



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN ARTES AUDIOVISUALES

Disruptive

Un documental acerca del diseño como activismo

De Abreu Lozupone, Ana Victoria.

Dos Santos Bustamante, Victoria Vanessa.

Tutor:

Valdivieso, Humberto.

Caracas, mayo de 2014

Formato G:

Planilla de evaluación

Fecha: _____

Escuela de Comunicación Social

Universidad Católica Andrés Bello

En nuestro carácter de Jurado Examinador del Trabajo de Grado titulado:

dejamos constancia de que una vez revisado y sometido éste a presentación y evaluación, se le otorga la siguiente calificación:

Calificación Final: En números _____ En letras: _____

Observaciones _____

Nombre:

Presidente del Jurado

Tutor

Jurado

Firma:

Presidente del Jurado

Tutor

Jurado

Disruptive

Disruptive va dedicado principalmente a nuestros padres, por apoyarnos en nuestros sueños e incentivarnos a lo largo de esto cinco maravillosos años de carrera a no decaer y a seguir luchando.

Le dedicamos nuestro proyecto a nuestros hermanos por estar ahí y ayudarnos, y a nuestra familia por ser el soporte y el impulso en los momentos más difíciles.

Le dedicamos este logro a nuestros compañeros y amigos que nos ayudaron durante el proceso.

A todos de corazón, muchas gracias.

Las Victorias.

AGRADECIMIENTOS

Primero que todo quisiéramos agradecer a nuestro tutor Humberto Valdivieso y a Mary Matos, gracias por creer en el proyecto, por guiarnos y darnos luz en los momentos de oscuridad.

Gracias, de corazón a Felipe Taborda, gracias por abrirnos las puertas y compartir con nosotras tu experiencia de trabajo y de vida.

Gracias a los diseñadores Santiago Pol, Aaris Sherin y Richard Borge por compartir con nosotras y ser parte de esta aventura.

También queremos agradecer al diseñador Juan Carlos Darias, gracias por recibirnos una y otra vez y todas las veces que fueron necesarias, gracias por esa sabiduría y esas maravillosas entrevistas.

Queremos agradecer a Alberto Negrón por ayudarnos durante la edición, gracias por los consejos.

Gracias a María Bustamante por sumarse en esta aventura con nosotras y ser un apoyo y un respaldo en la grabación.

También queremos agradecer a nuestros amigos, no solo por el apoyo sino por la ayuda brindada. Gracias a todos, pero en especial gracias Romar y Patricia.

También queremos agradecer a Humberto, gracias Tico por estar allí y ayudarnos siempre.

Queremos agradecer especialmente a nuestros padres, gracias por estar allí por brindarnos su ayuda y creer en nosotras. Gracias por su amor y dedicación.

Gracias a todos.

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
DEPARTAMENTO AUDIOVISUAL
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DISRUPTIVE: UN DOCUMENTAL ACERCA DEL DISEÑO
COMO ACTIVISMO

Autoras: De Abreu Lozupone, Ana Victoria

Santos Bustamante, Victoria Vanessa

Tutor: Humberto Valdivieso

Fecha: mayo de 2014

RESUMEN

Disruptive es un documental que trata el diseño como activismo. Se utilizó la teoría de Ann Torpe, la cual explica detalladamente cómo a través del estudio del activismo, las prácticas del activismo convencional y las tareas que comprende el diseño, se puede formular un concepto completo sobre lo que es el diseño como activismo a una esquila general. La autora concluye con una síntesis sobre la estética disruptiva del diseño y su carácter activista que es necesario para el entorno social actual. El proyecto, podría entrar en las categorías del documental informativo y reflexivo, ya que no solo presenta el tema, sino que invita a debatir y cuestionar su contenido. *Disruptive*, cuenta con la participación de exponentes nacionales e internacionales. De Estados Unidos la conferencista y diseñadora Aaris Sherin y el ilustrador y animador Richard Borge. De Brasil, el diseñador Felipe Taborda. De Venezuela, La teórica Nelesi Rodríguez y los diseñadores Juan Carlos Darias y Santiago Pol. Con el documental, buscamos explicar la utilidad del activismo llevado a partir del diseño y fomentar su práctica en nuestro país.

ÍNDICE GENERAL

I.INTRODUCCIÓN.....	9
II.MARCOTEÓRICO.....	10
CAPÍTULO I: DISEÑO COMO ACTIVISMO	11
CAPÍTULO II: EXPONENTES	20
2.1 Felipe Taborda	21
2.1.1 Trabajos	22
2.2 Aaris Sherin	24
2.2.1 Trabajos	25
2.3 Santiago Pol	26
2.3.1 Trabajos	27
2.4 Juan Carlos Darías	29
2.4.1 Trabajos	30
2.5 Richard Borge	31
2.5.1 Trabajos	32
2.6 Nelesi Rodríguez	34
CAPÍTULO III: DOCUMENTAL	35

3.1 Definición de documental	35
3.2 Tipo de documental	36
III.MARCO METODOLÓGICO	38
1. Planteamiento del Problema	39
2. Objetivos	41
2.1 Objetivo General	41
2.2 Objetivos Específicos	41
3. Justificación	42
4. Delimitación	44
5. Sinopsis	45
6. Propuesta Visual	46
7. Propuesta Sonora	48
8. Desglose de Necesidades de Producción	49
9. Plan de Rodaje	51
10. Guión Técnico	52
11. Ficha Técnica	56
12. Presupuesto	58
13. Análisis de Costo	61
IV.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	64

V.FUENTES BIBLIOGRÁFICAS.....	67
VI.ANEXOS.....	69
Anexo 1	70
Anexo 2	71
Anexo 3	72
Anexo 4	75
Anexo 5	76
Anexo 6	78

I. INTRODUCCIÓN

El siglo XXI se ha caracterizado no solo por avances tecnológicos sino por el auge de nuevos movimientos sociales. Nos encontramos en un mundo donde lo visual ha alcanzado una supremacía en todos los ámbitos, apoderándose de los medios de comunicación y las prácticas culturales.

Como consecuencia coexistimos en una sociedad que se alimenta continuamente de aspectos visuales y es allí donde entra el diseño como una herramienta para transmitir contenidos de una forma rápida, breve e impactante.

Esta misma evolución ha llevado a algunos diseñadores a tomar el activismo como parte de su trabajo para manifestar una postura ante problemáticas sociales, ambientales y de otra índole. A través esto, se generan discursos de carácter disruptivo. El diseñador transgrede espacios o situaciones que se consideraban normales para sustituirlas por otras más eficientes a la era en la que vivimos.

A través del documental *Disruptive* se busca mostrar de qué manera distintas personas están tomando el diseño activista como parte de su trabajo. Lo hacen de una manera creativa e inconvencional desnudando los problemas que afectan no solo a la sociedad sino al mundo. Además de ello, trabajan a favor de grupos que la sociedad ha dejado de lado por diversas razones.

Para explicar, desarrollar y concluir el tema, se trabajará a partir de la teoría de Ann Thorpe, específicamente en su ensayo *Defining Design as Activism* (2011). La autora postula las premisas necesarias para entender y aplicar el activismo social o ecológico a través del diseño gráfico o industrial. Esto nos permitirá enmarcar el camino por el cual trazaremos una guía para entender al diseño como activismo en diversos espacios que le brindan un espacio de comunicación y de organización a los seres humanos.

En el documental se entrevistarán a seis profesionales nacionales e internacionales, entre los que destacan diseñadores gráficos, conferencistas, ilustradores y teóricos como Santiago Pol, Aaris Sherin, Juan Carlos Darías, Richard Borge, Nelesi Rodríguez y Felipe Taborda. A través de sus opiniones y propuestas, iremos ahondando en los conceptos de diseño y activismo, en cómo se expresan los diseñadores activistas, qué áreas puede ocupar, por qué es tan importante su aplicación y de qué formas puede llevarse a cabo.

Ya sea a través de conferencias, libros, carteles o proyectos hacia los más desfavorecidos, estos diseñadores apuestan por un cambio teniendo como único medio su oficio. Ese donde reconocen el espacio del otro como importante en el reconocimiento de un diálogo y de la comunicación –visual– donde todos pueden participar por igual, donde lo importante es la experiencia, las distintas formas de ver y de entender lo que nos rodea.

Es importante, para las autoras de este trabajo, mostrar el intercambio, el reconocimiento de la participación y la distribución que el activismo –desde el diseño– ha brindado a las nuevas relaciones que se generan en los distintos entornos de la sociedad. Hasta este momento en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello no se ha elaborado una aproximación o estudio enfocado a presentar la experiencia y reflexión del diseño como activismo social. Por esto, consideramos que el trabajo es un avance importante en este sentido porque puede ser parte de investigaciones posteriores.

II. MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I: DISEÑO COMO ACTIVISMO

Tomando como punto de partida la perspectiva de Ann Thorpe, las estructuras y los objetos en su proceso de diseño y manifestación física, tienen un rol intrínseco en resistir el “Status Quo”, llamar al cambio e influenciar la toma de decisiones.

Para Thorpe, en su ensayo (2011) *Defining Design as Activism*, el buen diseño aunque trabaja para brindar cambios, no necesariamente constituye un fin activista tácito para grupos excluidos o minoritarios; más bien, busca un mejoramiento general de la vida diaria a través del consumo privado y para cuyo acceso depende la habilidad del consumidor para pagar.

Por lo tanto, Thorpe comienza separando el concepto de activismo para poder definirlo en su naturaleza de activismo convencional, describiéndolo como “el proceso de tomar acciones que hacen un llamado al cambio sobre grupos excluidos y renegados. (...) está impulsado por la identificación de un problema o procedimientos que necesitan cambiar.” (s.f, p.2). Según esta premisa, *Disruptive*, muestra a través de diversos trabajos, diseñadores, ilustradores, artistas urbanos y conferencistas, toman las bases del activismo convencional para exponer una problemática latente de su comunidad, por medio de su oficio.

El activismo también puede referirse a toda clase de trabajo de rutina que una organización de defensa emprende. Es decir, todas las actividades del grupo pueden ser vistas en general como parte de su activismo, todas las actividades del grupo contribuyen a su reclamo. Además, puede ser tanto progresivo como regresivo, visionario como reaccionario. En el documental, se evidencia la protesta llevada a cabo por grupos activistas como Femen o Anima Naturalis, se valen de herramientas propias del diseño, como por ejemplo el cartel, o el utilizar su cuerpo como un lienzo para generar un mensaje disruptivo según un tema en específico; empleando la imagen para transmitir de forma rápida e impactante un contenido.

Dos términos inherentes en lo que constituye el concepto de activismo son resistencia y protesta. Tales términos usan métodos no convencionales de participación política en sus esfuerzos de persuadir autoridades para realizar u originar cambios. La gente tiende a la protesta y a la resistencia porque no tiene un acceso a poderes institucionalizados o porque los canales reconocidos para cambios sociales no dan alternativa o espacio al diálogo. Tal es el caso del video Kony 2012, el cual incluimos ya que muestra como acciones pequeñas de grupos activistas que utilizan el lenguaje visual y las redes sociales, pueden generar acciones que repercuten en la política mundial.

