

LOGOS

revista diseño

revista diseño

LOGOS

revista diseño

editorial



Respetados lectores. Gracias a Ustedes y a quienes patrocinaron en esta nueva revista, los estudiantes de la asignatura Carátulas e ilustración de la carrera de Diseño Grafico de la Universidad de Boyacá, tienen un valioso objeto metodológico. En este trabajo, se planteo como objetivo principal desarrollar competencias en Diseño Editorial. Los estudiantes de esta asignatura, unos comprometidos con entusiasmo y otros cumpliendo un requisito académico, desarrollaron ejercicios pedagógicos en ilustración, infografía, fotografía, carátulas, gestión y diseño de publicidad, práctica de software especializado y empaquetamiento editorial. No puedo terminar sin señalar que los artículos que acompañan a este ejercicio son colaboraciones basadas en opiniones personales y profesionales y por tanto mantienen su objetividad al margen de quienes patrocinaron en nuestra revista. Gracias

Dg. Rocio Margarita Millares Caro
Docente asignatura Carátulas e Ilustración

Universidad de Boyacá

Facultad de Arquitectura y Bellas Artes
Diseño Gráfico
VI semestre
Carátulas e Ilustración
II semestre de 2005
primera edición

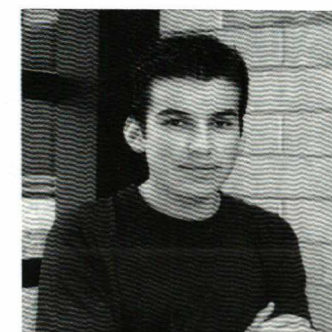
El cabezote fue diseñado por Alejandro Suescún, la Portada por Lorena Orduz, sumario y bandera por Ana María Salamanca P. Montaje Editorial por Anamaría Salamanca, Yorlenny Sánchez. Control de Producción Catalina Forero, Lorena Orduz.



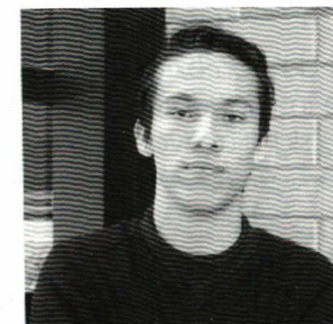
Ana María Salamanca



Andrea Albarracín



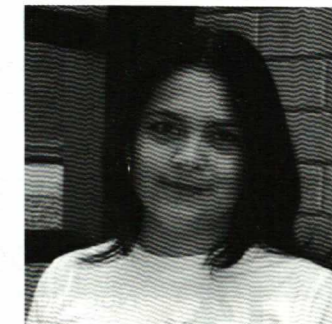
Alejandro Suescún



Juan Carlos Rodríguez



Alejandro Sierra



Lissette Velazquez



Yorlenny Sánchez



Cristian Garcia



Catalina Forero



Angela Gonzalez



Lorena Orduz



Edison Yaya

6**ILUSTRACIÓN**

El diseño Gráfico en Colombia ha hecho uso de la Ilustración como factor recreativo del mensaje, tal vez porque...

PEDAGOGÍA Y DISEÑO

El docente aquí es responsable de contextualizar y tematizar, de proponer las actividades que impliquen procesos y que sean significativas para el estudiante.

10**14****IDENTIDAD GRÁFICA EN BOYACÁ**

Nuestro mundo entonces es el reflejo de la existencia paralela de "la acción presente en presente-pasado y en potencialidad futuro".

QUE SOMOS Y COMO NOS VEN

Todos tenemos mucho que ver con el diseño gráfico, desde la perspectiva de consumidores o usuarios, puesto que estamos expuestos a la comunicación visual y queremos o no aceptarlo...

20**24****FOTOGRAFÍA**

La fotografía publicitaria también es llamada por otros fotografía de ilustración; esta consiste en la producción de imágenes que contengan o expresen una idea, una experiencia o ...

JOAN COSTA

En el diseño hay una cuarta dimensión, expuesta en el diseño televisivo, determinada por todos los lenguajes secuenciales que se representan en el tiempo...

30

- FOTOPENDONES
- IMPRESIÓN LÁSER A COLOR
- IMPRESIÓN PARA EXTERIORES
- IMPRESIÓN EN CARTÓN PAJA
- IMPRESIÓN DE PLANOS

**DELL™ EPSON**

Abrimos los domingos de 6:00 a 8:00pm

C.C. PLAZA REAL LOCAL 125**TEL: 7402331 - 3005664161**

Ilustración

Por: Dg. Nélon Riveros
Docente UniBoyacá

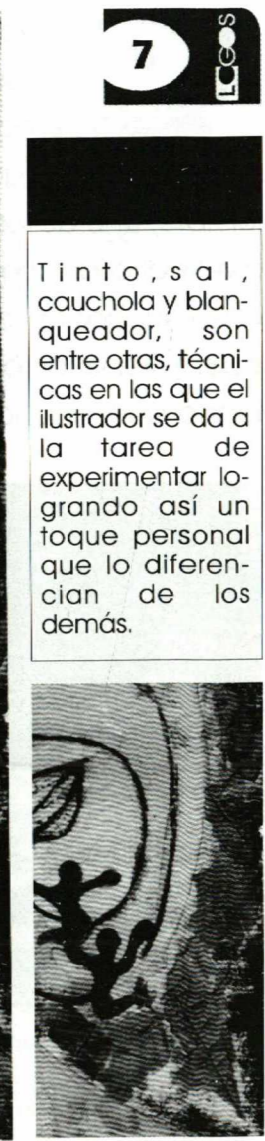
Hablar de Ilustración en nuestro país es remontarnos en el tiempo de una tradición en la comunicación dentro del contexto editorial. Desde sus inicios, el diseño gráfico en Colombia ha hecho uso de la ilustración como factor recreativo del mensaje, tal vez porque desde los inicios de los primeros periódicos en nuestro país, (como El Gráfico y las primeras revistas como Cromos y Panida de Medellín, fundada en 1915), como medio masivo de comunicación, se pensó en utilizar la ilustración como un factor de crítica social y

política de nuestro entorno; y entonces se optó por la caricatura, en la cual fueron partícipes muchos artistas multidisciplinarios, como Leo Matiz, fotógrafo y caricaturista, quien casualmente fue el primer galerista en nuestro país y con quien Fernando Botero expuso por primera vez, cuando aún pintaba figuras delgadas y esbeltas, el mismo Botero, Pepe Mexía, arquitecto y caricaturista, entre otros, esta lista se extiende hasta llegar a nuestros días, pasando por una infinidad de estilos que determinan las diferentes tendencias

y la evolución de la gráfica en el entorno ilustrativo, las tendencias vanguardistas de nuestro tiempo, demandan una mayor calidad y rigurosidad en el trabajo ilustrativo actual, máxime cuando las editoriales necesitan la implementación de ilustraciones que exaltan la idea principal que se quiere transmitir, o simplemente ilustran situaciones específicas difíciles de recrear en un ambiente real, basadas u orientadas por un derrotero, el cual en forma precisa y detallada le indica al ilustrador lo que necesita el editor.

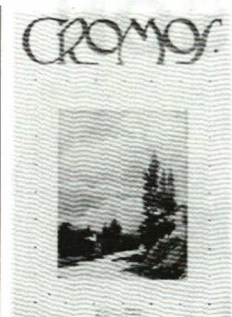
Esta evolución en la ilustración y la comunicación visual ha abierto las puertas para nuevos ilustradores y diseñadores, quienes experimentan con nuevas técnicas más «descrestantes» que embellecen su trabajo y aumentan la calidad de la ilustración, y la demanda del ilus-

ilustración por Andrea Albarracín



Tinto, sal, cauchola y blanqueador, son entre otras, técnicas en las que el ilustrador se da a la tarea de experimentar logrando así un toque personal que lo diferencian de los demás.

infografía por Ana María Salamanca P.



Roberto Paramo

uno de los primeros ilustradores de la revista cromos, nació en 1859 en Medellín, fue maestro de notables figuras de la ilustración como Leo Matiz, Pepe Gomez, Roberto Pizano y laureano Gomez.



Leo Matiz 1917-1998

Nacido en Aracataca, Magdalena. En 1933 la revista civilización de Barranquilla publicó sus primeros trabajos, Viajó a Bogotá donde incursionó en la xilografía e hizo caricaturas para revistas y en 1937, para el tiempo.



