



Edición  
**26**

# DISEÑO

*Ecológico, Sostenible y Consciente*

*Diseño + Artesanía:  
balance y debate*  
Juan Manuel  
España

*Choromandó, el  
origen del gran río*  
Carolina Guerrero  
Ivonne Jiménez

*Huella de carbono  
del diseño gráfico*  
Fernando Navia  
Meyer

# LOGOS



Universidad  
de Boyacá



# ZÁNGANOS APICULTURA

Pasión por las abejas

**CALLE 27 N° 19 -02 PAIPA BOYACÁ**  
**CEL.3105643454**

*email: [hassoscha@hotmail.com](mailto:hassoscha@hotmail.com)*



®



Encuéntrenos frente a Unicentro Tunja.



GoPro Be a HERO.

BOSE

Apple Distribuidor Autorizado

f Icenter Boyacá www.icenters.com.co @icenterboyaca

Calle 41 No.1C - 48 Local 18 • Tel: +57 (8) 7431650 • (+57) 315 596 2888 • info@icenters.com.co

# Contenido

2

*El camino  
a un Diseño  
Amigable*

Editorial

Dg. Marcela Arango Pinzón

## Limpia Tipos

10

*Diseño + Artesanía:  
balance y debate*

D.G. Juan Manuel  
España

14

*Choromandó, el origen  
del gran río*

D.G. Ivonne Jiménez  
D.G. Carolina  
Guerrero

18

*Huella de carbono  
del diseño gráfico*

D.G. Fernando  
Navia Meyer

## Medias Tintas

22

*Del Diseño Te til al Diseño de Moda Sostenible*

D.I. Andrea Carolina Martínez

28

*Estrategias transmediales para el desarrollo  
sostenible y el turismo rural*

D.G. Fernando Martínez - D.G. Nancy Quiroga

32

*Identidad corporativa + Imagen corporativa =  
diseño pensado conscientemente  
en el y para el medio ambiente y la sostenibilidad*

D.G. Yesid Camilo Buitrago López  
D.G. Marisol Soledad García Cordero  
D.G. Héctor Fernando Martínez

36

*Olvidarte marca la sustentabilidad de mi producto*

D.G. Luis Guillermo Roberto Báez

39

*El Papel del papel*

D.G. Marcela Arango



UB  
Universidad  
de Boyacá



Grupo de Investigación  
**xisqua**

La revista LOGOS hace parte de una estrategia de difusión del conocimiento del grupo de investigación XISQUA

## Invitados

43

*¿Qué son los  
Objetivos de  
Desarrollo  
Sostenible?  
ONG*

46

*Itinerarios de Viajes  
Cromáticos III  
Colores de Invierno  
en Central Park  
D.G. Carlos Mario  
Rodríguez R.*

**Facultad de Arquitectura,  
Diseño y Urbanismo**

***Rectora***

Dra. Rosita Cuervo Payeras

***Decana***

Arq. María Leonor Mesa Quintero

***Director***

Mtro. Ricardo Garzón Bello

***Directora de Arte y Edición***

D.G. Marcela Natalia Arango Pinzón

***Compilación***

María Alejandra Rodríguez Arévalo  
Estudiante

***Diseño de Portada y Contenido***

María Alejandra Rodríguez Arévalo  
Estudiante

## *Equipo de Trabajo*

Carlos Alberto Jiménez Bernal  
María Alejandra Rodríguez Arévalo  
Henry Alberto Villamil Sánchez  
Lina Fernanda Torres Argüello  
Lina Sofía Rojas Burgos  
Jessica Paola Flórez Pérez  
Camila Andrea Martínez Cárdenas  
Laura Andrea Castro Ramírez  
David Felipe Nieto Espinosa Laura  
Nathalia González Moreno Angélica  
Tatiana Garzón Alvarado Martínez  
Avella Angélica María Caro Murillo  
Angie Kathryn Paulo Andrés  
Murillo Gutiérrez



# El Camino a un Diseño Amigable

DG. MARCELA ARANGO

Para la edición número 26 de la Revista "Logos", quisimos publicar una edición especial en donde el tema a discutir, se viera reflejado en el concepto de diseño y los sustratos usados para esta edición especial. Quisimos relacionar nuestra temática con la problemática existente, y cómo el campo de acción particular de los profesionales en diseño, reflejan el impacto que nuestras acciones tienen con nuestro medio ambiente. Como es costumbre, esta edición contó con la participación nacional e internacional de diseñadores y afines, quienes compartieron con la revista su experiencia y opinión, que hoy por hoy es un tema que nos debe interesar a todos. Incluirnos en estas discusiones nos permitirá ser más conscientes de cómo nuestra economía, enormemente productiva demanda que hagamos del consumo nuestra forma de vida y que nos convirtamos en seres que consumen, destruyen, reemplazan y descartan todo a su alrededor. Vivir entre el cemento, el plástico y las computadoras, nos han hecho perder el horizonte y rápidamente hemos olvidado que nuestro bienestar está ligado directamente a la Tierra. Asumimos

que el mundo debe ser diseñado para y por el mercado, cuando debería ser el mercado quien diseñe por y para el mundo. Muchas veces injustificadamente entendemos que el eco diseño, la sostenibilidad, la ecología, la estética, la usabilidad y la optimización de los recursos, son solo conceptos ligados a nuestros proyectos; **¿Pero qué tanto entendemos esto? y ¿cómo esto justifica lo que hacemos?**

LA  
RESPONSABILIDAD  
Y ÉTICA SON  
FUNDAMENTALES  
EN EL CAMINO  
DE UN DISEÑO  
AMIGABLE

Estos conceptos se utilizan a menudo en el mundo del diseño sin entender bien qué les une y qué les diferencia. Por este motivo, hemos decidido dedicar esta edición a repasar qué son el diseño ecológico y el diseño sostenible que tanto nos gusta.

El **diseño ecológico o ecodiseño** es una metodología que trata de identificar, desde el momento en el que se proyecta un producto o servicio, los impactos ambientales que pueden derivar de cada una de las fases de su ciclo de vida, con el fin de intentar reducirlos lo máximo posible y siempre sin desmejorar la calidad final del proyecto o producto. Si bien el diseño ecológico está íntimamente ligado al diseño sostenible, este solo tiene en cuenta la sostenibilidad medioambiental en su filosofía. De esta manera el ecodiseño entiende la vida de un producto mucho más allá de su fabricación, venta, y ampliación de una visión a una concepción plenamente global. Así, se reduce el impacto negativo sobre el ecosistema disminuyendo el consumo de energía, agua, materia prima, emisiones, etc. Este ciclo de vida incluye así diferentes fases como la fabricación, transporte, distribución, embalaje, uso, reparación, reciclado y reutilización, entre otros. Por otra parte, el diseño sostenible es una metodología de diseño cuyos principios son la sostenibilidad económica, social y medioambiental. Así, la ecología forma parte fundamental de su filosofía, pero no es la única condición necesaria.

El concepto del **diseño sostenible** fue definido en el Informe Brundtland de la ONU (1986) y se hizo para poner en marcha el concepto de desarrollo sostenible que permita satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones. Así este se enmarca en un desarrollo armónico y equilibrado del tiempo y el espacio, pensado en el futuro pero también en el presente de las personas en el planeta. Como el diseño ecológico, entiende el ciclo de vida de todo producto o servicio desde una perspectiva global, se convierte así en un diseño donde responsabilidad y ética son fundamentales.

1. /www.hoyeseldia.es

En ese orden de ideas, nuestra responsabilidad no es solo entender los conceptos, si no la metodología de los mismos y vincular su estructura a las etapas de cualquier proyecto de diseño que implementemos.

Estos conceptos básicos ya no podrán ser un supuesto y deberán convertirse en los pilares sobre los que se apoya el desarrollo de la Sostenibilidad.

Dejamos abierta la discusión y opiniones resultantes en esta edición; que sin duda hará parte de las publicaciones más especiales.

