



**FESTIVAL**  
INTERNACIONAL DE LA  
**IMAGEN**

15 FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN  
9-13 mayo / may 2016

Diseño + Arte + Ciencia + Tecnología

Manizales - Colombia  
[www.festivaldelaimagen.com](http://www.festivaldelaimagen.com)

## **XIII Foro Académico de Diseño**

### **XV Festival Internacional de la Imagen**

### **Formato de instrucciones para autores**

**Margarita González Moreno**

Universidad Nacional de Colombia  
Bogotá, Colombia  
[margaritasgm@gmail.com](mailto:margaritasgm@gmail.com)

#### **Abstract**

El proceso de investigación para un modelo de metodológico de diseño de experiencia lleva a la descripción del marco teórico, el contexto y algunas construcciones que se han desarrollado como parte del marco conceptual de la investigación para justificar las propuestas que planteen un modelo de diseño de experiencia de las cuales detonen acontecimientos, trabajando procesos de apropiación de territorio, y apoyándose en recursos digitales y nuevos medios.

Esta investigación se desarrolla tomando en cuenta dos casos previamente realizados que tuvieron lugar en la ciudad de Bogotá y paralelamente responde a un proceso de búsqueda y estudio que se da a partir de la revisión bibliográfica. De este proceso resulta el marco conceptual esquematizado en dos gráficos que relacionan aspectos del universo en el que tiene lugar el proyecto.

En el diseño de experiencia para la apropiación del territorio mediado por la tecnología convergen tres campos temáticos distintos, los cuales son:

- El marco del diseño y cómo se relaciona con las artes para crear propuestas que rompan las fronteras disciplinares.
- La apropiación del territorio acogido por la cultura, trabajando desde el espacio físico temas de identidad. Este tema del territorio se expande y conecta con el tercer tema:
- Los mundos virtuales y la realidad expandida, las posibilidades de la tecnología en el contexto de una ciudad ubicada en un país en proceso de desarrollo.

Estos tres campos tienen en común dos objetivos. Estos objetivos son: primero, generar procesos de co-creación para dar mensajes con carácter social; y segundo, generar escenarios que incentiven la apropiación tecnológica en un mundo desigual.

#### **Palabras clave**

Diseño de experiencia; Arte y Diseño; Territorio; Acontecimiento; Apropiación; Tecnología y Nuevos Medios; ciudad

#### **Mesa temática**

- Interrelación diseño, arte, ciencia y tecnología

#### **Categoría**

Ponencia



Universidad de Caldas



Doctorado en  
**DISEÑO**  
+ Creación

maestría en  
**diseño**  
+ creación interactiva

## PAPER

Este texto responde a un proceso de búsqueda y estudio que se da a partir de la revisión bibliográfica, posteriormente se construyen esferas temáticas recurriendo a recursos como la teoría de conjuntos en donde se agrupan y conectan los temas según la relevancia y relación con los otros aspectos del universo que se desarrolla vinculando diversas fuentes. [Ilustraciones 1 y 2]

Esta investigación se empezó a desarrollar tomando en cuenta dos casos previamente realizados que tuvieron lugar en la ciudad de Bogotá, Colombia: Semillas de Luz, una experiencia que mediante distintos momentos, usando la luz artificial, busca la revaloración del barrio y el espacio público, y En Búsqueda Bogotá, una narrativa transmedia que busca generar un cambio en la forma en que los ciudadanos ven la ciudad e incentivar la apropiación tecnológica. (González & Torres, Semillas de Luz, 2012) (Rivera, 2015)

Estudiando estos dos casos y a partir de una revisión bibliográfica se construyó el marco conceptual que soportara el modelo metodológico. Así el universo se dividió en dos dimensiones que se solapan entre sí. La primera se refiere al universo del arte y el diseño, pero también a las disciplinas en general, desarrollando el papel que juega el diseñador y las tareas que debe desarrollar en su participación dentro del proyecto [Ilustración 1]. La segunda dimensión se trabaja desde los factores que intervienen en el diseño y todos los aspectos que afectan a las personas influenciadas por el resultado final de “lo diseñado” [Ilustración 2].

Dicho esto, a continuación se presenta el desarrollo teórico que permite entender cómo se construye el escenario de diseño para una experiencia-acontecimiento y que más adelante dará lugar un modelo metodológico.

Parte 1: La disolución de fronteras en las artes y las posibilidades del diseño de intangibles

El primer tema para desarrollar es el diseño y su relación con las artes. Situados en la segunda década del siglo XXI, este es un momento en que los recursos y medios de expresión para un artista llegan a ser infinitos, y a la vez el diseño masivo de objetos pierde valor pues exige establecer una historia que conecte con las personas. Ahora es necesario incorporar historias con sentido que lleven a las personas a recorrer mundos narrativos con identidades particulares dando lugar al diseño de intangibles. El diseño de intangibles trabaja en diseñar no solo un producto, sino una actividad, esto requiere concebir todo un universo donde el producto sea un mediador o un personaje de este mundo de ficción que a la vez se inserta en el mundo real. Es decir el objeto que suple una necesidad física, también enlaza deseos e imaginarios pues se enfoca en el impacto que tendrá sobre las personas, tanto a nivel cultural como en sus actitudes, conocimientos y conductas. (Frascara, 2006)

