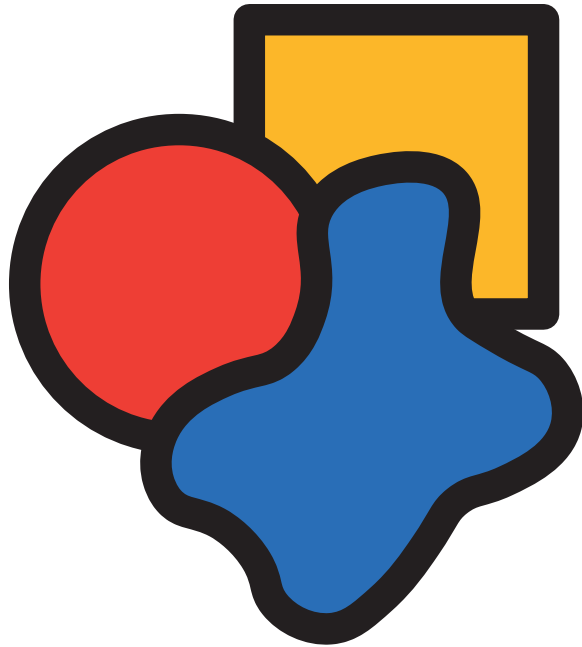




SER*

La personalización
como manifestación
de la identidad

DISEÑO | UC

Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

Autora: Marta Catalina Salinas Pastén

Profesora Guía: Bernardita Figueroa

Julio 2023, Santiago, Chile.

Tesis presentada a la Escuela de Diseño
de la Pontificia Universidad Católica de Chile
para optar al título profesional de Diseñador.

ÍNDICE

* Motivaciones del proyecto.....	3	* Desarrollo de los componentes de la exposición.....	64
* Una necesidad humana.....	5	Actividades de investigación.....	66
Personalizar.....	6	Moodboards actividades de investigación.....	67
¿Por qué nos apropiamos de las cosas?.....	7	Primera parte (Cuerpo).....	69
¿Cómo es nuestra relación con los objetos?.....	8	Segunda parte (Objetos).....	71
* En la teoría se dice.....	9	Resultados Actividad Objetos.....	75
¿Por qué son relevantes los componentes de la identidad?.....	11	Mapa de viaje - Actividades de investigación.....	81
* Los objetos y el cuerpo.....	13	Conclusiones actividades de investigación.....	82
* ¿De qué estamos hechos?.....	21	* SER*.....	83
El Diseño como un medio y herramienta.....	25	Pilares.....	84
* Formulación del proyecto.....	28	Identidad gráfica.....	86
¿Qué? ¿Por qué? ¿Para qué?.....	29	Componentes.....	87
Objetivos del proyecto.....	30	Contenido.....	88
* El diseño de experiencias como factor de cambio.....	31	* Diseño del espacio.....	91
¿Por qué una exposición inmersiva?.....	33	Adaptabilidad de los recursos existentes.....	97
¿Qué pasa con el material que se genera en una exposición?.....	36	* Herramientas complementarias.....	103
* Contexto de implementación.....	37	Luz como herramienta.....	104
Low Cost - Limitante y oportunidad*.....	39	Recursos audiovisuales.....	108
* ¿Qué hacemos hoy?.....	41	Narrativa explícita.....	109
Usuarios del proyecto.....	43	Señaléticas.....	110
Arquetipos.....	44	Medios de difusión físicos.....	111
Interacciones clave.....	46	Información previa + Información complementaria.....	112
Rol activo de la autora.....	48	Guías de feedback para la experiencia.....	113
* Antecedentes y referentes.....	49	* Montaje.....	114
* Metodología del proyecto.....	56	* Producto Mínimo Viable.....	116
Descubrir.....	58	Plano de componentes + Mapa de flujos.....	119
Definir.....	59	Mapa de viaje del usuario en la exposición.....	120
Desarrollar.....	60	Primer feedback - Inauguración.....	121
Etapas del proyecto.....	61	Resultados del testeo - Feedback usuarios.....	122
Entregar + Impacto.....	62	Conclusiones del testeo - Feedback usuarios.....	129
		Dimensiones a mejorar.....	130
		* SER* ¿Cuánto costó?.....	131
		* Financiamiento.....	133
		* SER* Proyecciones.....	137
		* Conclusiones del proyecto.....	139
		* Bibliografía.....	141
		* Anexos.....	144

The background features three large, light blue geometric shapes: a circle on the left, a square on the top right, and a wavy, organic line on the bottom right.

Motivaciones del proyecto

¿Alguna vez te ha pasado que te acuerdas de tu respiración?

Es una sensación extraña y cuando pasa no dejas de pensar en que existe, aunque a final de cuentas siempre estuvo ahí, siempre respiraste. Algo similar me pasó.

Eran las 8 de la mañana de un sábado, mi gata hambrienta sin querer bota mi espejo. Un choque contra el piso y miles de pedazos de vidrios se esparcieron por mi pieza, ninguna gata salió herida.

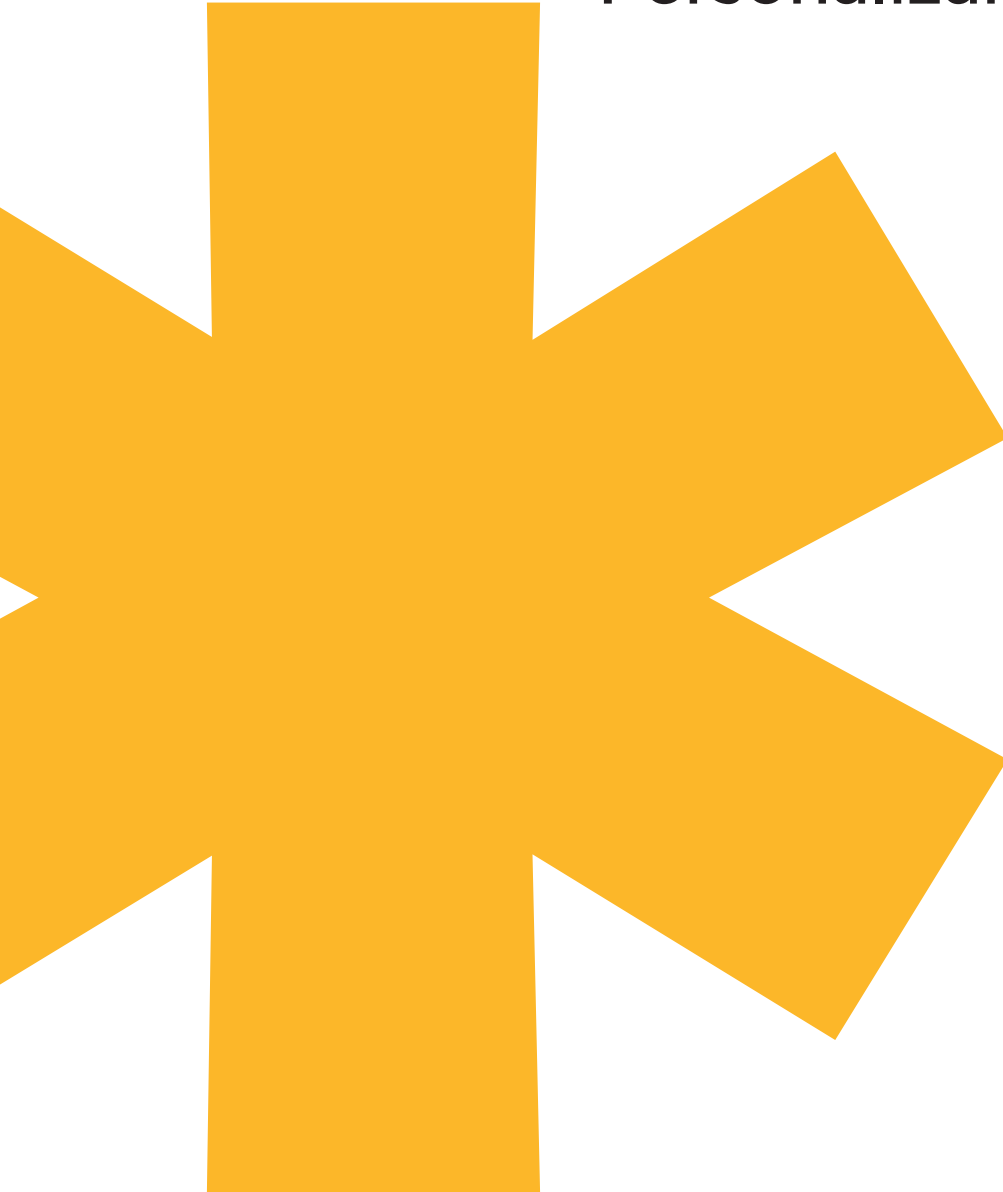
Cuando fui a comprar uno nuevo y volví a mi casa, automáticamente empecé a pintar el marco del espejo, ¿por qué? estaba nuevo, yo lo había elegido, pero aún así no me convencía y pensé **¿es primera vez que me pasa esto?** Desde chica sin darme cuenta había estado haciéndole “monos” a mis cosas, a mi mochila, a mi ropa, a mi pieza, ¡a todo!, incluso ahora “de grande” lo estaba haciendo. Me di cuenta de que respiraba. **¿Será que a otras personas les pasará lo mismo?** Desde ahí no pude dejar de pensar en eso y agradezco infinitamente a mi gata por romper mi espejo.

Agradezco además a mi profe guía que me empujó a diseñar, al estudio de iluminación de la universidad, a los profes que me escucharon y me dieron feedback, a mis compañeros y amigos que escucharon mis problemas, al casino de la universidad, al café por mantenerme despierta, al Ale por ayudarme a sobrevivir y en especial a mi mamá, que me dio fuerzas desde donde sea que esté, en algún lugar del universo, para sacar adelante este proyecto.





**Una necesidad
humana**



Personalizar*

La personalización es una forma de apropiación de elementos externos al cuerpo, herramienta que según Brunia, S & Hartjes, A. (2009) ayuda a dar al ambiente un sentimiento de humanidad. La relación entre personalizar y la identidad, junto con la emoción, trabajo, satisfacción, entre otros, sugiere que **la personalización puede estar relacionada con el reconocimiento, claridad, seguridad y tranquilidad mental.**

Se plantea para este proyecto la pregunta: **¿Cómo la personalización se convierte en herramienta para manifestar la identidad de las personas?** Reconociendo la importancia, habitualidad y significancia de la personalización.

A través de un primer acercamiento basado en encuestas cuantitativas a jóvenes y adultos chilenos entre 18-40 años y entrevistas cualitativas a personas relacionadas con la personalización del mismo rango etario, se pudo llegar a la conclusión de que **la personalización es una herramienta importante para el desarrollo de la identidad, ya que sirve como un medio de expresión de las personas.** Sin embargo, es un proceso que dada su extensa duración y normalización no se toma en consideración a lo largo del desarrollo de la identidad.

¿Por qué nos apropiamos de las cosas?

Un estudio de Brunia, S & Hartjes, A. (2009), da a conocer cómo la personalización tiene distintos significados y es una necesidad del ser humano.

Preliminarmente, el concepto de personalización desde los mismos autores será abordado desde las siguientes categorías:

- 1. Comfortable and familiar environment**
Sentirse cómodos consigo mismo a través de la utilización de objetos, lo que se traduce en generar un espacio que sea familiar y por lo tanto genera el sentimiento de comodidad.
- 2. Status and achievements**
Mostrar lo que han logrado a través de objetos.
- 3. Territoriality**
Apropiarse de su entorno y que los demás entiendan y reconozcan lo que es suyo.
- 4. Control**
Tener dominio sobre su territorio y poder decidir sobre él.
- 5. Recognition, clarity, certainly and rest**
“Reconocimiento, claridad, seguridad y descanso”. Se valora entender e identificar la pertenencia de una persona sin que esté presente.
- 6. Identity**
No estar en el anonimato.
- 7. Dehumanization**
Que se sienta que alguien real estuvo ahí.

¿Cómo es nuestra relación con los objetos?

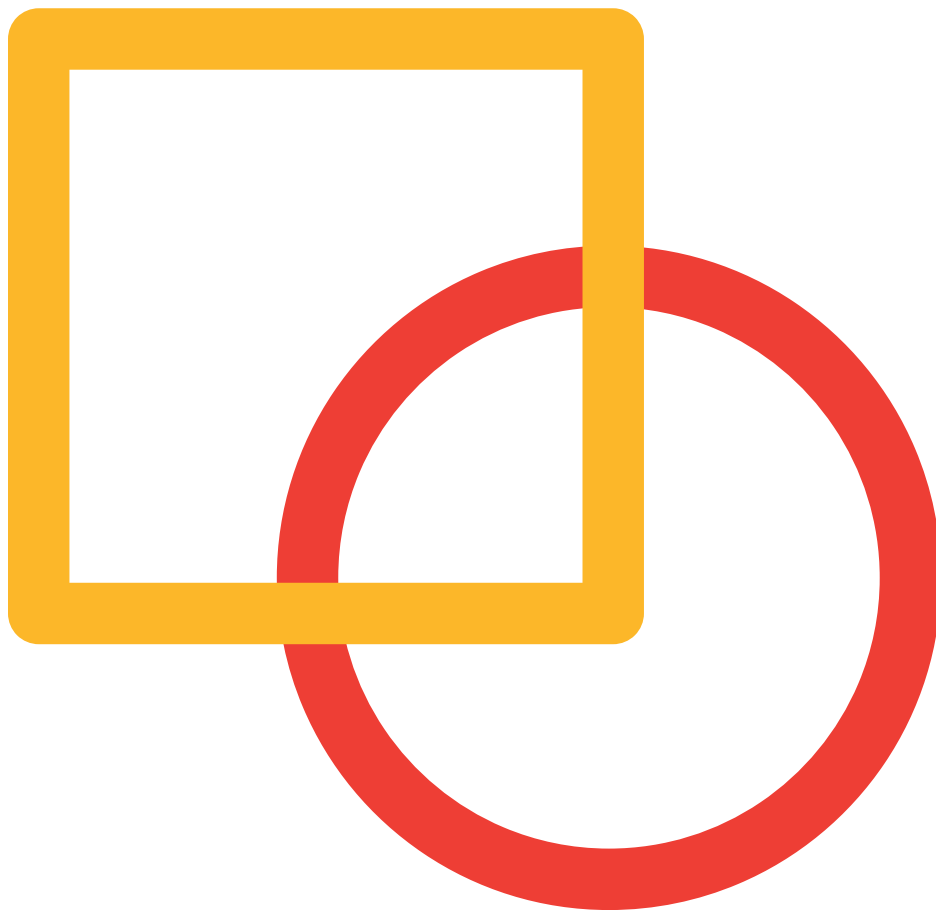
Según el estudio anteriormente mencionado, **la necesidad de apropiarse de algo o de un lugar, se traduce en que las personas noten la pertenencia de ese objeto y que el objeto diga algo sobre ellos.** Pero ¿son sólo los objetos los que se pueden personalizar? El levantamiento etnográfico devela que el propio cuerpo también pasa a ser un “objeto” de personalización, lo que en este documento llamaremos intervención. Esto comprende, que **a medida que las personas muestran la necesidad de expresarse ya sea a través de objetos o del cuerpo, son capaces de generar un sistema que gira en torno a sus necesidades** y a cómo quieren verse frente al mundo, tal como plantea Alonso, J. C. (2004) en la psicología analítica de Jung y sus aportes a la psicoterapia.

Una reflexión relevante respecto a la evaluación preliminar de las personas encuestadas sobre su relación con los objetos y su cuerpo, nos lleva a la desvalorización del proceso de personalización de objetos e intervención del cuerpo.

Desde aquí se logra evidenciar que **no hay un cuestionamiento sobre las cosas o actos que se personalizan a lo largo de su vida**, ya que se da por sentado que las personas utilizan objetos en lo cotidiano y se caracteriza a las personas que tienden a personalizar con notoriedad sus objetos, con un nivel de creatividad mayor. Al mismo tiempo el solo hecho de hacerlos cuestionarse sobre esta relación anteriormente expuesta, les hizo sentido luego de vincularse con objetos que han estado presentes en su cotidiano. Tomar como oportunidad el “darse cuenta” nace como un medio de redescubrimiento de lo que somos.



En la teoría se dice...



En un artículo de TRENDTIC (2019) se señala que la empresa Accenture realizó un estudio para identificar las tendencias a nivel mundial y concluyó que **el 63% de los consumidores, prefieren los productos y servicios personalizados**. Es tanto el interés de las personas por la hiper personalización, que los consumidores están dispuestos a compartir su información personal a cambio de servicios personalizados (TRENDTIC, 2019). Según Saavedra, J. (2007) **al consumir personalizada-mente consumimos nuestras identidades**, de la misma forma, al elegir un objeto personalizado, somos personalizados por el objeto.

Para poder comprender desde dónde nace la necesidad de personalizar objetos y apropiarse de ellos, **es importante conocer la identidad y sus componentes principales**. Freud (1923) nos dice que la personalidad de las personas se compone de 3 partes: el Yo, el Ello y el Superyó. Entenderemos al Yo como la parte de nuestra mente que actúa según las consecuencias de nuestra conducta, que a su vez contiene y reprime al Ello. Este último corresponde al placer inmediato que va de la mano de nuestros impulsos, el deseo y el placer. Finalmente, el Superyó se enfoca más en los objetivos individuales de nuestra persona junto con la supervivencia y su adaptación con el entorno.

(EN UN CASO DE ESTUDIO DE DISEÑO)

¿Por qué son relevantes los componentes de la identidad?

Desde esta primera definición, otros autores se han enfocado a lo largo de la historia a desarrollar las subcategorías que comprenden cada uno de los componentes de la identidad y por lo tanto el concepto entra en el ecosistema que rodea a la persona.

Teniendo en cuenta el “Yo”, surge “la máscara”, concepto que postula Carl G. Jung (1990). Este concepto se refiere a todo aquello del Yo que mostramos a los demás, es decir, **“cómo quiero que me vean”**. Para Jung es relevante esta parte del Yo ya que **posee el sentido de identidad y da conciencia del existir** (Alonso, J. C. , 2004). Este concepto será desarrollado a lo largo del proyecto, ya que es la manifestación visual de los procesos identitarios.

La investigación sobre la identidad es un debate constante por distintos autores, por lo que para fines de esta investigación ocuparemos también “lo entendido por Aragonés y Perez-Lopez (2009) como ‘el conjunto de conductas que una persona lleva a cabo en un espacio determinado que le permiten verse reflejado y dueño del mismo’. Además, estas huellas que los ocupantes van dejando se vinculan con su estatus, autodeterminación, preferencias (Becker, 1977) y facilitan información acerca de sus valores y creencias (Altman & Chemers, 1984), dando lugar a una imagen de sí mismo por lo que desea que los demás lo reconozcan” (Poggio, L., Fraijo-Sing, B., Aragonés, J. & Tapia-Follem, C. , 2018).

Siguiendo la misma idea, James (1989) establece desde la concepción del Yo subcategorías. El Yo empírico es todo lo que puede llamarse propio de una persona, más allá de su cuerpo y procesos psíquicos, es decir, que comprende además vestimenta, inmuebles, familia, amigos, reputación y creaciones. James también divide a este Yo empírico en tres componentes: el Yo Espiritual (facultades psíquicas), el Yo Social (imagen que ven los demás) y el **Yo Material (cuerpo, familia, vivienda, propiedades y ropa). Este último se manifiesta como característica diferenciadora que hace referencia a una persona**, como también lo habla Belk (1988), que señala la importancia de los objetos como el reflejo de la identidad de su propietario (Poggio, L., Fraijo-Sing, B., Aragónés, J. & Tapia-Follem, C. , 2018).

Lo anterior quiere decir que la apropiación de objetos y espacios surge como la necesidad de verse reflejado en cosas tangibles externas al cuerpo, generando así una especie de ecosistema que gira en torno al ser.





**Los objetos y
el cuerpo**





El esquema anterior es la interpretación de lo que se señala en el texto de Poggio, L., Fraijo-Sing, B., Aragonés, J. & Tapiá-Follem, C. , (2018) sobre Prelinger (1959). Esta definición del Yo Esencial y el Yo Extendido se clasificó a su vez con la definición de cuerpo y objeto desde la investigación de este proyecto para así explicar de mejor manera su relación con la identidad y la intersección de ellos.

Nuestra relación con los objetos, hace sentido a la razón de la existencia de cada uno como parte del otro, es decir, **para que puedan existir objetos necesitamos que haya una necesidad, la cual solo es posible gracias a la presencia de una persona que haga uso de dicho objeto.**

¿Quiénes experimentan esto hoy?

Rango etario de 18-65 años

Edades con mayor representación dentro de la muestra

*22 años (7 personas)

*25 años (6 personas)

*24 años (4 personas)

*21 años (4 personas)

Objetos más personalizados:

*Ropa (34 personas)

*Papelería (27 personas)

*Accesorios (24 personas)

*Mobiliario (24 personas)

*Tecnología (15 personas)

Razones para personalizar objetos:

"Me carga sentirme una más"

"Darle mi toque"

"que las cosas digan algo sobre mí"

"sentir que me pertenece"

"nuevo uso"

Personalizar para otras personas

39/49 personas

Para el levantamiento de información, se realizaron 2 encuestas con distintas finalidades, el desglose de cada una de ellas es el siguiente:

Encuesta 1

"La personalización como manifestación de la identidad"
Septiembre 2022

Objetivo

Categorizar los tipos de personalización e intervenciones corporales junto con la identificación de usuarios potenciales.

***Total de personas encuestadas 49**

*Mujeres: 35 p *Hombres: 10 p *Otro: 4 p

Intervenciones corporales 45 /49 personas

*Pelo:

-Corte (34 personas)

-Color (34 personas)

*Piercings y/o expansiones (34 personas)

*Tatuajes (26 personas)

Razones para intervenir el cuerpo

"recordatorio de lo que soy y quiero"

"reflejar lo interior en lo exterior"

"expresarme"

"comodidad"

"gusto"

"estética"

"mis cosas cobran vida"

"cerrar ciclos"

"bonito y único"

"no tan fome"

Manifestaciones de la identidad



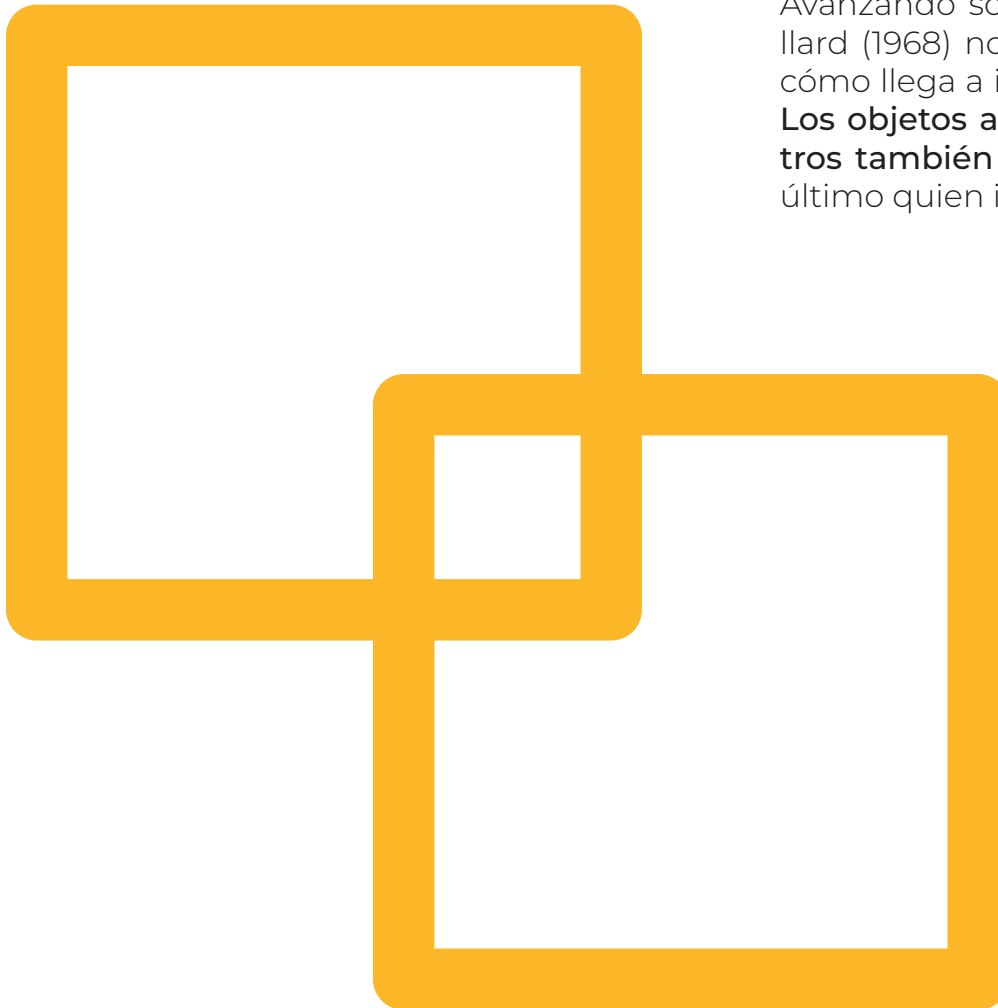
Desde esta información se pudo clasificar 3 formas en las que se expresa una identidad material que puede verse en el esquema anterior.

Desde el HACER nace el INTERVENIR(SE). Esto hace referencia a todas las **acciones que hacemos para manifestar nuestra identidad**. Estas acciones pueden ser ejecutadas en objetos, a través de la personalización como también en el cuerpo a través de una intervención. Luego en el VER, hace relación en **cómo la persona se ve reflejada** en torno a las personalizaciones e intervenciones que ha hecho, tomando esto con fines más estéticos. Finalmente, en el SENTIR se toman las **repercusiones psicológicas** que tienen los procesos anteriormente mencionados, ya que ambos procesos permiten encontrar el sentimiento de comodidad e identificación tanto visual como física en las personas.

Fuente: Esquema de elaboración propia (2022)

Paralelamente, **se pueden clasificar las diversas herramientas que las personas utilizan** para apropiarse de objetos, tales como elementos textiles (pintura de tela, hilo, agujas, bordados, tachas, corte, etc.), herramientas visuales impresas (como stickers y recortes) y también herramientas para uso predominante del color (pinturas acrílicas, esmaltes sintéticos, latas de pintura, colorantes, tinturas, etc.) para intervenir objetos, espacios en los que habitan (dormitorios), accesorios, entre otros.

Avanzando sobre las conclusiones de la encuesta, Baudrillard (1968) nos dice que el cómo funcionan los objetos es cómo llega a influir la relación entre el espacio y la persona. **Los objetos al estar progresivamente diseñándose, nosotros también somos diseñados por el objeto**, siendo este último quien impone el cómo nos comportamos.



Obtenida la información para la categorización de acciones de apropiación, se realiza una segunda encuesta para obtener información relacionada al vínculo directo con los objetos y el cuerpo de las personas:

Encuesta 2

“Objetos, identidad y emoción” septiembre 2022

Objetivo

Analizar las formas de representación de las personas desde la relación que existe entre los objetos y sus cuerpos.

(Relación simbiótica)

Rango etario 19-33

8 mujeres – 3 hombres *11 personas en total

Los objetos

“no me definen, pero me ayudan a expresar lo que imagino y siento”

“otras veces es mi propia identidad es la que define los elementos de mi entorno cotidiano, como el lugar donde vivo o trabajo, está también personalizado”

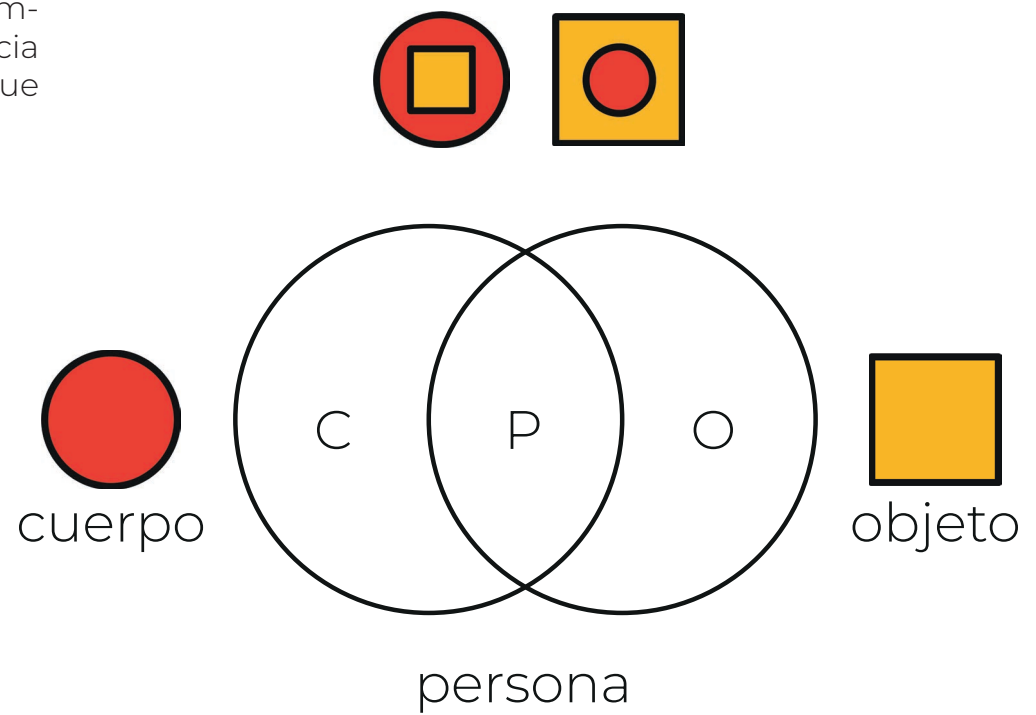
“me ayudan a externalizar mi identidad, a comunicar ciertas ideas de mí, y cómo me siento”

“Siento que mi identidad es una mezcla entre lo que siento y lo que me rodea, por lo que, sea como sea mi entorno, si se vuelve cotidiano, influye en mi identidad y mi identidad influye en él; es recíproco.”



Desde las encuestas además se concluye que aparte de objetos, estas personas personalizan su propio cuerpo (intervención). De esta forma las intervenciones corporales se sitúan a lo largo del lienzo del cuerpo, viéndolo como otro medio de personalización con el fin de “expresar lo interior en lo exterior” y así poder “sentirme más cómodo con lo que veo y siento respecto a eso” tal como lo señalaron las mismas personas encuestadas anteriormente.

Se formulan entonces **dos conceptos desde la relación entre el cuerpo y los objetos**, donde cada componente de la persona no puede pensarse por separado, es decir, el cuerpo no vive sin objetos y los objetos no tienen sentido sin el cuerpo. Definiremos para fines de este proyecto al cuerpo como un círculo y a los objetos como un cuadrado, al mismo tiempo a la persona la identificaremos con la unión de ambas figuras donde cada una de ellas tomará predominancia según la asignación de personalización o intervención que se le otorgue en este documento.



Fuente: Esquema de elaboración propia (2022)

La persona debe ser comprendida entonces como un **conjunto de capas que se superponen**, que a su vez están compuestas por elementos ajenos o propios del cuerpo que permiten el desarrollo constante de la identidad. La persona es una forma en constante transformación, interna (con los procesos psíquicos y psicológicos) y externamente (cómo se muestra ante el mundo este ser).

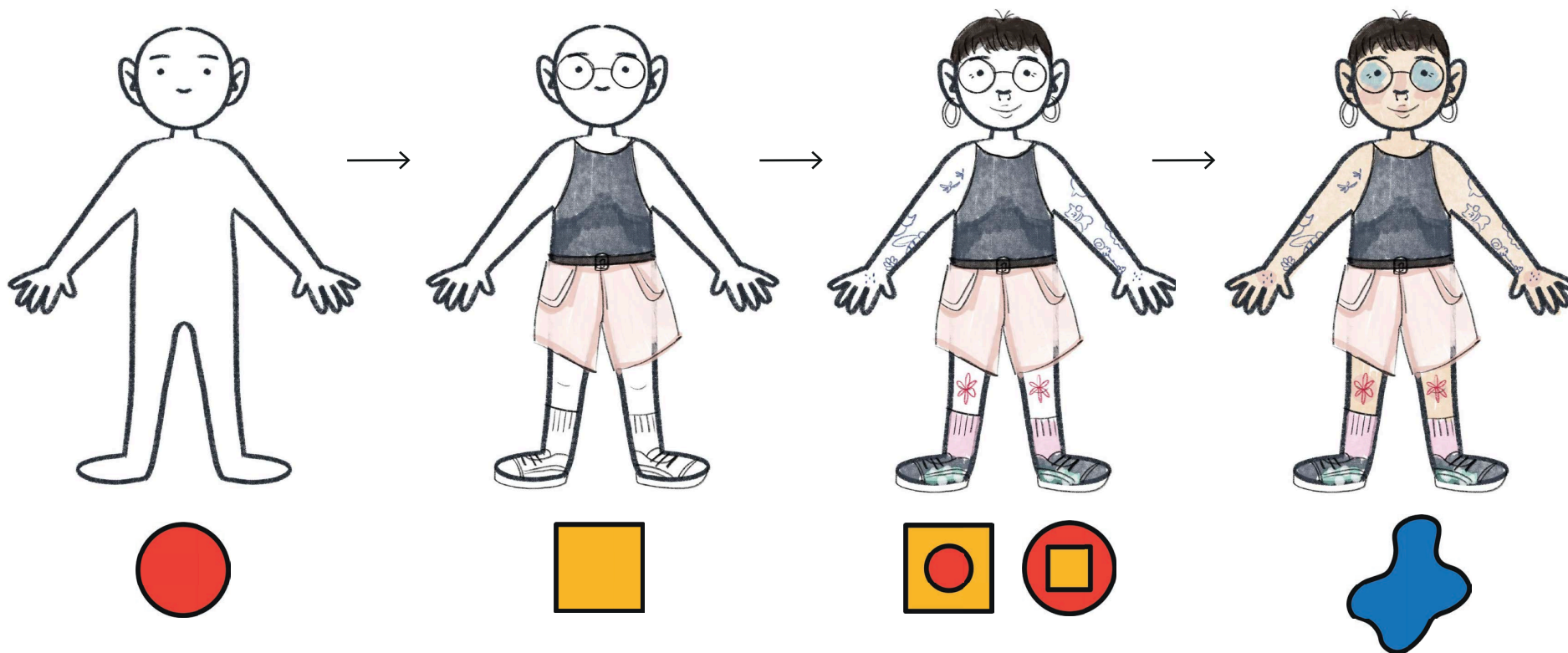
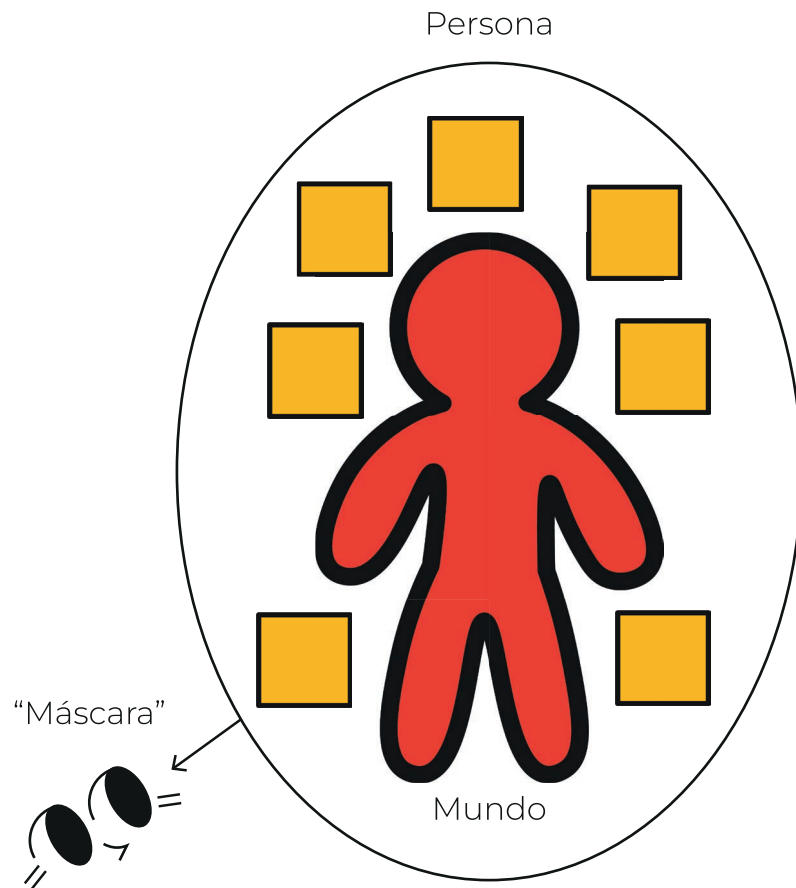


Ilustración sobre los componentes de la persona reflejados en la autora del proyecto

Elaboración propia (2022)

An abstract graphic on a solid red background. It features three light red shapes: a circle on the left, a square on the top right, and a wavy, organic line on the bottom right. The text is positioned in the bottom left corner.

