

Ideando arquitectura con narraciones y conversaciones dibujadas

Proyecto conversado

Ejercicios editoriales para producir y comunicar ideas de arquitectura y diseño urbano mediante lenguaje no especializado.

proyectos para NO arquitectos

001 Proyecto conversado

proyectos para NO arquitectos



Ejercicios editoriales para producir y comunicar ideas de arquitectura y diseño urbano mediante lenguaje no especializado.

001

Proyecto conversado

Ideando arquitectura con narraciones y conversaciones dibujadas

INTRODUCCIÓN

proyectos para NO arquitectos

Comunicar con claridad los propósitos, las estrategias y las acciones que implican los proyectos arquitectónicos y de diseño urbano en todas sus fases, es fundamental para acercar la posibilidad de su real desarrollo y ejecución, además que puede incidir notablemente para elevar la pertinencia, la construcción de confianza, la apropiación y la prestación de beneficios a los grupos humanos implicados.

Para esto, es importante tener en cuenta, que no es únicamente con los profesionales de la arquitectura o de disciplinas afines, con quienes se debe compartir y discutir de manera constructiva, con el propósito de configurar y dar a conocer las características de las soluciones que plantean los proyectos, sino y, sobre todo, con las comunidades relacionadas en el desarrollo de éstos, en función de sus necesidades y problemáticas.

Con base en este razonamiento, se hace pertinente formular y diseñar la estructura de un sistema de herramientas presentado como documento que sirva de guía a profesionales y estudiantes de arquitectura de la ciudad de Medellín, en la tarea de determinar de manera reflexiva, la implementación de estrategias que permitan la comunicación de proyectos mediante lenguajes que resulten accesibles y comunes para públicos no familiarizados con las maneras técnicas y especializadas de la expresión y la representación arquitectónica. Dicha guía se construye a partir de la síntesis de prácticas que, en el marco de principios éticos, se considera que conjugan de manera asertiva el poder comunicativo de la imagen y la capacidad que tiene la narrativa para generar vínculos entre las personas, identificadas mediante un análisis crítico de casos de estudio relacionados no solo con la arquitectura

y el urbanismo, sino también, con algunos criterios alternativos que se incorporan desde otros ámbitos profesionales, como la publicidad, el marketing, el periodismo y la comunicación visual. Y que finalmente propone su instrumentalización, a través de la correlación entre los criterios aplicables identificados y algunas experiencias traídas desde la memoria personal del autor, a partir de su perspectiva como arquitecto en proceso de formación continua y permanente, en favor de un mejor acercamiento con personas no arquitectas, mediante prácticas comunicativas que busquen lograr mayores puntos de contacto e intensificar el relacionamiento entre sus diferentes miradas, tanto en lo profesional como en lo humano.

Cabe advertir, que probablemente existen aspectos concernientes a lo netamente disciplinar de la arquitectura, que habitualmente puedan generar poco o ningún interés para las personas no arquitectas, o que simplemente, pueden tratarse en ocasiones, aspectos profundamente teóricos o técnicos que solo cabe discutir entre los especialistas implicados, como puede ser el caso de las especificaciones técnicas de un equipamiento de salud o de un edificio de seguridad gubernamental. Aun así, concebir y desarrollar ejercicios comunicativos que de manera estratégica pretendan "Incluir en la conversación" a dichas personas, puede ser también un vehículo para contribuir con el conocimiento, la apropiación y promoción de la cultura arquitectónica, y que sus mensajes puedan resonar para un público más general, mediante elementos y características del lenguaje común. La naturaleza de este tipo de prácticas y las reflexiones que suscitan, son las que motivan y dan sentido al planteamiento y desarrollo de la presente investigación.



001 Proyecto conversado



proyectos para NO arquitectos



MOTIVACIÓN Y OPORTUNIDAD

"Es fascinante que, como especie y como cultura, seamos brillantes imaginando nuestra extinción, nuestro fin. Hacemos películas sobre cómo seremos destruidos por zombis, bombas nucleares, enfermedades, robots, extraterrestres o pequeños gremlins (...) pero ¿dónde están las historias sobre cómo cambiar las cosas, resolver el problema?"

Rob Hopkins, escritor y activista británico, en el documental francés Demain (Mañana)¹

¡Dibujar a mano y leer historias!
¡Dibujar para contar historias!
¡Dibujar para proyectar nuevas historias!
¡Dibujar por placer!

Observar y dibujar para cultivar la curiosidad estética e intelectual.

Dibujar a mano alzada para explorar, pensar, crear y expresar, ha sido una práctica personal, académica y laboral constante, desde la infancia y a lo largo de toda la vida (ver Figuras 1 y 2).

[...] apelar a la capacidad que tiene la tradición del relato oral y escrito para generar impacto, despertar emociones y evocar memorias propias de la identidad, en busca de empatizar, de persuadir, de hacer partícipes y de generar sentido de pertenencia en las personas [...]

001 Proyecto conversado



Narrativa gráfica para la promoción de soluciones a problemas.
Adaptada de COMFAMA. (2022, p.1 Y 16).



