación Superior, Docente Líder de investigación del programa T. P. en Producción de Audio y Video Docente H.C Institución Universitaria Antonio José Camacho, proyectoaudiovideo@fadp.edu.co

11. Consultado en: <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2021-2022/#:~:text=Por%20otro%20lado%2C%20el%20n%C3%BAmero%20del%25%20de%20la%20poblaci%C3%B3n>

En la gráfica 1, se puede apreciar como de los 51,39 millones de personas que constituyen la población del país, poseen en promedio 1,2 celulares que permiten una conectividad a internet del 69.1%, y un 81% de usuarios activos a las redes sociales.

Este contexto nos permitió establecer por un lado la problemática de una economía lesionada por dos años de pandemia, en proceso de reactivación y por el otro, el uso de los medios digitales como apoyo.

Del método

El trabajo realizado partió de la pregunta problema: ¿Cómo apoyar emprendimientos productivos del Valle del Cauca a través de productos visuales y audiovisuales? Y como objetivo general se planteó apoyar emprendimientos orientados a diferentes entornos productivos del Valle del Cauca a través de productos visuales y audiovisuales, el cual consideró los siguientes objetivos específicos:

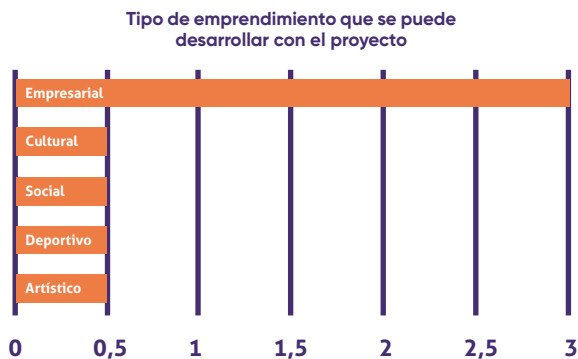
- Analizar información bibliográfica sobre la producción audiovisual y emprendimientos que fundamenten la propuesta audiovisual.
- Producir por semestres productos visuales y/o audiovisuales que apoyen emprendimientos de la ciudad Cali.
- Establecer a través de cada producto visual y/o audiovisual una relación clara con los módulos de cada semestre del Programa.

El proyecto de investigación corresponde a la investigación formativa por el carácter de la IES de la FADP. El cual contempló tres etapas, en la Primera fase se desarrolló la Contextualización con un trabajo escrito sobre las definiciones de las palabras clave, acompañado de mapas conceptuales e Infografías del material bibliográfico; en la segunda fase se realizó el trabajo de campo y Análisis de resultados. Se recomendó entrevistar a publicistas, productores audiovisuales y especialistas en el tema de emprendimiento, todo esto como insumo para la realización de la producción de las piezas audiovisuales y, finalmente, en la última fase se realiza la posproducción de cada uno de los entregables

De los resultados

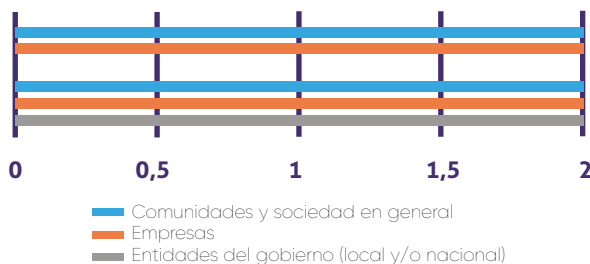
En este proyecto participaron 104 estudiantes de la jornada de la semana y del sábado, organizados en 32 grupos de trabajo, en 8 semestres (seis de jornada de la semana, y dos-primero y sexto - de la jornada del sábado), con la orientación de cinco profesores: Juan Carlos Gonzáles, Carlos Andrés Arana Castañeda, Mauricio Moreno, Rubén Darío Saavedra, Adriana Villafañe y Gerónimo de la Cruz.

Con los datos suministrados por los estudiantes de los grupos que presentaron el proyecto integrador, para el área de innovación de la Institución, encontramos los siguientes indicadores.



Gráfica 2: Carácter del emprendimiento.

Frente a la variable que establece el tipo de emprendimiento que se puede desarrollar con el proyecto integrador, se encontró que el 50% tiene un carácter empresarial, 16,6% cultural y/o artístico, y 16,6% social, cultural y/o artístico relacionado con emprendimiento y el 16,6% restante se le adiciona el carácter deportivo.



Gráfica 3: Impacto al sector externo y beneficiarios.

En relación con el impacto a sector externo, se constató que el 50% de los beneficiarios de los proyectos pertenecen a las comunidades y sociedad en general y el 50% al sector empresarial que incluye a las sociedades sin ánimo de lucro, discriminadas posteriormente con un 33,3% cada una.

Finalmente podemos concluir que el desarrollo del proyecto integrador en el Programa permitió a los estudiantes llevar a cabo el objetivo general del trabajo, apoyando y visibilizando diferentes emprendimientos del Valle del Cauca a partir de la producción de productos visuales y audiovisuales.

A continuación, se reseñarán resúmenes de los proyectos integradores entregados en algunos semestres.

Posicionamiento de marca y campaña de social media, para fortalecer la Productora Media Manager

Brand positioning and social media campaign, to strengthen the Production Company Media Manager

Julián Andrés Salcedo Henao / Tutor: Carlos Andrés Arana Castañeda / 2022A

Resumen

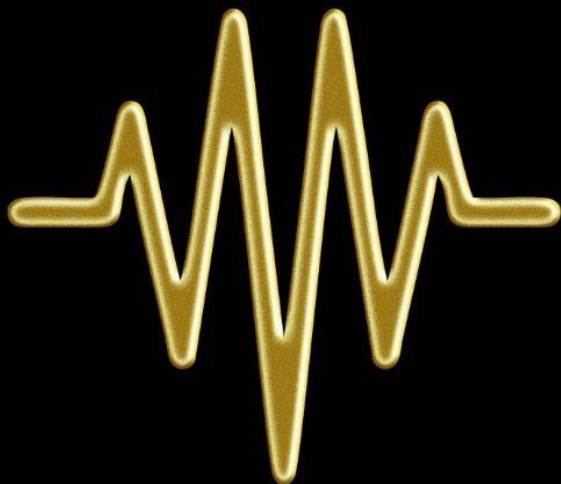
El Valle del Cauca y especialmente Cali, es destacado por su gente emprendedora y de empuje. Lamentablemente la mayoría de ellos llevan a cabo sus proyectos de manera empírica. Entre ellos, se encuentra Media Manager. Una Productora Audiovisual, que aparte de su abanico de servicios, presenta una bonita promesa a resaltar, la cual se trata de impulsar nuevos talentos e ideas de negocio que no cuentan con gran capital para iniciar. Al ser una marca nueva y poco reconocida, pretendemos brindar apoyo para mejorar su posicionamiento. Nuestra campaña "Catapultando Sueños", busca que, por medio de piezas gráficas y material audiovisual para redes sociales, se pueda conseguir lo siguiente: 1. Lograr despertar interés para un nuevo público que desconoce los aportes que pueda realizar una Agencia Audiovisual a su marca o idea de negocio; 2. Mostrar la importancia de darse a conocer y el tener un trabajo de calidad que los destaque en los medios masivos de comunicación, especialmente las redes sociales; 3. Mostrar portafolio para vender los servicios que presta Media Manager, trabajos realizados y casos de éxito; 4. Difundir el valor agregado de asesoría gratuita para los nuevos emprendedores y servicios audiovisuales con tarifas especiales que les permitan impulso y crecimiento.

Palabras claves: video, fotografía, emprendimiento, redes sociales.

Abstract

Valle del Cauca, and especially Cali, is noted for its enterprising and driven people. Unfortunately, most of them carry out their projects empirically. Among them is Media Manager. A small Audiovisual Production Company, which apart from its range of services, presents a beautiful promise to highlight, which is about promoting new talents and business ideas that do not have large capital to start. Being a new and little recognized brand, we intend to provide support to improve its positioning. Our campaign "Catapulting Dreams" seeks that, through graphic pieces and audiovisual material for social networks, the following can be achieved: 1. Achieve interest for a new public that is unaware of the contributions that an Audiovisual Agency can make to its brand or business idea. 2. Show the importance of being known and having quality work that stands out in the mass media, especially social networks. 3. Show portfolio to sell the services provided by Media Manager, work done and success stories. 4. Disseminate the added value of free advice for new entrepreneurs and audiovisual services with special rates that allow them to boost and grow.

