



UB Universidad de Boyacá

Revista LOGOS. Facultad de Arquitectura y Bellas Artes
Univresidad de Boyacá - Junio de 2013
Publicacion de los estudiantes de quinto semestre de Diseño Gráfico
Tunja - Boyacá - COLOMBIA
ISSN 2145-0838

EDICIÓN 16

ESTRUCTURAS - VITRINAS - PASACALLES - AVISOS - MUG - MOOPES - EUCOLES - SOLDADURAS
VALLAS - CAMPANAS CORPORATIVAS - MATERIAL P.O.P - VALLAS - PENDONES
MULTIMEDIA - COMERCIALES TV - RADIO - BRANDING
MATERIAL P.O.P - DISEÑO GRAFICO - PORTAPENDONES - BANNERS METALIZADOS - STANDS
PUBLICIDAD - DISEÑO GRAFICO - PORTAPENDONES - LIENZO GRAFICAS - MICROINYECCIONADOS - RESINADOS
AVISOS - VALLAS - PENDONES - PASACALLES - PORTAPENDONES - LUMINOSOS - LED - PASACALLES
PLOTER DE CORTE - ACRILICO - NEON - BRONCE - MADERA - VALLAS - PENDONES - TARJETAS - PASACALLES
IMPRESIÓN LASER - LOGOS - CORTE - VINILO DECORATIVO - LOGOS - CORTE - VINILO DECORATIVO - LOGOS - CARPETAS - DIPLOMAS - TARJETAS - PASACALLES



Únicos en Boyacá con
 Tecnología **EPSON GS6000**
 con Impresión de alta calidad
 de 2.800 dpi reales y 8 colores
 con tintas 100% Ecológicas.

100% Ecológico

Respaldo Mundial:



Dir. Cra. 13A No. 19 - 41 Tunja - Boyacá/ Telefax: (098) 744 10 88
 Cel: 312 431 6536 - 321 2076059 - 312 3695129 / E-MAIL: dpitunja@gmail.com



UNIVERSIDAD DE BOYACÁ

Rectora

Dra. Rosita Cuervo Payeras

Decana

Facultad de Arquitectura y Bellas Artes

Arq. María Leonor Mesa Cordero

Dirección General

D.G Ana Milena Castro Fernández

Directora de Edición N° 16

D.G Martha Estela Chacón Chacón

COMITÉ EDITORIAL

Dirección de Arte

Ana María Malagón

Coordinador Editorial

Carolina Solórzano

Logística

Milena Jiménez

Área Comercial

María Alejandra Olano

Daniela Bernal

Diseño de portada

Bairon Noel Puentes

Diseño de Sumario

Ana María Malagón

Sergio Naizaque

EQUIPO DE TRABAJO

Ana María Malagón

Andrea López Pulido

Andrés Leonardo Peña

Bairon Noel Puentes

Camilo Andrés Bautista

Cristian González Cepeda

Daniela Bernal

David Leonardo Borda

Diana Lizeth Becerra

Iris Milena Jiménez Acuña

Iván David Castañeda

Lilia Carolina Solórzano

Luisa Fernanda Mesa

María Alejandra Olano

Mayra Liliana Piraquive

Mónica Ortiz Sandoval

Natalia Andrea Garzón

Óscar Danilo García

Sara Ibeth Castro

Sergio Antonio Naizaque

[EDITORIAL] 4

[TODO ENTRA
POR LOS OJOS] 6

[FUNCIÓN, HISTORIA Y LEGADO] 10

[MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
BOYACENSES LA VISIBILIZACION LES ESPERA] 12

[LA OBSERVACIÓN, LA FASE DE UN BUEN DISEÑO] 14

[MAPPING] 16

[DISEÑO SUSTENTABLE] 18

[DISEÑO GRÁFICO EN LA PUBLICIDAD] 20

[UN PEQUEÑO ARTÍCULO DE OPINIÓN] 22

[LAS DOS CARAS DEL DISEÑO] 24

[SENSUALIDAD EN LA FOTOGRAFÍA] 26

[EL DISEÑO VISTO DESDE OTROS OJOS] 28

[ILUSTRACIÓN] 30

[CREACIÓN DE PERSONAJES EN INTERNET] 32

[¿SI NOS APROPIAMOS DE LO NUESTRO?] 34

[EL DISEÑO DE LA CALLE] 38

[PENSANDO EN DISEÑO] 36

[EL PRECIO DEL DISEÑO] 40

[IMPORTANCIA DEL DISEÑO] 42



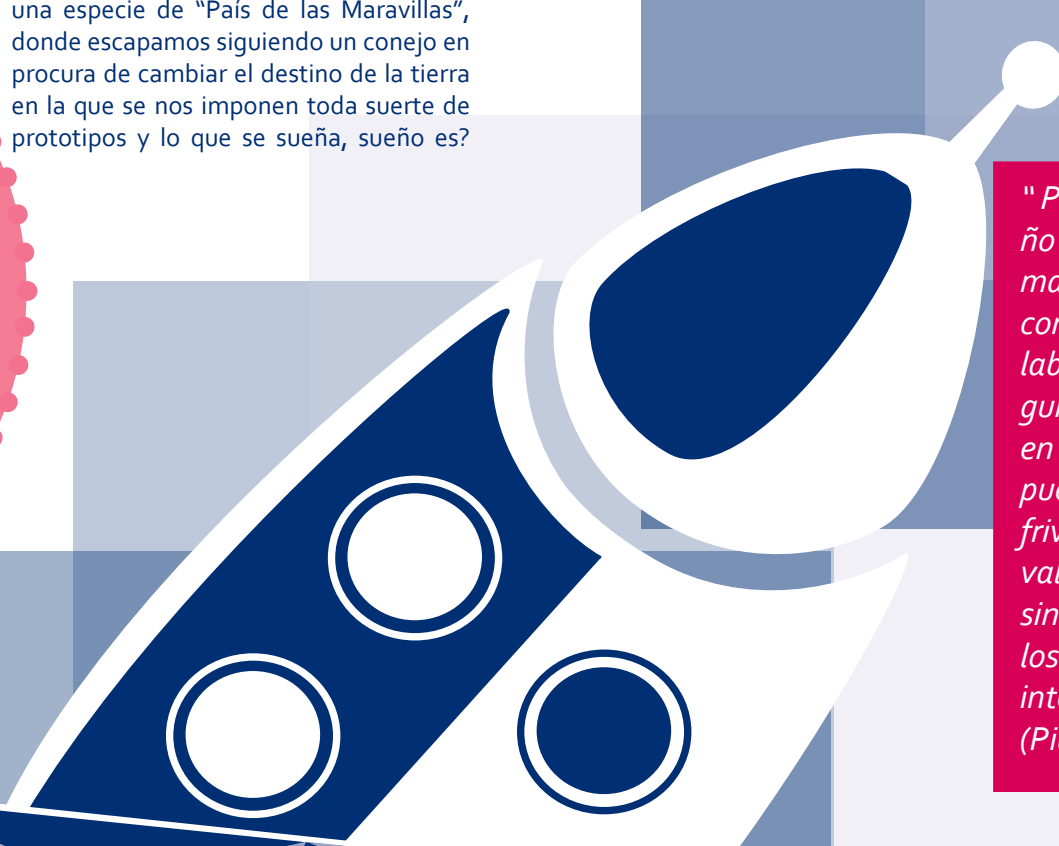
ENVÍA UN COHETE A LA LUNA

Lo complejo del diseño parece encontrarse en la posibilidad única de entablar un diálogo con equis cantidad de personas sin emitir el más mínimo sonido. De allí en adelante, todo en el diseño es una paradoja: la paradoja se define, como la figura retórica donde la coexistencia de dos ideas que aparentemente parecen imposibles de concordar, se logra; y su función esencial es invitar a la reflexión.

Entonces, ¿será el diseño una paradoja, una especie de "País de las Maravillas", donde escapamos siguiendo un conejo en procura de cambiar el destino de la tierra en la que se nos imponen toda suerte de prototipos y lo que se sueña, sueño es?

Valgan estas notas, al parecer sueltas, para hacer la invitación anunciada al principio, una invitación al sano oficio de reflexionar. Reflexionar sobre el por qué de tanto trabajo al hacer diseño, cuando si bien leí hace poco, no recuerdo donde "*no se trata de enviar un cohete a la luna*"; si al sacar las cuentas finales, no solo los diseñadores (que nacen buenos) sino también la sociedad que los corrompe, han olvidado su historia y prefieren no pensar en su futuro.

Por:
D.G. Ana Milena Castro Fernández
Directora Programa Diseño Gráfico
Facultad de Arquitectura y Bellas Artes
Universidad de Boyacá



"Por eso, identificar al diseño sólo con algunas de sus manifestaciones formales o confundirlo sin más con ma-labazarismos estéticos —seguramente necesarios, pero en otro orden de cosas— es, pues, un prejuicio o una frivolidad. El diseño no es un valor superficial y aleatorio, sino una disciplina inserta en los procesos productivos y de intercambio"
(Pibernat, 1986:1)²¹

Para que desgastarse tanto en “pretensiones diseñísticas salvadoras del mundo”, cuando esta profesión nuestra cuenta con cientos de respuestas ya predeterminadas, licenciadas y lo que puede resultar peor, pontificadas desde las aulas mismas en las que tanto se promueve el libre albedrío creativo.

¿Para qué entonces, intentar vanamente, consolidar en un grupo de estudiantes, futuros profesionales del diseño, una conciencia, un “yo social” que anteponga a sus propios intereses, lo benéfico para el colectivo que le aguarda? ¿Para qué intentar, pensar, evaluar, criticar o para qué entrar en polémicas con el mundo, si todo lo que debemos hacer es aceptar humildes la voluntad de clientes e imposiciones de carácter laboral?

¿Es realmente importante conocer tantas posibilidades que la tecnología nos ofrece hoy, si no tenemos ni siquiera la más mínima intención de cuestionar a la misma, y simplemente nos hemos convertido en una extensión con carne de los códigos?

Para volver sobre lo paradójico, ¿existe en nuestra configuración de diseñador alguna aplicación que nos permita atrevernos a despojarnos de ese vestido frívolo con el que la sociedad inconscientemente nos disfrazó por considerarnos agentes embellecedores de mensajes sin sentido? Acaso, ¿no llegó ya la hora de correr tras ese conejo y enfrentar con argumentos y con propuestas de valor las cuestiones de lo meramente comercial?

“El diseño gráfico no es un simple artificio estético, resultado de una operación técnica o de la inspiración divina del diseñador. Lejos de esta visión romántica y poco profesional, el diseño gráfico se inscribe en el ámbito de la programación estratégica de la comunicación.”²

¿Existe en nuestra configuración de diseñador alguna aplicación que nos permita atrevernos a despojarnos de ese vestido frívolo con el que la sociedad inconscientemente nos disfrazó por considerarnos agentes embellecedores de mensajes sin sentido?

Muchos dentro de las esferas productivas sociales, critican al diseñador o a su ejercicio, basados en simples cuestiones de gusto. Pero al parecer, es el mismo diseñador quien olvidó que era la luna el destino del cohete de sus propuestas y se limitó a atravesar el jardín con ellas, olvidó tomar postura, olvidó la fascinante sensación de lo riesgoso. Al parecer, está muy lejos esa versión de diseñador que soluciona problemas de comunicación de manera bella por lo eficiente de sus recursos, todo por una mal entendida percepción de la eficiencia o una errada definición del objetivo del cohete.

Queremos más cohetes alunizando, más propuestas, más gente pensando en la gente y más diseñadores pensando en el diseño para la gente. Diseñando con conciencia de su contexto de su propia latinoamericanidad, de las madres cabeza de hogar, de los niños, de quienes desconocen el inmenso placer de la lectura. Más

gente diseñando para enseñar y menos vendedores de cigarrillos. Queremos, necesitamos infinitamente, más diseñadores buenos que se arriesguen a transformar realidades dudosas; que sepan hacer entender aquellas cosas que ni la represión o el adoctrinamiento han logrado. Queremos más diseñadores enamorados de las posibilidades del diseño y si es posible, que nadie ose llamarse diseñador si no cuenta con los recursos suficientes para dejar en claro, que su ejercicio va mucho más allá de lo decorativo y se adentra con suficiencia en el terreno de los problemas, proporcionando soluciones íntegras e innovadoras.

“Si bien el diseño no es la panacea, como dicen algunos críticos, el diseño es lo que enlaza la creatividad con la innovación y han sido estos elementos junto con el conocimiento la palanca de desarrollo de la humanidad. ¿Qué haríamos sin la creatividad, qué haríamos sin diseño, qué haríamos sin innovar, que es evolucionar?”³

¹ Citado por Paco Calles en <http://foroalfa.org/articulos/notas-incomodassobre-la-ensenanza-del-diseño>

² Paco Calles en <http://foroalfa.org/articulos/notas-incomodas-sobre-la-ensenanza-del-diseño>

³ Julio Frías en <http://foroalfa.org/articulos/las-politicas-del-diseño-en-latinoamerica>

TODO

ENTRA POR LOS

OJOS

El diseño gráfico, busca mejorar el entorno del individuo, brindando bienestar visual y materializando

mensajes en formas de fácil lectura y de gran poder estético. Una buena publicidad y diseño puede alterar el comportamiento de una sociedad entera; los convence que con la adquisición de un producto su vida puede ser mejor y más bonita.

Esta es la misión que los diseñadores gráficos tenemos, saber llegar al espectador sabiendo vender una idea, por medio de gráficas e ilustraciones.

A pesar de que Boyacá es un departamento pequeño y que sus ciudades han tenido una evolución demasiado lenta, con el pasar del tiempo el diseño gráfico se ha venido implantando de una manera rápida, y que sin darnos cuenta siempre ha estado presente en nuestro entorno.

En el mundo del diseño hace parte tanto la imagen como el arte. Para mí el arte es una de las partes más importantes y fundamentales del diseño. Es

el medio de expresión realizado por el ser humano con una finalidad estética o comunicativa, mediante la cual se logran expresar ideas, emociones o, en general,

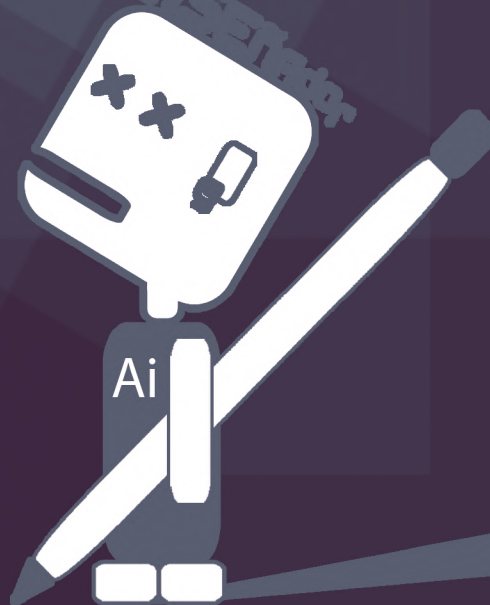
una visión del mundo, mediante diversos recursos como los plásticos, lingüísticos, etc. Cuando vamos caminando y observamos a nuestro alrededor, nos damos cuenta de que todo lo que nos rodea está complementado por imágenes y por gráficas, también nos encontramos con arte urbano como lo es el grafiti que para muchos es considerado como

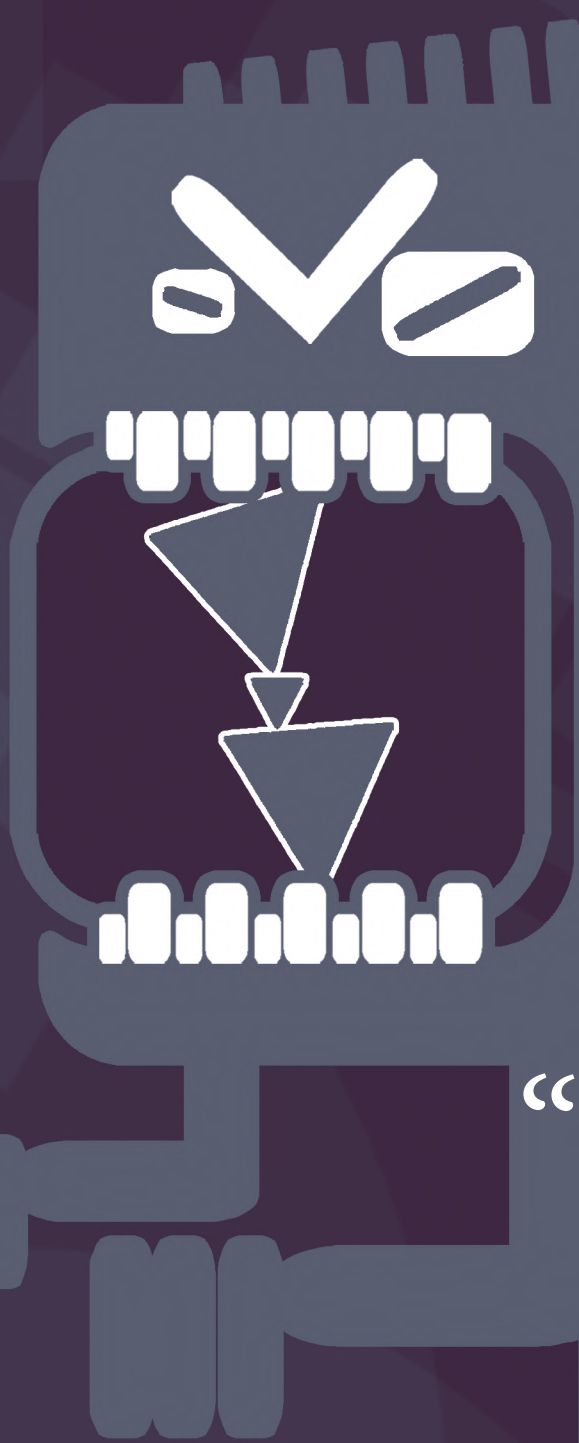
lo que nos quiere decir, los grafiti los encontramos en los puentes, en las paredes, en las calles, etc.