**¿De qué
estamos hechos?**

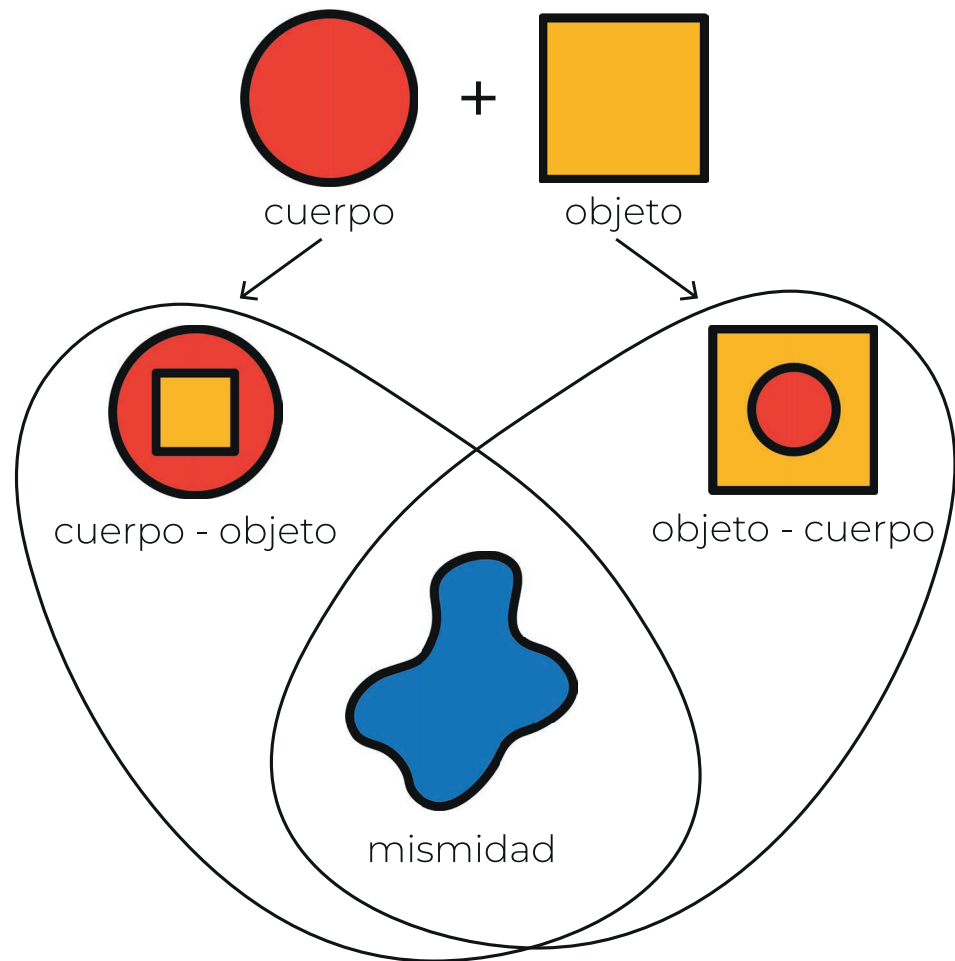


Fuente: Esquema de elaboración propia (2022)

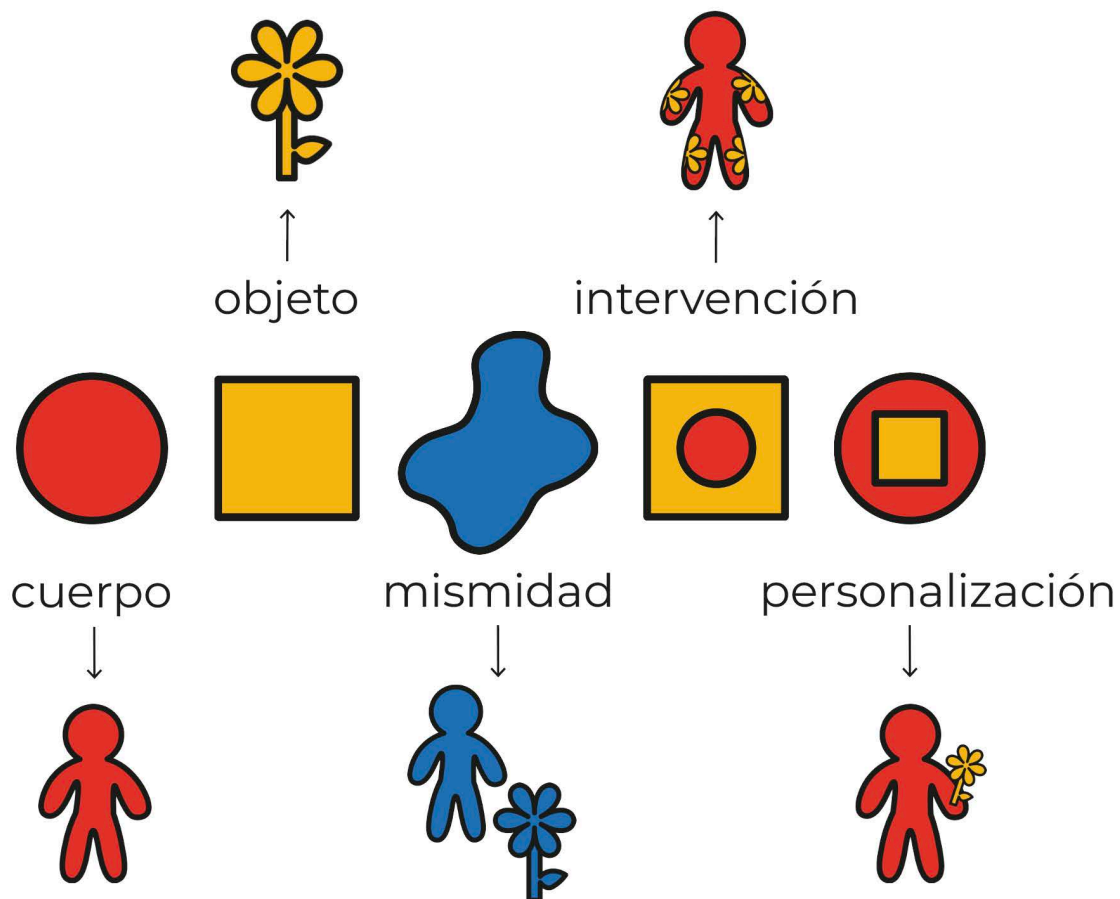
Tomando el concepto de identidad desde otros autores, la ilustración relaciona los componentes de la identidad de Jung (1990) y Freud (1923) junto a lo que se menciona en el texto de "Los objetos que personalizan los dormitorios y su relación con el apego y el self", donde "parece que para entender el significado de las posesiones es necesario comprender que, consciente o inconscientemente, éstas son vistas por el propietario como parte de su yo (Ahuvia, 2005; Belk, 1988; Solomon, 2008). Sarte (1954) consideraba que la única razón por la que se quiere tener o poseer algo es para aumentar o extender el yo, y que la única forma a través de la cual se puede entender qué se es, es observando lo que se tiene o se posee. **Somos lo que tenemos** ('We are what we have')" (Belk, 1988, 1991, 1992) (Poggio, L., Fraijo-Sing, B., Aragonés, J. & Tapia-Follem, C., 2018).

Por su parte, Erikson, E (1963) habla sobre la mismidad-sentido del ser como uno de los componentes importantes para el desarrollo de la identidad. Ya que es un concepto central en la definición de la identidad debido al constante desarrollo que **implica un proceso de reconocimiento y valoración de la propia individualidad.**

Teniendo en cuenta las bases teóricas señaladas por los autores anteriormente mencionados, la información dispuesta y considerando lo que conllevan los procesos de desarrollo de identidad desde una mirada de diseño, **se definen 5 conceptos clave para la comprensión de las personas desde su identidad, procesos y resultados.**



Fuente: Esquema de elaboración propia (2022)



Fuente: Esquema de elaboración propia (2022)

*Círculo

El **cuerpo** como base de la existencia de las personas. Lo que se tiene de por sí.

*Cuadrado

Los **objetos** como elementos que coexisten con este cuerpo.

¿Cómo se manifiesta este vínculo entre el cuerpo y el objeto?

*Cuadrado - Círculo

La **intervención** como forma de apropiación del **propio cuerpo**, como forma de manifestación.

*Círculo - Cuadrado

La **personalización** como forma de apropiación de elementos externos, es decir, **objetos**.

(Ambos procesos varían según la necesidad de un usuario que será explicado en detalle a lo largo de este documento.)

*Forma Fluida

Todo lo que nos hace ser nosotros, ambos procesos y más.

La **mismidad**. Factor diferenciador que comprende la forma en que nuestra identidad se desenvuelve. Este componente, según sea el tipo de relación que tenga el cuerpo y los objetos, permite concentrar la identidad que se expresa a través de la persona.

EL DISEÑO COMO UN MEDIO Y HERRAMIENTA

El diseño, debido a las características y herramientas que posee, nos permite comprender y evidenciar procesos que van desde lo gráfico hasta el cómo se relacionan las personas con los objetos. Desde el diseño de servicios, se busca generar a través del proyecto, **un cambio en la realidad del usuario** (Xenia Vidalás, 2011), desde la utilización estratégica de componentes físicos (como objetos) para el análisis o generación de nuevas experiencias en torno a los procesos identitarios.

Paralelamente, el desarrollo de la identidad puede ser vista como un **proceso de constante iteración**, así como se plantea en la metodología de doble diamante de Design Council (2004), donde por ejemplo se puede definir como problemática “sentirse a gusto con la ropa” y generar a lo largo del tiempo un resultado eficiente para la persona, tomando a los procesos de apropiación de los objetos y del cuerpo como instancias de reflexión y creación, valiosas para el desarrollo de la identidad.

Se ve como oportunidad los procesos de la persona conforme a su identidad, como **un diseño constante desde el inconsciente**, que a su vez ayuda a quien se ve rodeado por esta necesidad de apropiarse de “cosas”, a lograr comunicarse efectivamente desde el “cómo se ve” al “cómo se siente”.

La persona* como un manual de marca

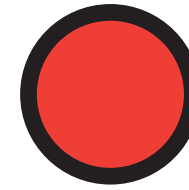
Es importante entender al ser humano como un agente de constante cambio tanto interno como externo, debido a esto se puede hacer el análisis desde el diseño en los procesos de iteración en relación a la imagen de las personas, que a su vez pueden referenciarse con los **procesos de creación de identidad del diseño gráfico**, como también la resolución en un “producto final” que nos llevaría a entender cómo se conforman las personas.

Extrapolando este concepto al Diseño, es algo que puede traducirse, por ejemplo, en la **imagen de marca** de una empresa, pero que podría ser aplicada en una persona natural. Esto se lograría tomando sus valores, sus características principales, gestos y objetos para llevarlos a un manual de marca personal, útil para todo aquel que necesite saber lo primordial de la persona. Sobre esta premisa nace la inquietud de cómo adaptar un proceso de diseño de marca, para ser aplicado a personas tomando el concepto de identidad anteriormente definida.

Los manuales de marca si bien pueden ser abordados de distintas metodologías, poseen puntos en común que comprenden los aspectos esenciales de ellos. Para fines investigativos tomaremos el planteado por Gorricho Diseño (s/f), oficina de diseño argentina, donde se plantean 3 etapas que van desde el análisis y definición de estrategias del manual, comprendiendo el contexto, perfil estratégico, requisitos prácticos, signos preexistentes y posibles registros comunicacionales. Luego se desarrolla un sistema de identidad que busca definir concepto, discurso y *claim*. Signos primarios de la identidad, como nombre, logo, elementos gráficos identitarios. “Todo el universo visual que da cuenta del relato de la marca” (Gorricho Diseño, s/f). Finalmente, en la aplicación, sistematización y seguimiento, se logra generar un manual normativo de marca para luego poder aplicarlo en distintos medios.

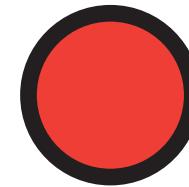
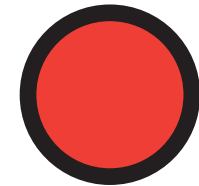
Tomando en cuenta lo anteriormente señalado, junto con los hallazgos obtenidos desde una entrevista realizada a Sergio Ramírez, Docente y Diseñador de la Facultad de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile, se definieron 4 factores importantes para el desarrollo de un manual de marca que puedan ser aplicados en relación con la identidad de las personas (Ramírez, 2022). Primero, hay que considerar lo que transmite la marca/persona, ¿quién es? ¿qué genera? Luego, se identifican las características principales y se toma el elemento con mayor relevancia, ¿por qué cosas conocemos a esta persona? Y ¿por qué es necesario comprenderla? ¿Quién necesitaría el manual? No es un documento personal y es reporte de lo que se necesita dependiendo de la aplicación de la imagen de una marca, lo que nos lleva al último punto, **un manual de marca es más operativo e intangible y lo menos importante de una marca**, dado que el fin de la marca es causar impacto en alguien y ser reconocida según lo definido en los dos primeros puntos.

Teniendo en cuenta lo anterior, se establecen desde el manual de marca aplicado en una persona, los elementos característicos más importantes de las personas, pensando en que la información recabada sea lo más operativa posible en función de la clasificación de lo obtenido. Se tomará como base del proyecto los conceptos de identidad, el cuerpo, los objetos y la persona.



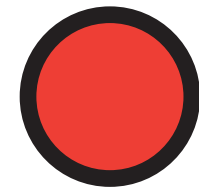
¿Quién es?

Características
principales



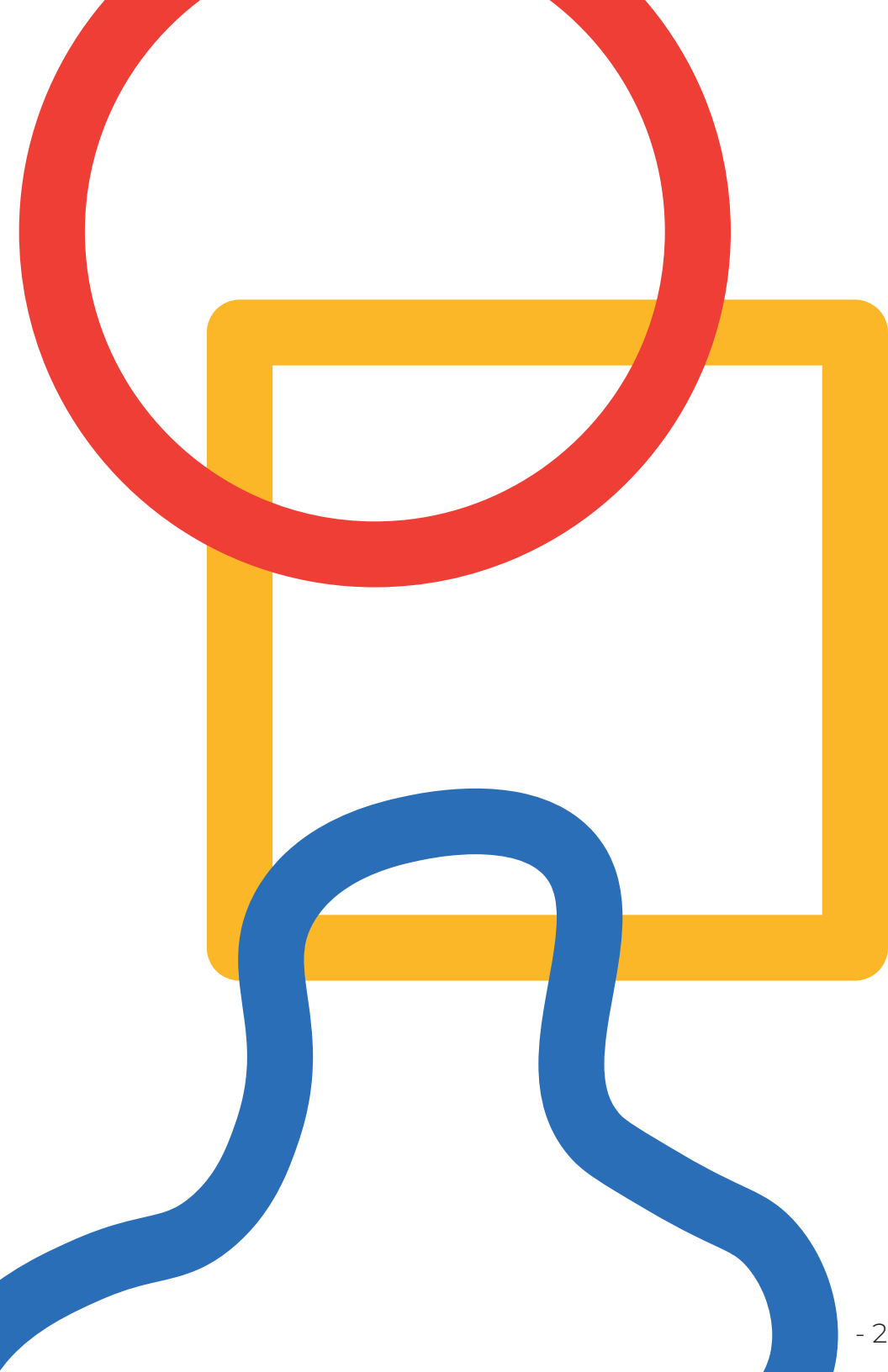
¿Por qué es
necesario
comprenderla?

¿Quién necesita
el manual?





**Formulación
del proyecto**



Oportunidad del proyecto:

¿Cómo la personalización se convierte en herramienta para la manifestación de la identidad de las personas?

¿Qué?

Experiencia sistémica que permita evidenciar los procesos de personalización de objetos y cuerpo a través de una exposición inmersiva de visualización e intervención.

¿Por qué?

Porque **las personas obvian en el cotidiano la necesidad** de intervenir objetos y su cuerpo para el bienestar propio.

¿Para qué?

Para **habilitar el reencuentro de la persona** con la personalización evidenciando las formas de manifestación de identidad y poniendo en valor la mismidad.

Objetivo general del proyecto **"Analizar las formas de manifestación de la identidad** en jóvenes y adultos en Chile para así dejar en evidencia los procesos de expresión de personalidad."

Objetivos específicos:

***Conocer los elementos propios de la identidad personal según autores y cómo se manifiestan en las personas.**

I.O.V.: Clasificación de los componente principales de la personalidad desde el psicoanálisis.

***Clasificar las formas de manifestaciones tangibles de la identidad según las herramientas utilizadas tanto para objetos como cuerpo de personas chilenas entre 18-40 años**

I.O.V.: Resultados obtenidos desde las encuestas "Personalización como manifestación de la identidad" y "Objetos, identidad y emoción"

***Analizar la relación entre las personas desde los objetos y su vínculo desde la personalización e intervención.**

I.O.V.: Esquema de relación entre usuarios desde la información recabada en la investigación etnográfica

***Diseñar una experiencia sistémica que permita relevar la personalización e intervención de personas chilenas entre 18-40 años.**

I.O.V.: Prototipos para los puntos de contacto que serán expuestos posteriormente

***Componer una experiencia física donde se releven las formas tangibles de manifestación de la identidad que ponga en valor la mismidad de las personas.**

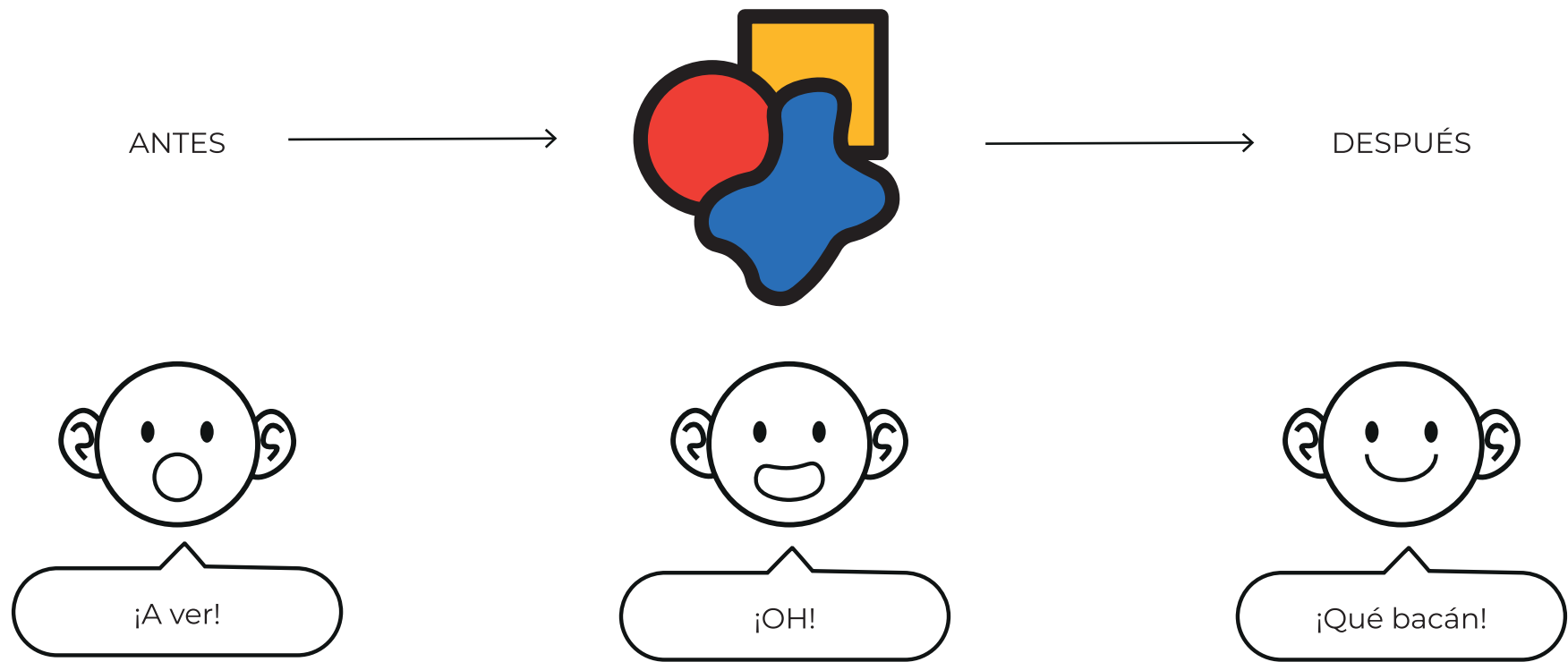
I.O.V.: Exposición con la información recopilada desde las actividades de investigación



**El diseño de
experiencias como
factor de cambio**

El diseñar una experiencia significativa, podría provocar un cambio en la percepción de las personas y cómo se enfrentan a puntos de contacto en relación a sí mismos. **El diseño de servicios dentro de este proyecto de título nos puede ayudar a ser un medio y/o herramienta para que las personas puedan reencontrarse consigo mismas**, para así aumentar su bienestar y poner en valor su mismidad desde el análisis de sus procesos de desarrollo identitario.

Desde Xenia Vidalás (2011) se propone que esto se puede lograr debido a que el diseño de servicios genera un cambio del estado de la realidad de un usuario, desde la interacción entre el cliente/usuario, el proveedor del servicio y la realidad transformada.



Fuente: Esquema de elaboración propia (2023)

¿Por qué una exposición inmersiva?

Si bien desde el marco teórico de este proyecto se puede tomar como oportunidad una investigación desde el diseño, para la autora de este proyecto **es importante permitir y ser un agente facilitador del re-descubrimiento de las personas con su ser**, ya que el proyecto no es posible sin la existencia de las personas cuya necesidad es desarrollar su identidad.

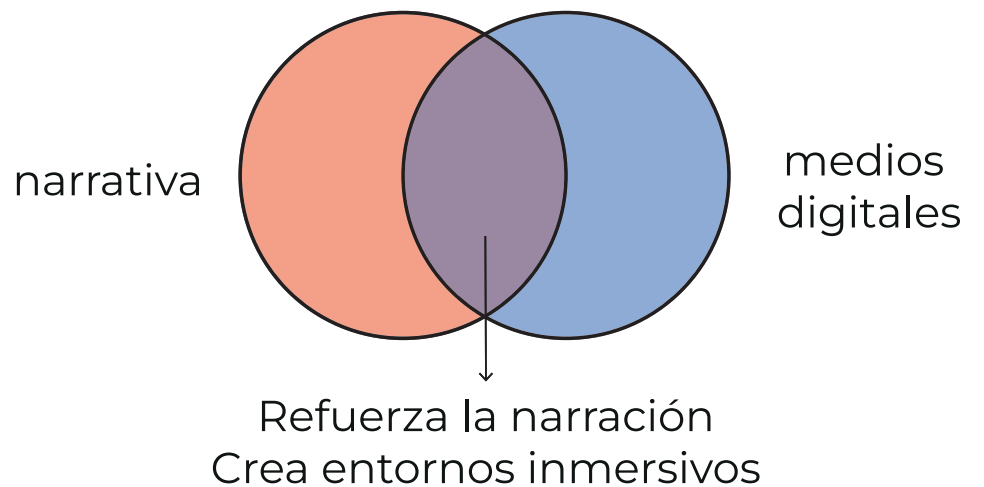
Se busca por tanto **generar una experiencia que haga partícipes a los usuarios desde su rol de espectador**. Que ellos se sientan como agentes personalizadores y que puedan ser parte de esta experiencia no como algo anecdótico

Según EVE museos e innovación (2021), las exposiciones durante mucho tiempo han sido vistas como un medio de autoridad curatorial que contienen objetos para lograr fines educativos a través del aprendizaje al público que asiste a estas exposiciones (Muller, Edmonds y Connell, 2006; Wang y Lei, 2016). **Restringir su participación exclusivamente a la observación, afecta a su eficiencia en el proceso de descubrimiento y disminuye el valor de sus experiencias** (Carrizino y Bergamasco, 2017).

EVE (2021) también señala que la participación activa del público permite que los museos (o zonas de exposición) sean más relevantes y accesibles. Esto **permite además mejorar la experiencia y aprendizaje de los usuarios** junto con disminuir la frustración de los visitantes frente a la exclusividad de este tipo de instancias y distancia con las instituciones que llevan a cabo exposiciones.

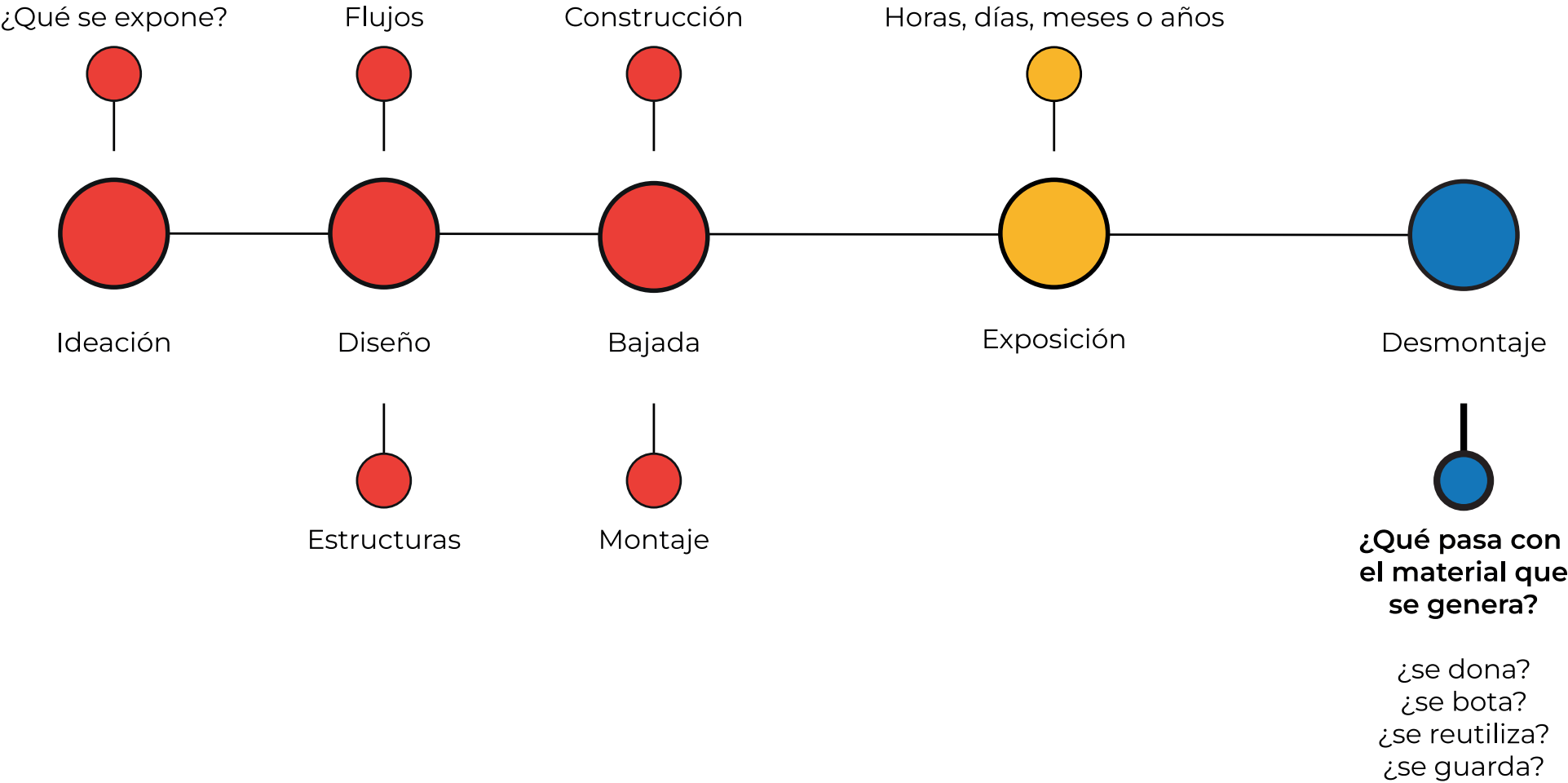
El mismo autor, además señala desde Antón, Camarero y Garrido (2018) y Simon (2010) que **los visitantes pueden tener un rol cocreador en estas instancias desde la participación activa** (mental o físicamente) **o interactuando con el entorno, otros usuarios o personal a cargo** de estas actividades. Esta participación requiere además que el público naturalmente sea capaz de desarrollar y moldear su propia experiencia, desde la planificación por parte de quien genera la exposición o de forma espontánea. Lo anterior permitiría que en vez de ser exclusivamente espectadores, pasen a ser actores activos y exploradores. **Decidir qué momentos y cómo se involucrarán con los contenidos es una dimensión integral del diseño de experiencia** (Muthiah y Suja, 2013; Simon, 2010) (EVE, 2021)

Desde EVE (2021) además se hace hincapié en que la inmersión puede ser un medio para dar a conocer la historia, mejorar su aspecto inspirador y emocional, y ofrecer una capa multisensorial adicional que rodea la narrativa y contenidos.



Fuente: Esquema de elaboración propia (2023)

Desde el conocimiento mínimo de un usuario que se enfrenta a una exposición en diferentes ámbitos y considerando lo establecido por EVE (2021), se clasifican los posibles pasos a seguir para la creación y montaje de una exposición.



Fuente: Esquema de elaboración propia (2023)

¿Qué pasa con el material que se genera para una exposición?

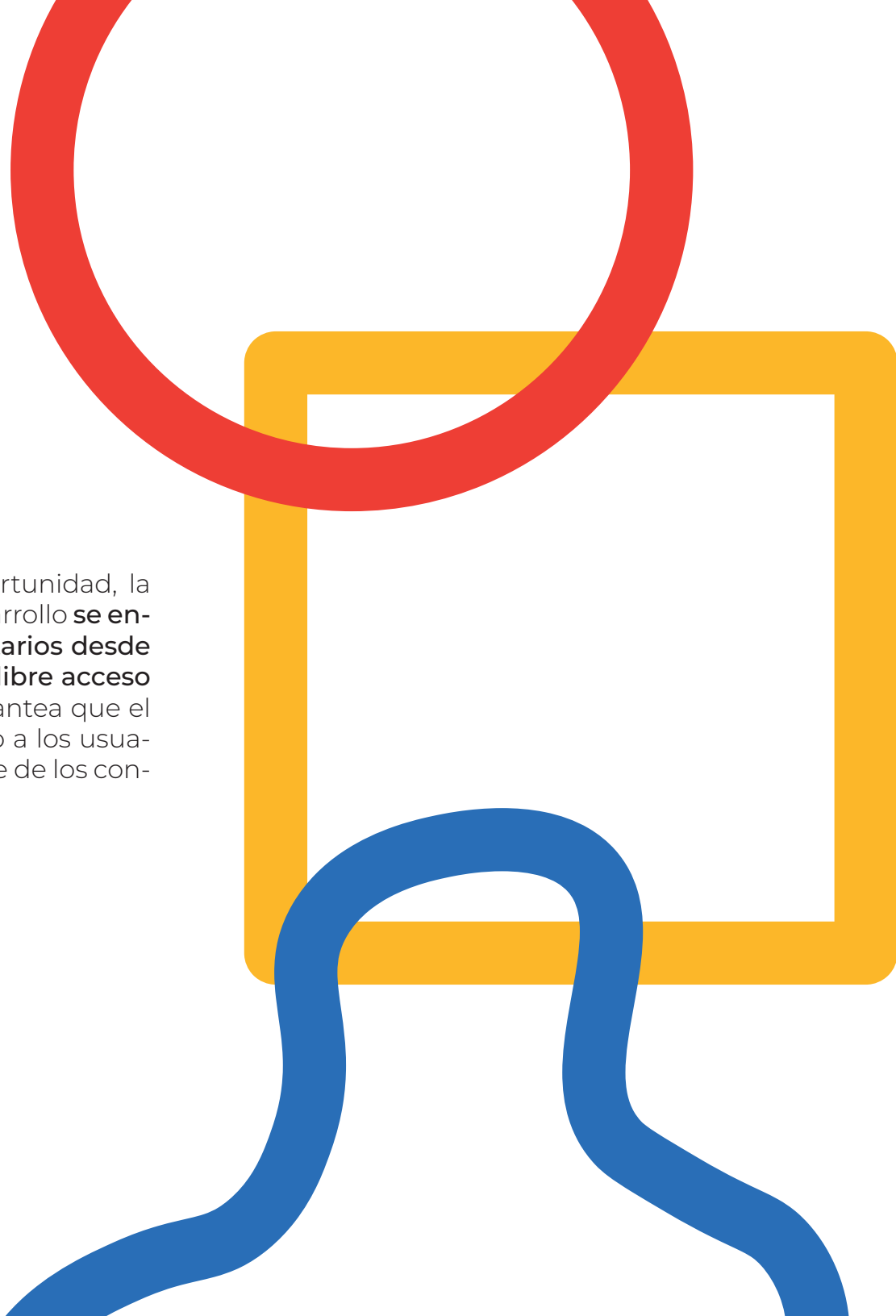
Esto sin duda puede variar según quién genere la exposición, ya que pueden tener una visión de ello más enfocada a la reutilización de este material generado o directamente relacionado con el desecho del mismo.

Para generar algo nuevo **¿es necesario recurrir a la compra de materia prima para esto?** Para generar un objeto nuevo, no es estrictamente necesario que los materiales que compondrán este nuevo objeto sean de primer uso. Las tendencias actuales ligadas al zero waste, tal como señala la Fundación Aquae (2022) nos dicen que básicamente podemos hacer de todo con cosas que ya existen, la reutilización y el reciclaje buscan hacerse cargo de los desechos que ha generado el ser humano por tanto tiempo, para así darle una nueva oportunidad a lo que nos rodea.



**Contexto de
implementación**

Debido a la temática que es tomada como oportunidad, la identidad, el proyecto desde el principio de su desarrollo **se enfoca en la accesibilidad tanto de recursos monetarios desde la autora y los potenciales usuarios, junto con el libre acceso de personas al proyecto expuesto.** Por esto se plantea que el proyecto se pueda aplicar en un contexto cercano a los usuarios potenciales para permitir una entrega eficiente de los contenidos y bajada de la investigación.



LOW COST

Limitante y oportunidad*

Si bien este concepto es mayormente conocido como algo “barato”, **la verdadera esencia del concepto radica en la eficiencia**, no en el recorte salvaje de todo lo que rodea a un servicio o producto en pro del beneficio final: precios reducidos (TribunaEc, 2022). Es así que **en este proyecto se busca generar una exposición inmersiva lo más eficiente posible**, en términos de las sensaciones que genere, los componentes necesarios para mostrar el contenido, usar lo que ya existe y darle una resignificación junto con la estrategia que implica llevarla a cabo.