Keywords: video, photography, entrepreneurship, social networks.



medlamanager
Productora Creativa



“El Kalabozo tattoo”

Emmanuel David Muñoz Chávez; Alex Oliveros; Pablo Briñez; Pablo Girón / Tutor: Juan Carlos González / 2022A

Resumen

Dicen por ahí que el mundo se divide en dos: los que nunca se han tatuado, y los que sí. Y probablemente así sea, ya que los prejuicios y rumores que existen alrededor de este mundo, expresan las opiniones tan divididas en este tema. Por un lado, tenemos a las personas que han crecido con la bella idea de tatuarse algún día; por otra parte, están los que crecen con cierta discriminación a quienes llevan tinta en la piel. Si bien la decisión de tatuarse o no es completamente respetable, ese mismo respeto suele verse limitado en ciertos contextos sociales; un fenómeno común de intolerancia ha creado una falsa imagen relacionada con una persona tatuada. El estereotipo conservador infiere que una persona tatuada es irresponsable, sucia, con antecedentes poco confiables, incluso criminal. La realidad es que el tatuaje mismo no discrimina; todos pueden tener uno: exitosos empresarios, magníficos artistas, profesionales en el área de la salud, criminales, personas responsables e irresponsables, eso no importa. Nosotros como estudiantes del programa Técnico Profesional en Producción de Audio Y Video encontramos importante esta investigación porque al mismo tiempo que contribuimos a fortalecer un imaginario positivo sobre el uso del tatuaje, podemos ayudar al crecimiento de la micro empresa llamada Kalabozo tattoo, a través de productos visuales y audiovisuales y así mostrar sus procesos institucionales, la forma de trabajar, el estilo que tienen y cómo cumplen con todas las normas de salubridad; también aplicaremos conceptos aprendidos en este semestre como lo es el color, lenguaje audiovisual, diferentes planos, movimientos de cámaras entre otros dando como resultado un videoclip de un minuto y una fotografía que se utilizará en redes sociales (Instagram) promocionando este emprendimiento ubicado en la ciudad de Cali.



Palabras claves: Emprendimiento, tatuajes, productos audiovisuales.

Abstract

They say that the world is divided into two: those who have never had a tattoo, and those who have. And it probably is, since the prejudices and rumors that exist around this world express the opinions so divided on this subject. On the one hand, we have people who have grown up with the beautiful idea of getting a tattoo one day; On the other hand, there are those who grow up with a certain discrimination against those who wear ink on their skin. While the decision to get tattooed or not is completely respectable, that same respect is often limited in certain social contexts; a common phenomenon of intolerance has created a false image related to a tattooed person. The conservative stereotype infers that a tattooed person is irresponsible, dirty, with an unreliable background, even criminal. The reality is that the tattoo itself does not discriminate; everyone can have one: successful entrepreneurs, great artists, health professionals, criminals, responsible and irresponsible people, it doesn't matter. We, as students of the Professional Technician in Audio and Video Production program, find this research important because at the same time that we contribute to strengthening a positive imaginary about the use of tattooing, we can help the growth of the micro company called Kalabozo tatto, through products visual and audiovisual and thus show their institutional processes, the way they work, the style they have and how they comply with all health regulations; We will also apply concepts learned in this semester such as color, audiovisual language, different planes, camera movements, among others, resulting in a one-minute video clip and a photograph that will be used on social networks (Instagram) promoting this venture located in the Cali city.

Keywords: Entrepreneurship, tattoos, audiovisual products.

“RM tattoo”

Juan Diego Machado; Evelyn López; Sebastián Jaramillo / Tutor: Mauricio Moreno Rodríguez / 2022A

Resumen

Podríamos pensar que el tatuaje tiene sus inicios en la era moderna, o quizás desde un poco antes con las guerras o los Yakuza, sin embargo, se tiene registro desde hace cientos de años con casos como el de Ötzi (cazador del neolítico congelado encontrado en la frontera de Austria con Italia) y Amunet y Aseond (sacerdotisas egipcias) que implican que esta práctica se realizaba desde hace más de 5.300 años. El tatuaje en la actualidad se realiza en buenas condiciones de higiene (guantes de nitrilo, agujas estériles, tintas vegetales y animales, suero fisiológico, vaselina, vitaminas, etc...) para evitar infecciones o contaminaciones que pueda causar problemas de salud a la persona que se los haga. Del mismo modo, los tatuajes han evolucionado su finalidad y estilos a un enfoque netamente estético. Entre los nuevos estilos encontramos: tradicional, Neo tradicional, Nueva escuela, Vieja escuela, Maorí, Black work, Black out, Trash polka, Lettering, Minimalismo, Realismo. Para el fundador y tatuador principal de RM TATTOO Rafael Muñoz, el realismo ha sido su foco principal de inspiración, ya que construir retratos y plasmarlos en la piel de las personas que desean llevar a sus familiares o seres queridos ha sido todo un reto, pero también todo un privilegio para él, ya que desde joven soñó con lo que ahora está haciendo realidad. Nosotros como estudiantes de Producción de Audio y Video de La Fundación Academia de Dibujo Profesional y siendo concedores del mundo audiovisual en el medio digital decidimos llevar a cabo un trabajo en conjunto con Rafael Muñoz para así, por medio de videos publicitarios ampliar el alcance de su contenido y que llegue con mayor facilidad a su público objetivo.

Palabras claves: Emprendimiento, redes sociales, tatuajes.

Abstract

We could think that the tattoo has its beginnings in the modern era, or perhaps from a little earlier with the wars or the Yakuza, however there is a record for hundreds of years with cases such as that of Ötzi (frozen Neolithic hunter found in Austria's border with Italy), Amunet and Aseond (Egyptian priestesses) imply that this practice was carried out for more than 5,300 years. The tattoo at present is done in good hygiene conditions (nitrile gloves, sterile needles, vegetable and animal inks, physiological saline, Vaseline, vitamins, etc...) to avoid infections or contaminations that can cause health problems to the person who tattoos. make them. Similarly, tattoos have evolved their purpose and styles to a purely aesthetic approach. Among the new styles we find: traditional, Neo traditional, New school, Old school, Maori, Black work, Black out, Trash polka, Lettering, Minimalism, Realism. For the founder and main tattoo artist of RM TATTOO Rafael Muñoz, realism has been his main focus of inspiration, since building portraits and capturing them on the skin of people who want to bring their family or

loved ones has been a challenge but also a privilege for him, since from a young age he dreamed of what he is now making a reality. We, as students of Audio and Video Production of the Professional Drawing Academy Foundation and being connoisseurs of the audiovisual world in the digital medium, decided to carry out a joint work with Rafael Muñoz in order to, through advertising videos, expand the reach of his content and that it reaches your target audience more easily.

Keywords: Entrepreneurship, social media, tattoo.



“Hogar dulce fortissimo”

Juan Diego Machado; Evelyn López; Sebastián Jaramillo / Tutor: Rubén Darío Saavedra / 2022A

Resumen

La realización de este proyecto es un claro ejemplo de la creatividad y el emprendimiento de los estudiantes de la FADP, con propuestas audiovisuales para dar a conocer una gran fundación de carácter social como lo es “La Fortissimo”, que promueve las prácticas artísticas y musicales para un ambiente afectado por la violencia en que vivimos, generando oportunidades y salidas para los jóvenes y niños del sector que se ven inmersos en las problemáticas de nuestra sociedad. Los chicos que participan en las actividades que brinda la fundación ven un mundo distinto al que acostumbramos ya que no piensan en tener un arma en sus manos, sino en sostener una guitarra o tocar un piano para dar a conocer sus pensamientos y sentimientos, generando felicidad y tranquilidad tanto a ellos mismos, como a sus seres queridos que están confiados sabiendo que no están en la calles cometiendo delitos, gracias a la fundación Fortissimo por cambiar las vidas de muchos jóvenes y niños.