El diseño de intangibles establece prioridades, debe ser relevante y responsable, de modo que genere beneficios, asocia (es interactivo) y no se recibe el mensaje, es interpretado (Frascara, 2006)

Construir y comunicar todo un universo es demasiado complejo, pero se puede expresar a través de narraciones de historias que tienen lugar en este universo, como lo han venido haciendo el cine y la literatura. En un mundo lleno de información en diversos lenguajes y medios, llegar a comunicar un mensaje de forma efectiva implica un trabajo más



FESTIVAL  
INTERNACIONAL DE LA  
IMAGEN

15 FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN  
9-13 mayo / may 2016

Diseño + Arte + Ciencia + Tecnología

Manizales - Colombia  
[www.festivaldelaimagen.com](http://www.festivaldelaimagen.com)

grande que antes. Ya no se transmite el mensaje a través de un simple producto o un video que recrea un concepto a través de nuestros ojos. Para transmitir un mensaje hoy es necesario crear un universo que involucre todos los sentidos.

Abarcar los sentidos implica emplear diferentes medios, ya sean tradicionales, digitales, virtuales o emergentes. Por lo general cada uno de estos medios es dominado por una disciplina diferente, pero al construir universos narrativos las fronteras disciplinares deben desaparecer para dar lugar a las habilidades de los creadores. Es así que una propuesta de diseño en el que se quiera producir una experiencia completa a través de los sentidos debe ser no solo coherente, sino que además debe involucrar diversas plataformas, dando lugar a las narrativas transmedia, multimedia y crossmedia. En este sentido, cuando desaparecen las separaciones en los formatos de transmisión también desaparecen las fronteras en las disciplinas, convirtiéndose en un asunto de habilidades personales y de dominio de los distintos lenguajes de transmisión de un mensaje. Es por eso que para el desarrollo de una experiencia se requieren equipos transdisciplinares, cuyos miembros estén en capacidad de responder a lo que requiere el contexto, empatizar con el público al que se está dirigiendo, y adaptar el mensaje a diferentes lenguajes. A esto hay que incorporar un elemento de valor: los creadores pueden imprimir sus sellos personales en el desarrollo de tales universos. (Cardenas & Valberdi, 2006)

En estas condiciones los límites entre disciplinas se diluyen poco a poco, pero sobre todo pueden llegar a desaparecer en equipos donde los miembros dominan distintas artes. Al verlo en su esencia, lo que hacen artistas y diseñadores es asignar significados y valores, o construir medios que les permitan comunicar un mensaje de forma efectiva. Cine, arquitectura, artes plásticas y las distintas vertientes del diseño empiezan a solaparse para poder construir universos que acogen narrativas que se expresan con lenguajes diferentes pero que configuran un solo mensaje.

Hablar de una propuesta de Diseño de Experiencia puede resultar concepto bastante limitado, sobretodo una vez que se ha hablado de la disolución de las fronteras disciplinares en las artes. Similares al Diseño de Experiencia encontramos creaciones con diferentes denominaciones según la intención del autor, teniendo en común que usan siempre una historia como elemento central y un dispositivo detonador ubicado en un contexto definido para generar un momento que se espera resulte convertido en acontecimiento. Generar un acontecimiento implica romper la cotidianidad para que este se vuelva memorable, además de ser atractivo, agradable, y en lo posible irresistible para participar en él (McLellan, 2000)

Estas propuestas creativas pueden partir de una puesta en escena para denominarse Experiencia, de un montaje de elementos conocido como Instalación, de un acto que se convierte en Acción, de una historia multiplataforma presentada como Narrativa, nacida de un taller se da la Obra o de un montaje se convierte en Evento. Todas estas propuestas tienen procesos comunes que tienen el objetivo de llevar un mensaje. Con estas similitudes deja de ser claro el nombre del formato en que se presenta la creación y tampoco se definen las disciplinas que corresponden a cada persona del equipo de autores. Se presenta el mismo dilema con el nombre que va a recibir el autor, diseñador, artista, creativo... Todas las anteriores podrían ser válidas pues sus tareas transitan entre uno y otro campo.

El autor parte de la observación, luego crea, articula, propone, interviene y adapta, para entregar una propuesta a las personas de la comunidad, quienes a su vez pueden interpretar distintos papeles: espectador, participante, usuario, actor o co-creador. Solo una vez está en contacto con la obra el individuo define su papel, acorde a las diferentes posturas que puede asumir frente a esta. En estos casos la persona que recibe el mensaje se convierte en un actor más, se da una co-presencia entre la obra y el espectador. El uno no existe sin el otro, dado que su acción completa la obra. La actitud del espectador es también forma y él puede adoptar distintas posturas. Las personas pueden usar, recibir, reaccionar, interpretar, interactuar, reflexionar, participar, proponer, crear y producir. El autor debe haber anticipado todas estas respuestas y gestos, pues previamente debe conocer el contexto cultural en el que va a trabajar; lo que le da pistas para intuir las reacciones de la comunidad. Aun así cada respuesta o actitud frente a la propuesta es única y responde no solo



Universidad de Caldas



Doctorado en  
**DISEÑO**  
+ Creación

maestría en  
**diseño**  
+ creación interactiva

al contexto cultural, sino también a la experiencia de vida previa que ha tenido el individuo. (Bauriaud, 2008, pág. 72) (Sicard, 2015)

