

ON DEMAND

ARTISTS

CONSUMERISM

MODERN

ART

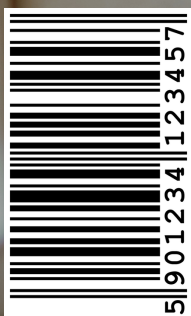
ECO

TRENDS

Nov
2022

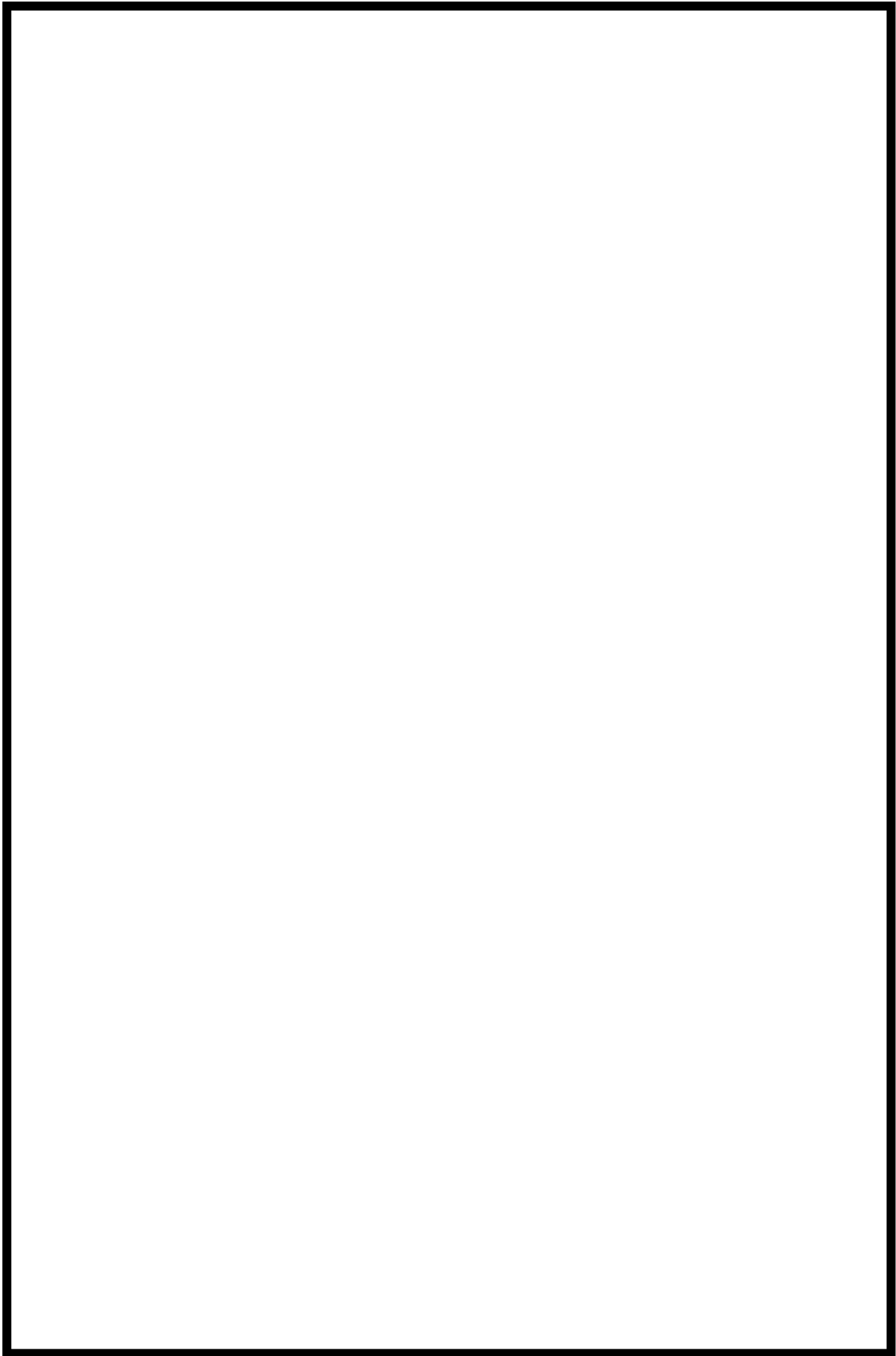
MAKING

DESIGN MAGAZINE



Special Edition

Intervenciones sobre como hacer diseño hoy en día



Primera edición

Noviembre de 2022 – Teorías del Diseño Industrial III

Título Original

Makind D - Design Magazine

Editorial

Federico Lancheros

Diagramación e Imagen

Saray Dueñas

Daniel Moreno

María Lucía Villalobos

Juan Diego Sastoque

Editor

Juan Diego Sastoque

Autores

Saray Lizeth Dueñas Rojas

Daniel Moreno

Federico Lancheros

Maria Lucia Villalobos

Juan Diego Sastoque

Agradecimiento

Cira Ines Mora Forero

Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano

BOGOTÁ D.C
2022



ÍNDICE

Introducción	5
Perfiles de los autores	6
Diseño por demanda ¿Consumismo al tope?	8
Ergonomía	11
Diseño Universal y Para Todos	16

INTRODUCCIÓN



La fuerza del diseño ha traspasado su genética dominante de especulación, en un mundo de transgresiones entre la ciencia, el arte y la tecnología, para imponerse como criterio de valor social, y exigir una facultad de prioridad representativa y funcional en el desempeño de las más elementales relaciones de comunicación, intercambio y organización contemporáneas.

