

# Trabajo final

## Pensamiento Creativo y Contextualización de la Creatividad

# LA ACTITUD CREATIVA

## Punto 1

### Problemas de la vida de las personas

1.



**Hombre:** El marionetista

**Ubicación:** Carrera séptima

Hombre apasionado por las marionetas que día a día cautiva a las personas que transitan esta vía, con su Show de personajes del Rock. Tiene aproximadamente 5 show con diferentes artistas en forma de marioneta diseñados por el mismo.

**Problema:** Es considerado como vendedor ambulante por encontrarse en un espacio público, por lo tanto ha sido desalojado por la policía en Muchas ocasiones.

**Estrategia:** La tendencia de los youtubers está creciendo cada día más, como una alternativa de ingresos, actualmente hay gran variedad de temas que se mueven en youtube y en las redes sociales. Esto sería una gran alternativa para que pueda salir de la informalidad, ya que podría trabajar desde su casa.

Le generaría muy buenos ingresos ya que las personas que lo han visto no dudarían en reproducir un video de este gran artista, tan bien por este medio puede romper barreras y llegar a ser conocido por todo el mundo, como logra hacer los muchos de los youtubers.

2.



**Nombre:** Indígenas

**Lugar:** Av Jiménez Y Casa la Giralda

Los indígenas hacen parte de la cultura colombiana, son considerados los mejores artesanos por su dedicación y su cultura ancestral.

**Problema:** En el centro de la ciudad podemos encontrar una gran cantidad de indígenas que llegan buscando nuevas alternativas de negocio para su subsistencia. Pero son despreciados de gran manera por los demás ciudadanos, quizás por su manera de vestir, por su forma de expresarse, por su tono de piel o por sus costumbres.

**Estrategia:** debemos tener en cuenta que los indígenas hacen parte del patrimonio cultural de la nación por eso debemos cuidarlos

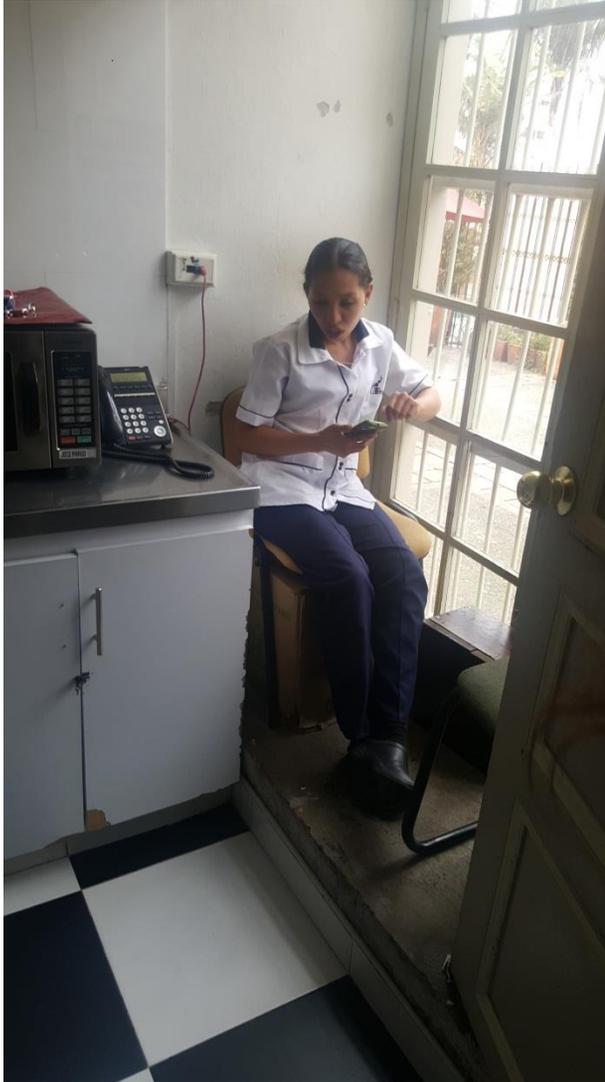
Campaña ¿usted no sabe quién soy yo?

Esta campaña consiste en que los indígenas que sean discriminados no se queden callados y digan ¿usted no sabe quién soy yo? y sean ellos quienes expliquen a la gente su cultura y que los hagan caer en cuenta de que todos tenemos descendencias indígenas por lo tanto merecen el mismo respeto que los demás

- Yo soy parte de la cultura de este país
- Yo soy indígena como lo fueron sus descendientes
- Yo soy una persona que está buscando un buen futuro para mis hijos



3.



**Nombre:** Empleados profesionales

**Lugar:** Casa la Giralda

Según el último informe del DANE el desempleo en Colombia ha disminuido potencialmente con comparación a los años anteriores

**Problema:** Miles de personas se gradúan semestralmente de sus carreras técnicas tecnológicas o profesionales, pero ¿cuántas de estas personas ejercen su profesión? La falta de experiencia con la que salen los profesionales les impide entrar directamente a ejercer su profesión, lo que los lleva a buscar empleos alternativos con la expectativa de poder más adelante trabajar en lo que les apasiona.