El diseño gráfico por medio de las imágenes ayuda a dar respuestas y a entender un cien por ciento algunas situaciones cotidianas, como lo son las señales de tránsito, aunque muchos no lo crean estas son parte del mundo del diseño gráfico. El diseño en Boyacá viene desarrollándose desde muchos siglos atrás, desde cuando los indígenas manifestaron el arte precolombino por medio de

jeroglíficos: que eran inscripciones realizadas en las piedras o en las laderas, también las pinturas rupestres: que consisten en inscripciones pintadas en las rocas, y por último los petroglifos: que consisten en inscripciones labradas en piedra. Además de dejarnos este legado, que es bello y que es lo más importante que tenemos como parte de nuestra cultura, también nos dejaron esculturas, que hacen parte del mundo del diseño gráfico; y que con este gran legado existen museos, donde podemos encontrar y enamorarnos de muchas cosas.

“Todo entra por los ojos”, la publicidad, las imágenes de las empresas, la señalización, los símbolos, y todos ellos hacen parte del gran mundo del diseño gráfico.”





Si seguimos caminando por nuestra ciudad en las iglesias también podemos encontrar diseño gráfico, aunque no parezca cierto es verdad, todo este arte mudéjar, al hacerle un estudio semiológico nos podemos dar cuenta que en él hay mucho diseño gráfico, los símbolos, retomando a las pinturas de los indígenas los estilos utilizados, aportan a esta linda carrera. La publicidad en las calles, como lo son las vallas, los carteles, material p.o.p, etc., son parte del diseño gráfico, las identidades de las empresas, imagen corporativa, logotipos, es lo que realmente vende lo que hace que exista comercio que la gente se convenza de comprar y vender el buen uso del color, de las imágenes de las gráficas.

Siendo la ilustración una imagen un dibujo, que adorna, un documento o libro también es un elemento importante del diseño gráfico, ya que muchos comunicadores visuales se dedican a ilustrar. El uso de la ilustración ha sido básicamente el de la publicidad, prestándose a hacer anuncios de cualquier tipo de producto, a deco-

rar la portada de un libro, un cómic, de un juego de ordenador, o a hacer aparecer la imagen descrita en un libro de cuentos. Es simple de entender, el diseño gráfico está en todas partes en

“ **El diseño gráfico hace parte de la sociedad, de nuestro contexto y de nuestra realidad.** ”

nuestro diario vivir, en las calles, el libros, en nuestros computadores, en las revistas, en los periódicos, en las pastelerías, panaderías, en los centros comerciales y puedo seguir escribiendo y escribiendo, seguir nombrando y no terminar. Aunque para muchos el diseño gráfico sea una carrera que no es competitiva, ya podemos darnos cuenta que sí, es una carrera nueva, importante, deliciosa de estudiar, aprender, es competitiva y real.

Ilustración: Sergio Naizaque
Diagramación: David Borda

Cumplimos con los deberes y siempre vamos a estar anhelando algún suceso que cambie nuestras vidas. Siempre nos estamos quejando de algo, y como diseñadores no nos damos cuenta (del visionario y) papel tan importante que jugamos en nuestra sociedad. El diseño empieza cuando suena el despertador y nos encontramos con innumerables identificadores en nuestra habitación, afiches ilustrativos, el manejo del espacio, el color de la mañana, y un televisor que nos está vendiendo día y noche.

La hora de la ducha es el espacio que tenemos para reflexionar, sin contar también que el baño cuenta gran cantidad de diseño donde se crea y muestra la comunicación visual que cumple con nuestras necesidades.

Después generalmente desayunamos, si es que lo hacemos porque el tiempo no alcanza y debemos estar a tiempo o cumplir con algún trabajo, pero a la hora del desayuno nos encontramos con gran variedad de empaques, color, composición, etc. Por lo menos es el momento necesario que debemos tener diariamente para estar activos.

El momento de partir de la casa, es el momento en donde más chocamos y abrimos nuestra mente a nuevas creaciones, tomamos algún medio de transporte para dirigirnos a nuestro lugar de origen o si es muy cerca optamos por caminar. En ese transcurso nos damos cuenta como la vida social actúa a través de la imagen, pues estamos rodeados de cantidad de publicidad, armonía, dibujos, creaciones, imaginación, tipografía, imagen, composición, texturas, colores, que de una u otra forma cambian nuestra vida.

Ilustración: Sergio Naizaque
Diagramación: David Borda



Cada mañana, despertamos con un pensamiento de la vida, aparentemente seguimos una rutina monótona, suplimos nuestras necesidades y cumplimos nuestros objetivos, posiblemente vamos a estudiar, trabajar, pero nunca estamos lo suficientemente felices con lo que hacemos.

EL

DES

DISEÑO

Cuando llegamos, nos encerramos en un establecimiento, encontrando las mismas personas que viste el día anterior, deseando que el día pase rápido y poder llegar a descansar o cumplir alguna cita previamente planeada. Lo que no nos damos cuenta es que en este lugar posiblemente es donde estemos aprendiendo o cumpliendo las labores de nuestra vida. La importancia del ser profesional se compone en este lugar, y si es de alguna u otra manera "aburrido" lo remediamos con los frutos de nuestro esfuerzo, los resultados positivos porque es aquí en donde diariamente aprendemos o trabajamos en lo que queremos ser en nuestra vida.

Este instante es el más largo de la jornada, aquí enriquecemos los conocimientos y contamos con numerosos profesionales que tienen un visionario más amplio y mayor conocimiento, aquí mismo vemos como el papel del diseñador juega en nuestro contexto, por ejemplo el transferir ese conocimiento.

Este papel que nos otorgan es bastante importante puesto que el diseño actual se encarga de comunicar, nosotros somos comunicadores visuales, damos respuestas, cumplimos propósitos, creamos una opinión pública y satisfacemos a el usuario.

Siguiendo así, llega el momento de terminar la jornada en el lugar de estudio, este momento quizás es el más alegre de todo el día pero estamos tan agotados que sólo queremos llegar a descansar y no pensar en nada más sino en dormir. Así mismo tomamos el mismo medio de transporte o el mismo camino y nos encontramos con soluciones visuales.

“**Cenamos, hablamos, y seguimos trabajando, todo bajo la misma palabra: Diseño , sabiendo que todo lo que está a nuestro alrededor tiene que ver con el diseño.**”

Llega el tiempo de acostarnos a dormir, de poner la mente en blanco, de unificar conocimientos, de descansar previamente para el día siguiente y es el momento más corto de todo el día. Cuando menos nos damos cuenta ya está sonando de nuevo el despertador.

En este día rutinario de estudio o de trabajo nos damos cuenta como la importancia del diseño en nuestro contexto es bastante notoria, así mismo en nuestro departamento contamos con muchos diseñadores gráficos que están dando su "granito de arena" a la sociedad y entre todos estamos agrandando este grupo de profesionales que cada vez más cumple con objetivos y hace que nuestro departamento y porque no decir, nuestro país, comunique a través de la imagen.

Artículo: Andrea López

DE
QUE
DESPIERTAMOS

Función, historia y legado

Carolina Solorzano.

Al empezar a escribir este artículo me di cuenta que día a día como estudiantes, asistimos a clase, compartimos espacio con diversas personas, aprendemos cosas nuevas a diario o vamos a lo que llaman popularmente a "calentar puesto", y después de tanto tiempo si nos preguntan ¿Para qué sirve el diseño en nuestro contexto?, tal vez se dificulta un poco responder por qué a veces no nos cuestionamos aquello o lo sabemos de forma inconsciente y no encontramos las palabras para expresarlo...

Así pues, decidí ir al navegador y buscar en la web qué es el diseño gráfico, la mayoría de definiciones en suma dicen que éste es una profesión, una disciplina que busca crear y transmitir un mensaje visual de forma efectiva, reuniendo diversos elementos estilísticos, tipográficos, informativos, gráficos, entre otros. Así, el diseño gráfico se presenta en el campo publicitario, editorial, corporativo, señalético, entre otros, donde la necesidad de la imagen se hace más que evidente y la función del diseñador de igual forma. Entonces a partir de la definición del diseño gráfico me atrevería a decir que éste sirve para idealizar, moldear y crear un mensaje visual con determinado

fin, buscando que llegue de una forma efectiva al público. Pero entonces si nos vamos a la historia, el diseño gráfico en Colombia empieza a comienzos del siglo XX, con la diagramación del periódico ilustrado, éste se destacó por el uso de la tipografía y fue el primer periódico gráfico en el país, de igual forma implementó la imagen cotidiana, que para este tiempo eran grabados. Para este tiempo surgen algunas de las primeras tipografías e imprentas, entre ellas se destaca Carvajal y Cía., entre algunos de sus trabajos se encuentran:

fundación del diario El Día, por medio del cual impulsan su imprenta, mostrándola como un servicio a nivel nacional, fundaron la editorial Norma en 1960, imprimieron el primer directorio de Bogotá y de Latinoamérica, entre muchos otros aportes que han generado la familia Carvajal y sus descendientes, hoy en día poseen diferentes compañías y empresas de impresión, así como los aportes que le han dado a la sociedad, entre los cuales la creación de una fundación que tiene como fin trabajar por el desarrollo y la transformación social de los sectores más pobres de la región. Así mismo, se realiza el primer concurso de portadas para la revista Lectura y Arte, se edita la revista semanal El Gráfico, la cual ofreció la publicación de avisos gratuitos para las diferentes empresas. En 1911 se funda el diario El Tiempo, el diario el colombiano, los cuales hoy en día se siguen circulando y en 1916 se funda la revista Cromos, la cual empezó utilizando en su portada pinturas de artistas nacionales e internacionales.

"El diseño ha servido para la creación e impresión de diferentes diarios que nos permiten tener la información en nuestras manos, así mismo el diseño ha permitido que el campo editorial avance en la manera técnica y tecnológica"

En los 30's se diseñan los logos de la Compañía Nacional de Chocolates, Coltejer y Fabricato, se funda las revistas pan y se diseñan las revistas "rin rin" y la revista de las indias, destacadas por la ilustración presentada en ellas. En la década de los 40's se destacan la creación del departamento de creación de Bavaria. S.A, se fundó la revista semana, sus portadas eran diseñadas a partir de la caricatura. En los años 50's se funda la revista Lámpara, la cual empezó con grandes artistas y escultores del país. Se utiliza y aplica la caricatura como elemento esencial para la publicidad, así como se imprimen los primeros diarios a color. Así mismo en 1959 se crea y se empieza a implementar como una marca reconocida del país la imagen de Juan Valdez, a pesar de no haber sido diseñada dentro del país.



Observamos que la necesidad de transmitir mensajes visuales ha permitido que el arte y el color se apliquen en esta disciplina, permitiendo así, que éstos dejen de ser una necesidad para convertirse en una pasión y gusto de ver a diario y utilizarse como un elemento esencial que llena de vida al diseño. De igual forma, a través de la creación de imágenes corporativas, ha aportado una imagen no solo a determinado producto sino que también al país entero, reconociendo nuestras marcas a nivel internacional, con un legado histórico y cultural. Así mismo, vemos que el diseño ha permitido que a través de la tipografía y la imagen, se le brinde a las diferentes compañías la oportunidad de vender y anunciar sus productos. Retomando la historia, en 1962 se crea la primera agencia de diseño que separa los lazos directos con la publicidad, Dicken Castro y Cía., cabe agregar que este diseñador es hoy en día uno de los más reconocidos del país a nivel nacional e internacional.

Seguidamente, en 1963 al país regresa el primer graduado en Diseño Gráfico, fundó el primer programa de diseño gráfico en Colombia, en la universidad Jorge Tadeo Lozano en 1967, fue profesor de algunas universidades fuera del país y publica destacados textos acerca del diseño, vale aclarar que este personaje fue David Consuegra. En 1969 se da inicio al programa de Diseño Gráfico en la Universidad Nacional, seguido se organiza la primera exposición de Artes Gráficas en el país, seguidamente se presentan los ganadores de diferentes concursos en el ámbito del diseño a nivel nacional e internacional, la creación de diferentes identificadores visuales de grandes corporaciones que representan al país y otras empresas que conservan hoy en día sus "logotipos" debido al impacto que tienen desde aquella época, cabe agregar que entre los artistas destacados se encuentran: Benjamín Villegas, Carlos Duque, Carlos Rojas, Gustavo Pardo, Antonio Grass, Marta Granados, entre muchos otros. Así, a partir de esta década el diseño toma su mayor auge, con la llegada de Apple Macintosh, cambia la forma de hacer diseño y poco a poco ha surgido y se ha destacado no solo en el medio impreso sino también en el digital.

"El diseño gráfico nos ha servido como un legado cultural e histórico, que más allá de dejarnos sólo recuerdos impresos, nos ha dejado gran número de premios, reconocimientos y una imagen a nivel internacional"

Como nos damos cuenta el diseño gráfico no solo ha aportado avances al mundo gráfico e impreso, ha generado conocimiento y trabajo, ha permitido la creación de grandes compañías y su reconocimiento a través de la historia por medio de la imagen, ha permitido que grandes artistas lucharan por posicionar el diseño gráfico en el país, rompiendo las fronteras y mostrando al mundo el diseño gráfico en Colombia. Del mismo modo, el diseño es base para la innovación tecnológica, por la misma razón que el diseño rompió las barreras del trabajo análogo y dio un paso para ir de la mano con la tecnología. Opte por buscar la historia del diseño gráfico en Colombia, ya que antes de respondernos para qué sirve esta profesión, deberíamos preguntarnos para qué sirvió hace años y cuáles han sido los aportes que nos han dejado hasta hoy.

Si a través de este artículo, no he mostrado en gran parte cómo el diseño ha servido para cambios positivos y su gran impacto a través de la historia para el país, sólo me queda decir que los grandes diseñadores de los años 60's no hubiesen luchado para posicionar el diseño en el país y haber obtenido un sinnúmero de premios si no supieran de la gran importancia del diseño y sus aportes. Y nosotros como la nueva y futura generación de diseñadores, debemos mantener el legado que nos han dejado nuestros antecesores, y buscar la forma de mejorarlo, innovarlo y mostrarle a quienes aún no conocen la importancia de esta profesión.



Diagramado por: ANDREA LÓPEZ PULIDO
Ilustración: ANDREA LÓPEZ PULIDO

MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS BOYACENSES LA VISIBILIZACIÓN LES ESPERA

“ Nuestros micro y pequeños empresarios, reconocidos por su capacidad de trabajo y hasta de innovación, no invierten en el estudio, diseño y posicionamiento de sus marcas de bienes o servicios, tal vez por falta de recursos o por no tener una información y asesoría profesionales que les permitan ver y aprovechar la importancia de este aspecto, en un mundo tan conectado y globalizado. ”

No es fácil encontrar en nuestro departamento que empresas de menor tamaño, tales como las micro y pequeñas, tengan en sus planes el de diseñar, manejar, visibilizar y compartir algo que en otras latitudes se considera como de primer orden: el manejo de marca y de imagen.

Los Micro y Pequeños empresarios boyacenses han seguido en muchas veces las líneas impuestas por sus antecesores empresarios y/o por los fundadores de las empresas, quienes no consideraban importante “gastar” en el desarrollo de una buena imagen, tanto a nivel conceptual, como a nivel de diseño, comunicación y posicionamiento, pensando quizá que primero es la parte del desarrollo del bien o servicio y los costos meramente administrativos, que una etiqueta, un trazo, un logo, un signo, una señal distintiva o una frase diferenciadora y, mucho menos, pensar en que todo esto es susceptible de un manejo marcario y su correspondiente registro, realizado por personas conocedoras y profesionales en los temas referidos.

Quienes se han “aventurado” en este propósito, han visto resultados positivos, logrando penetrar mercados nacionales y hasta internacionales, pues saben que no solamente se debe trabajar en desarrollar un buen producto o servicio, sino en presentarlo de manera positiva, audaz, creativa, innovadora, pertinente, logrando una diferencia con la competencia, un fortalecimiento institucional y un mejor reconocimiento en el mercado.

Diseño: Bairon Noel Puentes

Artículo: María Alejandra Olano

¿Cómo podemos entender la Identidad Corporativa?

Algo básico la definiría como un conjunto de valores y atributos que toda empresa o cualquier individuo posee, como sería a través de elementos de su personalidad, su razón de ser, el mismo espíritu, la visión y misión que tenga o que defina, así como la imagen que quiera o pretenda reflejar.

De esta manera, la empresa a través de la personalidad, se identifica y diferencia de las demás, colocándose frente a sí misma y ante los ojos ajenos como una entidad diferente, con normas, elementos, componentes, cultura, proyectos y sueños propios.