10 Golden Rules in EcoDesign - Associate Professor,  
Dr. Conrad Luttrupp  
www.ecointeligencia.com  
Informe Brundtland de la ONU

OTROS  
CONCEPTOS  
PARA TENER EN  
CUENTA SON:  
MEDIO AMBIENTE,  
DERECHOS  
HUMANOS,  
DESARROLLO  
LOCAL, BUEN  
COMERCIO, Etc.



# Limpia Tipos





**"LA SIMPLICIDAD NO ES LA META.  
ES EL SUBPRODUCTO DE UNA BUENA  
IDEA Y EXPECTATIVAS MODESTAS"**

**PAUL RAND**



弁当 **bentō**

FUKUSHI



✂ SUSHI ✂ WOK ✂ TEPPANYAKI

@bentofukushi

Tel: 301 6100032

Av. Universitaria # 75A-00  
Centro Comercial Green Hills - Tunja  
Local 8B plazoleta de comidas

Encuentranos proximately en el  
Centro Comercial Viva Tunja

**INGEPLANOS**  
Primeros en calidad

**DISEÑO GRÁFICO**  
**DISEÑO INDUSTRIAL**  
**IMPRESIÓN GRAN FORMATO**  
**IMPRESIÓN DE PLANOS**  
**IMPRESIÓN LÁSER**  
**GRABADO Y CORTE LÁSER**

☎ 300 566 4161 - 315 423 0114

☎ (038) 7432530

✉ ingeplanos@gmail.com

📍 C.C. Plaza Real lcs. 113-114-115

📘 Ingeplanos

📷 @ingeplanostunja

Por: Juan Manuel España (Colombia)

Diseñador Industrial

Docente Especialista en Fibras Naturales

Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

Editor: Juan Miguel Lorite Fonta (Madrid- España)

**Logos**  
Junio, 2018 **26**



de



*El diseño ha tenido numerosas intervenciones en la artesanía; unas afortunadas, otras no. Podemos hacer balance, abrir un debate y plantear el horizonte de esta relación.*

La conexión entre diseñadores y artesanos ya es una historia de vieja data, que ha pasado por todos los bemoles y que ha permitido recoger experiencias de todo tipo, desde intervenciones torpes y superficiales que han causado más perjuicio que beneficio, hasta interrelaciones cooperativas, fructíferas y exitosas en experiencia y resultados. Este largo recorrido permite en el presente reflexiones profundas respecto al tipo de diseño que queremos relacionar con los sectores artesanales, en un continente donde la importancia de este sector excede lo objetual.

Necesitamos ahondar en una mayor conciencia de los beneficios mutuos que se deben buscar, con una mirada a largo plazo del futuro de esta relación en el marco de las realidades actuales. Con un carácter que acerque la intervención a una postura política, reflexiva al orden de la globalización y de las realidades rurales de los territorios artesanales y agrícolas latinoamericanos.

La incidencia y penetración de la globalización en los escenarios rurales es cada vez mayor, el estilo de vida de las ciudades y los esquemas de consumo y moda penetran hasta en los más distantes caseríos. A consecuencia de este masivo bombardeo, el modo de vida del campo está dejando de ser atractivo para los jóvenes de las zonas

# DISEÑO

más

# Artesanía

## balance y debate

rurales que ya no ven interés en las labores de sus padres y abuelos, rompiendo un ciclo de legado ancestral en las prácticas agrícolas y artesanales. Son numerosos los oficios que se extinguen de manera a veces imperceptible para los que estamos en las ciudades, que no vemos cómo, con su desaparición, muere una parte de nuestra historia material e inmaterial.

Esta es una realidad compleja que, por lo menos en Colombia, está conduciendo a un paulatino abandono del campo por parte de los jóvenes, que migran a las ciudades en busca de oportunidades que muchas veces no existen, dejando atrás escenarios de mucha riqueza e importancia cultural, económica e histórica.

Dentro de esta realidad cada vez más intensa, el diseño ha tenido un papel limitado e insuficiente y, aunque la problemática del abandono del campo es compleja y excede las posibilidades del diseño, está claro que una estrategia de acompañamiento mayor podría fortalecer las oportunidades estimulando dinámicas de valoración del potencial local.

Es antigua nuestra relación con la artesanía, pero eso nos debe comprometer en modos más profundos (más allá del producto) con su preservación. Los diseñadores hemos participado activamente en el sector artesanal y esa cercanía hoy nos debe comprometer en buscar soluciones y acciones de mayor consistencia e impacto para evitar la pérdida del legado artesanal de las zonas rurales, dejando atrás

vicios y errores que han empañado nuestra relación con el sector. En esa medida, me arriesgo a listar algunos elementos que considero importantes en dicha relación, tanto para ser tenidos en cuenta como para no repetirlos; este listado no es más que una propuesta que anima a ser complementada.





Unidad de Audiología  
IPS S.A.S

- ② Audiometría
- ② Logaudiometría
- ② Impedanciometría
- ② Otoemisiones Acústicas
- ② Tamizaje auditivo Neonatal
- ② Terapia Fonoaudiológica
- ② Venta y Adaptación de Audífonos
- ② Videonistagmografía
- ② Laboratorio

<http://www.oirtunja.com>  
Avenida Universitaria Calle 47B No. 1-24 Este  
Tunja - Boyacá - Colombia  
Tel: (57) 7469915  
Móvil: (57) 311 291 12 01



**CENTRO TERAPÉUTICO**

EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO

*Calidad y Excelencia en Servicios*



## TERAPIAS :

- Fisioterapia
- Respiratoria
- Ocupacional
- Del Lenguaje
- Nutrición
- Psicología
- Audiometría
- Espirometría

Calle 28A No. 10A - 39  
Telefax: 7422997 / 7431714  
Tunja  
[cterapeutico\\_eat@hotmail.com](mailto:cterapeutico_eat@hotmail.com)



## ¿Qué necesita la relación diseño-artesanía rural?

-  **Incidencia** del diseño en los espacios de decisiones políticas y públicas frente al sector. Debemos participar activamente en los escenarios de tomas de decisiones y de construcción política de la artesanía.
-  **Compaginar** los intereses, no dar por hecho qué necesitan o quieren los artesanos; se requiere indagar, preguntar, observar y comprender.
-  **Respeto** por las consideraciones, perspectivas sociales y culturales de las comunidades artesanas.
-  **Valoración** del conocimiento y metodología de generación de producto de las comunidades.
-  **Discernir** aquello que puede modificarse y lo que debe preservarse sin afectaciones negativas en los productos y oficios. Esto requiere un acercamiento profundo al territorio y sus grupos humanos.
-  **Valoración** del aprendizaje mutuo y registro completo de la experiencia de intercambio y trabajo conjunto.
-  **Reconocer** e indagar en las narrativas y referentes locales; las historias cotidianas y el reconocimiento de lo individual y subjetivo pueden nutrir puntos de partida divergentes y únicos.
-  **Reconocer** los intereses y necesidades de las nuevas generaciones artesanas, que puede motivarlos a continuar el oficio y descubrir cuáles de esas motivaciones están en sintonía con lo que se puede aportar de una experiencia colectiva y participativa de diseñadores y artesanos.
-  **Flexibilidad** y adaptabilidad a situaciones y requerimientos inesperados.
-  **Equilibrio** entre la necesidad de vender del artesano y el respeto por aquellos legados e historias de lo artesanal.
-  **Menos** egos y más sinergias; espacios de discusión constructiva y colectiva que busquen puntos de partida y espacios de cooperación entre profesionales del diseño y el trabajo con artesanos.
-  **Mecanismos** de exaltación positiva de la experticia técnica del artesano en referencia al oficio y al colectivo.



## ¿Qué no se necesita en la relación diseño- artesanía rural?

**Diseñadores** autocráticos que crean poseer las respuestas que requieren los artesanos y cómo deben continuar su oficio.

**Diseñadores** a la distancia que tengan un conocimiento superficial de los oficios y su carga cultural, social y económica en una comunidad.