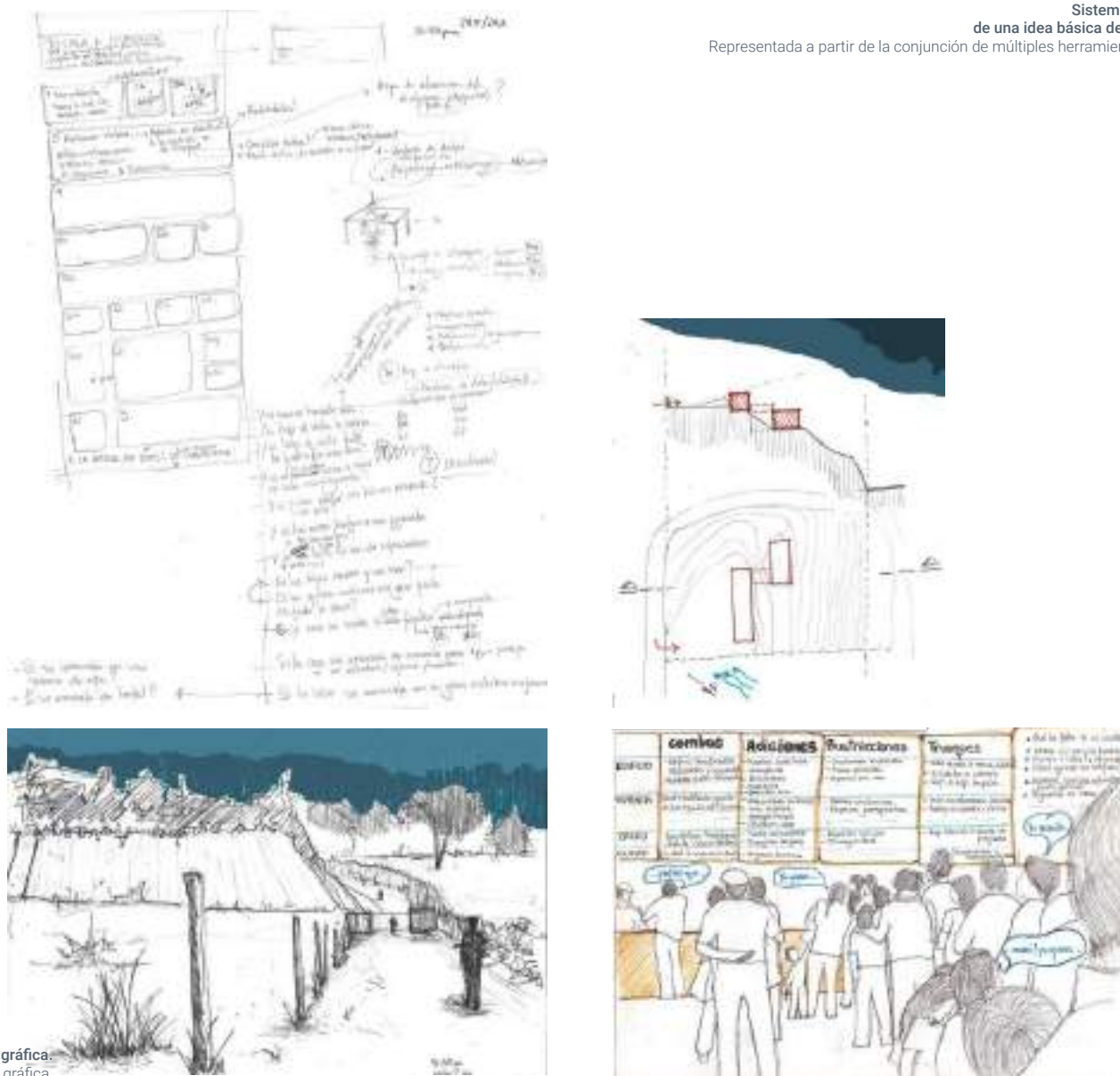
"[...] generar conversaciones sanas y constructivas que trasmitan valores positivos a través del poder del ejemplo y las historias."
(COMFAMA, 2022, p.2)



REPRESENTAR

Los componentes de la narrativa gráfica

Serie de componentes para representar la narrativa gráfica.
Esquemas, dibujos, captura y edición fotográfica, guion, textos y composición gráfica



Sistema para la narración gráfica de una idea básica de proyecto de arquitectura.
Representada a partir de la conjunción de múltiples herramientas analógicas y digitales.



Isorografía con dibujos a mano alzada en grafito + edición en photoshop.