Palabras claves: organizaciones sin ánimo de lucro, proyección social, producción visual y audiovisual.

Abstract

The realization of this project is a clear example of the creativity and entrepreneurship of the FADP students, with audiovisual proposals to publicize a great foundation of a social nature such as “La Fortissimo”, which promotes artistic and musical practices. for an environment affected by the violence in which we live, generating opportunities and outlets for young people and children in the sector who are immersed in the problems of our society. The boys who participate in the activities offered by the foundation see a world different from the one we are used to since they do not think of having a weapon in their hands, but of holding a guitar or playing a piano to make their thoughts and feelings known, generating happiness. and peace of mind for themselves and their loved ones who are confident knowing that they are not on the streets committing crimes, thanks to the Fortissimo foundation for changing the lives of many young people and children.

Keywords: Non-profit organizations, social outreach, visual and audiovisual production.



FORTISSIMO

“Coca para la paz”

Andrés Buitrón; Daniela Cajiao Jaramillo; Nicolás Macías Portillo; Jhon Mario Rebolledo Riascos / Tutora: Adriana Villafañe Solarte / 2022A

Resumen

Gracias al auge de las nuevas tecnologías y específicamente con la creación del internet, se ha desarrollado un medio muy poderoso para la humanidad: las redes sociales como medio de comunicación. Y para nadie es un secreto que dichas redes de información logran conseguir un alcance mundial en cuestión de segundos. Con la pandemia y el confinamiento originados por COVID-19 las redes y plataformas se tornaron en el método más viable y rápido para dar a conocer cualquier tipo de información; temas políticos, científicos, de diversión, hasta incluso dar a conocer los emprendimientos más pequeños a un mayor número de personas y haciendo que este consiga un reconocimiento mucho más amplio y un crecimiento exponencial. Estos medios de difusión empleados correctamente dan visibilidad a proyectos y emprendimientos que buscan aportar un verdadero sentido al país y apoyar a más de una comunidad, es por esto que, como productores audiovisuales y creadores de contenido de una manera creativa, buscamos dar a conocer por estos medios de comunicación digital, el emprendimiento COCA PARA LA PAZ. El emprendimiento COCA PARA LA PAZ busca modificar el pensamiento político y el prejuicio sobre la coca por ser empleada por el narcotráfico, utilizando esta planta como instrumento gastronómico para darle nuevos sabores a los platos colombianos, aparte de este principal objetivo, apoyar directamente a los campesinos cultivadores de coca siendo su única fuente de sostenimiento el cultivo de esta mata. Fue este motivo el que nos ha impulsado a realizar este documental comercial para conseguir una mayor visibilidad a todo este emprendimiento, transmitiéndolo por medio de las redes sociales y otros medios de comunicación, teniendo como objetivo llegar al alcance de todo tipo de público. Como estudiantes, nos vimos a la tarea de estudiar no únicamente como un documental comercial, distribuido correctamente por los diversos medios puede llegar a un buen público objetivo y con ello llegar a generar mucha más visibilidad, sino que también estudiamos acerca de la coca y sus componentes y nos dimos a la tarea de probar algunas de las recetas, porque cual sería el objetivo de toda esta investigación y apoyo al emprendimiento, si nosotros mismos no estamos convencidos que es realmente algo bueno y dejamos ese tabú a un lado. Todo este proceso de investigación, tanto audiovisual, como del emprendimiento se encuentra registrado a lo largo de este documento.

Palabras claves: Coca – documental, emprendimiento, publicidad, redes sociales.

Abstract

Thanks to the rise of new technologies and specifically with the creation of the internet, a very powerful medium has been developed for humanity: social networks as a means of communication. And it is no secret to anyone that these information networks manage to achieve a global reach in a matter of seconds. With the pandemic and the confinement caused by COVID-19, networks and platforms have become the most viable and fastest method to publicize any type of information; political, scientific, fun topics, even making the smallest undertakings known to a greater number of people and making it achieve much broader recognition and exponential growth. These media

used correctly give visibility to projects and enterprises that seek to bring true meaning to the country and support more than one community, which is why as audiovisual producers and content creators in a creative way, we seek to make known by these digital media, entrepreneurship COCA FOR PEACE. The COCA PARA LA PAZ initiative seeks to modify political thought and prejudice about coca for being used by drug traffickers, using this plant as a gastronomic instrument to give new flavors to Colombian dishes, apart from this main objective, to directly support peasants coca growers, their only source of support being the cultivation of this plant. It was this reason that has prompted us to make this commercial documentary to achieve greater visibility for this entire undertaking, transmitting it through social networks and other media, with the aim of reaching all types of audiences. As students, we saw ourselves with the task of studying not only how a commercial documentary, correctly distributed by the various media, can reach a good target audience and thereby generate much more visibility, but we also studied about coca and its components and we took on the task of trying some of the recipes, because which would be the goal of all this research and support for entrepreneurship, if we ourselves are not convinced that it is really a good thing and we put that taboo aside. All this research process, both audiovisual and entrepreneurship, is recorded throughout this document.

Keywords: Coca – documentary, entrepreneurship, advertising, social networks.



La producción audiovisual como apoyo a emprendimientos del Valle del Cauca

Daniela Beltrán, Daniela Balanta; Yojan Infante; Santiago Gómez; Felipe Cortés; Isabella Vicuña / Tutora: Adriana Villafañe Solarte / 2022A

Resumen

En la ciudad de Santiago de Cali encontramos problemáticas sociales, culturales o laborales y llegamos a la conclusión de que los emprendimientos que empiezan a surgir al día de hoy, necesitan un impulso para crecer exponencialmente en poco tiempo, y que por medio de ideas innovadoras como las Startups podemos ofrecer una solución. Brindar el soporte a UOMOApp como ejemplo de cómo el poder de la tecnología te puede llevar a diferentes lugares, y así mismo, poder garantizar el compromiso con el contenido de valor a nivel audiovisual para visibilizar el emprendimiento. Se propone el uso de recursos publicitarios y estructuración de contenidos para brindarle a la aplicación un estilo propio que aporte a la audiencia y logre responder las dudas del servicio ofrecido. Además, plantear el uso de los medios digitales que permitan conocer el impacto, propósito e innovación de la aplicación para captar la atención de grandes audiencias sin dejar de entretener al consumidor. Teniendo en cuenta la finalidad del emprendimiento, se construye y establece una propuesta de contenido de ayuda para la marca con un soporte documental que abarque la dinámica del servicio. Concluimos que con esta estrategia audiovisual lograremos posicionar y visibilizar a la aplicación que ayuda a cientos de emprendimientos y trabajos del día a día a seguir generando empleos que satisfagan las necesidades del consumidor.

Palabras claves: Emprendimiento, audiovisual, servicio, visibilizar.

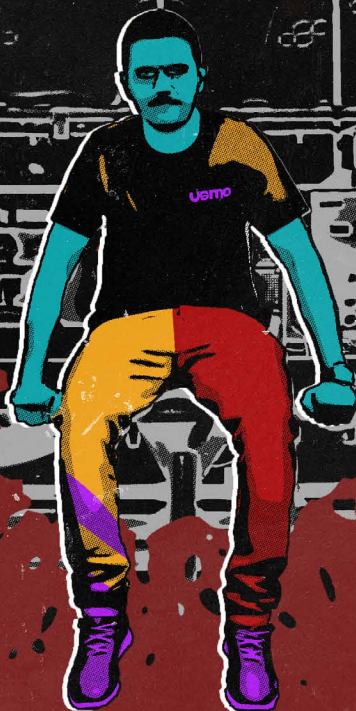
Abstract

In the city of Santiago de Cali we find social, cultural or labor problems and we come to the conclusion that the enterprises that are beginning to emerge today need a boost to grow exponentially in a short time, and that through innovative ideas such as Startups can offer a solution. Provide support to UOMOApp as an example of how the power of technology can take you to different places, and likewise, be able to guarantee the commitment to valuable content at an audiovisual level to make the entrepreneurship visible. The use of advertising resources and content structuring is proposed to provide the application with its own style that contributes to the audience and manages to answer questions about the service offered. In addition, propose the use of digital media that allow knowing the impact, purpose and innovation of the application to capture the attention of large audiences while entertaining the consumer. Taking into account the purpose of the undertaking, a proposal of help content for the brand is built and established with a documentary support that covers the dynamics of the service. We conclude that with this audiovisual strategy we will be able to position and make visible the application that helps hundreds of businesses and day-to-day jobs to continue generating jobs that meet the needs of the consumer.