#### De la experiencia al acontecimiento

Las propuestas de diseño construyen experiencias que para ser realmente memorables deben transformarse en acontecimientos. El acontecimiento es una construcción de relaciones que dan valor a un objeto de significación o corpóreo. Puede ser natural o, como aquí se trabaja, de carácter social. Al acontecimiento social se le atribuye la aparición de hechos e ideas. El acontecimiento tiene unas particularidades, iguales a las de cualquier propuesta experiencial: Ninguno se repetirá de la misma manera dado que ocupan un punto en el espacio tiempo y no se suceden aunque son concomitantes. (Santos, 2000)

Para lograr hacer de una experiencia un acontecimiento son necesarios dos aspectos: Innovación y creatividad. Estos vendrían siendo los dos articuladores de todas estas propuestas transdisciplinares. Definidos de la siguiente manera: Innovación como el proceso de construcción de nuevas relaciones entre disciplinas y resultados. Creatividad definida como las interacciones entre las facultades del espíritu (imaginación y razón) - de las que habla Kant en la Crítica del Juicio- y los dominios del conocimiento, lo cual en otras palabras sería la capacidad de aprovechar y vincular la inteligencia cognitiva con la emocional (Moles & Rohmer, 1983, págs. 9-15).

Las propuestas que se caracterizan por ser de carácter emocional y afectivo pueden involucrar al ser humano como individuo, pero también como ser social. En este tipo de situaciones los individuos sienten la necesidad de establecer relaciones humanas y dinámicas de construcción colectiva. En el arte, las propuestas que recogen la participación colectiva y las dinámicas de co-creación se aproximan a lo que se conoce como estética relacional. En ellas se unen momentos de lo social con los objetos producto de lo social. Así, tienen lugar propuestas estéticas colectivas que surgen a partir del control de variables por parte del autor, en donde la obra tiene un punto de partida y se va transformando en tiempo real, siendo a la vez interactiva e intersubjetiva, vinculando formas de intercambio social que se dan mediante la experiencia estética y los procesos de comunicación que se desarrollan. (Bauriaud, 2008, págs. 17-37)

De toda esta construcción resulta la experiencia, que vendría a ser un producto efímero e intangible resultado del proceso de diseño. Para explicar este proceso se puede recurrir a al libro Teoría de los Actos de Abraham Moles (1983), pues el diseño define ciertas variables que detonan una cadena de actos. Entre la variables que plantea el libro están los actos, que unidos conforman una actividad, el orden de estos, los actores y los planos o realidades en donde tienen lugar. Con el diseño se detona la actividad que posteriormente dará origen a emociones y recuerdos los cuales serán expresados por las personas en forma de relato de la experiencia vivenciada.

Como resultado de este conjunto estructurado de variables que el diseñador propone, tendrán lugar una serie de acciones (actividad) que serán efectuadas solo si el espectador puede evaluar la relación costo beneficio que implicara desarrollar dicha actividad. Así el espectador evaluará si va a recibir un beneficio o si ha recibido beneficios previamente cuando ha tenido estímulos similares. Igualmente, el espectador estará más dispuesto a realizar la actividad en la medida en que la recompensa sea más grande y menos frecuente. Al final, si no hay recompensa una vez ejecutada la actividad, la persona va a resultar frustrada. Contrario a esto, cuando las personas se encuentran en espacios donde se puede expresar libre y estéticamente, se dan como resultado reacciones alegres, de juego, que estimulan la exploración del territorio e invitan a relacionarse con las otras personas del lugar. (Moles & Rohmer, 1983, págs. 46-62)



FESTIVAL  
INTERNACIONAL DE LA  
IMAGEN

15 FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN  
9-13 mayo / may 2016

Diseño + Arte + Ciencia + Tecnología

Manizales - Colombia  
www.festivaldelaimagen.com

El diseño como experiencia es una estrategia para llevar un mensaje concreto a las personas. Este mensaje se configura a partir de estructurar una serie de variables, que pueden configurar desde un producto simple a una narración compleja. Entre las principales variables o diseñables estarán los actos o gestos que se expresaran durante la experiencia, los actores que intervienen, las secuencias, los planos (equivalente a las realidades y medios mediante los cuales se comunica), y los tiempos. Estas son las variables básicas que se deben tener en cuenta para empezar a diseñar después de haber definido el objetivo o mensaje. Paralelamente a estos, hay que sumarles otros recursos relacionados con los recursos físicos como son los materiales o los espacios. (1983)

Aun así, tener en cuenta todas estas variables no es garantía que la experiencia sea memorable, dado que un comportamiento (en respuesta a la situación diseñada) se configura de 3 factores: primero, está formado por un estímulo (el mensaje en un entorno); segundo, es afectada por los valores que trae consigo el individuo; y tercero, implica una tasa de aleatoriedad lo que hace que en algún porcentaje el resultado sea incierto. Estos tres factores dan lugar al comportamiento, el cual se expresa en decisiones, acciones u opiniones del participante. (1983, pág. 30).

Según este planteamiento, solo se diseña la situación, se comprende al individuo y sus valores, y queda la expectativa que puede traer el azar. De la articulación de estos factores depende que el diseño resulte siendo un acontecimiento memorable o solo un momento más en la vida del individuo. Teniendo en cuenta lo anterior, se reafirma que el diseño como acontecimiento nunca se repite de la misma manera por ser un punto en el espacio tiempo, y aunque es posible reproducir la situación, cambia cada vez durante el desarrollo y por tanto su resultado.