Presentación de personajes edición de fotografías y dibujos en Photoshop

Diagrama con textos explicativos

Contorno delimitador de la expresión de cada momento de la microhistoria

Demarcación de los planos de profundidad visual en el paisaje mediante vectorización sobre fotografía panorámica propia en Illustrator

Indicador numérico de cada momento de la secuencia narrativa

Bocetos a mano alzada elaborados con grafito en el sitio, + edición en photoshop

COMPOSICIÓN DE LA PÁGINA, ADICIÓN DE GLOBS DE TEXTO, CONTORNOS Y FLECHAS, en Illustrator

Parodia con dibujo a mano alzada en grafito + edición en photoshop

PREGUNTAS ABIERTAS PARA REFLEXIONAR



Le Corbusier, Carta a Madame Meyer, 1925.
Tomado de Bordes, (2017), p.230.

¿Cómo se comunican los proyectos de arquitectura en el contexto académico de la ciudad de Medellín? ¿Cómo sucede en el ámbito profesional? ¿Se practica una comunicación de manera diferenciada ante personas NO arquitectas? ¿Están preparadas las personas arquitectas para dejar de hablar entre ellas mismas, y empezar a comunicarse de manera asertiva con personas NO arquitectas?

Examinar con una actitud que busque resaltar lo que se considera potencial de la manera en la que se propone comunicar (no especializada y con lenguaje de narrativa gráfica), sin embargo, tomando postura crítica, pero sin grandilocuencia. No simplemente emitiendo juicios, sino más bien planteando observaciones en clave de pregunta: ¿qué tal si esto se usara, enfocara, potenciara de tal manera, en busca de tal cosa?:

¿Cómo se comunica la arquitectura? ¿Cómo se tiende a comunicar la arquitectura en las 3 facultades de arquitectura examinadas? ¿Cómo sucede en lo inmobiliario, en lo profesional (local, nacional e internacional), en lo editorial (papel y digital: revisar libros y webs de arquitectura), en concursos, en divulgación alternativa (exposiciones, podcast, redes sociales), en el marketing (marcas), en la relación con otros profesionales afines (diseñadores, artistas, técnicos, normativos, sociales, comerciales, administrativos...), en lo político (en campaña: promesas y logros)?

¿Cómo se propone que podría potenciarse la comunicación de proyectos de arquitectura? ¿Cómo hacer a la arquitectura más cercana a todos? Tal vez con menos tecnicismos y lenguaje menos especializado. Relacionar en paralelo, lenguajes técnicos con el lenguaje natural y cotidiano de las personas. ¿Cómo se define la "asertividad"? ¿Qué permite?

¿Por qué narrativa gráfica como estrategia? ¿De dónde surge la idea (desde lo personal)? ¿Qué aspectos fueron generando esta inquietud? ¿Cómo puede aplicarse? ¿Qué puede permitir esta práctica?

Una vida cotidiana desarrollada de manera constante y desde temprana edad, a través de la práctica de la expresión gráfica con dibujos a mano alzada, y del interés por la lectura textual y visual (gráfica), y en consecuencia, por el diseño editorial.

El poder comunicativo de la imagen: Aprovechar el amplio entrenamiento de los arquitectos en el uso de herramientas y técnicas de expresión y edición gráfica. Encausar la capacidad que tiene la narrativa para conectar con la identidad de las personas. Conjuguar estos dos potenciales, en función de la comunicación asertiva de proyectos de arquitectura.

Hay evidencia testimonial, de parte de librereros de la ciudad de Medellín, Cali y Bogotá quienes indican que los lectores

empezaron a darse cuenta desde hace algunos años, que la narrativa gráfica o el cómic, no es un género o lenguaje menor. La narrativa gráfica "no funciona solo con jóvenes... no discrimina edades. Le llega a un niño que está aprendiendo a leer o a un adulto profesional. Esto hace que tenga un público más amplio que otros libros" [dice librera caleña Aida Mercedes Zafra].

¿Qué se pretende comunicar? ¿Qué tipo de proyectos? ¿Cuáles proyectos? Ejemplos: Ejercicios académicos, reales, contruidos, propios, participaciones, ajenos cercanos, ajenos locales, ajenos internacionales... ¿Cómo y en qué fases de los proyectos es idóneo implementar las estrategias planteadas, y en cuáles puede no ser tan conveniente? Conviene relacionar fases de los proyectos, con las etapas de desarrollo de los productos de la narrativa gráfica, con el propósito de identificar herramientas y prácticas de uso común, o posibilidades de hacerlas transversales.

Cabe relacionar las estrategias provenientes de ámbitos profesionales diferentes a la arquitectura, en las que la narrativa gráfica se ha usado para comunicar de manera más accesible, mensajes que en principio son presentados con complejidades que alejan y confunden a quienes los reciben.

Usar también la narrativa gráfica, como estrategia para contrarrestar la invisibilidad que puede generar el hecho de estar inmersos en la actualidad, en medio de tanto "ruido" informático y de tan alta velocidad en la proliferación de las comunicaciones (inmediatez), con cantidades de datos incommensurables (BIG DATA).

"La estrategia no se trata de ser mejor, sino de ser diferente: La estrategia emergente. (En un vasto universo de convergencias)": Alejandro Salazar Yusti en su libro La estrategia emergente.