**Intervenciones** que alteren o «prostituyan» productos de alto valor cultural.

**Asistencialismo** lastimero que desvalore a los artesanos y campesinos.

**Desconocer** los intereses y motivaciones de las comunidades.

**Proyectos** a corto plazo que no retroalimentan a las comunidades con los resultados e impactos obtenidos en todos los niveles.

**Diseñadores** estrella. Aquellos diseñadores que buscan la fama y el nombre deberían hacerlo desde espacios social y culturalmente menos sensibles. El encuentro con artesanos es un espacio de construcción colectiva donde no deben brillar los nombres pero sí los colectivos.

Para finalizar este texto, quisiera acotar la importancia de reflexionar y discutir constructivamente alrededor de la relación diseño-artesanía, que requiere más esfuerzos que sumen más puntos de encuentro y sinergias, más espacios colectivos positivos y exitosos en su interacción con lo rural, foco esencial de nuestra historia y legado.



Fuente: Artesanías de Colombia



# CHOROMANDÓ

## EL ORIGEN DEL GRAN RÍO

Ivonne Jiménez  
Gerente de mercadeo  
y productora ejecutiva  
Carolina Guerrero  
Directora General

**U**n libro digital, es un mundo diversificado en un contexto virtual, que acompaña y modifica la experiencia de lectura, despeja nuestros sentidos y motiva la interacción, a través de contenidos amigables, prácticos y que estén a la vanguardia de las transformaciones tecnológicas. De acuerdo con la Cámara Colombiana del Libro, en el país se ha presentado un crecimiento en la producción de libros digitales aproximadamente desde el año 2008, donde se produjeron 58 unidades, mientras que en el 2013 fueron más de miles, por ejemplo en 2016 se editaron y produjeron 2.270 libros digitales. La modificación del comportamiento de los lectores, representa un reto mayor al momento que se decide generar contenidos de valor donde se implementen las nuevas tecnologías, ya que el compromiso debe ser atender las expectativas de los lectores y lograr que la experiencia de usuario sea entretenida clara y de óptima navegación.

"Los libros digitales para público infantil son los que tienen mayor demanda a nivel internacional, especialmente productos desarrollados para dispositivos móviles", asegura María Claudia Lacouture, presidenta de Procolombia. Esta tendencia, impulsa la producción de contenidos enfocados en la educación, el medio ambiente, las

Ciencias, literatura, el arte, la cultura, entre otros, donde se aporte contenido de valor, que en su mayoría atiende hechos locales y regionales que afectan nuestro territorio y qué mejor que interviniendo en la preservación de culturas indígenas. Es por ello que es relevante acotar, que en el 2005 la Corte Constitucional advirtió que al menos 35 grupos indígenas colombianos se encuentran en peligro de extinción debido al desplazamiento y la desaparición forzada, consecuencias del conflicto armado. Es aquí donde decidimos

emprender una maravillosa aventura para exaltar la importancia y cosmovisión de la cultura indígena Emberá y lograr que este valioso contenido quede consignado en el tiempo, para lo cual decidimos apoyarnos de la tecnología y los medios

tradicionales para dar nacimiento a Choromandó, el origen del gran río, viaje interactivo a las selvas del pacífico colombiano, que invita a niños, niñas (entre 5 a 8 años), adultos y docentes a explorar este fascinante mundo de mitos indígenas,

¿Qué ocurre con la producción de libros digitales interactivos y culturales?

Muestra del proyecto en el t



cómo desaparece el agua del territorio indígena Emberá y cómo poder recuperarla. El e-book interactivo se compone del cuento principal en castellano y con traducción en lengua indígena Emberá, videos animados acerca de mitos complementarios, un juego tipo laberinto de tres niveles, galería con los elementos más representativos de la comunidad, guía para el docente, una sección de vidas paralelas donde a través de dos videos en 360 grados se cuenta cómo es un día en la vida de un niño de ciudad y cómo



## INTERFAZ APLICATIVO

ambo principal de la comunidad.



es un día en la vida de los niños Emberá. El cuento es una adaptación de una leyenda de la comunidad indígena Emberá, construido por el escritor Celso Román. En la producción del libro interactivo, somos un equipo de más de 13 personas de diferentes disciplinas (desarrollo de software, pedagogos, escritor, diseñadores, animadores, mercadeo, producción audiovisual, entre otros) quienes hemos creído en que todo el conocimiento, la riqueza natural y tradición ancestral puede ser resaltado y conservado en el tiempo, a través de estrategias interactivas y de fácil acceso.

“Este proyecto busca fomentar el goce de la lectura; dar a conocer las comunidades indígenas del país y la diversidad,

### Dra. Diana Suárez Ramírez

Especialista en Dermatología



Dermatología

Clínica / Quirúrgica / Cosmética

Prevención, Diagnóstico y Tratamiento de enfermedades en:

-  Piel
-  Pelo
-  Uñas
-  Transmisión sexual

Consúltanos:  
311-2586938

## CeMo

FABRICA DE SELLOS Y PUBLICIDAD  
DISEÑO GRÁFICO

Cra. 10 No. 21-58 / 2º PISO  
Cel: 320 920 2353 - 744 2095 Tunja  
selloscema@gmail.com

SEÑALIZACIÓN PLACAS  
VOLANTES TARJETAS  
SELLOS VALLAS ADHESIVOS LIBRETAS  
PANCARTAS PLOTTER  
ESTAMPADOS SELLOS  
PLANES DE CONTINGENCIA  
PUBLICIDAD INTERIOR / EXTERIOR  
TODO 100% PERSONALIZADO



Cll. 22 No 9-61 of. 304 Tunja  
3134123364 - 3209202353  
abstractpublicidad@gmail.com

natural, social y cultural de sus entornos; así como fortalecer el uso creativo de las Tecnologías de la Información”.

Celso Román

Participamos en la convocatoria de Crea Digital 2017, en la cual fuimos ganadores de la categoría de e-books, y recibimos asesoría y apoyo financiero para la co-producción con entidades como Ministerio de Cultura y Ministerio de Tecnologías de la Información y la comunicación.



## JUEGO DEL APLICATIVO

Durante el desarrollo del proyecto una de las experiencias más emotivas y representativas, fue la oportunidad de compartir directamente con la comunidad indígena Embera Dóbida- Boca de Jagua, ubicada en Nuquí, en el Departamento del Chocó, donde tuvimos los siguientes aprendizajes y resultados:

Niña de la comunidad indígena Boca de Jagua



Fuente: Autor



Fuente: Autor

- Ratificamos la importancia de apoyar y difundir el eco-turismo y etno-turismo, lo cual ellos promueven de manera organizada a través de la Asociación Etnoaldea Kiparate de la comunidad boca de jagua, donde se ofrece la interacción cultural, la protección del ambiente, contacto con la naturaleza, la tradición, el descanso, entre otros.
- Las voces que están en lengua Emberá son grabadas de personas que pertenecen a la comunidad indígena.
- Videos de niños y niñas que nos contaron cómo era un día cotidiano en su comunidad.
- Intercambio de saberes y tradiciones.
- Muestra e interacción con el cuento y con el prototipo a la comunidad.
- Se contó con la participación de la comunidad indígena en la traducción de los contenidos a lengua Emberá.

El desarrollo de estos contenidos enfocados en la educación, los recursos naturales y culturales, incentivan a la apropiación de nuestra identidad y que no se pierda ni se extinga en el olvido, por eso te invitamos hacer parte del grupo de colombianos que están dispuestos a visibilizar lo que somos y nuestras raíces.