Configurar el diseño como un acto es solo una parte de las tareas del diseñador. El centro de la propuesta debe ser la narración o historia que detona las reacciones esperadas. Para configurarla se habla de la receta del éxito, que incluye: la creación de un concepto atractivo y coherente, plantear una situación donde se dejen impresiones positivas y deseables, eliminar los elementos negativos o contradictorios, crear un mix de memorias de modo que sean claves de recordación y envolver los cinco sentidos. Estos elementos son tomados del planteamiento de Gilmore & Pine, quienes hablan de la evolución de la economía, centrada inicialmente en la extracción de productos, posteriormente en la producción de bienes y la prestación de servicios, y actualmente en una economía de experiencias, donde se demandan sensaciones y se ofrecen memorias (McLellan, 2000) (Gilmore & Pine, 1998)

Estas recomendaciones se complementan con el modelo que se presenta en el libro Diseño como Experiencia. El autor toma un modelo metodológico presentado por Darrel Rhea, con el propone seguir una secuencia cíclica de momentos que se deben dar en la experiencia, los cuales vale la pena seguir. El ciclo tiene cuatro grandes momentos: Implicación, vincula a la persona llamando su atención; compromiso, la hace parte de la experiencia; desvinculación, es dar una conclusión o cierre; por último, integración con el contexto vital de modo que extiende en el tiempo la experiencia adentrándose en otras situaciones de la vida cotidiana de las personas. Aunque no se plantean necesariamente como una historia, estos pasos responden a una estructura narrativa lógica con inicio, desarrollo y desenlace; pero además proponen extender la propuesta al escenario cotidiano de las personas para que la experiencia pueda permanecer más tiempo en su memoria (Press & Cooper, 2009).

Estos cuatro momentos se justifican pues el diseño de la experiencia es un acto creativo que debe reconocer y entender la necesidad o deseo de la comunidad, comprendiendo las emociones y necesidades de la misma; pues la vía para conectar con ellos es dándoles experiencias significativas que puedan adaptar a su contexto diario (Looking for Meaning, Design in Context through Audience Research, 2015).

Para llegar a una comunidad, el diseñador trabaja en buscar cambios en la sensibilidad colectiva; lo cual es más



Universidad de Caldas



Doctorado en  
**DISEÑO**  
+ Creación

maestría en  
**diseño**  
+ creación interactiva



FESTIVAL  
INTERNACIONAL DE LA  
IMAGEN

15 FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN  
9-13 mayo / may 2016

Diseño + Arte + Ciencia + Tecnología

Manizales - Colombia  
www.festivaldelaimagen.com

probable que suceda si interviene en lo cotidiano. En este caso pierde fuerza el proceso y no se privilegia el concepto (como en el arte), y el eje central son las relaciones humanas y el papel del dispositivo, pues es el integrador de los distintos lenguajes que se trabajan. En estas propuestas, las relaciones entre los objetos, instituciones, horarios y obras pasan a formar parte de las evidencias del comportamiento social. El objeto es la herramienta de mediación y transmisión que permite al autor idear modos de estar juntos y generar empatía con las personas. (Bauriaud, 2008)

Articular estas propuestas metodológicas sirve para generar cambios en la percepción sobre un aspecto específico que resulta conflictivo en la comunidad, a la vez que incentiva y resignifica las relaciones entre sujetos, objetos y el contexto que tienen lugar espacios con carácter masivo y carga simbólica. Estos cambios suceden cuando se logra generar impacto y apropiación del mensaje. Para eso es necesario transgredir las formas de pensar usando medios que generen fascinación, extrañeza y/o sorpresa. Esta apropiación implica también rescatar las huellas y señales propias del territorio.

Plantear una experiencia dentro de una comunidad desplaza la rutina e invita a las personas a convertirse en participantes que actúan y componen una narración propia, dándoles la oportunidad de cambiar la perspectiva de ver el entorno. Cuando se logra transgredir el papel común del espectador que solo mira y se genera una reflexión más allá de lo estético, la propuesta creativa se convierte en un acontecimiento efímero e impactante que incita al espectador a cuestionar, reflexionar o emocionarse para dar lugar movimientos sociales. (Doberti, 2013)

Generar estos movimientos implica que la comunidad participe y se involucre en las acciones que van tener lugar. Para esto se pueden explorar distintos niveles de participación y de conexión. Si la participación es pasiva, la intención es más cercana a generar la fascinación en la persona; pero si busca una participación activa, implica procesos de creación a través de juegos de carácter estético desplazando en ciertos momentos el papel del autor de la propuesta sin llegar a reemplazarlo. Por otra parte, la conexión con la experiencia puede ser de absorción, donde solo recibe algunos estímulos; o puede ser idealmente inmersiva, donde las personas quedan envueltas por completo en la situación. La propuesta puede jugar entre los niveles de participación y conexión dependiendo de la necesidad de comunicación que se tenga, lo que le da un carácter distinto a cada diseño. (Gilmore & Pine, 1998)

Parte 2: La tecnología en función del territorio, un cambio cultural.