**Estrategia:** Incentivar en las universidades la práctica laboral como requisito fundamental para la graduación. Generando alianzas con el ministerio de trabajo y cámara de comercio con el fin de dar diferentes alternativas. A los estudiantes

Tan bien se pueden generar por parte de las empresas contratos de prueba por 3 o 6 meses con el fin de que los profesionales muestren sus habilidades y que las empresas ya determinen si tiene las capacidades para el cargo.

Por parte de la universidad se puede incentivar que las clases sean más prácticas que teóricas con esto se lograra que los temas aprendidos se asocien más a la realidad, plantear problemas de la vida real que permitan desarrollar la capacidad de solucionarlos de manera efectiva.

## Problemas de comunicación de negocios

1.



**Nombre Del Local:** NN

**Ubicación:** Barrio Restrepo

Venta de peluches, perfumes, relojes y detalles para toda ocasión

**Problema:** Es un local cuyas dimensiones no superan los 2 metros de frente por 4 de fondo, esto hace que sea poco visible para los clientes.

La falta de material publicitario como letrero y pendón con los productos puede ser una gran falencia de este local comercial.

**Estrategia:**

- Dar una identidad al negocio
- Eliminar elementos que quiten la visibilidad de los productos en su interior
- Aprovechar la temporada Elaborando anchetas navideñas con distintos productos con el fin de dar otra alternativa a los clientes. Salir típica anqueta con galletas y vino.

2.



**Nombre del local:** Carnívoro

**Ubicación:** Centro de la ciudad

Restaurante especializado en la venta de platos cuyo ingrediente principal es la carne.

**Problema:**

Este local tiene una gran falla de iluminación en su interior lo que hace que no se pueda ver el estilo colonial que tiene, aunque su letrero es claro y conciso es un poco fuerte para un restaurante.

**Estrategia:**

Elaborar una iluminación con antorchas con el fin de no perder la esencia colonial, Esto permitirá que las personas que pasen al frente puedan percibir su temática interna y les dé agrado ingresar. Para el letrero se debe buscar una manera de alternar colores con el fin de eliminar su dureza.

3.



**Nombre del local:** NN

**Ubicación:** Plaza de Bolívar

Local dedicado a la venta de sombreros de todo tipo con más de 60 años de experiencia

**Problema:**

Falta de identidad del negocio y poco flujo de gente ya que siguen manejando las mismas tendencias del hace 60 años.

**Estrategia:**

Un sombrero de unas dimensiones adecuadas para poder colocar el nombre de esta loca

Buscar colecciones modernas que pueda generar el interés de público joven sin dejar atrás su tendencia antigua.

Teniendo en cuenta que muchos jóvenes les gusta la tendencia antigua con algo de modernidad como nuevas texturas. Formas, colores,

## EL INSUMO CREATIVO

### Punto 2

### Fotografía

#### 1. Bagrad Badalian

<http://bagradbadalian.com/>



Su trabajo se centra alrededor de la fotografía experimental del cuerpo humano. Intenta ver del como mostrar los cuerpos bajo un aspecto diferente. Tiene un interés en como la piel puede relajear diferentes gamas de color y que sentimientos puede reflejar estas fotografías ( en este caso se refleja por diferentes colores de luces) .Su tema principal se basa en la belleza desde otro punto de vista, normalmente estamos acostumbrados a tomar como belleza algo que siempre vemos en una portada de revista o catalogo y siempre sigue sus esquemas específicos como un ambiente angelical. “Yo no quiero limitarme al aspecto formal. Intento expresar un mensaje emocional, expresar sentimientos pesados, abstractos”

(bagradbadalian)

## 2. Ruven Afanador

<http://www.ruvenafanador.com/>



Ruven Afanador (Bucaramanga, Colombia, 1959) es un fotógrafo colombiano con nacionalización estadounidense. Nació como Rubén Afanador y cambió su nombre a Rubén Afanador para facilitar la pronunciación del mismo en los Estados Unidos. Su concepto es hacer llegar la esencia de las personas que son fotografiadas en sus retratos esto se resalta por medio por algunos elementos que utiliza como el movimiento que actúa el modelo , sus expresiones que quiere transmitir y la ambientación de fondo , tiene como concepto la fotografía monocromática adoptando una imagen totalmente estética con raíces totalmente teatrales. Se considera en el punto creativo en la búsqueda de resaltar la personalidad de cada retrato que realiza.

### 3. David LaChapelle

<http://davidlachapelle.com/>



Cat house



Rebit of venus

David LaChapelle (Hartford, Connecticut, 11 de marzo de 1963) es un fotógrafo y director estadounidense, cuyo trabajo se caracteriza por presentar imágenes grotescamente glamurosas.