# ¡Únete en esta aventura ancestral colombiana!

Visita la etnoaldea en:



facebook: @doimedia  
<http://doimedia.com/productos/>  
 carolina.guerrero@doimedia.com

## Ma. Eugenia Sierra C. y Cía. Ltda.

Asesores Profesionales de Seguros



CONFIANZA  
COMPAÑIA DE SEGUROS DE FINANZAS

Compre o Renueve su **SOAT**

[marthacvargasv@gmail.com](mailto:marthacvargasv@gmail.com)

[mariaeugeniaseguros@gmail.com](mailto:mariaeugeniaseguros@gmail.com)

Cl. 20 N° 10 - 36 - Of. 207 Tunja

742 6537 - 743 0725 - 315 2622649 - 315 3102533

# MARCA<sup>®</sup>

PROYECTOS  
registramos tus proyectos

- Impresión  
(Gran Formato - Interior - Planos)
- Diseño Gráfico
- Imagen Corporativa
- Publicidad - Campañas
- Material P.O.P.
- Señalización
- Carnetización
- Arquitectura & Renders 3D

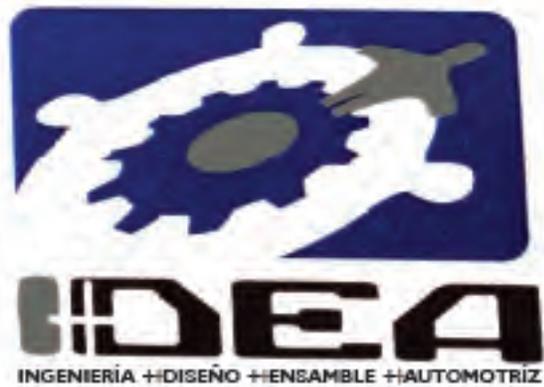
- Pendones
- Vallas
- Pasacalles
- Estampados
- Botones Publicitarios
- Mugs - Llaveros
- Manillas - Esferos
- Revistas - Afiches
- Facturas - Tarjetas

1000 TARJETAS DE PRESENTACIÓN	
MATE Y BRILLO 4x4 TINTAS 300 GR	// \$70.000
PLASTIFICADO UNA CARA 4X4 TINTAS 300 GR	// \$50.000
1000 VOLANTES	
MEDIA CARTA 4X0 PROPALCOTE 115 GR	// \$75.000
MEDIA CARTA 4X4 PROPALCOTE 115 GR	// \$135.000
1000 ADHESIVOS	
TAMAÑO TARJETA PLASTIFICADOS	// \$75.000

📍 Tunja, Carrera 11 # 21 - 97 Int. 3

☎ Teléfono: 743 54 23 - Celular: 310 296 6590

✉ [marca.proyectocolombia@gmail.com](mailto:marca.proyectocolombia@gmail.com)



**CONTACTENOS**

IDEA DISEÑO E.U.  
ESTELLA NIÑO DUITAMA  
COORDINADORA GENERAL  
CARRERA 2 No. 2-34  
CIUDADELA INDUSTRIAL  
DUITAMA. COLOMBIA  
P. + 57 8 7638250  
F. + 57 8 7638251  
M. + 57 3108716130  
estella@idna@gmail.com  
www.idna.com.co

**ENTRE BOCADOS**

**DESAYUNOS  
ARTESANALES**

**EL REGALO IDEAL**  
Detalles que nunca  
se olvidan

**f** Desayunos Entre Bocados - Tunja  
3164166614

La

# Huella de carbono Diseño Gráfico del

Por: D.G. Fernando Navia Mayer  
Ciudad de la paz (La Paz) Bolivia  
Universidad Boliviana

La huella de carbono se define como la cantidad total de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) y otros gases de efecto invernadero, asociados a un producto o servicio.

Hoy los humanos tenemos más conocimiento en comparación a nuestros ancestros y al mismo tiempo, somos causantes del más cruel proceso degenerativo y calamitoso que sufre el planeta. La huella de carbono del diseño gráfico, acumulada en los siglos a través de ingentes acciones directas e indirectas de diseñadores para instituciones, personas, gobiernos, empresas, productos y servicios, forma parte del incremento constante en los gases de efecto invernadero que calientan el planeta.

La Administración Oceánica y Atmosférica norteamericana acaba de certificar que el verano de 2014 ha sido el más caluroso registrado en el planeta. Los mensajes visuales diseñados conciernen múltiples tareas y actividades que corresponden a grandes consumos energéticos. Por cada etapa del ciclo de vida de un mensaje visual diseñado se profundiza la huella de carbono, empezando con el diseño de textos, imágenes y signos en múltiples soportes convencionales y digitales para la edición, impresión en prensas digitales, rotativas, offset, tipográficas y troqueladoras; fabricación de tintas, planchas, papel y otros insumos para la producción de impresos; guillotinado del papel, compaginado, acabados en plásticos, barnices UV, metalizados, además del empaquetado, distribución, transporte y difusión, hasta el fin de la vida útil del mensaje visual diseñado.



Además de los consumos energéticos por el uso intensivo de computadoras, dispositivos móviles, pantallas, periféricos, Internet, satélites y cables de fibra óptica para el diseño de los mensajes visuales digitales, una sumatoria de acciones directas e indirectas involucran al diseñador gráfico con su aportación al CO2 planetario. En las últimas seis décadas, la concentración de CO2 aumentó en casi 100 ppm (partes por millón), subiendo 2 ppm por año, superando la cifra sin precedentes de los 401.3 ppm en Mauna Loa (Hawai), en abril de este año.

El Secretario General de la Organización Meteorológica Mundial, Michel Jarraud, ha dicho que «el tiempo se está agotando». La inmanente, ubicua y constante presencia de los mensajes visuales diseñados es el espejo antropogénico de su huella de carbono acumulada durante los tres últimos milenios, evidenciando un proceso degenerativo irreversible si no se toman medidas en el acto.

Billones de billones de empaques, carteles, revistas, folletos, catálogos, periódicos, etc., usan billones de toneladas de papel, tinta y otros. Greenpeace dice que la industria papelería ocupa el quinto lugar del sector industrial en consumo mundial de energía, y utiliza más agua por cada tonelada producida que cualquier otra industria. Los diseñadores son co-rresponsables directos e indirectos de su huella de carbono, de la contaminación visual de las ciudades y de la acumulación consumista que ha provocado una pandemia visual de proporciones desastrosas. Una arqueología de los mensajes visua-

les diseminados en diversos soportes en todo el mundo, evidencian los propósitos y finalidades de los grupos humanos respecto a su desarrollo personal y social en relación a los recursos del planeta. El ser humano trazó el signo de su extinción.

Ecodiseño, diseño sustentable, diseño social, diseño responsable son eufemismos que encubren la potente huella de carbono del sigiloso diseño. Ubaldo García (2011) decía que el precio de las cosas no está en su costo inmediato y directo, el que uno paga por un servicio o producto, sino en las repercusiones generales de cada acción. En los colaterales e invisibles efectos de los actos está la destrucción perpetua de la que el diseño es cómplice.

El espíritu de nuestro tiempo, con tanto conocimiento y con tanto poder de destrucción, debe comprender cuál es el sentido final de nuestros actos. ¿Qué destino queremos? ¿Cuál es la misión del diseñador del presente y del futuro?

*¿Qué destino queremos?*

*¿Cuál es la misión del diseñador del presente y del futuro?*

“

La  
*Creatividad*

es la

**INTELIGENCIA**

*Divirtiéndose*

”

Albert Einstein

Medias  
Totas

CONDOMINIO  
CENTRO



EN PLENO CENTRO DE LA  
CIUDAD, A 2 CUADRAS DE LA  
PLAZA DE BOLÍVAR.



CARRERA 8 No. 21 - 67. TUNJA

CONTACTO: INFO@CONSTRUCTORACHM.COM

CEL: 311 459 5247 - 311 445 8832

📍 /CONSTRUCTORACHM

📞 /CONSTRUCTORA\_CHM



Aptos de 1, 2 y 3  
alcobas  
Locales Comerciales  
Gimnasio al aire libre  
Portería con Lobby

Salon social  
Ascensor  
Garajes sencillos y  
dobles  
Juegos infantiles  
Zona BBQ

Medias  
Tintas 22

DEL DISEÑO TEXTIL  
AL DISEÑO DE MODA

# Sostenible

D.I. Andrea Carolina Martínez Arcos  
Universidad de los Andes

Cuando hablamos sobre la industria de la moda, ¿podemos relacionarla con sostenibilidad?, parece que aún esta relación es imposible según lo señala el informe de Greenpeace "Timeout for fast fashion", ello se debe por

genera sobre cuál es la disposición final de una prenda que ya no utilizamos. A pesar de ello, aún persiste la ausencia de método de investigación que establezca que detrás de estas prácticas existen agentes reguladores, al menos en algunos países europeos, donde la ley y las autoridades competentes sancionan a las empresas por prácticas irresponsables durante la cadena productiva de valor textil.