¿Cómo no perderse en un mar de ruido? ¿Cómo encontrar un lugar, una voz? ¿Cómo darle valor e identidad a lo que se produce y comunica, con un enfoque divergente? Tal vez con un lenguaje propio, que se haga familiar, que se desarrolle de manera natural y orgánica... en mi caso particular, dibujar... estar en busca de "traducir" a dibujos y esquemas y diagramas, lo que se observa, lo que se escucha, lo que se lee textual y visualmente, lo que se siente... lo que se percibe... las lecciones recibidas de otros, lo que se va aprendiendo... lo que se conversa...

Todo esto que se ha ido introduciendo a la mente a través de los sentidos, va siendo fuente de nuevas preguntas, indicios y certezas temporales.

El discurso asertivo, como una conversación horizontal y contextualizada. ¿Cómo estructurar el discurso? Empezando por examinar prácticas de expertos, en lecturas, conferencias y presentaciones de proyectos de arquitectura y de otras disciplinas, en busca de pistas para mejores prácticas. Entender la conferencia con interacción como otro producto para la divulgación del proyecto de investigación.

¿Relación entre imágenes (presentación) y discurso...?

Contexto: ¿Qué tipo de conferencia es? ¿Ámbito? ¿Entidad? ¿Hacia quiénes está dirigida? ¿Presencial? ¿Virtual? ¿Solo en vivo? ¿Queda alojada en alguna plataforma? ¿Tiene algún parámetro de presentación? ¿Tiempo? ¿Preguntas? ¿Propósito general?

Proporciones, relaciones de cantidad y proporción entre tipos de imagen (render, fotografías, sketch, fotomontajes, collage, planimetrías, implementación de BIM, texto, videos, gifts, otros...).

¿Qué se cuenta primero, qué después? ¿Siempre se hace énfasis en lo mismo? ¿Parece tener un quion? ¿Narrativa? ¿Conversación abierta? ¿Interviene un presentador? ¿Solo al inicio? ¿O en múltiples oportunidades? ¿Interviene el público? ¿Solo al final? ¿Durante?

¿Equipos de trabajo? ¿Roles? ¿Proyectos de carácter público, privado, autoencargos? ¿Concursos? ¿Investigaciones?

Se evidencia si durante el proceso de ideación, diseño y construcción hubo: ¿Comunicación con la comunidad? ¿Con cliente? ¿Con dirigentes? ¿Con otros profesionales?

¿En general el discurso y la presentación tienen elementos entendibles por público no especializado?

Contar con la opinión y postura de otras personas frente a la comunicación de la arquitectura y frente a la idea de la narrativa gráfica como estrategia de expresión no especializada: A arquitectos y a no arquitectos. Puede alimentar la conversación con más y nuevas preguntas, que a su vez generen nuevas reflexiones, inquietudes y curiosidades en el lector.

POSTURAS

Comunicar no solo los resultados o propuestas finales de las ideas de proyecto de arquitectura, sino y sobre todo, los procesos que éstas implican. Mejor aún, si sucede en tiempo real, porque puede permitir la alimentación que se genera al compartirlos, ya sea por alguna crítica o aporte recibidos de parte de quienes sean interlocutores, o también, por la puesta a prueba de las ideas, situación que puede traer consigo el proceso de presentación, si este sucede mientras el expositor se escucha y observa a sí mismo, de una manera atenta, reflexiva y autocrítica.

Abir los proyectos, "desocultarlos", revelarlos, compartiendo "el detrás de cámaras" de su realización, las reflexiones que conllevan, declarando el detalle de los propósitos y argumentos de cada decisión que se va tomando (al menos en parte), dejando de lado la actitud a veces arrogante de "yo tengo la razón" y "la última palabra", lo cual puede permitir acercamientos entre personas arquitectas y no arquitectas, que al interactuar de una manera más franca y directa pueden contribuir al desarrollo de los proyectos a partir de posturas informadas y argumentadas, y de propósitos y estrategias pertinentes con relación a su contexto, al tiempo que promueve entre ellas, el conocimiento y experiencia de la cultura arquitectónica.

Comunicar los procesos que implican los proyectos de arquitectura a medida que éstos van sucediendo (antes y durante), a través de conversaciones que puedan o no, desarrollarse en torno a ideas e informaciones contenidas en imágenes previamente concebidas, pero cuyos alcances podrían potenciarse

mediante la ilustración complementaria con dibujos realizados en el mismo momento de la interlocución. Y en caso de que dicha conversación suceda a posteriori (después de desarrolladas las fases del proceso) o que simplemente no haya lugar a conversación, su comunicación puede basarse en narraciones que se potencien al darles un carácter gráfico mediante dibujos, esquemas, mapas, diagramas u otros tipos de imágenes ilustrativas.

Ambas estrategias (conversaciones dibujadas y narraciones dibujadas) pueden relacionarse con las prácticas propias de la narrativa gráfica, con las que se pueden contar historias de ficción y de no ficción, que a su vez, pueden ser enriquecidas con elementos incorporados desde el marketing y la publicidad, como también, desde técnicas como el sketchnoting (toma de notas con base en dibujos y bocetos), el visual thinking (pensamiento visual), el graphic recording (traducción visual del contenido de un evento en tiempo real) y el video scribing (en el cual se narra una historia mientras se explica un determinado tema o idea a través de textos, esquemas y dibujos sencillos), entre otras.