En esta edición de MAKINGD se abordará de manera analítica el concepto sobre maneras de hacer diseño en la modernidad, denotando distintos panoramas que se han visto en tendencia.



Saray Lizeth Dueñas Rojas

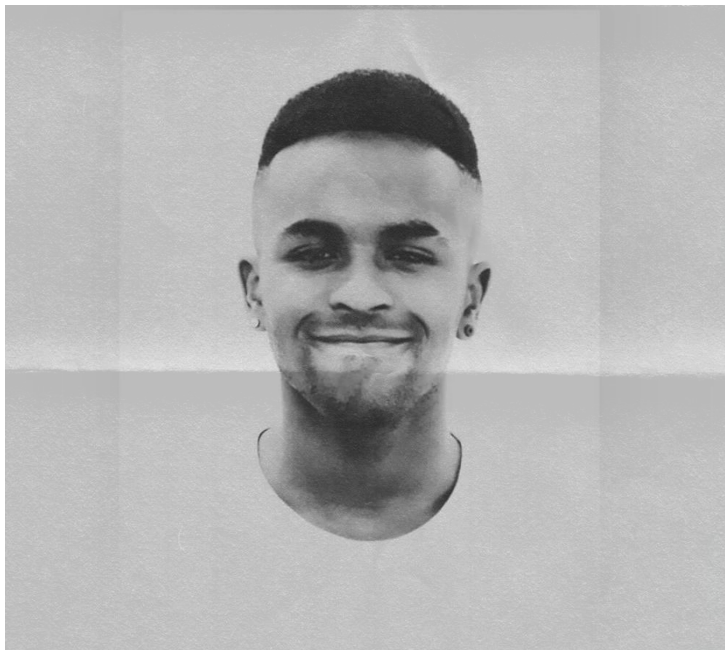
Autora de : Diseño por Demanda ¿Consumismo al tope?

Amo el diseño y tengo pasión por la arquitectura. Estudio Diseño industrial en la Universidad Jorge Tadeo Lozano, como otros hobbies me encanta hacer ejercicio, estar con mi familia, mis amigos y mi perro.

Federico Lancheros

Autor de : Diseño por Demanda ¿Consumismo al tope?

Soy una persona muy creativa y muy recursiva poseo habilidades en el modelamiento 3D en programas asistido por computadora, soy una persona que le gusta mucho los video juegos y ver videos de YouTube ese es mi mayor pasatiempo, desde pequeño me gustaba desarmar y volver a armar objetos parte de esa curiosidad me ha llevado al diseño y con la creatividad que me caracteriza suelo hacer diseños curiosos e innovadores que en algunas de las ocasiones resultan ser diseños para un futuro.



Daniel Andrés Moreno

Autor de : Ergonomía

Estudiante de Diseño Industrial en la Universidad Jorge Tadeo Lozano.