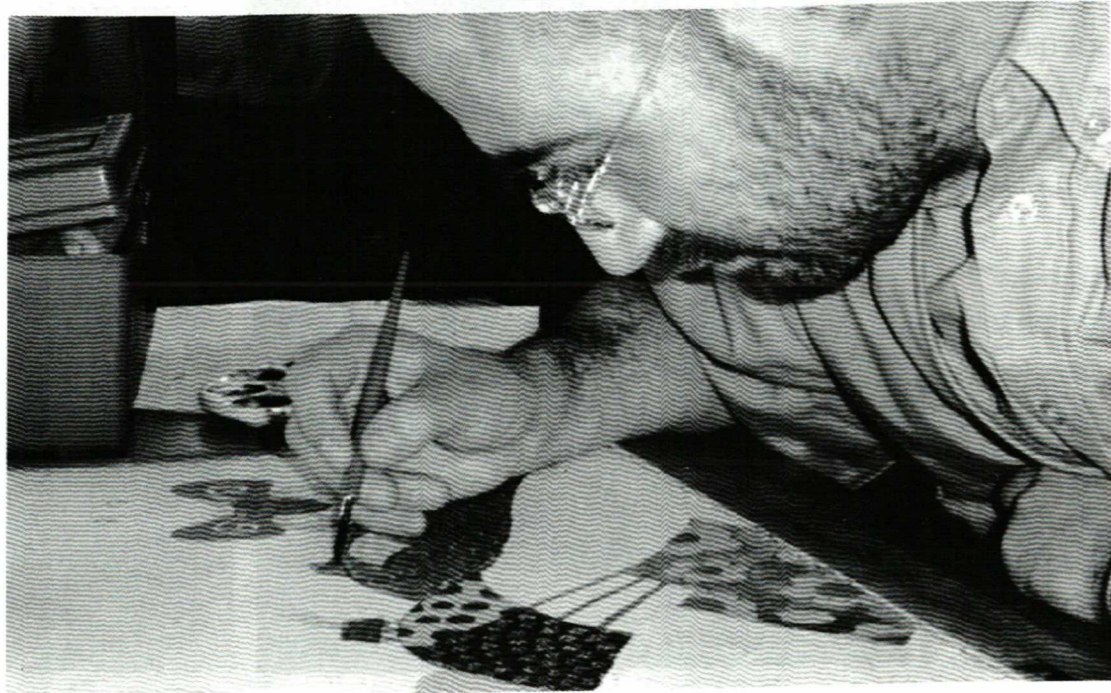
La ilustración en la actualidad

La ilustración toma un lugar importante como narrador visual de hechos, en el que el artista transporta al público a imaginar el tema central por medio de sus ilustraciones de un forma más cercana que con la caricatura.

En la actualidad las ilustraciones en Colombia son de una mayor riqueza textura y en las cuales se conjugan diferentes técnicas.



trador. En Colombia esta tendencia de inmiscuir la ilustración como parte del mensaje en el contexto editorial ha tenido tanto auge en todos los países a donde han llegado estos ejemplares que en la actualidad Colombia, uno de los países menos lectores, es el más reconocido a nivel editorial, como excelente calidad gráfica y editorial, tanto así que muchos de los libros de difusión mundial se editan en nuestro país. Y tiene tanto reconocimiento el trabajo del Ilustrador colombiano que muchos de ellos son invitados de honor por diferentes



Fotografía por Lorena Orduz Valbuena

embajadas como la del Japón, para que dicten seminarios de ilustración en nuevas técnicas aplicativas, permitiendo el desarrollo y la riqueza gráfica en el único país en el cual la feria del libro es la primera y más importante del mundo entero, esto nos obliga a mejorar día con día y a insistir que desde las universidades, el rigor de exigencia en el ámbito ilustrativo alcance niveles inesperados de altísima calidad y factura, y es ese el reto que nos espera fuera de las aulas de clase, competir con la mayor y la máxima calidad posible.

De las Grandes Épocas del Arte.



Ilustración

Gerffo PINTOR
CEL. 315 3932959

Pedagogía

Dg. Nelly Soledad Acosta
Docente UniBoyacá

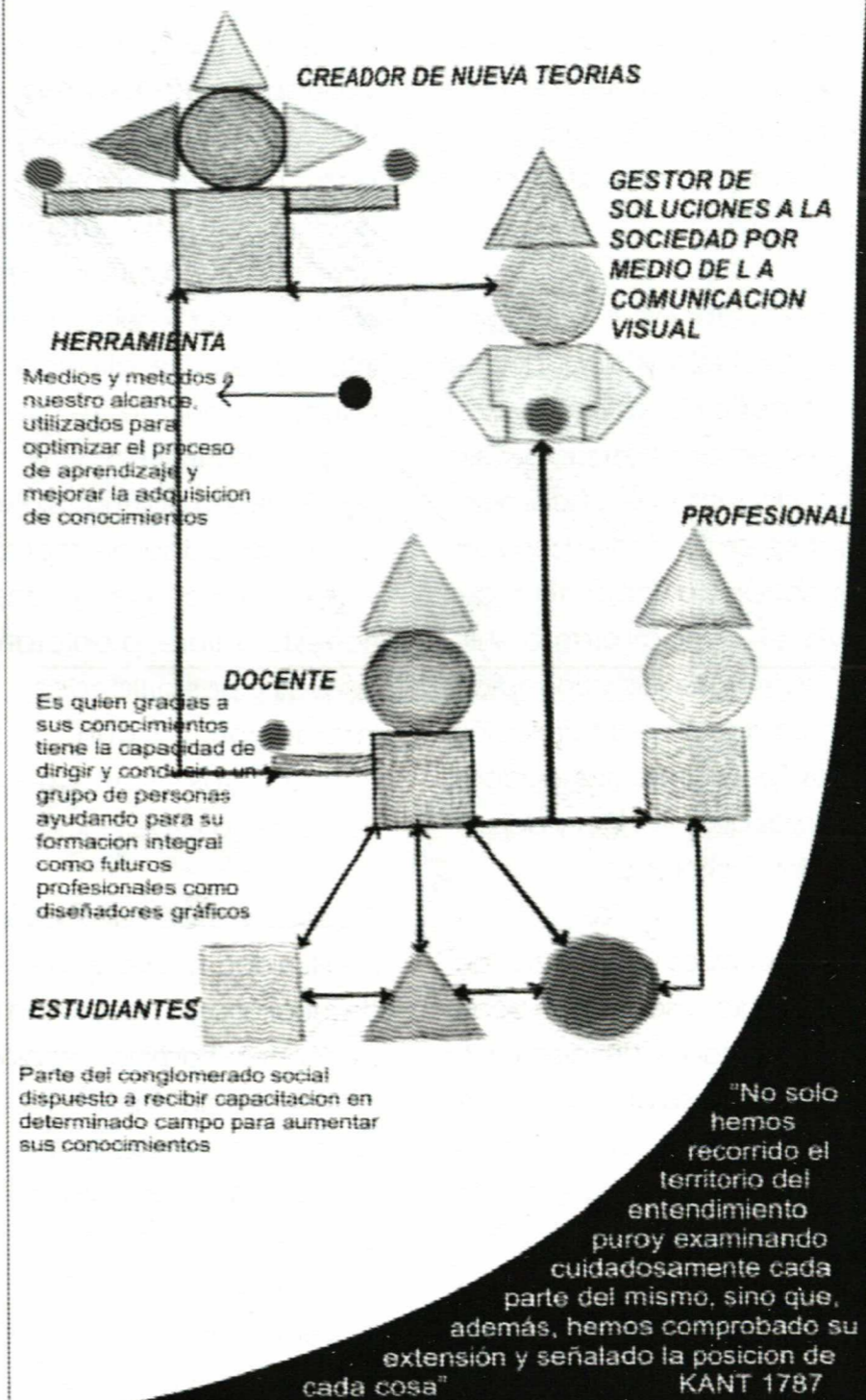
La formación que recibí de mis maestros en la Universidad Nacional me sirvió por muchos años para desempeñarme profesionalmente; pero el reto de formar a otros en la disciplina me enfrentó a nuevos discursos. La oportunidad que me di de estudiar el diplomado en Docencia universitaria (2003), fué en varias áreas de estudio del mismo; un reto para la reflexión de los temas docentes y una tarea autoimpuesta de revisión de mis prácticas pedagógicas. Mi trabajo docente me ha obligado a llevar a las aulas mi experiencia profesional de más de diez años como mayor y principal argumento; por ello la necesidad de analizar estos aspectos relacionados con el quehacer docente y con el aprender; no solo para acercarme al léxico de lo pedagógico y lo epistemológico sino para apropiarme de las temáticas y proponer desde la perspectiva del diseño gráfico.

El aprender sobre la naturaleza y la estructura del conocimiento, del como se aprende y del cómo se enseña, se ha convertido en

una nueva posibilidad de ampliar mi espectro profesional que estaba centrado en la experiencia profesional empresarial. Las oportunidades que he encontrado aprender de mis alumnos han sido numerosas y satisfactorias pero los instrumentos para evaluar dicho proceso se han venido construyendo, muy lentamente, ya que el equipo de trabajo comparte juventud y expectativas que, en ocasiones no encuentran respuesta pronta y la búsqueda de la retroalimentación en las prácticas docentes es afanosa.

La epistemología se preocupa y ocupa de los temas del conocimiento y en ella se pueden encontrar las respuestas a varios interrogantes que, aunque no

Infografía por Alejandro Sierra y Lissette Velásquez



toquen de manera directa el enseñar y aprender diseño si dan luces en el camino (1). Emmanuel Kant nos explica esto del «conocer el conocimiento» con una metáfora muy interesante y clara en su libro «Crítica de la razón pura»: lo describe como una isla. Realiza una distinción entre las cosas que podemos conocer, que denomina fenómenos, y aquellas cosas que no podemos conocer: los númenos. Los fenómenos forman la isla, los númenos el mar. El objetivo de Kant es hacer un mapa del territorio de la isla, y así señalar cuáles son las características del conocimiento humano, allí distingue dos fuentes del conocimiento, la primera es la facultad de recibir representaciones, el espacio donde «se nos da un objeto» y la segunda es la capacidad de conocer un objeto a través de tales representaciones, es

el lugar donde «lo pensamos». Hablamos, entonces, de intuición en el primer caso, de un conocimiento *a priori* que es absolutamente independiente de toda experiencia y, de elaboración de conceptos en el segundo, o conocimiento *a posteriori*, que está basado en la experiencia (3).