¿Por qué a través de conversaciones? Porque implican un diálogo, es decir, una comunicación que es reciproca o de doble vía entre un mínimo de dos personas o entidades, donde ambas partes emiten al menos un mensaje cada una, y que además, deberán estar en la postura de escuchar, también al menos una oportunidad cada una. Este tipo de interacción puede también contribuir para acercar a personas arquitectas y no arquitectas, en torno a la cultura arquitectónica.

Revelar los procesos proyectuales a través de conversaciones y narraciones dibujadas.

MARCO TEÓRICO

De acuerdo con teorías y metodologías básicas asociadas a la comunicación, "solo si tienes muy claro qué es lo que quieres comunicar, en su última esencia, podrás comunicarlo bien" (Feijó, 2019, p.30), por lo que no estará de más declarar, que es primordial para poder comunicar de manera efectiva proyectos de arquitectura, un conocimiento profundo acerca de los propósitos, las estrategias y las acciones involucradas en los procesos de desarrollo de los mismos y, por ende, los conceptos, hipótesis, teorías y variables asociadas.

El medio de soporte acerca del cual se realiza la exploración inicial de la investigación, es el Trabajo de Grado, que habitualmente se remite al diseño de un proyecto arquitectónico. Luego, y a medida que avanza el proceso, la mirada se ha ido desplazando hacia la producción de algunos profesionales de la arquitectura, el periodismo, la publicidad, el marketing y la comunicación visual que involucran la narración gráfica de procesos de diseño y sus resultados. Dado que no es tan común este tipo de prácticas, la observación ha hecho un recorrido que inició en el ámbito local (Medellín), pero que fue encontrando una mayor variedad de ejemplos de interés en colectivos, universidades y entidades que funcionan desde Bogotá, y a partir de allí, algunos casos con una coincidencia de enfoque que puede ser muy útil, en amplios estudios teóricos y prácticos en el extranjero, particularmente con autores en Estados Unidos y España.

También se estudiaron conferencias, ponencias y conversatorios realizados a nivel nacional y latinoamericano, fundamentalmente acerca de comuni-

cación y divulgación en arquitectura y narrativa gráfica documental, a través de varios tipos de participación: asistencia presencial, virtual en tiempo real y virtual asincrónica.

La proyección social de la producción académica y profesional en arquitectura, se entiende como la responsabilidad asumida, en relación a la sociedad, "a partir de temas como la vida comunitaria, la participación, la igualdad de género y la sostenibilidad" (Montañer y Muxi, 2011, p.1), que conlleven a plantear actuaciones "fuera del consumo y de la especulación de la industria de la construcción y de la cultura" (Montañer y Muxi, 2011, p.22), y que se aparten de la instrumentalización de la "obsesión arquitectónica de los personajes poderosos y del endiosamiento de los arquitectos que se han puesto a su servicio" (Sudjic, 2007).

Una comunicación asertiva de proyectos académicos de arquitectura, se soporta fundamentalmente en la intención y en el código del mensaje que se transmite o se intercambia. Para poner en práctica el uso de dicho código o lenguaje, conviene situarse en un lugar intermedio "tomando elementos del lenguaje arquitectónico (lo técnico: el dibujo y la imagen) y del natural (lo popular, las historias, la tradición oral, las imágenes cotidianas), y potenciarlos a partir de una mezcla basada en el lenguaje gráfico (punto de contacto entre el entendimiento técnico y el general)." (Sainz, 1985). Y además, a la hora de comunicarse con las comunidades, es fundamental proporcionarles contexto:

[...] determinar un acuerdo comunicativo, es decir, debe establecer el significado y la perspectiva teórica desde la cual se entienden los conceptos e ideas involucrados en el trabajo; de tal manera, debe conducir a claridades bajo las cuales tanto el investigador como el receptor de los informes, ubiquen su mente en sintonía y entiendan lo mismo, evitando al máximo interpretaciones, ambigüedades y equívocos. (Chávez, 2015, p.109).

Y también procurar, que los elementos del lenguaje que se practican, sean comunes con el público con el cual se intercambian mensajes.

[...] dado que todos vemos de distinto modo, podemos ver el mismo dibujo y darle una interpretación diferente. Por consiguiente, los dibujos que empleamos para comunicar información visual deben representar objetos de tal forma que sea comprensible para los demás. A mayor abstracción en un dibujo, mayor sujeción a las convenciones y al texto para transmitir un mensaje o una información. (Ching, 1999, p.11).