La autora Ann Thorpe (2011) asegura en su artículo *Defining Design as Activism* que:

Las tácticas de protesta también pueden expresar mensajes políticos a través de formas culturales como la música, las películas, literatura o rituales específicos, todo esto para utilizar estas formas no institucionalizadas de expresión política que dan forma a la opinión pública y ponen presión en aquellos que ocupan posiciones de autoridad. La resistencia y la protesta son visiblemente públicas, a menudo tomando la forma de un evento. (...) Los eventos de protesta o resistencia son esencialmente disruptivos¹. (p.6)

El activismo siempre revela, devela o enmarca un asunto. A menudo revela una injusticia o una mala acción pero también puede dar cuerpo a una mejor alternativa. Esta característica del activismo, se refleja en los trabajos de los distintos diseñadores, ya que no se remiten solamente a la protesta, sino que proponen o evidencian una solución. Por ejemplo, el diseñador Juan Carlos Darias por medio del proyecto *Yo Robot*, toma el problema del exceso de desperdicios y

¹ Disruptivo: proviene del inglés *disruptive*. Se emplea para nombrar a aquello que produce una ruptura brusca. El término se utiliza para referirse a algo que genera un cambio muy importante o determinante. Traducción libre del autor.

a través del reciclaje y el diseño, fabrica piezas de juguetes, dándoles un uso alternativo al existente.

Retomando los términos de resistencia y protesta, la autora considera la presencia de dos elementos claves. El primero, es que llaman a un cambio a través del uso de métodos no convencionales, en especial la disrupción de prácticas, sistemas o estructuras de poder institucionalizado o de carácter dominante. El segundo, la resistencia/protesta devela asuntos públicamente para traer un cambio a los grupos en desventaja. A partir de esto, Ann Thorpe llama a la consideración de un tercer aspecto, que si bien no es una característica conceptual, indicaría el medio necesario para llevar a cabo la resistencia/protesta. De ese contexto, se extrae la herramienta del diseño como generador de cambios para grupos excluidos y en desventaja: *El diseño como activismo*.

La autora Ann Thorpe (2011) lo define según cuatro criterios en artículo:

1. Revela o encuadra públicamente un problema o un asunto de carácter complejo.
2. Hace reclamos polémicos para el cambio (llama al cambio) basado en ese problema o asunto.
3. Trabaja en nombre de grupos excluidos, renegados o en desventajas.
4. Interrumpe prácticas rutinarias, o sistemas de autoridad, lo que le da la característica de ser no convencional u ortodoxo, fuera de los canales tradicionales de cambio. (p.7)

Definir el diseño como activismo es todo un arte, porque el contenido activista en el campo del diseño está siempre ligado a contenidos que refieren la función, la estética del objeto, la estructura o el espacio diseñado. Estos a su vez, están ligados a sistemas que le dan forma y contenido, condicionados por la globalización.

Como punto importante, la autora explica el por qué se habla de diseño como activismo y no de diseño como protesta o de resistencia. Los diseñadores, en su profesión, están sujetos a mantener relaciones de poder existentes, por lo que la protesta y la resistencia podrían poner en peligro lo que caracteriza la profesión en sí. Sin embargo, hay una tradición de prácticas activistas si la protesta no se manifiesta como algo intrínseco en las profesiones. Es por ello que, según las investigaciones de Ann Thorpe, muchos casos de diseño en vez de ser resistentes, son generativos a la hora de llevar a cabo prácticas que entran en el campo del activismo, enmarcando una mejor alternativa. La diseñadora y conferencista Aaris Sherin, no se ocupa tanto de generar mensajes de resistencia sino que elabora y confiere a través de sus libros y charlas en eventos, un carácter generativo a las prácticas de personas comunes alrededor del mundo que llevan a cabo actividades relacionadas con diseño sustentable o eco-diseño. Igualmente, al publicar de libros que guían a los diseñadores a mejorar su trabajo a través de técnicas más amigables con el medio ambiente, Aaris genera soluciones que van de la mano con una causa activista. Más que una protesta es una respuesta práctica.

Muchos movimientos sociales clásicos fueron y son reformistas; como los que se encargan de ampliar los derechos de las mujeres u otros grupos afectados. Sin embargo, el activismo de reforma, en sí mismo, no es necesariamente revolucionario, aunque los caminos que utiliza para ganar atención social son, en su mayoría, no convencionales. Acostumbra a ser radical en sus acciones para desmontar el “status quo”.

Para Ann Thorpe (2011) la práctica activista llevada al diseño se fusiona junto a criterios del diseño tradicional como son: la función, la estética, el costo o la utilidad. En la práctica, puede verse que el diseño como activismo trabaja de muchas maneras, de las que podemos mencionar las siguientes del libro *Defining Design as Activism*:

- a) Organización Comunitaria: Las personas se organizan ellas mismas para pelear por una causa. Esta categoría trabaja a partir del co-diseño y de otros procesos participativos del diseño.
- b) Prestación de Servicios: Se suministran entrenamientos, servicios profesionales y facilidades para llevar a cabo dichas jornadas. Este tipo de diseño trabaja a través de estructuras y servicios de diseño humanitario.
- c) Defensa: Un grupo elitesco de diseñadores abogan en nombre de un grupo desfavorecido y agraviado. Igualmente, se refiere a trabajar en favor de otros sin que sea necesaria la participación directa de aquellos que se verán favorecidos. Generalmente, este tipo de diseño actúa a través del eco diseño, a favor de la naturaleza, u orientando sus esfuerzos para locaciones distantes.
- d) Movilización: En esta categoría, comúnmente se usan métodos convencionales de activismo y elementos clásicos del diseño de protesta. Su herramienta, es el unir grandes grupos de participantes motivados por una acción en sí.
- e) Solidaridad: Los proyectos que pertenecen a esta categoría primordialmente llaman a una reforma en vez de reformar. Se comprometen con discursos culturales en la búsqueda de generar cambios sobre los términos de debate. La arquitectura crítica es un buen ejemplo. (p.10)

Todas estas características que explican cómo trabaja el diseño como activismo, son claramente observadas en el proyecto social *Kabum Mix*, llevado a cabo por el diseñador gráfico brasileiro Felipe Taborda en colaboración con otros grandes del diseño. En *Kabum Mix*, en el año 2009, se organizaron talleres en las zonas más humildes y marginales de ciertas ciudades de Brasil, integrados por jóvenes estudiantes de esas zonas para tratar temas relevantes y preocupantes de la actualidad como son: sida, embarazo precoz, agua, amor, futuro y derechos humanos. Todos estos puntos debían ser desarrollados a través de carteles creativos e impactantes que luego fueron publicados en revistas o puestos en las calles. Éste proyecto, necesitó de una Organización Comunitaria para ser

desarrollado por gente de las mismas comunidades afectadas. Además la Prestación de Servicios se llevó a cabo de la mano de diseñadores reconocidos que entrenaron a los jóvenes estudiantes en materia del diseño y de la composición visual. El punto de defensa es visible desde el comienzo del proyecto, donde gente importante y de “élite” en su área, abogan por un grupo menospreciado y carente de recursos suficientes. De acuerdo a la movilización, la estrategia fue de carácter enteramente activista, donde distintas personas con la capacidad de ofrecer ayuda se unen en un solo objetivo y trabajan en equipo para solventar una problemática. Por último, la solidaridad vista desde *Kabum Mix*, se desarrolla desde el momento en el que el fin último del proyecto no radica en dar una solución inmediata sino a llamar la conciencia social y generar nuevos discursos que permitan una re-evaluación de la situación por parte de los afectados y los demás miembros de la comunidad.

Adicionalmente, Thorpe (2011) puntualiza en su artículo *Defining Design as Activism* que la crítica es un instrumento válido y popular en el diseño de carácter activista:

Otra forma de hacer activismo con el diseño es a través de la crítica, éste toma una postura de resistencia hacia las normas culturales, producen conocimientos culturales (...) El diseño como crítica no bordea tanto en identificar como el cambio beneficia a los grupos excluidos, sino que muestran los esfuerzos del diseño para cambiar o retar discursos culturales. (p.3)

Dentro del diseño, el cartel lleva implícito una crítica que será decodificada por el espectador al momento de hacer contacto con el lenguaje visual que se le presenta.

Así mismo, refiere Thorpe (2011) que: “los espacios físicos pueden servir no solo como escenario para eventos sino como lugares de resistencia: un espacio que crea la realidad de un futuro imaginado”. (p.5).

A partir de aquello, Ann Thorpe menciona los 4 criterios más importantes del diseño como activismo: primeramente, es disruptivo, la ruptura es una característica importante del diseño como activismo. La mayoría de los proyectos de diseño pasan a través de fases de investigación, ideación, desarrollo, construcción (fabricación) uso y desmantelación. Podría decirse que cualquier fase del ciclo de vida puede servir como un punto de activismo. Es decir, decodificar algún elemento y reensamblarlo en nuevas versiones. El segundo criterio es la enmarcación de un problema y quién tiene la facultad para hacerlo a través del diseño. Aunque generalmente se pueda asumir que el verdadero diseño como activismo debe ser llevado a cabo por diseñadores, abundan ejemplos que muestran un rango de actores que despliegan el diseño como activismo; desde un gobierno hasta una organización sin fines de lucro.

Como es el caso del artista urbano Flix, quien realiza intervenciones urbanas en espacios públicos, transgrediendo o irrumpiendo el ambiente social. Su meta es reivindicar las esferas públicas. El mismo Flix asegura que:

Muchas veces, estas intervenciones en forma de calcomanías, graffitis, esténciles, etc., se reapropian de íconos y símbolos de la cultura de masas, los tergiversan para así generar formas no convencionales de recepción de los mensajes. De esta manera, mis acciones de calle tratan de poner en evidencia las paradojas y los absurdos de situaciones cotidianas. (En: Tepuy Desing, 2014).

Es por ello que la Thorpe (2011) asegura en su libro *Defining Design as Activism* que “sea el diseño como activismo incitado por diseñadores, o por clientes activistas, aún es trabajo del diseñador usar significados de materia y

espacio para enmarcar asuntos y articular rupturas al status quo.” (p.10). El tercer criterio considera el reclamar por uno o varios cambios. La autora advierte que para que estos proyectos resulten, el fin debe ser el fomento social o medioambiental, y no la búsqueda de ventajas financieras o aumentar la popularidad. Este punto es desarrollado en el documental, donde se asegura que aunque lo ideal es que el diseñador realice un trabajo por motivación propia, el hecho de ser contratado o el que reciba un pago, no debería alterar el producto final si se cree en esa causa. El activismo exitoso a menudo termina convirtiéndose en la norma, desprendiéndose del concepto “activismo” para pasar al marco de lo legal o lo normal. El cuarto criterio, hace énfasis en cómo determinar la validez de un grupo rezagado o excluido.