Maria Lucia Villalobos

Autora de: Diseño Universal y para todos

Estudiante de diseño industrial de la universidad Jorge Tadeo Lozano, tengo habilidades en representación gráfica de producto tanto de manera digital como análoga, en producción de maquetas y modelos físicos tipo prototipo, en el desarrollo de propuestas y su representación infográfica. Me apasiona la bocetación, dibujo y pintura, al igual que todo aquello que tenga que ver con habilidades manuales. Estoy interesada en el diseño de interior, de producto, mobiliario e iluminación, al igual que su relación con el diseño gráfico.

Juan Diego Sastoque

Autor de: Diseño Universal y para todos

Estudiante de Diseño Industrial en la Universidad Jorge Tadeo Lozano.



DISEÑO POR DEMANDA ¿CONSUMISMO AL TOPE?

El diseño es la base del producto y atrae el interés de la gente por él. Muchas veces el diseño es escogido en función de la ocasión, Donald A. Norman menciona que “Son obras de arte que me iluminan con luz propia la jornada. Y quizá, lo que es más importante, cada una de ellas es portadora de un significado personal” (Norman, p5). Esto no es más que un proceso de comunicación entre las dos partes, la empresa espera transmitir información a los clientes potenciales y el cliente que entra en un estado de apreciación visual donde puede o no encantarle el objeto que tiene ante él.

Actualmente, hemos evolucionado desde diseñar cosas prácticas (fáciles de usar y fáciles de entender) hasta productos y servicios hermosos. En resumen, brindan diversión e incluso diversión. En definitiva, hacen florecer las emociones. Nos sentimos más conectados con productos o servicios cercanos, por lo que la verdadera personalización es la mayor diferencia. En el diseño muchas veces se menciona que “los objetos nos hacen sentir orgullosos”. Norman hace énfasis en esto porque muchas veces le dan sentido a la vida.

Como cuando se habla de un objeto favorito, que tiene una historia, contiene un marco positivo de referencia mental donde existen recuerdos gratos

y hay una expresión de identidad; Cuando se ven los niveles del diseño (Visceral, Conductual, Reflexivo) estas se enlazan a través del deseo y se entregan con las emociones y la cognición donde cada una es inseparable de la otra; las emociones que tenemos cambian el modo en que pensamos, Norman menciona “Algunos objetos evocan emociones fuertes y positivas como el amor, el apego y La alegría (...)” (Norman, p9) Traduciendo lo anterior, La emoción define si la experiencia de usuario (UX) es buena, y el diseño se encarga de analizar este factor. Lo que hace que un producto sea bueno o malo es su facilidad de uso, nuestra comprensión del producto y la capacidad de aprender a usarlo fácilmente.



“Por primera vez en la historia, el nivel de vida de las masas y la gente común experimentó un crecimiento sostenido (...) Nada remotamente parecido a este comportamiento económico es señalado por los economistas clásicos, ni siquiera como una posibilidad teórica”

-ROBERT E. LUCAS-

Todo objeto descansa en la funcionalidad, que es aquella facultad de integrarse a un conjunto, donde la coherencia del sistema funcional tiene implícito un universal de signos. Si ponemos de ejemplo la autenticidad de algo, la emoción por la historicidad que este posea. El dicho objeto siendo antiguo tiene un lugar en el presente, ya que en algún punto nos brinda una nostalgia por si el objeto perteneció a alguien celebre o llegó a mi posesión por alguna ocasión.

Para poder establecer un diseño ON-DEMAND o Diseño por demanda, tiene que estar presente una estrategia donde existe un tipo de relación, tienen algún espacio temporal y son personales. El mismo diseño de la usabilidad brinda sus raíces en la ciencia cognitiva, incluso si nuestras

emociones nos lo dicen, la lógica tomará decisiones por nosotros. Ese sistema de procesamiento de la información hace juicios rápidamente, pero también los interpreta y a la vez le dan sentido a nuestro mundo. Estas hacen parte de las decisiones en nuestra vida cotidiana, podemos vernos atraídos por procesos donde todo lo que realicemos tendrá un componente cognitivo y afectivo. Dando un significado de valor que despierta nuestra curiosidad y atrae la creatividad, ya que el diseñador diluye la experiencia, haciéndola divertida y amena para que el periodo de esfuerzo y concentración en el uso sea una recopilación de aportaciones sensoriales que a fin de cuentas definen la adaptabilidad del producto.