El poder comunicativo de la imagen:

"Para entender una imagen, el cerebro trabaja mediante una aproximación simultánea, sintética y global, todas las partes del conjunto se perciben y se procesan a la vez, y se destila de golpe el sentido del mensaje gráfico" (Jardi, 2012, p.130), por lo cual se hace fundamental entender cómo articular las imágenes para que, en su visión

de conjunto, el público que percibe el mensaje, interprete aquello que se le pretende comunicar. Cabe anotar que dicho proceso que en principio se realiza con el fin de representar, y cuya realización obliga un análisis y una reflexión profunda, también puede constituirse finalmente, en un efectivo método de estudio y por ende en una herramienta de diseño.

La capacidad que tienen las historias para generar vínculos entre las personas:

El arte de inventar y contar relatos, trasladado a la comunicación, consiste en **transmitir un mensaje en forma de relato**, aprovechando el poder que han demostrado tener a lo largo de la historia humana y la efectividad probada en la actualidad, al aplicarse en estrategias de marketing y publicidad, tanto de manera oral como escrita y visual. Porque como bien lo expone el licenciado en Comunicación y Ciencias políticas, y especialista en estrategias narrativas para diseñadores Guillaume Lamarre, en el video de presentación de su libro Storytelling como estrategia de comunicación:

No se trata simplemente de contar una historia, sino también de que ésta sea coherente en todo momento [...] de poder entender qué permite que una historia, sea una buena historia [...] de conocer su anatomía, sus elementos, para captarlos, comprenderlos y manejarlos de la manera más creativa posible, en función de los objetivos trazados [...]. Depende de qué **técnicas y ejercicios de escritura** tienen oportunidad de desarrollarse, para **poder entender así, cómo sacar el máximo provecho del poder de las historias**. (Editorial GG, 2019, 1m02s)

Se plantea entonces a manera de hipótesis, que **el poder comunicativo de la imagen sumado a la capacidad que tienen las historias para generar vínculos entre personas, grupos y comunidades, constituye una combinación, con todo el potencial para permitir que los mensajes logren los propósitos deseados, al momento de ser transmitidos o intercambiados**. Todo esto, en función de **comunicar de manera asertiva ideas de proyecto de arquitectura y de diseño urbano, incluso a personas no familiarizadas con el lenguaje especializado**, con el que usualmente éstas son expresadas.

Libro > Tres horizontes / Lina Flórez y Pablo Pérez "Altair"

Examinar, observar, explorar, leer...

Flórez, L. y Pérez, P. (2021). Tres horizontes. Editorial Cohete Comics.

[Muestra de un caso de estudio]

Conceptual - Metodológica / de Diseño y Representación / Narrativa gráfica documental / Libro de no ficción / 2021

Ideas principales / Aportes / Preguntas generadas / Anotaciones

CONCLUSIONES

evidenciar y declarar, cuál podría ser el propósito fundamental por alcanzar, con la búsqueda de dichos puntos de contacto. De lo que empezó a emerger, precisamente al compartir dichas reflexiones con asesores, compañeros y otras personas del entorno, que por obvio que pudiera parecer, la tarea básica y común para todos estos, es comunicar.

Pero, comunicar con ¿qué particularidades o enfoques?, ¿para qué?, y ¿para quién?

Alí entran en juego aspectos como la misión y la visión de la Universidad, que declara que, formando profesionales de la arquitectura, procura y espera que sean éstos con su actuar, motores de cambio y transformación en la sociedad. En pos de éstos con relación a aprovechar la oportunidad del trabajo de grado, como vehículo para posibilitar la solución de problemas reales y relevantes, desde las posibilidades de la profesión y la academia. Que traído a este contexto, es oportuno referirlo a resolver problemas de concepción y de construcción, no en arquitectura, sino en educación, con el germen de la idea de investigación, conlleva a conjugarlo con la narrativa, la imagen, el diseño editorial y la expresión del dibujo a mano alzada, lo que resulta confluendo para fijar rumbo hacia las prácticas comunicativas del narrar y conversar a través de imágenes y palabras, en un proceso de aprendizaje temático y metodológico, en favor de compartir y optimizar no solo los resultados, sino también los procesos de la ideación arquitectónica.

El germen de la idea para esta investigación, antes de ser enmarcada de una manera más concreta, era simplemente una exploración de los puntos de contacto entre la expresión del dibujo a mano alzada para la representación de los proyectos de arquitectura y los lenguajes de la narrativa en general, intuyendo, que podrían efectivamente encontrarse, en el campo del diseño editorial, es decir, básicamente a través de publicaciones de papel.

Y viéndolo ahora en retrospectiva, es grato sorprenderse al caer en cuenta, que desde el inicio de este recorrido, los caminos conducen y atraen hacia campos que tal vez en el pasado tuvieron un carácter más "basado" en la arquitectura, pero que sin embargo, ahora corresponden a disciplinas que pueden ser complementarias, pero considerablemente diferentes. Esto ha permitido ampliar la mirada, en particular, para la búsqueda de relaciones transversales entre disciplinas, lo que ha permitido en cuenta, que la relación con la imagen, su discurso y el uso de su potencial comunicativo, es una práctica fundamental compartida en múltiples contextos, entre la arquitectura y el diseño gráfico, la publicidad, el periodismo visual, la narración, la educación, el arte, el ejercicio de profesiones y oficios que involucran la comunicación visual como su motor.