La autora menciona vehemente ciertos grupos que en términos generales suelen verse perjudicados en el entorno: público general, niños, mujeres, grupos religiosos y prisioneros.

Luego de lo anterior, Ann Thorpe (2011) aclara el por qué la importancia y la utilidad de conceptualizar el Diseño como Activismo. A través de una definición, el estudio de dicha área se estructura para poder desarrollar teorías y prácticas acordes. Definir, da rigor a las discusiones sobre el diseño, permite debatir y aclarar posiciones respecto a criterios específicos. Además, al tomar conceptos clásicos de lo que es diseño y activismo, le da a los diseñadores un lenguaje ya aprobado y sustentado que les permite comunicar mucho más.

Una definición que derive del activismo convencional es una manera para posicionar a los diseñadores más directamente y conscientemente dentro de las políticas y proveerlos con herramientas conceptuales específicas para “tomar acciones” (...) El propósito del activismo es proveer un reto más enfocado a patrones de poder dominantes y derrocarlos a favor de algo mejor. En este sentido los conceptos de disrupción, enmarcación, develación y grupos

excluidos se convierten en herramientas para elaborar proyectos de diseño activista. (p.14).

Todos los diseñadores que tienen una voz en *Disruptive*, a pesar de desempeñarse en distintas áreas del diseño, convergen en la elaboración de proyectos de diseño activista como parte fundamental en el quehacer diario de su profesión. Ya sea a través de carteles, conferencias, ilustraciones, animaciones, proyectos sociales, entre otros; los participantes buscan desmontar el “status quo” a favor de los grupos excluidos y modificar ciertas prácticas comunes entre los miembros de una comunidad por otras que generen mayor provecho y bienestar social.

CAPÍTULO II: EXPONENTES

2.1 *Felipe Taborda*

Felipe Taborda es un diseñador gráfico que nació en Río de Janeiro, Brasil en 1956. Estudió cine y fotografía en London International Film School en Inglaterra, Graphic Design en la School of Visual Arts y Communication Arts en el New York Institute of Technology, ambas en Estados Unidos.

Se dedicó a la coordinación y edición del Brazil Designs, el número especial de la revista americana *Print* (1988) y la creación del evento 30 Carteles para el Medio Ambiente y Desarrollo en la Eco' 92 en Río de Janeiro (1992). Dirigió la parte artística, además de crear y exponer el libro Paisagens Particulares en el año 2001. Montó la exposición Brazil Ad Design en la ciudad de Nueva York en el Art Directors Club en el año 2007.

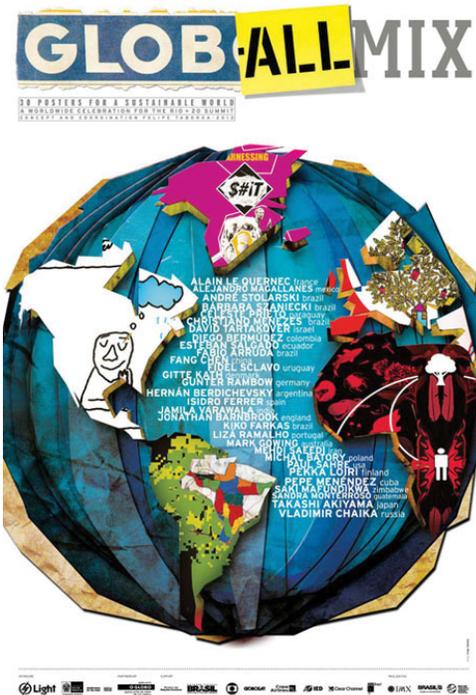
Es el único diseñador de toda Latinoamérica seleccionado para el libro *Graphic Design for the 21st Century - 100 of the World's Best Graphic Designers*, publicado en el año 2003 por la editorial Taschen, en Alemania.

2.1.1 Trabajos

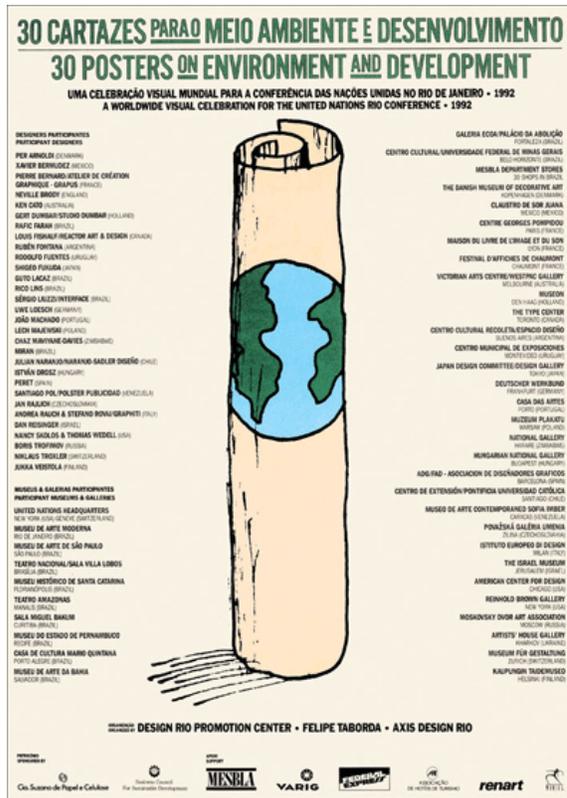


Cartel: Derechos Culturales (2004)

Exposición de carteles del Ministerio de Relaciones Exteriores y de Cooperación de España.



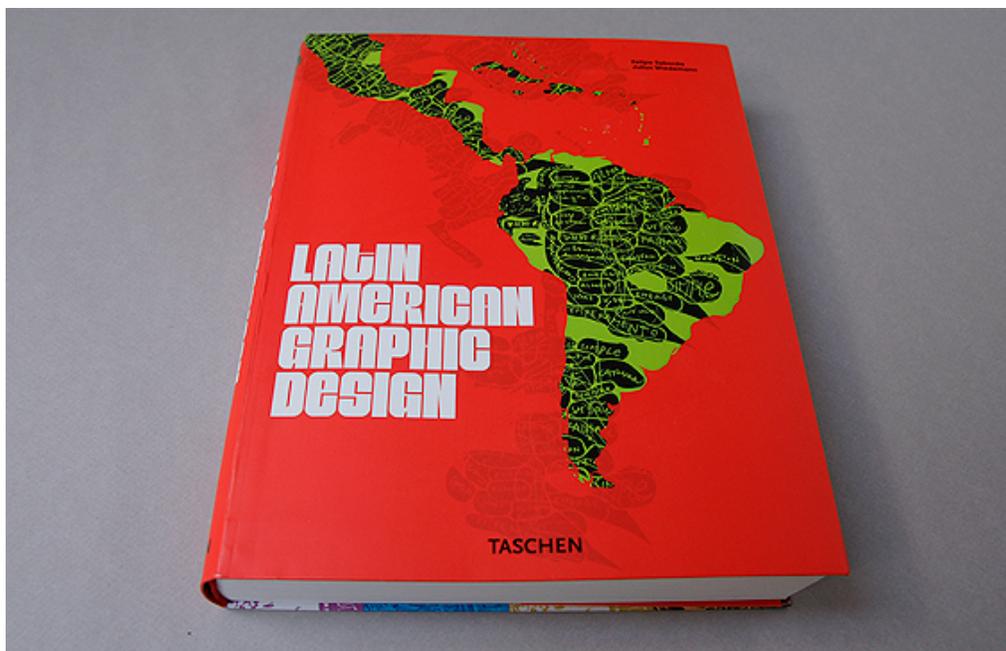
Glob- All Mix (2012)



30 Cartazes para o Meio Ambiente e Desenvolvimento

(30 Carteles para el medio ambiente y el desarrollo)

Exposición de carteles diseñada por treinta diseñadores gráficos para la Eco' 92. Congreso Mundial de las Naciones Unidas.



Latin American Graphic Design (2008)

2.2 Aaris Sherin

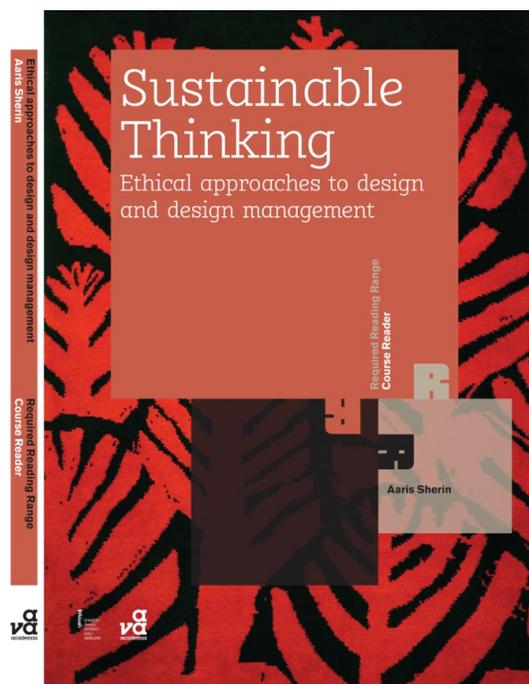
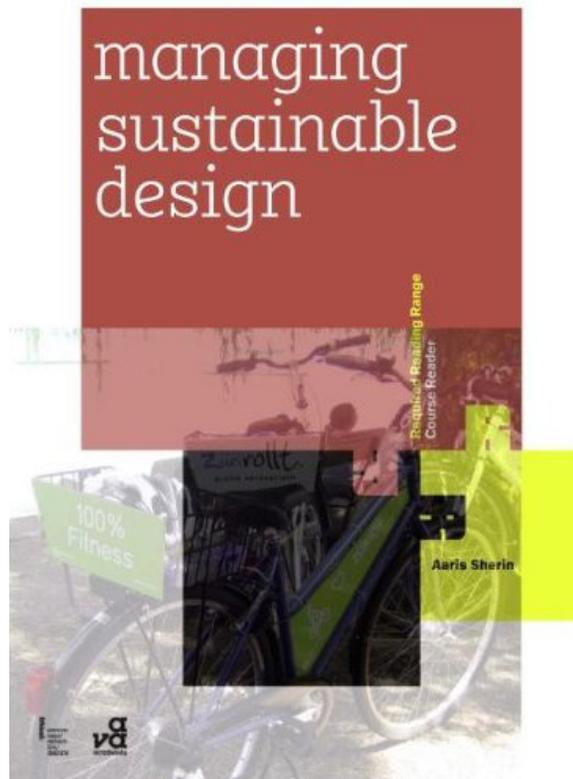
Aaris Sherin es profesora, diseñadora, escritora y reconocida conferencista internacional nacida el en Cherryfiel, Maine. USA.