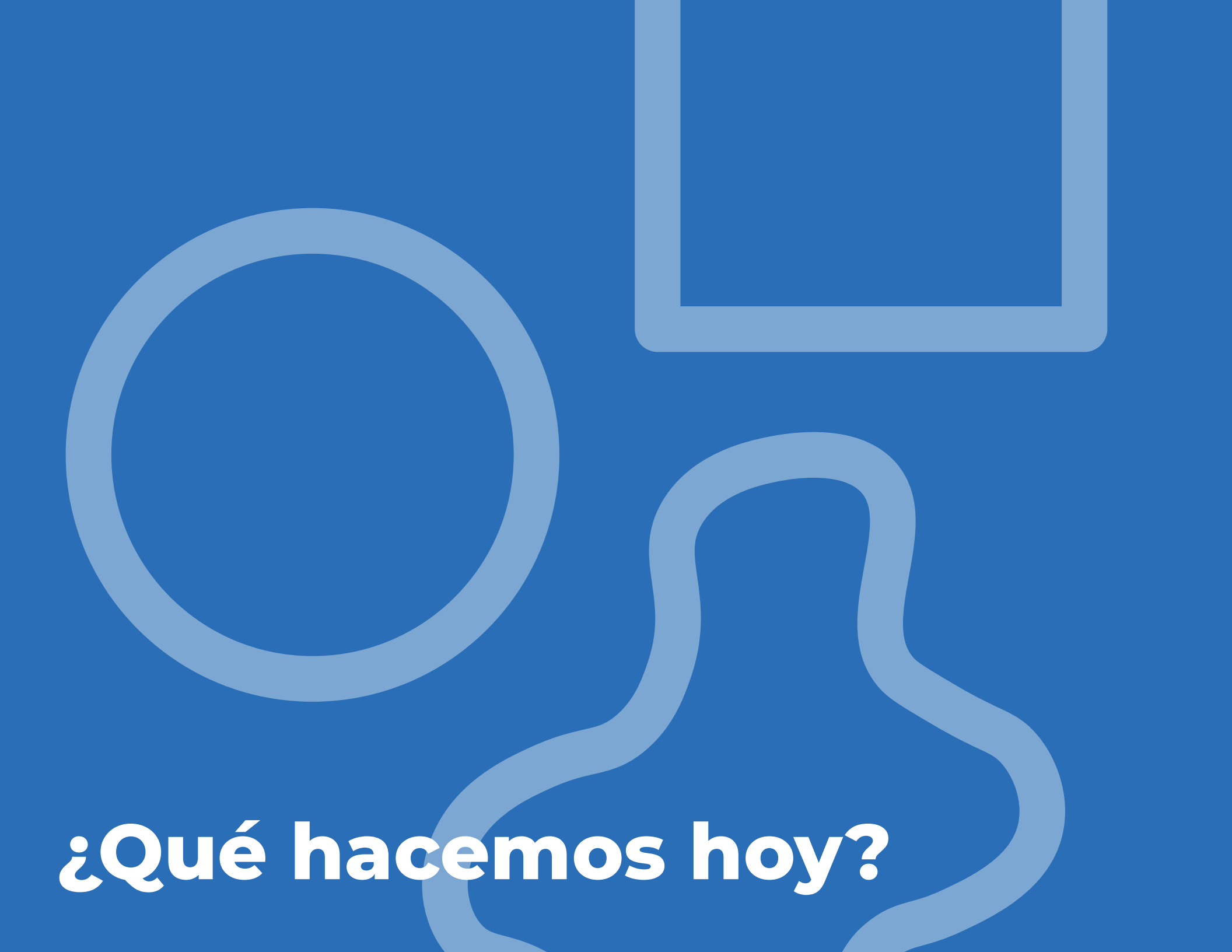
Se establece el *Low cost* como **limitante** de diseño pensando en los recursos que se posee por parte de la autora del proyecto. Es importante aterrizar esta idea buscando la viabilidad del proyecto y no pensarla como algo fantasioso o difícil de alcanzar. Además **es fundamental tomar la identidad desde algo propio de las personas y no como algo ajeno a ellas, por lo que la exposición debiese ser accesible a cualquier persona que tenga o haya sentido la necesidad de personalizar o intervenir** para poder manifestar su identidad. Es algo que debe mostrarse para ayudar a “darse cuenta” del valor de estos procesos.



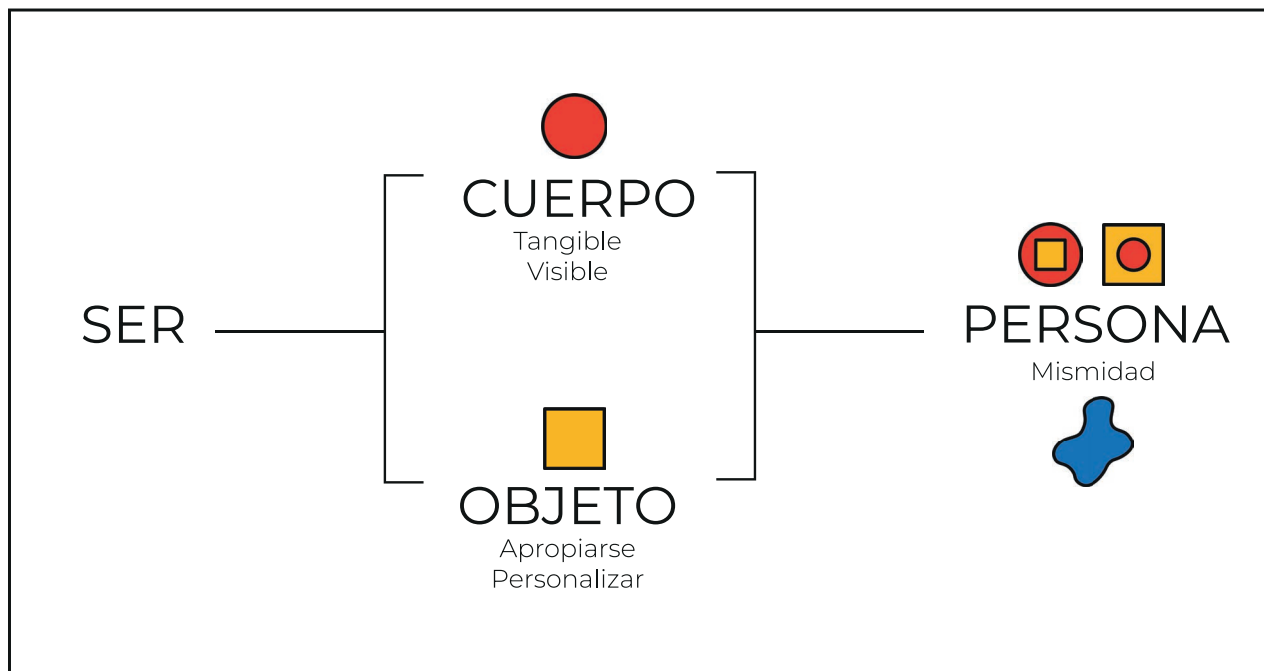
Al mismo tiempo se ve como **oportunidad** este concepto enfocado en el aprovechamiento estratégico de los recursos ya existentes y hacer uso de materia prima en su primer ciclo en partes específicas de la exposición, tales como impresiones de fotografías, pinturas y algunos tipos de papel. Además, se debe considerar esta exposición con fines académicos como un **Producto Mínimo Viable**, que pueda extrapolarse desde los hallazgos de su ejecución, para así identificar otras posibles vías para su realización.

Debido a las herramientas disponibles otorgadas por la universidad, la exposición fue realizada en el Campus Lo Contador, lugar que, por un lado, facilita la llegada de gran variedad de personas que entran en la categorización de usuarios establecido en este proyecto, además de diseñadores que puedan generar feedback directo al proyecto. Por otro lado, el campus tiene la conexión directa a puntos de reciclaje de materiales variados, lo que respondería a una etapa posterior a la exposición.

El lugar dispuesto por la universidad fue la sala 35 de la casona del Campus Lo Contador. Los detalles del desarrollo en torno a la sala serán expuestos a lo largo de este documento

The background is a solid blue color. In the upper left, there is a large, light blue circle. In the upper right, there is a light blue square. In the lower right, there is a light blue, irregular, wavy shape that resembles a stylized figure or a splash. The text "¿Qué hacemos hoy?" is written in white, bold, sans-serif font at the bottom left.

¿Qué hacemos hoy?



Personalidad / Identidad

El conjunto y unión

Mundo / Verdad

ESPACIO SEGURO

Creado por el ser que evoluciona constantemente

El esquema anterior contempla los componentes de la identidad y cómo se expresa según el mundo o verdad creado por el usuario. **Para la implementación del proyecto se tomará como referencia la composición del “ser”** explicado en el mismo esquema, elaborados desde la investigación etnográfica.

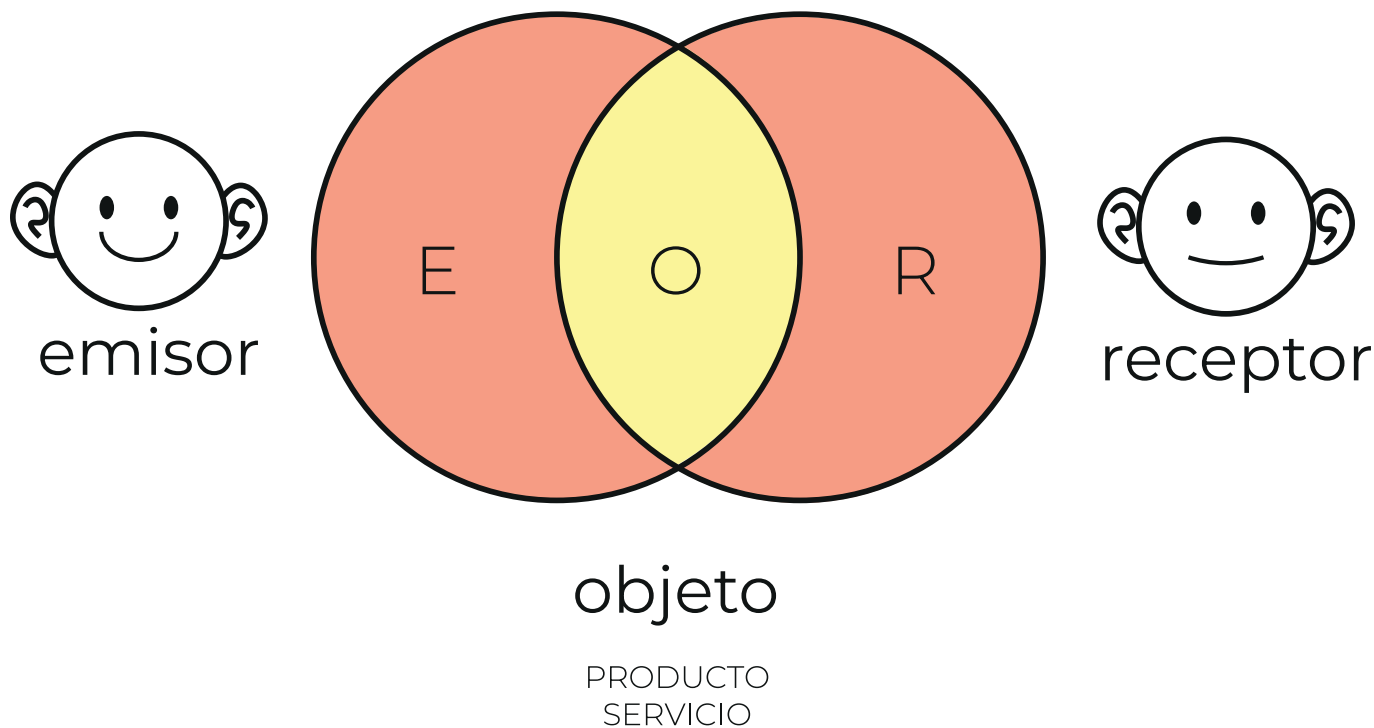
Usuarios

Se definieron dos tipos de usuarios, **emisores y receptores de personalización**, donde la unión entre ellos va ligado necesariamente a un **objeto** que se puede expresar como un servicio con relación al cuerpo o a los objetos.

Los usuarios del proyecto son personas desde los 18 años que tengan la necesidad de personalizar y/o intervenir objetos o su cuerpo.

En el esquema se clasifica como usuario **emisor** a aquellas personas que **prestan un servicio de personalización a otra**. La persona que **recibe** directamente este servicio/objeto, lo llamaremos **usuario receptor**.

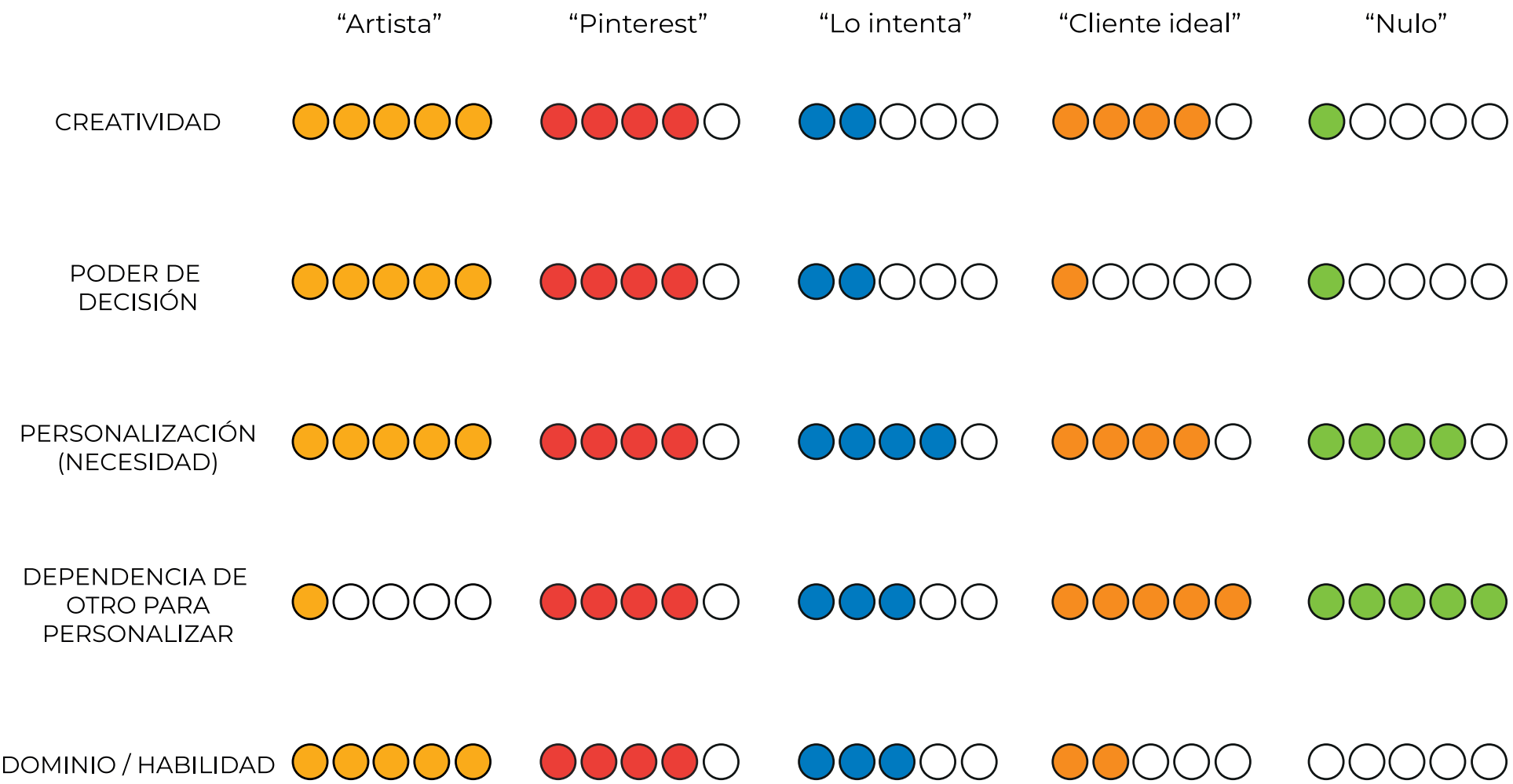
Cada tipo de usuario comprende un nivel de creatividad en torno al objeto o servicio que los vincula. Es por esto que se definen los posibles usuarios totales que están relacionados con su rol de emisor o receptor.



Fuente: Esquema de elaboración propia (2022)

Arquetipos

Desde la información levantada se categorizan 5 posibles arquetipos que pueden ser potenciales usuarios de la personalización en lo cotidiano y público asistente del proyecto:



Fuente: Esquema de elaboración propia (2022)

Los factores más importantes a considerar dentro de esta categorización son:

***Nivel de creatividad**

Considera el nivel de conocimiento frente a procesos creativos. Si el usuario genera su propio contenido, métodos, etapas, etc., posee un mayor nivel de creatividad, mientras que, si necesita apoyo visual o replica otros métodos de personalización, su nivel de creatividad se consideraría menor.

***Dependencia de otro para personalizar**

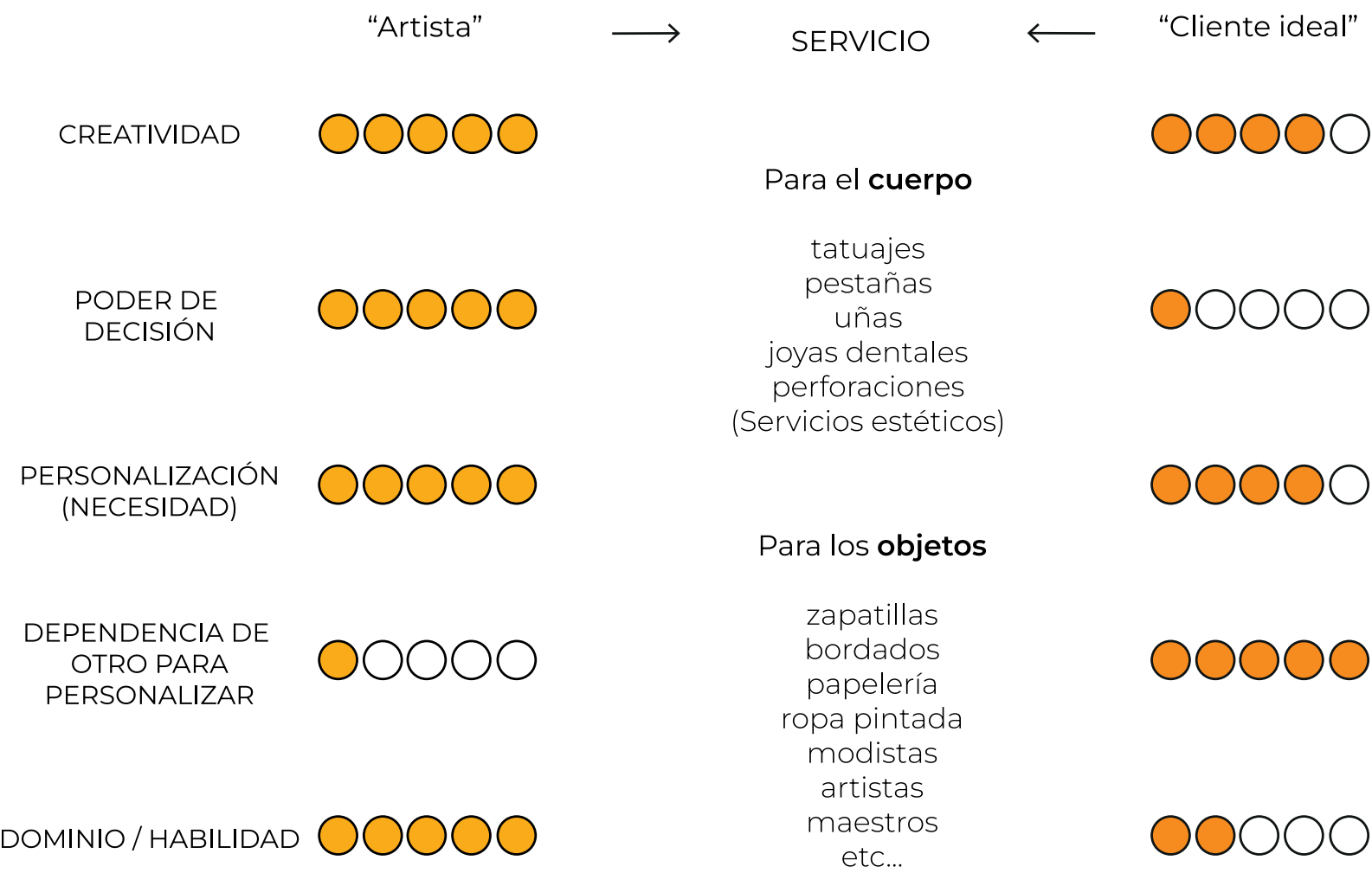
Esta categoría va de la mano con el nivel de creatividad, ya que al generar mayor independencia en cuanto a lo que quieran personalizar, se pueden considerar como personas más creativas. Por otro lado, puede suceder que, si bien la persona tiene la necesidad de personalizar, tiene una idea en mente, pero no sabe cómo llevarla a cabo, recurre a un externo que tenga los medios y habilidades para poder satisfacer su necesidad.

***Dominio/habilidad**

Refiere a la capacidad de la persona para realizar tareas con un alto nivel de motricidad. Comprende además la facilidad o dificultad con la que logra hacer estas tareas para llevar a cabo su proceso de personalización.

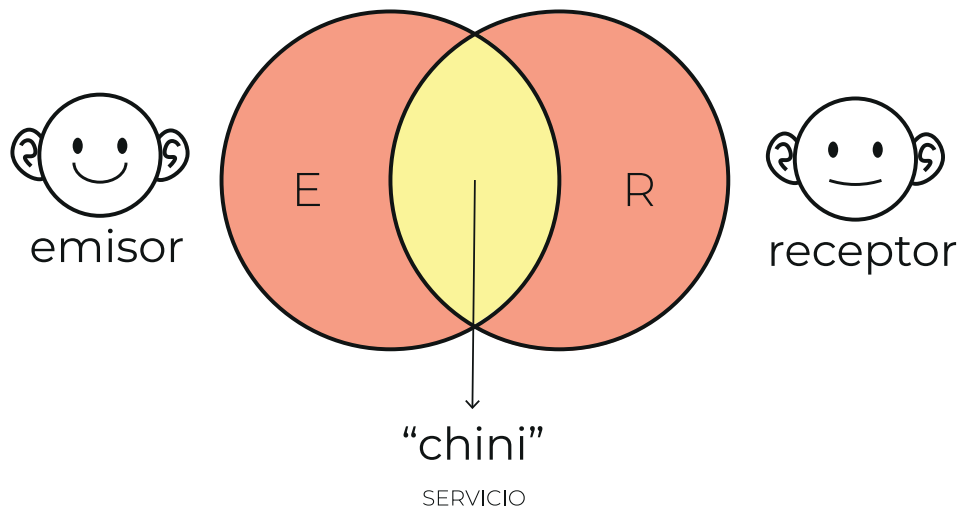
Interacciones clave

Desde lo anterior, podríamos considerar a dos usuarios que podrían convivir a través de la interacción con un objeto.



Fuente: Esquema de elaboración propia (2022)

Por un lado, tenemos al arquetipo “artista”, que tiene un mayor nivel de creatividad, poder de decisión, necesidad de personalizar, dominio/habilidad y menor grado de dependencia de otro para personalizar. Este arquetipo puede ser un usuario emisor de servicios relacionados a personalización en objetos o que hagan referencia a intervenciones corporales permanentes o temporales. Por otro lado tenemos al arquetipo “cliente ideal”, que, si bien su poder de decisión es bajo, tiene claro los componentes necesarios para poder satisfacer su necesidad, por lo que su interacción con el “artista”, sería clave para lograr su cometido, siendo este arquetipo un usuario receptor del servicio.



Fuente: Esquema de elaboración propia (2022)

¿Dónde se ubica la autora?

“Chini”, al ser un agente activo personalizador, desde la entrega de un servicio para el cuerpo (tatuadora) y receptora de otros servicios para el cuerpo y objetos, **le surge la necesidad de brindar bienestar** a través de una experiencia que englobe los procesos de manifestación tangibles de la identidad, para ser facilitadora de esta nueva información desde el redescubrimiento de las conductas cotidianas.

Rol activo de la autora

Dentro de los dos usuarios identificados, emisores y receptores, es relevante para este proyecto dónde se encuentra la autora. Las características presentes en ella dan cuenta de posicionarse entre ambos usuarios, es decir, tiene la necesidad de personalizar objetos y su cuerpo y además puede ayudar a otros a satisfacer esta necesidad.

Dentro de los requisitos en el marco del proyecto de título es necesario hacer todo un desglose de lo requerido para llevar exitosamente el producto, servicio o tesis propuesta por la estudiante, por lo que fue importante reconocer las fortalezas y debilidades dentro del proyecto como tal.

¿Qué se puede hacer desde los recursos que se tiene actualmente?

Se toma como oportunidad la utilización de herramientas dispuestas por la universidad, tanto físicas (lugares disponibles) como técnicas (laboratorios y talleres), además de los recursos existentes dentro del entorno de la autora del proyecto para poder llevarlo a cabo.



Antecedentes y referentes

Para el desarrollo del proyecto se toman como referentes de investigación:



Proyecto de Título Diseño UC “Modding para la personalización de entornos digitales”. Fernanda Flores Castelli (2021)

Este proyecto se enfoca principalmente en la personalización y apropiación de entornos digitales en videojuegos, donde los factores más importantes son la utilización de “mods” para la personalización de avatares y entornos como también la creación misma de estas herramientas de personalización en videojuegos.

Se destaca:

Se usa de referencia este proyecto debido a que es una investigación de Diseño sobre la **conceptualización** de la apropiación de entornos y objetos virtuales desde la necesidad humana en torno a la personalización.

En este proyecto también se clasifican las **formas de modificar** los elementos virtuales de un videojuego según las experiencias de los usuarios testeados. Es relevante hacer la diferencia entre espacios virtuales y físicos, debido a que las formas en que se manifiesta la identidad de las personas pueden ser tangibles como en este informe o intangibles como en el proyecto de título de Fernanda Flores.



Proyecto “Tuning: Personalización de objetos o creación de objetos” de Daniel Zapatero y Violeta Agudín (2011)

Este proyecto se sostuvo en la creación de un objeto personalizable desde la co-creación en un grupo de niños, niñas y adolescentes de un centro de hospitalización

Se destaca:

Se usa de referente este proyecto por la apropiación de un objeto en común por un grupo de usuarios y por el proceso iterativo desde la modelación del objeto hasta el resultado final.

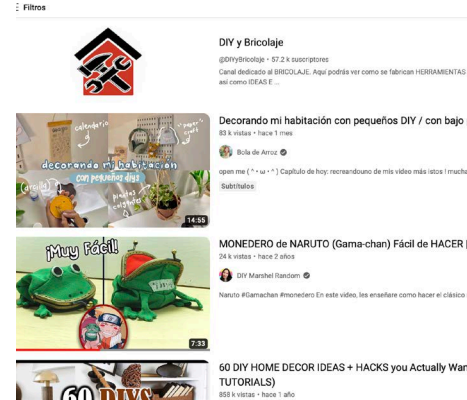


Libro “Destroza este diario” de Keri Smith (2007)

Esta colección de libros, son un objeto 100% personalizable. Contiene instrucciones por página que pueden ser interpretadas de formas distintas según el “lector”.

Se destaca:

De este tipo de libro se rescata la variabilidad y variedad de resultados en torno a la personalización de un objeto en común.



Videos DIY (s/f)

Este tipo de videos en general, son clasificados como “Do it yourself” o “Hazlo tú mismo”.

Son principalmente para crear o intervenir objetos desde las tendencias del momento.

Se destaca:

La necesidad de crear y personalizar objetos para la comodidad física, utilitaria o estética de ellos.

Se toma como antecedentes de la exposición:



Adaptación de la dinámica creada por el Dr. Fernando Bianco Colmenares en el año 1975

Esta adaptación consiste en una actividad para mejorar la autoestima creada por el Dr. Fernando Bianco a través de la utilización de espejos.

Se destaca:

que en ella se proponen preguntas para ser contestadas por quien se observa con el fin de mejorar la percepción sobre sí mismo desde lo que puede observar.



The Cindy Sherman Effect. Identity and Transformation in Contemporary Art (2020)

La exposición, comisariada por Bettina M. Bussem, yuxtapone el trabajo de la autora con el de artistas contemporáneos que también han reflexionado sobre el concepto de identidad en una sociedad globalizada. El recorrido invita a reflexionar sobre la deconstrucción del retrato, los estereotipos y la construcción y ficción del yo.

Se destaca:

Conceptualización de la identidad desde su deconstrucción. Visibilización de las aristas que compone la identidad.



El verdadero yo: la búsqueda de la identidad en el arte moderno y contemporáneo (2010-2011)

Exposición que recopila obras que van en relación a la expresión del yo en el arte moderno y contemporáneo

Se destaca:

La utilización de expresiones desde distintas épocas y la concepción desde los artistas sobre el yo: se toma este componente como algo fluido y en capas

Se toma como referentes de la exposición:

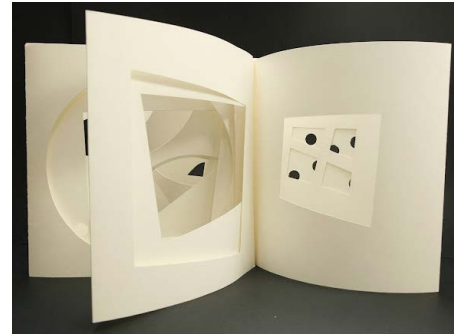


**“Village-Network” (2010/05)
de Molly Brooks**

Libro de ilustraciones de cómic en tinta y pincel. Ilustra la mezcla de los efectos de las redes sociales junto con las nuevas interacciones que surgen de ella.

Se destaca:

La utilización del papel como base para la visualización de las ilustraciones por capas, lo que permite tener una doble lectura que se centra en la obra en total y focalizada por hoja. Además el libro incluye cortes que permiten distinguir otras partes del libro detrás de las que están en primer plano.



**“Contaminazione” Eleonora
Cumer-Home (2015)**

Libro compuesto por 4 partes de 3 páginas cada una, que encajan entre sí. Uso de cartulina con una intervención de corte

Se destaca:

La utilización de cortes desde figuras geométricas que permiten mostrar información por capas.

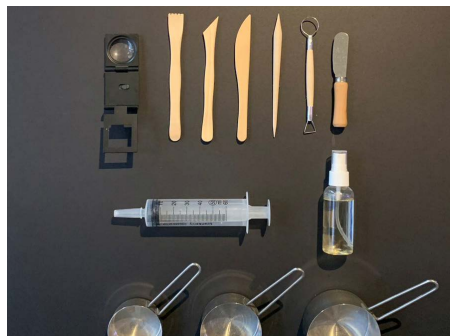


**“CONTRAPPOSIZIONE”
Eleonora Cumer-Home
(2012)**

Libro tridimensional hecho a partir de un solo pliego cortado y pintado.

Se destaca:

La utilización de colores, formato de un solo material y pliego. Al igual que el libro anterior, se destaca el uso de cortes para la generación de nuevas figuras y la información por capas.



“Encuentros temporales”
Carolina Pacheco, GAM
(2023)

Exposición de investigación sobre biomateriales y procesos de fabricación en conjunto a la creación de nuevos objetos desde la co creación con disciplinas artísticas y creativas desde el conocimiento científico que surge desde la naturaleza.

Se destaca:

La exposición de procesos, metodologías y visibilización de usos materiales y herramientas dentro de los procesos de creación. Además se destaca el uso de material análogo y digital para la comprensión de los procesos expuestos.



“The Nue Co.” de Made
Thought (2023)

Marca de cosméticos enfocada en la relación de la ciencia y la innovación de lo natural. En específico “The nue co.” es una línea de productos de la marca que se enfoca en el bienestar y simplicidad.

Se destaca:

La gráfica de la marca se destaca por realzar los detalles de los cuerpos fotografiados. La utilización del blanco y negro junto con los contrastes permiten la sensación de minimalismo dentro de las imágenes de la marca. Permite un foco desde el contraste y favorece el “anonimato” desde otros recursos gráficos, como la tipografía y el recorte de partes del cuerpo sobrepuestos.



Mark Wolfe Contemporary Art: Becoming - Jud Bergeron; Scott Patt - Mumbo Jumbo. (2013)

Exposición colaborativa que incluye la participación de Angela Buenning Filo, que es parte de ella desde una instalación fotográfica. Dicha instalación consiste en una estructura cilíndrica que contiene fotografías sobre la naturaleza.

Se destaca:

La doble capa de información visual permite jerarquizar la información expuesta junto con la inclusión de los visitantes a la estructura misma. Además se destaca la disposición de las fotografías dentro y fuera de la estructura.



Estructura inmersiva de cuerdas colgantes MIM (s/f)

Instalación al aire libre ubicada en el parque del Museo Interactivo Mirador.

Compuesta de 3 estructuras que poseen “cuerdas” colgantes de colores.

Se destaca:

La inmersión de los visitantes en la estructura y sensación de explorador que genera en el espectador.

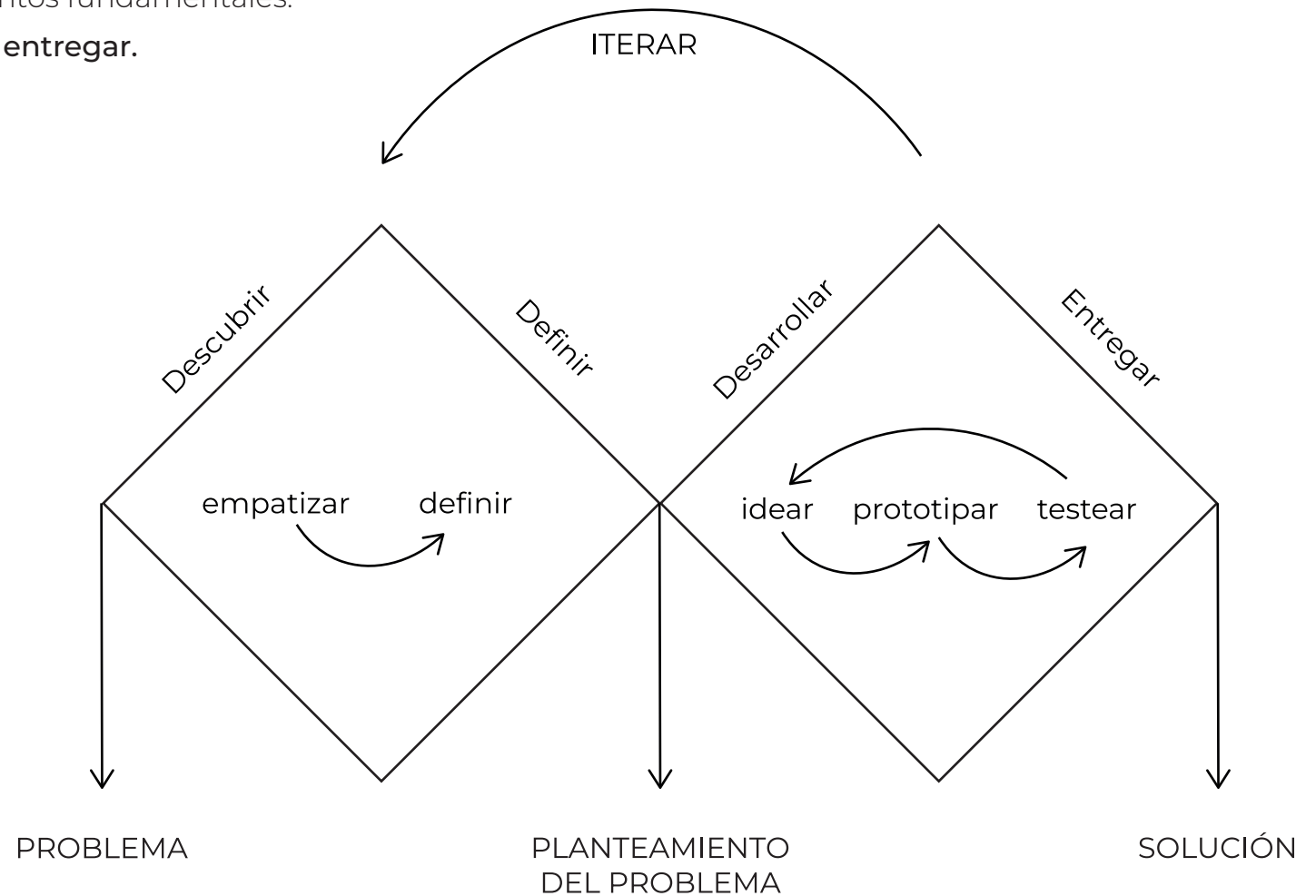
An abstract graphic composed of three overlapping shapes: a circle on the left, a square in the center, and an organic, cloud-like shape on the right. All shapes are rendered as thick, light-yellow outlines against a solid orange background.