Las empresas y las instituciones en general, así como las personas físicas, así no pretendan comunicar permanentemente un mensaje, lo están emitiendo a su público objetivo y a su entorno a través de un componente permanente, como lo es la imagen que han diseñado, de sus valores y del enfoque que den a su quehacer.

La imagen visual resulta ser uno de esos elementos clave y prioritarios que más utilizan las organizaciones, sean comerciales o estatales para transmitir y manifestar su identidad, su responsabilidad social y ambiental, así como el compromiso estatutario y reglamentario, mostrándola al público.

El peso de las Mipymes en Boyacá

Es indudable que en el departamento de Boyacá, las Mipymes se han venido constituyendo en una fuerza productiva en ascenso, encontrando su constitución y conformación en los diferentes sectores económicos e institucionales, tales como el agropecuario, comercial, minero, ambiental, forestal, industrial y de servicios (turismo, software, logística), entre otros, pasando en la actualidad a un 90% de la masa empresarial boyacense, generando el 65% del empleo productivo, de acuerdo al Plan Regional de Competitividad.

Las Mipymes del departamento no han podido trascender a nivel nacional en sus respectivos sectores (salvo algunos casos de excepción) debido a la poca innovación en sus procesos, el bajo uso de la investigación y el poco acceso a las TIC. Lo anterior, sumado al poco uso de herramientas gerenciales apropiadas y el no tener claro el manejo de la imagen corporativa, hacen que la masa de Mipymes boyacenses sea poco competitiva a nivel nacional e internacional.

El manejo de imagen Corporativa, una herramienta necesaria y urgente

Sin entrar a referir el manejo de imagen de entidades públicas, caso los entes territoriales (Departamento, Municipios) y empresas estatales, por cuanto es difícil hacer un seguimiento, se puede brevemente y como contexto manifestar que el manejo de imagen en este sector es disperso, no contundente, poco técnico y esporádico, puesto que obedece más a visiones personales y hasta políticas de quien gobierna, que a un trabajo técnico y sostenible que trascienda gobiernos y administraciones, convirtiéndose en un gasto, más que en una inversión.

Con respecto a las Mipymes, se debe tener presente situaciones y elementos tales como, la propia entidad, la empresa, su filosofía y visión, la que debe abrirse por sí sola el mercado y no tener que perseguirlo.

Igualmente definir y tener claro el nivel de costumbre o adaptación de la identidad, de acuerdo al entorno y a su público objetivo, así como lo que persigue y pretende mostrar y proyectar. Si bien el producto o el servicio, por sí mismo, ya aporta una información, es necesario hacerlo más atractivo visualmente con el fin de que se persiva en toda su dimensión y alcance.

Por lo tanto, la consecución de la imagen se traslada equivocadamente al producto, poniéndole todo el peso a éste, como si fuera una entidad autónoma, cargándole todo el peso sin ayudarle con otros elementos institucionales y corporativos.

“Ante un mercado cada vez más competitivo disponer de una imagen ya no es una opción ni mucho menos un lujo del que se pueda prescindir, al día de hoy la imagen de la empresa es crucial tanto para el desarrollo como para la supervivencia de una empresa, establecimiento, institución o simplemente de un negocio.”

De un rápido intercambio de opiniones, se puede decir que un alto porcentaje de las decisiones que realiza un cliente se basa en la imagen, es decir que compra por los ojos.

Mucho se podría exponer sobre cuál es el objetivo de la imagen de una empresa, pero no me detengo en ello, pues es parte de una investigación, la cual tiene por finalidad establecer el nivel de manejo de imagen que se da en las Mipymes de una determinada región del departamento, así como la percepción que tienen los emprendedores y los empresarios sobre este aspecto, la utilización de profesionales del diseño, la publicidad y la comunicación en este proceso.

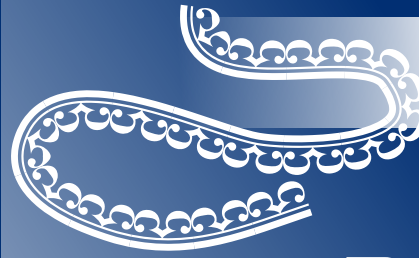
Si lo ven o no como una forma de proyectar profesionalidad empresarial, transmitir confianza a sus clientes potenciales y conseguir ser más competitivas, será parte de un estudio y análisis para los actuales diseñadores y otros profesionales afines y complementarias, así como para los actuales y los potenciales estudiantes.

LA OBSER

LA FASE

DE

BUEN



En nuestro entorno educativo hemos escuchado muchas veces la palabra observación y su verbo observar, pero ¿porqué es tan importante este término en el diseño? Simplemente observación hace referencia inicial al ojo, es el sentido de la visión al que nos referimos, tal vez el de mayor importancia vital para el ser humano.

Sin embargo como diseñadores este término va más allá del concepto ver, es decir, recibir información externa a través del sentido de la vista. Me refiero, a que la observación es parte de los dominios que establecen relación con los sentidos y de los procesos perceptuales, podemos decir que la observación establece relación con darse cuenta, al integrar información mental y realidad, lo cual nos lleva a procesar, entender, y adquirir una nueva percepción de algo.

// **AUNQUE
LOS FENÓMENOS
CULTURALES
MARCAN NUESTRA
FORMA DE INTERPRETAR,
LA OBSERVACIÓN DEPENDE DE
QUIÉN LA HACE.** //



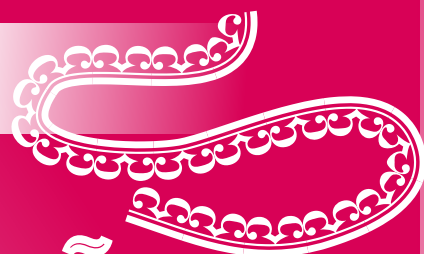
Observar es más que ver, más que mirar, es principalmente el proceso mediante el cual nace la idea y se forma en nuestro cerebro. La observación, por lo tanto, no solamente proviene del sentido de la vista, sino de todos los sentidos que son, en realidad, los órganos a través de los cuales los seres humanos nos relacionamos con el mundo exterior. Desde que nacimos hemos adoptado un grupo de signos y elementos que nos han ayudado a crear en nuestro cerebro un modelo de comunicación eficaz que representa nuestra realidad.

Aunque los fenómenos culturales marcan nuestra forma de interpretar, la observación depende de quien la hace. Trabajamos para la sociedad creando soluciones visibles que muestren con claridad el propósito por el cual es creado

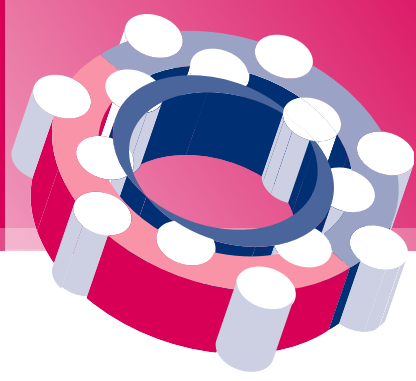
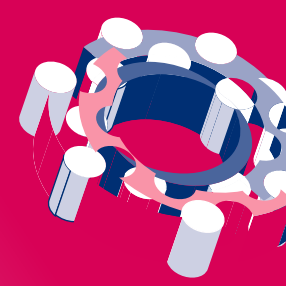
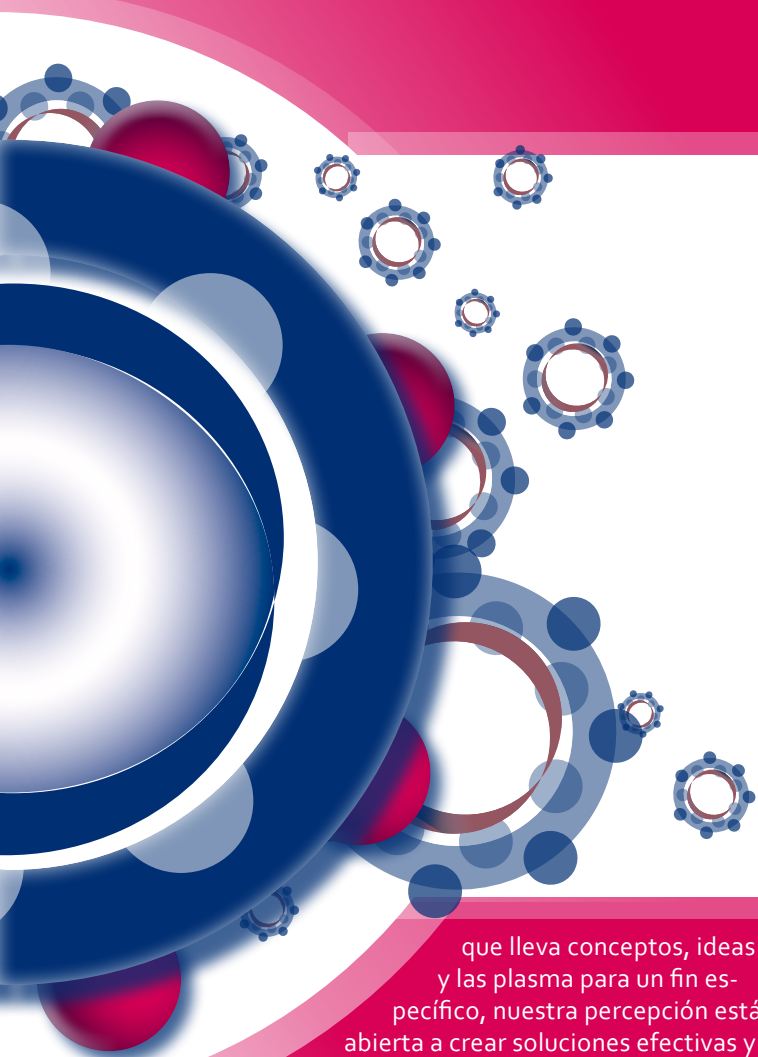
el diseño. Por esta razón debemos tener muy claro que nuestra profesión va mas alla de hacer cosas por hacer si no que debe ser un diseño con sentido y proyección.

Al enfrentarnos como profesionales a esta sociedad nuestra percepción cambia, ya que nuestro pensamiento está obligado a recoger información, procesar, relacionar, interpretar, y finalmente comunicar visualmente lo que se ha estudiado.

Actualmente estamos en el momento del diseño donde la sociedad nos impulsa a crear soluciones visibles y entendibles para un público determinado, somos una generación nueva



DISEÑO



DIAGRAMADO POR: ÓSCAR GARCÍA
ESCRITO POR: SERGIO NAIZAQUE



Tal vez nos preguntemos ¿cómo puedo enriquecer mi intelecto visual? Sencillamente la solución está a nuestro alcance y hace parte de nuestro diario vivir.

Estas son algunas formas en las cuales como diseñadores podemos analizar y comprender de forma clara lo que queremos saber:

que lleva conceptos, ideas y las plasma para un fin específico, nuestra percepción está abierta a crear soluciones efectivas y generar nuevas formas de aprendizaje.

La esencia del diseño es sentir pasión por lo que hacemos, no solamente es saber observar sino también es activar todos nuestros sentidos para que trabajen en un solo sentir, son los colores, las texturas, la sensibilidad y el conocimiento los que nos forman como diseñadores. Todo lo que nos rodea es observable, y todo lo que vemos amplía nuestros conocimientos con los cuales podemos abordar un proyecto de diseño.

Los apuntes, los mapas conceptuales, las fotografías, los croquis y esquemas, los videos, las entrevistas, las conversaciones, la observación de campo, las encuestas, bitácora, estudios en la Web, etc., son el tipo de instrumentos que utilizamos los diseñadores para registrar y analizar la información.

Nunca olvidemos que para el diseñador el acto de observar es una actividad fundamental. La observación se refiere a, percibir y darse cuenta; es decir, aislar y generar un conocimiento previo antes de entrar en el acto de diseñar.

Crea, innova, propone, y recuerda que tú generas grandes ideas en tu mente, no dejes que una idea excelente se pierda a la hora de llevarla a cabo y fomentemos el diseño con pasión.



“Nuestra sociedad evidentemente necesita un cambio, necesita innovación marcar una diferencia y esto es, un objetivo que los comunicadores visuales tendremos que lograr a través de un diseño puro e impecable, que satisfaga las necesidades y a la vez ayude a que el mundo tenga unos años más de vida”.

SUSTENTABLE

Para esto necesitamos una estrategia, una manera de llegar al espectador que sea concreta y correcta, debemos seducir a las personas, llegar a un punto de confianza, mediante el diseño innovador y ecológico podemos satisfacer las necesidades de los dos. El papel del diseñador es más importante que el de los economistas, políticos, o incluso

el de los ambientalistas, si enfocamos el diseño en frenar la degradación ambiental del planeta podemos lograr un cambio. Podríamos empezar con algo pequeño como campañas ecológicas, desde nuestros hogares hasta nuestras instituciones educativas o ciudades y llegar a un punto más alto como la elaboración de productos de diseño

usando materiales de óptima calidad y que contribuya con la preservación del planeta, o también mediante el diseño publicitario. Vivimos en una sociedad en que la imagen todo lo inunda y todo lo puede. Nuestros sentidos son seducidos a través de los medios de comunicación, es allí donde los diseñadores gráficos sacamos provecho de la situación y empapamos a las personas con propuestas innovadoras, utilizando recursos aptos y sin el menor desperdicio de papel, o también un diseño publicitario amigable con el medio ambiente utilizando materiales naturales, reutilizables, o reutilizando materiales.

Actualmente las empresas a nivel mundial están en la búsqueda de mejorar e innovar usos de productos con el objetivo de satisfacer principalmente sus necesidades y las de sus consumidores; pero detrás de toda esta logística el papel del diseñador es muy importante, si hablamos de hacer llegar un mensaje de cambio.

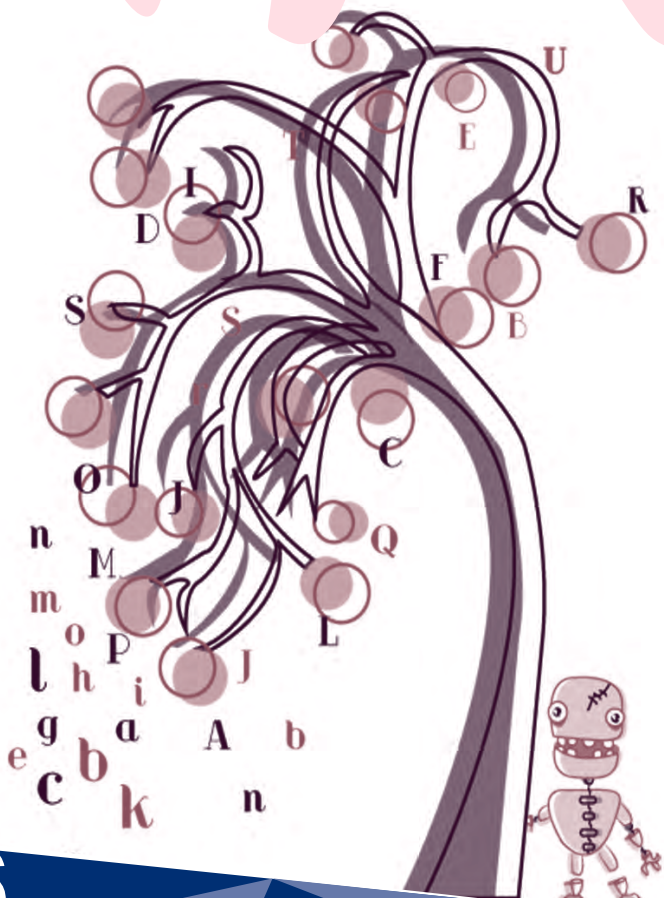
Entonces se puede decir que el diseño gráfico ecológico, consiste en tener en cuenta a la hora de crear un producto, los materiales de fabricación, la vida útil, su forma de desecho o su forma de reciclar, con el fin de que estos causen un menor impacto ambiental, sin dejar a un lado satisfacer las necesidades del consumidor.

La importancia del diseño radica en la manera como la sociedad lo utilice y lo logre adaptar a su contexto, y al individuo que interactúa con él, si tenemos en cuenta el hecho que los medios masivos son culpables de propiciar nuevos comportamientos, hábitos, y costumbres que están ligados y se refleja a la hora de diseñar, podríamos obtener un muy buen resultado si nosotros mismos como diseñadores entregamos y propiciamos un producto de alta calidad y sustentable.

Sabemos que el diseño es parte inherente del mundo actual,

“Vivimos en una sociedad en que la imagen todo lo inunda y todo lo puede”

y por esta razón se debe tomar conciencia de ello y responsabilizar nuestra labor dentro del contexto sociocultural, nosotros como diseñadores hacemos parte de la vida cotidiana de cada una de las personas, diseñamos objetos y piezas visuales con el fin de adecuarlas para servir a nuestras propias necesidades.



“Sabemos que el diseño es parte inherente del mundo actual, y por esta razón se debe tomar conciencia de ello y responsabilizar nuestra labor dentro del contexto sociocultural”

Si tenemos en cuenta la problemática por la que el planeta está pasando gracias a nosotros mismos y si tomamos el sentido de responsabilidad que deberíamos tener cada uno de nosotros, entenderíamos que los diseñadores somos piezas clave para contribuir al mundo en el que estamos viviendo y en base a esto realizar un diseño apropiado, y ecológico, sin necesidad de perder el concepto, la calidad y el manejo del buen diseño.