Es por ello que algunas marcas no tienen inconveniente cuando envían "sus mercancías" o "trabajo sucio" a otros países, normalmente débiles por causa de la poca efectividad de las autoridades al momento de imponer sanciones, no solo para evadir controles internacionales y eludir el pago de impuestos, sino para obtener su objetivo primordial: fortalecer su sistema económico particular. Sabiendo esto, en procura de gestionar correctivos al interior de esta industria, la pregunta a proponer será:

los gastos desmedidos en recursos hídricos y emisiones de diferentes componentes químicos utilizados durante el proceso de la producción textil y la incógnita que se

**¿qué es y cómo hacer  
diseño de moda  
sostenible?**

**LASER  
DOTAR**  
DISTRIBUCIONES INTEGRALES

**AVISOS LUMINOSOS  
ESTAMPADOS EN ARTÍCULOS PUBLICITARIOS  
CORTE Y GRABADO EN LASER  
ESTAMPADO DE GORRAS Y PRENDAS DEPORTIVAS  
SERVICIO DE IMPRESIÓN A PLIEGO PARA SUBLIMACIÓN**

📞 3115384314 / 3202731395 / 3203909762

☎ 743 5205

📍 Cra. 11 Nº 16 - 69 Centro  
Calle 8 A sur Nº 6 - 49 Barrio San Francisco

✉ dotardistribuciones@hotmail.com

Sí empezamos por resolver “el qué”, buena parte de los diseñadores apelarán al concepto de moda ética, que es aquella que respeta todas las condiciones sociales de sus trabajadores, el medio ambiente y el precio “justo” por una prenda confeccionada; otros, sin embargo, hablarían de la relación estrecha con el “Slow Fashion”, *movimiento que promueve la producción controlada y una filosofía de consumo responsable*.

Lo anterior pueden ser dos afirmaciones posibles, más no abarcan de forma global el concepto de sostenibilidad, pues es importante saber que el sistema moda no empieza con la confección de una prenda sino con la elección de la materia prima, cómo se va a transformar, su diseño y cuál será su impacto al final de la cadena, es decir, cuando llega a los vertederos y su posterior efecto en el suelo o la posible generación de lixiviados.

Ahora, vamos a tratar “**el cómo**”, al respecto se han empezado a conocer estudios de diferentes empresas a través de sus departamentos de **I+D+i** (*Investigación + Desarrollo + Innovación*) relacionados con el medio ambiente y ecología, señalando así la utilización de materiales amigables biodegradables, es decir, **fácilmente reciclables o descartable**, para lo cual cito algunos ejemplos sobre procesos sostenibles aplicados en la actualidad y que la mayoría de las personas desconoce.

# 1- MATERIAS Y FIBRAS SOSTENIBLES.

**E**n el mundo textil es importante conocer las tres principales fuentes en donde se obtienen las fibras posteriormente hiladas, las de origen natural, las artificiales provenientes del sector petroquímico y, por último, las sintéticas, estas últimas confunden a las personas que desconocen su composición, en cuanto que puede llegar a tener 50% material natural y otro 50% artificial sintetizadas en laboratorio, para que ambos componentes puedan ligarse y generar nuevas prestaciones a nivel textil. Las sintéticas han sido y son la base para realizar investigaciones sobre posibles y nuevas materias primas.

Un claro ejemplo es el proyecto Biocouture, liderado por la diseñadora inglesa Suzanne Lee desde el año 2011, en él a través del uso de bacterias construyen nuevos sustratos a base de té verde fermentado; la manipulación de estos microorganismos, para producir textiles, depende de la calidad y forma que se desee dar a las diferentes prendas de vestir, con la característica única que son materiales cultivables y renovables con necesidad de bajo recurso hídrico para producirlos.

Teniendo en cuenta lo anterior, en Europa hay empresas que han encontrado su nicho de mercado en producción más limpia, o sea, desde la extracción de la fibra hasta la prenda que vemos exhibidas en vitrinas o sedes electrónicas de marcas favoritas. Por citar algunas que hacen uso de “nuevas” fibras: la piel de la naranja (Orange Fiber - fashion tech lab), las algas marinas (Algiknit), la flor de loto (Awen Delavel), la uva (Vegea - Wineleather), la manzana (Appleskin), el colágeno (ZOA bioleather) e incluso el chicle, reciclado y transformado por la empresa Gum drop Inc para usarlo en el sector del calzado.

MBFY Ljubljana, 2017  
Appleskin (50% PU;  
recycled material).  
Photo: Jani Urgrin





**PLOTTER DE IMPRESIÓN**

**PLOTTER DE PLANOS**

**IMPRESIÓN LASER**

**LITOGRAFÍA**



- Pendones
- Vallas de pertenencia
- Planos

- Tarjetas
- Volantes
- Afiches
- Carpetas
- Agendas
- Periódicos



Lunes a Sábado  
8:00 a.m.-12:30 p.m.  
2:00 p.m.-8:00 p.m.

**Todo en Publicidad**

📍 Calle 21 # 9-33 · Centro - Tunja  
☎ 7422387 📞 311 810 2446 📞 320 422 4583  
✉ mundodigitaltunja@gmail.com

**ALMACEN DE BICICLETAS**  
**rafael acevedo**

VENTA DE BICICLETAS, REPUESTOS Y  
MANTENIMIENTO GENERAL

Distribuidores exclusivos de las mejores  
marcas del país :

- |                    |                 |
|--------------------|-----------------|
| - Bicicletas GIANT | Repuestos marca |
| - SPECIALIZED      | - SHIMANO       |
| - ORBEA            | - SRAM          |
| - MERIDA           | - CAMPAGNOLO    |
| - TROPIX           | - VISION        |
| - SUPER LOOK       | - MAVIC         |
| Entre otras.       |                 |

Equipos de gimnasio y máquinas  
para la disciplina SPORT FITNESS, ATHLETIC.

Edificio 'Ramaliss'  
Carrera 12 No. 14 - 16  
Tel. 7704820 - Cel. 310 258 1762  
Sogamoso - Boyacá

24  
**Tintas**

# 2-

## DESDE LOS PROCESOS DE TEJEDURÍA.

Una vez las fibras son hiladas (con vertidas en hilos), procede luego la

elaboración de las diferentes bases textiles, sometidas a diferentes procesos de pre-tratamiento y acabados, para conferirles propiedad o funcionalidad específica. En la actualidad, existen diferentes procesos "verdes" los cuales disminuyen el consumo de agua, energético y reduce emisiones de CO<sub>2</sub>, entre estos procesos es importante mencionar los siguientes:

Acabado textil por espumación en una sola cara: proceso que reduce el uso del agua y reduce el consumo energético, pues la aplicación de los acabados a nivel químico se realiza a baja temperatura y su impregnación es a una sola cara.

### Procesos de nanotecnología

Si bien están bajo la evaluación si cumple con los procesos bioéticos para ser implementados en el sector textil, esta tecnología ha reducido el consumo hídrico para las diferentes áreas de los textiles tecnológicos y funcionales. Son una alternativa sostenible a los químicos aglutinantes utilizados para los acabados en una tela.

Proyecto de biodiseño "Living colour". Estampación con bacterias de Dimn

### Procesos enzimáticos

Es un "nuevo" proceso aplicado en el post-tratamiento de tejidos, especialmente el denim (acabados de desgaste en el jean), sin dañar el tejido, además, han sido utilizados en la tecnología biológica para el tratamiento de aguas residuales del mismo sector textil.