En 1998 obtuvo su título de Magister en Bellas Artes en el Rochester Institute of Technology de Nueva York, y se ha especializado en la historia y la investigación de los procesos de diseño desde entonces, al igual que en la tipografía en general. Actualmente es profesora de diseño gráfico en St. John's University en Nueva York y ha escrito importantes libros de diseño como: *Sostenible, Elementos de Diseño. Fundamentos del color, Design Elements, Using images to Create Graphic and Impact.*

En su trabajo, Sherin incluye asuntos complejos como son el cuidado del medio ambiente, el pensamiento creativo, el desarrollo y la aplicación del diseño sustentable y la búsqueda de soluciones innovadoras para problemas que pueden ocurrir entre los medios y sus disciplinas. Todo lo anterior lo profundiza en su consultoría personalizada (Fit to thrive, 2013).

2.2.1 Trabajos

LIBROS



2.3 Santiago Pol

Santiago Pol nació en Barcelona, España, el 19 de enero de 1946. En Venezuela desempeñó sus estudios de Bellas Artes en la escuela de Artes Plásticas Cristóbal Rojas de Caracas. Luego se trasladó a la Escuela Superior de Bellas Artes de París para complementar sus estudios.

En sus trabajos más destacados se encuentra el diseño con Leufert, Nedo y Sotillo en 1978 de “La nueva estampilla de Venezuela”, el plano del metro de Caracas en 1982, el logotipo del Consejo Nacional Electora, la Misión Sucre y un cartel para las Olimpiadas de Beijing 2008. También ha trabajado para periódicos como el Universal o el Diario de Caracas, Petróleos de Venezuela, Coca – Cola, Fundación Polar, entre otros. (Monte y Culebra, 2013).

Pol, es una de las figuras más destacadas y reconocidas en el ambiente gráfico venezolano, recibiendo muchas distinciones y premios nacionales e internacionales, como cuando representó a Venezuela en la 51 Bienal de Venecia en el año 2005.

2.3.1 Trabajos

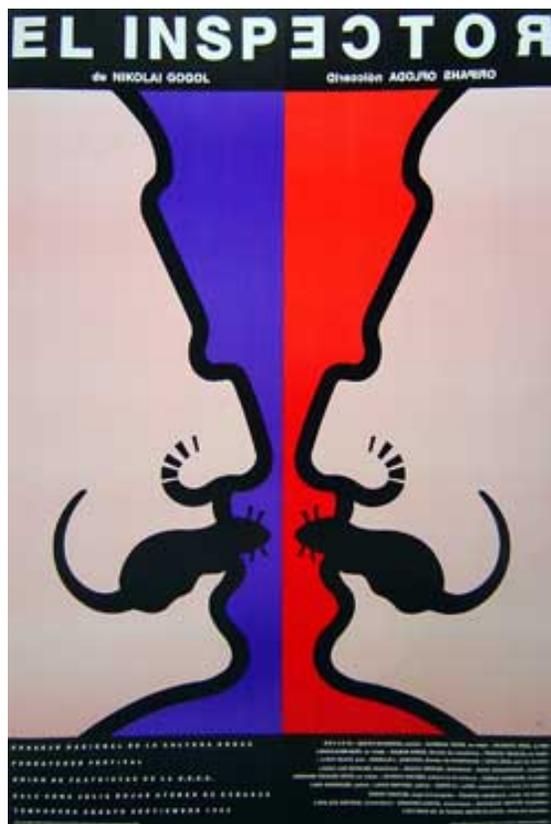


Concurso internacional de teatro infantil

Cliente: MRE

Año: 1981

Técnica: Fotografía/Escultura



El Inspector

Cliente: Fundateneo Festival

Año: 1990

Técnica: Ilustración

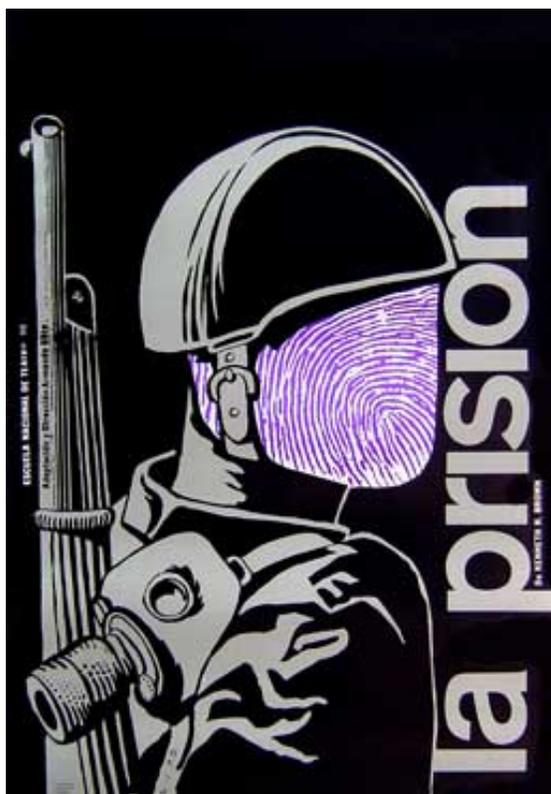


Paris is a Party

Cliente: AGI

Año: 2001

Técnica: Ilustración



La Prisión

Cliente: Escuela Nacional de Teatro

Año: 1970

Técnica: Ilustración

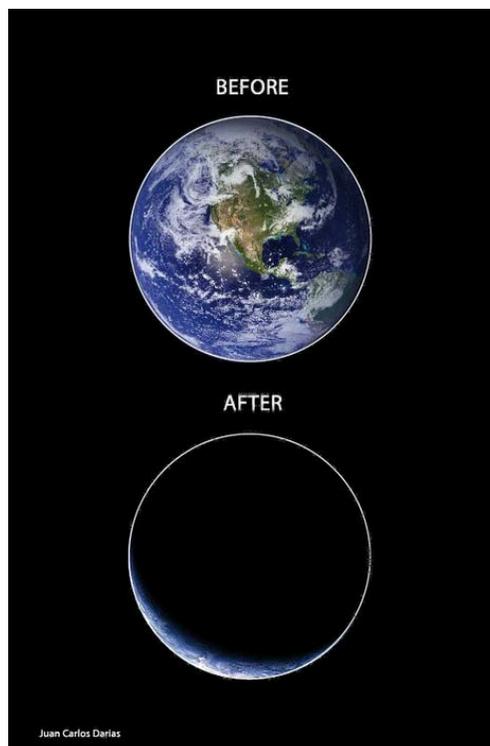
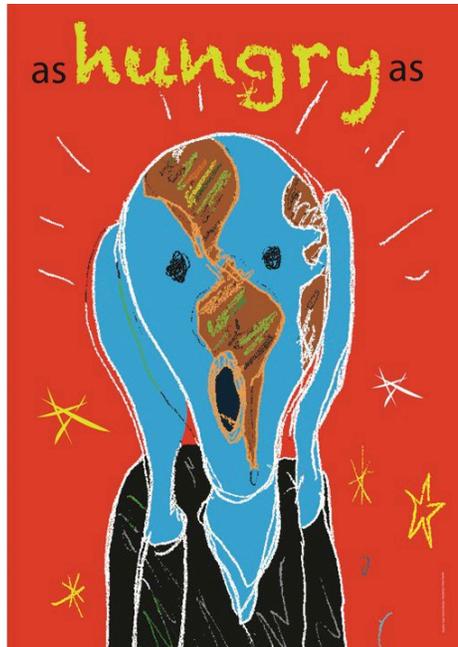
2.4 Juan Carlos Darías

Juan Carlos Darías se desempeña como diseñador gráfico desde 1986. Fue director – diseñador de la revista *Clips*, director de arte de la revista *Poder Joven* y director de diversos institutos de diseño desde 1989, como el ISA (Instituto Superior de Arte) y el IDA. Es el fundador y director del Instituto de Diseño Darías desde el año 1996, también es ha sido director de arte de las revistas *Logotipo* y *Ve*, especializadas en diseño. Fue asesor y miembro honorario del Congreso Internacional de Diseño Gráfico en Venezuela y Bogotá.

Es un reconocido conferencista a nivel nacional e internacional, ha participado en eventos como la 8va Bienal Internacional del Cartel en México (2004), la Semana del Diseño en Sao Paulo (2004), Historia del Diseño en Venezuela en la Universidad Anhembi Morumbi en Sao Paulo (Brasil) y el Congreso Internacional del Diseño Gráfico de Mérida (2003, 2004, 2005). Además es curador, participante y organizador de diversas exposiciones, como son: Felipe Taborda un diseñador Carioca en Caracas - una visión del cartel brasileño contemporáneo y el Caracas Desing (2013).

2.4.1 Trabajos

CARTELES



2.5 Richard Borge

Nació en Estados Unidos en 1965. Se graduó en el Concordia College de Minnesota, realizando luego un master en Bellas Artes en la University of Arizona en Tucson. Trabajó durante tres años como profesor de tiempo completo en la Western Carolina University, mudándose luego a Nueva York donde finalmente estableció su estudio en Williamsburg.

Trabaja principalmente con editoriales como el New York Times, ilustración corporativa, publicidad y motion design. Así mismo, ocupa cargos de dirección creativa o consultor visual. Uno de sus aspectos más resaltantes en la comunicación visual es el proceso conceptual, sea vendiendo un producto o comunicando las complejidades de un artículo.

Sus proyectos personales usualmente van ligados a temas comerciales, ilustraciones sobre temas de relevancia social y la animación artística.

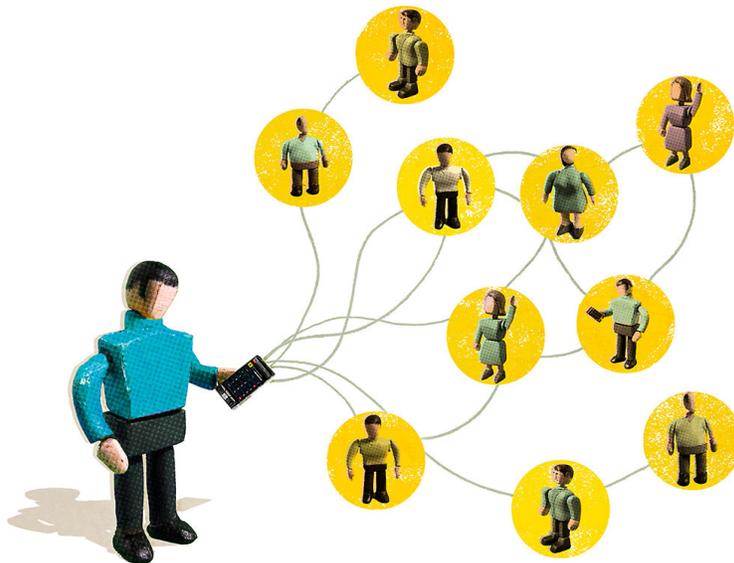
2.5.1 Trabajos

ILUSTRACIONES



Patent Warfare

Cliente: BC Bussiness (Canadá).



Social Media Connections

Cliente: Golf Course
Owners Magazine.



Email Sorter

Cliente: Washington Post.

2.6 Nelesi Rodríguez

Nació en 1987. Es Licenciada en Comunicación Social, Mención Artes Audiovisuales, egresada de la Universidad Católica Andrés Bello.