Retomo estas consideraciones para encontrar aquí su relación con el trabajo en el taller de diseño, el estudio y labor que se hace con la representación y el desempeño del docente y del estudiante en la proyectación. Aquí tenemos el espacio para recorrer ese mapa de isla. La tarea docente se encamina, entonces, a un aprendizaje que se centre en procesos basados en la propia vivencia de una experiencia cognitiva del estudiante en donde él construya el conocimiento y lo transforme disponiendo de las intuiciones y de los conceptos; generando nuevas posibilidades de interacción e interrelación para cambiar sus propios contenidos, pensamientos e ideas en teorías al igual que sus propias maneras de entender y pensar para realizar comparaciones, análisis y monitoreos.

El docente aquí es responsable de contextualizar y tematizar, de proponer las actividades que impliquen procesos y que sean significativas para el estudiante. Es responsable de diseñar e implementar el ambiente que contribuya al aprendizaje de manera motivante y generadora de participación activa. De otro lado asesora el proceso de autorregulación del estudiante y estimula en él la expresión verbal de su proceso (2).

El estudiante, por su parte, saca a flote sus estrategias cognitivas previas (apriori) incluyendo o excluyendo información para enfrentar el reto que se plantea y así reorganiza sus estructuras cognitivas

construyendo nuevos conocimientos y habilidades, basado en la experiencia planeada como ejercicio; de esta manera realiza un descubrimiento autónomo donde el que aprende es el que identifica y selecciona la información. De otro lado al hacerse consciente de su propio monitoreo y al ser significativo su aprendizaje está en la capacidad de recrearlo y expresarlo de manera honesta y libre propiciando nuevas posibilidades de interacción con sus compañeros con quienes comparte la experiencia.

Cada clase de taller es una oportunidad nueva y diferente de recorrer ese mapa de la isla y encontrar caminos propios e individuales de hacer conciencia de su aprendizaje. Aquí la acción es fundamental, el hacer es el que da el conocimiento y la proyectación es la expresión que argumenta el proceso cada estudiante es autónomo,

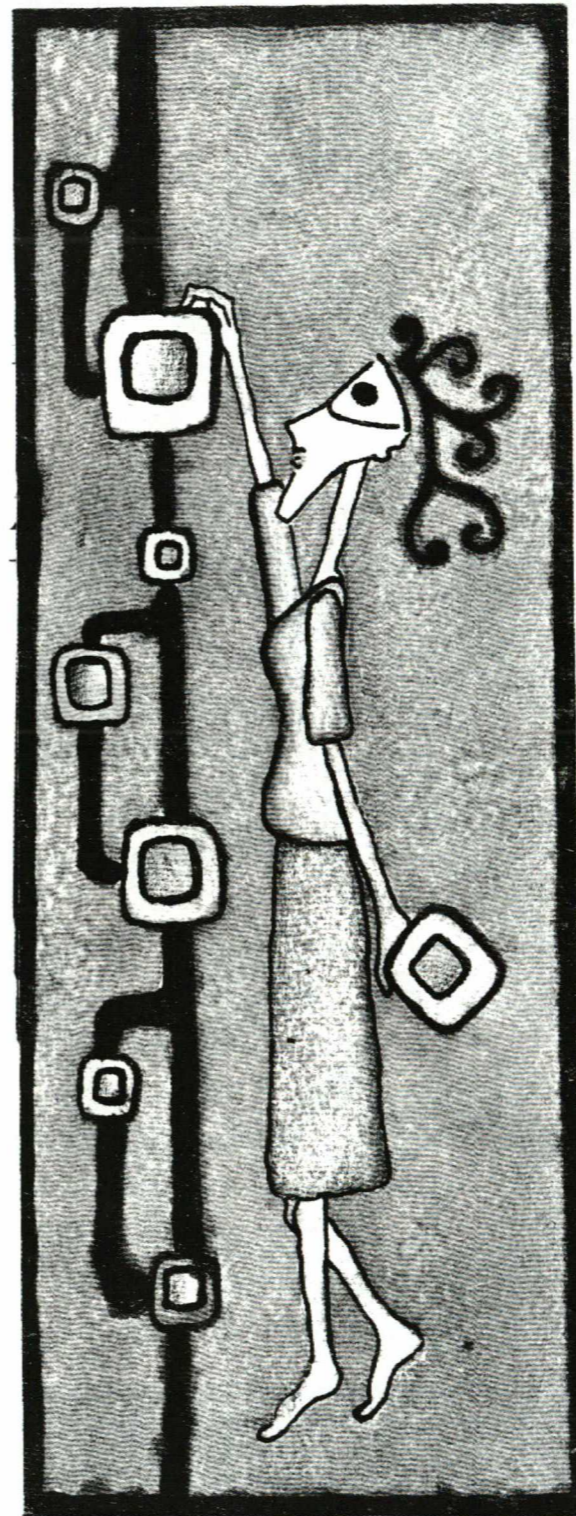


ilustración por
Lorena Orduz

en cierta medida, de su conocer y de su accionar para dar cuenta, al final de cada sesión, de los progresos o de los nuevos interrogantes planteados. Allí también me auto-evaluó como docente y reafirmo que se aprende haciendo.

**«No sólo hemos recorrido el territorio del entendimiento puro y examinado cuidadosamente cada parte del mismo, sino que, además, hemos comprobado su extensión y señalado la posición de cada cosa.»
Kant 17**

Citas

1. OSORIO, Francisco. *¿Qué es la epistemología?*. Conferencia dictada para el Magíster en Antropología. Abril de 1998. Publicada en la página web de la Universidad de Chile.
2. NOT, Louis. (1994). *Las pedagogías del conocimiento*. Bogotá. Ed. Fondo de Cultura Económica.
3. KANT, Immanuel. *Crítica de la Razón Pura*. Ediciones Alfaguara. 1993.

búsqueda identidad gráfica

Por: Dg. Rocio Millares C.
Docente UniBoyacá

En la actualidad, la globalización se exhibe ante nosotros como un monstruo suplantador de cultura y por ende la identidad. La comunicación visual, se presenta ante esta «problemática» como un mecanismo propulsor, que ayuda a modelar y manipular nuestra identidad con una velocidad alarmante. Actualmente, esta inquietud ha generado polémica desde todo punto de las Ciencias sociales y gracias a ello se gestan espacios en los medios de comunicación promovidos por entes gubernamentales y no gubernamentales, que permiten evidenciar que se están tomando cartas en el asunto.

Son muchos los ejemplos que evidencian esta necesidad y lo detectamos fácilmente en las campañas publicitarias¹ que observamos y escuchamos en diferentes medios de

comunicación o como la manilla tricolor, usada por algunos, como simple moda y por otros como símbolo² de ese interés.

Para entender mejor la problemática de la situación, en cuanto a la pérdida de identidad nacional, es necesario revisar el concepto: La identidad del ser humano «surge del ejercicio de su propia existencia. Las personas actúan saliendo fuera de sí, de su mundo particular, para relacionarse con otro (el otro y su propio mundo). En ese proceso de tener posibilidades en frente, de elegir, decidir, y actuar, es cuando se va determinando la forma de ser de cada persona teniendo en cuenta un doble horizonte: el temporal y el espacial.»³

¹ Catedrática de la Facultad de Arquitectura y Bellas Artes de Uniboyacá. Diseñadora Gráfica de la Universidad Nacional Magíster Historia de la U.P.T.C. de Colombia.
² Recordar las propuestas de la Comisión Nacional de Televisión y el rescate del «Patrimonio inmaterial Colombiano, mejor aplicarlo que olvidarlo».



Ilustración Mary Yorlery Sánchez Reyes

- El horizonte temporal, que rige la experiencia, a partir de la presenciante pasado en el presente y del futuro deseado y según las cuales tomamos decisiones. -El horizonte espacial, regido por

nuestra acción según el lugar dentro de un contexto y según el cual surge el «estar ahí y nuestra forma de captarlo, modificarlo, crearlo y recrearlo».

De esta forma, existe una complicada ecuación compleja, interdependiente y variable entre «El otro y los otros, el tiempo y los tiempos, el espacio y los espacios» que constituyen el mundo de los seres humanos.

Nuestro mundo entonces es el reflejo de la existencia paralela de «la acción – presente – en historia - pasado – y en potencialidad – futuro – «, fijados por la conformación del «ser» de cada uno, como individuos y parte de un colectivo que comparte un sentido de identidad.