### Tecnología del plasma

Utilizada en mayor porcentaje como pre-tratamiento, para incrementar la humectabilidad de los textiles y con ello la fuerza de absorción y fijación de tintes, durante los procesos de tintura y estampación. Así mismo, se maneja en post-tratamiento como recubrimiento de superficie para conferir propiedades como la capacidad de repeler aceite, agua u otros líquidos.

### Estampación digital

El proceso de diseño es asistido por computador, no es necesario el uso del agua, como único requerimiento debe tratarse la superficie de algunos textiles para que tengan mayor afinidad y retención de la tinta, usada en procesos de Inkjet.

### Estampación con bacterias

Existen dos métodos en los cuales se incluye el uso de estos microorganismos. uno, tiene que ver con la incorporación de estas en hidrogeles para mantenerlas vivas mientras tienen un tiempo funcional establecido, dándoles las características de biosensores; el otro, usado por su capacidad tintórea en pigmentos desde el azul hasta el lila, sin embargo, las condiciones para que las bacterias puedan realizar este proceso y se multipliquen, ellas necesitan de oxígeno, nutrición adecuada y una temperatura constante de 25 grados centígrados.



# 3-

## LA MODA SOSTENIBLE Y CIRCULAR

**L**a moda circular es un movimiento que pretende hacer que la producción de ropa y complementos sea más respetuosa con el medio ambiente. Esta tendencia surgió tras la incógnita del qué pasaba con las prendas una vez eran desechadas y sobre cuál era el impacto de los residuos que estos producían al medio ambiente.

Tiene como finalidad conseguir que la prenda no termine en vertederos de basura, si no que sea reutilizada para no generar ningún tipo de residuo textil, entonces propone las siguientes alternativas:

### Desde la materia prima

Reducir impacto usando biomateriales haciendo uso de aquellas fibras que permitan reciclarse.

Transparencia social, es decir, saber de dónde y quién ha hecho la materia prima. Han creado una plataforma llamada Reverse Resources, ella permite a las marcas de modas y fabricantes hacer seguimiento pre-consumo y, del mismo modo, verifica la capacidad del reciclaje industrial de la materia prima seleccionada.

### Desde el diseño

Diseño inspirado en la naturaleza, siguiendo los criterios del ecodiseño.

Creados para durar, filosofía implementada desde el slow fashion que promueve reducir las necesidades de consumo.

Diseños fáciles de “reparar”, rehacer, reutilizar y reciclar.

Diseños enfocados en el mínimo gasto de recursos materiales y de procesos, con el único fin de reducir al máximo posible su impacto en el medio ambiente. **Desde la producción:**

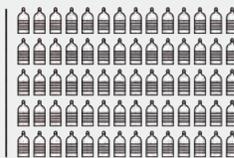
Incentivar la producción limpia, local y bajo estándares de la moda ética.

Uso de recursos renovables, además de evitar el uso de productos químicos.

ECODISEÑO

— Solo se necesitan reciclar 70 botellas plásticas para obtener una chaqueta térmica.

7



=



Diseño local, donde la producción cubra la demanda específica. Buscar la excelencia de acabados y manu-factura asegurando alta durabilidad y ciclo de vida del producto.

### Desde su distribución:

Ofrecer servicio de garantía de la prenda. Incrementar el número de usuarios por ítem. Lo anterior ligado a la larga vida del producto y tornando las prendas de vestir en una clase de “herencia”, dándoles una connotación desde el diseño emocional para que perduren en el tiempo.

Implementación del concepto “**segunda mano**”, referido a conservar el textil en el ciclo o cadena productiva, ya sea para implementar campañas de donación o para la reutilización del material textil en nuevas prendas (ya sea material textil en stock o que sea recuperado y posteriormente renovado).

La tendencia desde lo “**vintage**” ha creado cadenas de intercambio de prendas y donación de las mismas, implementando en países de Europa a través de contenedores naranjas, las personas pueden depositar aquellas prendas en buen estado o que ya no usen más, adicional a ello, han adelantado sistemas de recogidas desde la puerta de su casa hasta los centros de acopio, luego clasificarlas, lavarlas y restaurarlas, esto es, la ropa donada es debidamente reutilizada; y, el resto, es reciclada para fabricar hilos, trapos y otros materiales textiles.

### Desde su disposición final

La conciencia del reciclaje ha ido adquiriendo gran importancia dentro de la moda sostenible, para este caso existe una marca referente: “Ecoalf”, fabrica prendas a partir de redes de pesca usadas, botellas de plástico, entre otros materiales que se encuentran en el fondo de los océanos.

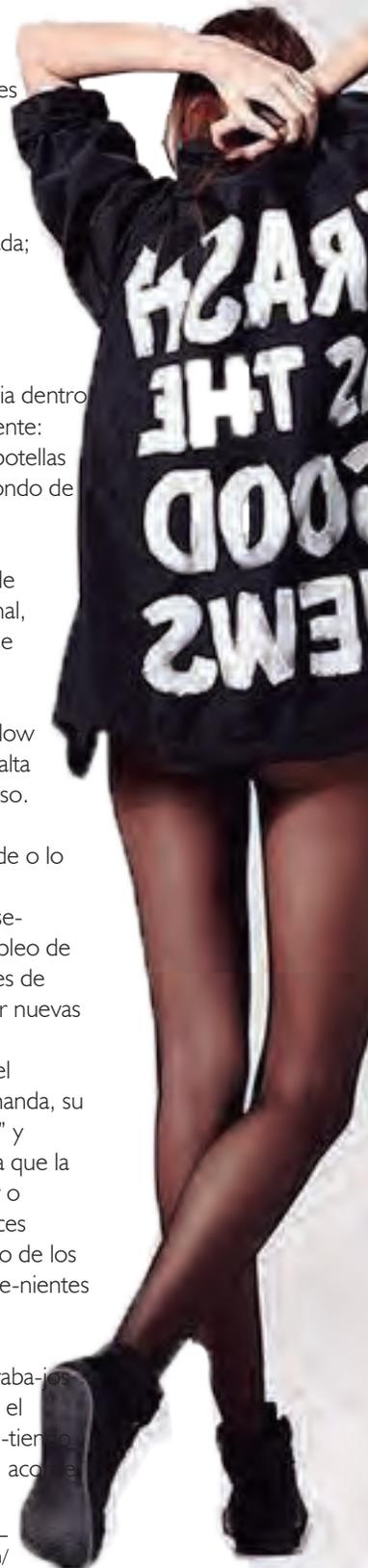
De acuerdo con lo anterior, tres son los agentes principales de la cadena textil; el productor, el diseñador y el consumidor final, quienes deben tomar conciencia y modificar la forma como se relacionan con el producto o en este caso, la prenda.

A nivel de producción, las nuevas prácticas del movimiento Slow fashion llevan a que el consumidor adquiera un producto de alta calidad, encaminadas a mejorar los hábitos de compra y de uso.

El diseñador debe crear las prendas con una mentalidad verde o lo que hoy se conoce con el nombre de “Design Mindfulness”, concepto que hace hincapié sobre la necesidad de formar diseñadores más inteligentes, creativos y tengan en cuenta el empleo de materias primas sostenibles, diseños de larga vida o modulares de forma que se puedan desmontar y brinden la opción de crear nuevas prendas sin desecharlas por completo. Y, por último, el consumidor, quien a pesar de estar al final del eslabón de esta cadena, es el principal responsable de la demanda, su real o eventual falta de conciencia y conocimiento en el “qué” y “cómo” el diseñador industrial realizó una prenda, incide para que la mayoría de los consumidores sigan adquiriéndolas sin mediar o legitimar intereses sociales en afán de poder mitigar los alcances nefastos del calentamiento global, acrecentamiento propiciado de los desastres ambientales y ecológicos, sobre todo aquellas provenientes de empresas denominadas fast fashion.

En suma, resulta trascendente promover en el diseño local trabajos artesanales con implementación tecnológica responsable con el medio ambiente y generar así solidaridad en el diseño, permitiendo al consumidor prendas únicas o de “herencia” verde, acorde con las necesidades y gustos en lo individual y lo colectivo.