Ha trabajado en el departamento creativo de canales de televisión de carácter internacional, como Sony Entertainment Television y HBO. Es profesora de la UCAB, donde enseña Semiótica, Teorías de la Imagen e Investigación Audiovisual y adicionalmente trabaja como investigadora en el mismo campus universitario. En cuanto activismo, pertenece a grupos como Bicimamis y Gritos Silentes en la ciudad de Caracas.

En 2013 obtuvo una beca Fulbright, para cursar un M.A. en Comunicación y Medios en The New School, NY.

CAPÍTULO III: DOCUMENTAL

3.1 Definición de documental

La definición del documental ha evolucionado y cambiado desde sus inicios. Por ejemplo, Barnouw (1996) en *El documental Historia y Estilo* lo define como “un género cinematográfico en forma de película o programa audiovisual que se realiza con base en materiales tomados de la realidad. Cuya organización y estructura de imágenes y sonidos determina el tipo de documental”.

Por su parte, Cardoso lo señala en *El documental interactivo, una propuesta de modelo de análisis* como “obra cinematográfica, generalmente de corta duración, en la que se tratan situaciones sociales, económicas, políticas, industriales, científicas, etc. que se realizan por lo general sin la participación de actores” (S.F.).

Ambos conceptos llegan al punto esencial en que el documental busca retratar una realidad usando como soporte imágenes y sonidos. Partiendo de ellos, *Disruptive* se apoya en imágenes, videos y musicalización para explicar qué es el diseño como activismo, por qué es importante, cómo se lleva a cabo y qué aspectos lo conforman. El resultado es que, a través del documental, el tema fluye y la comprensión del mismo es más completa. El espectador puede observar ejemplos de acciones reales, mientras es guiado por los exponentes del proyecto hacia un amplio entendimiento. Incluso, el término “disruptive” es desmembrado en las distintas secciones del documental, cobrando sentido con lo que es el diseño como activismo al concluir el proyecto.

3.2 Tipo de documental

El documental está realizado en un formato cinematográfico, no tiene negros, por lo que la narración es continua. Por su parte, la estética visual es más elaborada que un documental televisivo en cuanto a colores y formas.

De acuerdo al contenido manejado, el documental tiene una modalidad expositiva como lo explica Nichols (2001) en *El Documental Interactivo, Una Propuesta de Modelo de Análisis*:

Se asocia con el documental clásico basado en la ilustración de un argumento a través de las imágenes. Se trata de una modalidad más bien retórica que no estética, dirigida directamente al espectador, a través de los usos de los títulos de texto o las locuciones que guían la imagen y enfatizan la idea de objetividad y de lógica argumentativa. Surgió del desencanto generado por la baja calidad del divertimento del cine de ficción. Destacan en esta modalidad la época de las expediciones socioetnográficas (la finalidad antropológica en el cinedocumental, sobre todo a partir de la obra de Robert Flaherty) y el movimiento documental británico (la finalidad social en el cine documental, liderada por John Grierson y los documentalistas de la escuela británica). (pp. 105-109).

El documental además de entrar en la categoría expositiva entra dentro de la reflexiva como lo encontramos en el libro *El Documental Interactivo, Una Propuesta de Modelo de Análisis* (2001):

Tiene como objetivo la toma de conciencia por parte del espectador del propio medio de representación y de los dispositivos que le han dado autoridad. El documental no se considera una

Disruptive

ventana abierta al mundo, se considera una construcción o representación suya, procurando que el espectador adopte una posición crítica ante cualquier forma de representación (sp.).

Estas dos modalidades engloban lo que se quiere transmitir. *Disruptive* no solo expone un tema y le da forma a través de distintas voces, sino que además permite un diálogo entre el documental y el espectador para que este último pueda reflexionar sobre el discurso que se le presenta.

El documental busca acercar al espectador al mundo del activismo, darle una breve muestra de lo que estos diseñadores hacen y logran con su trabajo. Cómo a través de la comunicación visual puedes transmitir un mensaje que impacte y que llame a un cambio y a la consciencia social.

III. MARCO METODOLÓGICO

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A pesar de estar en pleno siglo XXI, con el auge de la economía y la tecnología están surgiendo nuevos movimientos de protestas con un fin social pero ante todo global. Entonces ¿cómo se proyecta el diseño en el activismo del siglo XXI a partir de la realización de un documental?

Tomando como punto de partida la perspectiva de Ann Thorpe (2011) en el texto *Defining Design as Activism*, el buen diseño aunque trabaja para traer cambios, no necesariamente constituye un fin activista para grupos excluidos, minoritarios o regenerados, más bien, busca un mejoramiento general de la vida diaria.

Otra forma de hacer activismo con el diseño es a través de la crítica, toma una postura de resistencia hacia las normas culturales, producen conocimientos culturales (...) El diseño como crítica no bordea tanto en identificar como el cambio beneficia a los grupos excluidos, sino que muestran los esfuerzos del diseño para cambiar o retar discursos culturales. (Thorpe, 2011).

En cuanto a la terminología se tomarán los siguientes conceptos de Ann Thorpe (2011) que están insertos en el *Defining Design as Activism* el cual forma parte del Journal of Architectural Education:

1. Activismo: llama por un cambio a través del uso de métodos no convencionales, especialmente la destrucción de prácticas reproducidas regularmente, sistemas y estructuras de poderes dominantes o institucionales.
2. Protesta-resistencia: revela asuntos, todo con la misión de traer un cambio a los grupos excluidos.

3. Disruptivo: aquello que genera una ruptura.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar, un documental acerca del diseño como activismo basado en la teoría de Ann Thorpe.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar la teoría de Ann Thorpe sobre los conceptos de diseño y activismo.
2. Entrevistar a diseñadores y teóricos en el área del diseño y activismo.
3. Producir un documental bajo los criterios teóricos revisados de Ann Thorpe.

3. JUSTIFICACIÓN

El documental informaría en Venezuela acerca de esta nueva corriente del diseño como una herramienta para generar cambios sociales y propicios en el continente Latinoamericano.

El fin del documental es definir el diseño como activismo a través de las voces de distintos diseñadores pertenecientes a países como Brasil, Estados Unidos y Venezuela. El documental tocará términos como activismo, diseño, redes sociales y el diseño sustentable. A través de entrevistas, videos de apoyo y material visual realizado por diseñadores, se mostrará por qué es importante hacer activismo a través del diseño y cuáles son sus distintas expresiones.

Los exponentes del proyecto se especializan en áreas distintas del diseño, lo que ayuda a generar perspectivas diferentes que conecten con la audiencia y hagan el discurso más entendible.

La realización de este proyecto es importante ya que en la actualidad la imagen se ha posicionado sobre cualquier otra forma de comunicación. Tanto en la cultura como en la política, el lenguaje visual es un generador de contenidos increíbles y proporciona inmediatez y fácil comprensión, además de llevar una carga simbólica que favorece el intercambio de ideas y la persuasión. Es por ello que las iniciativas para mejorar aspectos del mundo en el que vivimos o ayudar a un grupo desfavorecido en específico, deben aliarse a las herramientas que el diseño ofrece para tener un efecto social aún mayor.

El documental se realizaría en pareja, debido al nivel de exigencia que requiere su elaboración, teniendo en cuenta que se ejecutaría parte del mismo en el extranjero, por lo que para una sola persona llevar a cabo la fase de producción del mismo sería compleja.

Disruptive

Dado a la naturaleza activista del documental se busca que el mismo sea viral y de alto impacto, además de ser una herramienta que sirva para promover el activismo, por ende, su duración no será mayor a los veinte minutos.

4. DELIMITACIÓN

Se realizará un documental que se llevará a cabo entre Río de Janeiro – Brasil– y Caracas –Venezuela–. Se trabajará con cinco diseñadores: Felipe Taborda de Brasil, Aaris Sherin y Richard Borge de Estados Unidos, Juan Carlos Darias y Santiago Pol de Venezuela. Igualmente participará la comunicadora social y teórica de la imagen Nelesi Rodríguez.

Este proyecto abarcará un período de un año, aproximadamente, desde el 2013 – 2014. Se realizarán las entrevistas a los diseñadores y a la teórica de la imagen bajo las premisas de la teoría que utilizaremos de Ann Thorpe. Posteriormente, llevaremos a cabo el documental bajo lo estipulado en los objetivos.

5. SINOPSIS

El diseño puede pasar a través de las formas y figuras para convertirse en una herramienta crítica y de protesta apostando por un cambio y retando a los discursos culturales. Partiendo de ello, el documental *Disruptive* busca acercarse a algunos exponentes venezolanos y extranjeros que usan el diseño más allá de lo simple y lo convencional para convertirlo en un arma de pensamiento y de transformación.

A través del documental se acerca el tema del diseño como una herramienta de activismo social de una forma más realista y dinámica, permitiendo que el espectador amplíe sus conocimientos, reinterprete la información y genere conclusiones.

Los entrevistados trabajan con imágenes y elementos simbólicos que describen problemáticas sociales mundiales o de su región. Trabajan a partir de las metáforas visuales en concordancia con el tema que se quiere dar a conocer. En el caso de Juan C. Darias, Santiago Pol y Felipe Taborda, el cartel es fundamental para expresar su trabajo. Aaris Sherin trabaja impartiendo conferencias y publicando libros que engloben los temas “Diseño” y “Sustentabilidad”. Richard Borge Diseña, anima y hace de ilustrador para editoriales periodísticas. Nelesi Rodriguez es comunicadora e investigadora sobre la semiótica y el activismo.

El documental busca ofrecer diferentes visiones sobre cómo el diseño puede generar mensajes que contribuyan a resolver situaciones como la pobreza, la falta de estudios, el uso de drogas, maltrato a la mujer, embarazo precoz y contaminación ambiental. Además de tocar el diseño sustentable como un pilar activista de la cultura actual y la disrupción como una característica fundamental del diseño.

6. PROPUESTA VISUAL

El documental está conformado por una serie de entrevistas, realizadas con planos medio, plano medio corto, en la cual se centra en la imagen de la figura entrevistada. Dichos planos captan las reacciones de los entrevistados, gestos y movimientos corporales además de generar en el espectador una cercanía. Así mismo, se cuenta con imágenes y videos de apoyo durante toda la duración del documental.

Durante las entrevistas el eje de miradas está destinado a un lado de la cámara para evitar que hablen de frente a la misma. El entrevistado tiene la libertad de moverse en el espacio que le fue asignado para la entrevista.

La iluminación a utilizar es la luz natural propia del lugar utilizando como herramienta de ayuda el “white balance” de la cámara. No se cuentan con equipos de luces, por lo tanto la iluminación será la que presente en sitio tanto en interiores como en exteriores.

Se emplearán unos inserts al inicio de las entrevistas, para identificar a la persona y establecer su oficio, al igual que su nacionalidad. Por su parte, las imágenes de apoyo irán desde planos generales a planos detalles, este material está previamente grabado por lo que su calidad cambiará de acuerdo a las entrevistas.