El trabajo de David LaChapelle además de ser surrealista se caracteriza por tratarse de imágenes muy plásticas con colores pastel, en una fotografía pop, tanto en su contenido estético como en sus objetos de retrato. En sus obras podemos notar un estilo sexual que combina con el surrealismo y el sarcasmo, también podría decirse que son bizarras y cautivadoras a la vista, este estilo único que ha impregnado en todas sus página oficial Su trabajo comercial y artístico, reflejan una postura crítica respecto a la sociedad de masas en la cual estamos incluidos.

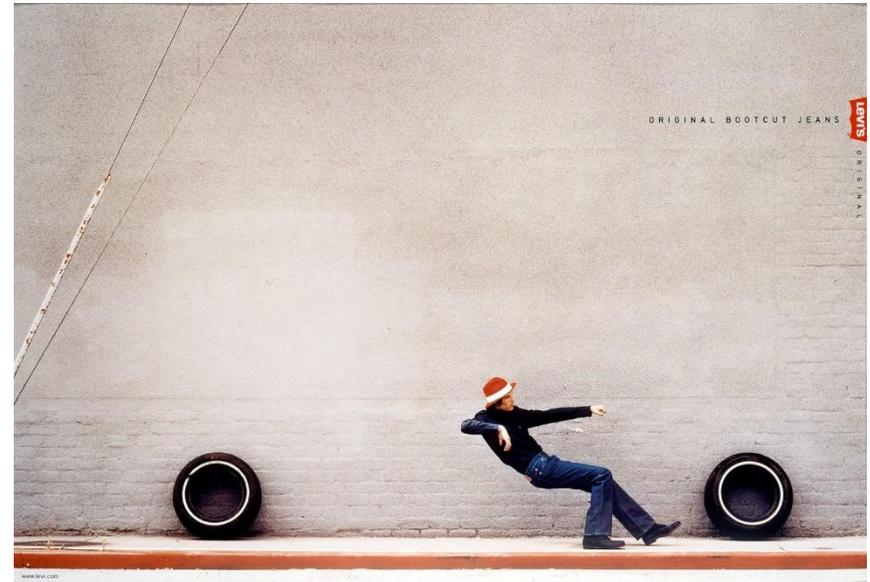
El consumo, por ejemplo, muchas personas mueren por obesidad.: Muerte por Hamburguesa, es el título de la pieza. A pesar de que en la imagen es algo muy literal, morir aplastada por una hamburguesa gigante, en el sentido connotativo podemos morir por comer hamburguesas, que es un gran consumo de la burguesía, lo que podría llegar a ser un consumo innecesario. Así en la fotografía David LaChapelle recoge los síntomas de la vida en nuestra época, tiene un compromiso con las situaciones sociales más urgentes, es muy fácil encontrar lo que el fotógrafo quiere comunicar sin necesidad de hacerlo obvio, sus fotografías capturan de inmediato la atención el pensamiento y el sentimiento del público.

#### 4. Nadav Kander

<http://www.nadavkander.com/>



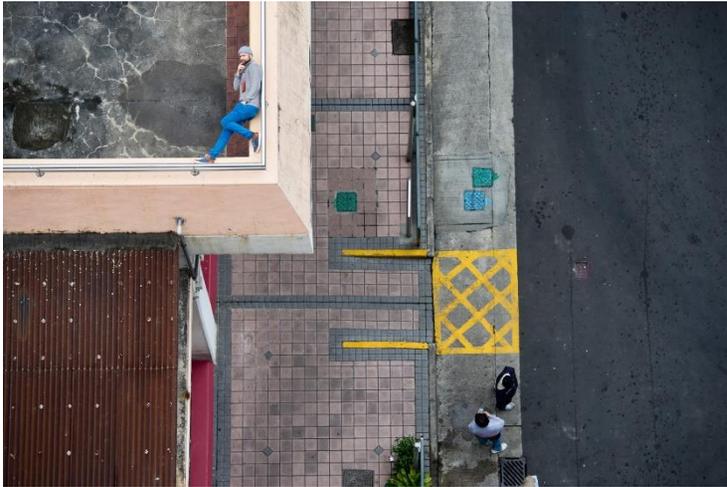
#### Car



(nacido el 1 de diciembre de 1961) es un fotógrafo, artista y director con sede en Londres, conocido por sus retratos y paisajes.