Fotografía tomada de: <https://co.pinterest.com/pin/323977766917213858/>



Calle 18 No. 7-34. Centro  
Tunja - Boyacá - Colombia  
Tel: 743 83 30



WhatsApp 310 8128246



Ubicación Calle 18 número 8-68

# 4-

## ALGUNAS MARCAS Y DISEÑADORES QUE PROMUEVEN LA SOSTENIBILIDAD

Ecoalf, ALAZIA, dLana, Mandacaru, IAIOS, colRaxe, alolola, xiro, Sustainable Fashion, D-due, Stella McCartney, Happy Genie, Vegea, Algiknit, BioGlitz, FLOCUS, Frumat, Mango Materials, PlanetCar, Provenance Biofabrics, Reverse Resources, Scalable Garment Technologies Inc, Style Lend.



Happy Genie - Bolsos a partir de la manzana como material prima.



VEGEA- Bolsos a partir de la uva como material prima.



# 5- CONCLUSIONES

La sostenibilidad aplicada a la moda no solo tiene que ver con el uso de tejidos orgánicos, sino también con la investigación constante de esta disciplina y la necesidad de la innovación.

Esta industria enfrenta, continuamente, series de desafíos que oscilan entre el uso consciente de los recursos y la determinación de cuál ha de ser la tasa de producción aceptable en una empresa de moda. Así mismo, es importante que los diseñadores al

momento de crear una prenda la conciben o piensen como una idea de estrategia sostenible, definida por la diseñadora de modas Alison Gwilt como “un enfoque utilizado por un diseñador para reducir el impacto medioambiental o social asociado con la producción, el uso y la eliminación de un producto”, en pocas palabras, es una evaluación concienzuda desde la extracción de la fibra para producir un tejido, hasta el diseño de una prenda y su disposición final.

### Referencias Bibliográficas:

Brown Sass. Eco fashion: moda con conciencia ecológica y social. Ed. Blume. 2010  
Gwilt Alison. Moda sostenible. Ed. Gustavo Gili. 2014.  
Salcedo Elena. Moda ética para un futuro sostenible. Ed. Gustavo Gili. 2014  
ZOA (2018). <http://www.zoa.is>. Consultado el 10 de mayo de 2018. De ZOA, Introducing ZOATM Bioleather materials. <http://zoa.is>  
Vegan Fashion Venture. (2017). <http://www.veganfashionventure.com>. Consultado el 10 de mayo de 2018, de Vegan Fashion Venture. APPLE LEATHER, FINALLY A REAL ALTERNATIVE TO ANIMAL LEATHER!: <http://www.veganfashionventure.com/fabrics/apple-leather-finally-a-real-alternative-to-animal-leather>.  
Slow Fashion Next (2018). <https://www.slowfashionnext.com>. Consultado el 10 de mayo de 2018, de Slow Fashion Next.

Economía circular: más reciclaje y menos vertederos: <https://www.slowfashionnext.com/blog/2018/04/19/economia-circular-mas-reciclaje-y-menos-vertederos/>. Groen, A.-R. K. (2018). <https://fashion-for-good.com>. Consultado el 10 de mayo de 2018, de Fashion for Good. 15 INNOVATIONS SET TO CHANGE THE FASHION INDUSTRY?: [https://fashionforgood.com/our\\_news/15-innovations-set-to-change-the-fashion-industry/](https://fashionforgood.com/our_news/15-innovations-set-to-change-the-fashion-industry/)  
Redko, A. (2017). <https://www.peacefuldumpling.com>. Consultado el 10 de mayo de 2018, de Peaceful dumpling. Meet 5 Genius Fashion Companies Turning Fruit Fiber Into Seriously Luxe Material. <https://www.peacefuldumpling.com/fashion-fruit-fiber-material>.  
Living Colour by Laura Luchtman & Ilfa Siebenhaa (2017). <https://livingcolour.eu/>. Consultado el 10 de Mayo de 2018, Living colour. <https://livingcolour.eu/>.



CALLE 11 No.18 -20 DUITAMA BOYACÁ

TELS: 760 26 73 - 760 32 02

CELS: 321 451 15 23 - 315 825 2934

email: yesidricardo@hotmail.com



### PROGRAMAS TÉCNICOS

- MECÁNICA  
DENTAL
- AUXILIAR EN  
SALUD ORAL



*Clases  
Teórico - Prácticas*

Prácticas en nuestros  
consultorios de  
odontología y en convenios  
con destacadas entidades de salud.

### *Servicios:*

ODONTOLOGÍA ESPECIALIZADA

ODONTOLOGÍA GENERAL

ODONTODIVERSIÓN

### CONTÁCTENOS:

Dirección: Cra. 14 N° 19 - 59  
2º Piso / Sogamoso (Boyacá)

Cel. 310 757 15 94 - Tel. 771 41 36

E-mail: [institutodontologiconacional@gmail.com](mailto:institutodontologiconacional@gmail.com)

[www.institutodontologiconacional.com](http://www.institutodontologiconacional.com)

*¡Educación con Calidad!*

# Estrategias Transmediales para el DESARROLLO SOSTENIBLE y el Turismo Rural

Por: D.G Fernando Martínez  
D.G. Nancy Quiroga

## Estrategias Transmediales para el Desarrollo Rural

Las estrategias transmediales están caracterizadas por contar una historia o relato a través de multiplataformas y lenguajes que se expanden permitiendo nuevas significaciones y contenidos. No son la adaptación de un lenguaje a otro.

Este fenómeno de estrategias transmediales viene atado a lo que son las narrativas en medios, originalmente descrito por Henry Jenkins en el 2003, este afirma: "hemos entrado en una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales". *(Jenkins, MIT Technology Review, 2013)*

Los contextos rurales están llenos de historias, cuentos, mitos y leyendas que han sido contadas por algunos medios permitiendo que solo aquellos que acceden a un canal en específico conozcan estos contenidos. En principio estas narraciones fueron documentadas en libros, periódicos, revistas, radio y televisión; ejemplo de canales tradicionales de difusión promotores de un conocimiento lineal y en una sola dirección. En el hoy, nuevos canales de comunicación llevadas por las TIC (Tecnologías de Información y Comunicación), permiten llegar a nuevos contextos sociales más digitales; nuevas generaciones con un pulgar más desarrollado que controlan la información a través de una pantalla táctil e ilimitada; esta comunicación digital, más los medios electrónicos y el desarrollo de tecnologías digitales son un escenario ideal para la proliferación de contar las historias de estos territorios rurales, sin alterar ecosistemas.

Para que el turismo de naturaleza sea sostenible se debe **minimizar la alteración y transformación de los lugares donde se desarrollan las actividades turísticas**, es decir implementar buenas prácticas que contribuyan a no alterar los recursos naturales, mejorar la calidad de vida de las comunidades locales y fomentar la actividad económica en productos y servicios; así mismo el turista encuentra una variedad de paisajes, ecosistemas y climas, que se convierten en atractivos para aquellos que les gusta interactuar con la naturaleza. Actualmente el turismo es uno de los sectores empresariales con mayor crecimiento en el mundo, y Boyacá no es la excepción, y promover el turismo rural, las posadas campesinas y los escenarios turísticos de la región del Alto Ricaurte, se convierte en una iniciativa para orientar el turismo sostenible, utilizando no solo los recursos comunicativos in situ, sino **recurriendo a las nuevas estrategias de comunicación**, es aquí, donde con las nuevas tecnologías se atrae turistas a los respectivos destinos. De esta manera a través del diseño, se propone la configuración de mensajes visuales que permitan mejorar la interacción con el lugar, magnificar la experiencia del visitante y proveer la información necesaria para que la visita a estos lugares cumpla con la expectativa del turista y del proveedor de servicios turísticos.