Keywords: Entrepreneurship, audiovisual, service, visibility.

MENTALIDAD START-UP

MINIDOCUMENTAL



"El mayor riesgo es no tomar ningún riesgo".

Caliluna

Alexander Calvo Muñoz; Cristian Andres Alarcon Galea; Luis Manuel Mina Dominguez; Laura Maria Calero Lozano; Juan Sebastian Hincapie Mosquera; Juan Sebastian Samboni / Tutor: Gerónimo de la Cruz / 2022A

Resumen

Semiluna es una marca que nació de María Eugenia y su hijo Felipe; empezó como un taller de joyería con el propósito de ayudar a mujeres emprendedoras a cumplir sus sueños. Con el tiempo ha evolucionado y mejorado sus procesos para innovar. Ahora son cuatro socios, que con su taller y marca de joyería trabajan para ayudar a cumplir sueños, creando joyas a través de procesos mágicos y entregando lo mejor de ellos para sus clientas. Cali es una de las grandes cunas del emprendimiento de Colombia, de sus tierras nacen emprendedores impulsados por las ganas de salir adelante, cumplir sus sueños y generar cambios en su entorno. Semiluna es uno de ellos, la pasión por crear fue evolucionando a través del tiempo y después de comenzar como un proyecto de manualidades se convirtió en un emprendimiento local de joyas personalizadas.

Palabras claves: emprendimiento, feminismo, joyería, producción audiovisual

Abstract

Semiluna is a brand that was born from María Eugenia and her son Felipe; It started as a jewelry workshop with the purpose of helping enterprising women to fulfill their dreams. Over time it has evolved and improved its processes to innovate. Now there are four partners, who with their workshop and jewelry brand work to help fulfill dreams, creating jewelry through magical processes and delivering the best of them to their clients. Cali is one of the great cradles of entrepreneurship in Colombia, entrepreneurs are born from its lands driven by the desire to get ahead, fulfill their dreams and generate changes in their environment. Semiluna in one of them, the passion to create was evolving through the time and after starting as a craft project it grew into a local custom jewelry startup.

Keywords: Entrepreneurship, feminism, jewelry, audiovisual production.

GABRIELA
OROZCO

ALLISON
RAMOS

SEMILUNA

PRODUCED BY SERAFÍN HINGAPIÉ ALEX CALVO LAURA GALERO
CASTING BY CRISTIAN ALARCÓN SEBASTIÁN SAMBONI

TRAZOS – Mini serie

Nichole Castellanos; Estefanía Millán; Cristian Álvarez; Jose Granobles; Nicolás Calambas / Tutor: Gerónimo de la Cruz / 2022A

Resumen

Hemos escuchado que se habla con frecuencia del éxito de un artista, sin embargo, son pocas las veces en las que se menciona la crisis del proceso creativo al que se enfrentan. En esta ocasión abordamos dentro de una ficción psicológica dicha crisis en el artista visual Pueblo Rosa, con la finalidad de plasmar todo el proceso que debe atravesar un emprendimiento artístico, hasta llegar a su objetivo final; el mercado, donde podemos identificar el papel que juega actualmente los productos audiovisuales para los emprendimientos. La metodología de investigación aplicada fue la cualitativa, haciendo uso de entrevistas, referentes visuales y análisis de redes sociales. Como resultado se obtiene una mini serie, producto audiovisual de ficción biográfica donde plasmamos la crisis creativa a la que se enfrenta el personaje, que, al atravesar esta lucha, obtiene como resultado, un impacto positivo para su emprendimiento, resaltando el talento del artista, el valor agregado al producto artesanal y el auge de las herramientas visuales y audiovisuales en las plataformas digitales.

Palabras claves: Emprendimiento, artista, crisis creativa, productos audiovisuales.

Abstract

We have heard that the success of an artist is often talked about, however, the crisis of the creative process they face is rarely mentioned. On this occasion we address this crisis in the visual artist Pueblo Rosa within a psychological fiction, with the aim of capturing the entire process that an artistic undertaking must go through, until it reaches its final objective; the market, where we can identify the role currently played by audiovisual products for entrepreneurship. The applied research methodology was qualitative, using interviews, visual references and social network analysis. As a result, a mini series is obtained, an audiovisual product of biographical fiction where we capture the creative crisis faced by the character, who, by going through this struggle, obtains as a result, a positive impact for his entrepreneurship, highlighting the talent of the artist, the added value to the craft product and the rise of visual and audiovisual tools on digital platforms

Keywords: Entrepreneurship, artist, creative crisis, audiovisual products.

TRAZOS



FADP PRESENTS A **ARCON AUDIOVISUAL** FILM BY **NICHOLE CASTELLANOS** "TRAZOS" ART DIRECTOR **ESTEFANIA MILLAN** SOUND EFFECTS SUPERVISOR **CRISTIAM**

ALVAREZ ASSISTANT DIRECTOR **ESTEFANIA MILLAN** DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY **JOSE GRANOBLES** EXECUTIVE PRODUCER **NICOLAS CALAMBAS** EDITOR **CRISTIAM ALVAREZ**

EXECUTIVE PRODUCER **NICHOLE CASTELLANOS**

PRODUCED BY **ARCON AUDIOVISUAL** WRITTEN AND DIRECTED BY **NICHOLE CASTELLANOS**



96

Programa Técnico Profesional en

DISEÑO DE MODAS



**DISEÑO
DE MODAS**

CÓD. SNIES: 52513. Registro calificado. Resolución MEN. 014745 de agosto 12 de 2020.
Acreditación de Alta Calidad. Resolución MEN. 6113 de junio 12 de 2019

Construcción de Memoria Histórica haciendo uso de la Narrativa Textil

Raúl Quinayás¹³

Con el fin de continuar con el proceso de investigación formativa que se inició en el periodo 2021B, este semestre académico el Programa Técnico Profesional en Diseño de Modas sigue hablando de memoria, sin embargo, deja de concentrarse en la protesta social en Colombia, y abre el abanico para así ir en la búsqueda de hechos sociales que dejaron y dejan huella en la sociedad.

Por lo tanto, los proyectos integradores del periodo 2022A nacieron de la pregunta: ¿Cómo a través del desarrollo de artículos vestimentarios, se puede construir un repositorio de memoria histórica en Colombia? Pregunta que invita a los estudiantes del Programa Técnico Profesional en Diseño de Modas a investigar sobre los conceptos de Narrativa Textil y Memoria Histórica; a descubrir técnicas y desarrollar metodologías que les permitan abordar los temas que se relaciona a continuación:

Primer semestre

Tema: Construcción de Memoria Histórica, haciendo uso de la Narrativa Textil aplicada en tejidos elaborados a partir de la aplicación de técnicas de composición.

Este semestre investigó sobre las diferentes técnicas de estampación, bordado o tejido que existen y que permiten la construcción de diseños textiles. Eligieron una de estas y haciendo uso de la composición, la escala y el color elaboraron un muestrario de tapices con diferentes patrones (-figurativos, tipógrafos o geométricos).

Segundo semestre

Tema: Construcción de Memoria Histórica, haciendo uso de la Narrativa Textil aplicada en artículos vestimentarios elaborados a partir de la reutilización de materiales no convencionales.

Este semestre investigó sobre la reutilización de materiales no convencionales en

¹³ Líder de investigación Programa Técnico Profesional en Diseño de Modas de la Fundación Academia de Dibujo Profesional, proyectomodas@fadp.edu.co

la producción de prendas de vestir o artículos vestimentarios. Eligió un conjunto de estos materiales y llevó a la práctica todo lo aprendido, diseñando y elaborando un conjunto de prendas a escala real que exhibieron sobre maniquí.