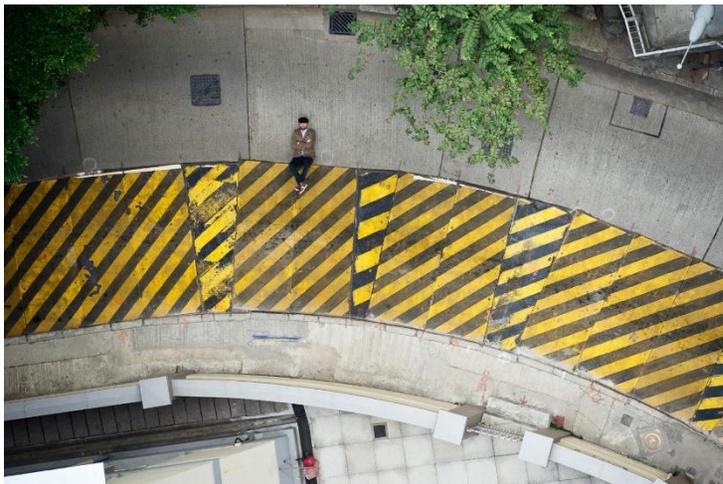
Tiene la maestría para encontrar un equilibrio sobrecogedor entre el paisaje y el ser humano. La limpieza de unas imágenes que plantean preguntas basadas en situaciones inquietantes como la adaptación del ser humano sobre un ambiente. El paisaje desmesurado salpicado en ocasiones por una frágil figura humana donde todo queda enmarcado en un lienzo pulcro y sobrecogedor, especialmente en trabajos como Ah Wilderness, Yangtze: The Long River o God's Country (quizá mas egglestoniano).

## 5. Christian Åslund



Christian Åslund, un artista visual originario de Estocolmo, Suecia,

En su página presenta una serie de fotografías donde juega con las dimensiones y las alturas a manera de ilusiones ópticas. Inspirado y sorprendido por la vista desde los tejados en los rascacielos de edificio se observa un desarrollo del inspirado en los videojuegos, y donde los personajes parecen ir navegando por las calles y desplazándose lateralmente, tal y como en el clásico Donkey Kong. Las imágenes fueron tomadas desde los rascacielos hacia el suelo usando un teleobjetivo, mientras que las marcas viales de colores de Hong Kong resultaron perfectas para recrear los diferentes niveles que un videojuego tendría si fuera trasladado a la vida real.



## 6. Alexandra Hager

<http://www.alexandrahager.com>

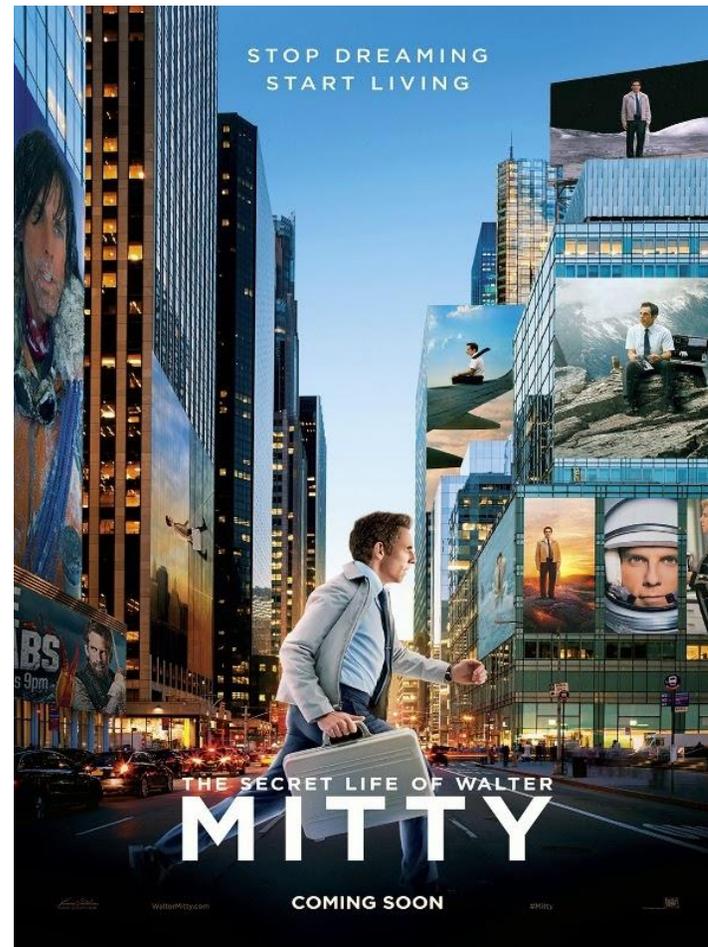


Alexandra Hager es una fotógrafa nacida en 1971, en Austria. Aunque no sea fotógrafa muy conocida, tiene algo que la mayoría de fotógrafos no tiene y es en jugar en con las texturas de fondo con relación a sus modelos. Pues manipula sus modelos, haciendo que sus imágenes parezcan falsas, en texturas de pintura, óleo o plásticos. Sus fotografías son una mezcla del estilo de la época victoriana, con ajustes inquietantes y algunos estilos modernos. Su objetivo siempre ha sido la transformación de sus modelo en algo más allá de lo real y que en si parezcan finalmente como muñecos algo ficticio