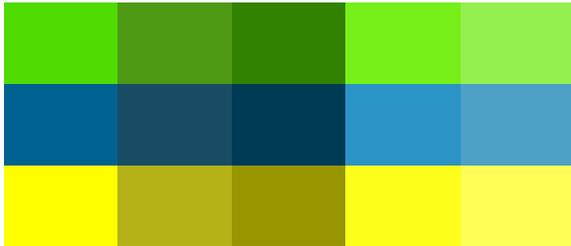
El montaje será sencillo, se irá de una toma a otra con el corte como transición y de acuerdo al punto se usará alguna animación relacionada al diseño y al personaje.

A través del color se busca mostrar el dinamismo del diseño, por lo cual, el documental tiene una pequeña introducción llena de color antes de presentar a

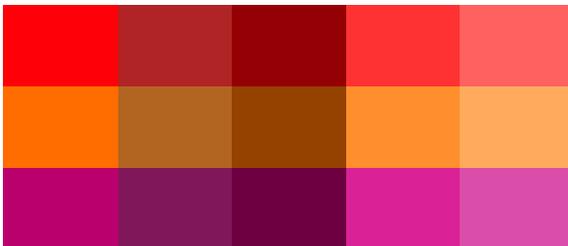
Disruptive

cada diseñador. La misma cuenta con elementos gráficos que muestran un poco del personaje.

Por medio de tonos amarillos, verdes, azules, rojos, naranjas y morados, se busca dar esa explosión visual para darle vida y sentimiento al documental, además de reflejar los colores propios de América Latina.



Tonos amarillos, verdes y azules.



Tonos rojos, naranjas y morados.

7. PROPUESTA SONORA

El documental tendrá un apoyo sonoro que acompañará y complementará el material visual durante toda su duración.

Las entrevistas serán grabadas con un zoom H4, el cual estará conectado a micrófonos inalámbricos o balitas. Este registrará sonido ambiente además de lo que el entrevistado tenga que decir. Todo lo anterior estará acompañado de las fotos y videos obtenidos a través de las cámaras correspondientes y el material de apoyo recolectado.

El fin será conseguir un sonido natural y a tono que pueda unirse a la música que se le añadirá al documental en el proceso de edición. Dicha música corresponderá a melodías electrónicas, latinas e instrumentales. Con esto se busca condensar el espíritu único del continente Americano, respectivamente de los países de origen de los entrevistados.

Debido a que la finalidad visual es la intervención de la imagen hecha discurso, la música acompañará la idea sensorial ofreciéndole más ambiente y cuerpo a la presentación final.

8. DESGLOSE DE NECESIDADES DE PRODUCCIÓN

Preproducción	Cantidad
<u>Equipos</u> <ul style="list-style-type: none"> • Computadora portátil fija PC • Computadora portátil Mac 	 1 1
<u>Consumibles</u> <ul style="list-style-type: none"> • Resma de papel 	 1

Producción	Cantidad
<u>Equipos</u> <ul style="list-style-type: none"> • Cámara Nikon D500 • Cámara Canon T3i • Trípode • Zoom H4 • Audífonos • Balitas inalámbricas • Memoria 16 Gb • Memoria de 32 Gb • Memoria de 8 Gb • Memoria de 4 Gb • Baterías AA • Computadora portátil Fija • Computadora portátil Mac 	 1 1 2 1 1 1 2 1 2 2 8 1 1
<u>Consumible</u> <ul style="list-style-type: none"> • Libreta 	 1

Post- Producción	Cantidad
<u>Equipos</u> <ul style="list-style-type: none">• Computadora portátil Mac• Disco externo 1 Tb	1 1 1 4
<u>Consumible</u> <ul style="list-style-type: none">• Resma de hojas• DVD• Estuche para DVD	1 4 4

9. PLAN DE RODAJE

Entrevistado	Locación	Fecha	Int. O Ext.	Observación
Felipe Taborda	Oficina (Río de Janeiro)	25 de julio de 2013	Int.	Diseñador gráfico
Felipe Taborda	Oficina (Río de Janeiro)	5 de agosto de 2013	Int.	Diseñador gráfico
Aaris Sherin	Centro Cultural BOD	5 de noviembre de 2013	Int.	Profesora, diseñadora, escritora y conferencista internacional.
Santiago Pol	Centro Cultural BOD	5 de noviembre de 2013	Ext.	Diseñador Gráfico y docente
Felipe Taborda	Centro Cultural BOD	5 de noviembre de 2013	Int.	Diseñador gráfico
Richard Borge	Centro Cultural BOD	5 de noviembre de 2013	Ext.	Diseñador gráfico, ilustrador y animador internacional
Juan Carlos Darias	Oficina (Caracas)	1 de abril de 2014	Int.	Diseñador gráfico
Nelesi Rodríguez	Oficina (Caracas)	24 de abril de 2014	Int.	Comunicadora Social y docente
Juan Carlos Darias	Oficina (Caracas)	2 de mayo de 2014	Int.	Diseñador gráfico, ilustrador y docente
Juan Carlos Darias	Oficina (Caracas)	5 de mayo de 2014	Int.	Diseñador gráfico, ilustrador y docente

10. GUIÓN TÉCNICO

TIEMPO	AUDIO	VIDEO
00:00:00	Suena intro de la pista #1 y queda de fondo	Nombre del documental acompañado de un montaje de videos de Caracas seguido de la descripción del documental.
00:00:20	Suena audio de la entrevista	Nelesi Rodríguez introduce el concepto del activismo seguido de su presentación (insert).
00:00:44	Suena audio de la entrevista	Juan Carlos Darías habla acerca del activismo dentro del diseño y la comunicación visual seguido de su presentación (insert).
00:01:07	Suena audio de la entrevista	Aaris Sherin habla acerca de lo primordial en el papel del diseñador seguido de su presentación (insert).
00:01:40	Suena audio de la entrevista	Nelesi Rodríguez habla sobre los tipos de relaciones entre diseño y activismo. Viene acompañado de videos de algunos grupos activistas como Femen y Peta.
00:01:44	Suena pista #2 y queda de fondo	
00:02:13	Suena audio de la entrevista	Aparece nuevamente Nelesi y habla de la atarea activista que toman algunos diseñadores. Viene seguido de videos del instituto de diseño Darías.
00:02:36	Suena audio de la entrevista	Felipe Taborda habla acerca de sus trabajos de carácter social entra su presentación (insert) seguido de unas imágenes de su trabajo.
00:03:02	Suena pista #3 y queda de fondo	
00:03:18	Suena audio de la entrevista	Nelesi Rodríguez habla acerca del diseño sustentable le siguen videos de apoyo sobre el eco diseño.
00:03:39	Suena pista #4 y queda de fondo	
00:04:29	Suena audio de la entrevista	Entra vídeo de Aaris Sherin de la conferencia del Caracas Design, donde habla del diseño

		sustentable, viene acompañado de videos de apoyo.
00:05:02	Suena audio de la entrevista	Juan Carlos Darias habla sobre el diseño sustentable, viene seguido de vídeo de apoyo.
00:05:18	Suena pista #5 y queda de fondo	
00:05:30	Suena audio de la entrevista	Santiago Pol habla sobre la relevancia del diseño seguido de su presentación (insert).
00:05:34	Suena pista #6 y queda de fondo	Viene vídeo de apoyo de Valores en tránsito y luego entra él nuevamente en pantalla, cerrando con tomas del vídeo de apoyo.
00:06:04	Suena audio de la entrevista	
00:06:20	Suena audio de la entrevista	Richard Borge habla sobre como todos somos diseñadores, seguido de su presentación (insert). Acompañado del slow motion del vídeo Rooster.
00:06:45	Suena pista #7 y queda de fondo	
00:06:50	Suena audio de la entrevista	
00:07:01	Suena audio de la entrevista	Nelesi Rodríguez habla acerca del quehacer de los diseñadores, seguido de vídeos de apoyo de la exposición Carteles por la Paz.
00:07:11	Suena audio de la entrevista	Juan Carlos Darias habla acerca del diseño como herramienta de cambio social. Viene acompañado de vídeos de apoyo sobre carteles de VIH.
00:07:14	Suena pista #8 y queda de fondo	
00:07:29	Suena audio de la entrevista	Aaris Sherin habla acerca de la utilización del diseño para promover el bienestar social, acompañado de vídeos de Global Mix.
00:07:36	Suena pista #9 y queda de fondo	

00:07:50	Suena audio de la entrevista	Nelesi Rodríguez habla de cómo el diseñador se involucra en el activismo.
00:08:08	Suena audio de la entrevista	Aaris Sherin habla acerca de que todos los diseñadores hacen activismo al considerar al cliente y a la audiencia.
00:08:32 00:08:40	Suena audio de la entrevista Suena pista #10 y queda de fondo	Richard Borge habla acerca de su proceso para comunicar. Viene acompañado de un time lapse de su trabajo.
00:09:02	Suena audio de la entrevista	Nelesi Rodríguez habla sobre la importancia de que el diseñador crea en lo que hace.
00:09:15 00:09:22 00:09:39 00:09:49	Suena audio de la entrevista Suena intro de la pista #11 y queda de fondo. Suena audio de la entrevista Suena intro de la pista #12 y queda de fondo	Juan Carlos Darías habla sobre su proyecto Yo Robot, acompañado de un vídeo del proyecto. Juan Carlos Darías introduce a Kabum Mix, viene el intro del proyecto y luego aparece él en pantalla seguido de vídeos de apoyo de Río de Janeiro.
00:10:10 00:10:24	Suena audio de la entrevista Suena pista #12 y queda de fondo	Felipe Taborda habla de Kabum Mix, viene acompañado de vídeos acerca del proyecto.
00:11:14 00:11:20	Suena audio de la entrevista Suena pista #13 y queda de fondo	Nelesi Rodríguez habla de las redes sociales y los activista, viene acompañada de vídeos de Kony 2012.
00:11:49	Suena audio de la entrevista	Richard Borge acerca de las redes sociales y su potencial para producir cambios, viene

		acompañado de una animación.
00:12:08	Suena audio de la entrevista	Aaris Sherin habla de las redes sociales como herramienta para propagar ideas.
00:12:31 00:12:35	Suena audio de la entrevista Suena pista #14 y queda de fondo	Nelesi Rodríguez habla sobre el cartel, viene acompañado de un vídeo de la diseñadora Luba Lukova.
00:13:09	Suena audio de la entrevista	Santiago Pol habla del cartel, viene acompañado del vídeo Autojalada.
00:13:22 00:13:26	Suena audio de la entrevista Suena pista #15 y queda de fondo	Juan Carlos Darías habla sobre el cartel. Viene acompañado de tomas de apoyo de la exposición Carteles por la Paz.
00:13:50 00:14:04	Suena audio de la entrevista Suena pista #11 y queda de fondo	Nelesi Rodríguez habla sobre la relación imagen y actividad, seguido de vídeos de del artista urbano Flix.
00:14:36	Suena audio de la entrevista	Nelesi Rodríguez sobre la disrupción en el diseño, seguido de un vídeo de apoyo del artista urbano Flix.
00:15:20 00:15:36	Suena audio de la entrevista Suena pista #1 y queda de fondo	Juan Carlos Darías habla sobre la disrupción en el diseño, seguido de videos de apoyo del artista urbano Flix.
00:16:11		Créditos finales