Trabajar el universo de las artes y el diseño implica explorar el tema que los envuelve a los dos, la cultura. Este es un tema tan grande que genera algunos debates en su definición, pero aun así es innegable que además de contener las diferentes esferas del arte, está estrechamente ligada con el territorio e influencia el desarrollo técnico en la sociedad. La cultura acoge los símbolos asociados a las comunidades y caracteriza los territorios, y a su vez los territorios acogen a dichas comunidades configuradas a partir de los distintos aspectos económicos, técnicos y culturales que han desarrollado a través del tiempo.

La sociedad latinoamericana, desde el aspecto económico, está advirtiendo que sus grandes riquezas no están solo en explotar su biodiversidad, sino que empieza a explorar estrategias que le permitan migrar de una economía capitalista centrada en vender a un consumidor, a modelos de economías creativas y colaborativas.

Un ejemplo de lo anterior es la Economía Naranja, un modelo en el que la riqueza se concentra en las personas y el mayor valor se encuentra en las industrias culturales y creativas, cambiando el papel del consumidor, para que este se convierta en participante y co-creador (Buitrago & Duque, 2013).

Este pensamiento encuentra necesario desarrollar modelos económicos que involucren el emprendimiento, las nuevas tecnologías y sobre todo la creatividad, dando nuevos espacios a las industrias de la cultura y la creación, pero sin dejar de lado las industrias convencionales. Este modelo plantea necesario tener en cuenta la generación de cadenas de valor, la conservación ecológica y la construcción de una ciudad habitable que de espacios para vivir, trabajar y disfrutar (



Universidad de Caldas



Doctorado en  
**DISEÑO**  
+ Creación

maestría en  
**diseño**  
+ creación interactiva



FESTIVAL  
INTERNACIONAL DE LA  
IMAGEN

15 FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN  
9-13 mayo / may 2016

Diseño + Arte + Ciencia + Tecnología

Manizales - Colombia  
www.festivaldelaimagen.com

2013).

En los modelos de economía colaborativa se evidencia la gran acogida y potencial que tienen las aplicaciones móviles y el uso de dispositivo de comunicación, trabajo y juego, a través de los cuales las personas pueden tener acceso a distintos recursos a menores costos, aprovechando la infraestructura y recursos físicos, apoyando a pequeños productores, industrias locales o personas comunes. Este modelo responde al planteamiento de Manzini, en donde cualquiera puede ser un potencial diseñador y donde se promueve a las comunidades dar solución a sus propias problemáticas apoyados por profesionales (Manzini, 2015).

La acogida que han tenido propuestas como la Economía Naranja y los procesos de inclusión social que se han dado en Colombia en la segunda década del siglo XXI han influenciado el cambio en las políticas públicas a nivel nacional, pero sobre todo a nivel local. En el caso de Bogotá, las políticas distritales están dando incentivos para el desarrollo de nuevas propuestas que impulsen cambios sociales y económicos. (Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2011)

Los cambios en la política pública evidencian direccionalidades en las posturas y prioridades de la sociedad. Se ve la necesidad de generar propuestas éticas y responsables que dan lugar a acciones urbanas, que tienen implicaciones en lo político expresadas a través de nuevos escenarios y realidades (que incluyen lo virtual). Con estos movimientos se da espacios al ciudadano consumidor-creador, atraído por las propuestas personalizadas o por los productos orientados a grupos muy pequeños que se distancia del consumo masivo. Este ciudadano se interesa en el consumo de experiencias y apropia con interés los recursos tecnológicos que lo rodean.

Este tipo de ciudadanos, habitan buena parte de su tiempo en el ciberespacio, son más autónomos, y rechazan el poder autoritario. Esto da lugar a redes de micro poder que se expresan a través de las redes virtuales. Buscan vincularse a comunidades que interactúan, intercambian ideas y proponen nuevos modos de estar juntos, experimentando con formas de creación y de acción política (Rueda, 2008).

#### La ciudad Territorio

El uso de tecnologías de comunicación y nuevos medios es un aspecto importante en los casos de estudio de esta investigación. Esto lleva a inferir que los territorios ideales para desarrollar una propuesta experiencial estarían localizados en la ciudad; pues es un espacio que da origen a muchos desarrollos tecnológicos ya que propicia la innovación pues es un espacio caracterizado por un constante cambio y por un ritmo acelerado, que definen los estilos de vida de una población que en su mayoría ha logrado adaptarse a estas condiciones y abren la posibilidad de dar origen a los procesos de innovación.

La ciudad se caracteriza por su movimiento y cambio gracias a su configuración a través de redes. Las redes en la ciudad tienen algunas particularidades: Comunican lo social, local, global y natural; permiten la circulación de mensajes ideas, dinero y productos; ocupan el territorio. Sin embargo no son homogéneas y no llegan a todos lados. Aunque estas redes abarcan de lado a lado el territorio, no llegan a todas las personas en las mismas condiciones ni al mismo tiempo (Santos, 2000). Las redes se extienden gracias al espacio público y en este espacio es donde tiene lugar el acontecimiento. El espacio público se configura a partir de lo físico, es decir, la parte funcional y habitable de la ciudad, pero también se configura de una ciudad intangible a la que Jairo Agudelo refiere con el concepto de Ciudad Otra, la cual comprende los aspectos culturales, haciéndola fluctuante y efímera como el mismo acontecimiento. Entender la Ciudad Otra exige reflexionar sobre el objeto arquitectónico y la espacialidad funcional, pero también sobre la sociología y antropología urbana. (Agudelo, 2011, págs. 14-17)

La Ciudad Otra acoge los acontecimientos sociales, los cuales son de carácter poético, ciego, transhumano y metafórico. El acontecimiento responde a necesidades de la ciudad y genera apropiación simbólica. Si resulta exaltado en sus características puede llegar a convertirse en ritual (2011, pág. 14-17).