## PELICULAS

### 1. LA SECRETA VIDA DE WALTER MITTY (BEN STILLER)

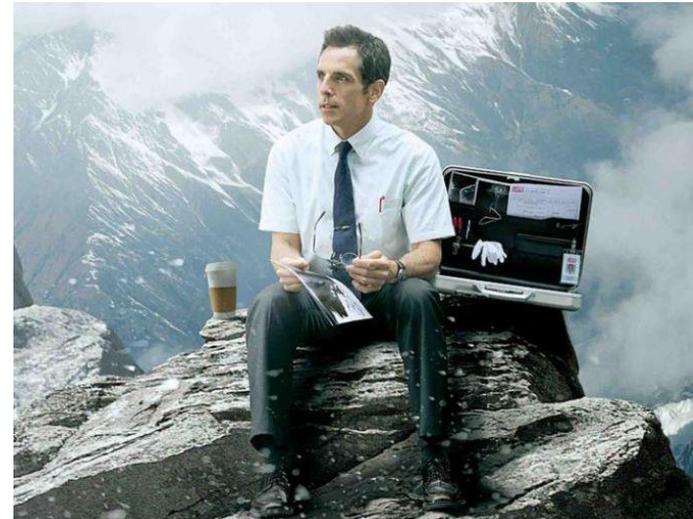
Basado en el libro *The Secret Life of Walter Mitty* publicado en 1939, Ben Stiller (protagonista y director) cuenta la historia de Walter Mitty, un sujeto dedicado a revelar fotografías para la revista *Life*. Durante su vida, Walter nunca ha vivido alguna experiencia interesante, por lo tanto a veces se desconecta con el mundo y crea mundos asombrosos. La revista *LIFE* estaba en una transición al mundo web, por lo tanto el director de la compañía estaba obligado a hacer recorte de personal y debía de hacer su última edición. La última portada iba a ser realizada por el gran fotógrafo Sean O'Connell, y él era encargado de enviar los negativos al Walter, pero se entera que hace falta un negativo, el número 25, y era la que iba a resaltar en la portada. El director general descubre que Walter la ha perdido y le da la advertencia de buscarlo, así que Walter está en la obligación de vivir una aventura real.



## ANALISIS

Ben Stiller rompe con el paradigma de que siempre debemos de tener hábitos que son totalmente normales , sin atrevernos a lanzarnos al vacío y atreverse a vivir algo totalmente real , Walter Mity se limitaba a sentir un nuevo respiro , así que tomaba como alternativa soñar despierto , aunque cabe de aclarar que no es nada malo porque desde los sueños se puede llegar a las realidades , la narrativa siempre se notó de un manera tranquila ya que el protagonista siempre se había notado sereno y confiable a pesar del montón de problemas que presenciaba en su vida y un factor muy importante era la utilización de imágenes para seguir de la historia es decir , en la historia Walter mity busca al fotógrafo por medio de los 24 negativos de sobra para finalmente encontrar el negativo #25 , como podemos ver la historia inicia desde imágenes como pistas y un final reflejado en un aportada de revista. Su estética se basa de dos clases una que es el inicio de la historia donde vemos ambientes sobrios, cerrados y aburrido que esto convence al espectador de comprender la situación en la que se encontraba el personaje y

Otra que es de planos totalmente donde el espectador comprende el gran mundo que está explorando Walter mity, esto se evidencia mucho en una escena donde mity busca al fotógrafo en el Himalaya. No obstante podemos ver que durante toda la película la cámara siempre sigue al protagonista y no emite ningún tipo de historia paralela , también siempre vamos a encontrar ambientes fríos y agradables.