11. FICHA TÉCNICA

- **Dirección y Realización General**

Ana Victoria De Abreu Lozupone y
Victoria Vanessa Dos Santos Bustamante

- **Guion**

Ana Victoria De Abreu Lozupone y
Victoria Vanessa Dos Santos Bustamante

- **Producción**

Ana Victoria De Abreu Lozupone
Victoria Vanessa Dos Santos Bustamante

- **Producción Ejecutiva**

Zero 88 Inversiones, C.A
José Manuel y Angela De Abreu

- **Cámara**

Ana Victoria De Abreu Lozupone
Victoria Vanessa Dos Santos Bustamante

- **Sonido**

Ana Victoria De Abreu Lozupone
Victoria Vanessa Dos Santos Bustamante

- **Musicalización**

Jake Alarcón

- **Créditos y Presentación**

Vicente Velazco

- **Edición y Postproducción**

Ana Victoria De Abreu Lozupone
Victoria Vanessa Dos Santos Bustamante

- **Entrevistados**

Aaris Sherin
Felipe Taborda
Juan Carlos Darias
Nelesi Rodríguez
Richard Borge
Santiago Pol

- **Agradecimientos**

Felipe Taborda
Humberto Valdivieso
Juan Carlos Darias
María Bustamante
Mauro Mosqueda
Mary Matos
Romar González
Stephanie Tipa Corro

12. PRESUPUESTO

Cuenta	Descripción	Monto en Bs. F
1	Viaje	101.600,00
2	Personal	23.300,00
3	Equipos	178.599,60
4	Materiales	2.502,00
5	Otros	6.200,00
Total		312.201,60

Para la elaboración del presupuesto fueron consultadas varias aerolíneas, entre ellas Copa Airlines y TAM Airlines. Así mismo, para el precio de los materiales se consultó a la casa de alquiler Cine Materiales C.A y a Bolívar Films. Los precios pueden variar, debido a que algunos fueron consultados a principios de año. Además se consultaron alquileres personalizados y tiendas de venta de equipos profesionales como David and Joseph.

1. CUENTA: VIAJE

Cuenta	Cantidad	Monto por unidad	Monto en Bs. F
1. Viaje			
1.1 Pasajes	2	13.000,00	26.000,00
1.2 Hospedaje, traslado y otros gastos	U	0	75.600,00
Subtotal			101.600,00

2. CUENTA: PERSONAL

Cuenta	Cantidad	Monto por unidad	Monto en Bs. F
3. Personal			
2.1 Diseñador gráfico	U	500 el segundo	17.500,00

2.2 Músico(DJ)	U	U	3.000,00
2.3 Ingeniero de Sonido	U	700 por hora	2.800,00
2.4 Personal técnico	U	0	0
2.5 Personal Directivo	U	0	0
Subtotal			23.300,00

3. CUENTA: EQUIPOS

Cuenta	Cantidad	Monto por unidad	Monto en Bs. F
2. Equipos			
3.1 Cámara Nikon D500	U	0	0
3.2 Cámara Canon T3i	U	13.500,00 el combo por día	94.500,00
3.3 Trípode y otros accesorios			
3.4 Zoom H4	U	0	8.848,00
3.5 Audífonos	U	0	386,40
3.6 Balitas inalámbricas	U	1.200,00 por día	8.400,00
3.7 Memoria 32 Gb	U	0	1.041,00
3.8 Memoria de 16 Gb	U	0	515,20
3.9 Memoria de 8 Gb	U	0	400,00
3.10 Memoria de 4 Gb	U	0	385,00
3.11 Baterías AA	8	31,00 el par	124,00
3.12 Computadora portátil Fija	U	0	0
3.13 Computadora portátil Mac	U	1.900 por día	57.000,00
3.14 Disco Externo 1 Tb	U	1	7.000,00
Subtotal			178.599,60

4. CUENTA: MATERIALES

Cuenta	Cantidad	Monto por unidad	Monto en Bs. F
1. 4.Materiales			

Disruptive

4.1 Resma de papel	U	0	280,00
4.2 Copias	U	0	2.000,00
4.3 DVD Virgen	4	18,00	72,00
4.4 Estuche para DVD	4	10,00	40,00
4.5 Libreta	U	0	110,00
Subtotal			2.502,00

5. CUENTA: OTROS

Cuenta	Cantidad	Monto por unidad	Monto en Bs. F
5.Otros			
5.1 Entrada al congreso Caracas Design	2	1.100,00	2.200,00
5.2 Transporte	U	0	4.000,00
Subtotal			6.200,00

13. ANÁLISIS DE COSTO

Cuenta	Descripción	Monto en Bs. F
1	Viaje	56.426,00
2	Personal	17.300,00
3	Equipos	8.530,00
4	Materiales	4.352,00
5	Otros	6.200,00
Total		92.808,00
Gastos		
Mark up		20%
Total precio de venta		111.369, 60

1. CUENTA: VIAJE

Cuenta	Cantidad	Monto por unidad	Monto en Bs. F
3. Viaje			
1.1 Pasajes	2	6.163,00	12.326,00
1.2 Hospedaje, traslado y otros gastos	U	0	44.100,00
Subtotal			56.426,00

2. CUENTA: PERSONAL

Cuenta	Cantidad	Monto por unidad	Monto en Bs. F
4. Personal			
2.1 Diseñador gráfico	U	0	15.000,00
2.2 Músico(DJ)	U	0	1.100,00
2.3 Ingeniero de Sonido	U	0	1200,00
2.4 Personal técnico	U	0	0
2.5 Personal Directivo	U	0	0
Subtotal			17.300,00

3. CUENTA: EQUIPOS

Cuenta	Cantidad	Monto por unidad	Monto en Bs. F
5. Equipos			
3.1 Cámara Nikon D500	U	0	0
3.2 Cámara Canon T3i	U	0	0
3.3 Trípode y otros accesorios	U	0	0
3.4 Zoom H4	U	0	0
3.5 Audífonos	U	0	0
3.6 Balitas inalámbricas	U	0	0
3.7 Memoria 32 Gb	U	0	0
3.8 Memoria de 16 Gb	U	0	0
3.9 Memoria de 8 Gb	U	0	0
3.10 Memoria de 4 Gb	U	0	0
3.11 Baterías AA	8	35,00 el par	140,00
3.12 Computadora portátil Fija	U	0	0
3.13 Computadora portátil Mac	U	0	0
3.14 Disco Externo 1 Tb	U	1	8.390,00
Subtotal			8.530,00

4. CUENTA: MATERIALES

Cuenta	Cantidad	Monto por unidad	Monto en Bs. F
2. 4. Materiales			
4.1 Resma de papel	U	0	280,00
4.2 Copias	U	0	4.000,00
4.3 DVD Virgen	4	18,00	72,00
4.4 Estuche para DVD	4	0	0
4.5 Libreta	U	0	0
Subtotal			4.352,00

5. CUENTA: OTROS

Cuenta	Cantidad	Monto por unidad	Monto en Bs. F
5.Otros			
5.1 Entrada al congreso Caracas Design	2	1.100,00	2.200,00
5.2 Transporte	U	0	4.000,00
Subtotal			6.200,00

El total de la producción fue de 92.808,00 Bs. F, incluyendo un margen de ganancia del 20% el valor de la misma llega a 111.369, 60 Bs. F.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Hay tantas herramientas como estilos para desarrollar el activismo a través del diseño. Cualquier incentivo o idea, que sea lo suficientemente creativa o profundice en necesidades reales presentes en la sociedad y en el medio ambiente, puede llevarse a cabo gracias al gran poder comunicacional que el diseño ofrece.

En la actualidad, muchos individuos a lo largo del mundo se han ido haciendo cada vez más conscientes de problemáticas complejas que nos aquejan como sociedad, por lo que ha sido necesario irrumpir en lo común, en la vida urbana, creando nuevos paradigmas que nos aproximen a nuevos niveles de armonía, de bienestar social y de una convivencia más sana con el medio.

El diseño es una herramienta profundamente efectiva, ya que puede llegar a muchas personas y puede expresar mensajes de manera inmediata. Es allí cuando entra el activismo en juego, debido a que a través del trabajo de los diseñadores, abre paso a temas que están renegados o excluidos por la sociedad o por el medio.

Disruptive, fusiona los preceptos de Ann Thorpe en los que destacan: la generación de contenido con el fin de llamar al cambio a través de la identificación de un problema que está latente en la sociedad, la protesta, la crítica y la resistencia como elementos de expresión presentes en el activismo. Estas son utilizadas por el diseño según la circunstancia; el rol de los diseñadores en la sociedad y cómo la búsqueda de una mejora social está de forma intrínseca en ese oficio, ya que el mismo –por su naturaleza– busca mejorar la calidad de vida. La autora, hace hincapié en que no todo activismo es revolucionario, pues puede contener en sí mismo una naturaleza generativa ya que propone alternativas. Es decir, el modo de hacer activismo puede ser tanto progresivo como regresivo, visionario como reaccionario.

Un punto importante que une a cada una de estas experiencias, y que Ann Thorpe posiciona como una característica fundamental en el diseño como activismo, es la disrupción, esta propiedad que tiene la capacidad de irrumpir y modificar el espacio o el medio, desmontando una forma ya establecida para que germinen otras nuevas y mas útiles al entorno.

A través de todos estos conceptos y conocimientos prácticos, se pudieron enlazar las prácticas de los distintos diseñadores junto a sus reflexiones y planteamientos, para mostrar cómo el diseño como activismo es una práctica muy común, eficiente y amplia que permite realizar cambios, expresar ideas o generar nuevos paradigmas en el entorno urbano. Todo esto dentro de un espacio de comunicación que busca incluir, generar ideas, aportes, prácticas que se llevan a cabo desde el reconocimiento del otro y de su participación dentro de este tipo de actividad visual.

Con el fin de mejorar trabajos como este, es importante tener en cuenta como recomendaciones lo siguiente:

- Debemos investigar con tiempo los temas, conceptos e ideas a desarrollar para sustentar el proyecto. También deben tomarse en cuenta reuniones con los integrantes del grupo y el tutor para revisar lo planteado y las tareas a realizar.

- Es recomendable elaborar un plan de rodaje (aunque varíe) para revisar qué se debe hacer primero, qué viene después y para evitar que algo se olvide dentro del proceso de producción.

- En el caso específico de *Disruptive*, dada las condiciones, la constante movilización y el corto tiempo con los entrevistados, no se emplearon luces para la realización de las entrevistas. Sin embargo, de haber podido, se hubiesen usado para mejorar la calidad de las entrevistas.

Disruptive

- Al momento de realizar las entrevistas es importante tener conocimiento amplio de la teoría además de conocer las obras de los entrevistados, así las preguntas fluyen y las repuestas se hacen amplias y de contenido significativo.