Metodología del proyecto

Para el desarrollo del proyecto se tomó la metodología expuesta en el esquema basado en la propuesta de Design Council (2004), donde se plantean como procesos de diseño la divergencia y convergencia tanto del problema como de la solución final centrada en el usuario. Esta metodología se utilizó en primera instancia para definir las bases y definición del proyecto.

En ella se establecen cuatro puntos fundamentales:

descubrir, definir, desarrollar y entregar.



Fuente: Esquema de elaboración propia desde el esquema propuesto por Design Council (2022)

1. Descubrir

Desde la recopilación de datos sobre usuarios involucrados en la personalización a través de **encuestas y entrevistas** realizadas por la autora de este documento e incorporando la bibliografía sobre el concepto de identidad de las personas, se mantuvo el enfoque del proyecto en las necesidades de los usuarios, lo que arrojó los siguientes resultados:

Las razones principales por las que las personas encuestadas intervienen los objetos se confirma con la bibliografía de este documento, **dada la necesidad** de apropiarse de objetos y que ellos manifiesten cosas sobre el propietario.

La utilidad, estética, representación y singularidad de los objetos también fue un punto importante para la manifestación tangible de la identidad.

En cuanto a los **tipos de objetos personalizados** la tendencia fue hacia elementos con contacto directo del usuario, como, por ejemplo, prendas de vestir del torso superior del cuerpo.

Al mismo tiempo las **herramientas para personalizar** objetos se centraron en la intervención permanente de prendas y accesorios mientras que los objetos tecnológicos se preferían intervenir con elementos temporales o de fácil retiro.

Otro hallazgo importante fue la **intervención del cuerpo**, ya que al igual que los objetos, para los usuarios este también estaba disponible para intervenir. Sin embargo, a diferencia de los objetos, se optaba por herramientas e intervenciones de uso permanente, tales como perforaciones y tatuajes. Las razones principales **se basaban en el reflejo de la identidad hacia el exterior, comodidad y recordatorio de la persona.**



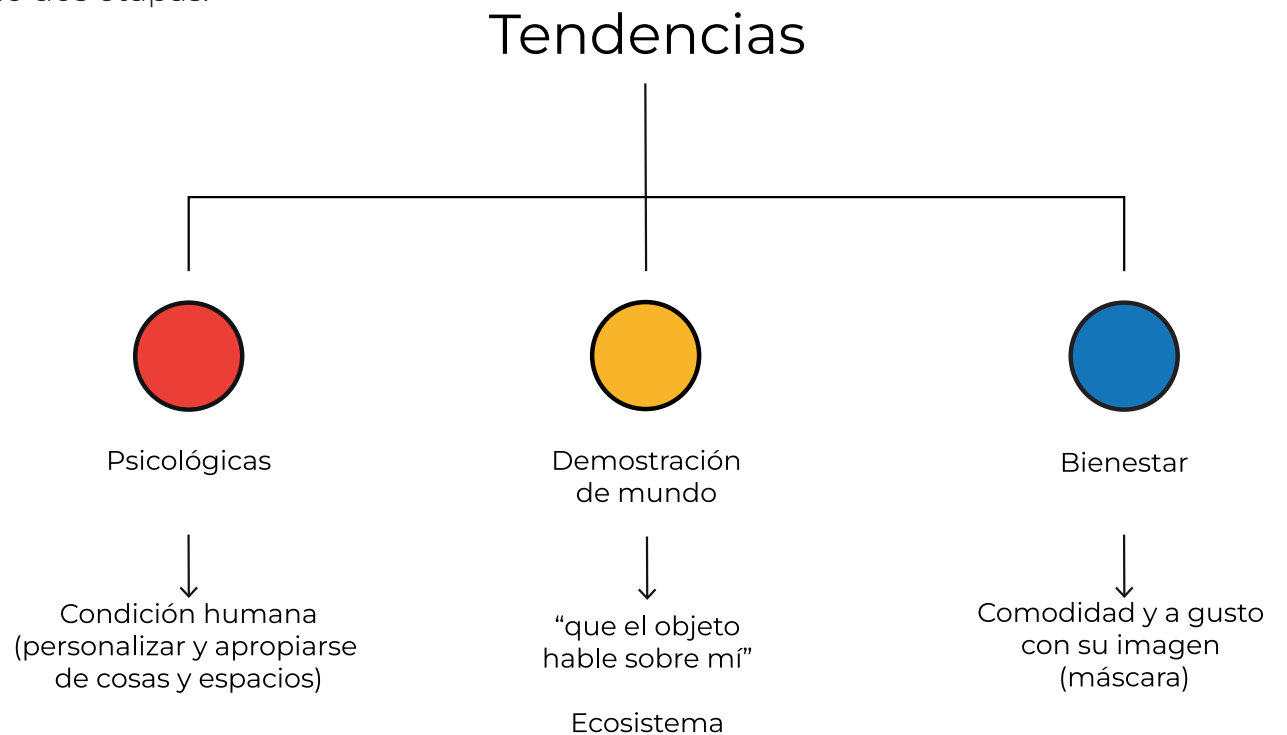
2. Definir

*Delimitación del problema

Se abordó la personalización como manifestación de la identidad de las personas en objetos y cuerpo en Chile, a través de la obviación en el cotidiano de la necesidad de intervenir objetos y su cuerpo en pos del bienestar propio, para permitir el reencuentro de la persona evidenciando las formas de manifestación de identidad y poniendo en valor la mismidad en un contexto y tiempo determinado a través de dos etapas:

a. Actividades de investigación

b. Exposición de resultados en una experiencia inmersiva



Fuente: Esquema de elaboración propia (2022)

3. Desarrollar

a. Actividades de investigación

Desde la identificación de tendencias obtenidas de la investigación, se toma la condición humana como la necesidad de apropiarse de las cosas junto con la demostración de mundo del usuario, desde aquí nace una de las necesidades primordiales del proyecto reflejadas en el ecosistema que comprende la persona y su relación directa con los objetos. Finalmente, el bienestar físico emocional se toma como otro de los factores primordiales para la realización de la actividad.

Durante el desarrollo de las actividades de investigación, se generó una instancia de co-creación con los usuarios, para así generar de mejor manera una experiencia que muestre efectivamente la manifestación tangible de la identidad de las personas desde la recolección de información bibliográfica y objetual como documentación de intervenciones corporales en pos de la expresión de personalidad.

Se realizaron 3 actividades en pos del desarrollo y exposición de los resultados del proyecto. Primero en la documentación visual y escrita sobre las intervenciones corporales de estos mismos usuarios. Luego en la personalización de un objeto en común que dé cuenta de la apropiación de las personas hacia objetos y su necesidad innata. Para finalmente, dado lo anterior, generar una instancia de reflexión sobre ello que permita interiorizar y valorar ambos componentes.

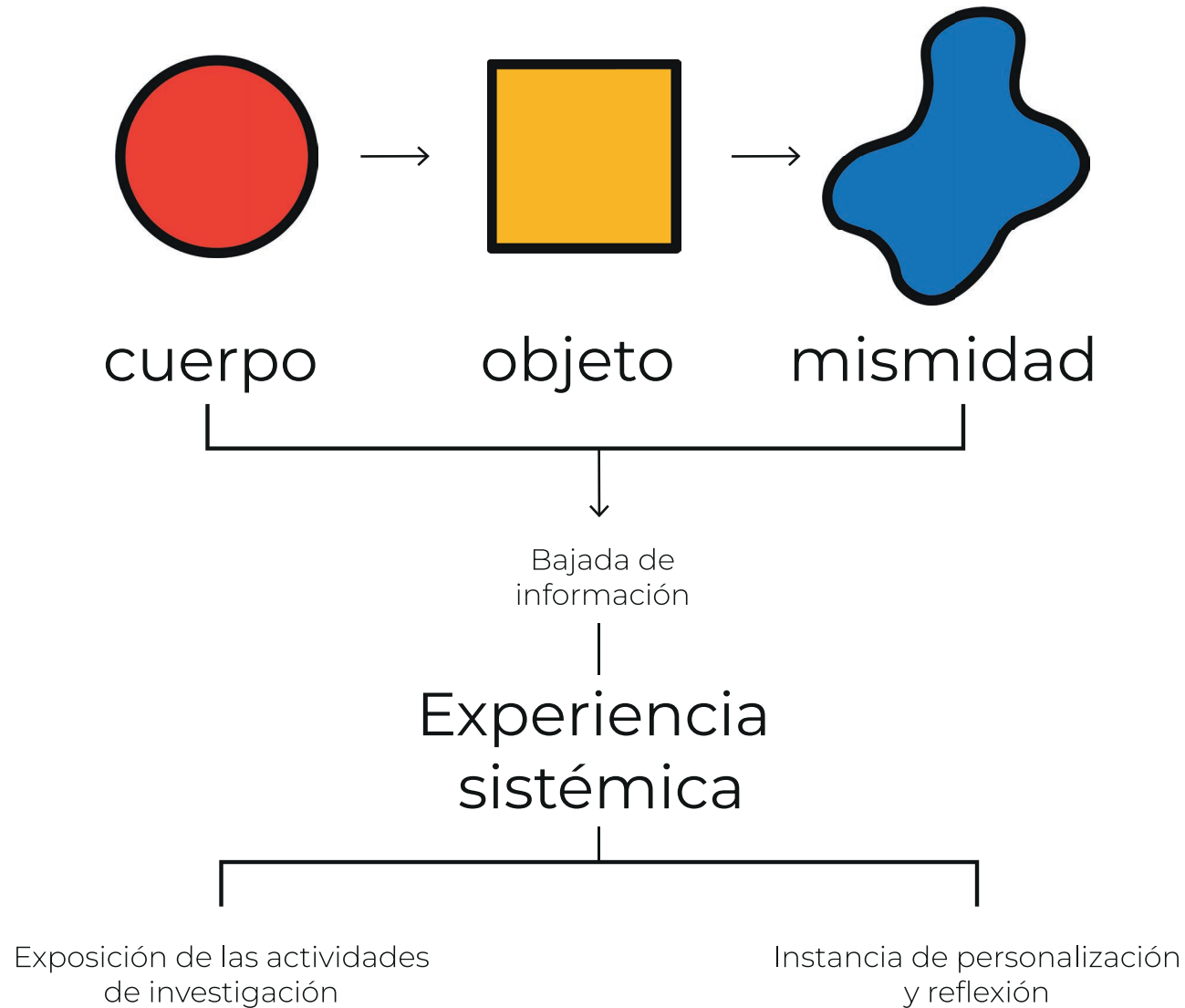
b. Exposición de resultados en una experiencia inmersiva

Desde la realización de actividades de personalización y documentación de intervenciones corporales se obtuvieron diversos resultados desde la misma metodología, lo que rescata el reconocimiento, identidad y deshumanización (Brunia, S & Hartjes, A., 2009) entre los usuarios.

Para fines de la aplicación de las actividades y posterior exposición, se trabajó con la misma cantidad de personas que entran en las clasificaciones de usuarios anteriormente identificados (usuario emisor y usuario receptor).

Etapas del proyecto

ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN



Fuente: Esquema de elaboración propia (2022)

4. Entregar

La experiencia inmersiva se desarrolló luego de la realización de las actividades de investigación para la exposición de resultados. Se implementaron estaciones relacionadas con los esquemas, pensada en un espacio abierto a la comunidad por un periodo de tiempo, dispuesta a ser experimentada e intervenida para la inclusión del público general.

Impacto

Se espera del total de este proyecto que se logre experimentar una sensación de bienestar por el reencuentro de la persona con su identidad luego de lo expuesto en la exposición.

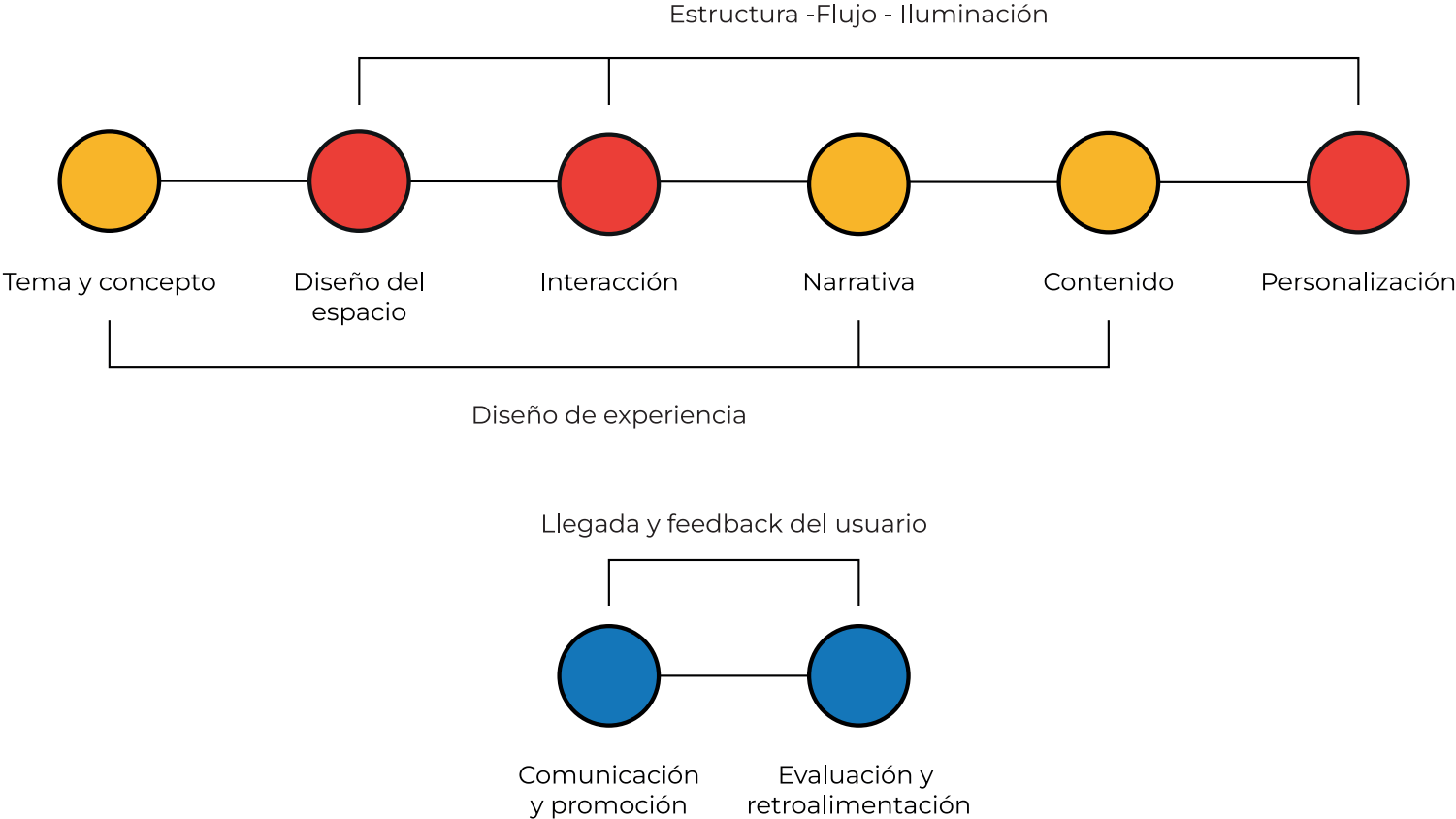
Esta metodología, se resume en los siguientes pasos:

- 1** Búsqueda de escritorio sobre investigaciones del tema
- 2** Desprender y realizar actividades investigativas de los contenidos obtenidos con personas ligadas al tema
- 3** Conceptualización de los resultados
- 4** Bajada de información a componentes de una experiencia
- 5** Experiencia
- 6** *Feedback* de la experiencia
- 7** Conclusiones y proyecciones de la experiencia

Paralelamente para la ejecución de la exposición se utilizó la metodología propuesta por Dean (2015), quien establece 5 fases de diseño para la creación de exposiciones:

Concepción de la idea, planificación y desarrollo, fase de producción, funcional y de representación, etapas de evaluación, en donde cada etapa está compuesta por actividades orientadas al producto, a la gestión y a la administración.

Tomando como referencia lo anterior, se establecen los siguientes elementos fundamentales para la creación de la exposición inmersiva:



Fuente: Esquema de elaboración propia (2023)

Desarrollo de los componentes de la exposición



Anteriormente se establecieron 5 conceptos propios de la persona y su identidad:

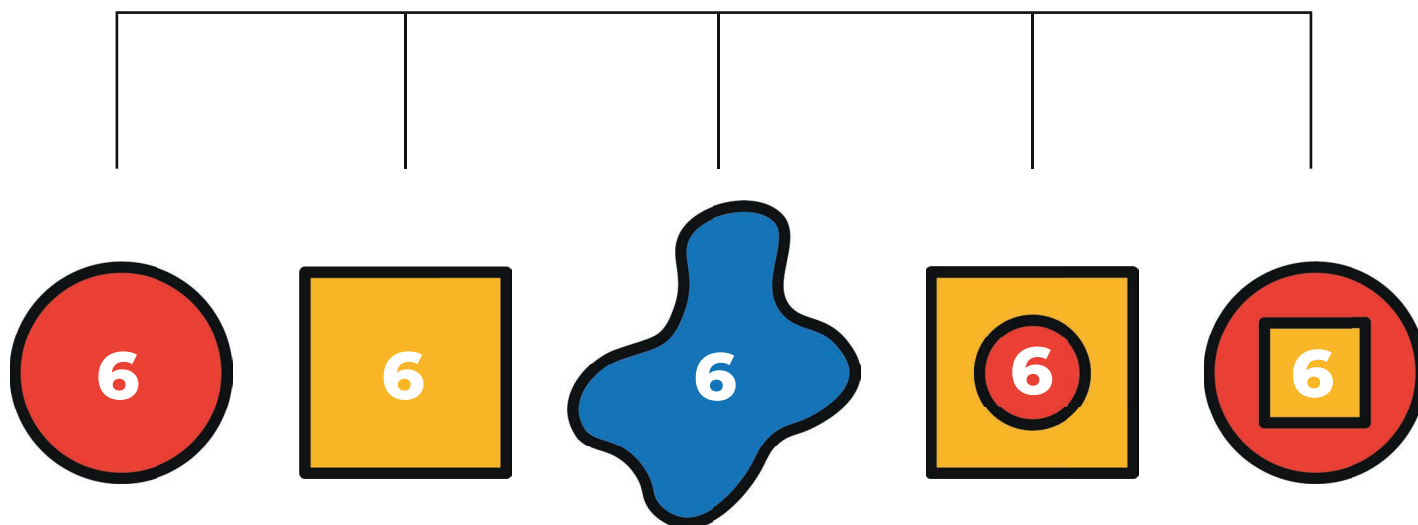
1. El cuerpo
2. Los objetos
3. La mismidad
4. La intervención
5. La personalización

Como base de contenidos de la exposición, se establecieron también dos etapas principales para su ejecución:

- a. Actividades de investigación
- b. Bajada de información a través de una exposición

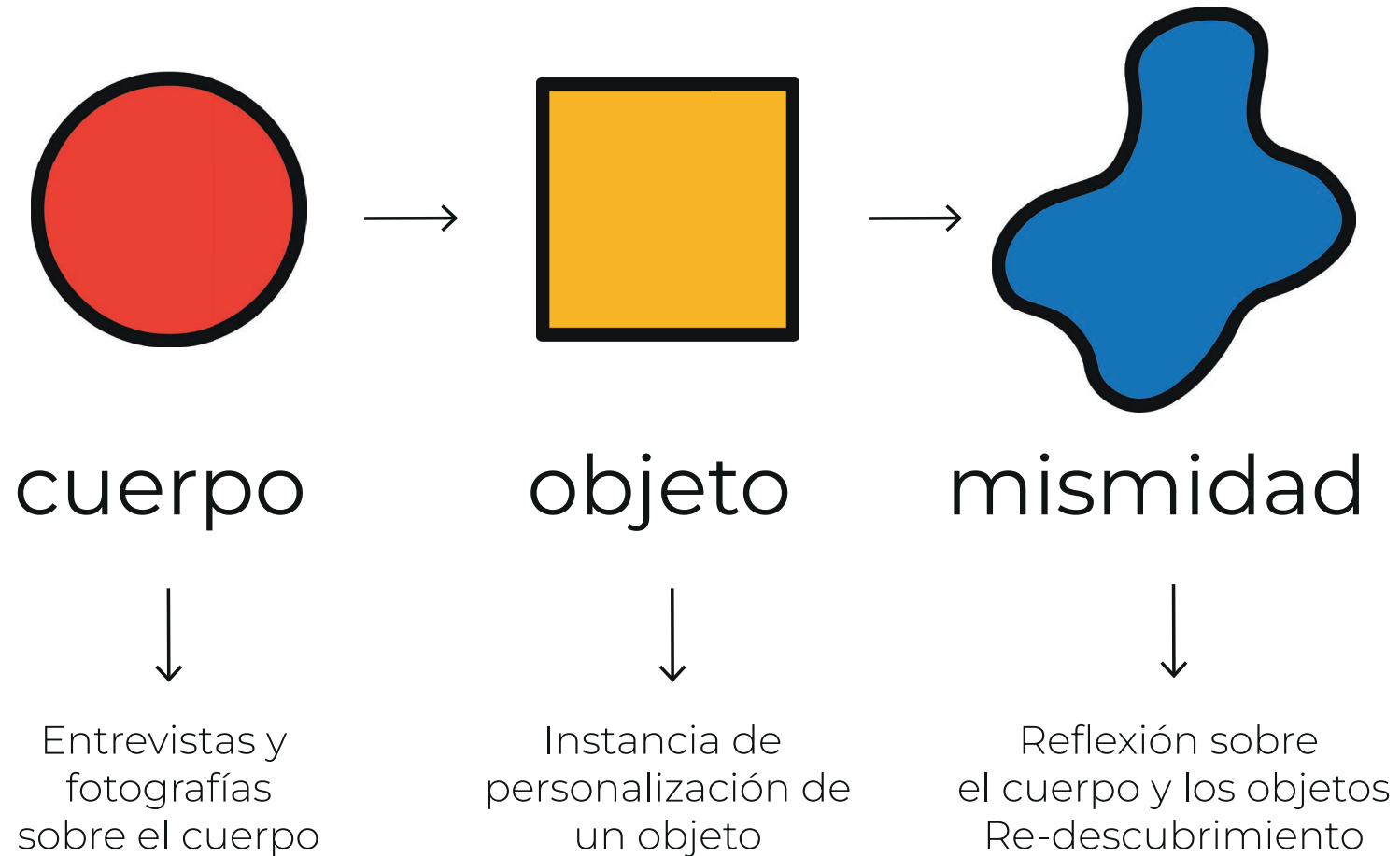
Para las actividades de investigación enfocada en los 5 conceptos de la persona y de la identidad, se define a las personas como fuente de información, por lo que se hace contacto con 6 de las personas que fueron encuestadas en el primer levantamiento de información.

6 Personas



De izquierda a derecha, significan: 6 cuerpos, 6 objetos, 6 mismidades, 6 formas de intervención y 6 formas de personalización

ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN



Fuente: Esquema de elaboración propia (2023)

Antes de empezar

Se definen moodboards por cada actividad:

Para la actividad del cuerpo, se busca el contraste de la piel con los fondos.

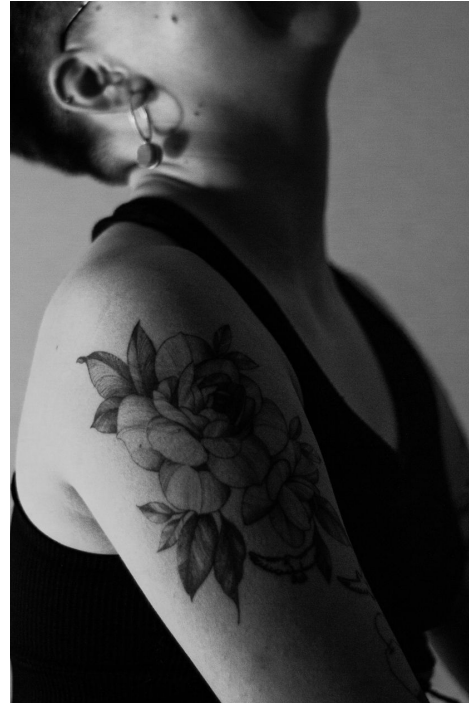
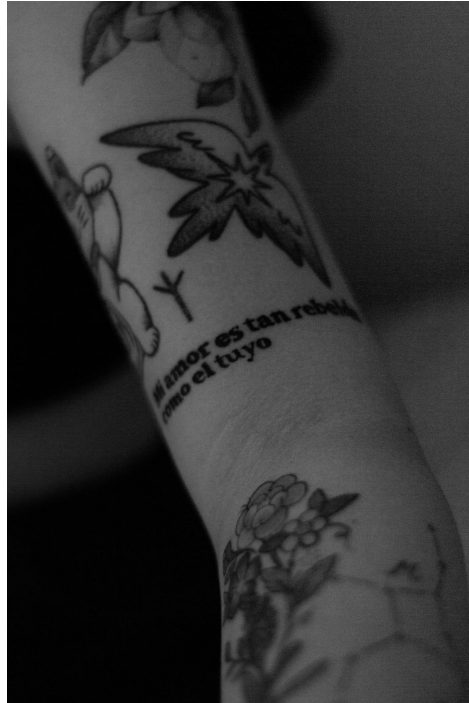
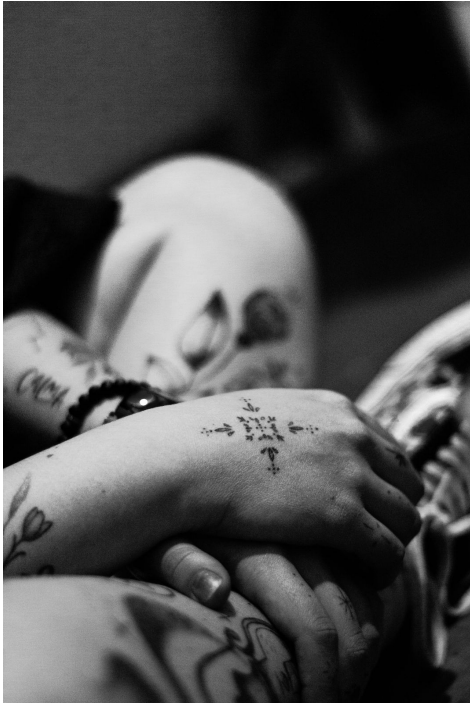


Para la actividad del objeto, se busca el colorido y diversidad que no muestran las fotografías del cuerpo.



Primera parte

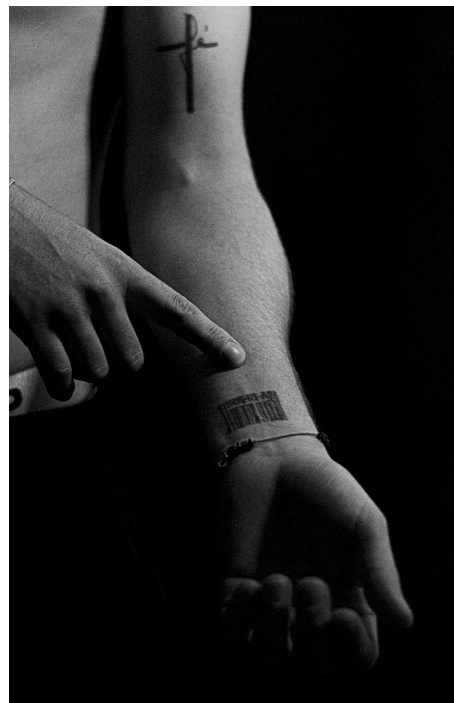
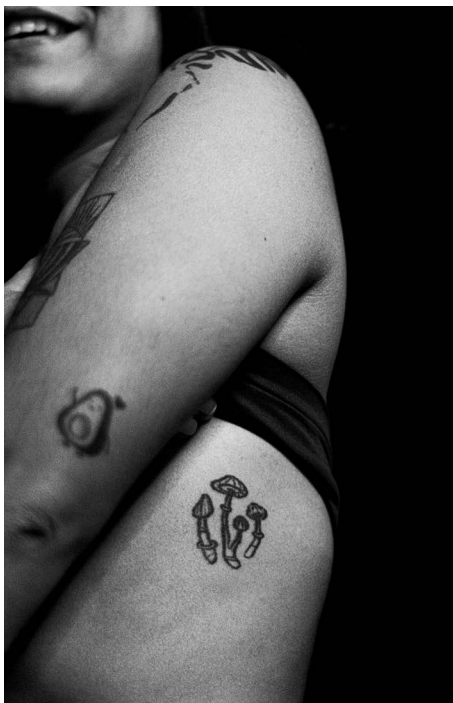
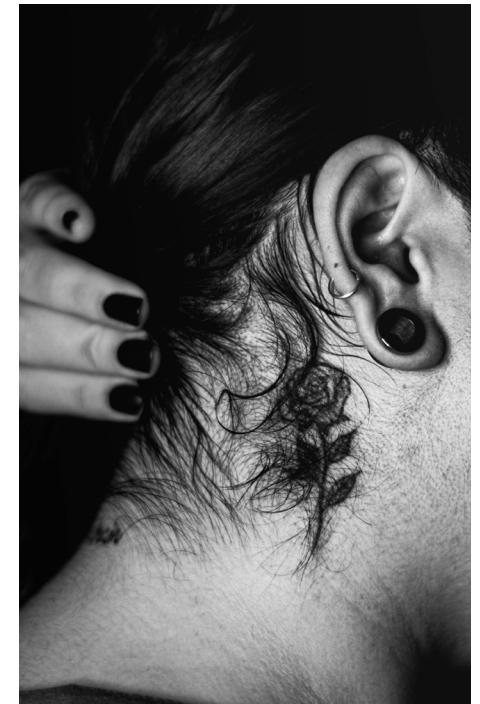
Se testea la sesión de fotos con la autora del proyecto para probar posiciones, edición, fondos e iluminación y enfoque de las fotografías.



Fotografías por Alejandro F. Escobedo Miño (2023)

Para la actividad del cuerpo se genera una pauta de entrevista individual relacionada al cuerpo de la persona (intervenciones) y su vínculo con los objetos (personalización), esto a su vez se relaciona con preguntas sobre sus principales cambios (físicos y psicológicos) que van en razón de su identidad (mismidad).

Paralelamente a la entrevista se realiza una sesión de fotos con previa cesión de derechos de imagen y consensuado con la persona (ver anexo), sobre las intervenciones corporales que aparezcan desde la entrevista. Para las fotografías se hace alianza con Alejandro F. Escobedo Miño, comunicador audiovisual y la entrevista es guiada por la autora del proyecto.



Fotografías por Alejandro F. Escobedo Miño
(2023)

Segunda parte

Para la actividad del objeto en primera instancia se realiza un prototipo de “libro-objeto” utilizando herramientas propias del collage. Este método se toma debido a las posibles habilidades de las personas entrevistadas, en función de no generar emociones negativas. Se toman materiales conocidos como tijeras, cartoneros, stick fix, cinta doble contacto, plumones, papeles de colores, revistas de todo tipo, hilos, agujas, tela y otros materiales complementarios.

El prototipo de la actividad es realizado por la autora del proyecto utilizando opalina y cortes en algunas caras del papel para generar una “visión por capa”, buscando posibles dificultades para la ejecución y fortalezas del prototipo. Posteriormente se realiza otro prototipo con las mismas características con un usuario externo. **Los resultados dan cuenta que desde las mismas herramientas se pueden generar “mundos diversos”, lo que confirma la apropiación de los objetos como manifestación de la identidad.**



Fotografías Marta Salinas (2023)



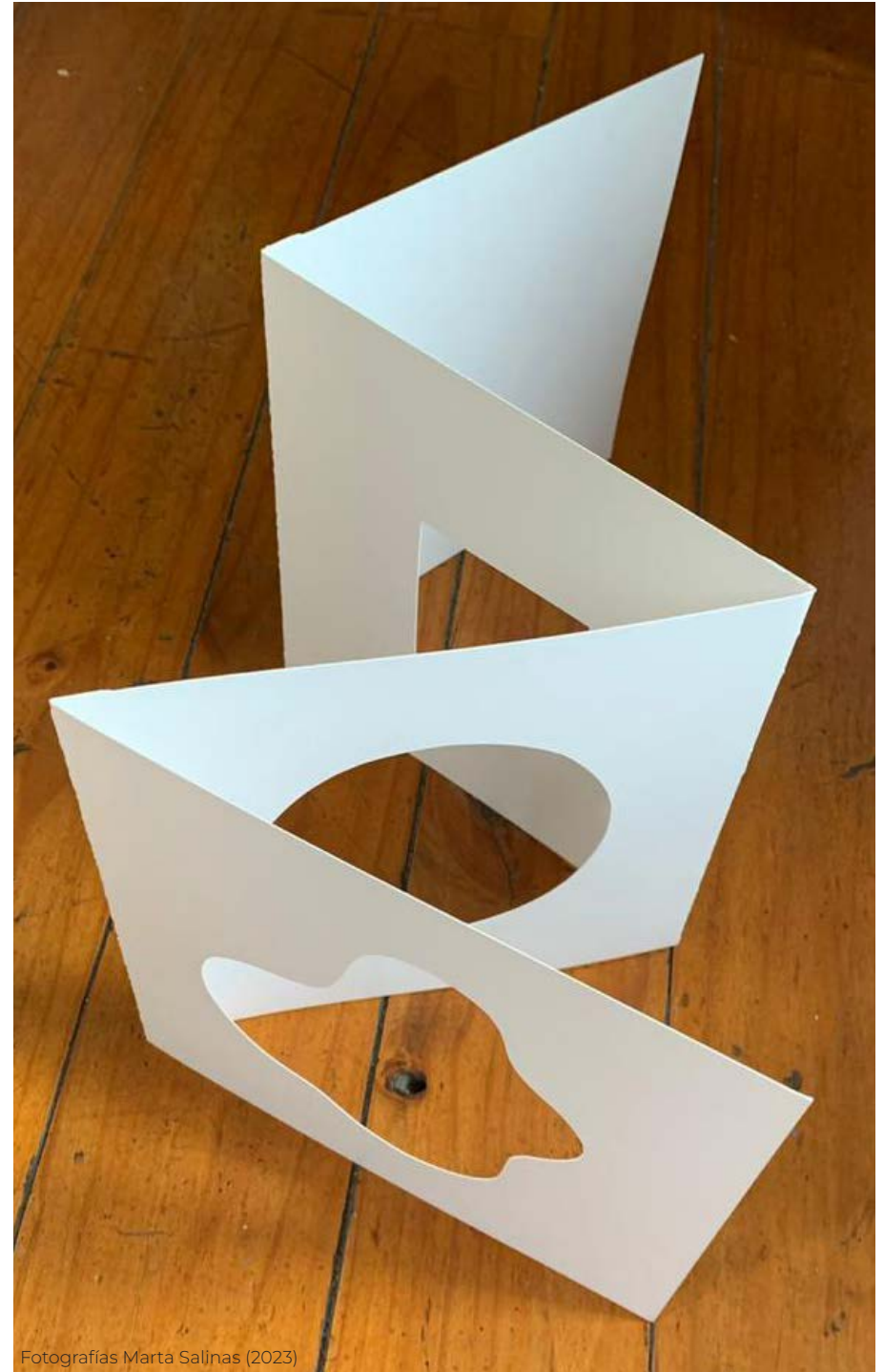
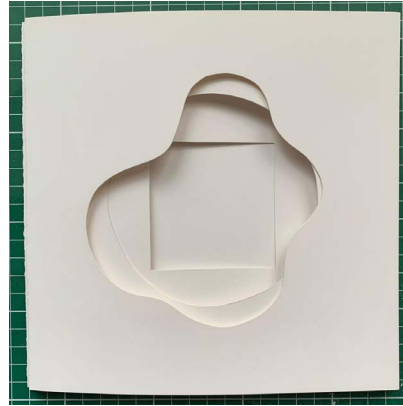
El kit final de la actividad del objeto es realizado con cartón forrado blanco de 8 caras, donde 6 de ellas tienen presentes las formas de los conceptos del proyecto:

*forma fluida-mismidad

*círculo-cuerpo

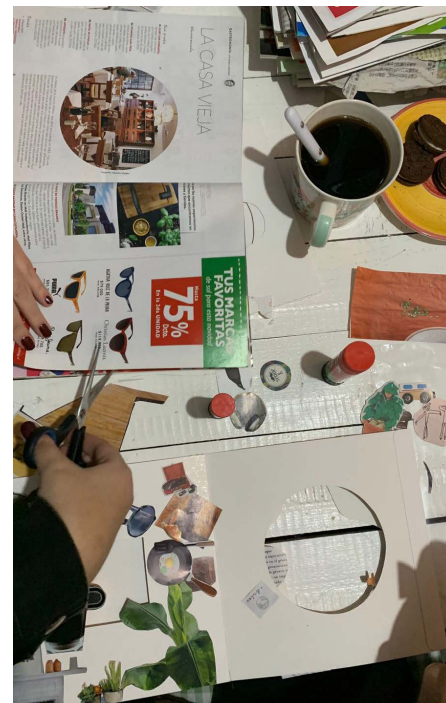
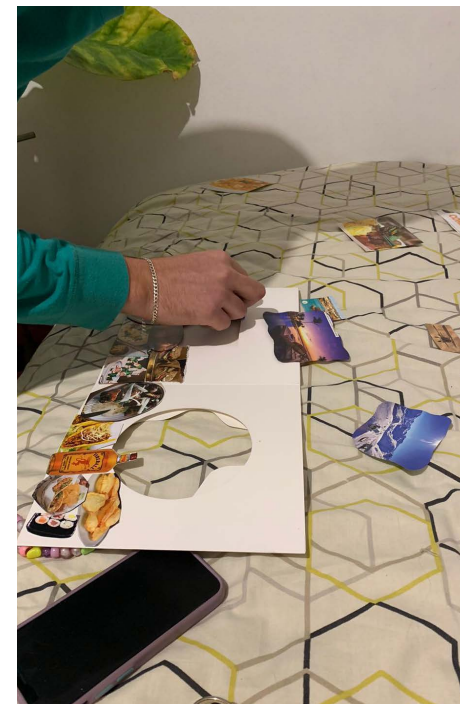
*cuadrado-objetos

La caras restantes no tienen intervención de corte.