Existe un cierto tabú a la hora de diseñar ecológicamente, las personas pensamos que si no seguimos los parámetros establecidos y si nos salimos de lo normal y lo habitual vamos a obtener un producto de baja calidad o sin ningún tipo de atracción al público, esto es falso, podríamos conseguir un producto, de muy buena calidad, con un excelente e impecable diseño, sin necesidad de gastar mucho, sin crear la necesidad de fabricarlo para una producción con alto costo, y así gastar mucho dinero a los consumidores.

Un buen ejemplo de ello es, el diseño si fabricamos libros que son muy caros en instituciones educativas y si tenemos en cuenta quiénes son los que van a comprar este tipo de libros y cuánto ganan mensualmente, manteniendo a varios miembros de la misma familia, muchas veces con un salario mínimo

Es claro que actualmente en este país a muchas personas el dinero no es suficiente para cubrir sus necesidades básicas con tan poco presupuesto, difícilmente logran que sus hijos accedan a una institución educativa, apenas con los materiales necesarios, hablamos de algo donde escribir y un objeto con que escribir. El diseño comprende la relación directa con el ecosistema, el diseño está por todas partes, convirtiéndose en una exigencia de la sociedad y así mismo demandan la necesidad de ser objetos de consumo,



si podemos lograr un ciclo de vida del producto que fabricamos podríamos obtener grandes beneficios, como lo es la reducción del impacto ambiental del producto, la reducción de materias primas, el aumento de la calidad derivado de un análisis detallado del mismo producto como la durabilidad, disminución de costos, mejoramiento de la imagen del producto, y reducción de cantidad de residuos.

La sociedad es también un problema complejo por lo que las decisiones en el proceso de diseño de forma sustentable es un proceso que incluye la influencia de este en el comportamiento hábitos y estilo de vida, haciendo que se convierta en una necesidad y un problema que resolver para un diseñador.

En este sentido la sustentabilidad en el diseño permite comprender el mundo para así actuar de manera apropiada generando la necesidad de fomentar una cultura ambientalista dentro de la sociedad, si como diseñadores damos el primer paso, esa cultura comenzaría a tener un sentido.

La sociedad aceptará propuestas y proyectos consecuentes con lo que se hace y transparentes y veraces en lo que dicen, para dar este primer paso debemos comenzar con nosotros mismos y nuestro trabajo.



Diagramación: **Monica Ortiz Sandoval**
Ilustración: **Monica Ortiz Sandoval**

El video mapping consiste en adaptar la proyección a la arquitectura del edificio, modelando en 3D elementos característicos de la construcción para poder jugar con estos elementos y lograr un espectáculo artístico único con un fuerte impacto sobre el público.

La técnica de los videos mapping es la proyección de animaciones 3D sobre edificios, teatros, o grandes obras arquitectónicas, que generalmente son acompañados por animaciones visuales de la mano de efectos sonoros que aportan mayor realismo al espectáculo.

Es una contribución muy grande del diseño gráfico, ya que con la aplicación de nuevas tecnologías la expresión artística le da un valor más importante en la sociedad y un impacto notorio a la hora de transmitir un mensaje.

Este tipo de técnica da una libertad suficiente para generar nuevas propuestas, diseños y animación, respecto a lo que se quiere decir, expresar o hacer. Siendo una nueva vía de comunicación publicitaria, pues gracias al impacto visual y dinamismo de las imágenes en movimiento sobre la fachada del edificio se consigue la asociación de la imagen del cliente (corporativa, marca o de producto) a soportes novedosos que captan la atención del público.

En los últimos años el mapping a tenido una gran acogida por la sociedad y las diferentes empresas para generar gran impacto a un público determinado, el mapping se destaca cada vez más como medio de marketing y comunicación gracias a su interacción con el público y la adaptabilidad que tiene este sistema con cualquier tipo de empresa generando un gran impacto en cualquier marca.

Gracias a ser una invención visual atractiva y de gran impacto, ha generado gran acogida tanto en diseñadores gráficos como en publicistas como salida del diseño convencional y como espacio en el cual pueden intervenir, crear, ilustrar, diseñar y distribuir de una manera más libre un mensaje claro y directo.

Cabe recalcar a la hora de realizar un video mapping, que para realizar una trabajo impecable se debe tener en cuenta que el escenario, la fachada de la iglesia o la obra arquitectónica esté en total oscuridad, para que así las proyecciones que se vayan a hacer sobre éstas se vean perfectas y verdaderamente reales.

// En los últimos años el mapping ha tenido una gran acogida por la sociedad y por las diferentes empresas para generar gran impacto a un público determinado //

Esta experiencia ayuda a gran escala, a dar un paso en la evolución de las animaciones en 3D, con la implementación de técnicas audiovisuales y tecnológicas para la creación e impacto de diferentes procesos de comunicación gráfica, a través del mapping, el cual ha sido de gran utilidad a la hora de referirse a un medio de comunicación masivo debido a su capacidad de prolongación e impacto a los diferentes espectadores de este tipo de espectáculo.

Dirección: Natalia Alarcón y Beatriz D.
Ilustración: Luisa Fernanda Mesa

Ilustración: Luisa Fernanda Mesa

MAPPP ING

por Daniela Bernal

**ESPACIO EN EL CUAL PUEDEN INTERVENIR, CREAR,
ILUSTRAR, DISEÑAR Y DISTRIBUIR DE UNA MANERA
MÁS LIBRE UN MENSAJE CLARO Y DIRECTO.**

DIS

PUBLICO

¿Qué es lo que hace que una imagen tenga tanto impacto que se dice que una imagen vale mil palabras?, ¿por qué algunas imágenes tienen tanto

Hay muchas maneras de ver el diseño, él ha sido parte de nuestra sociedad desde hace mucho tiempo, en la actualidad es de gran importancia, vivimos en una sociedad capitalista, todo se centra en el consumo, la compra y venta de productos se ha vuelto una actividad diaria y por lo tanto algo fundamental en la vida de un consumidor. Y es que el diseñador empieza a tener un papel importante en esta sociedad. Estamos rodeados de imágenes por todos lados.

Las imágenes se han puesto por encima de la letra ya que son mejor captadas y se pueden lograr muchas cosas con una imagen, vivimos en un mundo en el cual todo entra por los ojos, pero si en cambio no es agradable

a la vista, como es de esperar la sociedad la rechaza. ¿Pero qué es lo que hace que una imagen tenga tanto impacto? ¿Será verdad lo que se dice que una imagen vale más que mil palabras?, ¿por qué estas imágenes tienen tanto impacto?

Bueno, son preguntas importantes y que dan mucho de que pensar, este tipo de imágenes requieren de un tratamiento y una breve investigación del por qué este suceso.

No es lo mismo leer un texto largo que ver una sola imagen; con una imagen se pueden conseguir diferentes tipos de pensamientos pero que en si ellos llegan a la misma conclusión, como este impacto depende de las imágenes que se hacen, algunas especiales y diferentes a las demás, es algo nuevo, novedoso

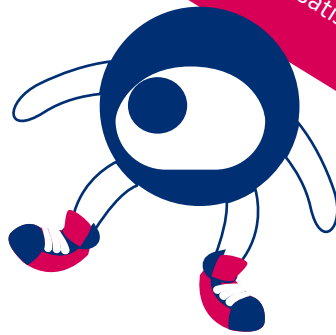
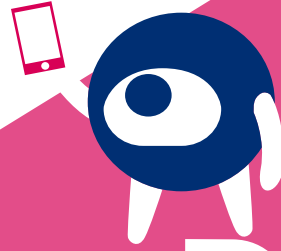
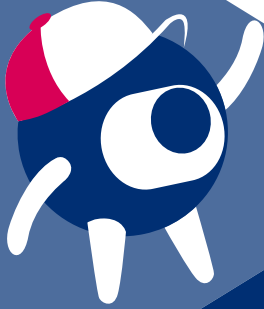
que el consumidor crea que es único y genera varios sentimientos que por lo general se acogen muy bien. Pero aun así no es solo la imagen sola ya que una imagen blanca y negro quizás no tenga tanta acogida como una imagen que esté a color, pero si está a blanco y negro debe tener una fuerte carga de emociones para que el consumidor pueda captar el mensaje que está transmitiendo, del mismo modo cuál es el motivo de que sea tan colorida o qué es lo que quiere decir y por qué así y no de otra manera.

También es importante ver al público al que se dirige la imagen, no todas las imágenes van dirigidas a todas las personas y aunque es importante que todo tipo de persona lo entienda no todos van a estar satisfechos

con el producto ya que no tienen el mismo gusto, pero es fundamental que a la gente a la cual va dirigida esto le sea agradable y pueda ser utilizado, si no de nada sirve que salga a la luz este producto.

¿Cómo se llega a conocer el tipo de sociedad a la cual va dirigida?

Para pensar que es lo que le gusta al público que va dirigido se tiene que investigar cómo piensan y actúan y cuál es la mejor manera de llegarles para que sea un ser complejo pero también puede ser muy predecible, los colores les puede llegar a ser llamativos y el que no tenga mucho texto es fascinante para ellos ya que con una imagen muy bien tratada se puede obtener resultados excelentes, muchas veces entre



EN CIDAD

¿Por qué una imagen vale más que otra? ¿Será verdad lo que dicen por ahí que una imagen vale más que mil palabras? ¿Será verdad lo que estas imágenes nos dicen sobre el impacto?

Una imagen más reducida sea la imagen más fácil comprensión puede llegar a tener y como dicen por ahí una imagen vale más que mil palabras. Se podría decir que al hacer un buen diseño se tiene que introducir en la mente de nuestro consumidor para obtener lo que el diseñador quiere, lo mejor es despertar en él emociones y actitudes que lo conlleve al consumo de aquello en pocas palabras llegar a saber cuál es la mejor manera de manipularlos para que ellos hagan lo que el diseño pide.

Cuando se quiere transmitir mensajes visuales es cuando el papel del diseño empieza a tomar vida.

Puede que parezca fácil el desarrollo de un diseño pero detrás de esto hay toda una investigación de acuerdo a lo que

se quiera transmitir ya que no todos los mensajes son iguales y no emplean los mismos elementos.

El diseño gráfico se agarra de ciencias como la psicología y la sociología para entender profundamente a la sociedad. ellas nos permiten saber cuál es la mejor manera de hacer llegar nuestro mensaje ya que la sociedad tiene múltiples personalidades.

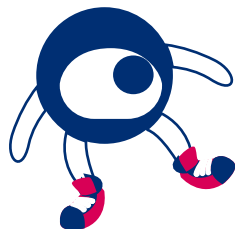
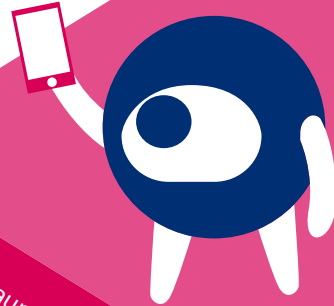
Lo que hace fácil este tipo de proyectos es el saber que hay consumidores que compran cosas que a pesar de que no las necesitan se les haga saber que son cosas que tienen que utilizar porque la sociedad siempre ha querido que encajar en el mundo, saber que son parte importante y que pueden sobresalir por encima de los demás, son productos que muchas veces son innecesarios

pero que aun así son "bonitas" y llegan a satisfacer las necesidades de nuestro consumidor. El mundo del consumismo pide a gritos que cada día se hagan cosas diferentes para que la sociedad no caiga en la monotonía y sigan interesados en lo que se les brinda.

Diferente a veces quiere decir raro, lo no tan común llama la atención de la gente porque es algo que no ven todos los días, ahí es cuando comienza una explosión de consumo porque cuando algo nuevo sale los que tienen la posibilidad de comprarlo correrán a hacerlo y el primero que lo tenga es lo que hoy llamamos está a la moda y no solo el producto, el que lo compra obtiene cierta atención de la sociedad que lo que hace es que los demás se impacten por lo que él consume y hacer que

los demás también lo hagan. Al entrar en el mundo de la comunicación se entra a un lugar donde el que importa es nuestro público si ellos son felices con lo que se les muestra, eso quiere decir que se está realizando un producto favorable para la gente llega a ser susceptible con este tipo de cosas que se les ofrece y ya que la tecnología avanza y con ella llegan nuevos productos que son de gran utilidad es casi imposible que la sociedad pierda interés por todo este tipo de experiencias.

Gracias al diseño, la gente ha podido conocer nuevas cosas y muchas veces quedar impactadas por todo lo que ven, entre más cosas nuevas salgan habrá un consumidor feliz y no importa cuanto caro sea porque entre más caro quiere decir que es mejor.



Todos estamos seguros y cargamos con el estigma que la gente que no está involucrada con el diseño, piensa que sólo hacemos dibujitos y cosas “como publicidad”. Es cierto, mucha gente desconoce lo que en verdad hacemos, pero también por una u otra razón, ellos responden a lo que perciben en su medio.

Justamente, me encuentro que en la calle se le pregunta a los transeúntes ¿qué es el diseño gráfico para ellos?, algunas respuestas no nos sorprenden pero otras sí nos pueden causar algo de asombro: muchos relacionan el diseño gráfico con dibujar, trabajar programas vectoriales o 3d en un computador, hacer cosas de publicidad y todo lo que existe en el mundo de la imagen; y seguro muchos diseñadores se reirán o se molestarán o pensarán lo peor: “¿Por qué la gente no respeta nuestra carrera?” “Sí, son unos ignorantes” “No les interesa en lo absoluto lo que hacemos.

¿Acaso están realmente equivocados?

Lo que me llamó mucho la atención de algunas de las respuestas, es que la gente se esforzaba por dar una respuesta atinada. Aunque algo equivocados, ponían a los diseñadores gráficos en pocas palabras como artistas y creadores. No está del todo mal eso porque hay algo de verdad en ello.

Si conocemos la historia del diseño se darán cuenta que un punto del pasado, los artistas fueron contratados para comunicar y vender una idea por sus habilidades estéticas y representativas. Aunque hoy en día el diseño no debe ser considerado “arte” (en el sentido estricto de la palabra), sus orígenes parten de ahí.

ES CIERTO, MUCHA GENTE DESCONOCE LO QUE EN VERDAD HACEMOS...

Respecto a la concepción de los diseñadores como "personas que hacen dibujos", es algo que la gente seguirá pensando. En parte porque la gente que le tocó vivir la etapa análoga del diseño, presenció a estos profesionales trabajando con herramientas de dibujo para plasmar sus ideas y trabajar a mano los materiales hasta llegar al resultado final. Para esta gente mayor la idea de un diseñador dibujando y trazando es válida.

Otro punto importante. ¿Cuántos de los diseñadores que conocemos ingresaron al programa porque les gustaba dibujar? Debo reconocer que yo pasé por eso, y si nos damos cuenta, muchos entramos a la carrera porque sentimos que sabíamos dibujar (además de los que entraron porque la carrera no entendían matemáticas), así que tampoco debemos culpar del todo a la gente de esa concepción que tienen de nosotros.

UN PEQUEÑO ARTÍCULO de *opinión*

Escrito por Leonardo Peña

La gente responde a los estímulos del entorno

Así como percibimos que los ingenieros trabajan con máquinas, los mecánicos hacen robots y los geólogos aman las piedras, no podemos culpar a la gente de que piensen que sólo hacemos dibujos. Es también responsabilidad nuestra orientar a la gente para que reconozca esta realidad del diseño gráfico, y además que nosotros mismos proyectemos una imagen diferente, que nos vean como profesionales hechos, que este trabajo es en serio y que tiene mucha importancia en la vida cotidiana de cualquier persona, que la imagen final es el resultado del estudio minucioso de las necesidades de un problema de comunicación visual, que nuestra profesión va más allá del simple uso del

color como respuesta al mundo globalizado en el cual dejamos de un lado el blanco y negro, nosotros creamos con criterios establecidos por normas siempre desconocidas por quienes están fuera de nuestro círculo laboral. Es por esto que todo me lleva a preguntar a la sociedad del común ¿Se imaginan el mundo, sin diseñadores gráficos?

Todo depende de nosotros.

Diseñado por Diana Becerra y Carolina Solórzano.

¿SE IMAGINAN AL MUNDO SIN DISEÑADORES GRÁFICOS?

El ser humano se constituye hoy en día, como el dinámico protagonista dentro de los procesos de comunicación social, diseñar implica saber como percibimos nuestro entorno y diseñar también implica trabajar para mejorar nuestro entorno visual, hacer el mundo más claro y perceptible, mejorando así, la calidad de vida; cooperar generando conciencia mejorar el flujo de la información; difundir cultura y las maneras en como los segmentos colectivos de la cultura logran manifestar ideas o posiciones frente a su sociedad. Su destino como disciplina es transmitir «sensaciones, emociones, informaciones y conocimiento».

.....
...El diseño que más se ve hoy en día, es el de consentir el consumismo, y el de reforzar el capitalismo..
.....

Pero también el diseño, cumple otras funciones y el diseño que más se ve hoy en día, es el de consentir el consumismo, y el de reforzar el capitalismo. Ese que seduce en favor de las ideologías y los fundamentalismos, ese que fomenta la competencia salvaje que sirve para mediatizar un mundo más artificial y alienante, ese diseño que muchas veces no comunica pero sí genera ruido y contamina el entorno urbano y que por lo general está orientado a homogeneizar y hacer más estéticas las identidades culturales y que niega la libertad individual y colectiva. Estas dos caras del diseño, esta ambivalencia comunicativa (para bien y para mal), conlleva a la vez, unas implicaciones: económicas, políticas, técnicas, culturales, sociales y éticas.