Tercer semestre

Tema: Construcción de Memoria Histórica, haciendo uso de la Narrativa Textil aplicada en artículos vestimentarios elaborados a partir de la reutilización de prendas desechadas posconsumo.

Aquí, los estudiantes del programa investigaron sobre la reutilización de prendas desechadas posconsumo. Eligieron un conjunto de estos materiales y llevaron a la práctica todo lo aprendido, diseñando y elaborando un conjunto de prendas a escala real que exhibieron sobre un cuerpo humano.

Cuarto semestre

Tema: Diseño de un conjunto de prendas Athleisure que, haciendo uso de la Narrativa Textil, propicie la construcción de Memoria Histórica.

En este semestre, los estudiantes identificaron un público objetivo, quienes van a leer las versiones publicadas sobre los prototipos de la investigación narrativa. Llevaron a la práctica todo lo aprendido elaborando un conjunto de prendas Athleisure, confeccionado a tamaño real y exhibido sobre cuerpo humano.

Quinto Semestre

Tema: Diseño de una colección haciendo uso de la Narrativa Textil; que, aplicada en artículos vestimentarios, propicie la construcción de Memoria Histórica.

Los estudiantes de este semestre comenzaron construyendo un Brief para el diseño de una colección que conste de nueve (9) looks completos ilustrados. A su vez elaboraron un portafolio de colección con las nueve (9) propuestas de diseño, así como un (1) look completo, de los nueve (9) propuestos, confeccionado a tamaño real y con bases textiles propuestas para la colección.

Sexto semestre

Tema: Formulación de un modelo de negocio haciendo uso de la Narrativa Textil, que aplicada en artículos vestimentarios, propicie la construcción de Memoria histórica.

Los estudiantes modelaron un negocio perteneciente al sistema moda, donde con cuyos productos desarrollaron una narrativa textil que recogió tanto lo que se ha narrado en el campo, como el informe posteriormente elaborado.

Referencias

Ruiz Vargas, J. M. (2008). ¿De qué hablamos cuando hablamos de ' memoria histórica'?

Reflexiones desde la Psicología cognitiva. Entelequia: revista interdisciplinar, 7, 53-76. Mottainai ZGZ. (Productor). (2020). Narrativa textil Capítulo 1 [YouTube]. De <https://www.youtube.com/watch?v=H2aZgrLZwT8>

Consejería Presidencial para los Derechos Humanos y Asuntos Internacionales. (2021). BOLETÍN #51: DERECHOS HUMANOS EN EL MARCO DEL PARO NACIONAL 2021. Recuperado de <http://www.derechoshumanos.gov.co/Prensa/2021/Paginas/140521-infografia-DDHH-Paro-Nacional-2021.aspx>



Aplicación de la narrativa textil para contar las travesías vividas por los colombianos que se encontraban en Ucrania el pasado 24 de febrero

Application of the textile narrative to recount the journeys experienced by Colombians who found themselves in Ukraine on February 24

Nathalia Reyes Paz; Johanna Alexandra Rubio Parra / Tutor: Raúl Quinayás / 2022A

Resumen

El pasado 24 de febrero de 2022 Rusia inicia bombardeos en el territorio ucraniano, dando inicio a una guerra que hasta el día de hoy persiste. De la población ucraniana, alrededor del 12% son inmigrantes y una noticia del Espectador del 4 de marzo de 2022 informaba que 251 colombianos lograron salir de Ucrania. Al conocer este acontecimiento y el impacto que tuvo en nuestros compatriotas, decidimos que por medio del diseño textil y aplicando técnicas de narrativa textil podemos dar a conocer sus vivencias. La metodología utilizada es la Doble Diamante, la cual consta de 4 fases: La primera es el Descubrir, en esta fase se desarrolla todo el proceso de investigación. La segunda fase es el Observatorio, en donde se determinan y se realizan las técnicas de investigación. La tercera fase es el Desarrollo, en la que se aplican diversas técnicas textiles, como lo son el Tie Dye, la serigrafía y la pintura en tela. Esto se hace sobre 4 tapices de 150cm de ancho, por 100cm de largo, y en los que se plasmó el diseño que previamente se bocetó. La cuarta fase es la culminación, hacemos entrega y exposición de todas las fases previas. Se concluye que podemos usar la narrativa textil para sensibilizar a la sociedad



con respecto a esta guerra que ha afectado a muchos compatriotas incluso cuando esta guerra no sucede en territorio colombiano.

Palabras claves: Emprendimiento, artista, crisis creativa, productos audiovisuales.

Abstract

On February 24, 2022, Russia began bombing Ukrainian territory, starting a war that continues to this day. Of the Ukrainian population, about 12% are immigrants and a news case in the Spectator dated March 4, 2022 reported that 251 Colombians managed to leave Ukraine. Knowing about this case and the impact it had on our compatriots, we decided that through textile design and applying textile narrative techniques we can make their experiences known. The methodology used is the Double Diamond, which consists of 4 phases: The first is Discover, in this case the entire research process is developed. The second case is the Observatory, where research techniques are determined and carried out. The third case is Development, in which various textile techniques are applied, such as Tie Dye, screen printing and fabric painting. This is done on 4 tapestries 150cm wide by 100cm long, and in which the design that I previously sketched was captured. The fourth case is the culmination, we deliver and exhibit all the previous phases. It is concluded that we can use the textile narrative to sensitize society regarding this war that has affected many compatriots even when this war does not take place in Colombian territory.

Keywords: War, Colombians, Ukraine, Textile Narrative

La narrativa textil y el impacto ambiental del fast fashion expresado en un atuendo de carácter conceptual

The textile narrative and the environmental impact of fast fashion expressed in an outfit with a conceptual character.

Lina Marcela Noreña Hoyos; Carolina Franco Cuchimba; Valeria Aristizabal Aristizabal; María Isabel García Gómez / Tutora: Patricia Martínez Lora / 2022A

Resumen

El Fast Fashion promovido por la industria de la moda es concebido como el principal factor que contribuye al impacto ambiental, pues la mayoría de los consumidores no tiene conciencia de los recursos necesarios para la fabricación de la ropa que usualmente compran y luego desechan. El objetivo principal de nuestro proyecto es visibilizar a través de la Narrativa textil, el impacto ambiental que se presenta en las prácticas de consumo del Fast Fashion en la Tienda "Comercializadora de Moda Mil y Una Variedades" del barrio Comuneros de Cali, la cual fue nuestro punto neurálgico para la investigación. Para lograr lo anterior, se hizo uso de materiales no convencionales para la elaboración de un producto vestimentario que transmita a través de su construcción y visualización el impacto que genera el desconocimiento y consumismo excesivo en la industria del vestir. Nuestro atuendo está compuesto por una máscara elaborada con amarras que simboliza la omisión de los consumidores y sus malas prácticas promovidas por el Fast Fashion y las consecuencias que esto produce en la industria de la moda. Seguido a esto se une con los tirantes y cinturón hecho de nodrizas que soportan el peso de la contaminación que se arrastra en la falda estilo envolvente, elaborada en plástico transparente reutilizado, donde las divisiones recrean la contaminación de retazos de bases textiles que se generan como desperdicio, junto con un body manga larga de cuello redondo compuesto por cuerdas teñidas que forman una serie de líneas orgánicas que muestran los torrentes de los ríos y/u océanos contaminados con las tinturas de las telas; y de esta manera contamos una historia a través del visual de nuestra creación el cual lleva a modo de complementos dos brazaletes bajo el concepto de planos seriados realizados en vasos plásticos reutilizados, en una gama de azules y verdes que simulan el oleaje donde se observan los desechos causados en la fabricación de ropa. Finalmente obtuvimos un producto vestimentario que rinde tributo al cuidado que debemos promover para sensibilizar frente al flagelo de la contaminación en la industria textil.