Fotografías Marta Salinas (2023)

Esta actividad se realiza luego de la entrevista y sesión de fotos. La instrucción es “Poner imágenes que te representen o que te gusten en ciertas caras, pensando que se verá de esta forma. La cara final que pueda ser un resumen de lo que quisiste plasmar en las otras caras. Eres libre de generar nuevas imágenes, pasarte del borde, cortar, escribir o dibujar.”



Fotografías de las actividades de investigación
Marta Salinas (2023)

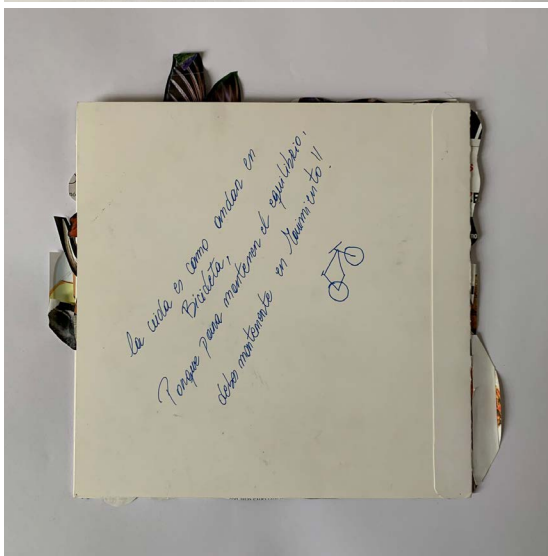
Resultados de la actividad

Se obtuvieron 6 objetos distintos generados por capa hechos por cada una de las personas entrevistadas:

Objeto 1:



Objeto 2:



Objeto 3:



Objeto 4:



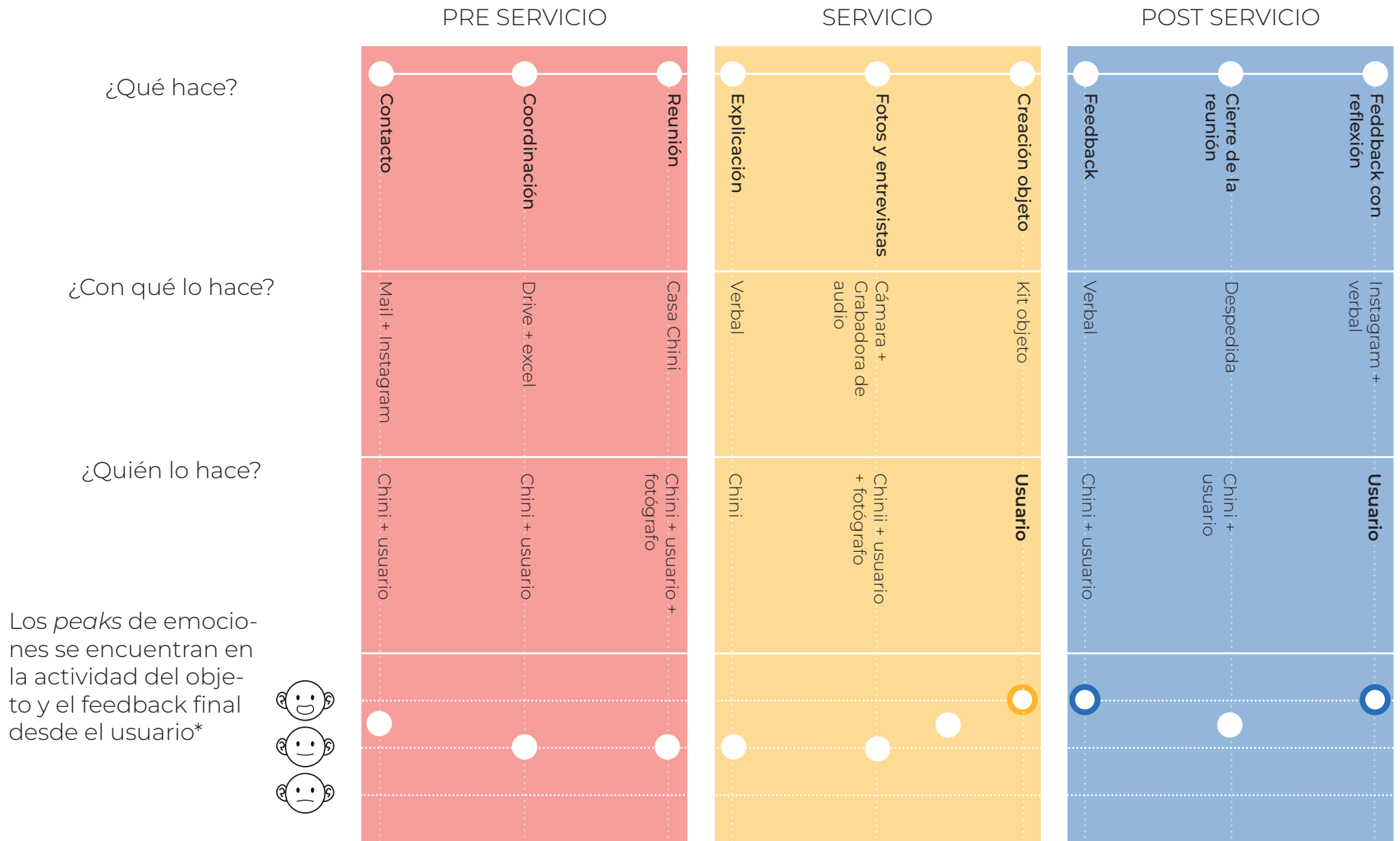
Objeto 5:



Objeto 6:



Mapa de viaje del usuario en las actividades de investigación



Conclusiones de las actividades de investigación

*Es importante llevar la atmósfera de “re-descubrimiento” presentes en las actividades a la exposición misma.

*Permitir el “ser parte” a través de una personalización directa. **Generar un espacio en la exposición donde se pueda personalizar/intervenir.**

***Generar** a través de diversas herramientas, **instancias de reflexión al público**, como si hubieran sido entrevistados, fotografiados y parte de la personalización de un objeto.





SER*

Se propone como bajada de información de la investigación previa y como proyecto la exposición:

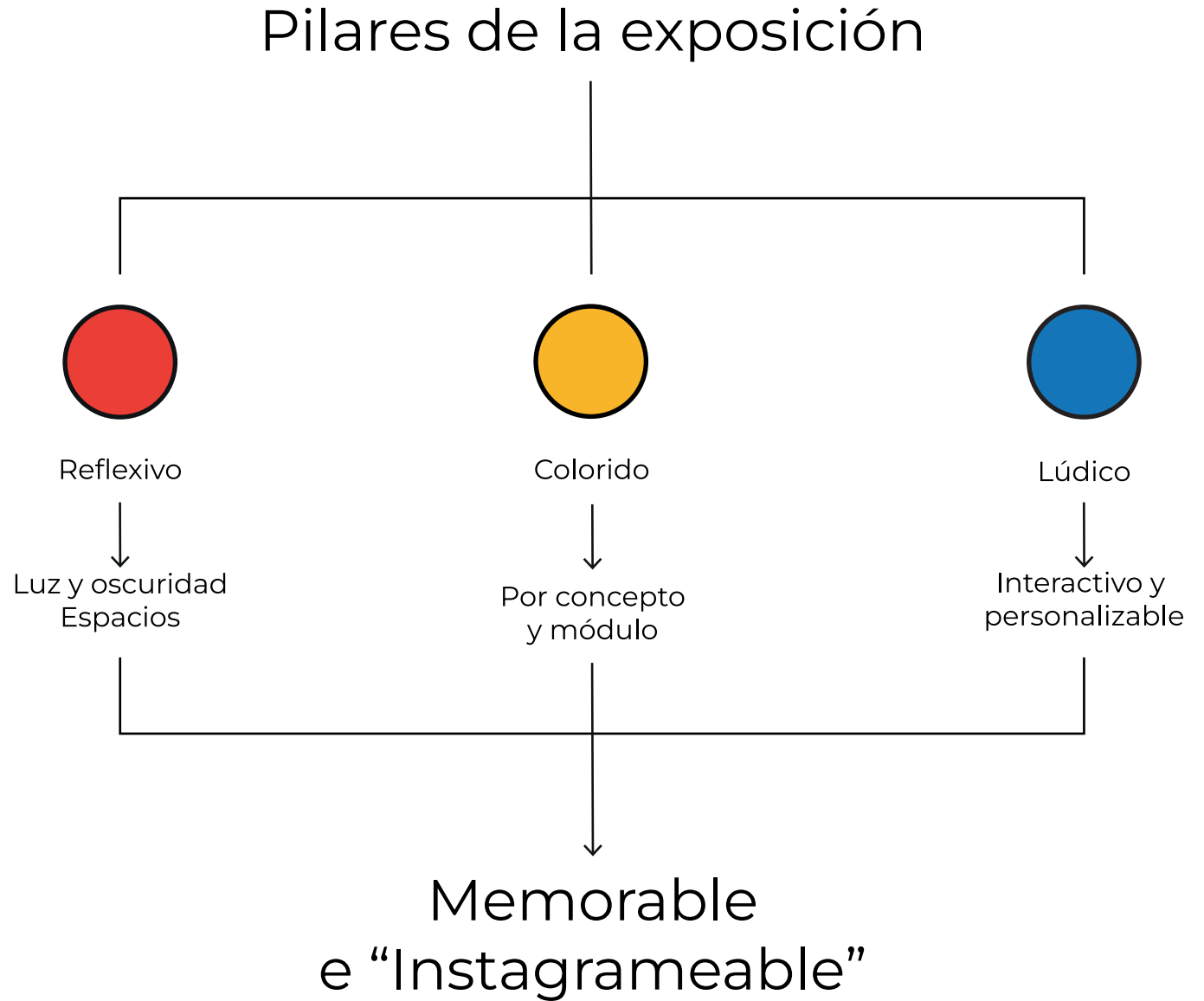
SER*

La personalización como manifestación de la identidad

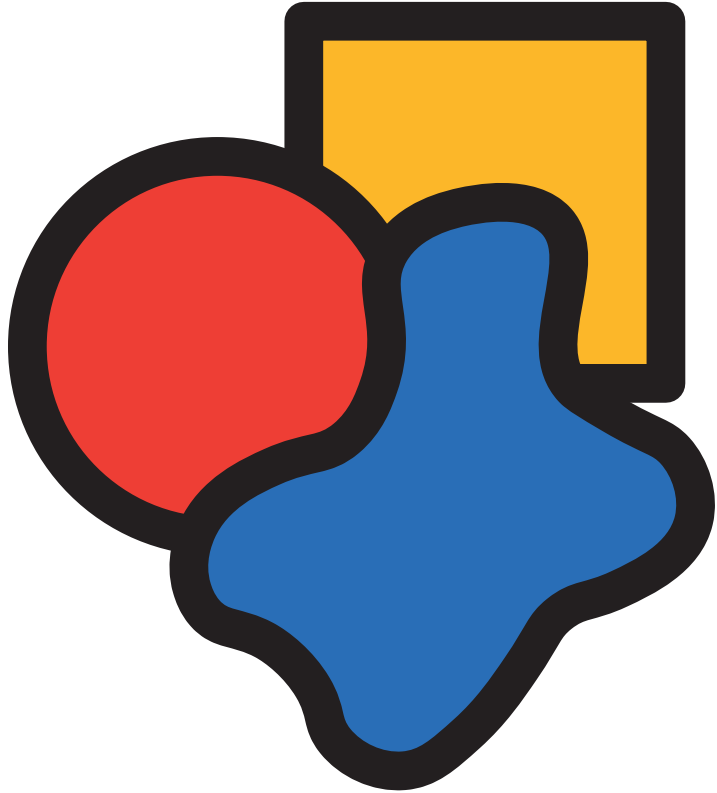
Objetivo general de la exposición*

Relevar la mismidad y procesos de manifestación de la identidad de las personas.

Entendiendo que la exposición es un diseño de experiencia, se toman los siguientes pilares del servicio:



Fuente: Esquema de elaboración propia (2022)



SER*

La personalización
como manifestación
de la identidad

Identidad gráfica

Nombre en razón de lo que significa SER.

Se refiere a la existencia, la esencia y la identidad de algo o alguien, y su significado puede variar según el contexto en el que se utilice.

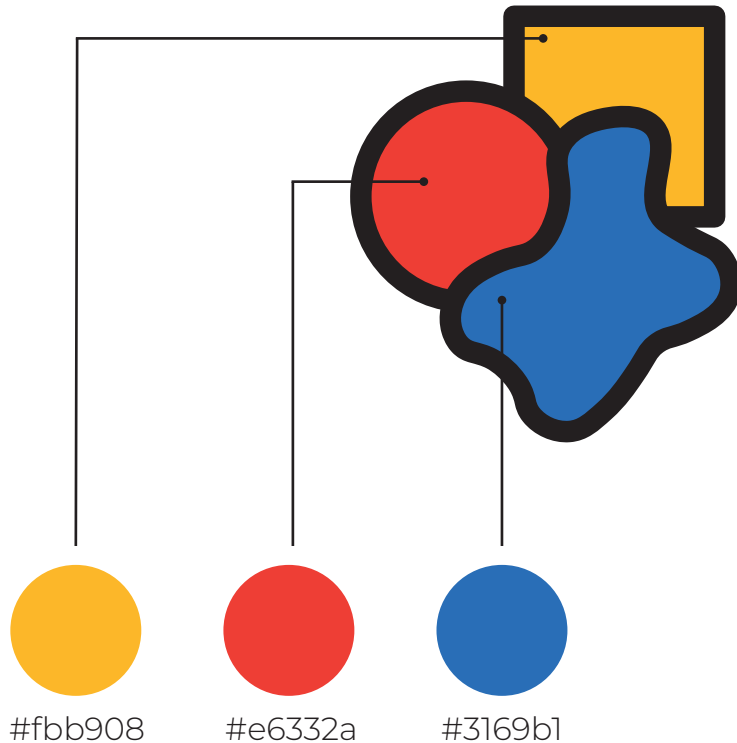
SER*

La personalización
como manifestación
de la identidad

**Montserrat
ExtraBold***

Montserrat Light

Bajada del tema a exponer



Utilización de **colores primarios** en razón de los **componentes básicos para comprender a las personas** establecido desde la investigación de este proyecto.

Elementos **básicos** que componen a la **persona** (desde la investigación del proyecto)

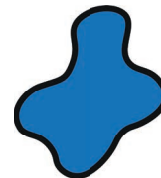
=



+



+



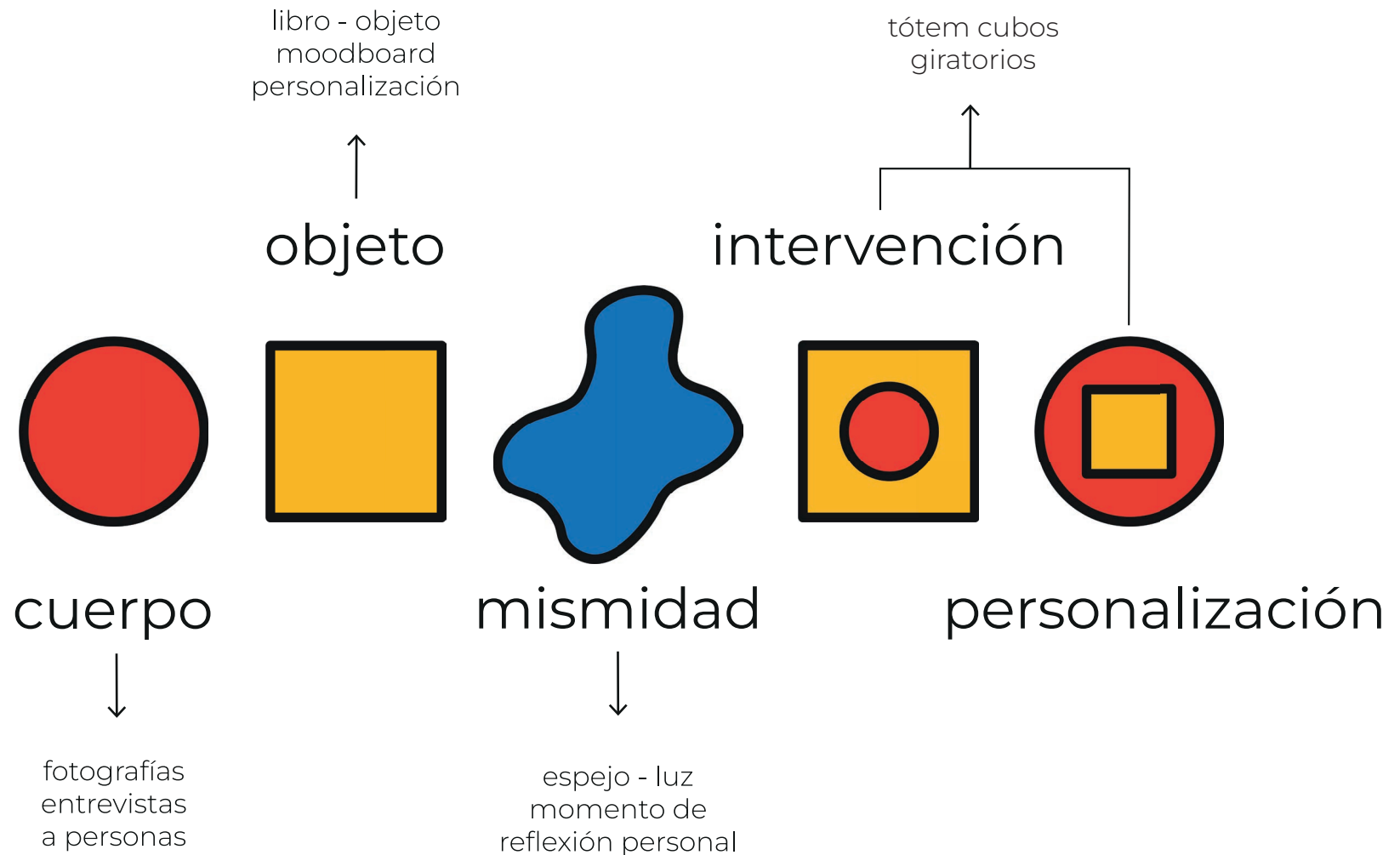
Forma rígida con un color más “plástico” más fácil de encontrar en objetos.

Forma orgánica con color que puede encontrarse en el cuerpo humano.

Forma fluida que da cuenta de la diversidad con un color asociado a lo espiritual.

Componentes

Desde el material y experiencia obtenida de las actividades de investigación, se bajan los contenidos a módulos por conceptos anteriormente identificados:

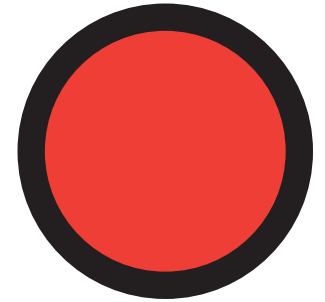


Fuente: Esquema de elaboración propia (2022)

Contenido

Como se ha señalado a lo largo de este documento, gran parte del contenido expuesto proviene de las actividades de investigación. Este corresponde a los módulos de cuerpo y objeto y contienen la siguiente información:

cuerpo



Contenido externo:

Persona 1



Persona 2



Persona 3



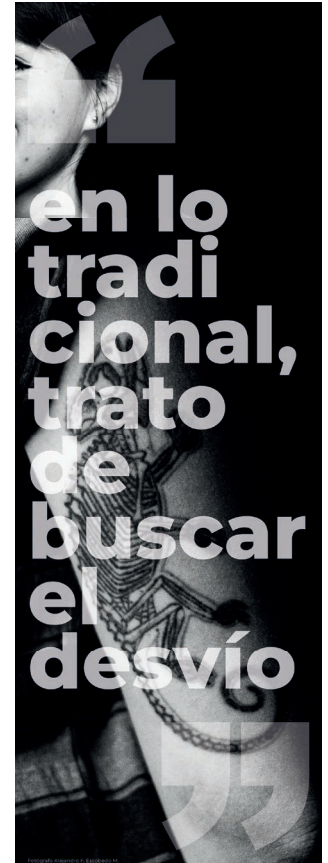
Persona 4

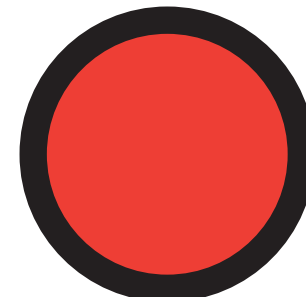


Persona 5



Persona 6





Contenido interno:

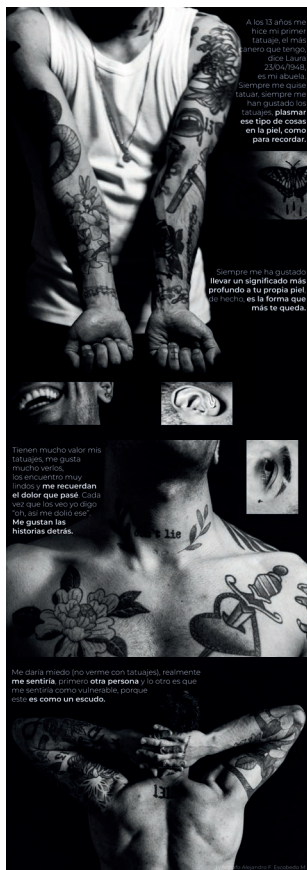
Persona 1



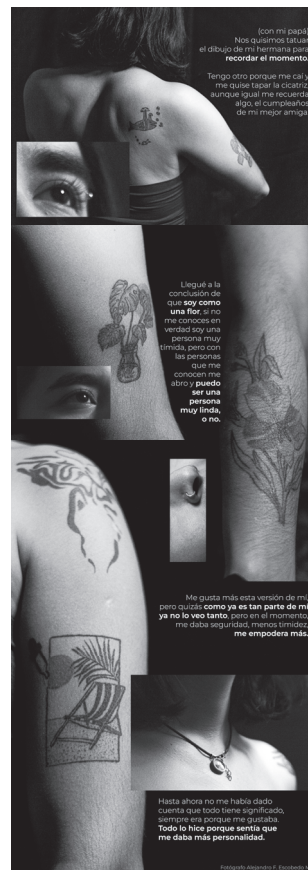
Persona 2



Persona 3



Persona 4



Persona 5



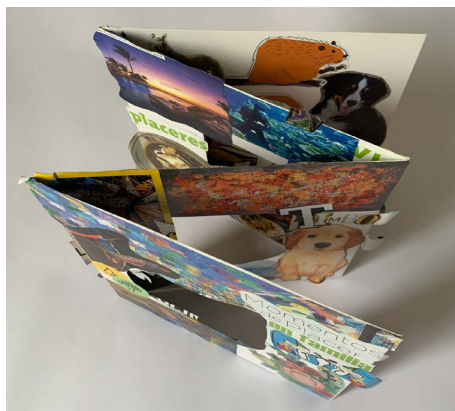
Persona 6



objetos



Persona 1



Persona 2



Persona 3



Persona 4



Persona 5



Persona 6

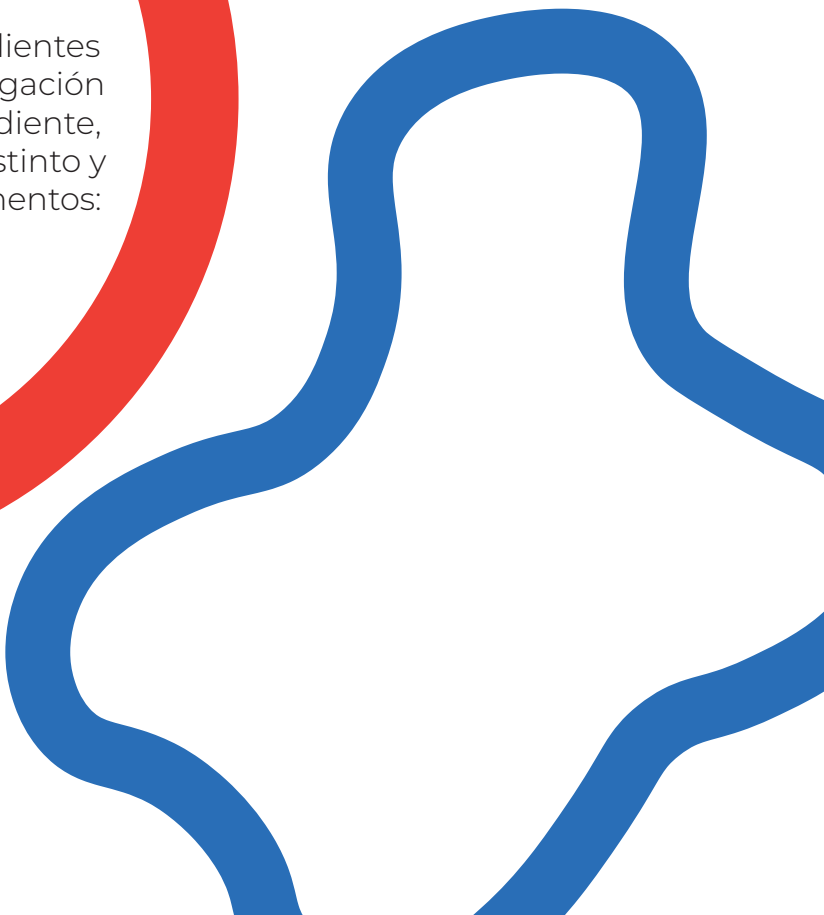
SER*
Diseño
del espacio



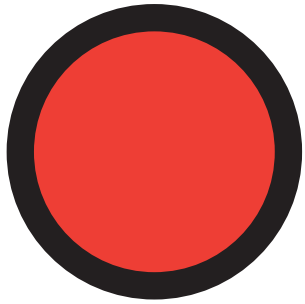


SER*

Se compone por módulos independientes por concepto estudiado en la investigación previa. Cada módulo, al ser independiente, responde a un objetivo específico distinto y se componen de los siguientes elementos:



cuerpo



Objetivo

Exponer las instancias de intervención corporal de 6 personas que cumplen con el usuario específico.

I.O.V. Módulo del cuerpo



*Estructura circular.

*Luz superior roja.

*Láminas con información obtenida de las entrevistas.

Primeros bocetos de los componentes de la exposición

Elaboración propia (2023)

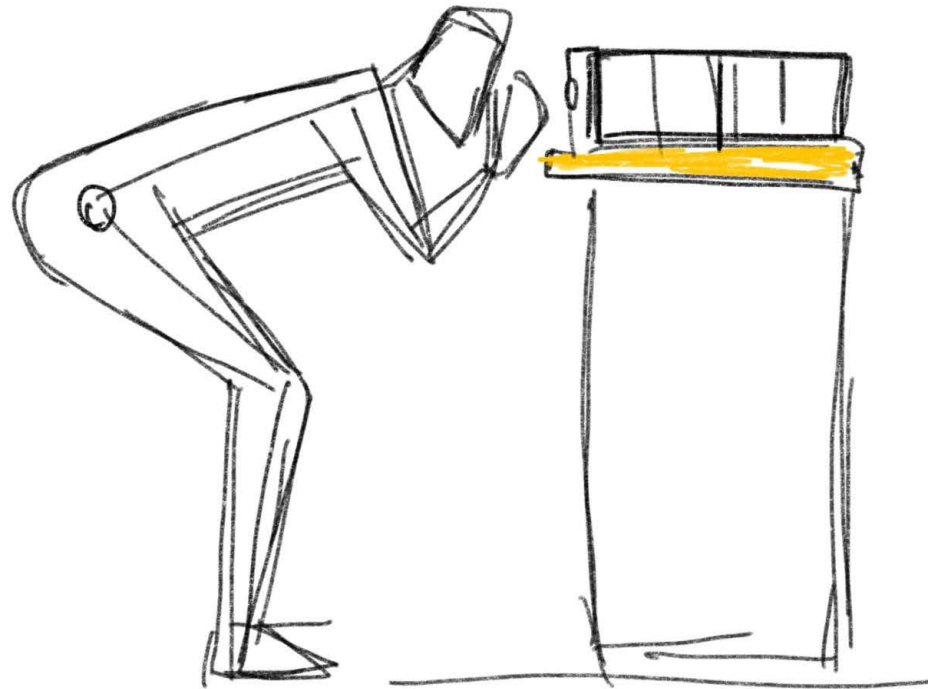
objetos



Objetivo

Extender la identidad de las 6 personas a través de la exposición de la personalización de un objeto en común.

I.O.V. Módulo del objeto



*Plintos cuadrados, con base superior amarilla.

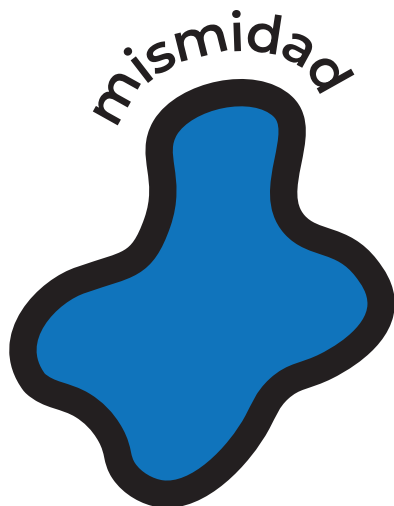
*Luz focalizada.

*Objeto personalizado en la actividad de investigación expuesto.

*Inclusión de visor para enfocar y mantener la atención en un punto central del objeto expuesto.

Primeros bocetos de los componentes de la exposición

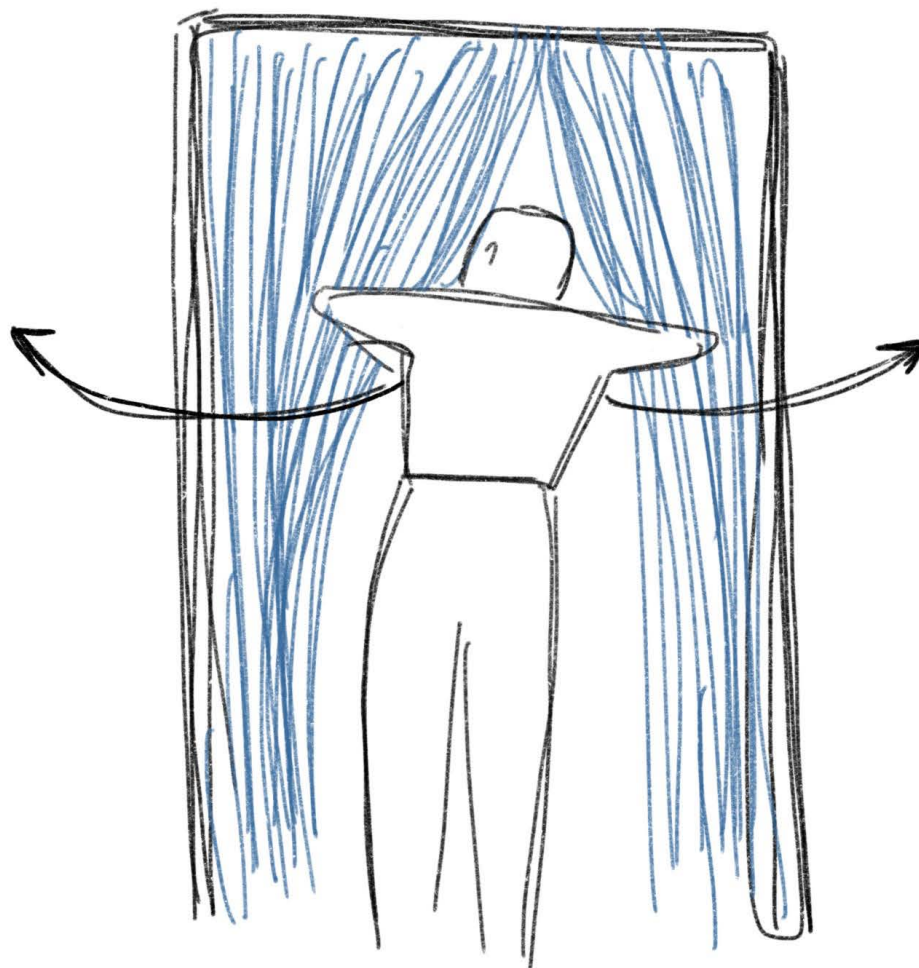
Elaboración propia (2023)



Objetivo

Generar una instancia de reflexión en el espectador como agente personalizador y desarrollador de su identidad.

I.O.V. Módulo de la mismidad



- *Instancia de reflexión.
- *Uso de espejo y forma fluida azul.
- *Luz interna blanca para permitir la nitidez de quién se observa.
- *Luz azul en segundo plano para envolver a la persona.
- *Uso de sonido complementario.
- *Bajada de “redescubrimiento” desde la acción de abrir una cortina.

Primeros bocetos de los componentes de la exposición

Elaboración propia (2023)

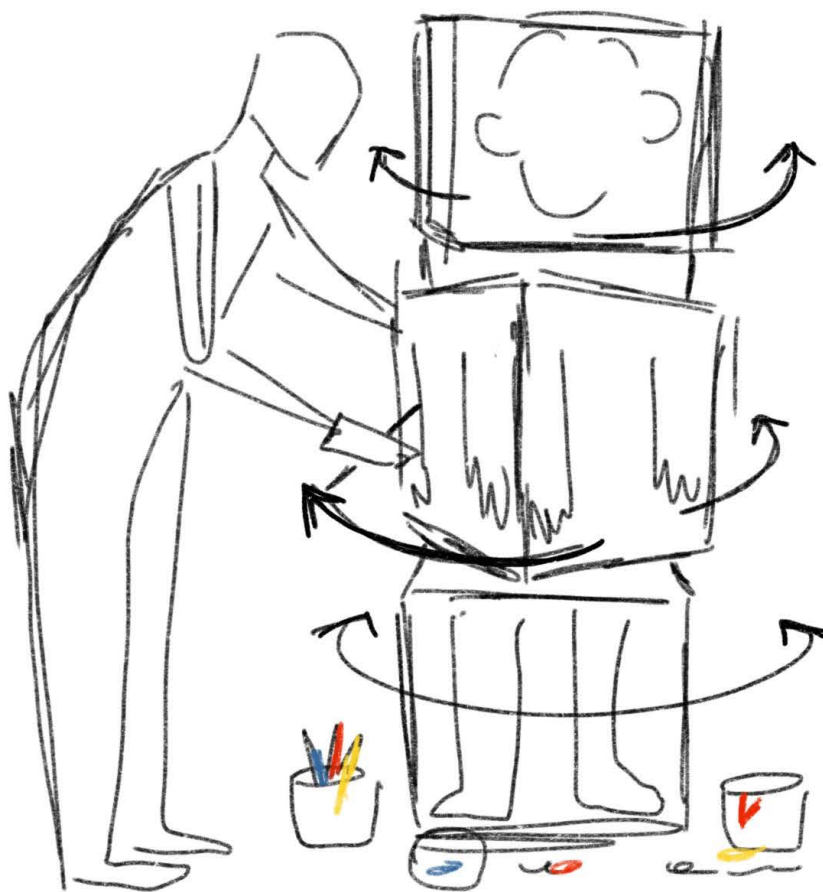
intervenciones



Objetivo

Promover un espacio de intervención en la exposición que demuestre la diversidad de expresiones sobre un mismo objeto dispuesto.