El grafismo está ligado a la industria y al comercio, y por tanto a la economía; a los medios audiovisuales, la cultura, y asimismo a la política; al marketing y al consumo; a la estética y la semiótica; a la ciencia de la comunicación y, por eso mismo, a las ciencias humanas y a las nuevas tecnologías.

Este es el campo de fuerzas en el que hoy se inscribe y se define el diseño gráfico, y su distinción con las otras disciplinas del diseño. Si bien todos los productos y artefactos industriales y las realizaciones urbanísticas y arquitectónicas, pasan en primer lugar por los ojos, pues son objetos visibles en el entorno; y si están hechos para las funciones prácticas de la acción humana (operar, manipular, desplazarse, trabajar, etc.) no lo están en cambio para comunicar información y transmitir conocimiento.

.....
Diseñar en sí mismo, es un acto que implica dedicación y un minucioso estudio de nuestras formas de percepción, esto implica saber la posición del ser humano frente a un mundo cargado de mensajes
.....

Las Dos Caras

visuales;
 saber qué nos
 anima a decodi-
 ficar y cómo interpretar
 eficazmente
 los mensajes visuales,
 sería la función y
 el compromiso
 del **diseño**
gráfico ••

Pero la disyuntiva y la distinción crítica ¿y ética? está en los extremos: entre el diseño como comunicación (dar a la gente la información necesaria en cualquier ámbito de la vida social) y el diseño de persuasión (que intenta convencer, seducir para que las personas compren cosas y voten a personas, o se adscriban a ideologías).

.....
 ...Se está gastando demasiada
 energía en diseño promocional de
 un consumo sin sentido...

y poca en ayudar a comprender un mundo cada vez más complejo y frágil en el entorno visual. Una serie de crisis medioambientales, sociales y culturales sin precedentes requieren la atención. Existen cantidad de intervenciones culturales, campañas de marketing social, libros, revistas, exhibiciones, herramientas educativas, programas de televisión, películas, causas benéficas y otros proyectos de diseño de información que necesitan urgentemente la ayuda de la buena cara del diseño. En tanto que el cometido del diseño gráfico es la «comunicación», la disciplina cuenta para ello con un «lenguaje» propio. Es el lenguaje básico de la imagen y el texto, o lo que llama Joan Costa «bimedia» (icónico y tipográfico), que organiza la colaboración expresiva de las imágenes y los textos. Este lenguaje esencial de la gráfica ha dado lugar a desarrollos y ramificaciones técnicas, como los lenguajes del color, los signos funcionales, los símbolos de las ciencias y las técnicas, los grafos —que constituyen el lenguaje de los esquemas— y la digitalización. Son nuevos elementos —unos conceptuales y otros técnicos— que no se clasifican dentro del dualismo fundamental imagen-texto, porque no son lo uno ni lo otro, y vienen a completar y ampliar así el repertorio de los recursos comunicacionales del diseñador gráfico contemporáneo.

Ilustración: Luisa Mesa
 Diagramación: Natalia Garzón

por Iván Corredor

En la evolución del pensamiento del hombre, la imagen ha tomado una posición fundamental, y ha tenido gran influencia en la forma de cómo el hombre interpreta el mundo y ha sido motor para la creación del arte, por ende la sensualidad entra a jugar un papel esencial en él; donde se define lo bello y lo feo a través de la percepción, lo que puede ser una forma, color, textura, y en sí lo que es la imagen.

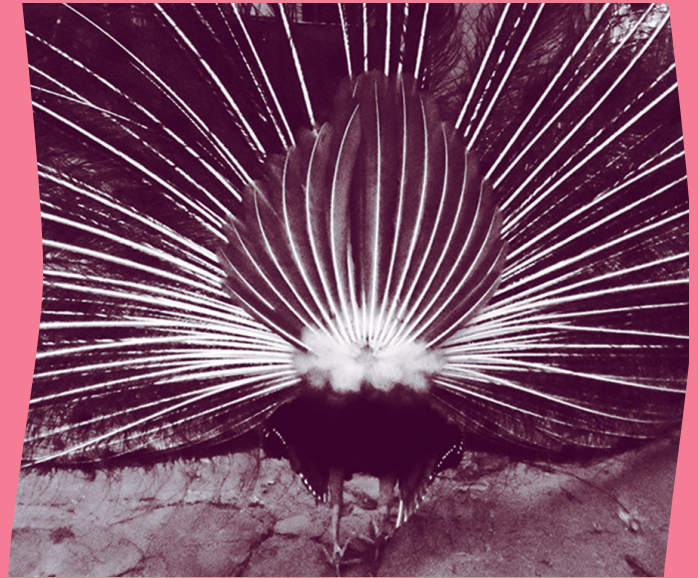


*Un arte, una
manera de expresarse, de
reflejar lo que tú quieres.*



Hay una sensualidad subyacente, que se percibe a través de la fotografía donde la sensualidad entra a tomar diferentes formas, donde lo vulgar remplaza el sentido de la atracción y la emoción que puede evocar y transmitir, en cualquier receptor con la suficiente sapiencia para poder interpretarla y de ahí generar una reacción emocional que despertara todos los sentidos y lograra el objetivo que anhelaba todo fotógrafo de lograr ese magnetismo con el mundo interior y exterior.

La fotografía es ahora un estilo de vida muy común, en cada uno de los aspectos de nuestra vida, al igual que en cada una de las representaciones que se hacían en el arte rupestre, así fuesen sobre piedra era la manera de mostrar sus costumbres, gustos, y maneras de vivir. Es lo mismo que nosotros hacemos de manera común, dejamos nuestros recuerdos, no plasmados manualmente sino de manera digital - como imagen, que se pueden distribuir y ver con facilidad en cualquier lugar y en cualquier medio tecnológico; donde se despertán incitaciones y evocaciones donde las emociones, dejan fluir el poder sensual interior que proviene de los pensamientos al tratar de reconstruir las vivencias.



Lo sensual en una fotografía no representa una toma de la mujer desnuda, o de una escena comprometedora, eso va más allá, es el significado artístico de ver la fotografía como lo que es: un arte, una manera de expresarse, de reflejar lo que tú quieres. Plasmarte pensamientos utilizando tus manos como si fueras dibujante, la cámara sustituye al grafito, y esa es la herramienta que ahora va con decisión y disparas a lo que crees interesante. Hay una fluidez en cada imagen que permite que la misma se vea completamente natural y ser capaz de capturar una imagen elegante y pasajera a través del sentido de las cosas, que se transmite a través de la suavidad de la luz y el color. La fotografía ha intervenido en diferentes áreas, haciendo crecer, en el imaginario y la reflexión; teniendo la capacidad de documentar, capturar imágenes en momentos importantes en la realidad, y se ha convertido en una herramienta indispensable en distintos campos como el arte, la publicidad y el periodismo y hasta en la ciencia.

La fotografía ha operado como difusor en las ideologías, y con la imagen han creado un componente seductor que hace que sea recordada; como la popular imagen del Che Guevara con su gorra negra guerrillera y su actitud rebelde, tomada el 5 de marzo de 1960 por el fotógrafo cubano Alberto Díaz; impactó la profundidad de su mirada y disparó dos fotos, después de 7 años empezó a ser reconocida y usada en todo el mundo en diferentes publicaciones siendo un actor importante y muy repetitivo, así es como la fotografía hace de la esencia su sensualidad y con ella la capacidad de atracción y emoción.

Se ha logrado ampliar la visión del ojo humano, llevándolo a ver más allá y transmitiéndolo por medio de la imagen fotográfica, alcanzado que la imagen logre transmitir y mostrar la esencia de lo informado, de lo que sucede en nuestro contexto social y de la información mundial que se maneja cotidianamente; no solo en las noticias sino en la imaginación, en lo percibido en el cine y el arte fotográfico. Dejando ver la fascinación que éstas muestran por primera vez creando infinidad de personajes que han logrado en el tiempo dejar su esencia. En el campo de las ideas, como el de la publicidad, el diseño, como parte esencial, ya que la imagen ha sido la parte seductora que el texto no logra expresar, además de ser un gran soporte para la venta de productos o apoyar las campañas sin ánimo de lucro, o cuanta creatividad como el de algunas de las publicidades gráficas de Coca Cola, Red Bull, entre otras, con sus afiches y/o campañas publicitarias.

La fotografía ha sido y es documento de la realidad que va en constante movimiento. Una realidad que busca su espacio de atención en el espectador, ciertas veces con más calidad que otras, pero siempre ante la significación de nuestro mundo; ya sea como las graciosas fotografías, o las que ni siquiera pensamos, las movidas, des encuadradas, incluso las que no tienen sentido o sencillamente la que salió mejor de lo que esperábamos; proyectando la atención que se quiere lograr, y hacer de esta la magia suficiente para la comunicación.

FF
La fotografía ha sido y es documento de la realidad que va en constante movimiento.

Lo estético va de la mano y ha buscado destacar la imagen, como en la fotografía, aplicando enfoques con reacciones sensibles al receptor y con la esencia que da la imagen, logrando opiniones críticas y el nivel conceptual; estudiando varios enfoques, lo real y lo infotografiable; la relación real/foto y a la vez busca destacar que lo que diferencia es el planteamiento de la estética con el magnetismo personal.

Así como en pocas personas existe la capacidad de sentir la esencia que puede transmitir una fotografía, o las reacciones emocionales que se sienten al tener el placer de hacerla, sencillamente tú mismo le das la esencia de lo que quieres transmitir, y desde luego se presentarán algunos parámetros o códigos difíciles de resolver que no serán tropiezo en la percepción de lo que será el momento.

La Sensualidad en la fotografía

Escrito por Sara Castro

EL DISEÑO



Diagramación y Composición: Ana María Malagón

Visto desde otros ojos *visto desde otros ojos*

¿Qué sería de nuestra sociedad sin el gran aporte que le da el diseño gráfico?





Las sociedades desde los inicios de los tiempos han estado influenciadas por el diseño y el arte como necesidad de manifestar o comunicar algo de alguna manera.

Podríamos decir que sería un mundo plano, vacío, monótono predecible, etcétera. Esta sería una de tantas respuestas que plantearíamos respecto el tema central, El aporte de el diseño gráfico a nuestra sociedad. ¿Y qué es lo que aporta realmente el diseño gráfico a la sociedad? Podemos verlo desde diferentes puntos de vista y desde múltiples perspectivas.

Como primera medida, la idea que tienen las personas acerca del diseño gráfico es aquella carrera en la cual uno como diseñador gráfico se especializa en toda el área gráfica y en los múltiples métodos de sistemas de impresión, sin tener en cuenta que toda esa parte técnica trasciende mucho más allá. Lo que realmente aporta el diseño gráfico a la sociedad es esa manera diferente de ver el

mundo por medio de una idea innovadora que generalmente propone un especialista en artes gráficas, el cual está obligado a enriquecer toda la comunicación visual con la intención de que los clientes o personas del común cambien esa idea que tenían respecto a la forma de hacer publicidad, abriéndoles un poco más su mente y hacerles comprender las diferentes formas en las que podemos ver nuestro entorno.



“Lo que realmente aporta el Diseño Gráfico a la sociedad es esa manera diferente de ver el mundo por medio de una idea innovadora”

diseño gráfico cumple una función educativa, si no es el diseñador nadie más realizará esta tarea de ver que el público enriquezca su forma de ver nuestro alrededor por medio de nuevas formas, colores, técnicas, conceptos, etcétera. Dentro de todos estos ámbitos el diseñador toma como herramientas la Comunicación, la psicología, las artes y un sin número de campos que se involucran con el área del diseño. El diseño gráfico para nuestra sociedad no es más que una herramienta fundamental para que las personas vivan en un mundo más amable en cuanto a el campo de la comunicación visual se refiere, rompiendo así de esta

manera con un estilo de vida posiblemente vacío, llano y simple en donde todo finalmente se podría sin ningún otro problema. El diseño gráfico finalmente es la disciplina que satisface la necesidad de sus clientes y a su vez potencializa todo el aspecto comunicativo visual, creando así, armonía y estética en un mundo donde trascenderá por siempre las diferentes formas de ver nuestro alrededor a través de la gráfica.

Escrito por David Borda





plasmado en un lienzo, es único y por tanto original. En el diseño la ilustración cumple un propósito más comercial, busca informar, vender, seducir al espectador por medio de la imagen para su consumo, la imagen surge de la creatividad del diseñador al utilizar elementos ya establecidos y reinterpretarlos para un fin meramente comercial, este producto es destinado a la reproducción en masa.

Hoy en día hemos visto a profesionales enfocados en la Ilustración en diferentes campos tanto de consumo como de reflexión, y se han fusionado ambos conceptos, aportando creaciones nuevas, originales, que aportan un bien comercial o de reflexión, que pueden ser repetibles o cumplen un fin meramente ideológico.

Otro problema que enfrentamos al momento de ilustrar es el factor "crear", ahora entiéndase a la palabra crear como (hacer algo de la nada) acto tal que el ser humano no podría realizar, pero aunque no podamos crear, si podemos modificar, transformar, descubrir y reinventar algo que ya hemos visto o imaginado como acto de transformación. Entendamos a todo este proceso de organizar partes de un todo coherente como "Diseñar".

Ilustración

¿Arte o diseño, Innovación o apropiación?

Con el paso de los años la ilustración se ha convertido en una de las disciplinas que han evolucionado con los avances de la tecnología, acoplándose a las transformaciones de la sociedad, esto ha llevado a redefinir nuevamente el papel que conlleva la ilustración en la sociedad.

Dentro del diseño gráfico la ilustración juega un papel importante como herramienta de formación y comunicación, y abre las puertas a un mundo de posibilidades para el diseño y exploración de nuevas maneras de comunicar y hacer visible una idea.

El trabajo que ha tenido la ilustración hoy en día en diferentes campos desde los científicos, de diseño, a los de realidad virtual, y a un mundo digital,

se han formado géneros donde la ilustración hace parte de la moda, la publicidad, el periódico, las caricaturas, el libro, comics, anime, manga, etc. Esto permite tener un número ilimitado de combinaciones sobre el uso de la ilustración en la sociedad.

Muchas veces nos preguntamos si ¿la ilustración es un arte o diseño?, pero no tenemos en consideración los aspectos que definen la ilustración en cada contexto y el uso que se le da.

La ilustración como arte define a la imagen como una creación única e irreplicable, donde el artista plasma su esencia, su estilo y las diferentes técnicas que lo definen en un contexto cultural e histórico, es un mensaje ideológico, una opinión y un punto de vista



Estas herramientas que utilizamos para dar nuestro toque personal a una ilustración, son nuestra carta de presentación.

Las ilustraciones pretenden acercarse al espectador, conectarse y transmitir una idea que logre motivar y asombrar, que atraiga las miradas y permita llenar las expectativas del observador, pueden cumplir diferentes objetivos dependiendo el género de ilustración en el que se esté, todo como una estructura de un medio que ya está orientado y enfocado a la comercialización.

Muchas de nuestra identidad como ilustrador está en nuestras influencias que marcaron nuestro estilo, el basarse en el trabajo de otro es reconocer su trabajo, estudiando y analizando sus estrategias y formas, su trazo, visión, enfoque, etc., utilizamos sus aportes para implementarlos en nuestra visión de realidad creativa, aportando formas únicas y originales.

¿Podemos explicar este proceso como una apropiación o innovación de elementos visuales?

Dentro de la ilustración podemos llegar a ambos procesos, porque tanto la apropiación como la innovación hacen parte de conductas tomadas a lo largo de los años, mal o bien tomadas ambas han hecho aportaciones en la cultura.

En la ilustración podemos decir que a finales del siglo XX se ha tomado una concepción retro de utilizar imágenes del pasado e incorporarlas en objetos nuevos dentro de la cultura popular para transmitir elementos emotivos de nostalgia y anhelo. Entonces vemos como se apropia de una retórica visual de elementos iconográficos de épocas pasadas, tanto de discursos ideológicos como elementos simbólicos en la historia, para reinterpretarlos en nuestra cultura para transmitirles un fin comercial dentro de una sociedad de consumo globalizada. Esta apropiación utiliza elementos ya definidos, y establecidos donde el mensaje es alterado y busca un fin específico.