para Boyacá

Para que la compleja estructuración de la identidad se logre, es necesaria la presencia de «medios mediadores» entendidos como, los componentes de nuestro contexto, naturaleza, animales, objetos, sonidos, etc. Es la necesidad de ampliar posibilidades de relación con nuestro contexto la que determina la capacidad de comportamiento de cada uno de nosotros. «Los mediadores, entonces, parcial o totalmente, con todas las consecuencias.»⁴



fotografía por Ana María Salamanca Pedraza

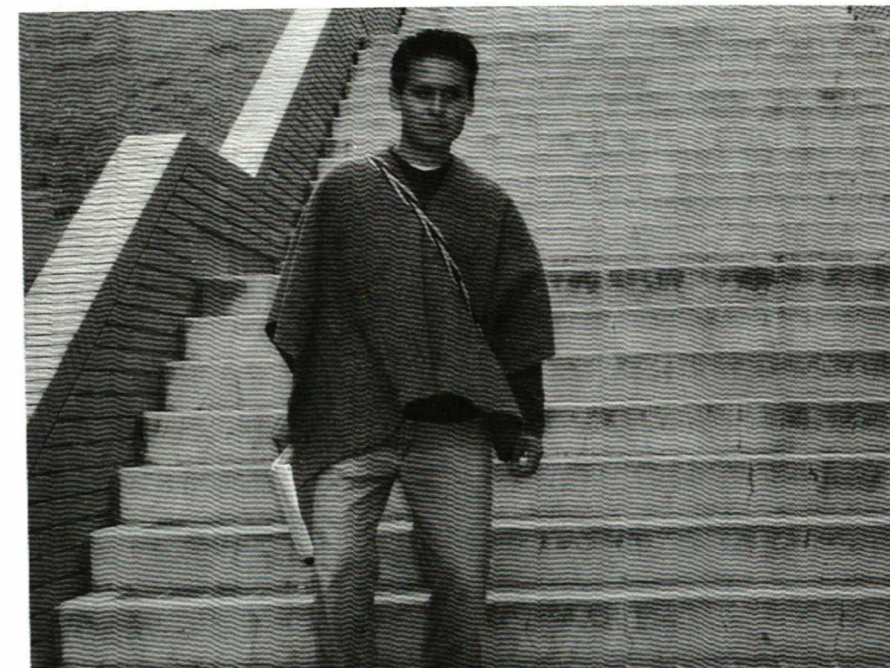
En la actualidad, los denominados medios de comunicación masiva, como el Internet, la televisión, la prensa y la radio, son los mediadores en nuestras relaciones con nuestro mundo. A través de estos medios estamos expuestos no solo al bombardeo de información buena, regular, mala y pésima, según nuestros propios códigos de percepción, sino a un decreciente aprovechamiento de posibilidades de interrelación y experiencia con nuestro contexto. Así, nuestra construcción de mundo se esta haciendo

de forma virtual, desequilibrándose una lógica relación entre horizonte temporal y horizonte espacial.

Las consecuencias de este desequilibrio se pueden catalogar así:

1. Una permanente filtración de ideologías foráneas, y por ende limitada capacidad de construir las propias.
2. Nuestra toma de decisiones son tomadas por los medios de comunicación y por tanto, «les entregamos esa capacidad originaria de definir nuestra existencia».
3. Los medios, determinan un «menú de opciones de interrelación» a través de «selección de la información, intensidad del mensaje, canal utilizado, indicación de criterios de priorización, incentivos reales o figurados para la selección de determinadas opciones...»

Estas consecuencias, convierten «a los individuos y a los colectivos en masa y anulan identidades; homogeneizan las culturas y determinan el consumo de acuerdo con intereses dominantes...» A partir de aquí, las brechas crecen, la pobreza aumenta, la división internacional del trabajo consolida estados y hasta modelos de desarrollo y subdesarrollo, las existencias pierden posibilidades y las identidades son engullidas por las modas.»⁵ Esta situación ha generado en algunos individuos una posición anacoreta radical, en tanto que consideran que «La única opción que nos queda como escenario para las relaciones Hombre Mundo, es poder aislarnos de la influencia de los medios: apagar las radios, desconectar los televisores, quemar los periódicos, quedarnos fuera de la gran red. Eso permitiría la recopilación de horizontes



fotografía por Lorena Ordúz

⁵ GÓMEZ, Carlos H. Los medios de Comunicación Masiva: identidad y Territorio frente a la Globalización de la información. Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), potencia presentada en la mesa redonda sobre – Los medios de comunicación masiva: identidad y territorio frente a la globalización de la información -, durante la Conferencia Internacional UNESCO/IPA. – At the threshold of the Millennium- , Lima, Perú, 1520 de abril de 1998

⁴ Aquí símbolo se define como una representación gráfica de una realidad, que encuentra en un objeto como la manilla tricolor una convención socialmente aceptada. Ser Colombiano.
² GÓMEZ, Carlos H. Los medios de Comunicación Masiva: identidad y Territorio frente a la Globalización de la información. Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), potencia presentada en la mesa redonda sobre – Los medios de comunicación masiva: identidad y territorio frente a la globalización de la información -, durante la Conferencia Internacional UNESCO/IPA. – At the threshold of the Millennium- , Lima, Perú, 1520 de abril de 1998.

decimonónicos o más viejos y, por tanto, el resurgimiento de identidades perdidas en ese pasado que, dicen, siempre fue mejor».

Esta propuesta, lógica y desesperada para los que se saben individuos dentro de un colectivo y que se rehúsan a ser considerados «masa» sugiere sin embargo para la mayoría una posición de «atraso», en tanto que se sugiere encartarnos en unos «tiempos mejores» de los cuales, si revisamos muy bien nuestra historia no eran tan «mejores». Con esta opción radical, estaríamos perdiendo también un avance lógico de la raza humana.

Los anacoretas de la comunicación se olvidan que la globalización de nuestro

mundo se viene desarrollando desde tiempos remotos: Cada incursión bélica, cada transacción comercial, cada colonización de territorio y por ende de contacto interracial, han dejado tras de si, la mayoría de veces, una experiencia no solicitada que impacta a los individuos sus colectividades.

Lo anterior no significa, que debemos bajar los brazos ante una inminente globalización desde los medios de comunicación masiva. La responsabilidad es grande para los periodistas, comunicadores sociales y para nosotros los comunicadores visuales, pertenecientes en principio a un colectivo de boyacenses colombianos. Nosotros debemos crear escenarios que permitan un equilibrio a través de «-INFORMAR- y ampliar la capacidad individual y colectiva de utilizar esa información para enriquecer la posibilidad originaria existencial de crear identidad -FORMAR-; deben EDUCAR. Objetivamente, sin imitar su capacidad mediadora; antes por el contrario, fortaleciéndola respondiendo a unos principios éticos.»⁶

Con lo anterior queda claro al DEBE SER ético de los comunicadores. Pero cuando nuestro asunto es «recuperar» o «buscar» la identidad en procesos de comunicación visual estos dos conceptos se presentan dicotómicos.

Recuperar, requiere saber con certeza que se ha perdido o está en proceso de desaparecer. Un inventario nos acercaría al desarrollo de ese concepto, del cual aprovecharíamos como nuestro, todo cuanto se descubra. Todo lo vivido que genera una gráfica se consideraría identidad visual.

Y cuando estamos tras la búsqueda, el concepto toma otro camino. Buscar no necesariamente requiere saber exactamente el que, ni cuando, ni donde. Buscar requiere un proceso de análisis de nuestra historia, en este caso visual, y determinar entre todas las influencias ideológicas que nos han impactado, cual podemos considerar verdaderamente nuestra. Con un proceso metodológico histórico basado en determinar generalidades, regularidades y particularidades se puede lograr tal cometido.

¿Ante lo anterior, cuál es su posición como diseñador gráfico investigador, que nos permita alcanzar una estética con identidad para Boyacá?




Organización Premio al Merito Ejecutivo
*invita al evento de exaltación
 Mejores Alcaldes de Boyacá 2005
 a realizarse el próximo 2 de diciembre.*

Acto Académico: Cinema Boyacá 7 p.m.
 Acto Social: Hotel Hunza 10 p.m.

☎ 7 403395, Cel. 312 397 0028
 Premioalmeritoejecutivo@yahoo.es

Hacemos de su Imagen una distinción!



Soelco LTDA
 Soluciones Eléctricas y Construcción

Líneas de Distribución:
 Eléctricos, Construcción, Iluminación,
 Citofonía, Comunicación y Datos

Carrera 13 N° 19 - 36 PBX: 742 5525
 Ventas Ext.: 213 - 214 - 215 Fax: Ext.: 212
 Inf.: Ext.: 218 - 219 email: soelco@gmail.com
 Tunja - Boyacá - Colombia

Además de inspiración,
 cabeza y un buen lápiz,
 para escribir se necesita...



vea la pag 23

¿Que somos y como nos ven?

por: Edison Augusto Yaya
y Cristian García
Estudiantes UniBoyacá

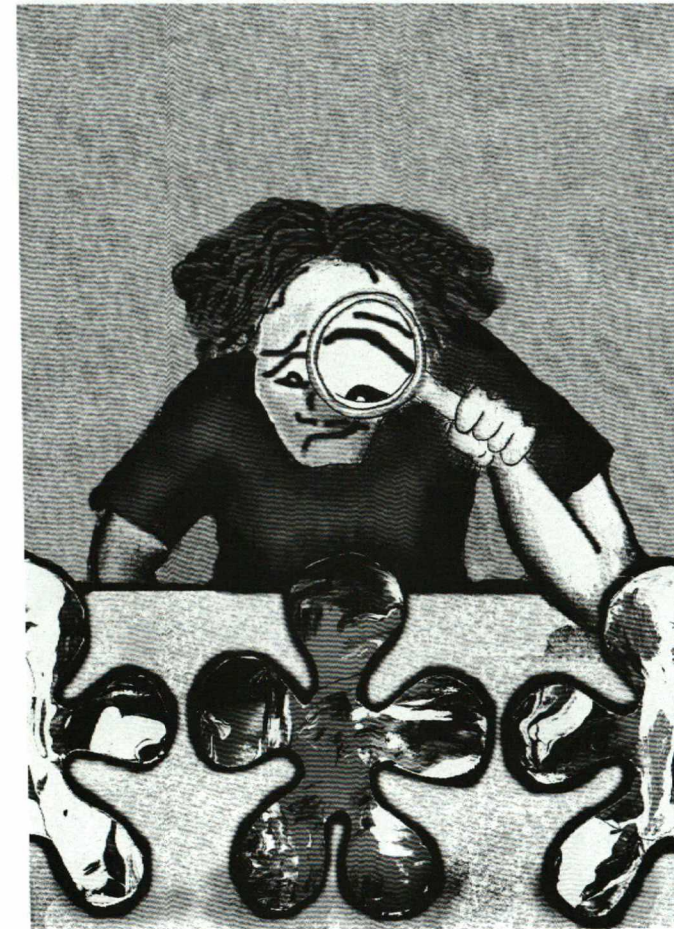
En Colombia el Diseño gráfico tiene una historia satisfactoria, desde los comienzos de los medios masivos de comunicación se han conocido diseñadores destacados, como: Dicken Castro, David Consuegra, Martha Granados , sus trabajos cuentan con una buena calidad a nivel visual y un alto contenido conceptual que atrae a los clientes u organizaciones interesadas en comunicar mensajes eficaces a la hora de comunicar visualmente.