I.O.V. Módulo de la intervención y personalización



*Figuras sobrepuestas

*Instancia de personalización e intervención.

*Tótem de 3 cubos giratorios con el dibujo base de una persona.

*Materiales dispuestos en el suelo para ser utilizados en esta intervención.

*Luz focalizada al tótem.

Primeros bocetos de los componentes de la exposición

Elaboración propia (2023)

Adaptabilidad de los recursos existentes

Desde el *Low cost*, como se menciona anteriormente, se desarrolla la construcción de los componentes de la exposición bajo la premisa de la **“Adaptabilidad de los recursos existentes”**

Bandera del cartón

Para generar los componentes de esta exposición, enfocándonos en el aprovechamiento estratégico de recursos existentes, se toma el cartón como material disponible. Este material si bien es de bajo costo, en Chile, es uno de los materiales que más se recicla, por lo que su “desecho” podría ser directamente con una empresa de reciclaje.

El tipo de cartón que se utilizó es el que tiene muy poco uso, principalmente los que van ligados al embalaje y transporte de artículos, tales como cajas de repuestos automotrices, cajas de transporte de tiendas de retail y de almacenamiento de productos en general. Una de las características de este tipo de cajas es su alta resistencia debido a los contextos que debe enfrentar (container, bodegas, camiones, etc.), por lo que posee una doble capa de cartón corrugado en la mayoría de los casos. Desde aquí se generan guías constructivas para cada componente de la exposición enfocadas en la reutilización de materiales.



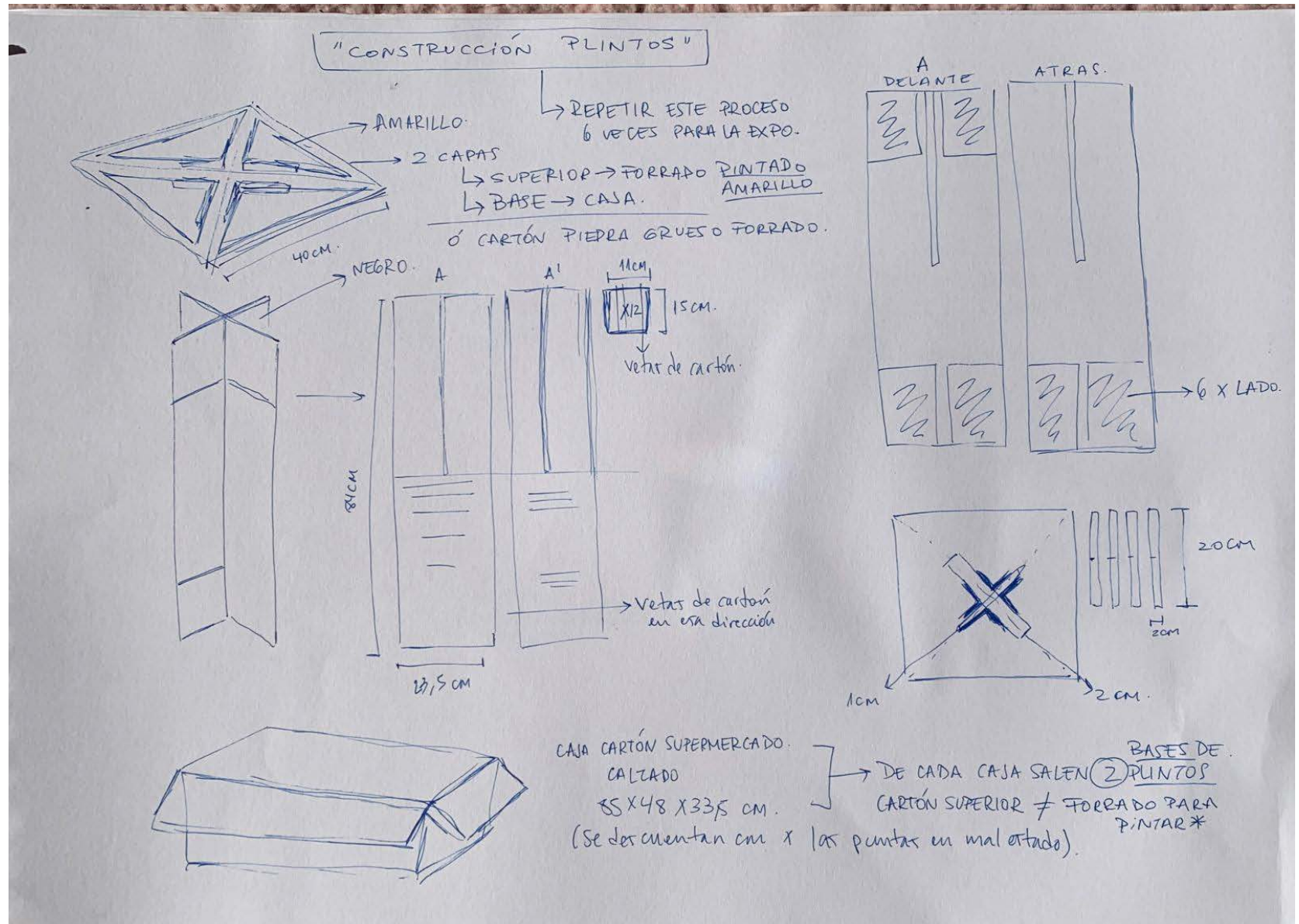
Se plantea, además, en caso de querer ser expuesta nuevamente SER*, la reutilización de módulos desde las bases constructivas planteadas. Esto pensado desde la utilización de material accesible para su reacondicionamiento, por ejemplo, podría reutilizarse el módulo de intervenciones y personalizaciones utilizando papel en blanco que envuelva cada cubo del tótem, manteniendo el mecanismo, base y estructura. Lo mismo podría aplicarse en el módulo de cuerpo (manteniendo la estructura circular y cambiando las fotografías expuestas), objetos (reutilizando visores y plintos) y mismidad (reutilizando el espejo con su estructura y base de los biombos).

Guías constructivas

Desde el material disponible (cartón de caja y corrugado) se realizaron las siguientes guías:

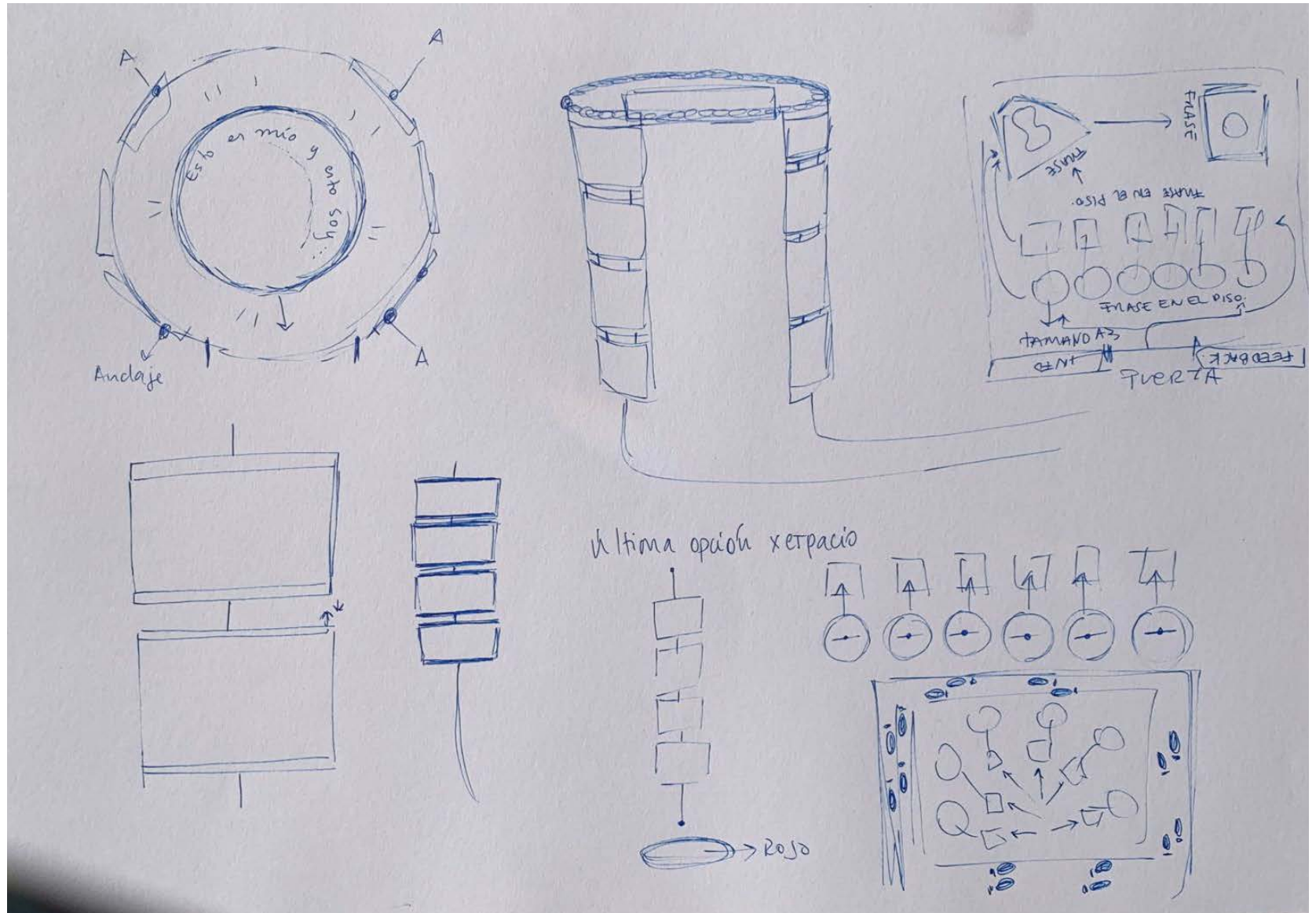
Módulo objeto:

Se buscó aprovechar la mayor cantidad de partes de las cajas disponibles, adecuando las medidas de los plintos a las medidas de las cajas obtenidas.



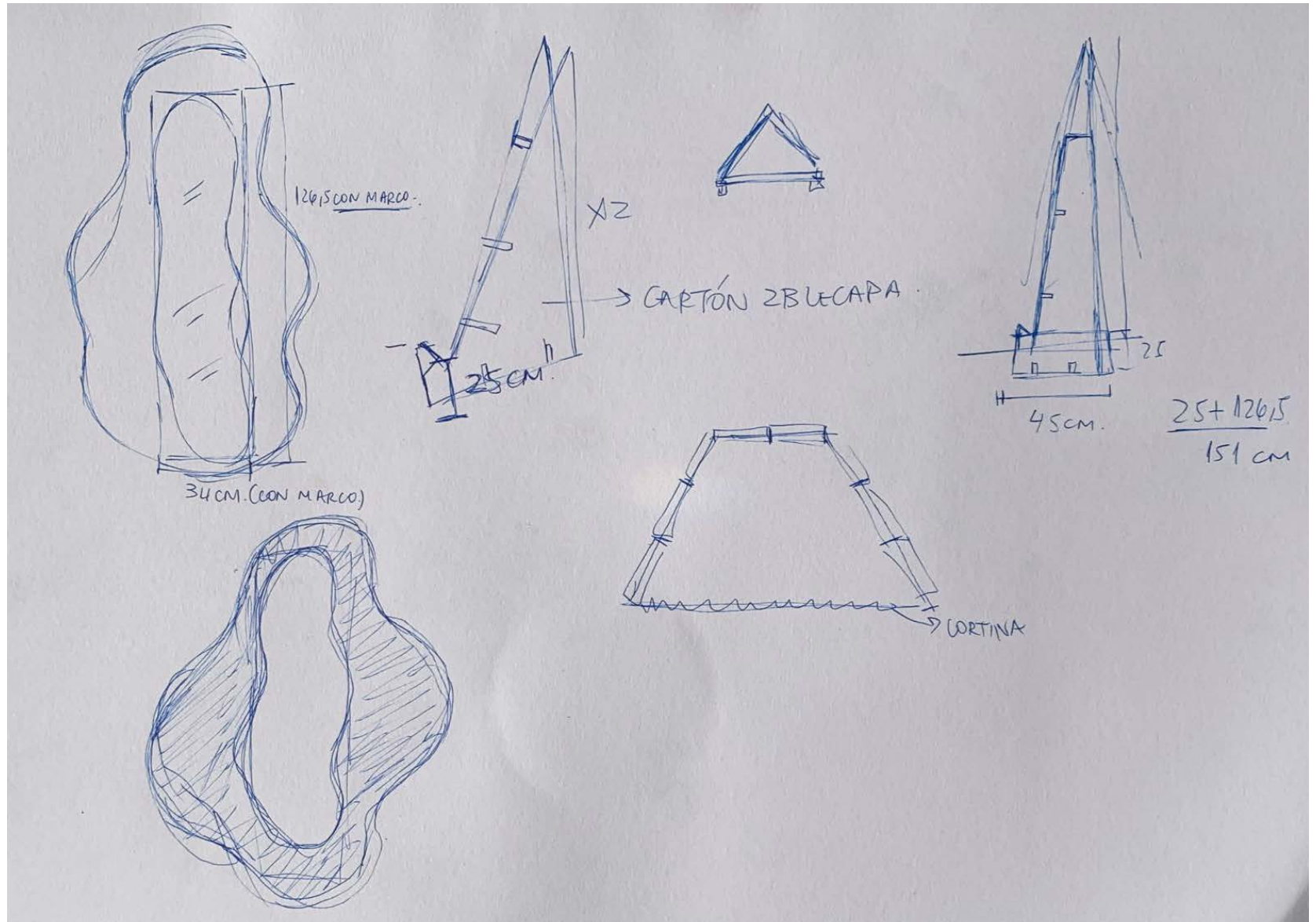
Módulo cuerpo:

Este módulo fue el que más presupuesto ocupó en términos de estructura y contenido. Fue hecho a partir de tubos de pvc junto con láminas impresas con el contenido de las entrevistas realizadas.



Módulo mismidad:

Desde un espejo se generó una carcasa de cartón siguiendo la forma propuesta de la mismidad expuesta a lo largo de este documento. Para la base que sostiene el espejo se utilizó cartón de caja con cortes. La estructura externa (biombos) fue solicitada al CED de la escuela y fue tapada con cartulinas negras.



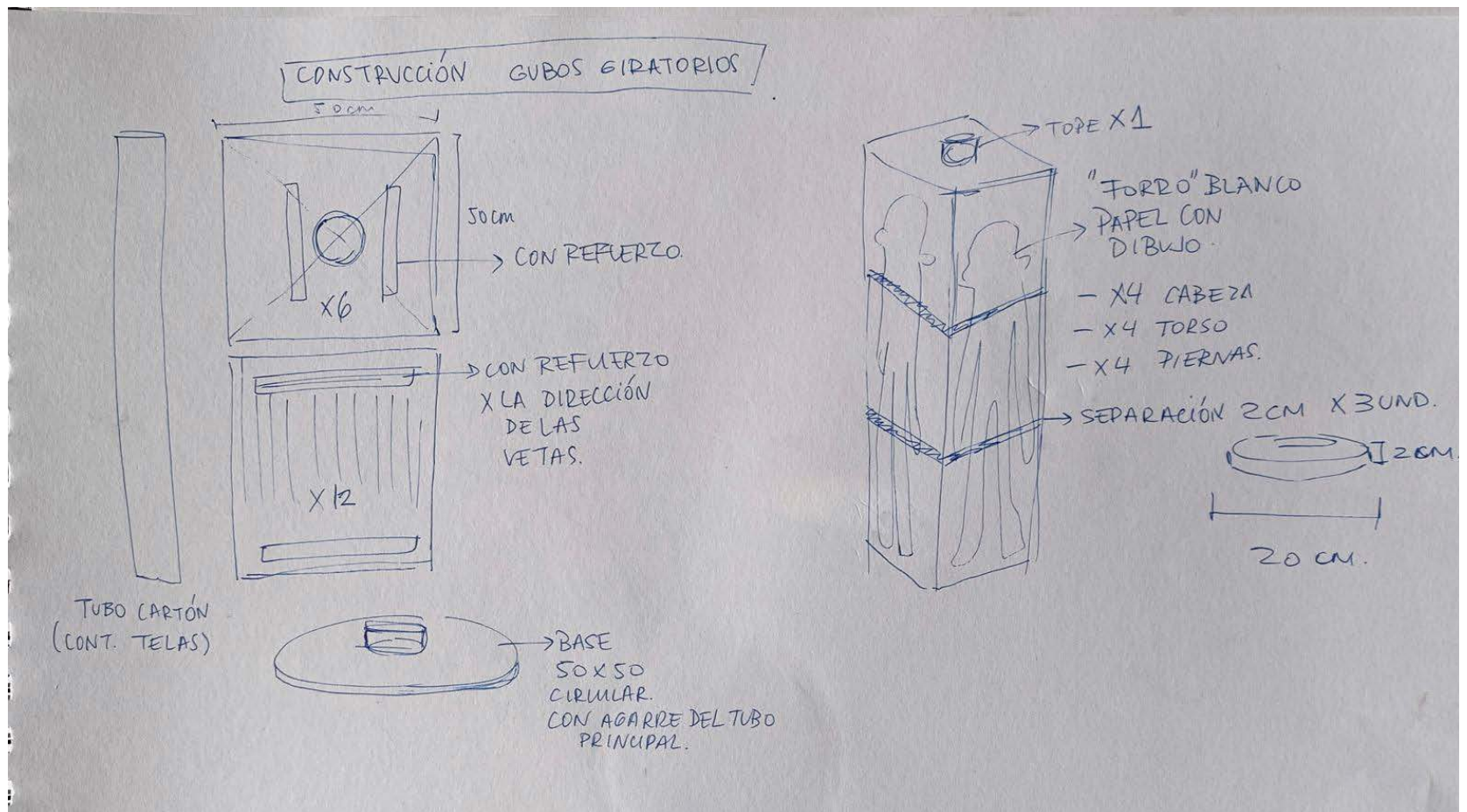
Módulo intervención y personalización:

La altura del tótem fue definida por la altura promedio de hombres y mujeres chilenas. El cartón disponible (caja de closet) permitió reforzar los cubos inferiores del tótem para generar mayor resistencia.

Para el mecanismo de giro fue utilizado un tubo de cartón que contiene telas y fue extendida su altura por cartón corrugado. La base de este componente también fue hecho a partir de cartón pero fue complementado con pesas para su estabilidad.

Cada cubo por su parte, fue forrado con papel hilado que posteriormente fue pintado a mano con las siluetas de personas.

Este módulo fue diseñado por partes para su posterior unión en el lugar de montaje.



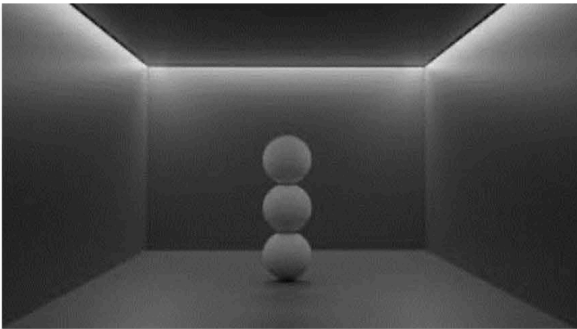


SER*
Herramientas
complementarias

La luz como herramienta

Kelly (1952) en su libro “Iluminación como parte integral de la Arquitectura”, estableció que la luz puede ser una herramienta de diseño que a su vez diseña espacios.

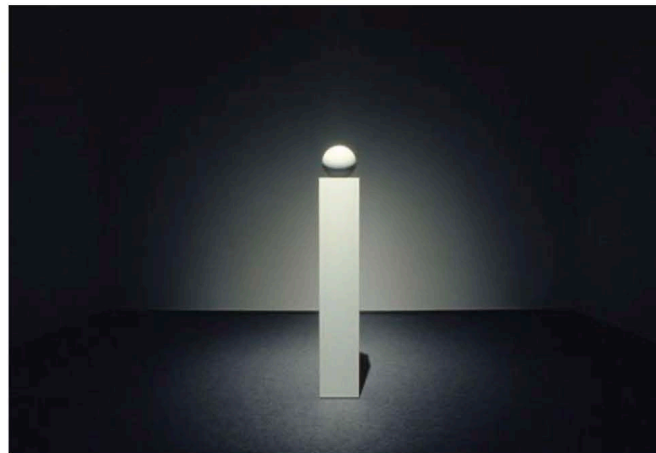
Desde ahí señala que hay 3 tipos de iluminación:



Ambient Luminiscense -

Luz para ver

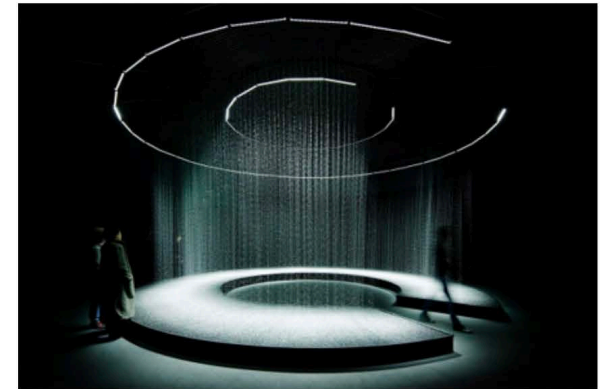
Iluminación enfocada en mostrar el espacio



Focal Glow

Luz para mirar

Iluminación enfocada en mostrar puntos de información

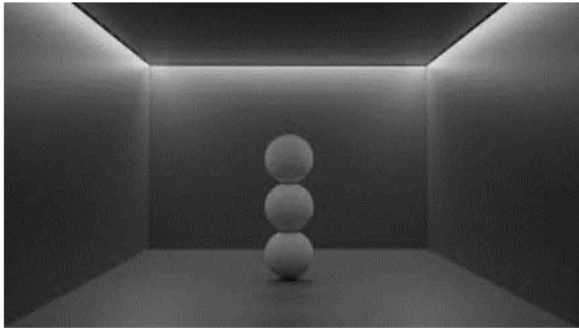


Play of brilliant

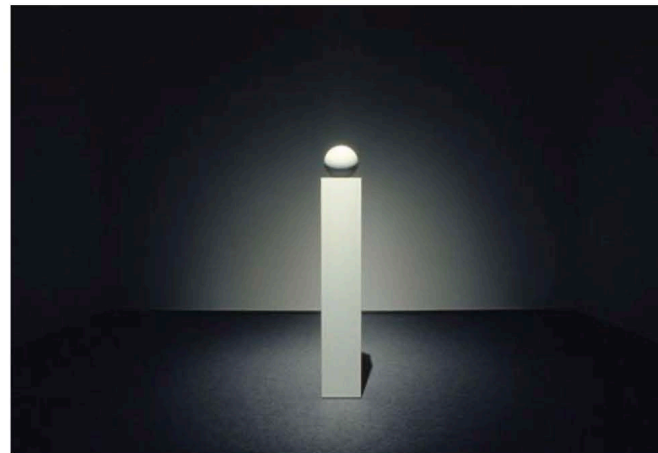
Luz para contemplar

Iluminación enfocada en la contemplación de un objeto o espacio

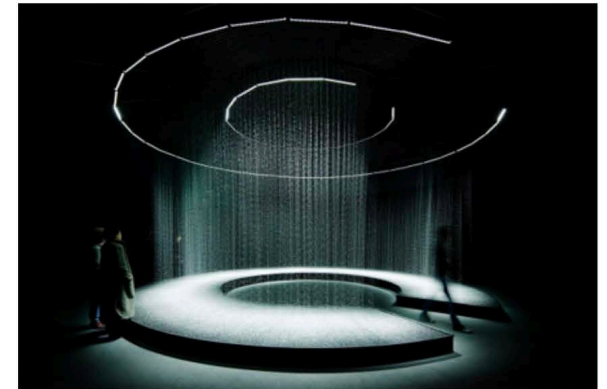
Comprendiendo lo anterior, se establecen para la exposición la categorización de los módulos por tipo de iluminación:



**Ambient
Luminiscense** -
Luz para ver



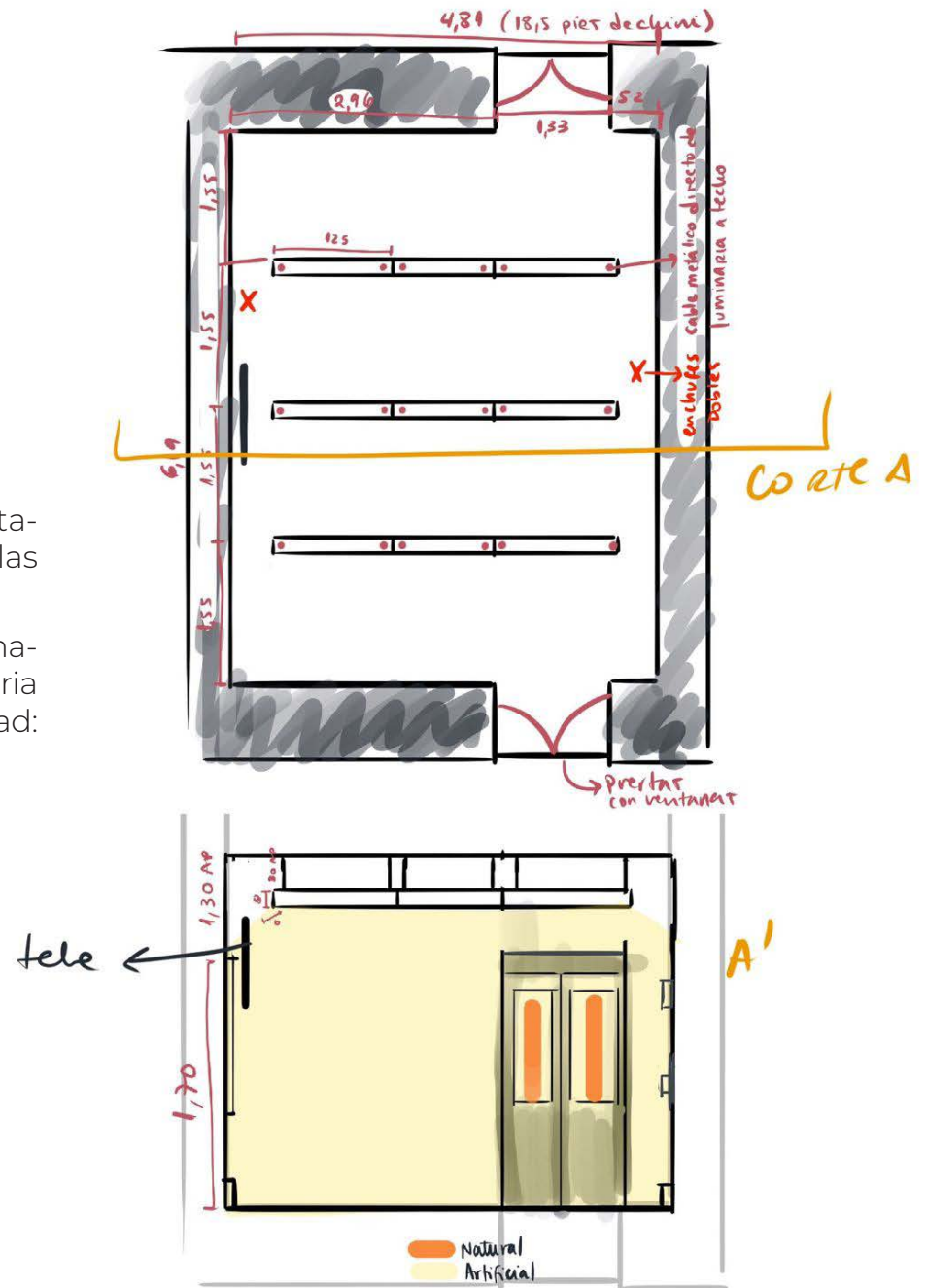
**Focal
Glow**
Luz para mirar



**Play of
brilliants**
Luz para contemplar

Es importante destacar que el desarrollo de la implementación de luminaria externa fue realizada en paralelo con las formas finales de los componentes de la exposición.

Para poder llevar a cabo de mejor forma el plan de iluminación, fue fundamental el conocimiento previo de la luminaria e iluminación existente en la sala dispuesta por la universidad:



Plano de iluminación
Elaboración propia (2023)

Se decidió no utilizar la luminaria existente de la sala, puesto que no favorecía los componentes de la exposición.

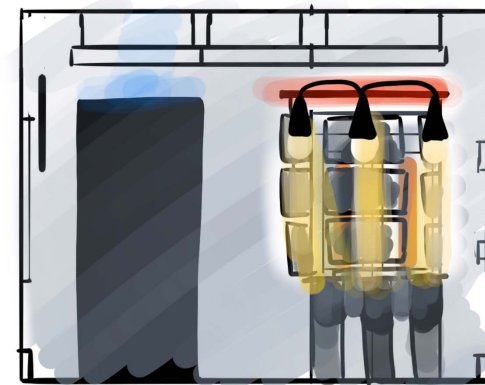
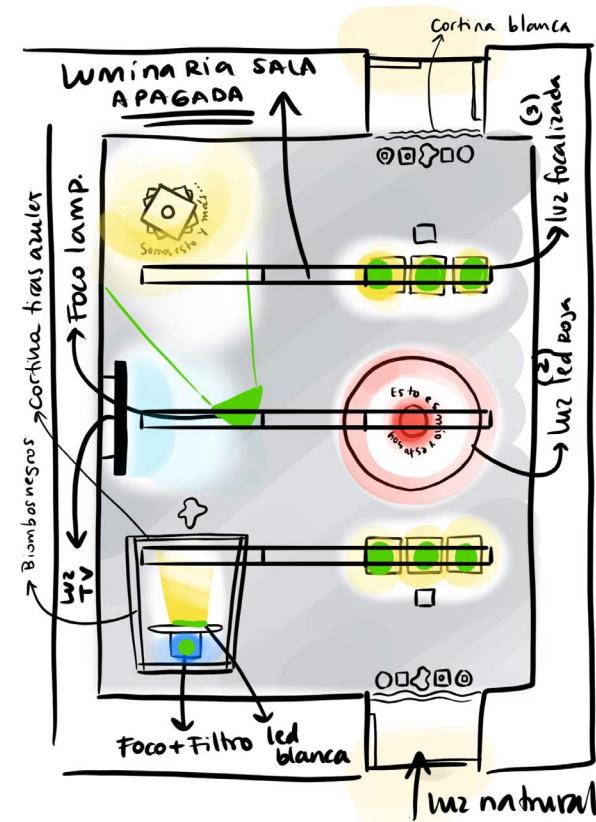
Las luminarias finales utilizadas fueron:

***Módulo cuerpo:** (2) Luz led rojas

***Módulo objeto:** (2) Tira de 3 ampolletas con pantallas (circuito de elaboración propia)

***Módulo mismidad:** Luz led blanca + driver. Foco luz + filtro azul (estudio iluminación)

***Módulo intervención:** Luz focalizada fría, luminaria LAMP (estudio iluminación)



■ Natural
■ Artificial

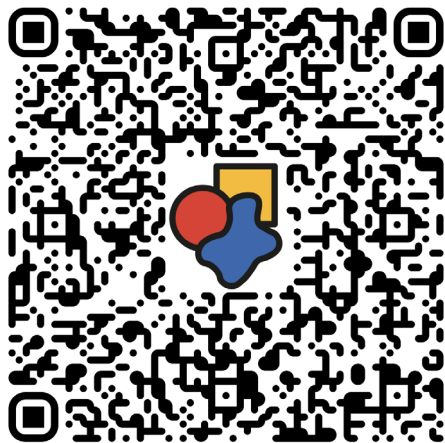
Plano de iluminación
Elaboración propia (2023)

Recursos audiovisuales

Tanto el sonido como el video, son utilizados como recursos en constante reproducción dentro de la experiencia, para así por un lado reforzar los contenidos de la exposición y por otro complementar desde el sonido las herramientas utilizadas para la personalización o intervención de las personas

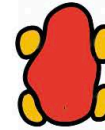
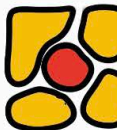
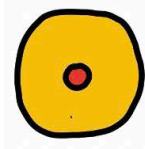


QR Video expo



QR Sonido expo

¿Qué somos?

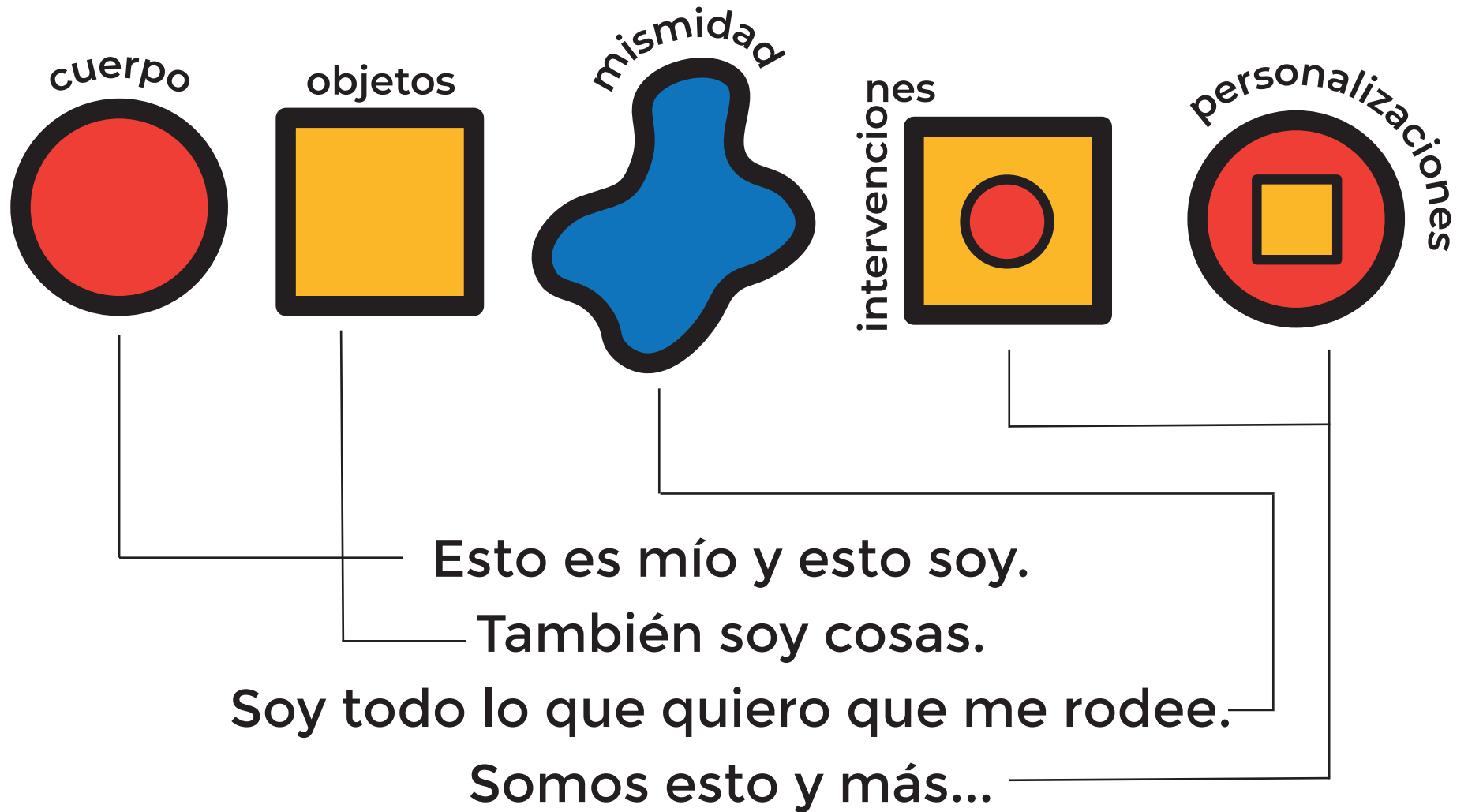


SER*

Fotogramas de video expuesto

Elaboración propia (2023)

Narrativa explícita



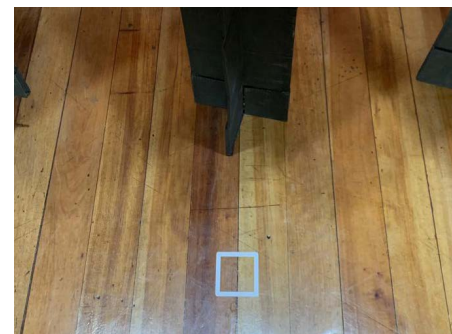
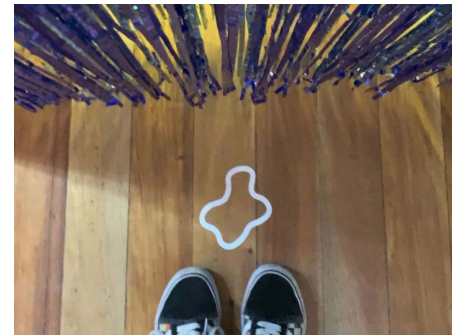
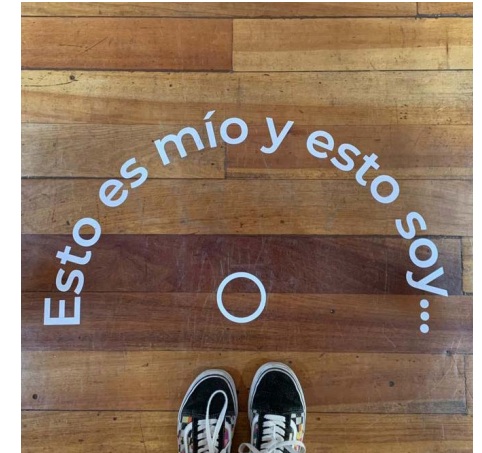
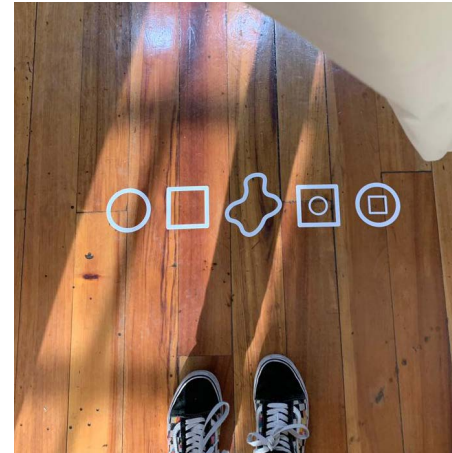
Elaboración propia (2023)

Señaléticas

Se dispuso dentro y fuera de la sala guías para llegar a la exposición y para seguir el flujo de la exposición. Dentro de la sala las señaléticas indican un flujo desde las formas del contenido (círculo, cuadrado, forma fluida, etc.)