Por otra parte la innovación parte de la renovación de nuevas ideas, que permitan explorar nuevos campos de investigación, un claro ejemplo son los lenguajes visuales de la modernidad: constructivismo, cubismo, futurismo, dadaísmo, surrealismo, arte pop, arte

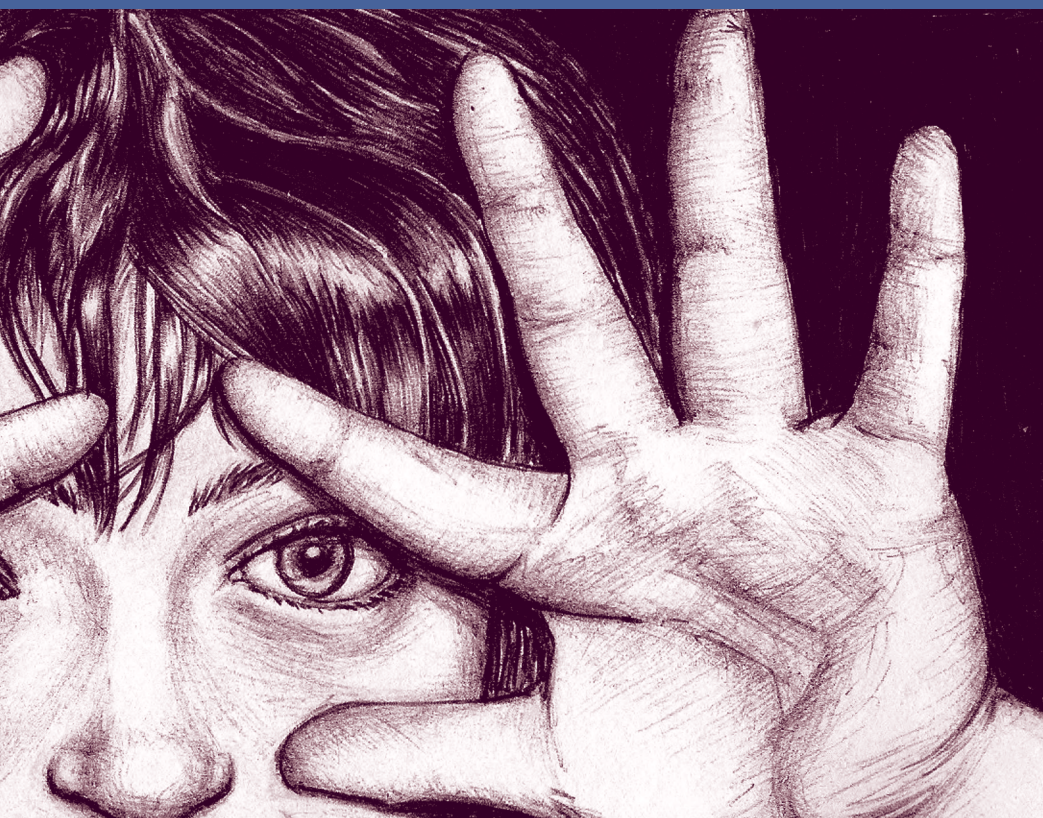


“ Las ilustraciones pretenden acercarse al espectador, conectarse y transmitir una idea que logre motivar y asombrar ”

óptico, y minimalismo, todas estas vanguardias partieron de ideas nuevas que tuvieron como base estilos pasados, pero que aplicados a los contextos de la época le fue designada una carga original y única.

Hoy en día se habla que toda innovación estilística ha sido inventada, pero lo cierto es que todo ha sido moldeado para el sistema económico y cultura por el que estamos pasando, se necesita cambiarlo todo para volver a empezar y tomar de lo nuevo y renovador algo original.

La ilustración emplea ambos aspectos, innovación y apropiación ya que somos un reflejo de las tendencias de la sociedad y nuestro estilo es la visión que le damos a nuestra cultura y a nuestra historia en esta época.



Pensando en diseño

En los últimos años he podido notar que el diseño se ha convertido en algo muy importante a la hora de vender, dar a conocer una marca o inclusive posicionar una que ya se encuentra en el mercado. Podemos transmitir ideas estéticamente agradables a los usuarios, ya sea por medio de vayas publicitarias, avisos, etc. a su vez el diseño ayuda a explorar nuevas formas o alternativas de explotar la creatividad.

Es necesario tener muy claro que la inventiva y la calidad visual del trabajo es debidamente necesaria a la hora de trabajar en un diseño, por supuesto también se debe tener conocimiento de la gente a la que se va a mostrar el producto final y conocimiento acerca de la empresa a la que se va a trabajar, para que así la comunicación de éste sea eficaz.

No se puede dejar de lado la búsqueda de un estilo personal, es necesario para que reconozcan nuestro trabajo por doquier; como diseñadores debemos encontrar un equilibrio entre la práctica auto-expresión, gusto del cliente y placer estético, para que de esta forma se pueda vender el producto y así proceder a darlo a conocer a los usuarios quienes serán los encargados de comunicar si la publicidad es o no eficaz, pero para esto no sólo basta con el diseño en sí sino que también debe haber una motivación para el diseño del mismo y así lograr el objetivo que es la compra del producto por parte del usuario.

Desde hace mucho tiempo se ha tenido en cuenta que si el diseño publicitario que no vende se puede considerar un fracaso rotundo, así el arte final sea fenomenal. El trabajo de comunicar no termina luego de diseñar y reproducir sino que también implica la buena actitud que toma la gente hacia él, para ello requiere que éste sea llamativo, comprensible y a su vez convincente.

Al hablar de comunicación no se puede olvidar que tanto la imagen que se va a implementar como el texto poseen la misma importancia, ya que estos dos van a jugar un papel muy importante a la hora de presentar el arte final.

Entrando a otros campos del diseño nos encontramos con el diseño industrial, el cual nos ayuda en nuestra vida cotidiana ya que éstos diseñadores se encargan de desarrollar objetos, ya sean relacionados con autos, mobiliario, juguetes, accesorios para el baño, nos facilitan tareas tales como sentarse, dormir, comer entre otras, aunque el diseño industrial no abarca tan solo esos implementos, éste se encuentra en todo lado, tanto en nuestras casas, como en el mundo exterior, todo lo que vestimos está pensado por alguien, esto pasa por un proceso muy largo y luego es fabricado en grandes cantidades producidos en serie.

Pero el diseño es mas complicado ya que hasta el proceso mas simple requiere de un proceso complejo, es pensado y diseñado tecnológicamente y funcionalmente, desde un arete hasta una máquina empleada en textiles. Ésta actividad es muy amplia, primordialmente se comienza por el concepto para lo que se va a diseñar, se debe tener en cuenta rasgos formales y sobre todo que este objeto sea del todo funcional, debe ser innovador y su diseño debe estar pensando detalladamente ya que no se pueden dejar al azar a la hora de diseñar un producto.

Este diseñador debe estar al tanto de lo que pasa en el mundo ya que todo afecta directa o indirectamente, ya sea a nivel económico, social, político, tecnológico, etc. No se pueden dejar de lado las necesidades humanas por tener presente sólo lo estético, este objeto debe solucionar problemáticas y sobrepasar a los objetos ya existentes.

El diseño industrial lo podríamos dividir entre productos, que maneja desde una jabonera hasta utensilios para un camión, o sea todo, textiles, que maneja lo que es estampería, telas, hilos, bordados, etc. e indumentaria, que abarca todo lo que cubre el cuerpo, ya sean joyas, calzado, marroquinería, entre otras.

Tocando otro campo del diseño, nos encontramos con el diseño de modas, el profesional se encarga de los procesos creativos y ciclos de producción de la moda, diseño de ropa y accesorios teniendo en cuenta una influencia cultural y a su vez social de un año o período determinado.

Este campo no se puede confundir con el corte y confección de prendas o incluso la sastrería no encaja allí, aunque está muy ligado a los textiles, es una tarea muy distinta.

El diseño de la figura humana es primordial a la hora de crear una prenda de vestir, luego de ellos se procederá a dibujar dicho vestuario, dependiendo de la creatividad y concepto se obtendrán los mejores resultados o en otro caso, los peores, a esto también se le une la psicología de color ya que algunos tonos pueden cambiar tu estado de ánimo al ponerte la prenda, también puede brindarte seguridad al exponer en otras actividades diarias, a través de su vestimenta también se pueden hacer análisis acerca de su personalidad, nivel cultural, ambiciones, pasatiempos, gustos musicales, condiciones físicas, etc.

Pasando a otro de los campos del diseño llegamos a Diseño multimedia, se compone por fotografía, video, sonido, animación y texto, a su vez abarca campos como lo son el diseño gráfico, diseño editorial, diseño web entre otros.

Multimedia se puede llamar a la capacidad que poseen los ordenadores, tales como medios visuales, textos, gráficos y la capacidad de producir sonido.

En diseño también encontramos otro campo que es el diseño gráfico, éste se dedica a concebir, programar, proyectar y realizar comunicación visual, se producen por medios industriales, los cuales se destinan para transmitir mensajes a un grupo específico o determinado, esto se hace con el objetivo de vender el producto que se quiere promocionar, debe ser llamativo visualmente para lograr el cometido, de lo contrario será un fracaso rotundo.

El diseño gráfico también se conoce con el nombre de diseño en comunicación visual, debido a que se asocia lo gráfico los cuales se encuentran en muchos medios de comunicación y no sólo los medios impresos.

Algunas clasificaciones de este campo pueden ser, el diseño publicitario, el diseño editorial, la imagen corporativa, el diseño web, diseño tipográfico, señalética, diseño de carteles y empaques.

Como conclusión podemos decir que para diseñar no basta con saber dibujar, también se debe tener imaginación e inventiva, acompañada de innovación, nada más lejos de lo real.

“ Para diseñar no basta con saber dibujar, también se debe tener imaginación e inventiva, acompañada de innovación. ”



Y SI

NOS

APROPIAMOS

DE LO

NUESTRO

ESCRITO POR: NATALIA GARZON

SE LE LLAMA DISEÑO GRÁFICO PRECOLOMBINO A LOS GRAFISMOS DE LAS CULTURAS PRECOLOMBINAS QUE APARECEN EN LOS VESTIGIOS CONSERVADOS EN MUSEOS Y COLECCIONES, DE ESTAS EXPRESIONES VISUALES, PODEMOS INFERIR E IMAGINAR COMO FUE LA VIDA DE NUESTROS ANTEPASADOS, QUIENES DESARROLLARON UN LEGADO

GRÁFICO PRESENTE EN LOS OBJETOS CERÁMICOS Y ORFEBRES.

GRACIAS A ESTA PROPUESTA VISUAL PRECOLOMBINA, EL DISEÑADOR EN LA ACTUALIDAD, PUEDE APROPIAR UN DISEÑO CONCEPTUAL, CONDENSADO Y SENSIBLE A LA CULTURA VISUAL PROPIA DEL

SINCRETISMO QUE DIO ORIGEN A NUESTROS SÍMBOLOS LATINOAMERICANOS.

COMO DISEÑADORES GRÁFICOS ES MUY IMPORTANTE MANTENER EL EQUILIBRIO VISUAL PLANTEADO POR EL MOMENTO EN QUE VIVIMOS, PERO ESTE MANIFIESTO GRÁFICO SE HA APARTADO CONSIDERABLEMENTE DE LO FIGURATIVO Y GEOMÉTRICO QUE PLANTABAN LOS DISEÑOS PROPUESTOS POR NUESTROS ANCESTROS PRECOLOMBINOS, ESTO



COMO RESPUESTA A UN MEDIO QUE EXIGE ADAPTARSE A LOS REQUERIMIENTOS DE UN MUNDO GLOBALIZADO, DONDE LOS SÍMBOLOS NO TIENEN RAIGAMBRE CULTURAL Y NO REPRESENTAN LA ESPECIFICIDAD DE NADIE.

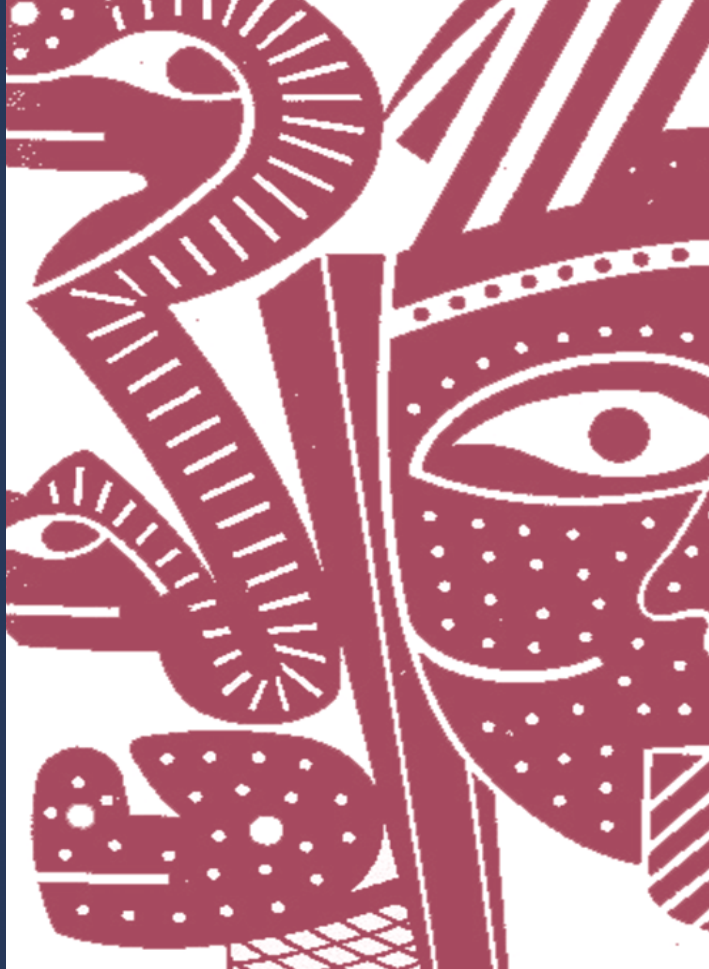
COMO DISEÑADORES ALTERNATIVOS Y CREATIVOS GRÁFICOS, PODEMOS APOYARNOS DE LAS HERRAMIENTAS QUE TENEMOS, APARTÁNDONOS DE LO LITERAL, DISTANCIÁNDONOS DEL DISEÑO IMPUESTO POR LA ÉPOCA, PARA ASÍ, PODER UBICARNOS FRENTE A NUESTRAS RAÍCES GRÁFICAS, COMO REQUERIMIENTO PARA LOGRAR UNA PROPUESTA ORIGINAL Y REPRESENTATIVA DE NUESTRAS TRADICIONES CULTURALES, RECONOCER EL APORTE QUE BRINDA A NUESTRA SOCIEDAD, PUES QUE ES APRECIABLE EL ARTE-DISEÑO PRECOLOMBINO SOBRESALE Y SE DESTACA POR SER RIGUROSO Y 100 % ORIGINAL EN LA INTERPRETACIÓN DEL COSMOS QUE REALIZARON MAGNÍFICAMENTE NUESTROS ANTECESORES PRECOLOMBINOS.

ES POR ESTE MOTIVO QUE ADOPTAR LAS DISTINTAS MANERAS DE REPRESENTACIÓN PRECOLOMBINAS, NOS PERMITE OBTENER UN RESULTADO GRÁFICO CONSECUENTE CON NUESTRAS COSTUMBRES Y COMO TRIBUTU DE NUESTROS ORÍGENES MESTIZOS, DE TAL MANERA PODEMOS BRINDARLE A LA SOCIEDAD UN PANORAMA QUE PERMITA RECONOCER NUESTRA DIVERSIDAD Y RIQUEZA CULTURAL.

ES MUY IMPORTANTE COMO DISEÑADORES MANTENER VIGENTE LOS VÍNCULOS CON NUESTROS ORÍGENES CULTURALES, YA QUE ESTO PERMITE SU PERCEPCIÓN Y APROPIACIÓN POR PARTE DE LA SOCIEDAD.

COMO DISEÑADORES TENEMOS EL PODER DE NO DEJAR QUE TODAS ESTAS MANIFESTACIONES GRÁFICAS MUERAN CON EL TIEMPO, Y POR EL CONTRARIO, PERDUREN PARA QUE GENERACIONES FUTURAS SE APROPIEN DEL LEGADO VISUAL PRECOLOMBINO.

(IMAGEN: ANTONIO GRASS)



“NUESTRAS RAICES
GRÁFICAS, COMO
REQUERIMIENTO
PARA LOGRAR UNA
PROPUESTA ORIGINAL
Y REPRESENTATIVA”

CREACIÓN DE PERSONAJES “UNA MODA EN INTERNET”

Escrito por: Luisa Mesa

Hay que tener en cuenta que un personaje es la parte esencial dentro de un mundo ficticio y es el centro del mismo.

Es bueno recordar que la caracterización del personaje está ligada a varios ítems como por ejemplo, la buena ilustración, el uso de una técnica adecuada y todo esto unido con el manejo cromático acertado, ya que el color es un excelente transmisor de emociones y sensaciones, dándole el toque final, es de sumo cuidado ya que si por el contrario su elección no es adecuada, se correría el riesgo de cambiar el rumbo de la historia. Por ejemplo,

si es un personaje muy masculino y entre los colores que más se resaltan está el rosado, perdería esa fortaleza y bastedad que identifica ese tipo de personajes.