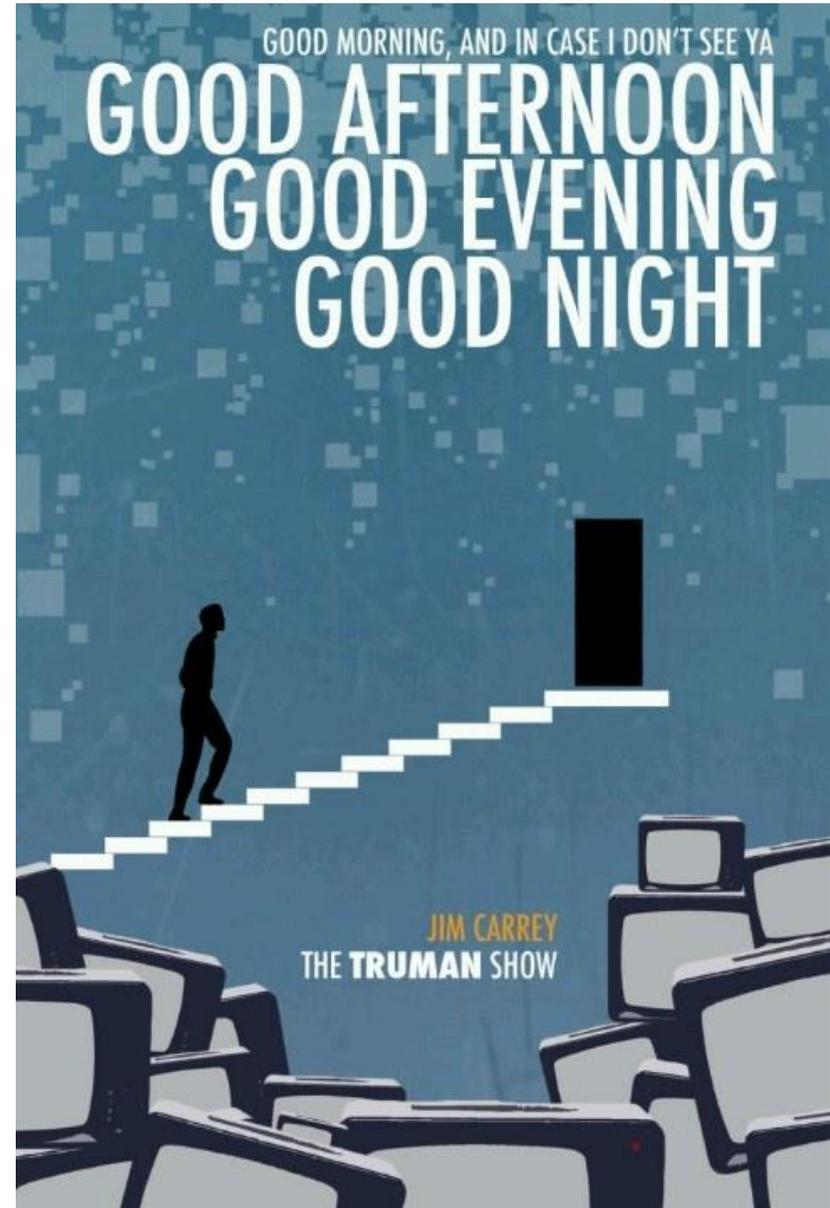
## ANALISIS.

El tema clave que conlleva toda la película era de “ ir a una pecera más grande para que el pez crezca mucho más “ el paradigma siempre se basa en la vida cotidiana sin ser nunca adornada por hechos y personajes muy fuera de lo común , el director Tim Burton empeñó una forma de convivir entre el mundo normal y la fantasía creada por su protagonista , la narrativa se basa desde dos puntos de vista uno por parte de Edward Bloom y otro de parte de Will Bloom ( hijo de Edward) y tiene el objetivo a una conclusión que relacione estos dos sujetos : que las historias mejor contadas son las mejor perduran. La estética siempre se basa desde lo fantástico, los ambientes góticos y sombríos en algunos pasajes, pero abundan los espacios a todo color en secuencias clave. Los efectos también ayudan a profundizar también las sensaciones emocionales que produce la película. Y es que si tienen tanta potencia las secuencias de Spectre o del amor de Edward Bloom son, justamente, para aumentar esa dosis emocional. Quizás es por eso que puede ser una pequeña trampa, pero otros ni lo notarán.



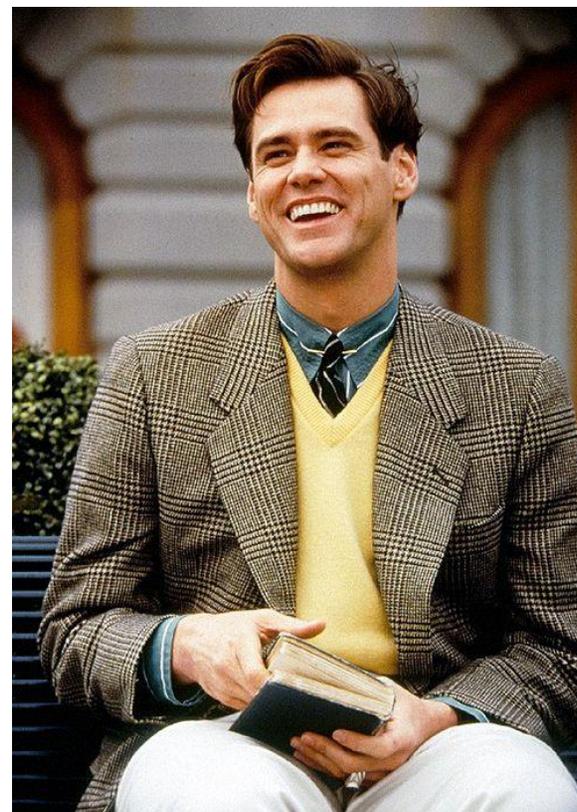
### 3. THE TRUMAN SHOW (PETER WEIR)

The Truman show tarta la historia de un individuo que está rodeado en un mundo que es totalmente ficticio para hacer así un realiti show llamado the truman show una seria que consistía en grabar en vivo las 24 horas del día su vida y documentar la evolución de su vida, Truman empieza a dudar de su mundo luego de un día en el que cae del cielo una luz de ambientación, por lo tanto Truman trata de busca cual es la realidad de su mundo.