Existe un interés por parte de algunas empresas que hacen que el diseño gráfico sea de un alto nivel y que las organizaciones dedicadas a producir trabajos de diseño se preocupen por mantener su alto grado de profesionalismo. Debido a la globalización han sido traídas ideas nuevas, que van a la vanguardia de los mejores del mundo, estas ideas se acoplan a nuestra cultura, creando un sinnúmero de nuevas formas muy atractivas a la vista. Es ahí donde se ve el talento de los diseñadores colombianos, quienes tienen a su favor la riqueza estética de los

antiguos habitantes de nuestro país.

Pero este mismo mundo globalizado también es creador de sujetos mediocres, pues con los adelantos tecnológicos todo el mundo tiene acceso a software de diseño. Estas personas creen que al tener estos programas ya son diseñadores, y se está dejando de lado la creatividad, la formación humanística, la técnica, y la investigación, este es el caso de las pequeñas empresas dedicadas a diseñar, pero no están capacitadas lo suficiente, entonces «regalan» el trabajo y su calidad no es buena, los expertos los llaman «talleres de garaje». Ellos creen que pueden diseñar y no es así, se necesita mucha experiencia y capacitación para obtener un buen nivel.

En Boyacá está evidenciado este problema en medios de comunicación, como vallas, televisión, afiches, los mensajes visuales no son efectivos y no cuentan con la calidad a la que se podría llegar. La gente cree que invertir en un diseñador gráfico que les diseñe la publicidad es un gasto y no una inversión, por lo cual dejan su imagen o trabajos de diseño encargados a personas que no están capacitadas o directamente relacionadas con el medio, pero que les resulta más barato. Por otra parte las campañas publicitarias y propuestas de diseño que este grupo de personas elabora no son atrevidas, novedosas y llamativas, no se está



El Diseño Gráfico aparece como una solución de comunicación visual eficiente, en la cual además de manejar una estética hacemos uso de la conceptualización para lograr así un óptimo alcance e impacto en el receptor.

Ilustración por Ana María Salamanca P.

aprovechando el patrimonio cultural de la región en pro de mejores creaciones que puedan llegar a ser productos de exportación.

A este problema se le suma que la gente que no sabe nada del diseño gráfico como profesión piensa que no es importante, o que es fácil de hacer, creen que no es necesario estudiar la carrera, para dedicarse a hacer solo «dibujitos», simplemente no le hallan sentido, todo esto debido a lo mencionado anteriormente, esta apreciación no es respetuosa.

Todos tenemos mucho que ver con el diseño gráfico, desde la perspectiva de consumidores o usuarios, puesto que estamos expuestos a la comunicación visual y queramos o no aceptarlo hemos sido afectados por estos mensajes.

FUTURE

.DESIGN

Ilustración

camisetas

pendones

imagen corporativa

Alejandro Suescún

Edison yaya

Tels. 3112839587

3112225433



Carlos Rafael Paredes Cifuentes

ABOGADO Universidad Libre
Especialista en Instituciones Jurídico/ Penales U. Nacional

TUNJA, Carrera 10 No. 21-15, Edificio CAMOL Of. 801
☎ 7439012, Celular 315 8001712

:Motoko



bolsos y
accesorios
pintados a
mano

Casa Comercial * Local. D
Carrera 10 No. 21 - 26 Tunja

Cel: 311 2312180
315 6171770

VALLAS
PENDONES
PASACALLES
LUMINOSOS
ESTAMPADOS
AVISOS EN GENERAL

Carrera 10 N° 25-27
Frente Plazuela las Nieves
Cel: 310 2284469 - 3112650761
Tunja - Colombia

Creamos Publicidad

Nelson Enrique Rueda
PUBLICISTA

...un buen papel

CUADERNO UNIVERSITARIO
SIETE MATERIAS.

exclusivo para estudiantes de Uniboyacá

\$9.000

tamaño 17.5 por 25 cm
266 hojas
papel cartón libro
trama óptica

salidos de producción
a costo de fábrica

teléfono: 7426135

Fotografía

por: Catalina Forero y
Lisette Velazquez
Estudiantes UniBoyacá

La fotografía es un medio de comunicación masiva que surgió aproximadamente en el siglo XVI gracias a Bautista Porta ya que fue uno de los primeros en experimentar la fotografía; al mismo tiempo el químico Alemán Échele en el siglo XVII descubrió la acción de la luz sobre el cloruro de plata y a finales del mismo siglo, Ritter demostró la acción reductora sobre el cloruro de plata de las radiaciones ultravioleta. Años después en 1799 Chaussier descubrió la fijación por medio del hiposulfito y en 1802 Wedgwood publicó un estudio sobre el medio de obtener unas imágenes por la acción de la luz sobre el nitrato de plata.

La primera fotografía estable la realizó Nicéforo Niepce en el año 1814 dándole a él un reconocimiento ya que gracias a esto nuestras fotografías duran a través de los años.

Campo de acción en la fotografía:

La fotografía posee varios campos de profesionalismo como lo son:

Publicidad, Modas, anuncios para televisión, periódicos, revistas, etc.

Aeronáutica: Investigaciones, publicaciones, muestras, película cinematográfica y televisión.

Agricultura: Periodismo, investigación, publicaciones, diapositivas, películas y televisión.

Arte e ilustración: Documentación, informes y modas.

Negocios e industria: venta de equipos y materiales fotográficos, laboratorios, microfilmaciones, formación audiovisual, catálogos, relaciones públicas y películas de promoción.

Educación: Enseñanza de la fotografía, realización de programas educativos audiovisuales.

Espectáculo: Películas cinematográficas, televisión,



fotografía por Alejandro Sierra

animación,
deportes,
pasatiempos
viajes.

Periodismo: Televisión, revista, política, modas y acontecimientos locales o nacionales.

Medicina: Fotomacrografía, patología, rayos x, cirugía e investigación de laboratorio.

Militar Fotografía aérea, maniobras, investigación, noticias, relaciones publicas y documentación.

Oceanografía

Fotografía y cinematografía científica submarina, en blanco y negro y de color.

Retrato Niños, adultos y animales.

Artes graficas:

Huecograbado, fotomecánica y película.

Seguridad y salud publica información y formación.

Exploración espacial: Investigación, información y publicaciones.

Transporte Control de tráfico, seguridad, formación, y relaciones públicas .

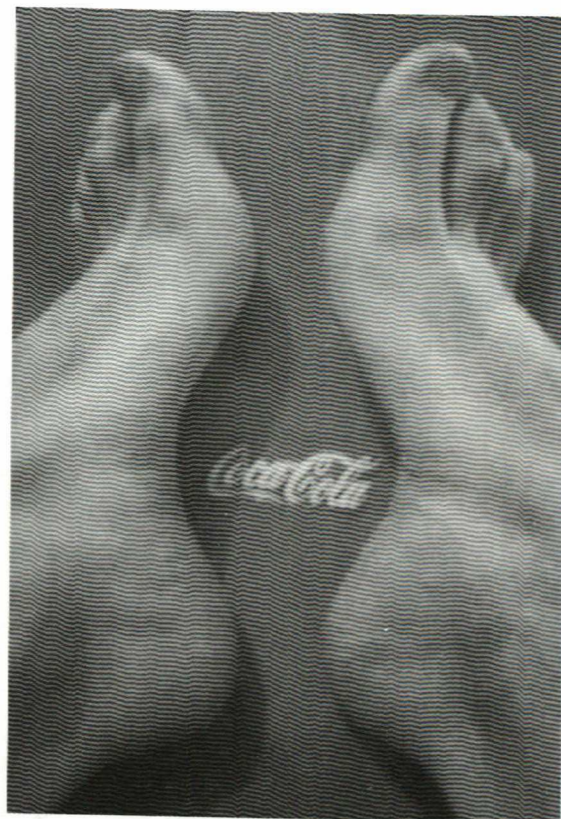
Después de ver los diferentes campos en los cuales se puede desempeñar como fotógrafo. Se quiere profundizar sobre la fotografía publicitaria ya que es un campo más explorado por nosotros como diseñadores gráficos.

La fotografía publicitaria también es llamada por otros: fotografía de ilustración; esta consiste en la producción de imágenes que contengan o expresen una idea determinada.

En cambio, otros tipos de fotografía no siempre están dirigidos principalmente a presentar en forma visible una idea la fotografía artística comunica una experiencia o una reacción estética provocada por un sujeto o por un objeto a diferencia de la fotografía publicitaria la cual tiene como función:

Encontrar un modo visual de contar una historia o transmitir una frase de promoción, también en vender su sujeto, directamente al hacer que la persona al ver la imagen desee adquirir el producto o el servicio que se muestre directa o indirectamente creando una actitud favorable hacia la organización o actividades presentadas.