Frente a este panorama, es interesante indagar sobre la internet como medio de propagación de los mismo y cómo su éxito puede incluso crear “modas en

“La buena ilustración, el uso de una técnica adecuada y todo esto unido con el manejo cromático acertado”

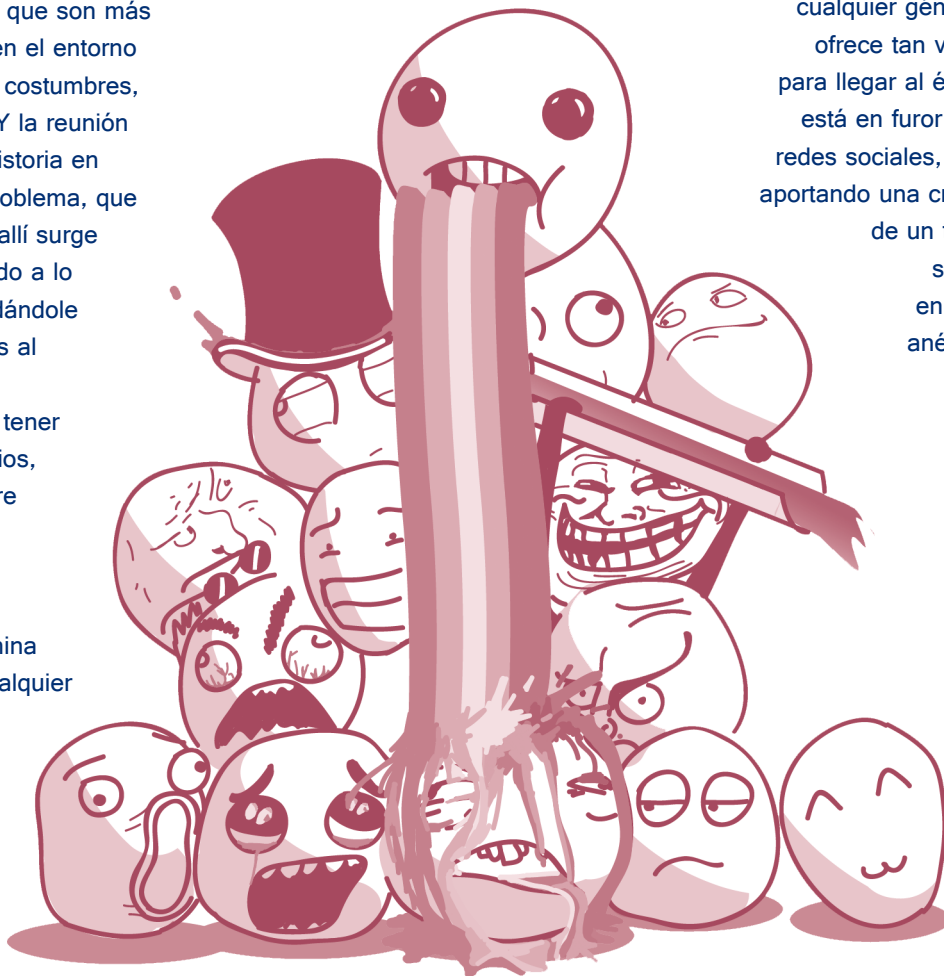
internet”: se sabe que los personajes pueden tener variadas funcionalidades como por ejemplo publicitarios, la representación de una marca, o la simple creación de una historia de cualquier género, y es que internet ofrece tan variadas opciones que para llegar al éxito, que últimamente está en furor entre los usuarios de redes sociales, los famosos “meme”, aportando una crítica social por medio de un tipo de “humor negro”

si así se puede llamar, en el que se reflejan las anécdotas más comunes entre los usuarios.

La creación de personajes va más allá de un simple dibujo, es la combinación perfecta entre varios aspectos y una buena ilustración para obtener como resultado la definición de una personalidad auténtica y llamativa.

Los aspectos físicos del personaje son los que lo caracterizan como tal: edad, sexo, raza, altura, contextura, etc; los aspectos sociales que son más complementarios describen el entorno social en donde vive, sus costumbres, clase social, entre otras. Y la reunión de todo esto, narra una historia en donde se desarrolla un problema, que posee el personaje, y de allí surge todo un entorno de acuerdo a lo que se desea transmitir, dándole unas cualidades y virtudes al personaje.

Estos personajes pueden tener diferentes fines; publicitarios, críticos, humorísticos, entre muchos otros, ya que la libertad de expresión, que poseen los artistas y diseñadores gráficos, elimina barreras y saca a flote cualquier idea o historia interesante que genere más que cualquier cosa cultura.



HISTORIA DE LOS MEMES.

Esta “moda” está íntimamente relacionada con las redes sociales más famosas, principalmente Facebook. Basadas en caras dibujadas de manera simple y con bastante gracia que hace parte de comics y pequeñas historietas representando sucesos cotidianos no relevantes pero graciosos comúnmente realizados por el receptor o sucesos sociales actuales. Son de gran auge entre jóvenes y adolescentes, siendo estos, los creadores de las historias.

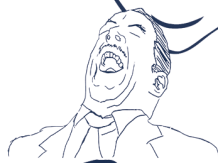
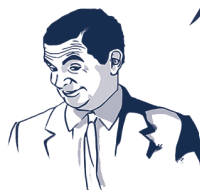
Su origen no se remota a un solo autor, ya que son producto de una comunidad llamada “4CHAN”: un foro de habla inglesa muy activo, conformado en el año 2003 por jóvenes de una edad promedio entre 15 -17 años; quienes platican y analizan el Comic y el Anime, encontrando por demás la creación de un nuevo espacio de manifestación y protesta a favor de la libre expresión. Como es observable el diseño de estas historietas son producto de los jóvenes, que miran problemáticas y sucesos, quieren expresarse, son fruto de la gente y para la gente, ya que no tratan léxicos demasiado complejos ni es ese su fin tratando, de volver identificables las historias a tal punto de hacer reír. En estos foros del 4CHAN se establecieron cierto número de personajes (10, los más conocidos) con diferentes movimientos gestuales, emisores de diferentes emociones y de fácil recordación,

ya que tiene un factor en su diseño y es la simpleza con la que fueron construidos. Obviamente se basan en la internet para su publicación, pero últimamente se pueden encontrar plasmados en cubrecamas, camisetas, cuadernos, y objetos en general. Cada uno de estos personajes fue diseñado sin mayor cuidado ni precisión en el famoso programa “paint”, (aunque si es necesario tener conocimientos básicos sobre estructuras faciales y corporales, y donde también se puede hacer uso de otro tipo de programas más profesionales como Illustrator, etc.) en donde estos jóvenes del 4CHAN después de consumir millones de imágenes fotográficas, que casualmente sus amigos subían o publicaban en redes sociales, se apropiaron de las que tenían gestos exageradamente pronunciados y los calcaron, obteniendo un diseño estructuralmente no muy bueno pero con una cantidad de

emociones para transmitir. Son comúnmente utilizados como se mencionaba en Facebook, y su auge ha sido tal que para su creación han sido diseñadas plataformas especiales como “IMEME” que es una aplicación descargable, disponible para Mac OSX y también para Windows disponible para XP en adelante, con muchas plantillas, tipografías, y muchos memes en las cuales las opciones para diseñar un meme propio son muy fáciles y prácticas, generalmente lo usan quienes administran blogs y redes sociales. Y también existen páginas de internet en donde al estar en línea, se puede crear un meme pero mucho más sencillo y menos original, por ejemplo en: “memegenerator.net” y “memechef.com” que son utilizados por las personas del común, que buscan hacer burlas y bromas a sus amigos, y todo gracias al diseño de estas plataformas, virtuales o descargables. Y como final, recordar que este tipo de diseños aunque no son demasiado perfectos ni agraciados, son muy diferentes de cualquier caricatura, no buscan ningún tipo de lucro, no hacen parte de ninguna ideología política, son de la gente y para la gente, y siempre van a dejar una sonrisa o algo en qué pensar.



¡NO ME DIGAS!



EL DISEÑO DE LA CALLE

Desde que el hombre descubrió el cartel como medio de comunicación, las ciudades de todo el mundo han vivido paralelamente con las expresiones gráficas desarrolladas en la calle, sea de objetivo publicitario o no, el cartel es una gran introducción a la temática del arte callejero, casi podría decir que sus inicios están desde los primeros carteles de Europa a comienzos del siglo XX. Durante los años 90's el término "Arte Urbano" fue implementado para definir las acciones elaboradas en la calle con fines comunicativos y expresivos, con técnicas de reproducción masiva de imágenes como: Carteles, plantillas, pegatinas, murales, stickers, etc. El contexto del arte urbano tiene una relación directa con la sociedad en su totalidad, está dispuesto para cualquier clase de persona ya que se encuentra en un ambiente transitado como lo es la calle.

Por su posición y su condición el arte urbano cumple con un proceso comunicativo que lleva un mensaje de interpretación individual. Generalmente el arte urbano más que todo en el "Street art" contiene un objetivo de informar, ya sea el inconformismo de un artista callejero con la vida social, o la expresión de sus sentimientos. Cuando el producto visual del artista lleva consigo un mensaje, el artista se vale de conceptos y técnicas de la imagen para poder persuadir al transeúnte.

También encontramos en el arte urbano, el uso de la imagen no solo con el fin de informar o comunicar sino también con el hecho de mostrar una marca propia de cada artista, como se puede demostrar en el "Graffiti". Algunos graffitis se valen de elementos conceptuales y de elementos visuales, y otros simplemente son un hecho empírico de uso de colores y formas.

OBJETIVOS DEL ARTE URBANO

Luego de conocer el área durante 7 años he podido conocer que los objetivos del arte urbano tienen como máxima temática el cambio. En el caso de Colombia, un país con cantidades de problemáticas sociales, el arte urbano tiene un acto de rebelión en contra del orden establecido, en pro de un mejor ambiente político y familiar, los artistas callejeros como TOXICÓMANO de Bogotá y LESIVO de Bogotá que usan el estencil, buscan que el receptor tenga en su interpretación un conocimiento de las problemáticas sociales del país, también muestran una clase de publicidad satírica para promocionar el valor de la vida y de las cosas que en realidad deberían tener importancia. Por otra parte artistas como SKORE y SAKS de Bogotá que desarrollan el graffiti desde una postura Vandálica, SKORE en un fanzine de la APC (Animal Power Culture) dice:

"Satisfago el deseo de fastidiar a la gente, puesto que la gente no es más que robots disfrazados de humanos cumpliendo leyes y siendo monótonos, debido a que me encuentro del otro lado de esto, siento la necesidad de pintar por donde más pasa la gente para que lo vea como un: HEY! REACCIONE..."

Algunos graffitis no tienen un sentido, simplemente son un juego de vandalismo, dónde estar al margen de la sociedad se convierte en estar en los muros de la sociedad. El vandalismo es un ejercicio muy difícil, los artistas vandálicos suben a lugares impensables, pintan en lugares que por su ambiente son peligrosos y requieren de habilidades físicas rápidas, ponen en riesgo hasta su propia vida por un Tag o por una Throw up, sin embargo esta clase de graffiti es el que más asecha en la ciudad.





TECNICAS DE DISEÑO EN LA CALLE

El arte urbano se vale de todo para reproducir sus composiciones, utilizan el estencil, el muralismo, las pegatinas, extintores, pintura en aerosol, pintura en vinilo, carteles etc. Cada artista tiene su técnica y forma de realizar sus composiciones entre las más frecuentes está el estencil, es una plantilla con una serie de cortes que muestran una figura, uno de los artistas más importantes de Colombia que elabora un trabajo muy particular es STINK FISH de Bogotá, utilizando la fotografía STINK hace sus estenciles, poniendo las fotos en altos contrastes la plantilla es elaborada con mejor calidad, ya que se define mejor la forma de la imagen. Al tener la plantilla STINK FISH la pasa a la pared con pintura en aerosol y luego utiliza un juego de líneas con diferentes colores para dar una textura en la composición, estas líneas están ubicadas en lugares estratégicos del estencil ya pintado.

DJLU, artista de Bogotá con la misma técnica del estencil opta por ser más sencillo, utiliza el lenguaje de la señalética para componer su mensaje, con el fin de que el transeúnte tenga una mayor facilidad de entendimiento.

Los artistas de graffiti con la técnica de la pintura en aerosol hacen tipografías de diferentes tamaños, con unos conceptos visuales que dan armonía y equilibrio a las composiciones tipográficas, en el graffiti surge una libertad de poner en visto lo que se le ocurra, por tanto el uso de los colores es a veces elegido empíricamente al igual que las líneas que contornean la figura, puede ser línea curva o línea recta. Otras técnicas mixtas como las que utiliza PIPIN artista de Boyacá, es la recolección de objetos sin uso o reciclables para poner en estas su trabajo.

por ejemplo PIPIN utiliza los vidrios quebrados para forrar ilustraciones pequeñas y luego pegarlas en los muros de la ciudad.

El diseño gráfico, es la forma para conocer los fenómenos de la imagen, con sus conceptos y elementos de composición se pueden elaborar cualquiera de las formas de arte urbano que se explican anteriormente, valiéndose desde los principales elementos conceptuales como el punto, la línea, el plano y el volumen hasta los elementos visuales como la forma, el tamaño, el color y la textura.

Utilizando los elementos visuales y sus conceptos gráficos, el arte urbano se ha convertido en una forma de publicar los deseos de libertad que exige cada ser humano, también es una forma de demostrar nuestras inconformidades, de educar, de proponer.

El arte urbano es un gran poder de comunicación y por ello es importante dar un mensaje que ayude en cierta forma a crear en cada receptor una conciencia social y humana que lo haga reaccionar ante las injusticias y desequilibrios que existen. Miles de artistas en todo el mundo, están proponiendo, y ejecutando ideas nuevas que causan controversia entre los seres de la sociedad, un ejemplo global es BANKSY de Inglaterra que desarrolla estenciles con mensajes políticos y culturales, otros como OBEY (Fairey Shepard) de EEUU hace gigantescas publicidades para consumir valores sociales como el respeto, el amor, la bondad, la tolerancia etc., también en sus mensajes podemos ver un poco de sabor insurgente, puesto que utiliza colores rojos y negros que connotan la revolución, este artista también ha colaborado en campañas políticas como la de Obama en el 2009.

diseñado por: María Alejandra Olano Castro
Iris Milena Jiménez Acuña
Escrito por: Camilo Andres Bautista



En torno a los billetes es que se dirigen las economías los mercados y pareciera para muchos que es el que dirige la vida y acciones.

Hoy en día los billetes no suelen ser incluidos dentro del campo del diseño ya que se han convertido en un objeto que se suele manipular muy cotidianamente, por ésta razón pasan a un segundo plano en el diseño.

Hemos interactuado no solo con el lenguaje también, sino también con nuestras pertenencias y lo más importante le hemos dado valor a todo lo que nos rodea, incluyendo nuestras mismas vidas, nuestro cuerpo, nuestra virtud hoy día pareciera valer, es así, el mundo demanda de que cada vez las cosas mejoren y ese mejoramiento se ve reflejado en el valor que hoy le damos a cada cosa con la que tenemos contacto, pues si nos fijamos todo tiene un precio.

A lo largo de la historia el ser humano ha necesitado manifestar y dar a conocer lo que dentro de si se construye: emociones, sentimientos, puntos de vista entre otras creaciones únicas de cada ser pensante, ideas que se procesan como en un laboratorio lleno de máquinas pensadoras que trabajan incansables y se concentran en un punto: nuestro cerebro, orientados por él somos capaces de actuar y de relacionarnos con el mundo exterior que es en materia uno de los puntos de partida más importantes para el desarrollo personal y el de toda una cultura, la comunicación entre seres humanos como motor indispensable en la sociedad.

El valor que se le han otorgado a las cosas ha generado en la sociedad ese deseo por conseguirlas y por tener propiedad, así mismo dominio sobre las mismas, llamándose así lo que hoy conocemos como dueños o dueñas de tal cosa, al producirse esta inminente necesidad de tener, de marcar, de determinar de poseer con el fin de posicionarse en un lugar más de los demás ha producido una serie de cambios éticos, económicos, sociales y culturales en todo el mundo.



EL Precio



Este objeto ha acompañado a las sociedades desde el siglo XX y desde entonces cada país asumió un diseño distinto para sus billetes, lo que no se contaba era que tan importante y que significados tiene todas estas imágenes incorporadas en los billetes, es así como el trabajo del diseñador; empieza a jugar un gran papel en la creación de esta pieza que se forjara por años y que en tan diminuto papel llevara plasmada la historia de todo un pueblo.

La importancia del Diseño que le otorgamos a los billetes influirá en la credibilidad económica del país, sin pensarlo, plasmara valores, historia y le dará la identidad a todo un pueblo, de esta forma los billetes logran dar gran identidad a toda una nación el diseño por ende debe tener gran peso visual, debe persuadir pues es la fiel representación de toda la economía de un país y de su de

sarrollo económico, político y a su vez de la perspectiva del país extranjero o nacional.

El deseo de comunicar y de ser comunicado ha estado con el ser humano como un aspecto inherente y esencial para su evolución cognitiva, ética y laboral, estamos en la constante de búsqueda de transmitir mensajes y de esperar una respuesta, siendo receptores de miles de mensajes que hoy día circulan y nos asedian, como queriéndonos persuadir quitando parte de lo que en realidad somos, generando cambios en nuestro comportamiento y nuestra visión del mundo.

Hemos interactuado no solo con el lenguaje también, sino también con nuestras pertenencias y lo más importante le hemos dado valor a todo lo que nos rodea, incluyendo nuestras mismas vidas, nuestro cuerpo, nuestra virtud hoy día pareciera valer, es así, el mundo demanda de que cada vez las cosas mejoren y ese mejoramiento se ve reflejado en el valor que hoy le damos a cada cosa con la que tenemos contacto, pues si nos fijamos todo tiene un precio

“ A pesar de que es un tema poco mencionado dentro del campo del diseño, es de vital importancia reconociendo que alrededor de los billetes es que se mueve el mundo de hoy. ”

Autora: Ana María Malagón
Diagramadores e ilustradores
Cristian González
Mayra Piraquive

Del Diseño



La Importancia Del Diseño



Resaltan que tu trabajo no es de gran demanda?, que sólo realizas dibujos y que ha eso te vas a dedicar?, creen que lo que haces no necesita mucho esfuerzo o es muy fácil?, se ve un poco distorsionada la posición del diseñador gráfico ¿verdad? Aunque ocurra todo lo contrario, esta es la visión de algunos y a estas críticas nos sometemos.