- Es importante realizar con anticipación tomas de apoyo, de acuerdo al tipo de documental propuesto, debido a que esto ayuda a darle una variedad y ritmo al mismo.

- Tener al menos dos locaciones durante la grabación.

- Es importante tener en cuenta el audio, para ellos es indispensable tener equipos que registren de una buena forma el mismo. Además, es importante buscar a personas expertas en el área para solventar problemas que puedan ocurrir durante la grabación.

- Antes de realizar la producción del documental, es importante confirmar la participación de los entrevistados. Además de contar con los equipos y personal necesario.

V. BIBLIOGRAFÍA

Referencia de material publicado

- Barnouw, E. (1996). *El documental. Historia y Estilo*. (1 ed.). Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.
- Jordan, T. (2002). *Activism! Direct action, hacktivism and the future of society*. Londres: Reaktion Books Ltd.
- Luke, F. (2009). *Design Activism: Beautiful strangeness for a sustainable world*. Londres: Earthscan.
- Papanek, V. (1984). *Design for the real world: human ecology and social change*. USA: Academy Chicago Publishers.
- Thorpe, A. (2007). *The Designer's Atlas of Sustainability*. Washington: IslandPress.
- Thorpe, A. (2011). Defining Design as Activism. *Journal Architectural Education, University College London*.

Fuentes Electrónicas

- Borge, R. (2014). *Illustration*. Recuperado el 12 de enero de 2014. <http://richardborge.com/>
- Daria J.C. (2013). *Carteles*. Recuperado el 14 de octubre de 2013. <http://juancarlosdarias.blogspot.com/p/carteles.html>
- Fif ti Trive. (2013). *Citizen*. Recuperado el 22 de octubre de 2013.

<http://www.fit-to-thrive.com/>

- Taborda, F. (2013). *Acerca: Felipe Taborda*. Recuperado el 12 de junio de 2013. <http://www.felipetaborda.com.br/>
- Taborda, F. (2013). *Diseño: Carteles*. Recuperado el 12 de junio de 2013. <http://www.felipetaborda.com.br/>
- Taborda, F. (2013). *Diseño: Tashen*. Recuperado el 12 de junio de 2013. <http://www.felipetaborda.com.br/>
- Monte y Culebra. (2013). *Santiago Pol*. Recuperado el 22 de octubre de 2013. <http://monteyculebra.weebly.com/santiago-pol.html>
- S.A. (S.F). El documental interactivo, una propuesta de modelo de análisis. Recuperado en febrero, 10 de 2014. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/zavala_c_d/capitulo3.pdf
- Tepuy Desing. (2014). *Arte Urbano: Flix*. Recuperado el 10 de enero de 2014. <http://tepuydesign.com/2013/04/arte-urbano-flix/>

VI. ANEXOS

Anexo 1

Entrevista a Santiago Pol

1. ¿Tú opinas que diseñar es igual a coexistir?

De alguna manera el diseño siempre busca resolver los problemas, problemas muy concretos y al diseñar de alguna manera compartimos una coexistencia con el medio, con las técnicas, con los conceptos incluso con la economía porque sino hay una coexistencia entre lo que tú piensas y quieres formular con el dinero que tienes para hacerlo sino hay esa coexistencia no hay producto final. Entonces yo sí creo que el diseño y la coexistencia tienen mucho que ver uno con otro.

2. ¿Cómo explicas que el cartel sea tan atractivo en el ecosistema social?

El cartel desde siempre ha sido una manera bastante económica y rápida de comunicar contenidos. Yo pienso que con un cartel puedes comunicar cualquier cosa. Yo he visto carteles que celebran desde un cumpleaños hasta previenen contra el sida. El cartel, el ámbito que permite la expresión, permite cualquier tipo de posibilidad. Aunque las leyes en diseño se inventaron para violarlas sí es importante saber que el tiempo de observación de un espectador de un cartel es muy breve, por ejemplo, en Caracas en el metro yo he comprobado que una persona no tarda más de 3 segundos en ver un cartel y eso supone que el mensaje, la manera como se explican los contenidos de un cartel tiene que ser concreto, breve e impactante. He dicho en otras ocasiones que un cartel debe ser un puñetazo en el ojo pero que el hematoma, el recuerdo, la memoria del mismo te quede en la cabeza dando vueltas pasado el tiempo. Por supuesto, que el cartel es la mejor manera de proyectar de una manera rápida contenidos para la sociedad.

Anexo 2

Entrevista a Richard Borge

1. How do you communicate through design?

Well, I communicate visually through design. My process to communicate is to trying to understand the problem, understand what it is that needs to be communicate and as an ilustrator after time needs to find out whats the kind of angle that they want to portrait in the article like "it is something good" or "something bad" like take a side and it is not up to me as an ilustrator to make that decisión is more up to the editor what they wanna do with the publication.

2. Visual comunication to produce changes, explain it?

I think visual comunication has the great potential to produce changes and as we spoke before, social media now is broken down the barriers for change and you can, is very easy to put your work out into the world and had many people to see it.

3. Define design

I think, everyone is designer, when you choose your cloth in the morning you're designing, the color car you buy you're designing. So we all make desitions as designers and i think when we talk about graphic design is much more kind of focus on that one thing. But everyone is a designer. For me design is about communication and organization and art.

Anexo 3

Propuesta Gráfica

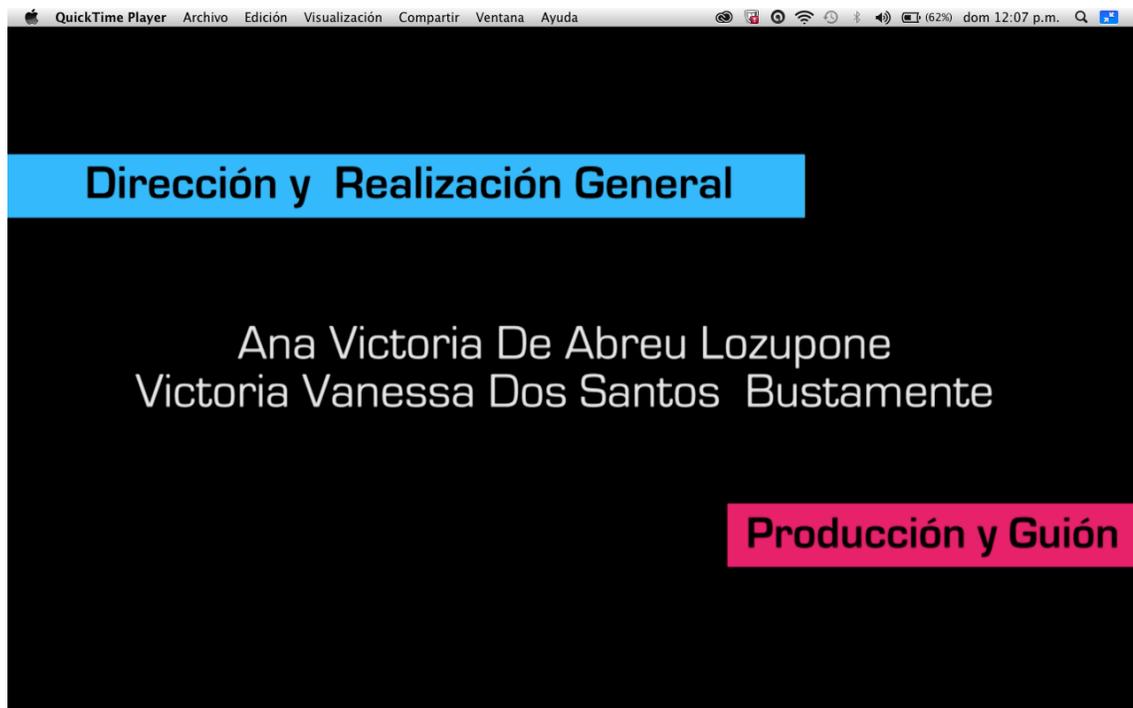


Logo





Muestra de la presentación de los entrevistados



Créditos

Anexo 4

Fotos durante la entrevista a Felipe Taborda, Río de Janeiro



Anexo 5

Algunos de los Entrevistados



Richard Borge



Santiago Pol



Nelesi Rodríguez



Juan Carlos Darias

Anexo 6

Presupuesto de Cine Materiales

Cine Materiales Servicios

Cimase. C.A RIF.J-30649285-2

Teléfonos: 0212-284.41.44 / 284-82.60 Fax: 284.46.10

N° Cotización C14-00162
CARACAS, 03/05/2014

Nombre 0000001568 - ANA VICTORIA DE ABREU L
Dirección URB BELLA VISTA, CUARTA CALLE CON QUINTA AV, CASA #2-2
Ciudad CARACAS
Atención
Vendedor 00001 - OFICINA
Envía MERCEDES DAGER

N° RIF V018910260
N° N.I.T.
Telf. 04149100366
Fax
Nombre de Producción: S/FECHA
Fecha de Producción: VIDEO CORTO U

Código	Cant.	Descripción	Unidad	Precio Unitario	Total
CAMARA1	1.00	(1) CAMARA SONY F3 CON ACCES. INCLUYE: TRIPODES, CABEZAL, PARASOL, FOLLOW FOCUS, TARJETAS DE MEMORIAS, BATERIAS, FUENTE DE PODER, SHOULDER MOUNT Y VIDEO ASSIST.	PAQUETE	13,500.00	13,500.00
MB17	1.00	COMPUTADORA MAC BOOK PRO PARA MEDIA MANAGER	UND	1,900.00	1,900.00
OPTICA	1.00	OPTICA & FILTROS ACCESORIOS: SET DE OPTICA LUMINOSA. 18-25-35-50-85-135MM, SET DE FILTROS TIFFEN	UNIDADES	3,200.00	3,200.00
BOM3007	1.00	BOOM DE 60 A 260cm CON ACC MICROFONO MKH60	UNIDADES	1,200.00	1,200.00
MIC3001	1.00	MICROFONOS INALAMBRICOS LAVALIER SHURE	UNIDADES	1,200.00	1,200.00
LUCES	1.00	ILUMINACION & GRIPS: 1- KIT DE KINO FLO 4X4, 1- KIT DE 1000 FRESNEL, 1- KIT DE 650 FRESNEL, ACCS GRIP	UNIDADES	6,100.00	6,100.00
DOL0001	1.00	DOLLY PANTHER # 1 CON ACC	UNIDADES	1,500.00	1,500.00
V-47X-AAF	1.00	VEHIUCLO 47X-AAF	UNIDADES	3,000.00	3,000.00

Observaciones
PAUTA 1 DIA S/FECHA PROD VIDEO CORTO U

Total Renglones		31,600.00
% Descuento	0.00	0.00
Sub Total		31,600.00
IVA 12.00 %	31,600.00	3,792.00
Total a Pagar	Bs	35,392.00

SON: Treinta y cinco mil trescientos noventa y dos Bolivares con 00/100