Este tipo de fotografía es utilizada en los anuncios de periódicos y de revistas; constituye la parte más importante de los catálogos,

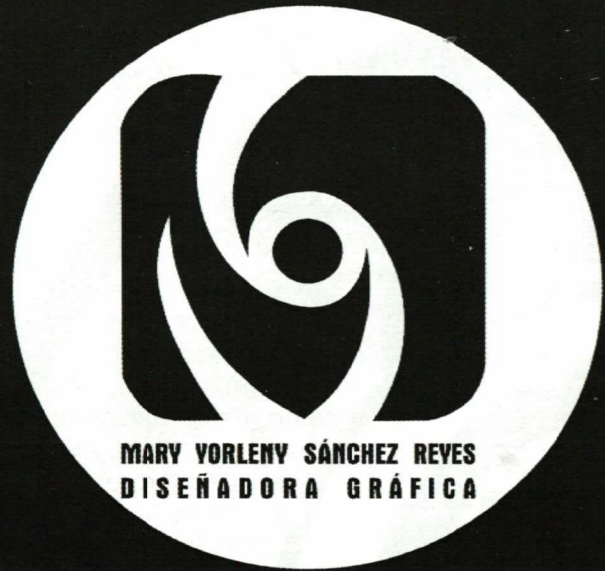


fotografía por Cristian García

folletos, carteles, anuncios, muestras en las tiendas, manuales de instrucciones y en publicidades directas. La técnica de la fotografía publicitaria es muy variada dependiendo de la naturaleza de la fotografía que se desee; no hay límites a lo que se quiere. La forma en que se emplearán está determinada por la finalidad que se persigue.

Concluyendo así con una gran gama de alternativas escogidas minuciosamente para satisfacer a millones de nuevos «fotómanos» que invaden día a día el mercado fotográfico, siendo numerosos también aquellos que quisieran disfrutar plenamente como tantos lo hacen ya de su nueva afición «la fotografía publicitaria»

En la actualidad, la fotografía se ha desarrollado principalmente en tres sectores, al margen de otras consideraciones científicas o técnicas. Por un lado se encuentra el campo del reportaje periodístico gráfico, cuya finalidad es captar el mundo exterior y como aparece ante nuestros ojos, y el de la publicidad. Por otro tenemos la fotografía como manifestación artística, con fines expresivos e interpretativos. El reportaje comprende la fotografía documental y la de prensa gráfica, y por lo general no puede manipular. Lo normal es que en el reportaje gráfico emplee las técnicas y los procesos de revelado necesarios para captar una imagen bajo las condiciones existentes. Aunque este tipo de fotografía suele calificarse de objetiva, hay que tener en consideración también la finalidad y el uso del reportaje gráfico, las fotos más reales, y quizás las más imparciales, pueden ser utilizadas como propaganda o con propósitos publicitarios; decisiones que en la mayoría de los casos no dependen del propio fotógrafo.



MARY VORLENY SÁNCHEZ REYES
DISEÑADORA GRÁFICA



IMAGEN CORPORATIVA
CARATULAS E ILUSTRACIÓN
DIAGRAMACIÓN
CEL. 312 397 88 55

Tipografía
Litografía
Encuadernación
Diseño Gráfico
Agendas
Universitarias



Diagonal 57 N. 7-34
Teléfonos: 7442264
7440257
Barrio Santa Rita
Carrera 10 N. 22-90
Teléfono: 7437381

Tunja - Boyacá
Colombia

E-mail: buhosed@yahoo.es



Horario lunes a viernes
8 a 9pm

telefax-7408846
cel 3005683185

- Internet banda ancha
- scanner
- quemador cd
- fax
- llamadas internacionales por internet

Centro comercial
centro norte
local 60

Reclama con este
cupon 15 minutos gratis



Impresión Digital
en gran formato

www.aegis.com.co

Cr. 11 No 18-64 oficina 201
Tels: 7442531 7444053
Tunja Boyacá

EN VIVO MÚSICA EN VIVO MÚSICA EN VIVO MÚSICA EN VIVO

EVENTOS ESPECIALES

SON BOHEMIA

CONTRATACIONES CEL * 311 2103690

El Reino de la Salamandra

Música Viva
Bohemia
Amigos
Cultura
Café

Café - Galería

Cll. 22 N° 9 - 44
Tel. 744 7632
Tunja Boyacá

AHORA EN TUNJA, EL DELICIOSO Y SENSACIONAL SABOR DE LA PIZZA AL ESTILO DE:

LA PIEDRA PIZZERIA

LA MEJOR COMIDA ITALIANA HORNEADA EN PIEDRA DE LAJA:
PIZZA * LASAGNA * PANCEROTTI * CREEPS * ENSALADAS * BEBIDAS * POSTRES

VISITANOS EN LA CARRERA 9ª No. 24 - 27. TUNJA DOMICILIOS * 7440714

L'apanage

FONDUE

AVENIDA NORTE NO. 50-89 -CEL. 3008098978 - TUNJA

Abrimos de Lunes a Sábado

CAFÉ - BAR



Calle 22 No 9 - 84

TUNJA - BOYACÁ



AV. COLON CALLE 29 No. 11 - 14 ESQUINA LISTO NORTE

C.C. SANTA INES LOCAL 102 TUNJA

TEL: 7434340
7426368

SERVICIO A DOMICILIO

Salón de Onces
Café
Bar

De Miércoles a Domingo
3:00 p.m. A 12 a.m

Joan Costa

por:
 Lorena Orduz
 Juan Carlos Rodríguez
 Alejandro Suescún
 Estudiantes UniBoyacá

Joan Costa aborda el diseño de tres formas: **el Arquitectónico**, que se encarga de la elaboración de espacios; **el Industrial**, que maneja todos los objetos ergonómicos, o que simplemente sirven de agarre; que aportan mejor calidad de vida, y **el Diseño Gráfico**, que «es un lenguaje de símbolos que generan conocimiento» y permite al observador distinguir un simple punto en un soporte o hasta donde le alcance su visión.

El diseño Gráfico como tal, es el que accede conectarse con las personas a través de los ojos. No usa referencias obvias y/o reales, porque simplemente indica (revela) algo que esta ausente. Esta ausencia lo que permite es que el observador «Obtenga una capacidad sensitivo-sensorial, lo que apoya una concepción proyectual, haciendo que el lenguaje se haga absolutamente universal».

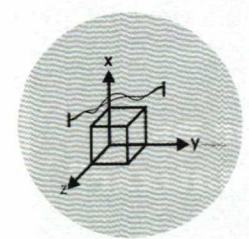
En la actualidad la comunicación visual esta orientada plenamente a la publicidad y el marketing.

«la situación actual del diseño»

Un buen diseño, exige estética y una idea conceptual muy bien destacada, ahora muy poco se usa el concepto a la hora de realizar un buen diseño, lo que ha desencadenado una gran problemática, por lo que Joan Costa propone el siguiente gráfico:

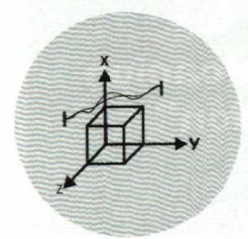


Se sustenta como algo absurdo para muchos, que muestran las ideas ahogadas en el exceso y la invasión total de los medios tecnológicos y el abuso de metodología; pero real para pocos, que miran el valor positivo de la filosofía, para convertirla en una verdadera función social.



El planteamiento teórico de Costa se circunscribe en "Las Dimensiones del Diseño".

Inicialmente hay una combinación de dos lenguajes que en algún momento estaban en conflicto porque la imagen se consideraba engañosa, pero finalmente se logró unir IMAGEN-ESCRITURA, lo que las hace denominarse Dimensión Bimedia o Bidimensional. «XY».



La imagen diseñada en dos (2) dimensiones deja de ser una superficie simple y plana, pasando a una Tercera Dimensión, donde intervienen no solo la imagen y la escritura, sino el ESPACIO (perspectiva). Si se dice que esta dimensión se hizo tan solo para los ojos, sería algo equívoco, por lo que también esta hecho para las manos, permitiendoles a las personas variar su concepto gráfico en solo ver, a manejar un objeto real.



ilustración por Alejandro Sierra

Este personaje, además de ser un gran diseñador, es comunicólogo, investigador, sociólogo, consultor de empresas.

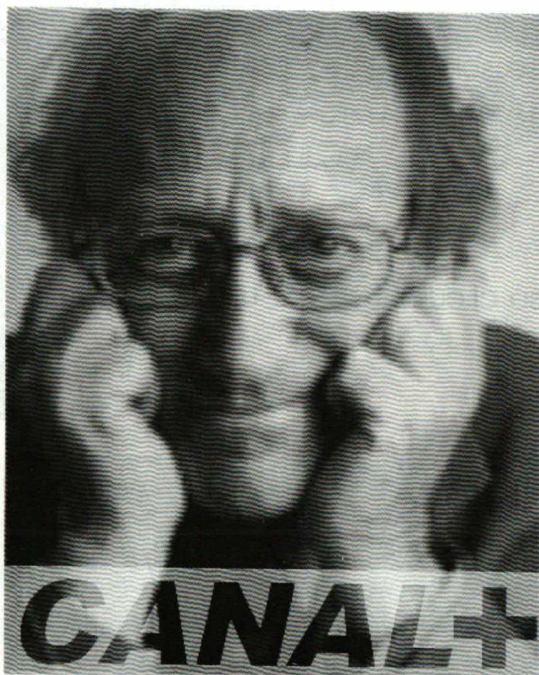
Su vida se desenvuelve principalmente en dos países: México y España, en los cuales se ha distinguido por ser profesor catedrático de Diseño y Comunicación Visual en la Universidad Iberoamericana de Puebla (México), Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad Abat Oliba en la misma ciudad y del Instituto Europeo di Design (Madrid). Además es el Director Internacional de Diseño en la Universidad de Arte, ciencia y comunicación (UNIACC) en Chile.