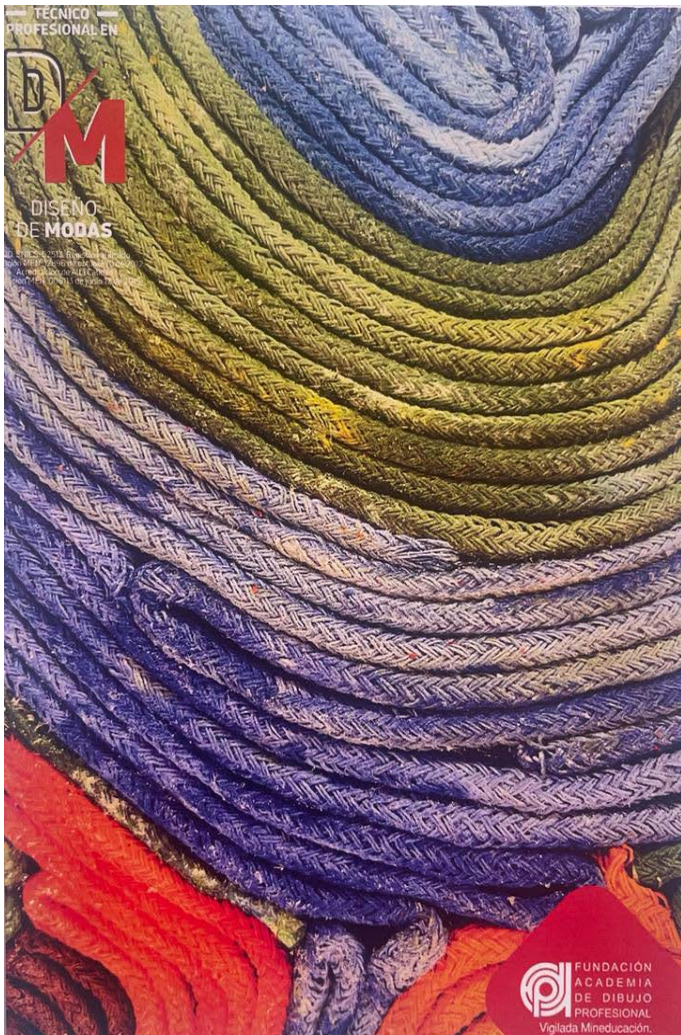
Palabras claves: Memoria Histórica; Narrativa Textil; Fast Fashion; Moda circular; Materiales no convencionales.

Abstract

On February 24, 2022, Russia began bombing Ukrainian territory, starting a war that continues to this day. Of the Ukrainian population, about 12% are immigrants and a news case in the Spectator dated March 4, 2022 reported that 251 Colombians managed to leave Ukraine. Knowing about this case and the impact it had on our compatriots, we decided that through textile design and applying textile narrative techniques we can make their experiences known. The metho-

dology used is the Double Diamond, which consists of 4 phases: The first is Discover, in this case the entire research process is developed. The second case is the Observatory, where research techniques are determined and carried out. The third case is Development, in which various textile techniques are applied, such as Tie Dye, screen printing and fabric painting. This is done on 4 tapestries 150cm wide by 100cm long, and in which the design that I previously sketched was captured. The fourth case is the culmination, we deliver and exhibit all the previous phases. It is concluded that we can use the textile narrative to sensitize society regarding this war that has affected many compatriots even when this war does not take place in Colombian territory.

Keywords: Historic Memory; Textile Narrative; Fast Fashion; Circular Fashion; Non-Conventional Materials.



Reconstrucción de prendas recicladas para construir una memoria histórica aplicando la narrativa textil

The reconstruction of recycle clothes, to set a historical memory, applying the textile narrative

Marshall Dorianny Caicedo Márquez; Ana Isabella Gómez Salazar; Estrella del Socorro Murillo de Quintana; Diana Gabriela Ortiz Cedeño / Tutora: Paola Andrea García Betancur / 2022A

Resumen

Las experiencias más fuertes de nuestras vidas se reflejan en lo que fuimos, en lo que somos. La constante evolución a la que ha sido sometido el mundo de la moda, nos lleva a ser exploradores de nuevas alternativas. Este proyecto fusiona una historia independiente, con el proceso de reconstrucción de prendas. Parte de un pasado de pérdida, a un presente de sanación. De una prenda desechada, a un vestuario majestuoso. Conceptualmente, el paralelismo toma protagonismo. ¿Qué pretende establecer? Nuestros pilares radican en la eco-responsabilidad (Moda circular), exclusividad (Vestuarios irrepetibles) y nostalgia (Conservación de la esencia de la historia). Como innovación, decidimos crear un prototipo de consumo cero, para la Met Gala 2022 "American: An Anthology of Fashion". Respaldo esto, se presenta una estética barroca y lujosa, que será contrastada con las tendencias actuales de color y diseño. Finalmente, se presenta la narrativa textil en forma de bordado y pedrería, ya que esta técnica ancestral caracteriza a nuestra narradora. Cada tiempo, pieza, método, ocasión, representación, han concluido en una nueva historia, un nuevo producto. ¡Esperamos que este vestuario cree una gran conciencia ambiental y social, y así mismo, lleve a la reflexión personal!.

Palabras claves: Memoria histórica, reconstrucción, narrativa textil.

Abstract

The strongest decisions in our life have been reflected in what we were; in what we are. The constant evolution to which the fashion's world has been subjected, lead us to being explorers of new alternatives. This project mixes an independent story with the clothes reconstruction process. Starts from a past of loss to a healing present. From a discarded cloth to a majestic outfit. Conceptually, parallelism takes protagonist. What it pretend stablish? Our pillars reside in eco-responsibility (Circle fashion), exclusivity (unrepeatable outfits) and nostalgia (Conservation of stories essence). As innovation, we decided to create a cero-consumption prototype for the Met Gala 2022 "American: An Anthology of Fashion". Supporting this, it presents a baroque and luxurious esthetic that will be contrasted with color and design actual trends. Finally, it presents textile narrative in embroidery and rhinestones way, because this ancestral technique distinguishes our narrator. Each time, piece, method, occasion, representation, have concluded into a new story, a new product. We hope this outfit develop an environment and social conscience, and likewise, lead to a personal reflection!.

Keywords: Historical memory, reconstruction, textile narrative.



Diseño de un conjunto de prendas Athleisure que, haciendo uso de la Narrativa Textil, propicie la construcción de Memoria Histórica

Design of a set of Athleisure garments that, making use of Textile Narrative, promote the construction of Historical Memory

Valentina Vallejo Rojas; Valeria Orozco Sierra; María Paula Duque Millán / Tutora: Maryluz Garcia Mejía / 2022A

Resumen

De acuerdo con un informe de la Coordinación de Asuntos Comunitarios de la ONU, más de 78.900 personas en Colombia han sido víctimas de desplazamiento masivo y confinamiento a causa de la violencia, en lo que va del año 2022. Tomando en cuenta esta cifra verdaderamente alarmante, y aprovechando el éxito de la reciente película "Encanto" de Disney, cuya trama se desencadena a partir de este tema, en este proyecto tuvimos como propósito difundir y honrar las historias de algunas de las víctimas que ha dejado este conflicto, para que así lleguen a más gente y logremos concientizar y movernos hacia la reflexión. Para este fin, desarrollamos un conjunto de prendas de vestir, pertenecientes al universo athleisure, prendas que simbolizan y comunican la historia de nuestra población de interés, y la de muchas otras víctimas del conflicto en el país. El recurso principal utilizado para la realización de este atuendo es la narrativa textil, representado por medio de bordados, que no solo ofrecen un atractivo, sino que también portan las vivencias de muchas personas de nuestro país.

Palabras claves: Desplazamiento, Athleisure, Narrativa textil, Memoria Histórica.

Abstract

According to a report by the UN Coordination of Community Affairs, more than 78,900 people in Colombia have been victims of massive displacement and confinement due to violence, so far in 2022. Taking into account this truly alarming figure, and taking advantage of the success of the recent Disney movie "Encanto", whose plot is triggered by this theme, in this project we had the purpose of disseminating and honoring the stories of some of the victims left by this conflict, so that reach more people and we can raise awareness and move towards reflection. To this end, we have developed a set of garments, belonging to the athleisure universe, garments that symbolize and communicate the history of our population of interest, and that of many other victims of the conflict in the country. The main resource used for the realization of this outfit is the textile narrative, represented by means of embroidery, which not only offers an attractiveness, but also carries the experiences of many people in our country.