## ANALISIS

Su narrativa básicamente es la lectura en clave moral y ética, ya que nos sitúa frente a un individuo que trata, en primer lugar, de conocerse a sí mismo, de descubrir cuál es el lugar que ocupa en el mundo. En segundo lugar, el director de esta película plantea una cuestión escalofriante: ¿somos en realidad tan distintos a Truman?; ¿no están nuestras vidas tan programadas como la suya?; ¿no estamos cada vez más controlados, más vigilados? Y por lo tanto el paradigma se basa en la necesidad que tiene el individuo de buscar la verdad y poder elegir. Christof ha creado un paraíso para Truman, pero ese paraíso se ha convertido en una jaula de oro y le ha robado lo más valioso para un ser humano: una vida propia en la que pueda tomar sus decisiones. Por eso Truman tiene ese aspecto permanente de niño grande, porque todavía no ha podido madurar al no poder elegir. La estética se basa en dos principios, una que son el ambiente de manera perfecta y tradicional que ha desempeñado Hollywood sobre las familias norteamericanas, la comparaciones de sí misma con el mundo real y la forma con la utilización adecuada de la música en el momento preciso.



## P.O.P. Merchandising, visual merchandising

### 1. GRAFILOGOS

Consiste en un agencia con más de 20 años de experiencia en el mercado con un equipo de profesionales destacados, ofreciendo soluciones Corporativas, Innovadoras y lo más importante creativas; desarrolladas con la mejor calidad para brindarle a nuestros clientes soluciones integrales y funcionales que se ajusten a sus necesidades e intereses. Actualmente está trabajando para grandes corporaciones como bancaria, avante, banco pichincha y copetran , para la realización e dichos materiales de publicidad

La página web fundamenta la manera de convertir desde un material pop que para algunos se puede ver desde un punto totalmente a algo totalmente personalizado para la empresa de un manera totalmente innovadora la empresa tiene comoobjetivo cumplir como tal 3 principios de la creatividad:

- el diseño y producción de según la Identidad Corporativa, con un previo exhaustivo estudio de la marca y competencia, esto con el fin de lograr una excelente comunicación visual de cada uno de los clientes.
- Desarrollo de piezas publicitarias y packing como: Volantes, Afiches, Tropezones, Cuadernos, Plegables, entre otros; basándose en la comunicación visual previa y/o manual corporativo de su empresa.

- Establecer una imagen única sobre el diseño de las piezas publicitarias y que le cliente las pueda conservar dentro de sus hábitos diarios.

A continuación se dar a conocer algunos productos de material publicitario que se consideran con alto nivel de creatividad



#### Set De Bar Ajedrez

Set de bar con mini ajedrez en estuche. Incluye: Piezas de ajedrez, sacacorchos, cortagotas, argolla antigoteo y tapón.

**Material:** PP + Acero + Estuche en madera.

**Medidas:** 15 x 17 x 4,5 cm.

**Área de Impresión aproximada:** 1 x 10 cm

**Marca:** Láser



#### Caja de Madera para una Botella

**Contiene:** Sacacorchos descapsulador de 1 tiempo, cortagotas, tapón metálico, termómetro y aro antigoteo. Color negro. NO INCLUYE LA BOTELLA DE VINO.

**Material:** Caja de madera forrada en PU

**Medidas:** 35 x 10 x 10,5 cm.

**Área de Impresión aproximada:** 35 x 10 x 10,5 cm.

**Marca:** Láser.

En este material lo podemos presenciar sobre empresas relacionadas en la distribución y/o fabricación de licores con su toque corporativa

## Línea de escritura



**ES0595 Vernon Stylus**

Boligrafo con linterna y laser. Sistema touch en la tapa para dispositivos con pantalla táctil.  
**MATERIAL:** Aleación de cobre.  
**MEDIDAS:** 12 x 15 x 11 cm.  
**ÁREA IMPRESIÓN APROXIMADA:** 3 x 0,7 cm.  
**MARCA:** Laser.

**ES0593 Palmer Roller**

Boligrafo metálico tipo roller en práctico estuche en PU con cremallera.  
**MATERIAL:** Aleación de Cobre + PU.  
**MEDIDAS:** 13,9 cm de largo.  
**ÁREA IMPRESIÓN APROXIMADA:** 3 x 0,7 cm.  
**MARCA:** Laser.  
**COLOR:** Morado, Rojo y Verde Limón.