Reflexionar individualmente al estudiar teorías y conceptos relacionados, hizo que empezara a ser notoria la falta de un aspecto crucial, y era el de poder

Inspira también, entender que la narrativa gráfica de ficción y no ficción, al haber demostrado ser una puerta de entrada efectiva para tareas sociales tan complejas como la promoción de lectura entre públicos de diversas edades y en diferentes culturas, puede también permitir oportunidades para promover el conocimiento y la cultura arquitectónica escrita con imágenes, entre personas arquitectas y no arquitectas, buscando hacerla más visible, accesible y participativa, a la vez que puede procurar acercamientos entre ellas, desde lo profesional y lo humano.

Se considera entonces, con relación a las preguntas y objetivos de la investigación, que más que hallar respuestas cerradas y absolutas, se encuentran "caminos de frontera" entre diversas disciplinas, que inspiren y proveen vastas posibilidades para nuevas exploraciones y descubrimientos. Sin embargo, cabe hacerse la puesta en consideración de los resultados, a través de la propuesta de una serie de ejercicios editoriales, que a partir del lenguaje de la narrativa gráfica, enuncien herramientas para comunicar ideas de proyecto de arquitectura, y además sugieran algunos modos de uso que ojalá inciten la adaptación propia de muchos otros, a la vez que se constituyan en acción de prueba y prototipo de una publicación que las contiene y presenta. Dicho prototipo se estructura mediante una sistematización de posturas teóricas a manera de ensayo, complementadas con pequeñas "cápsulas" de opinión extraídas de algunas conversaciones directas e indirectas, y soportadas e instrumentalizadas gracias a referencias gráficas y metodológicas que fueron identificadas y asumidas como resultado del análisis de una selección de estudios de caso de múltiples disciplinas, y valiéndose de una categorización, que logra relacionar aspectos de la ideación y representación arquitectónica con características propias de la narración gráfica, y que se expresan a través de la práctica de un lenguaje común y accesible, incluso para personas no familiarizadas con el lenguaje arquitectónico especializado.

Dichos ejercicios, se presentan a través de una serie de productos físicos (Cartilla, postales, fanzines, además del mismo libro de grado y demás elementos gráficos para la instalación de la muestra de grado), y virtuales (presentación digital de apoyo para la ponencia de sustentación, versiones digitales de la cartilla, libro y fanzines).

Tener en cuenta que, todos los seres humanos han aprendido antes a dibujar que a escribir, y que incluso, es sabido que la humanidad inventó antes la pinta que la escritura, puede llevarnos a entender, que gracias a la proliferación actual de memes, stickers y emoticonos, parece iniciar una época en que de nuevo nos comunicamos sobre todo visualmente. Esperemos entonces, que desde la reflexión y la actuación de la arquitectura, se logre aprovechar todo el potencial de posibilidades que puede permitir, el estudio de la comunicación asertiva con imágenes.

Por parte del autor, se declara la intención, de continuar explorando y aprendiendo a través de ejercicios editoriales que ojalá conduzcan a la construcción conjunta de proyectos narrados. De **PROYECTOS CONVERSADOS**.



Director **Mg. Arq. Juan Sebastián Restrepo Aguirre**
Asesora metodológica **Mg. Arq. Angélica Viviana Sanabria Salcedo**
Docente asignatura de Investigación **Mg. Arq. Camilo Andrés Garcés Bravo**