Keywords: Displacement, Athleisure, Textile Narrative, Historical Memory.



Diseño de una colección haciendo uso de la narrativa textil; que, aplicada en vestuarios vestimentarios, propicie la construcción de memoria histórica

Design of a collection making use of textile narrative; that, applied in clothes, promote the construction of historical memory

Andrea Elizabeth Montoya Apolinar; Christy Johana Gallego Henao; Nicolás Fernández López / Tutora: María Piedad Fátima Pineda / 2022A

Resumen

El propósito de este proyecto de investigación es, por medio de entrevistas realizadas a madres y padres cabezas de familia narrar y fusionar con el diseño de modas el desarrollo de una metodología aplicada en torno al tejido desde una historia, pero también como un proceso creativo. Permitiendo una construcción de memorias históricas que permitirán conocer la importancia de la composición familiar y sus implicaciones para sus miembros. Teniendo en cuenta estos sucesos se realizará una colección de 9 outfits completos uniendo funcionalidad y simplicidad para emitir un mensaje desde la perspectiva de la cultura andrógina, cabe resaltar la importancia de cada narrativa y como se preserva en cada diseño propuesto, así mismo el análisis del referente estético HOPE FW 22/23 con el objetivo de que, aplicada en artículos vestimentarios, propicie la construcción de memoria histórica.

Palabras claves: Memoria Histórica, Narrativa Textil.

Abstract

The purpose of this research project is, through interviews with mothers and fathers who are heads of households, to narrate and merge with fashion design the development of an applied methodology around weaving from a story, but also as a creative process. Allowing a construction of historical memories that will allow knowing the importance of family composition and its implications for its members. Taking into account these events, a collection of 9 complete outfits will be made, uniting functionality and simplicity to emit a message from the perspective of androgynous culture, it is worth highlighting the importance of each narrative and how it is preserved in each proposed design, as well as the analysis of the HOPE FW 22/23 aesthetic reference with the aim that, applied to clothing items, it promotes the construction of historical memory.

Keywords: Historical Memory, Textile Narrative.

— TÉCNICO —
PROFESIONAL EN



DISEÑO
DE MODAS

CÓD. SNIES: 52913. Registro calificado.
Resolución MEN 12896 de octubre 10 de 2012.
Acreditación de Alta Calidad
Resolución MEN 006113 de junio 12 de 2019.

RESILIENTES

FUNDACIÓN
ACADEMIA
DE DIBUJO
PROFESIONAL
Vigilada Mineducación.

Intervento

Intervention

Leidy Jovana Mancera Valencia; Lizeth Dayana Castañeda Díaz; Natalia Cifuentes Puentes; Rebeca Grey Pandares Hinestroza / Tutor: Mauricio Loaiza / 2022A

Resumen

Se formuló un modelo de negocio, en donde los productos producidos y comercializados en el mismo, harán uso de la Narrativa Textil con el fin de propiciar la construcción de Memoria Histórica. Se investigó sobre estos conceptos, posteriormente se realizó una investigación biográfico-narrativa donde se empleó un narrador del cual se extrajo la información más relevante para el desarrollo del proyecto. Finalmente se presenta el modelo de negocio en una muestra visual ante un jurado de docentes invitados; quienes los escucharán sustentar el proyecto realizado.

Palabras claves: Memoria Histórica, Narrativa Textil.

Abstract

A business model was formulated, where the products produced and marketed in it, will make use of the Textile Narrative in order to promote the construction of Historical Memory. These concepts were investigated, subsequently a biographical-narrative investigation was carried out where a narrator was used from which the most relevant information for the development of the project was extracted. Finally, the business model is presented in a visual display before a jury of invited teachers; who will listen to them support the project carried out.

Keywords: Historical Memory, Textile Narrative.

INTERVENTO



112

*Programa Técnico
Profesional en Producción*

MULTIMEDIAL



**PRODUCCIÓN
MULTIMEDIAL**

CÓD. SNIES: 103501. Resolución MEN. 11077 de julio 14 de 2014.
Registro calificado.

Las criptomonedas y los NFT's: el nuevo mercado de producción creativa

Yair Vega Lopez¹⁴

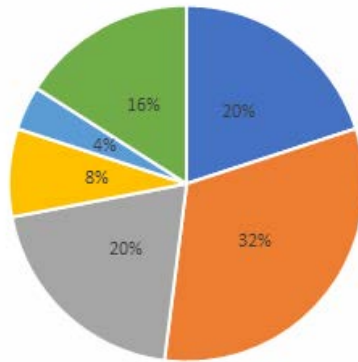
Las criptomonedas tienen más de 10 años de creación, siendo el Bitcoin (BTC) la primera en aparecer en el mercado, y ha beneficiado económicamente a muchos compradores, sobre todo aquellos que la adquirieron en sus inicios, debido al increíble alza en el mercado bursátil. Esta moneda tenía un precio inicial en el año 2009 de \$ 1.39 dólares por unidad de BTC; hoy en día cuenta con un precio que oscila entre los \$ 20.149 y \$20.700 dólares por unidad. En diciembre del 2020 en una publicación en Twitter de Jack Dorsey (desarrollador de software y empresario estadounidense. Uno de los cofundadores de Twitter) dio inicio a un mercado que creció rápidamente y ha beneficiado a muchos creativos que sufrieron un golpe financiero fuerte por el confinamiento del covid-19 y estas creaciones son conocidas como NFT's. Estos productos se comercializan por medio de criptomonedas.

La problemática principal de investigación del proyecto integrador consistió en indagar en las consecuencias de las "criptocosas" (NFT's) en el entretenimiento, el sector productivo, el mercado de bolsa y el metaverso, por medio de una variedad de piezas o productos multimediales desarrollados desde diferentes miradas para evidenciar unos proyectos que aplican hacia el emprendimiento e innovación, que nos conducen a una mirada amplia del tema y además beneficiando a los estudiantes de la FADP, introduciéndolos a ser parte del mercado de las criptomonedas con la venta de su producción intelectual, firmada bajo la cadena de bloques (blockchain). Estos proyectos se consolidaron bajo el método de investigación doble diamante aplicado desde el semestre 1 al 6. También, se otorgó la excepción a los estudiantes de sexto semestre de proponer proyectos que no estén involucrados directamente con la criptomoneda, teniendo en cuenta que es algo nuevo, y en Colombia no contamos con clientes reales que requieran aun monetizar sus empresas con criptos, pues existe un temor hacia la pérdida de la inversión. Como resultado tenemos proyectos con fines de aporte social y prestación de servicios multimediales.

A continuación, se muestra la clasificación por porcentajes de proyectos integradores:

¹⁴. Maestro en Artes Visuales. yairvega@fadp.edu.co

Porcentaje Clasificación de proyectos



■ Conceptos Multimedia ■ Lenguaje del diseño. ■ Emprendimiento
■ Proyección social ■ Cliente real ■ postproducción

Clasificación Proyectos	Porcentaje
Conceptos Multimedia	20%
Lenguaje del diseño	32%
Emprendimiento	20%
Proyección Social	8%
Post-producción	16%
Cliente Real	4%

En total para el primer semestre del 2022 se desarrollaron 25 proyectos. Se logró trabajar de manera exitosa con cada uno de los integradores, de los cuales se destacan los siguientes:



La minería de criptomonedas y sus efectos secundarios

Nathalia Hernández; Santiago García; Laura Melissa Varela / Tutor: Yair Vega / 2022A

Resumen

La falta de regulación e intervención ambiental de una moneda, conlleva una lista de factores contaminantes perjudiciales para el medioambiente, debido al gasto inconsciente y poco controlado de energía al minar, debido a los dispositivos que necesitan para el proceso de minería; así es como describimos a la minería de criptomonedas, que durante los últimos años ha aumentado exponencialmente a nivel global, siendo parte de la irresponsabilidad ambiental, por ende, imposibilitando el cumplimiento de los propósitos establecidos para mitigar el cambio climático. El presente proyecto tiene como objetivo exponer el lado destructivo de las criptomonedas y las consecuencias que trae minar; tomando en cuenta el alto riesgo en que se incurre dentro del entorno natural. Como producto final, se diseñó un personaje que representa a un minero de BTC y posteriormente se aplicaron técnicas especiales para el modelado 3d en porcelana fría para su materialización. Por consiguiente, en un formato póster que representa gráficamente los conflictos anteriormente planteados, para hacer un llamado de atención e incentivar la conciencia medioambiental, ante nuevas amenazas que pudieran sumarse en el futuro.