**ES0582 Cawley Roller**

Boligrafo metálico con tapa tipo Roller. Acabado cromado brillante en marca.  
**MATERIAL:** Aleación de cobre.  
**MEDIDAS:** 14 cm de largo.  
**ÁREA IMPRESIÓN APROXIMADA:** 3 x 0,7 cm.  
**MARCA:** Laser.  
**COLOR:** Naranja, Verde Limón, Azul Oscuro y Negro.

Sobre esta línea de producto siempre hemos estado acostumbrados a tomar un tipo de costumbre de no tener ningún sentido de pertenencia, pero esta

Empresa se especializa en generar exclusividad de este simple producto, sobre la identidad de la empresa (en esta línea nunca se va a encontrar esferos de un diseño totalmente simple)

## Línea de Tecnología



**TE0209 Altavoz Ball**

Mini altavoz alámbrico a través del plug. Práctico diseño, fácil de llevar y utilizar (abierto o cerrado).  
**MATERIAL:** ABS.  
**MEDIDAS:** Diámetro 9 cm. Abierta: 7,5 cm x 15,5 cm.  
**ÁREA IMPRESIÓN APROXIMADA:** 2,5 cm x 2,5 cm.  
**MARCA:** Tampografía.  
**COLOR:** Amarillo, Blanco y Rojo.

**TE0066 Altavoz Expandible Music**

Altavoz estéreo de alta fidelidad con conector a puertos USB y plug de audio. Este altavoz compacto se cierra para viajar y luego expandirse. Con un volumen alto de sonido en un paquete pequeño.  
**MATERIAL:** ABS.  
**MEDIDAS:** 5,5 cm x 3,5 cm x 5,5 cm.  
**ÁREA IMPRESIÓN APROXIMADA:** 2 cm x 0,7 cm.  
**MARCA:** Tampografía.  
**COLOR:** Rojo, Azul, Blanco, Verde y Negro.



**TE0210 Can Clock**



Reloj en novedoso diseño de lata con abre-fácil. Funciona con una batería AA. No incluida.  
**MATERIAL:** Aluminio + Papel.  
**MEDIDAS:** 8,7 cm x 8,7 cm x 5,1 cm.  
**ÁREA IMPRESIÓN APROXIMADA:** 3,2 cm x 2,5 cm.  
**MARCA:** Tampografía con tratamiento.  
**COLOR:** Rojo.

**TE0174 Piggy Clock**

Reloj alarma digital en forma de cerdito. Funciona con batería L1154 incluida. Con reloj digital en la nariz. Tapón asegurable en la parte inferior.  
**MATERIAL:** ABS + PS.  
**MEDIDAS:** 14 cm x 13 cm x 15 cm.  
**ÁREA IMPRESIÓN APROXIMADA:** 3 cm x 1,5 cm.  
**MARCA:** Tampografía.  
**COLOR:** Rosado y Azul.



Sus productos son totalmente portables y llamativos sobre un diseño que primera vista se ve algo sencillo pero que luego se da cuenta del el nivel de detalles que llega aun idea clara, llamar la atención

## Linea para oficinas



Para un marketing interno, la empresa le da la importancia de fundamentar su marca y compromiso (en este caso por el medio ambiente qué es su parte creativa de sus productos) sobre sus empleados y así ser infundido

## 2. EXPRESIÓN TOTAL

Expresión Total es una organización dedicada a la fabricación, importación y distribución de toda clase de artículos promocionales,

Regalos empresariales y kits escolares institucionales. Garantizan productos con marcas y estampaciones de excelente calidad para responder a las exigencias del mercado empresarial y corporativo en sus campañas de

posicionamiento, lanzamiento de productos, fidelización de clientes y recordación de imagen.

Ofrecen una amplia gama de productos con la capacidad de desarrollar nuevas propuestas. La especialización de esta página es la implementación e dichos sobre épocas del año, para exaltar una manera más directa dichos productos.

<http://www.expresiontotal.co/catalogo.html>

Pequeños detalles,  
hacen grandes  
momentos.

8 de marzo  
Día internacional  
de la mujer

Regalos Empresariales - Productos Publicitarios - Kits Escolares

expresion total  
PBX: 444 61 25  
E-MAIL: creativo@expresiontotal.com.co  
www.expresiontotal.com.co

f i t



### 3. NUKLEO APLICACIONES

Nukleo Aplicaciones es una empresa especializada en la conceptualización, diseño y producción de STANDS. El objetivo de la empresa es brindar soluciones a las diferentes necesidades de los clientes y posicionar sus marcas en ferias, congresos, eventos y DISEÑOS DE TIENDAS a partir de la innovación y calidad. En su página web se aprecia como utiliza de manera adecuada una filosofía a de detallismo sobre los acabados que utilizan en el stand. Se evidencia que cuentan con grandes asaciones con empresas y por lo tanto si cuentan con un plan estratégico que permita generar una exhibición agradable de la empresa , tienden a atreverse a romper es el esquema lógico de la empresa , a continuación se observaran sus casos de éxito.