Universidad de Caldas



Doctorado en  
**DISEÑO**  
+ Creación

maestría en  
**diseño**  
+ creación interactiva



FESTIVAL  
INTERNACIONAL DE LA  
IMAGEN

15 FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN  
9-13 mayo / may 2016

Diseño + Arte + Ciencia + Tecnología

Manizales - Colombia  
www.festivaldelaimagen.com

La Ciudad Otra engloba el uso social del espacio, implicando directamente a las comunidades. Trabajar en la Ciudad Otra, es trabajar desde las comunidades que habitan el territorio. Cualquier uso del espacio afecta directamente a la comunidad, la cual es parte de la construcción del territorio dado que esta lo habita y acoge sus símbolos. Es a partir de la Ciudad Otra donde se desarrolla el universo que se va a diseñar.

Habitar el territorio no es solo vivir en él, aunque si implica recurrencia. Habitar el territorio significa transitarlo, conocerlo y apropiarlo. Es por eso que las personas deben dejar de tener un papel pasivo, para convertirse en participantes que interactúan con el espacio y con los otros. Una Experiencia puesta en territorio debe impulsar la generación de relaciones en la comunidad e invitar a vivir el espacio, creando oportunidades que den origen a acontecimientos que perduren en la memoria colectiva, cambien las formas de pensar y creen conciencia sobre el espacio. Crear conciencia tiene varias implicaciones, entre estas lograr que las personas se sientan parte del lugar, apropiándolo pero no adueñándose de él, pues es de carácter colectivo en el que todos tienen derechos y deberes. Apropiarse del territorio es darle valor o renovarlo desde su condición efímera asignando nuevos valores, revalorarlo para conducir la forma de pensar hacia dinámicas que le permitan al territorio ser sostenible en el tiempo a pesar de los procesos que traen consigo la sobremodernidad. (Castillo & Plaza, 2010)

Los valores, que corresponden al territorio vienen dados por la herencia, y los nuevos valores que se quieren transmitir son construidos a partir de nuevas dinámicas sociales. En el proceso de generar experiencia, lo que se hace es construir valores a través de mensajes que hacen a las personas reflexionar sobre las necesidades, beneficios o riquezas que tienen alrededor. Es un ejercicio de generar conciencia a través de la cultura, la educación o la misma sociedad, dando estímulos para cambiar la percepción del mundo o creando lugares nuevos a través de la transformación urbana en la que se involucra arte y diseño usando como herramienta estratégica nuevas técnicas y tecnologías (2010.).

En un entorno como la ciudad el acontecimiento tiene lugar porque busca responder a las necesidades sociales o porque busca de generar apropiación simbólica del espacio público. Proponer un escenario desde el diseño que dé lugar a un acontecimiento debe responder a la búsqueda de respuestas de los habitantes e implica que quien desarrolla la propuesta sea consciente de las necesidades al concebir el diseño, para que posteriormente el colectivo lo avale desde sus diferentes posturas y respuestas. (Agudelo, 2011, págs. 34-42)

La interacción, de lo colectivo a lo individual

A pesar de tener implicaciones sociales colectivas, el acontecimiento tiene mayor impacto sobre el individuo; particularmente en la percepción de las personas y en la forma en que estas cambian sus puntos de vista en el proceso que da valor a un objeto. Las personas perciben información a través de los sentidos y construyen sus interpretaciones, responden o reaccionan a esta información a través de distintos gestos y lenguajes, generando un ciclo de interacciones.

Para propiciar relaciones es necesario generar un estímulo al que las personas responden a través de distintas manifestaciones. En este intercambio es donde se construye el mensaje que se transmite. El diseñador propone solamente algunos estímulos y escenarios que generan emociones en las personas, quienes al relacionarlas con el pasado construyen significados. Por eso el mensaje no tiene que ser directo, se insinúa, se instala en las personas de forma inconsciente y la mente construye relaciones que vincula con experiencias pasadas y aprendizajes previos.

Para que el mensaje tenga impacto social se debe propiciar un escenario común lleno de símbolos que relaciones lo que allí ocurre con la historia del lugar, y así se instale en la memoria colectiva, entrando a formar parte de la herencia cultural del grupo. Es por eso que el diseñador debe ser empático con la comunidad y conectarse con ellos desde el aspecto afectivo, de manera que pueda entender como asimilan las emociones y poder construir un mensaje que conecte



Universidad de Caldas



Doctorado en  
**DISEÑO**  
+ Creación

maestría en  
**diseño**  
+ creación interactiva





FESTIVAL  
INTERNACIONAL DE LA  
IMAGEN

15 FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN  
9-13 mayo / may 2016

Diseño + Arte + Ciencia + Tecnología

Manizales - Colombia  
[www.festivaldelaimagen.com](http://www.festivaldelaimagen.com)

con las personas a las que quiere llegar. Ser empático es una actitud que solo se consigue a través del tiempo y la experiencia, no es una habilidad, es así que cualquier persona puede llegar a conectar con otros desde el sentir. (Benítez & Reyes, 1998).