Palabras claves: Criptomonedas, minería, consecuencias, medioambiente.



Las criptomonedas y el impacto a nivel social que se genera por medio de los videojuegos

Joshua Benavides Moreno; Laura Caicedo Gallego; Isabella Corrales Calero; Alejandro Nicolas Cobo; Laura Nathaly Ortiz Barona; Sara Lucia Vallecilla Mosquera/ Tutor: Yair Vega/ 2022A

Resumen

El impacto que actualmente tienen las criptomonedas a nivel mundial es muy amplio y avanza rápidamente, pero, aun así, siendo un tema muy reciente existen muchas personas que no tienen claridad sobre el tema. Este proyecto lo formulamos enfocados en llevar la información de las criptomonedas a los lugares donde se desconoce su funcionamiento e impacto en los mercados; ayudando a que la sociedad conozca más sobre estas nuevas divisas, ya que es muy probable que en un futuro cercano se implemente en las finanzas de las personas del común como un instrumento de pago en diversas plataformas alrededor del mundo, permitiendo realizar compras, ventas de productos y transacciones financieras de manera rápida y digital. Las criptomonedas se utilizan mucho para la compra de videojuegos y casinos virtuales en las que puede apostar; esto nos dio la certeza de la importancia de realizar un videojuego, el cual tenga como tema principal el uso de las criptomonedas como medio informativo y a la vez como prototipo para un emprendimiento. NexusCoin es un videojuego creado por nosotros compilado para computadores, inspirado en la temática Ciberpunk, en donde nuestro personaje principal Naxus, un joven ingeniero de informática crea la primera criptomoneda sostenible algo que hasta el momento no se ha podido llevar a cabo. El videojuego cumple con la función de mostrar el tema de una manera más lúdica y virtual y los jóvenes que son los mayores consumidores de videojuegos, pueden difundir ese aprendizaje adquirido, tanto a sus familiares, como a sus amigos; teniendo en cuenta que los videojuegos ofrecen la oportunidad de ampliar su círculo de amistades en países diferentes, con la opción de multijugador. El prototipo del videojuego se construyó con el motor de Unity y Visual Studio, garantizando su funcionalidad y factibilidad al momento que nuestros usuarios decidan jugar NexusCoin.

Palabras claves: Criptomonedas, Videojuegos, Social.



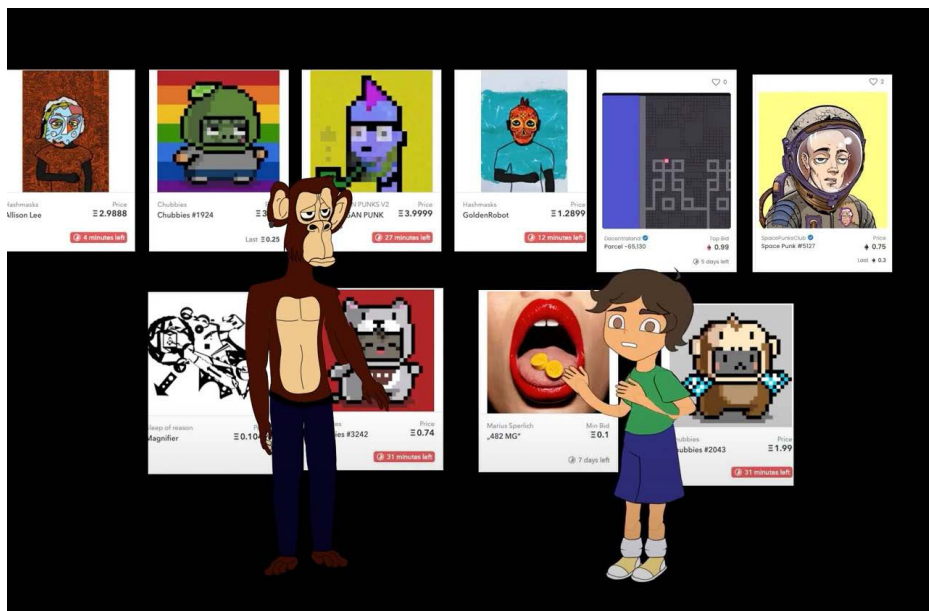
Las criptomonedas y el impacto a nivel social que se genera por medio de los videojuegos

Kevin Julian Gómez Becerra; Jorge Luis Lopez Scarpetta; Andres Mauricio Muñoz Puyo; David Santiago Sanchez Escobar; Alejandra Londoño Belalcázar / Tutor: Fabian Humberto Posso Gordillo / 2022A

Resumen

Las criptomonedas obtienen más valor entre la población mundial reconociéndolas como dinero spot con la que puede comprar y vender activos, llegando al punto donde muchas personas se dedicaron exclusivamente a la minería de estas, apoderándose del equipo tecnológico necesario, para lograr la mayor recaudación y este proceso genera un consumo excesivo de energía. Es por esta razón que proponemos un videojuego interactivo de fantasía, para representar el daño ambiental que esto provoca a nuestro planeta. En el videojuego se visualizará el daño que éste ocasionó a través de un mundo apocalíptico, donde el usuario encontrará destrucción y vestigios de lo que alguna vez fue el planeta tierra, en el cual la humanidad y lo seres vivos que aun conocemos, no existen. Con el personaje principal de Light (ser de luz), quien es la última esperanza para recuperar el planeta junto a un NPC que guiará el camino, el jugador tendrá que derrotar los enemigos que obstruyen su camino, incluso se enfrentará a tres poderosos jefes, los cuales son: Tether, Ethereum y Bitcoin (representan las criptomonedas), todo esto con el objetivo de crear modelo de aprendizaje interactivo y dinámico (el videojuego), creando conciencia en quien lo juega.

Palabras claves: Videojuegos, criptomonedas, minería, ambiental y energía.



Los NFT: ¿Arte o negocio?

Omaira Ramírez; Santiago Jiménez; Katherine Ramírez; Gustavo Mujica; Arturo Rodríguez / Tutor: Maria Nelly Dueñas/ 2022A

Resumen

La tecnología y la globalización avanzan y el libre mercado de las criptomonedas se expande, se descubre formas más ingeniosas de compra, venta y certificación, y son los NFT (Non Fungible Token) los que están certificando de autenticidad a todo aquello que se compra y se vende y otorgando con certeza, bajo un sistema de verificación, que es único en el mundo; ya sea una imagen, vídeo, audio o texto. Utilizando nuestros conocimientos articulados a la producción multimedial creamos esta obra audiovisual para explicar de forma práctica este mundo, que influye en el metaverso y los futuros inversores NFT, para que tengan una idea en qué consiste, como se maneja su compra y venta en páginas de pago en criptomonedas. Mostramos no solo sus beneficios a corto y largo plazo, sino también como ser partícipe directo o indirecto de este nuevo mercado virtual. No todo beneficia a quien posee los NFT, es un arriesgado método de inversión, que es meramente especulativo, de moda y se basa en hacer que más personas ingresen a este mercado con el tiempo; además del robo de derechos de autor que llega a ocurrir regularmente en el proceso.

Anexo: <https://www.youtube.com/watch?v=aNqEmtG4cDUl>

DGNL.

Fundación Academia de Dibujo Profesional
Calle 27 Norte # 6BN - 50
www.fadp.edu.co
Cali - Colombia.

Encuentra nuestras
ediciones anteriores



Síguenos en



@FadpCali/



FadpCali/



FadpCali1



@FadpCali



FUNDACIÓN
ACADEMIA
DE DIBUJO
PROFESIONAL

Vigilada Mineducación.