DEL 4 AL 7 DE JULIO 2023 | ENTRADA LIBERADA

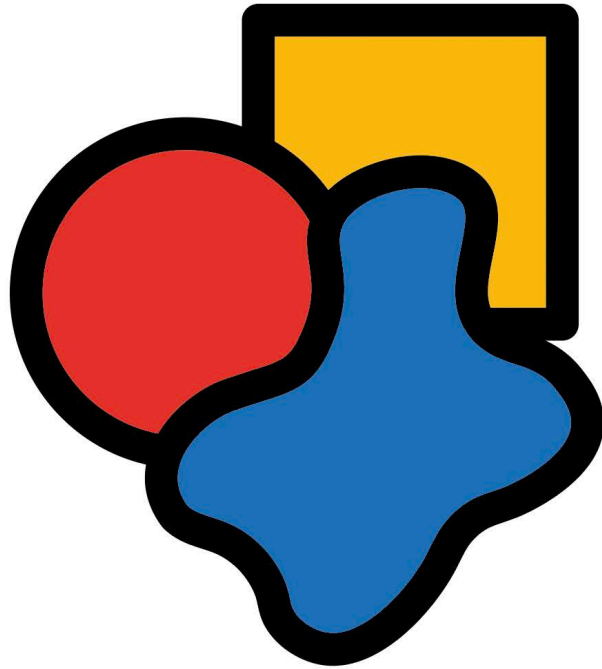


Medios de difusión físicos

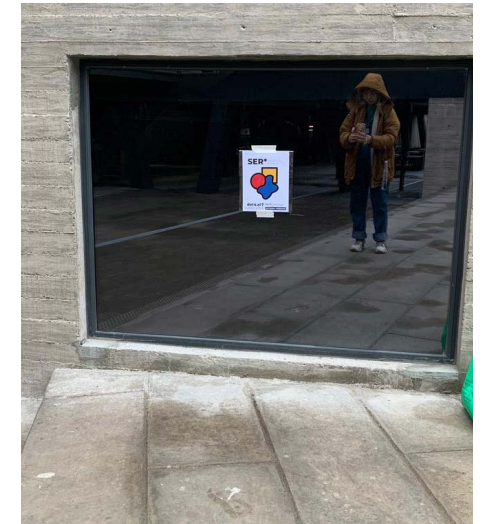
Se utilizaron espacios dentro del campus que tuvieran el efecto de reflejo de las personas y que fueran concurridos dentro del campus, como utilización estratégica de puntos de difusión físicos.

EXPOSICIÓN PROYECTO DE TÍTULO DISEÑO PUC

SER* La personalización
como manifestación
de la identidad



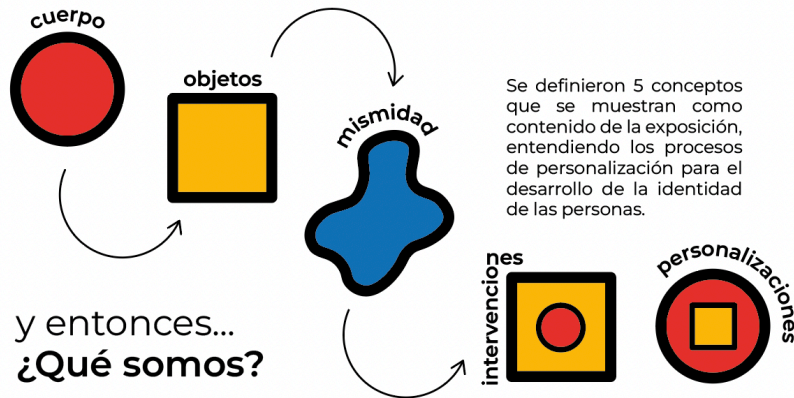
del4 al7 Sala 35* Segundo piso
Casona Campus Lo Contador
del4 al7 JULIO 2023 **ENTRADA LIBERADA**



Información previa + Información complementaria

SER* ¿Qué somos? Somos nuestro cuerpo, somos nuestras pertenencias, todo lo que queremos que nos rodee, somos lo que hacemos y más.

En el marco del proyecto de título "La personalización como manifestación de la identidad" realizado por la estudiante de Diseño Marta Salinas, se busca profundizar en **el individuo como agente personalizador** de su cuerpo, objetos que lo rodean y cómo esto es parte de la persona.



te doy una pista...

(El recorrido de la exposición es libre
pero se recomienda seguir el orden)



Se agradece de antemano que **no rompas, robes, botes o saques** los elementos de esta exposición, ya que serán usados para la presentación del proyecto de título*

*Eso significa además, que esta exposición es un producto mínimo viable para el proyecto, por lo que tus comentarios serían de gran aporte :)

Gracias por venir y ser parte <3

La información previa explicaba sobre el proyecto en general y la información complementaria daba cuenta sobre los componentes de la exposición desde sus ejecución, costo y materiales necesitados para su construcción.

El costo total de esta exposición
no supera los \$150.000,
este valor incluye los materiales
de las actividades de investigación
y montaje.

Este plinto fue hecho a partir de **cajas de cartón** encontradas en la calle y fue pintado posteriormente. La base amarilla del plinto está compuesta por **trozos de cartón piedra** desechados y luego forrados con cartulina. El visor de cada plinto está hecho con **retazos** de la construcción del objeto y restos de vinilo adhesivo negro.
El vinilo de las letras fue donado.

El costo de cada plinto no supera los \$2.000

Este objeto fue realizado a partir de una base de **cartón forrado** que posteriormente fue personalizado por las personas entrevistadas.

El costo de fabricación de cada objeto no supera los \$300

Este módulo está iluminado con un **circuito eléctrico** que fue armado por partes. Se necesitó adicionalmente **papel** para direccionar la luz.

El costo de la iluminación total no supera los \$25.000

Esta estructura fue hecha a partir de **tubos de pvc, hilo de pescar, cinta aislante y plumón negro.**
El vinilo de las letras fue donado.
La luz led fue donada.

El costo total no supera los \$3.000

Estas láminas fueron impresas en Bazar July y están unidas con **hilo de pescar.**

El costo de cada grupo de láminas no supera los \$2.500

Este espejo está compuesto por una carcasa hecha de **cartón corrugado** que fue comprado como descarte. Fue pintado con **spray** en desuso y forrado con retazos de vinilo adhesivo. El **espejo** es propiedad de la autora de la exposición. La base del espejo está hecha de una **caja de cartón** encontrada en la calle y el **vinilo** de las letras fue donado. La **luz led** azul fue donada y la luz blanca pertenece al estudio de iluminación.

El costo total no supera los \$1000

Los **biombos** pertenecen al CED, fueron pintados de negro y tapados con **cartulina española** sostenida por **chinchés**. La **tela** que cubre el fondo fue prestada y las **cortinas** de entrada fueron compradas. El **tubo pvc** que sostiene la cortina fue prestada.

El costo total no supera los \$20.000

Cada cubo está hecho de **cajas de cartón** encontradas y están forradas con **papel hilado**. Fueron dibujadas a mano con la **pintura negra** usada en los módulos anteriores. El sistema de giro está hecho con un **tubo de cartón para telas y cartón corrugado.**

El costo total no supera los \$7.000

Guías de *feedback* para la experiencia

Como forma de medición de los objetivos propuestos para el proyecto, se busca el feedback de los usuarios directos de la exposición, para así poder obtener información sobre la percepción del servicio junto con dimensiones a mejorar de la misma experiencia.

No es una forma de comprobación, si no más bien es una forma de obtener información valiosa de la experiencia desde los usuarios.

Antes de irte
ES IMPORTANTE TU OPINIÓN



¿Qué parte te hizo reflexionar más?

PEGA UN STICKER

Fotos

Espejo

Objetos

Cubos giratorios

ESCRIBE

¿A qué emoción relacionas tu experiencia?

PEGA UN STICKER

Tristeza

Incomodidad

Felicidad

Sorpresas

¿Qué parte te gustó más?

PEGA UN STICKER

Fotos

Espejo

Objetos

Cubos giratorios

¿Qué te pareció la experiencia?

DESPUÉS DE LA EXPOSICIÓN

¿Sientes que hubo un cambio positivo en ti?

PEGA UN STICKER

No

Tal vez

Sí

¿Te sientes identificadx con los contenidos de la exposición?

PEGA UN STICKER

No

Tal vez

Sí

¿Cómo percibiste cada parte?

PEGA UN STICKER

	LÚDICO	REFLEXIVO	INMERSIVO	CONTEMPLATIVO	ATRACTIVO
Fotos					
Espejo					
Objetos					
Cubos giratorios					



SER*
Montaje

El montaje de la exposición se realizó los días 1 y 2 de julio con ayuda externa. El transporte se facilitó por la construcción modular de cada uno de los componentes de la exposición. Gracias a esto, se redujo a un solo viaje para el transporte del material a la universidad.

Al ser materiales livianos y de fácil transporte el primer día fue enfocado en la adaptación y construcción del material dispuesto. “Llegar y pegar”

El desafío principal del montaje se localizó en el colgado de la estructura que contenía información del cuerpo y en la distribución de luminaria externa en la sala a utilizar.

Sábado 1

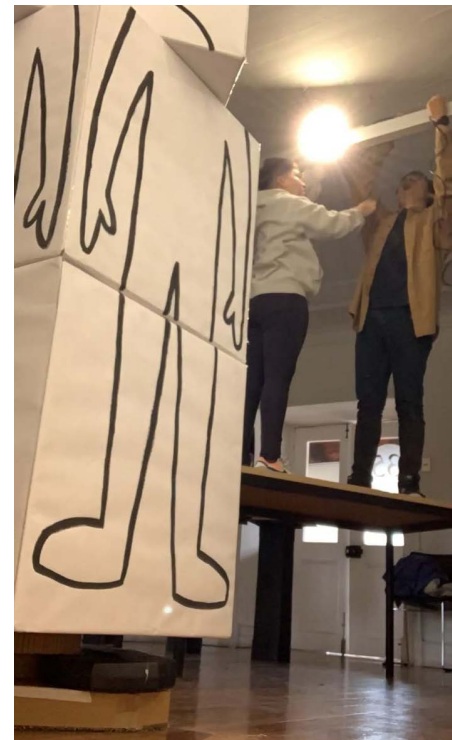
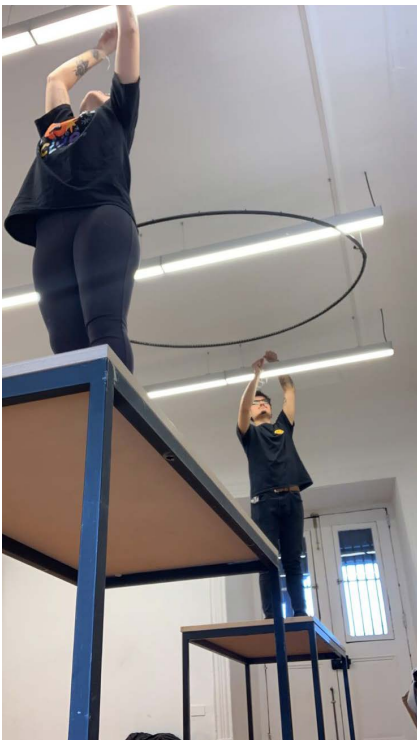
Armado de piezas y montaje de estructuras “pesadas”. Limpieza y distribución de los componentes de la exposición.

Domingo 2

Corrección de colgado de láminas e instalación de luminarias. Prueba de sonido, video y ambientación. Corrección del flujo.

Lunes 3

Detalles de reproducción del material audiovisual e instalación de guías para el feedback de los usuarios. Inauguración.





SER*

Producto Mínimo Viable

La exposición se abrió al público entre el 4 y 7 de julio del 2023. El horario de apertura variaba entre las 10 de la mañana hasta las 18 hrs. En ella se dispuso los componentes anteriormente señalados a lo largo de este documento junto con material enfocado en el feedback de las personas. El tiempo de exposición fue pensado en el testeo del proyecto, pensando en lo mínimo que se necesita para poder llevarlo de una forma más masiva a otros lugares que sean de uso expositivo, como centros culturales, museos u otros espacios.

En primera instancia, la inauguración estuvo enfocada en conocer el feedback de algunos de los docentes de la escuela, cabe destacar que fueron invitados a ella profesores de distintas disciplinas, que por motivos personales no pudieron asistir en ese día específico.

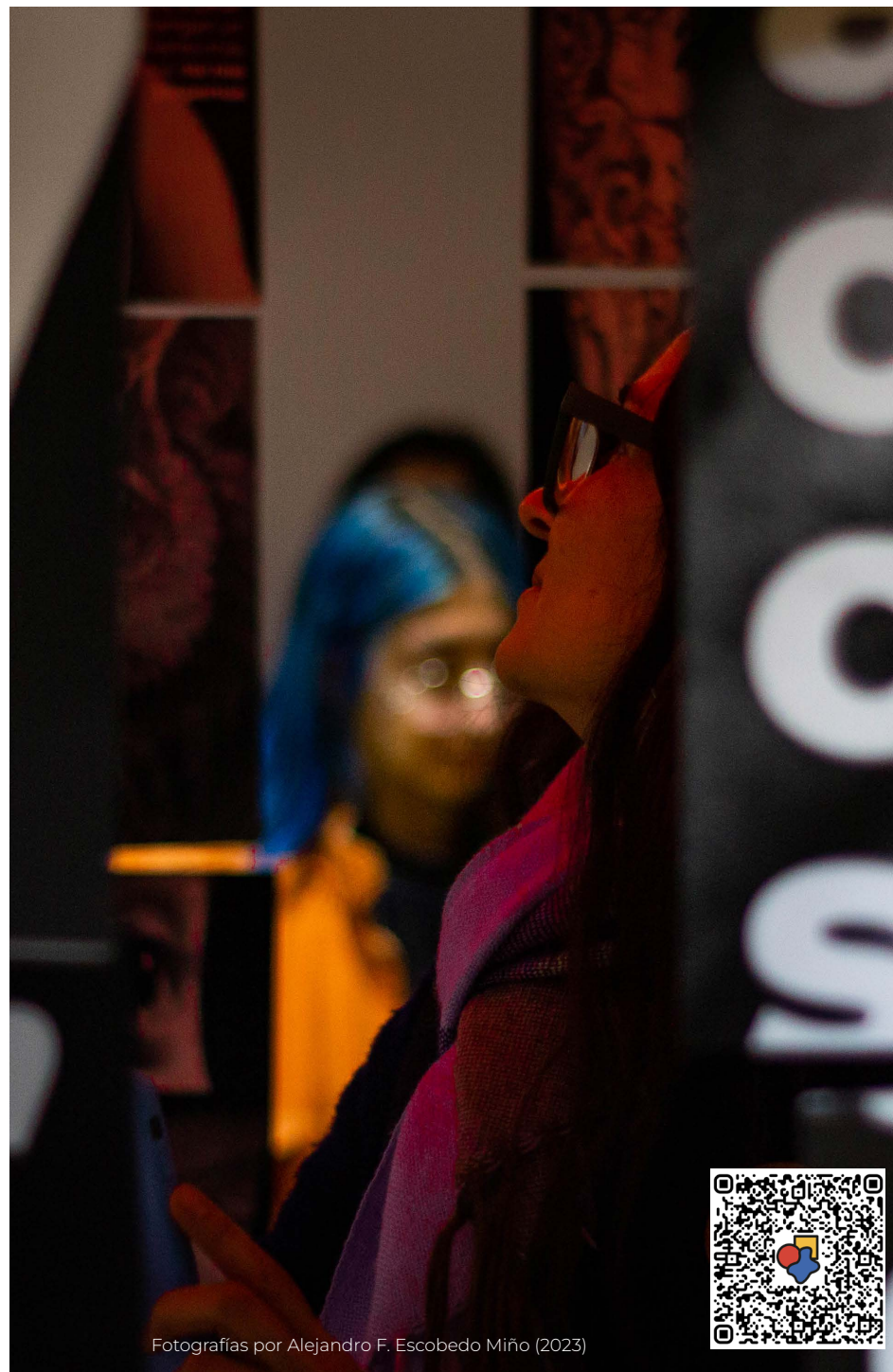
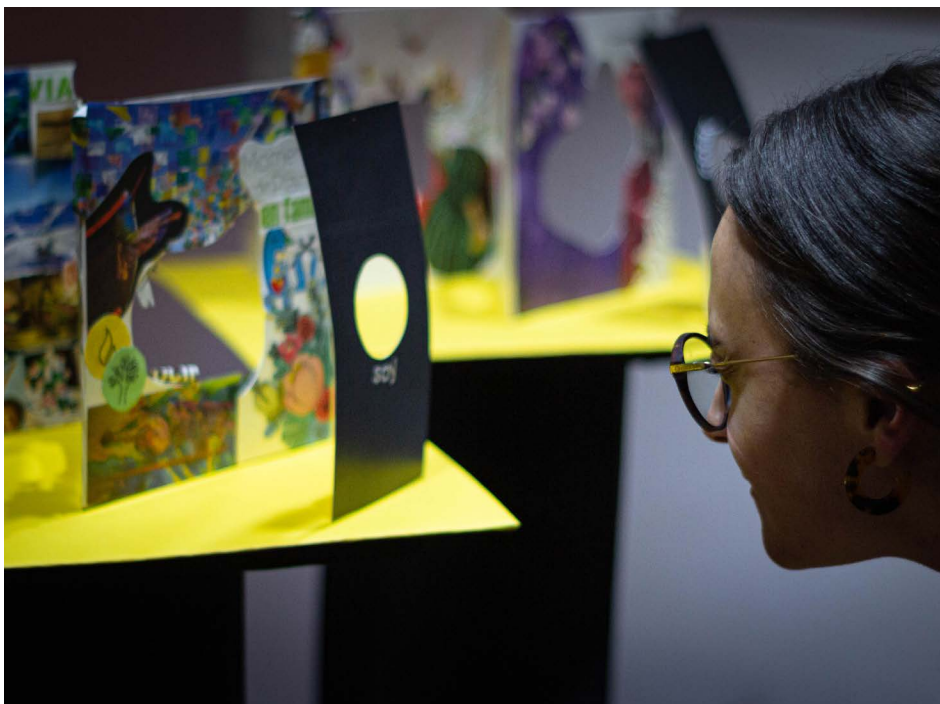


¿Qué se quiso probar?

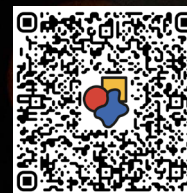
Viabilidad, lo mínimo, funcionamiento, generación de sensaciones con bajo presupuesto y feedback de todos los posibles usuarios.



Fotografías por Alejandro F. Escobedo Miño (2023)



Fotografías por Alejandro F. Escobedo Miño (2023)



Plano con componentes + Mapa de flujos

A la derecha se puede ver el **plano final de la sala con todos los componentes de la exposición dispuestos**.

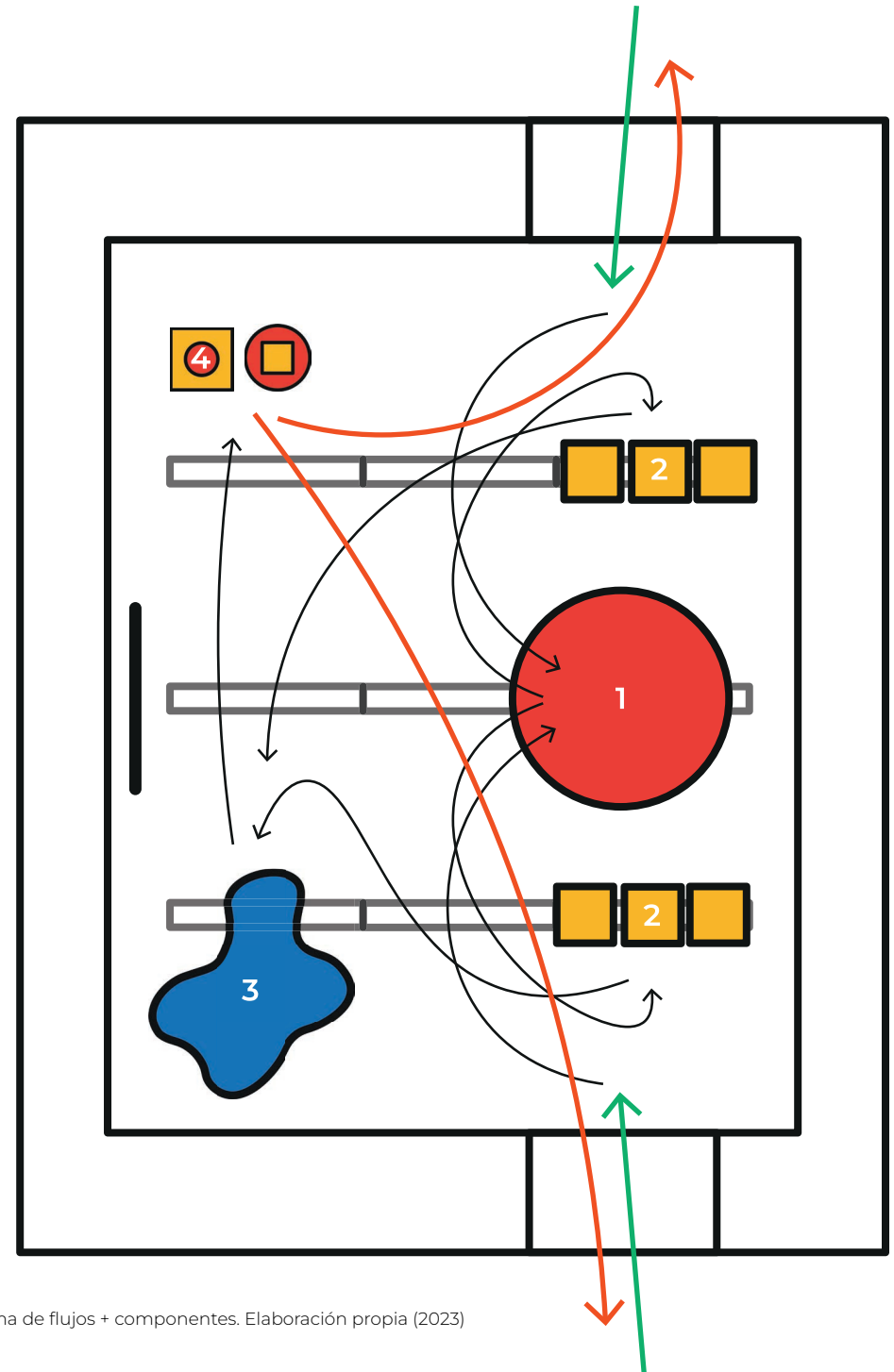
***Se proponen posibles flujos de los usuarios** dentro de la sala considerando que la entrada a la exposición es por dos lados de la sala.

***Las flechas verdes indican la entrada** del usuario, mientras que las **flechas rojas indican la salida** del usuario.

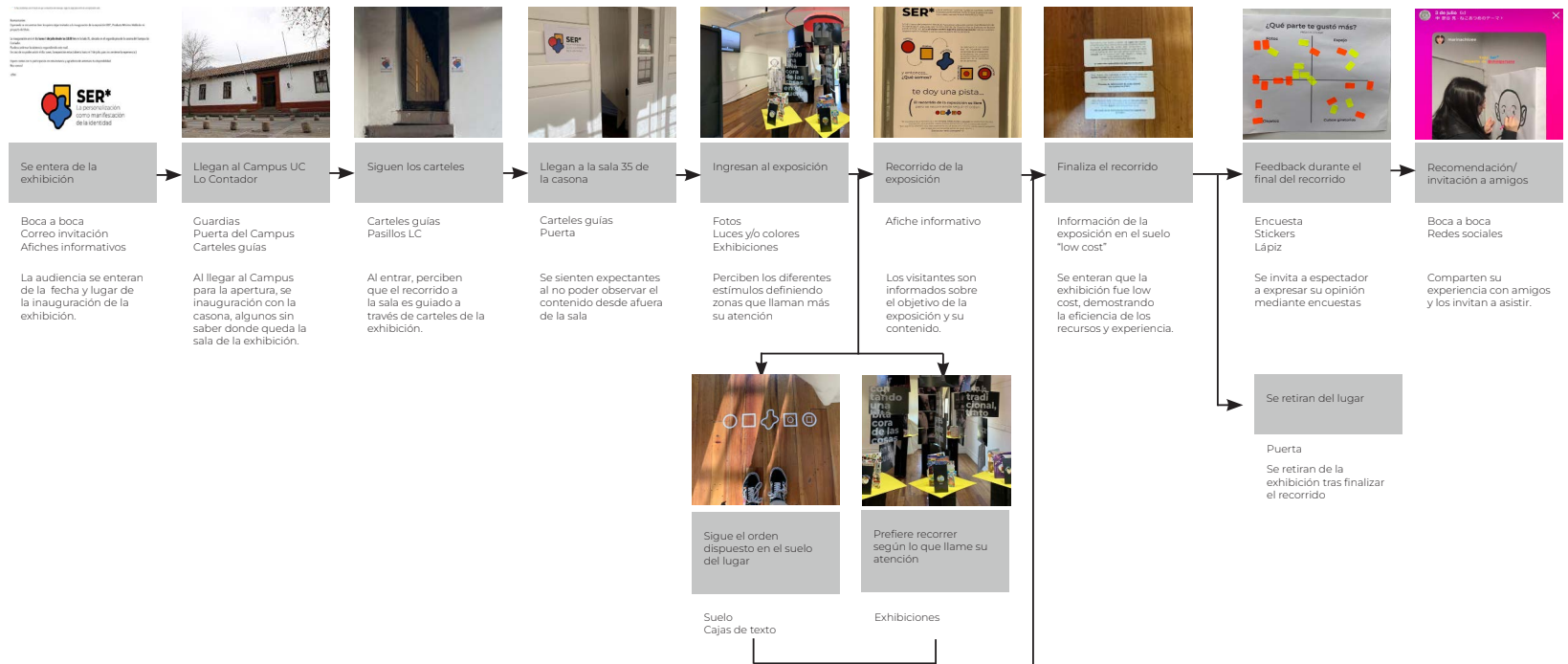
***Los números dispuestos son el orden ideal del flujo** de los visitantes de la exposición, teniendo como primer punto de contacto el módulo del cuerpo, luego el de objetos, seguido del módulo de la mismidad y finalmente el de la intervención y personalización.

***Para fines del contenido de la exposición se prevee que los usuarios no sigan el orden ideal**, por lo que **el orden de los factores no debiese afectar la interacción o comprensión de los contenidos de la exposición**.

Durante el desarrollo del proyecto hubo cambios en el espacio disponible para llevar a cabo la exposición, sin embargo, **debido a la modularidad de los componentes de la exposición, cada parte pudo ser adaptada al nuevo espacio disponible**.



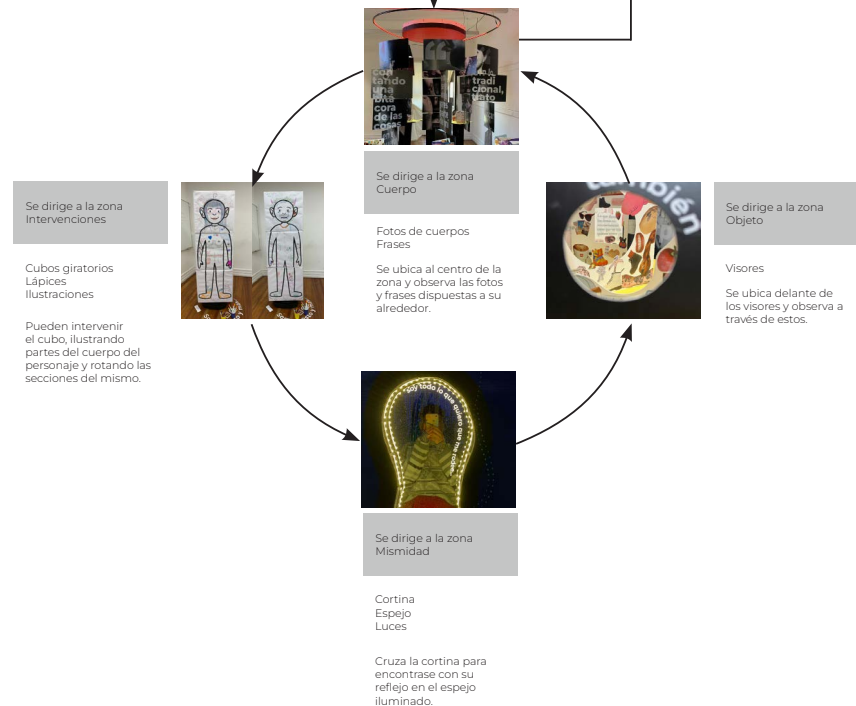
Esquema de flujos + componentes. Elaboración propia (2023)



Mapa de viaje del usuario en la exposición

Dados los componentes de las exposición junto con las herramientas complementarias, se rutea el mapa de viaje del usuario junto con los puntos de contacto dispuestos a lo largo de la experiencia.

En el, se puede dar cuenta de la variabilidad de acciones dentro de la exposición por la libertad del usuario.



Primer *feedback*

*Inauguración

Se enfocó en la temática y disposición de los contenidos de la exposición.

Desde ahí se tomaron las siguientes **conclusiones**:

*El video dispuesto en la exposición es un complemento importante para el entendimiento de los conceptos de la **experiencia** junto con la relación de las formas dadas desde el proyecto (círculo rojo, cuadrado amarillo, forma fluida azul, cuadrado-círculo y círculo-cuadrado). Además, permite el **reforzamiento de la información** de la exposición si no se lee la introducción al proyecto.

*Se valora el uso de herramientas como el **collage** y los cortes de los objetos expuestos, como **fuentes de información por capas**. “es como hacer zoom y descubrir cosas que no se ven a primera vista”.

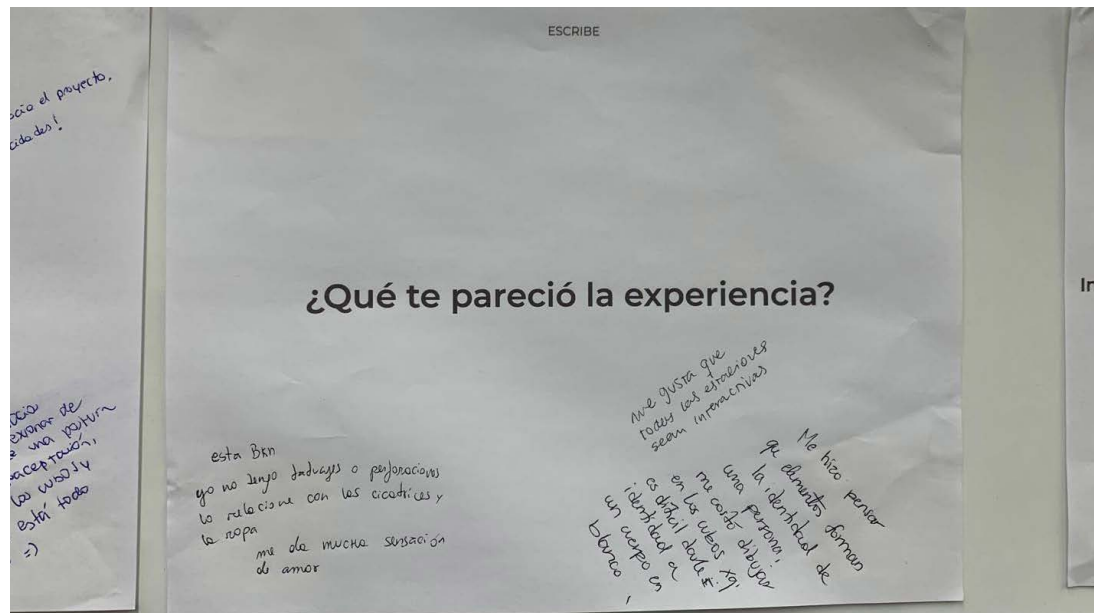
*Es **relevante** saber de **qué es y cómo se hizo cada componente** de la exposición.

*Si bien el flujo es libre dentro de la sala, **necesita un orden para una mejor comprensión de los conceptos**.



Resultados del testeo - *Feedback* usuarios

Se dejaron al salir de la exposición 7 preguntas enfocadas en la experiencia y las sensaciones vividas en ella.



"Me da mucha **sensación de amor**"

"me gusta que **todas las estaciones** sean **interactivas**"

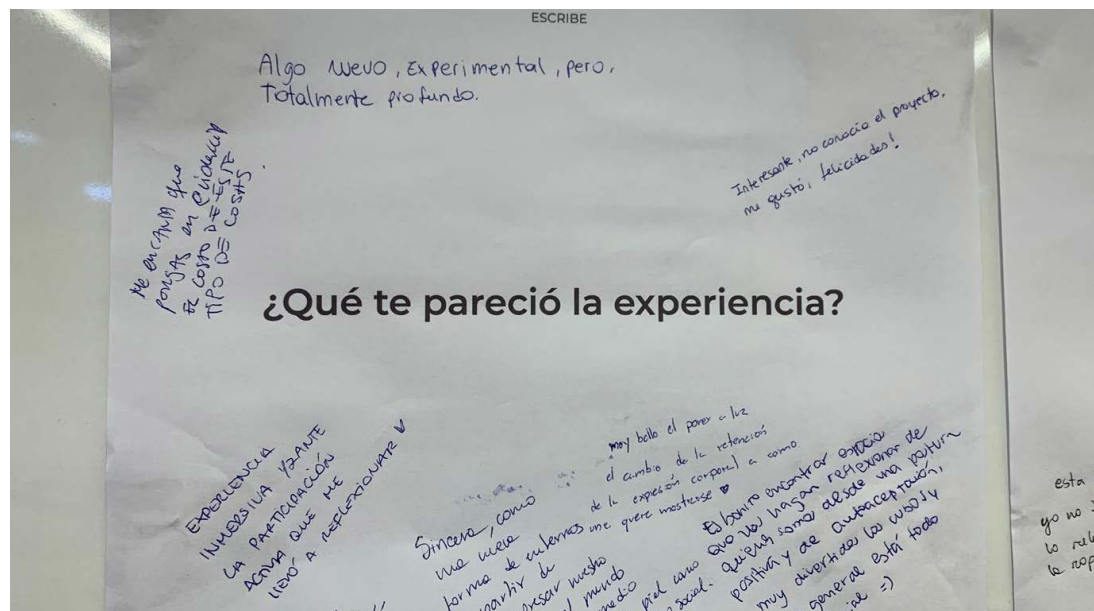
"algo nuevo, experimental, pero, **totalmente profundo**"

"experiencia inmersiva mediante la participación activa que **me llevó a reflexionar**"

"genial!"