Ha colaborado con cursos en la Universidad Anáhuac, Universidad Intercontinental, Universidad Nacional Metropolitana, Universidad de las Américas (México), en la Universidad Louis Pasteur (Estrasburgo), Laboratorio de Fenomenología de la Fotografía (Milán), Congreso Brasileño de Semiótica y Universidad de Sao Paulo (Brasil), entre otros. Estas son solo algunas de todas las actividades didácticas y pedagógicas en las que él se ha hecho participe.

Aunque su formación es totalmente autodidacta, su conocimiento y entendimiento de la comunicación visual lo han llevado a situarse entre personajes importantes del ámbito científico, con quienes ha escrito obras de diseño y comunicación en Francia, España y Argentina.

Costa ha sido galardonado por el Art Directors Club de Mew Cork en 1987, Premio Liderman Internacional de la Comunicación en 1989. Ganador del premio Fundesco de Ensayo en 1994. Premio de la revista Control y Premio Liderman de Relaciones Públicas (España, 1988)

Pero aquí no termina, en el diseño hay una Cuarta Dimensión, expuesta en el diseño Televisivo, determinada por todos los lenguajes secuenciales que se representan en el TIEMPO. De esta manera, todo lo que ahora vemos es lo suficientemente dinámico, razón por la que la tecnología influye en la elaboración de esta última extensión, solo recordando que no deja de ser solo una herramienta.



Joan Costa

De esta manera se expone la visión de Joan Costa frente al Diseño Gráfico, donde aclara los puntos más importantes e influyentes en la realización de un «Buen Diseño». Que además de compartir infinidad de conocimientos, también los lleva a la práctica, siendo uno de los creativos más sobresalientes y significativos que pueda asesorar uno de los canales con mayor audiencia y mejor identidad en Europa: CANAL +.

*Conferencia Fundación Universitaria Jorge Tadeo Lozano, febrero de 2005.

www.joancosta.com

“pensar es esquematar”

“lo que no se regenera, se degenera”

“la comunicación es acción”



CASA COMERCIAL

- TATUAJES Y PIERCING
- FOTOCOPIADORA
- JUGUETERIA
- MICELANEA
- CAFETERIA
- PIÑATERIA
- INTERNET
- JOYERIA
- MEDIAS Y ROPA INTERIOR
- BOLSAS Y ACCESORIOS
- CABINAS TELEFONICAS
- PARTES Y SUMINISTROS DE COMPUTADORES
- MERCANCIA CHINA
- COMCEL 3GSM
- ASEGURADORA
- ABOGADOS

CARRERA 10 No 21-26 Tel:7433392
FRENTE AL EDIF. EL CAMOL Tunja, Boyacá

Sin sacrificar la calidad ni el rendimiento.

Servicio De
Video Beam



J&A
Comput@dores

TECNOLOGÍA A SU SERVICIO

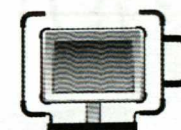
Tunja: Carrera 10 No. 29-89 Local 4, B. Maldonado
☎ 7 434248, Cel. 310 330 5830, 311 475 4686

- ▶ Radio
- ▶ Televisión
- ▶ Fotografía digital
- ▶ Imagen corporativa
- ▶ Marketing político
- ▶ Artes gráficas
- ▶ Afiches
- ▶ Vallas



AGENCIA DE SERVICIO COMUNICATIVA

Calle 19 No 8-63 EDIF. CALIFORNIA INT.205 Tunja Boyacá
3157848885 3157852271 3103379759
crisaventura35@hotmail.com



HAPPY HOUR
50% en internet
7am-3pm

PERSONALWEB
un café con internet

- Nuevo internet banda ancha adsl
- 14 computadores privados
- impresión láser
- papelería y anillado
- soporte personalizado
- juegos en línea
- quemador dvd y cd
- cámaras web y diademas
- servicio de fax , scanner, fotocopias cafetería

Abrimos Todos los días
7am-11pm

Reclama con este cupon 15 minutos GRATIS

Cra 10 n- 30-33 interior 102 tel .7400757



UN MAL PASO

por: Alejandro Suescún y Juan Carlos Rodríguez

mi primer día en la "U"

¡mi primera clase que bien!

bienvenido a la U

te enseñaré muchas cosas por el momento iré al bar...

yo iré a estudiar

mucho gusto Douglas

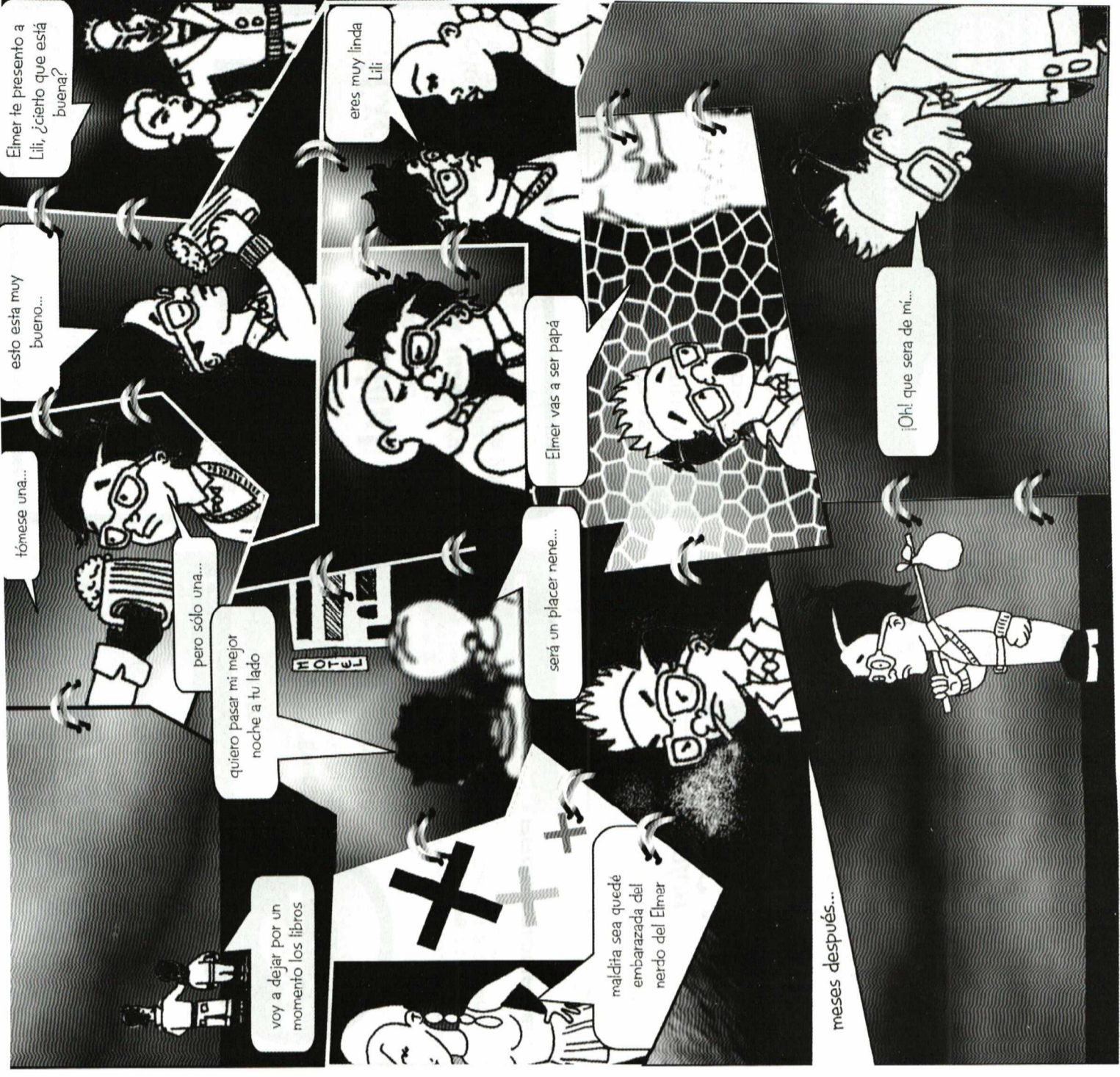
mucho gusto Elmer

Elmer te invito a tomar una cerveza

Nunca he tomado una cerveza...

¡que guayabo!

otra víctima más...



Cafeteria
Los
Compadres

Cafeteria
Rancho
Licores

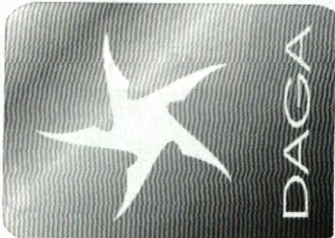
Fábrica de Almojabana Paipana
Garulla Turmequense
Pan de Yuca
Mazato

¡Excelente Atención!