El juego se ha utilizado como recurso de enseñanza que permite apropiarse información de forma que resulta agradable y permite almacenar información inconscientemente pero perdurable. El aprendizaje mediante el juego se da gracias a que se convierte en un simulacro de lo que podría ser real y genera entornos que incentivan al ser social, generando vínculos al identificarse con los otros gracias a sus reacciones como reflejo del otro (Mendes, s.f.). Moles, por su parte, habla del juego como una herramienta de generación de poder o de placer, situaciones que busca constantemente el ser humano. Así, mediante los juegos que se desarrollan bajo conceptos fantásticos se desarrolla el placer estético, mientras los juegos que simulan la realidad dan sensación de poder permitiendo a las personas descargar tensiones. (1983, 62)

Para la construcción simbólica en el desarrollo de experiencias resulta útil la creación de juegos. A través del juego se crean ilusiones y simulaciones que deben resultar en lo posible divertidas o atractivas (en el sentido de generar interés). Las personas relacionan lo atractivo con emociones positivas que posteriormente van a querer recordar, generando memorias perdurables. El juego es una herramienta que genera estímulos a los que las personas van a responder a través de gestos que evidencian sus emociones.

Partir de causar emociones positivas y divertir implica también sorprender. El sorprender se da a partir de lo nuevo. En un mundo de constante cambio la tecnología es clave para generar sorpresa incluso a los más pequeños, esto se evidencia en el fuerza que tienen juegos como aplicación para los dispositivos tecnológicos como su evolución esta estrechamente relacionada. El nivel al que ha llegado el uso de la tecnología permite construir realidades mixtas donde la frontera entre lo físico y lo virtual se desdibuja. En procesos de cambio social en la ciudad es necesaria la construcción de realidades mixtas donde uno transite hacia el otro, incluso cuando se pretende preservar las tradiciones. La ciudad es el escenario natural de la tecnología, es por esto que sus habitantes se sentirán identificados con propuestas que articulen realidades donde el universo físico se complementa con el virtual (Rueda, 2008).

Se ha evidenciado la importancia de construir e incentivar relaciones, es decir de propiciar las interacciones entre el espacio y las personas, pero en este punto es importante tener en cuenta los tipos de interacción que se desarrollan a través de los universos virtuales y los dispositivos.

Los territorios no deben ser entendidos solo como espacios físicos (Territorios horizontales) también comprende lo virtual y se configuraran a través de otros elementos distintos al espacio (Territorios verticales). En los territorios verticales las comunidades virtuales mantienen contacto y encuentran puntos en común que les permite construir una identidad; también tienen lugares de encuentro que pueden ser físicos pero no permanentes o simplemente virtuales (Santos, 2000). Estas comunidades que tienen como punto de encuentro el ciberespacio se caracterizan por ser nómadas, no autoritarias y efímeras. Gran cantidad de estas comunidades tienen un carácter político. Los mundos virtuales construyen nuevos modelos de relación en lo cotidiano por lo que hacen parte de la realidad de las personas. (Rueda, 2008)

Es posible trabajar en la apropiación del territorio a partir de propuestas que surjan de los valores propios de los territorios horizontales, verticales o híbridos. Aun así aunque las propuestas se basen en los mismos objetivos, deben diferenciarse las formas de expresión y los tipos de interacción con los que se van a comunicar las personas. El objetivo principal de incorporar un dispositivo interactivo en un escenario construido sería estimular la sagacidad del participante y así invitarlo a participar en conjunto con las demás personas. Estimular la sagacidad implica un juego en el que se dan estímulos a los sentidos que buscan activar, orientar o sostener un cambio social que permanezca en la memoria y por tanto en el tiempo.

El dispositivo tiene varias funciones. Al ser sistemas retroalimentados están en capacidad de almacenar distintos tipos de información, responden a las personas y incentivan la continua participación en la experiencia durante el tiempo que esta dure. El tipo de interacción depende también de los niveles de inmersión. Los desarrollos tecnológicos hoy permiten



Universidad de Caldas



Doctorado en  
**DISEÑO**  
+ Creación

maestría en  
**diseño**  
+ creación interactiva



FESTIVAL  
INTERNACIONAL DE LA  
IMAGEN

15 FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN  
9-13 mayo / may 2016

Diseño + Arte + Ciencia + Tecnología

Manizales - Colombia  
www.festivaldelaimagen.com

construir escenarios que vinculan al espectador con inmersiones simplemente visuales y sonoras (como el cine), pasando por incorporar el cuerpo (como en las consolas Wii) e introduciendo el cuerpo completamente e un entorno controlado que afecta la mayoría de los sentidos (como la domótica).

El desarrollo tecnológico ha acercado los dispositivos a la mayor cantidad de personas posible, permitiendo que tengan acceso a sistemas de información de forma muy fácil y rápida. En la medida en que los aparatos y medios de inmersión virtual se expanden, también lo hace el conocimiento para el desarrollo de estos. La democratización de este conocimiento permite a las personas apropiarse de las distintas tecnologías e incentiva la apropiación del conocimiento. Así, con apoyo de herramientas de creación, las posibilidades de acceso al conocimiento y las filosofías orientadas a la colaboración casi cualquier persona dispuesta estaría en capacidad de dar solución a distintos problemas.