IN
VES
TI
GA
CIÓN

TRABAJO DE GRADO

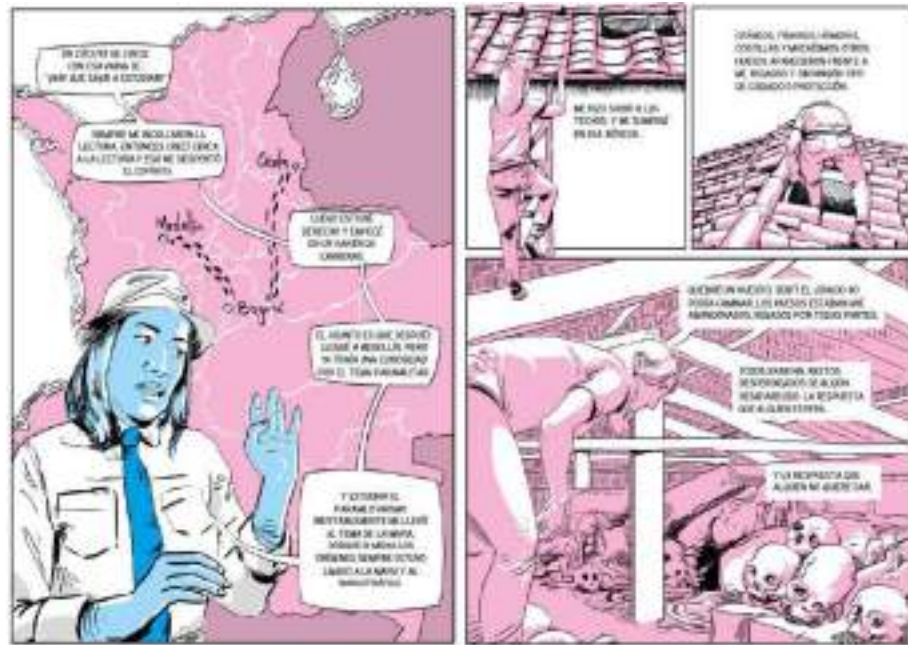


COMUNICAR IDEAS DE ARQUITECTURA A PERSONAS NO ARQUITECTAS A TRAVÉS DEL LENGUAJE DE LA NARRATIVA GRÁFICA

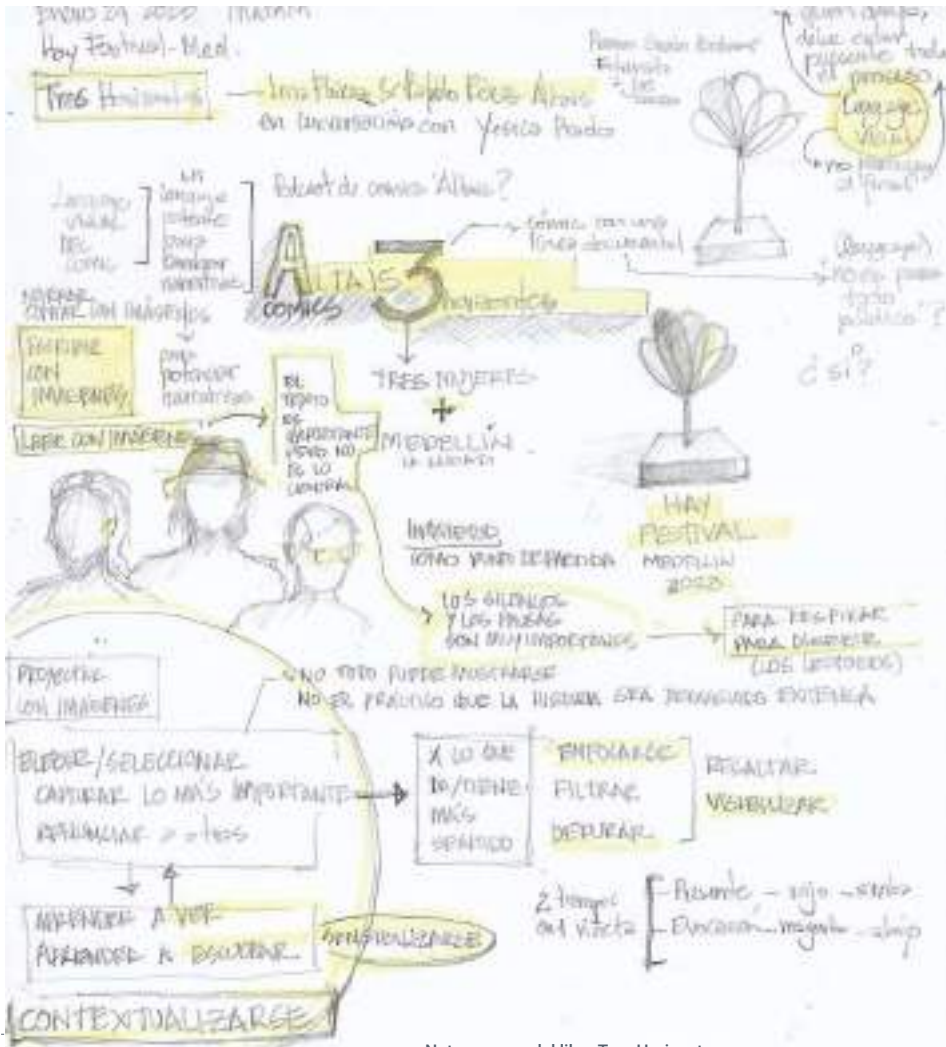
Juan David Cano Muñoz

001 Proyecto conversad

Formato: 165mm x 230mm
Materialidad: Papel ecológico y catón craft
Color: Interior a 3 tintas. Cubierta a 2 tintas
Técnicas de expresión: Dibujo a mano con contornos de tinta negra. Color y texturas aplicadas por medios digitales.
Estructura: 3 historias de vida, cada una en un capítulo. Epílogo.
Voz narrativa: Cada personaje asume la voz en su respectiva historia.



Serie de imágenes relacionadas con el libro *Tres Horizontes*.
Cubierta, páginas interiores, presentación en eventos.
Tomado de Flórez y Pérez, (2021).



Notas acerca del libro Tres Horizontes.
Dibujos y esquemas con grafito y resaltador amarillo sobre libreta de papel opalina.



Combinación de viñetas, globos de texto, textos indicativos, dibujo de personajes, espacios urbanos, imágenes generales y mapas de la ciudad de Medellín.



001 Proyecto conversación

proyectos para **NO** arquitectos