Josh Sommers es un fotógrafo y artista que también utiliza programas digitales para producir ilusiones en sus fotografías

Pero, ¿a qué se debe esto? Probablemente porque en una sociedad en la que lo más relevante es la posición de un mandatario, los diferentes contratos administrativos de vías para el manejo del tráfico y el manejo de las acciones en diferentes empresas, toman al diseñador en un segundo plano, así pasa en algunos países, establecen un mismo criterio sobre el diseño gráfico, ocupándolo muy debajo de carreras como el derecho, la economía, la medicina o las ingenierías, pero esto no quiere decir que esta carrera no tenga un uso tan importante, todo lo contrario.

Detrás de un candidato a un cargo como político siempre habrá una campaña publicitaria, en la que interviene el uso del cartel, el diseño de vayas, el uso de medios audiovisuales que se emiten en televisión, en la radio o en la prensa escrita.

“ *Decir que el diseño gráfico no forma parte vital en la sociedad es algo totalmente falso, esta profesión es bastante amplia.* ”

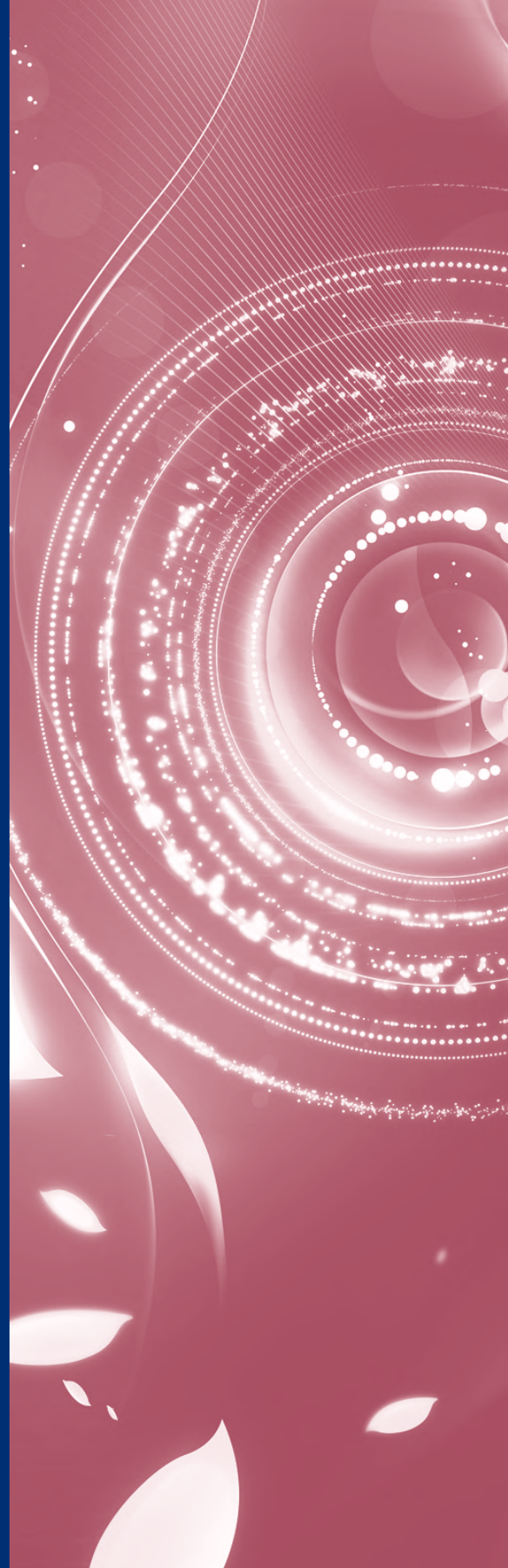
La fotografía, campo enfocado totalmente con el valor de la imagen, lo que representa y de qué manera. ¿Cuál es el aporte que le realiza la fotografía a la sociedad?, además de involucrarse de manera constante y permanente en el periodismo, en las revistas, los periódicos y en los libros, es también pieza esencial en la publicidad por medio de carteles e incluso puede ir más allá, siendo el mismo fin la producción de fotografías.

Vin Vincent Bouserez y su trabajo en miniatura son las obras que mas se destacan de su trabajo como fotógrafo.

Como por ejemplo Dave Hill con su enorme creatividad sabe fusionar la técnica de la fotografía y la de los programas de ordenador para lograr un trabajo exquisito en cuanto a color y detalle, llevando sus fotos casi al punto de una ilustración.

Ellos han mostrado, el otro lado de un diseñador gráfico, ese lado en que la sociedad no está involucrada, el cual se desconoce, que simplemente ignora y no se tiene en cuenta, sin pensar que aporte obtendrían si se apropiaran un poco más de esta profesión.

*Autor: Oscar Danilo Garcia
Diagramadores e ilustradores
Cristian González Cepeda
Mayra Piraquive Rodríguez*



Señalización vial vertical / Valla móvil / Mobiliario urbano informativo
 Avisos luminosos / Señalización industrial / Laminadora Industrial
 Bordadora / Calcomanías troqueladas

Tunja

Cra. 15 No. 20 - 62
 Tels: 7423853
 Cel: 310 812 35 47
 311 212 04 19
 abraham0218@hotmail.com

ABRAM SHAM
 PUBLICIDAD EXTERIOR
 PANTALLA GIGANTE DE LED
 IMPRESIÓN DIGITAL A GRAN FORMATO

TIENDA ARTESANAL

Amatista



Cra 11 No. 18-87
 Cel: 320 325 3180
 Jhon F. Pinzón

- Ropa hindú, Guatemalteca y Peruana
- Bolsos, mochilas y billeteras
- Chalinas, pasminas y pareos
- Gorros, bufandas y guantes
- Collares, manillas, aretes y anillos
- Joyereros y portarretratos
- Botones y camisetas
- Toda clase de detalles originales

PIZZA
mammamia
Il vero sapore italiano!

Servicio a Domicilio
3005056164
3142931555

Tunja - Boyacá - Colombia

ARTESANÍAS
AGATA

Calle 18 No. 10-62 Local 106
 C.c. Galería San Ignacio
 Adriana González
 Cel: 311 284 9325

-Ropa hindú, Guatemalteca y Peruana
 -Bolsos, mochilas y billeteras
 -Chalinas, pasminas y pareos
 -Gorros, bufandas y guantes
 -Collares, manillas, aretes y anillos
 -Joyereros y portarretratos
 -Botones y camisetas
 -Toda clase de detalles originales

pasos arriba del banco de occidente

Papelería y Encuadernación
Servi - Ya

DISTRIBUCION DE PAPELERIA
 SERVICIO DE PLOTTER DE PLIEGO
 RECARGA DE CARTUCHOS DE IMPRESION
 EMPASTE DE TESIS Y LIBROS - ARGOLLADOS - VELOBINDER

Transversal 2 Este N° 69-32 Frente a la Clínica Medilaser
 Tel: 7452080 - Cel: 3178316184

MOCHACHOS DE LA
& Parrilla...
HAMBURGUESA

CALLE 16 N 14 - 09 / DOMICILIOS: 7626649

MUEBLES IA
 ESPECIALIZADOS EN MUEBLES Y CARPINTERIA FINA

CARPINTERIA EN MADERA
 CLOSET'S, PUERTAS,
 MUEBLES FIJOS
 COCINAS INTEGRALES
 COMEDORES
 SALAS, ALCOBAS,
 DISEÑO CONTEMPORANEO

Fleicer Alvarado Martínez
 Camilo Andrés Alvarado A.
 E-mail: mueblesunooduitama@gmail.com

Tel: 7628007
 Cel: 3123475378 - 316482348
 Carrera 29 No 8-26 Duitama - Boyacá

Monkys
Papelería

Carrera 2 Este No. 69-23
 Teléfono 7451439
 Barrio Suamox
 Frente a la Clínica Medilaser

A AUTOSERVICIO LA GRANJA

Orgullosamente Boyacense

RANCHO, LÁCTEOS, CÁRNICOS, LICORES, FRUTAS, VERDURAS, PRODUCTOS DE ASEO Y VÍVERES EN GENERAL, ADEMÁS SERVICIO DE RECARGAS EN LÍNEA

CALLE 54 N° 6-74. TUNJA-BOYACÁ
CEL: 3103292709



ESTACIÓN DE SERVICIOS
LOS LANCEROS

MG SUMINISTROS

VENTA de EQUIPOS
PARTES
MANTENIMIENTOS
SUMINISTROS
TINTAS
REGARGA de TONNER y CARTUCHOS

hp invent
Genius
EPSON
LEXMARK

JOHANA CORTES
Domicilios

Centro Comercial Plaza Real Local I63
mgsuministrotunja0809@hotmail.com Tel.7441697 Tunja Boyacá

RESTAURANTE Y PIQUETEADERO



Caldo Parao

Atención de eventos y recepciones
JAVIER ROSAS
MOVIL: 310 3299842
CALLE 11 #15-112 Sogamoso/Boyacá



ALTIPAL

Un salto adelante en distribución y servicio



Servicentro Electronico

Técnicos profesionales REPARAMOS toda marca de televisores y equipos de sonido.
Garantía, respuestas legítimos
mantenimiento de computadores.

SAMSUNG aIWA CHALLENGER SONY
JVC DAEWOO LG Panasonic

TUNJA
Cra 7 n 52-23, La Granja
cel. 3204906745 3152000610
tel. 7431812



Plotter Center

Publicidad Exterior

**STICKERS
PENDONES
FOTOPLANOS
SEÑALIZACIÓN
VINILO DECORATIVO
AVISOS LUMINOSOS
IMPRESIÓN DE PLANOS
SKINS PARA COMPUTADOR**

AGRO VERGARA



SEMBRANDO PROGRESO

Tel: 3102509203
Dirección: Vereda Vergara-Municipio de Chiquiza (BOY)

Venta de Insumos y productos
Agrícolas

Amalia Imírda Puentes Medina
Directora

- FLORISTERIA
- RECORDATORIOS PARA EVENTOS SOCIALES
- CURO DE FLORISTERIA EN PORCELANICRON
- CURSO DE RECORDATORIOS EN PORCELANICRON



ARTE EN PORCELANICRON

Carrera 12A # 14 - 36 Barrio Nueva Santa Bárbara
Cel: 3104841377 - 3102275528
talentoboyacense@hotmail.com

INNOVA
DISTRIBUCIONES

Juan Guillermo López Ruíz Gerente

Cortinas
Alfombras
Persianas

Pisos de Madera
Divisiones para Baño y Oficina
Suministros en General



Móvil: 3123418164
Contacto: e-mail: innova.distribuciones@gmail.com
<http://innova-distribuciones.webnode.com.co>

eventos
más...

- Recreación
- logística
- Piñatería

310 5727502 - 313 2976692
emastunja@gmail.com
Carrera 11 # 21-34 2do piso



Av. Norte # 43 a 64 Cel: 320 404 50 90
f [blackandwhite](https://www.facebook.com/blackandwhite)
www.blackandwhiteburger.com

Bandas Marciales y Musicales



MUSICA
Sonando con Calidad



- Instrumentos musicales Importados y Nacionales
- Uniformes
- Accesorios
- Equipos de Amplificación

Bloque 8 Apt.203 FLORIDA PARQUE TUNJA (COLOMBIA)
Cel: 320 493 11 02 - 321 251 45 62 - 320 240 90 69
rodrigomelosalamanca@yahoo.com

Nuevas Fronteras



Calle 14 a #9a 42 Barrio San Laureano
Cel: 321 418 45 11 web: www.gbnf.edu.co
E-mail: info@gbnf.edu.co

Señalización vial vertical / Valla móvil / Mobiliario urbano informativo
 Avisos luminosos / Señalización industrial / Laminadora Industrial
 Bordadora / Calcomanías troqueladas

Tunja
 Cra. 15 No. 20 - 62
 Tels: 7423853
 Cel: 310 812 35 47
 311 212 04 19
 abraham0218@hotmail.com

ABRAHAM
 PUBLICIDAD EXTERIOR
 PANTALLA GIGANTE DE LED
 IMPRESIÓN DIGITAL A GRAN FORMATO

Plotter Center
 Publicidad Exterior

STICKERS
PENDONES
FOTOPLANOS
SEÑALIZACIÓN
VINILO DECORATIVO
AVISOS LUMINOSOS
IMPRESIÓN DE PLANOS
SKINS PARA COMPUTADOR

FIESTAS
 UNIVERSITARIAS

taboo fiesta
 RESTAURANTE BAR & LOUNGE

**UN NUEVO CONCEPTO
 EN COMIDAS, SHOTS,
 RUMBA Y EL MEJOR
 SERVICIO DE LA CIUDAD**

teléfono:
 313 491 48 90 - 320 332 04 78

dirección:
 Av norte diagonal 46 n° 5a - 33 taboofiestas@gmail.com

Más Descuentos
 Droguería

Carrera 25 No. 18-40 Paipa (Boyacá)
 Telefonos: 7853730 - 3103054812
 Fax: (8) 7853730

ALMACÉN y DISTRIBUCIONES
SUPERAGRO
 S.A.S.
Economía, Calidad y Servicio
Trabajando de la mano con el agricultor boyacense

Cra. 13 N° . 4-26 Sur * Tel.: (098) 745 5023
 Fax.: (098) 745 6670 *
 super_agro@hotmail.com * Tunja (BOY)

Venta de Productos e Insumos Agrícolas

Señalización vial vertical / Valla móvil / Mobiliario urbano informativo
 Avisos luminosos / Señalización industrial / Laminadora Industrial
 Bordadora / Calcomanías troqueladas

Tunja
 Cra. 15 No. 20 - 62
 Tels: 7423853
 Cel: 310 812 35 47
 311 212 04 19
 abraham0218@hotmail.com

ABRAHAM
 PUBLICIDAD EXTERIOR
 PANTALLA GIGANTE DE LED
 IMPRESIÓN DIGITAL A GRAN FORMATO



UB Universidad de Boyacá

Personería Jurídica N°6553 de mayo de 1981 - Resolución N°2910 del 16 de septiembre de 2004 MEN.

¡Únete a los mejores!



f /universidaddeboyaca t @univboyaca

Programas de Pregrado

Sede Tunja

Ingeniería de Sistemas

Acreditado de alta calidad
Reg. SNIES 20710

Ingeniería Ambiental

Reg. SNIES 53841

Ingeniería Industrial

Reg. SNIES 20699

Ingeniería Sanitaria

Acreditado de alta calidad
Reg. SNIES 20711

Ingeniería Mecatrónica

Reg. SNIES 54539

Diseño de Modas

Reg. SNIES 90577

Arquitectura

Acreditado de alta calidad
Reg. SNIES 20700

Diseño Gráfico

Reg. SNIES 20713

Derecho y Ciencias Políticas

Reg. SNIES 20706

Comunicación Social

Reg. SNIES 20716

Psicología

Reg. SNIES 52316

Enfermería

Reg. SNIES 101677

Medicina

Reg. SNIES 20697

Fisioterapia

Acreditado de alta calidad
Reg. SNIES 20712

Terapia Respiratoria

Reg. SNIES 20705

Bacteriología y Laboratorio Clínico

Reg. SNIES 20734

Instrumentación Quirúrgica

Reg. SNIES 20704

Administración y Negocios Internacionales

Reg. SNIES 20739

Contaduría Pública

Reg. SNIES 20709

Administración de Empresas

Reg. SNIES 20708

Sede Sogamoso

Administración de Empresas

Reg. SNIES 20708

Arquitectura

Acreditado de alta calidad
Reg. SNIES 20700

Psicología

Reg. SNIES 52316

Derecho y Ciencias Políticas

Reg. SNIES 20706

Ingeniería Ambiental

Reg. SNIES 53841

Sede Chiquinquirá

Derecho y Ciencias Políticas

Reg. SNIES 20706

Administración y Negocios Internacionales

Reg. SNIES 20739

Comunícate con nosotros:

Tel.:(8) 7452105

Cel.: 3174003603

Estímulos e Incentivos Académicos:

- Beca al mérito académico para el "Mejor Bachiller"
- Beca al estudiante con mejor promedio semestral
- Beca al estudiante con mejor promedio acumulado
- Beca al mérito cultural y beca al mérito deportivo
- Beca para hijos de egresados de la Universidad

www.uniboyaca.edu.co
comunicaciones@uniboyaca.edu.co

Inscripciones y matrículas:

TUNJA Campus Universitario: Carrera 2ª Este No. 64 - 169 Tel. (8) 7450000 - Fax. (8) 7450044

SOGAMOSO Sede: Carrera 9 No. 28 - 41 Barrio El Recreo Tels.: (8) 7729222 - 3166901644

CHIQUINQUIRÁ Sede: Calle 17 No. 7 - 67 Piso 4 Colegio El Rosario Tels.: (8) 7263156 - 3175729788

BOGOTÁ Oficina: Carrera 13 No. 93 - 85 / Of. 306 - Tels.: (1) 6170298 - (1) 6170367

YOPAL Oficina: Carrera 19 No. 7 - 44 Tels.: (8) 6348018 - 3174051130