## Reconocimientos

Financiado por la División de Investigación de la Universidad Nacional de Colombia y Colciencias  
Tutoriado por Andres Sicard C.

## Referencias y Bibliografía

- Agudelo, J. (2011). Intangible. Bogotá: Universidad de la Salle.
- Augé, M. (1996). Los No Lugares. Gedisa.
- Bauriaud, N. (2008). Estética Relacional. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Benitez, D., & Reyes, G. (1998). Empatía, una aproximación empírica. Revista de Psicología Vol. 1, 23-29.
- Buchbinder, M., & Matusso, E. (2011). Mapas del Cuerpo. Letraviva.
- Buitrago, P., & Duque, I. (2013). La Economía Naranja. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Cardenas, I., & Valberdi, G. (Agosto de 2006). Contactos y Divergencias en las Relaciones de Arte y Diseño. Actas de Diseño #1, 32-33.
- Castillo, F., & Plaza, P. (2010). Reconfiguraciones de las Expresiones Artísticas por el Uso de la Tecnología. Cali: Universidad Libre.
- Doberti, M. P. (2013). Dialecticas Performativas Urbanas. Territorio Teatral #9.
- Erl, A. (2012). Memorias Colectivas y Culturas del Recuerdo. Bogotá: Universidad de los Andes.
- Frascara, J. (Agosto de 2006). La Desmaterialización del Diseño. Actas de Diseño #1, 17-20.
- Gilmore, J., & Pine, J. (1998). Welcome to the Experience Economy. Harvard Business Review.
- Gobé, M. (2005). BRANDING EMOCIONAL. Mexico: Divine Egg.
- Gonzalez, M. (2015). Ciudad, Arte e hipermedia: Casos en Colombia. Bogotá.
- González, M., & Rivera, N. (20 de 07 de 2014). Brochure En Búsqueda. Recuperado el 28 de 11 de 2015, de [www.enbusqueda.wordpress.com](http://www.enbusqueda.wordpress.com)
- González, M., & Torres, J. C. (09 de 12 de 2012). Semillas de Luz. Recuperado el 28 de 11 de 2015, de <https://dl.dropboxusercontent.com/u/12948181/Trabajo%20de%20grado/documento%20final%20versi%C3%B3n%20web.pdf>
- Looking for Meaning, Design in Context through Audience Research. (20 de 05 de 2015). Obtenido de the-strategic-designer.com: <http://www.the-strategic-designer.com/articles/looking-for-meaning-designing-in-context-through-audience-research#.VNfMV-aG-Sp>
- Manzini, E. (2015). Design When Everybody Designs. Festival de la Imagen 2015. Manizales: Universidad de Caldas.
- McLellan, H. (2000). Experience Design. CyberPsychology and Behavior, volume 3, #1, 59-69.
- Mendes, R. (s.f.). El Juego. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.
- Moles, A., & Rohmer, E. (1983). Teoría de los Actos. Mexico: Frilas.
- Peña, F., & Plaza, P. (2010). Reconfiguraciones de las Expresiones Artísticas por el Uso de la Tecnología. Cali: Universidad Libre.
- Press, R., & Cooper, R. (2009). El Diseño como Experiencia. Barcelona: Gustavo Gili.



Universidad de Caldas



Doctorado en  
**DISEÑO**  
+ Creación

maestría en  
**diseño**  
+ creación interactiva



15 FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN  
9-13 mayo / may 2016

Diseño + Arte + Ciencia + Tecnología

Manizales - Colombia  
[www.festivaldelaimagen.com](http://www.festivaldelaimagen.com)

Rivera, N. (20 de Febrero de 2015). En Búsqueda Bogotá. Obtenido de <https://enbusquedabogota.wordpress.com/>  
Rueda, R. (2008). Ciberciudadanas, Transiciones Culturales y Emergencias Políticas. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional y Universidad del Valle.  
Santos, M. (2000). Naturaleza del Espacio. Barcelona: Ariel.  
Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. (2011). PLAN DECENAL DE CULTURA BOGOTA 2012- 2021. BOGOTA.  
Sicard, A. (22 de 10 de 2015). Co-diseño y co-creación. Grupo de Investigación Saberes Implícitos. (M. González, Entrevistador)

### Biografía(s) de el(los) Autor(es)

Mi trabajo se desarrolla en temas socioculturales; con interés en las áreas de mercadeo, comunicación, gestión de diseño, investigación y diseño de experiencia apoyado en tecnologías de interacción. He trabajado en la producción de diseño de experiencias interactivas, participado en algunos proyectos audiovisuales y desarrollado proyectos de investigación en diseño en las líneas de innovación social, espacio público, estilos de vida saludable y food design.

. Se deberá incluir también la URL del CvLAC (Hoja de vida de investigador) diligenciado en [www.colciencias.gov.co/](http://www.colciencias.gov.co/)

#### Dudas y preguntas

Para preguntas sobre su documento, por favor escriba a:  
[foro@festivaldelaimagen.com](mailto:foro@festivaldelaimagen.com)



Universidad de Caldas



Doctorado en  
**DISEÑO**  
+ Creación

maestría en  
**diseño**  
+ creación interactiva