"**Sincera**, como una nueva forma de entendernos a partir de expresar nuestro yo al mundo por medio de la piel como lienzo social"

"muy bello poner a la luz el cambio de la retención de la expresión corporal, a como uno quiere mostrarse"



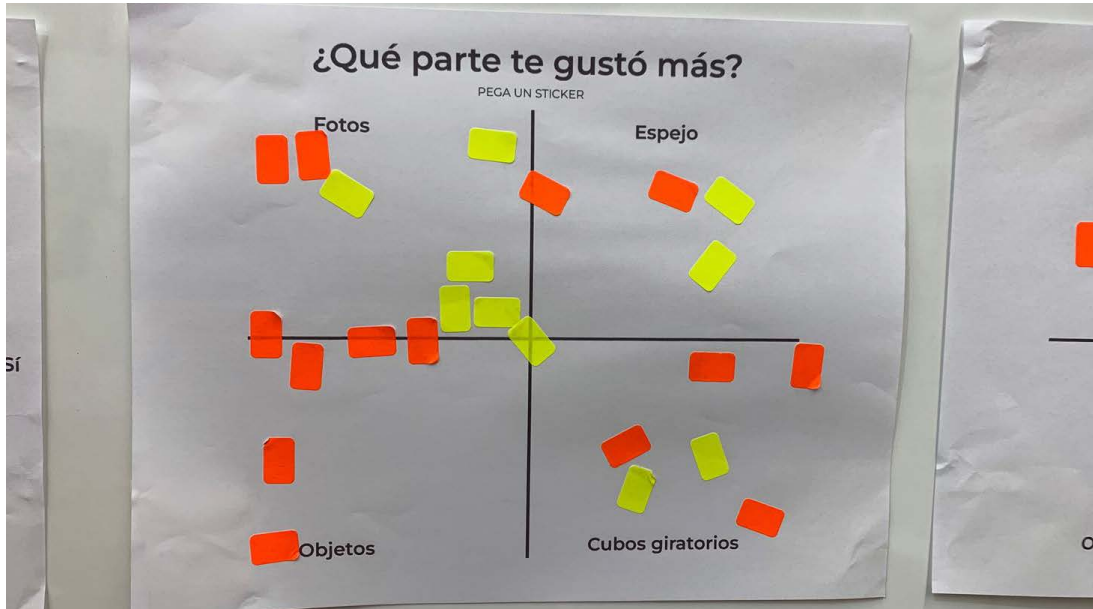
"**es bonito encontrar espacios** que nos hagan reflexionar de quienes somos desde una postura positiva de autoaceptación. Muy divertidos los cubos y en general está todo genial"

"interesante, no conocía el proyecto, me gustó, felicidades"

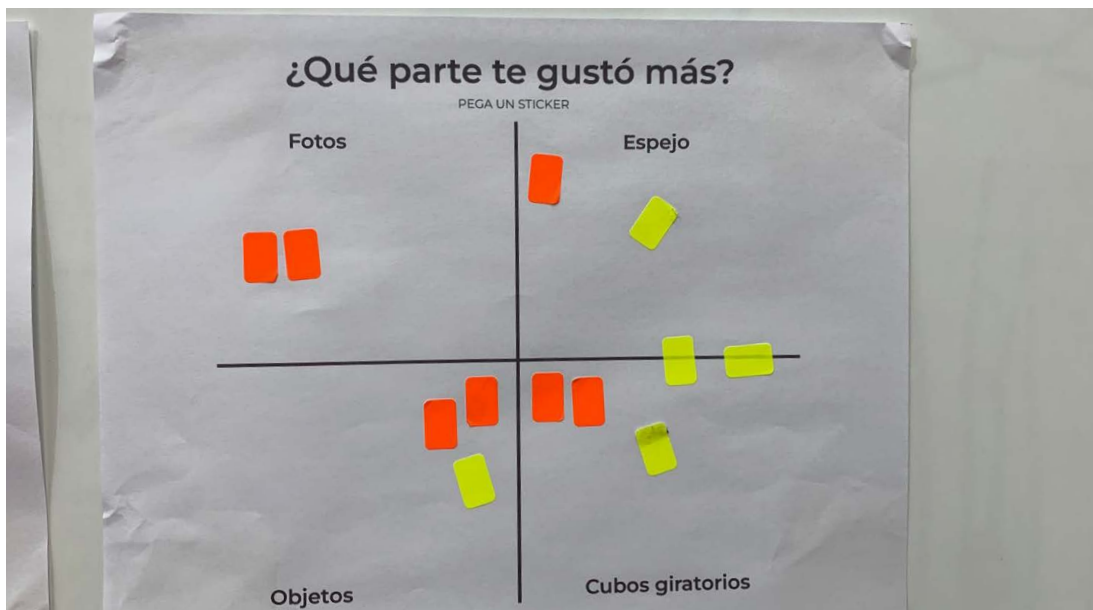
"yo no tengo tatuajes o perforaciones, lo relacioné con las cicatrices y la ropa"

"**me hizo pensar qué elementos forman la identidad de una persona**, me costó dibujar en los cubos porque es difícil darle identidad a un cuerpo en blanco"

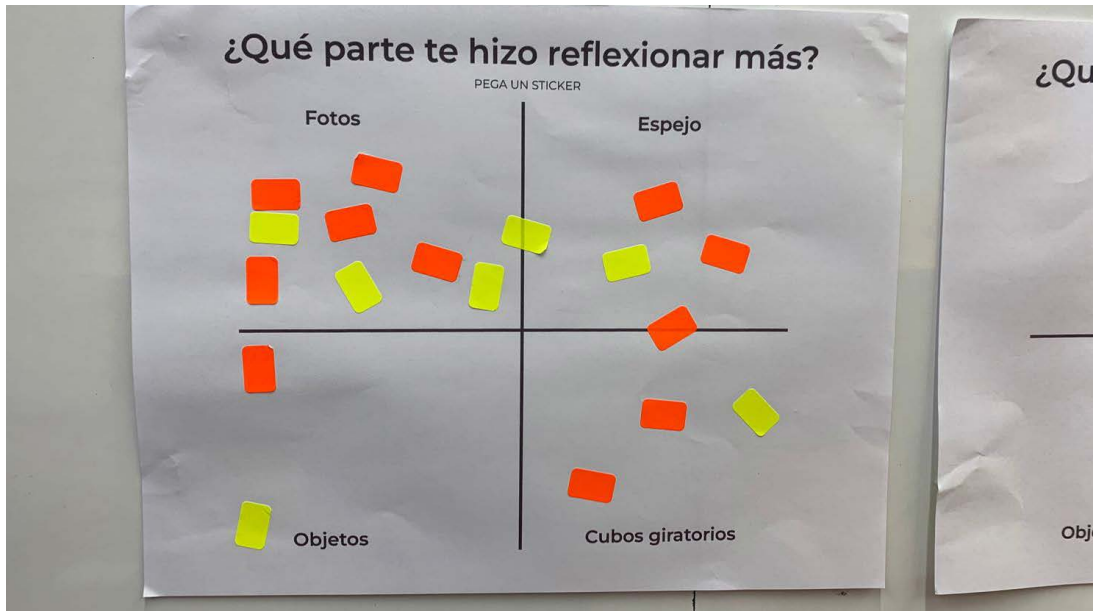
Resultados del testeo



36 personas contestaron esta pregunta. Las respuestas se distribuyeron entre las 4 estaciones de la exposición.



Resultados del testeo



29 personas contestaron esta pregunta. Las respuestas se distribuyen entre el módulo de “fotos” (cuerpo), “espejo” (mismidad) y “cubos giratorios” (personalización e intervención). La tendencia de las respuestas va hacia el módulo del cuerpo.



Resultados del testeo

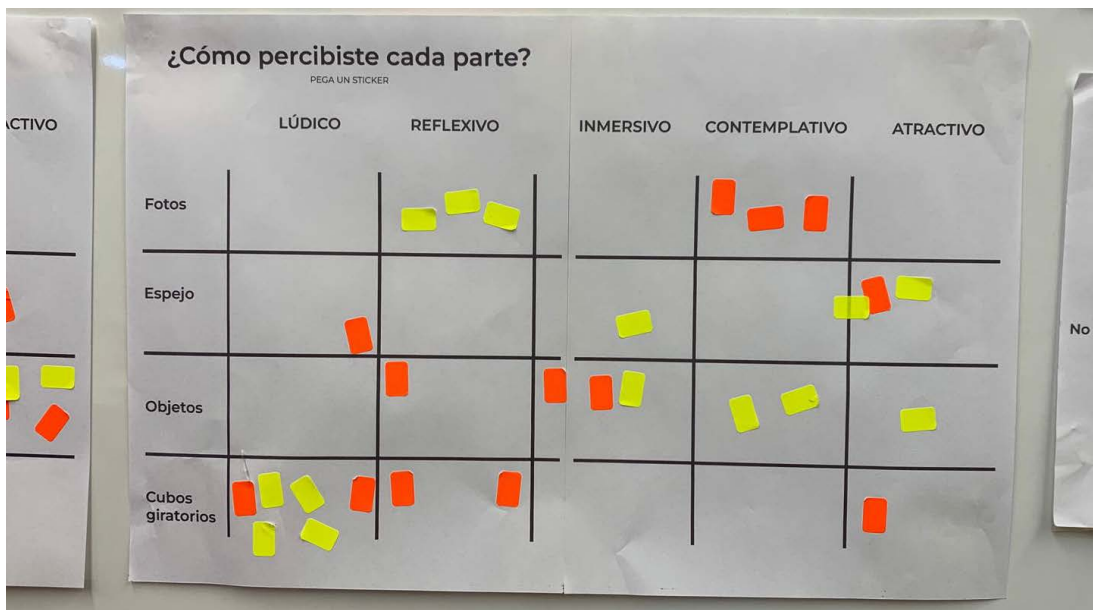


31 personas contestaron esta pregunta.

La tendencia se dividió entre “sorpresa” y “felicidad”. Sobre felicidad escribieron “como cariño”.



Resultados del testeo



Fotos

LÚDICO: 2
REFLEXIVO: 9
INMERSIVO: 3
CONTEMPLATIVO: 13
ATRACTIVO: 1

Espejo

LÚDICO: 1
REFLEXIVO: 6
INMERSIVO: 6
CONTEMPLATIVO: 5
ATRACTIVO: 8

Objetos

LÚDICO: 2
REFLEXIVO: 4
INMERSIVO: 5
CONTEMPLATIVO: 5
ATRACTIVO: 7

Cubos giratorios

LÚDICO: 19
REFLEXIVO: 2
INMERSIVO: 3
CONTEMPLATIVO: 0
ATRACTIVO: 2

Resultados generales

LÚDICO: 24
REFLEXIVO: 21
INMERSIVO: 17
CONTEMPLATIVO: 23
ATRACTIVO: 18

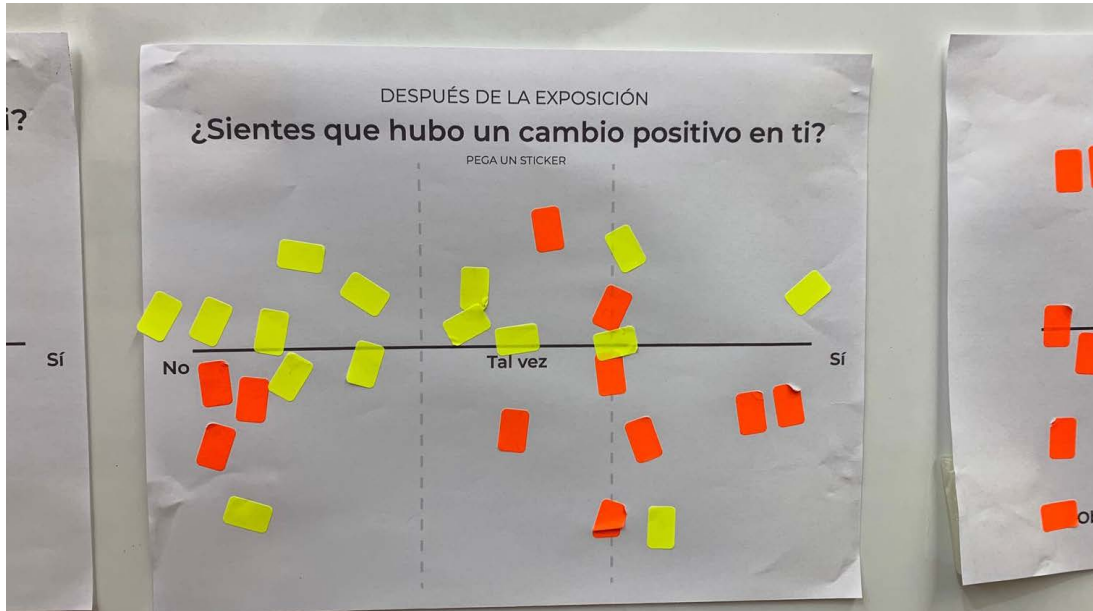
Resultados del testeo



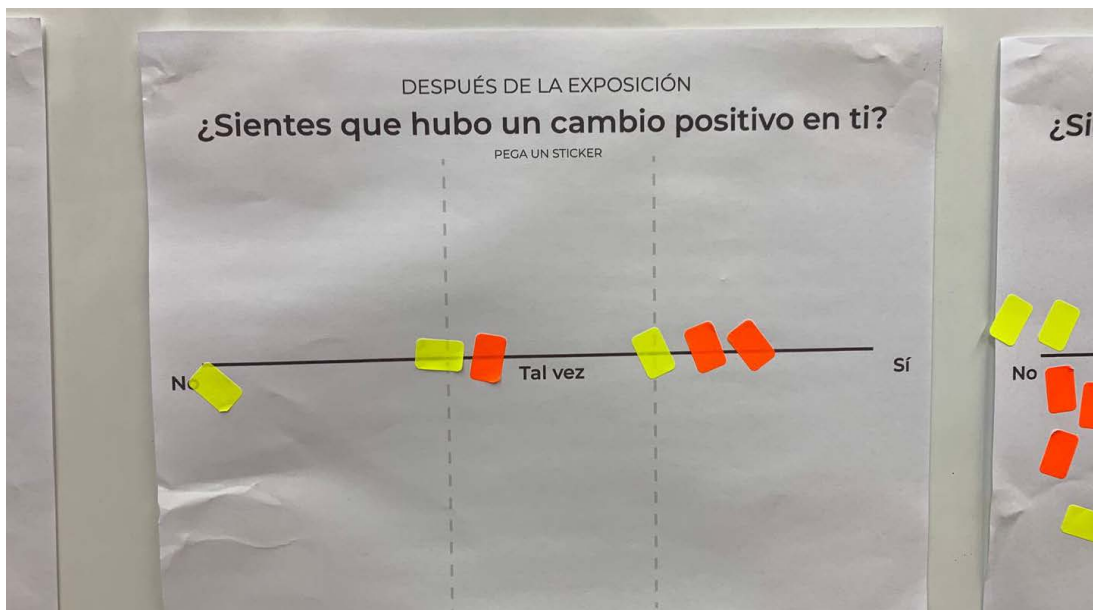
25 personas contestaron esta pregunta. Hay una tendencia a lo positivo con "sí" y "tal vez"



Resultados del testeo



32 personas contestaron esta pregunta. La tendencia se distribuyó entre "no" y "tal vez", predomina el "tal vez".



Conclusiones del testeo - *Feedback* usuarios

*La exposición es considerada lúdica, reflexiva, inmersiva, contemplativa y atractiva.

*En general fue **recibida positivamente** por los asistentes de la exposición, **destacando el espacio de reflexión, la sinceridad de la exposición** junto con la **relevación de las formas de expresión de las personas**.

*Si bien los asistentes declararon “no tener un cambio positivo después de la exposición”, **sí experimentaron momentos reflexivos durante la mayor parte de la experiencia**.

*Este proyecto además **incluye las diversas formas de manifestación de la identidad y representa al público que asistió**, por lo que cumple los objetivos planteados desde el desarrollo del proyecto.



Dimensiones a mejorar

*El **flujo de los asistentes en la sala debe ser aún más clara** para dejar en evidencia la narrativa de la exposición.

***La ubicación de la sala** si bien permitió la llegada del público, **dificultó el acceso a algunas personas** principalmente por estar ubicada en un segundo piso y en una zona desconocida del Campus.

*Es necesario **dejar en evidencia que los objetos expuestos fueron personalizados por las personas entrevistadas**. No se entendía sin un relato complementario.

***Algunas personas sintieron incomodidad** al mirarse en el módulo de la mismidad, señalaron que debido a problemas de autoestima la frase “soy todo lo que quiero que me rodee...” los hacía reflexionar negativamente.

*Si bien **se valoró la transparencia en el costo** y utilización de materiales en cada módulo de la exposición, **no se hacía parte de la experiencia** principalmente por usar una gráfica “distinta a la del resto de la exposición”. Algunos señalaron que podía tratarse de una actividad anterior.



SER*

¿Cuánto costó?

Los gastos asociados a la exposición SER* como Producto Mínimo Viable fueron menores a la suma de \$150.000, valor que incluye gastos para la realización de actividades de investigación y montaje.

Además, el material utilizado para la exposición, en su gran mayoría fue reciclado, devuelto o donado al CED como material disponible para reutilizar.

ITEM		Material	Tamaño	Cantidad	TAMAÑO	PRECIO	
				0		0	
CUERPO	ESTRUCTURA	TUBO PVC	3 mts	2	6	690	1380
	UNIONES	T PVC		2		0	0
				0			0
	SOPORTE	HILO DE PESCAR		0			0
	Plumón negro						600
	IMPRESIONES DE TODA LA EXPO	PAPEL	A3	0		3000	21500
	SOPORTE	CARTÓN				0	0
							0
							0
OBJETO	PLINTO	CARTÓN caja	80X40 CM	2	80 X 160	0	0
			90X40 CM	2	90 X 160	0	0
			100X40 CM	2	100 X 160	0	0
	NEGRO	PINTURA		1		6350	6350
	BASE	CARTÓN duro	50 CM	6	50X300	0	0
	Cartulina amarilla			6		690	4140
	Cartón forrado objeto						5000
MISMIDAD	PAREDES	Papel	2X2	20	8 METROS	690	13800
	BIOMBOS	Madera	2X2	2	4 METROS	0	0
	CORTINAS AZULES	Plástico	2X2	4		2890	11560
	chinchés						500
INTERVENCIÓN	CUBOS	CARTÓN caja-duro	50X50	3	50 X 300	0	0
		Papel hilado		13	150 X 900	490	6370
	papel hilado		170				0
	conexión eléctrica		Ampolleta s, cables, enchufe macho				25000
	SEPARACIONES	Cartón corrugado	20 X 20				0
	CARTÓN CORRUGADO			1	3 metros	1500	1500
	OTROS	SILICONA CALIENTE		5		1000	15000
		SOPORTE ESPEJO	caja de cartón				0
		Lápices					3800
		Transporte					10000
	Catering inauguración					20000	
							146500

COSTO REAL



Financiamiento

Este proyecto puede ser financiado por **fondos concursables** y postulado a **espacios expositivos de selección concursable**. Se ve como oportunidad del proyecto el **uso de auspiciadores** principalmente en el uso de luminarias, empresas de reciclaje, uso de “desechos” de algunas empresas, imprentas, etc.

Fondos concursables

***FONDART** – Autorización de derechos de autor, individualización de director, administrador, representantes, constituyentes, accionistas y/o socios titulares. Cartas de compromisos de los integrantes del equipo de trabajo (si corresponde).

Evaluación:

Invitación o aceptación para la instancia de circulación de obra o contenidos. Registro audiovisual o gráfico de la obra artística o pieza a exponer. Una vez ganado el Fondart debe realizarse en el mismo año el proyecto. Máximo 6 meses de realización del proyecto.

Gastos de operación* y personal*

*Operación: Funciones y actividades

*Personal/trabajadores

+Todos los gastos necesarios para financiar el proyecto (operacionales o personales).



Híbridos

***GAM:**

Requisitos – de 1 a 20 años de experiencia expositiva

Inédito. No haberse expuesto anteriormente en otras salas.
Pensado en salas de galería GAM.

Sólo dan el espacio. Producción y traslado financiado por el autor, considera montaje, desmontaje, etc.

+Informe de avance +Informe final de la obra

Financiamiento máximo \$15.000.000



Espacios expositivos

*Espacio Vilches – Campus Oriente

Es necesario ligarse a un estudiante o egresado de Arte de la PUC. Todo en un solo PDF: Texto de presentación del proyecto + fundamentación (1 carilla). Bocetos, fotografías y/o maquetas digitales que describan claramente la naturaleza del proyecto. Ficha técnica de las obras. Indicar académico que de referencias del trabajo. Datos de contacto. Indicar si es estudiante o egresado de Arte UC. Indicar actividades y/o características (guiado-performance-etc).

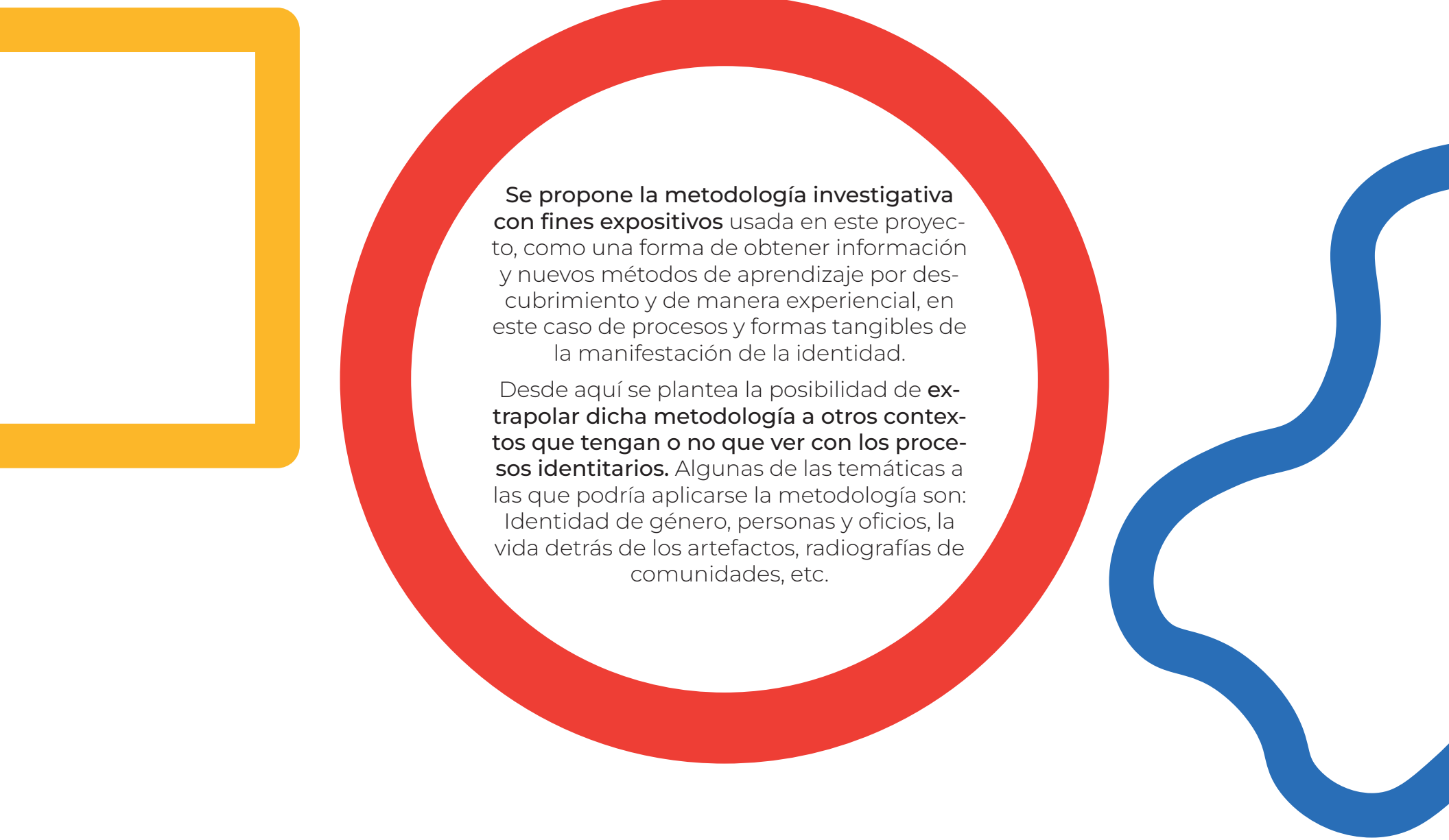
*MAVI

Requisitos: Datos contacto. CV de los artistas. Texto de presentación del proyecto, que incluya descripción, fundamentación y objetivos del proyecto. Imágenes de los trabajos, obras o imágenes de referencia. Idealmente con financiamiento asociado. Detallando en los items principales indicando si existen auspicios o patrocinios comprometidos. Especificar salas. Fotomontaje y plano del proyecto + planimetrías.

Todos los espacios expositivos se pueden vincular al FONDART



SER*
Proyecciones



Se propone la metodología investigativa con fines expositivos usada en este proyecto, como una forma de obtener información y nuevos métodos de aprendizaje por descubrimiento y de manera experiencial, en este caso de procesos y formas tangibles de la manifestación de la identidad.

Desde aquí se plantea la posibilidad de **extrapolar dicha metodología a otros contextos que tengan o no que ver con los procesos identitarios**. Algunas de las temáticas a las que podría aplicarse la metodología son: Identidad de género, personas y oficios, la vida detrás de los artefactos, radiografías de comunidades, etc.



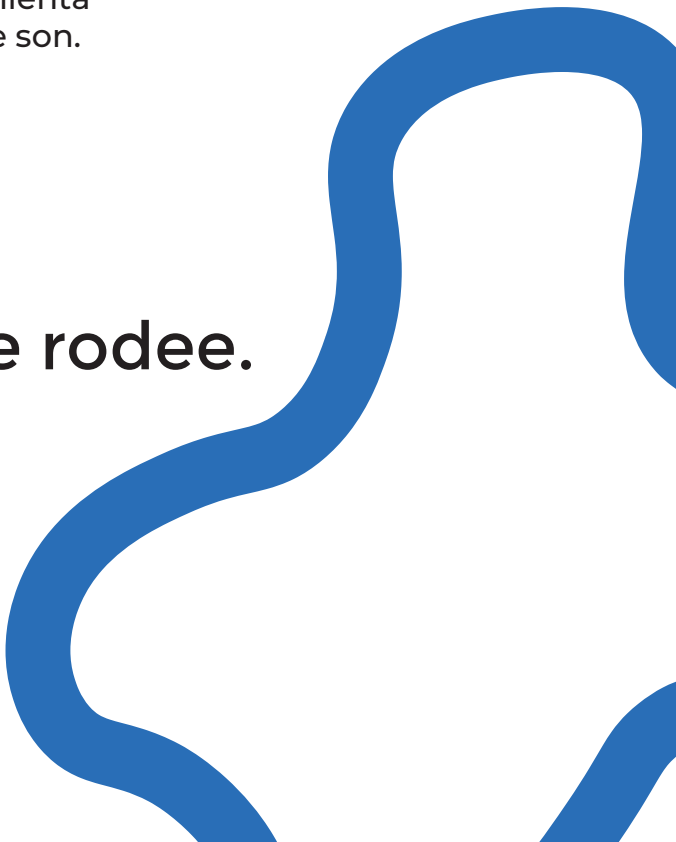
Conclusiones del proyecto



La revalorización de cosas tan cotidianas como nuestros propios procesos identitarios, **puede ser un espacio de encuentro** entre múltiples usuarios que se vean atraídos por el tema. Ayudar a darse cuenta de estos procesos, permite el re-descubrimiento de lo que somos y **le agrega valor a las personas como agentes de cambio constante.**

Este proyecto, si bien buscó evidenciar los procesos anteriormente mencionados, además permitió el detenerse a pensar sobre quienes somos y porqué hacemos lo que hacemos, desde una mirada positiva de la evolución personal y **desde una mirada de Diseño como medio y herramienta** para ayudar a las personas a reencontrarse con lo que son.

**Esto es mío y esto soy.
También soy cosas.
Soy todo lo que quiero que me rodee.
Somos esto y más...**





Bibliografía

Bibliografía

- *Aragonés, J. I. & Pérez- López, R. (2009). *Personalización del dormitorio: Descripción, sentimientos y conductas*. Medio Ambiente y Comportamiento Humano, 10, 287-301. https://www.researchgate.net/publication/47537177_Personalizacion_del_dormitorio_descripcion_sentimientos_y_conductas
- *Alonso, J. C. (2004). *Artículo sobre La psicología analítica de Jung y sus aportes a la psicoterapia*. Pontificia Universidad Javeriana. <https://www.redalyc.org/pdf/647/64730107.pdf>
- *Baudrillard, J. (1963). *El sistema de los objetos*. https://monoskop.org/images/1/18/Baudrillard_Jean_El_sistema_de_los_objetos_1969.pdf
- *Brunia, S & Hartjes, A. (2009). *Personalization in non-territorial offices: A study of a human need*. Center for People and Buildings. Artículo en Journal of Corporate Real State. https://www.cfpb.nl/media/uploads/publicaties/upload/Personalization_Brunia_Hartjes_2009_incl_review.pdf
- *Dean, D. K. (2015). *Planificación para el éxito: gestión de proyectos para exposiciones en museos*. En: Manuales internacionales de estudios museísticos, páginas 357-378. Hoboken: Wiley-Blackwell.
- *Erikson, E. (1963). *El problema de la identidad del yo*. Revista Uruguay de Psicoanálisis. <http://publicaciones.apuruguay.org/index.php/rup/article/view/453>
- *EVE Museos e Innovación (2021). *Diseño y producción de exposiciones inmersivas*. <https://evemuseografia.com/2021/09/28/diseño-y-producción-de-exposiciones-inmersivas/>
- *Flores, F. (2022). *Modding para la personalización de entornos digitales*. Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile para optar al título profesional de Diseñador. https://diseno.uc.cl/memorias/pdf/memoria_dno_uc_2021_2_FLORES_CASTELLETI_F.pdf
- *Freud, S. (1923). *El yo y el Ello*. <https://tuvntana.files.wordpress.com/2015/06/texto-sigmund-freud-el-yo-y-el-ello.pdf>
- *Fundación Aquae. (2022). *¿Vivir sin producir residuos?* <https://www.fundacionaquae.org/zero-waste-que-es/>
- *Gorricho. (s/f). *Metodología de diseño de marcas y sistemas de identidad*. <https://gorricho.com.ar/metodologia-de-diseño-de-marcas/>
- *James, W. (1989). *La conciencia del yo. Y Principios de Psicología* (1st ed., pp. 233-319). Mexico D.F.: Fondo de Cultura Económica
- *Kelly, R. (1952). *La luz como parte intrínseca de la arquitectura*. College Art Journal
- *Poggio, L., Fraijo-Sing, B., Aragonés, J. & Tapia-Follem, C. (2018). *The objects that personalize bedrooms and their relationship with attachment and self/ Los objetos que personalizan dormitorios y su relación con el apego y el self*, Revista de Psicología Social, 33:1, 1-25, DOI: 10.1080/02134748.2017.1385230
- *Ramírez, S. (2022). *Análisis de la aplicación de un manual de marca / Entrevistado por Marta Salinas*.
- *Saavedra, J. (2007). *ADQUIRIR LA IDENTIDAD EN UNA COMUNIDAD DE OBJETOS: LA IDENTIDAD SOCIAL DENTRO DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO*. Nómadas, Revista crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas. volumen (16), núm. 2, 2007 Euro-Mediterranean University Institute, Roma, Italia <https://www.redalyc.org/pdf/181/18153299026.pdf>
- *Salinas, M. C. (2022). *Encuesta de investigación para el proyecto de título sobre la Personalización como manifestación de la identidad*. (1) [Conjunto de datos en bruto sin publicar] Pontificia Universidad Católica de Chile. <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1RBkJFcZnI09iswLUi8hpmhN0uUcA8VSoG9EizWh3kmc/edit?usp=sharing>

***Salinas, M. C. (2022).** Encuesta de investigación para el proyecto de título sobre *Objetos, identidad y emoción* (1) [Datos en bruto sin publicar]. Pontificia Universidad Católica de Chile. https://docs.google.com/spreadsheets/d/1F-V8NSJrlui8AN3l_8A3e2S6wgXPH4txcVRNFcWvnwo/edit?usp=sharing

***TRENDTIC (2019).** *63% DE LOS CONSUMIDORES A NIVEL MUNDIAL DICE QUE QUIERE RECIBIR PRODUCTOS Y SERVICIOS PERSONALIZADOS.* Trendtic, tendencias, tecnología & negocios. Revista online. <https://www.trendtic.cl/2019/07/%EF%BB%BF63-de-los-consumidores-a-nivel-mundial-dice-que-quiere-recibir-productos-y-servicios-personalizados/>

***TribunaEC. (2022).** *Por qué necesitamos redefinir el “low cost”.* El Confidencial. https://blogs.elconfidencial.com/economia/tribuna/2022-05-05/necesitamos-redefinir-low-cost_3418672/

***Xenia Vidalás (2011).** Design at your own service.

***Zapatero, D., Agudín, V. (2011).** *Tuning: Personalización de objetos y creación de objetos.* Arte, Individuo y Sociedad, Vol. 23, Número. Especial, 89-97. <https://revistas.ucm.es/index.php/ARIS/article/view/36746>



Anexos

Anexos

Contratos de Cesión de Derechos de imagen

CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN

En Santiago a 27 de abril de 2023.

Don/ña Javier Ignacio Hernández Lobos, RUT 18.668.306-4 autorizo a Marta Catalina Salinas Pastén, RUT 20.486.122-6, estudiante de Diseño PUC, a usar mi imagen en: voz y foto para uso y exhibición, con fines académicos en la exposición SER*, proyecto de título de la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

La autorización no fija límite de tiempo, ni alcance.



Firma del Entrevistado



Estudiante

CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN

En Santiago a 12 de mayo de 2023.

Don/ña Eduardo Olivares Reyes, RUT 20.456.908-8 autorizo a Marta Catalina Salinas Pastén, RUT 20.486.122-6, estudiante de Diseño PUC, a usar mi imagen en: voz y foto para uso y exhibición, con fines académicos en la exposición SER*, proyecto de título de la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

La autorización no fija límite de tiempo, ni alcance.



Firma del Entrevistado



Estudiante

Anexos

Contratos de Cesión de Derechos de imagen

CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN

En Santiago a 27 de abril de 2023

Don/ña Nataly Constanza Morales Rivera , RUT 19.344.561-6 autorizo a Marta Catalina Salinas Pastén, RUT 20.486.122-6, estudiante de Diseño PUC, a usar mi imagen en: voz y foto para uso y exhibición, con fines académicos en la exposición SER*, proyecto de título de la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

La autorización no fija límite de tiempo, ni alcance.



Firma del Entrevistado



Estudiante

CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN

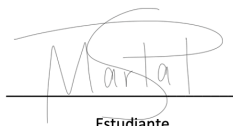
En Santiago a 27 de abril de 2023

Don/ña Bryan Alexander Grabuz Pavez , RUT 19.282.996-8 autorizo a Marta Catalina Salinas Pastén, RUT 20.486.122-6, estudiante de Diseño PUC, a usar mi imagen en: voz y foto para uso y exhibición, con fines académicos en la exposición SER*, proyecto de título de la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

La autorización no fija límite de tiempo, ni alcance.



Firma del Entrevistado



Estudiante

Anexos

Contratos de Cesión de Derechos de imagen

CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN

En Santiago a 2 de junio de 2023

Don/ña Alejandra Landeros González , RUT 18.702.271-1 autorizo a Marta Catalina Salinas Pastén, RUT 20.486.122-6, estudiante de Diseño PUC, a usar mi imagen en: voz y foto para uso y exhibición, con fines académicos en la exposición SER*, proyecto de título de la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

La autorización no fija límite de tiempo, ni alcance.


Firma del Entrevistado
Estudiante

CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN

En Santiago a 08 de junio de 2023.

Don/ña Katherine Cartes González, RUT 20.434.122-2 autorizo a Marta Catalina Salinas Pastén, RUT 20.486.122-6, estudiante de Diseño PUC, a usar mi imagen en: voz y foto para uso y exhibición, con fines académicos en la exposición SER*, proyecto de título de la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

La autorización no fija límite de tiempo, ni alcance.


Firma del Entrevistado
Estudiante