Ahora, si nos ponemos a pensar en las nuevas tendencias que trae consigo diseñar bajo un estándar de pedido o “PRETAIL” debemos considerar que es el resultado un modo de consumo que incluye trato al consumidor, plataformas de crowdfunding como un nuevo centro comercial. ¿Por qué? Porque esta es la demanda actual, puesto que los consumidores buscan los productos más innovadores y emocionantes.

Basándonos también en las modalidades más contemporáneas de lo que implica hacer diseño por demanda encontramos muy en auge el método Just in Time (JIT) un modelo donde la misión principal es la organización misma de la producción para contar estrictamente con la cantidad necesaria de productos, con el único objetivo de disipar desperdicios y elementos que agregan poco o nulo valor. Este modo de producción es aplicado a métodos logísticos que también garantizan eficacia. Efectuar JIT es viable puesto que al realizar diseño por demanda se evita el desperdicio que actualmente es tema de debate medio ambiental y punto clave de críticas cuando se debate sobre si el diseño es bueno o no para el actual hombre moderno.

Ahora, si ponemos en cuestionamiento los factores pro y contras del ON-DEMAND como punto de partida, podemos evidenciar la reducción de stock, puesto que solo se está produciendo lo realmente vendible y por supuesto que esto optimiza tiempos de almacenamiento y bodegaje con el uso del espacio mismo. También, tiene importancia la caducidad del producto final, ya no es necesario un control exigente donde se tenga un monitoreo

constante del mismo ya que con la adecuada rotación de existencias el producto sale de fábrica y es vendido en los tiempos establecidos. lo que también conlleva a recortar los costes de almacenamiento que abarcan una gran parte del capital cuando se habla del lanzamiento de algún nuevo producto al mercado.

No obstante también varios expertos en el área mencionan que si bien puede mejorar lo ON DEMAND muchas veces esto se ve en riesgo cuando se habla de la carencia del material en stock, también que la gran cantidad del manejo de estas nuevas técnicas demanda un manejo excesivo para tener bajo control cualquier imprevisto. Por lo tanto cuando se adoptan estas manera operativas del diseño.

El nuevo fenómeno de consumo resume que el consumidor mismo dice qué necesita y no es la empresa quien dice qué es lo que debería necesitar. Se entiende que este personaje está en el tope de la cadena, pues, es él mismo quien escucha sobre los comentarios de previos compradores y toma la decisión de adquirir o no hacerlo.

Las empresas también comprenden que el consumidor es un ente volátil que prefiere cada vez más productos personalizados y singulares lo que también dispone a que las producciones sean más precisas sin tantos costos porque lo que se saca al mercado lo que ya ha sido pre-encargado y existe si o si un deseo de compra, dejando al aire el cuestionamiento de si para la nueva modernidad donde por reducciones ambientales solo se produce lo netamente necesario el consumir es quien exigirá proactivamente que es lo que realmente necesita ya que cuando le pregunte que le hace falta no dudará pues ya lo sabe.

REFERENTES

- Ar Raking, 2022. Método Just in Time (Justo a Tiempo) en almacén: Qué es y cómo se usa. Available at: <<https://www.ar-racking.com/co/actualidad/blog/soluciones-de-almacenaje-4/metodo-just-in-time-justo-a-tiempo-en-almacen-que-es-y-como-se-usa#:~:text=El%20m%C3%A9todo%20Just%20in%20Time,o%20elemento%20que%20no%20aporte>> [Accessed 10 October 2022].
- Cuadro de Tendencias de Consumo (2013). Trendwatching.com. Recuperado el 5 de octubre de 2022, de <https://www.trendwatching.com/es/trends/consumertrendcanvas>
- Deer Designer. 2022. What is an on-demand design service and how does it work?. [online] Available at: <<https://deerdesigner.com/what-is-on-demand-design-service/>> [Accessed 10 October 2022].
- Norman, D. A. (2005). El diseño emocional: por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos (Vol. 58). Grupo Planeta (GBS).