Servicio a domicilio

Cr 4A 9-72 San Antonio
Tel: 7440532
Celi: 3107987697-3118349182

Gran inauguración
Diciembre
11 de 2005



- * EDICIÓN DE VIDEO
- * MACROMEDIA FLASH
- * CREACIÓN PAGINA WEB
- * PENDONES
- * IMAGEN CORPORATIVA

TUNJA

Cel: 311 2 22 5455
Tel: 098-7434481

Simón Ortiz

Tel: 3123776376

Estudio de grabación
Edición de audio
Cuñas
jingles



Liquid

MUSIC FROM THE FUTURE

DIEGO YAYA

DJ Productor

Eventos
Edición de Audio
Versiones especiales

CREACIÓN

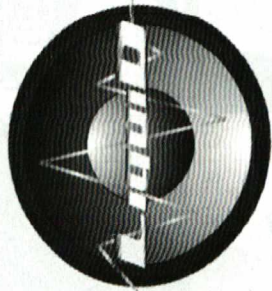
DE MÚSICA

ELECTRÓNICA

SONIDO Y LUCES PROFESIONALES

WWW.LIQUID.K25.NET

Tel: 098-7434481
Celi: 311 2 22 5455
TUNJA



**TRANSPORTES
LOS MUISCAS S.A.**

Servicio urbano - Mixto (Doble Cabina)
Especial (Turismo) - Intermunicipal (Expresos)

Carrera 11 No 11 - 93

Tel: 7442262

Fax: 7445322

Of. Terminal de Transportes

Tel: 7444623

TUNJA - BOYACÁ



**ESTACIÓN DE SERVICIO
PLAZA REAL**

Calidad y medida exacta

Calle 21 No 14 -21

Tel: 7423784



FORMACION TECNICA LABORAL
RESOLUCIONES 0742 I.L.E.

Sistemas
Electrónica
Diseño gráfico
Mercadeo y publicidad
Contabilidad y finanzas
Asistencia administrativa
Administración de negocios

www.undescoc.edu.co

Calle 22n-11-53. Tels 098-7443239-7423914

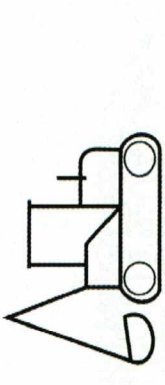


CORPORACION
UNIVERSITARIA
REMINGTON

CREAD BOYACA RESOLUCION 2661-MENORES

Administración de empresas y
Negocios internacionales
mercadeo y publicidad
contaduría pública
tecnología en contaduría y tributaria
comunicación social
Técnica profesional en procesos
judiciales
Técnica profesional en turismo
Técnica profesional en secretariado
electrónico

www.remington.edu.co



I.I. González & González
INGENIERÍA - ARQUITECTURA

Diseño y construcción de obras civiles

Interventoría

Topografía profesional

Movimiento de tierras

Alquiler de maquinaria pesada

Finisher

Alquiler de cortadora: - Pavimentos
- Ladriño

Venta y suministro de: recebo, arena,
agregados pétreos, ladrillo tolete,
mezclas asfálticas

Dirección: Calle 18 No 11 - 22 Of. 305. Tel:(8)7402921 fax:(8)748215.Cel:3114771493.
e-mail:jgongor267@hotmail.com
TUNJA - BOYACÁ



INGEN&ARQ

DISEÑO Y CONSTRUCCION DE OBRAS CIVILES
ARQUITECTURA Y URBANISMO
PLANES DE MANEJO AMBIENTAL
DIGITALIZACION DE PLANOS
SERVICIO DE PLOTTER A COLOR

Avenida Norte #7A - 40 Oficina 027 Terce piso, Centro Comercial Centro Norte, Tunja. Tel: 018-7431035

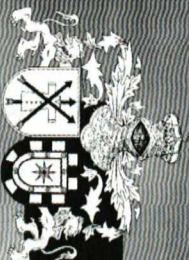


MEJIA ASOCIADOS LTDA.
SERVICIOS DE INGENIERIA Y CONSULTORIA

COMPUTADORES
SUMINISTROS
SOFTWARE
REDES

RECARGA DE CARTUCHOS DE TODAS LAS MARGAS
MANTENIMIENTO DE COMPUTADORES DE TODAS LAS MARGAS

Carrera 9 No 17-36 Centro Comercial 450 ANOS INT: 102 TELS.7404667
CEL 3102799454- TUNJA COLOMBIA. e-mail:mejiaasociados@hotmail.com



CARLOS ARTURO AVENDAÑO ORTIZ
Escultor

CRA. 9 No. 24-27 TUNJA, COLOMBIA
☎: 7437662/ 7438238 • Cel: 300 2094873



CENTRO DE MEDICINA BIOLÓGICA
BIO NATURAL CENTER
"Su salud es un tesoro"

Naturoterapia
Electroacupuntura
Homeopatía
Colonhidroterapia

Tunja crtl 10 N -25-87tel7440507
Sogamoso crtl 3 N-12A-55 tel7712636

Venta de productos para el stress y cansancio físico y mental Fibra flex Biomultica



CENTRO DE MEDICINA ALTERNATIVA
EL TESORO DE LA SALUD

LA MEDICINA DEL NUEVO MILENIO

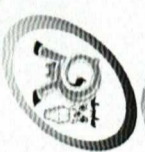
Naturoterapia
Electroacupuntura
Homeopatía
Suero bioxigenante
Colonhidroterapia

Consultorio
cra 12 N-9-35
PBX7431520
Punto de venta
calle 19 N- 12-15
Tel 7430041/42

Venta de productos para el stress y cansancio físico y mental Caltravit Provimax

**SE VENDE
CASA**

Informes: Cel * 300 5722369. Tel * 7439593



**Yogurt el
Recuerdo**

Edgar Huertas B

Celular: 3103299178

Telefax: 6046733

Electrodomésticos
Juegos de baño

Acocolhados

Pantallas

Sábanas

Cobijas

Toallas

Colijnes

Colle 18 No 11-23

ARTÍCULOS FINOS PARA SU HOGAR
Tel: 7401081 Tunja Boyacá



DROGUERÍA Y MISCELÁNEA
PAÑALES Y LECHEES AL COSTO



**DROGUERÍA
KYOTO**

Diagonal 67 No 2 -15

Barrio LOS MUISCAS

SE VENDE CASA

CALLE 24 No 6-14. Barrio: LOS LANCEROS

Costa de un primer piso

Cuatro habitaciones

\$ 20'000.000

INFORMES: TEL: 7406918 CEL:3112348108
TUNJA - BOYACÁ

IMPRESIÓN LASER COLOR BLANCO Y NEGRO

PLOTEO COLOR Y BLANCO Y NEGRO

PENDONES, INTERIOR Y EXTERIOR

PROYE CAD CAMARAS DIGITALES

DIGITALIZACIÓN

VIDEO BEAM

C.C. EL VIRREY of. 218

proyecadtunja@yaho.com

Cel:3156480142 - 3114515188

Telefax 7406397-7445997

Tarjetas en

Presentación Personal

Imagen Corporativa

Boletines Publicitarios

Comercialización

Restauración

Plegables

Montaje

Retoque

Afiches



LAPIZ DIGITAL

Cel. (315)8356949 / Diagonal 67 No. 2-59
Contiguo a SERVICENTRIGA - B. Los Muisca

FOTOGRAFÍA DIGITAL EN 5 MINUTOS

Avisos en Panaflex

Vallas

Pendones

Pancartas

Señalización vial

Servicio plotter de corte.

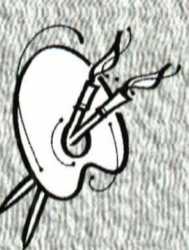
Cra. 15 No. 20-56

Tels. 742 3853 - 745 1723

Cel. 310 8123547

Tunja - Boyacá - Colombia

Abrahám
Publicidad Exterior



Molduarte



CARLOS PEDRAZA
GERENTE

• GALERÍA • MARQUETERÍA • BASTIDORES PARA PINTOR
TUNJA, CALLE 25 No. 10-24 ☎ 7 437358/ 3114792657

Artesanías

Valle de Tenza

TUNJA

Calle 22 N.9 - 61

Teléfono 7407374

BOGOTÁ

Casa de Boyacá

Calle 45 N-14 - 39

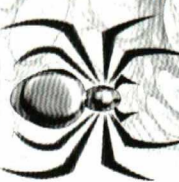
Teléfono 2855697



www.caminar.com.co
caminarboyaca@yahoo.com

diseño web
multimedia
hosting
edición editorial
impresos
imagen corporativa

ilustración
Fotografía
Video digital



**RED
PÚBLICA**
Publicidad NEURONAL

Cel: 315 8270536

www.redpublica.net

TRASSOS

Antiguo DRAWINS

Plotter

Diseño

Arquitectónico

Estructural

Gráfico

Licencias de construcción

Digitalización de planos

Aseorías y Maquetaz

Teléfono: 3103185978

7450636

Dirección: Diagonal 67 0A 21

Barrio LOS MUISCAS

Arq. Jhon E. Reyes

Wilfor
PUBLICIDAD

• PANCARTAS • SCREEN • AVISOS • ESFEROS • BOTONES
300 3032521

Prohibida la reproducción total
o parcial sin autorización expresa de los editores
la opinión expresada en los artículos
es responsabilidad exclusiva
de sus autores y no refleja necesariamente
el pensamiento de la Revista

Impresión:
Búhos Editores / Tunja

Noviembre 22 de 2005



LOGOS

revista diseño

The image features a vibrant, abstract composition. A large, solid red shape occupies the upper right and right portions of the frame. On the left, a large green shape overlaps the red one. A white, rounded rectangular shape is positioned horizontally, overlapping both the red and green areas. The text "revista diseño" is printed in a bold, red, sans-serif font within the white shape. The overall aesthetic is modern and minimalist, using a limited color palette of red, green, and white.

revista diseño