**UTO  
AMERICAS**

**VENTAS**

**COMPRAS**

**PERMUTAS**

**SOAT**

DUITAMA - BOYACÁ

Carrera 42 N° 9 - 50

Tels: 76256688 Cels: 3112371347

**TALLER DE MECÁNICA**  
HENRY FLOREZ



PAIPA BOYACÁ  
CRA 19 N° 28-06  
CEL: 3138879948



Juan Pablo Perilla Romero  
Arquitecto

Celular: 310 219 8943  
Dirección: Calle 4b sur # 7-16  
Barrio San Fracío  
Tunja, Boyacá  
jperilla21@gmail.com

Medias  
**Tintas** 30

Los medios electrónicos y el desarrollo de tecnologías digitales de la comunicación, son el escenario ideal para la proliferación de contar historias.

Permite enlazar contenidos, lenguajes y formatos de distinta naturaleza.



Gráfico 1. Tics – Turismo – Medios

Fuente: autor

### **Comunicación digital colaborativa y de experiencia**

En contextos rurales, las tecnologías de información y comunicación deben apoyar los procesos participativos; Jean Cloutier (1973) menciona en su teoría emirec que cualquier individuo tiene el potencial y debe ser visto como un emisor y receptor de conocimientos y experiencias.

Este busca una comunicación multidireccional; grosso modo, evidenciar la participación de la población encaminada en todas las direcciones; esta comunicación tiene la particularidad de no tener roles definidos, cualquiera puede ser emisor y receptor, buscan el diálogo entre los distintos participantes fomentando la construcción de los mensajes enriquecidos de experiencias, conocimientos y reflexiones.

**“las tecnologías de información y comunicación deben apoyar los procesos participativos...”**

## La teoría EMIREC de Jean Cloutier (1973)

Cualquier individuo tiene el potencial y debe ser visto como un emisor y receptor de conocimientos y experiencias. Jean Cloutier La combinación de narración, tecnologías y gamificación a través de un medio convergente como los Smartphone, hacen que, por medio de una app, un libro interactivo, mapas, web y geocaching, conocer lugares, pueblos, y rincones de manera más interactiva y divertida.

La cultura convergente

Convergencia mediática / Inteligencia colectiva / Cultura participativa

Henry Jenkins. (2006, pág. 14)

Cada medio emite una historia distinta, dirigida a un público diferente en cada caso. Cada espectador tiene diversas formas de entrar en el universo narrativo, interactuar y ser capaz de ser productor de contenidos.

## Conclusión

Existen muchos canales de comunicación que apoyan los procesos participativos; eco-sistemas mediáticos que cambian según el contexto social, cultural y tecnológico. Las comunicaciones para un desarrollo sostenible turístico rural deben evolucionar. El investigador en medios digitales Carlos Escolari, nos permite explicar así, como los medios evolucionan obedeciendo a un ambiente. “las tecnologías de la comunicación, desde la escritura hasta los medios digitales generan ambientes que afectan a los sujetos que las utilizan.” (Scolari, 2015, pág. 29). Así mismo, es de destacar la necesidad que tienen los territorios rurales para fomentar la cultura a partir de buenas prácticas que contribuyan a mejorar la calidad de vida de quienes habitan un contexto y fomentar la actividad multidireccional de la población para generar nuevas y mejores narraciones mediadas por las estructuras transmediales.

## Bibliografía

Cloutier, J. (1973). La communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self média. Montreal: Les Presses de l'Université de Montrea.

Jenkins, H. (2006). Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.

Jenkins, H. (15 de Enero de 2013). MIT Technology Review. Obtenido de Transmedia Storytelling: Moving Characters from Books to Films to Video Games Can Make Them Stronger and More

Compelling: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>

Scolari, C. (2015). Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones. Barcelona: gedis.



Gráfico 2. Estructura Narrativa / Convergencia de medios  
Fuente: autor

# IDENTIDAD CORPORATIVA IMAGEN CORPORATIVA

Diseño pensado conscientemente en el y para el medio ambiente y la sostenibilidad

D.G. YESID CAMILO BUITRAGO LÓPEZ  
D.G. MARISOL SOLEDAD GARCÍA CORDERO  
D.G. HÉCTOR FERNANDO MARTÍNEZ MARTÍNEZ

**D**iseñar una imagen corporativa suele ser más complejo que parece, sin embargo no es solo diseñar “un logo” como muchos lo creen y lo expresan, pues primero se debe tener en cuenta que para diseñar una imagen corporativa se-ria, con proyección y que busque posicionarse, nace de un proceso creativo, el cual puede iniciarse a través de una metodología específica como la investigación, recolección y análisis de información de la institución o empresa que posteriormente estos datos se recopilan para la construcción del informe final (Input informativo).



**CONTÁCTENOS**

Ingeniero Saín Parada  
Cel. 3108823234  
Sogamoso -Boyacá  
Carrera 11 N. 14-118 OF 401.  
e-mail: ingparada19077@gmail.com



*Imagen 2. Cuatro palabras que hacen la identidad corporativa. Fuente: Autores .*



Imagen 1. Metodología de análisis de imagen corporativa.

Fuente: Autores.

Cabe aclarar que la metodología que se mencionó anteriormente, se utiliza para un trabajo en el cual el cliente sea consciente de que se requiere un estudio serio de la competencia y el mercado para identificar las dificultades, oportunidades, fortalezas y amenazas (DOFA) de la empresa, para posteriormente iniciar un proceso de diseño que responda a las necesidades del mercado, del cliente y el producto.

Por tal motivo, no es solo hacer el "logo" como muchos lo creen, aunque existen lugares en donde se dedican a realizar identificadores visuales sin un estudio previo que connotan los valores y objetivos de la entidad, sino que al contrario diseñan solo "por el dinero". Se olvidan de hacer diseño sostenible, profesional, perdurable y consciente.

En este orden de ideas, a continuación se presentan ciertas indicaciones para tener en cuenta en el momento de realizar identidad corporativa.

El conjunto de varios identificadores y elementos que se relacionan entre sí, construyen lo que se conoce como marca. No obstante, hay que aclarar que es un error confundir la marca con el concepto de logo, pues una marca está construida a través de uno o varios signos distintivos de un producto o servicio en el mercado, en la cual intervienen como, el único nombre, slogan, grafismo, iconografía, color, Brand voice, etc.

SE OLVIDAN DE HACER DISEÑO  
SOSTENIBLE, PROFESIONAL,  
PERDURABLE Y CONSCIENTE.



Ropa para dama, caballero  
accesorios, las últimas tendencias de  
la moda y las mejores marcas.

Todo lo podrás encontrar  
**SOLO AQUÍ**

Visítanos  
@studiozoficial  
Studio Z Tunja

**Informes**

311 222 7293 - 745 0109

**Dirección**

Cra 11 #17-100 Segundo piso

Así mismo, la tipografía es sin duda la esencia concreta del lenguaje escrito, las fuentes tipográficas comunican a través de sus trazos, pesos, contrastes, proporciones y demás características para ser empleadas en medios digitales, impresos y manuales. Pueden ir acompañadas con gráficos, colores, texturas o sencillamente solas por ser un lenguaje libre y en muchos casos contundente para comunicar.

La tipografía acompañada de color ejerce un impacto significativo en los productos y servicios, logra transmitir diferentes emociones y sensaciones. Por desafío se convierte así en el compenetrar y crear un vocabulario de elementos visuales mantengan coherencia, equilibrio y dinámica visual, para lograr un producto reconocido y contundente.

**ELEMENTOS QUE CONSTITUYEN LA IDENTIDAD VERBAL**

**IDENTIDAD VISUAL**

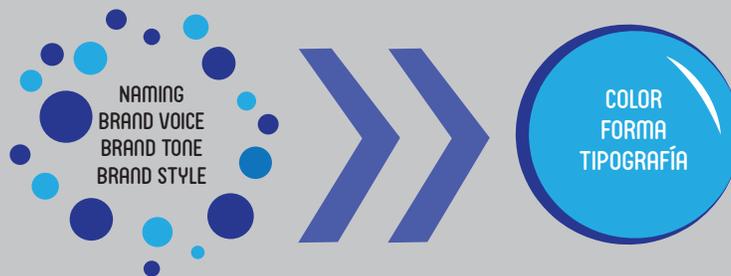
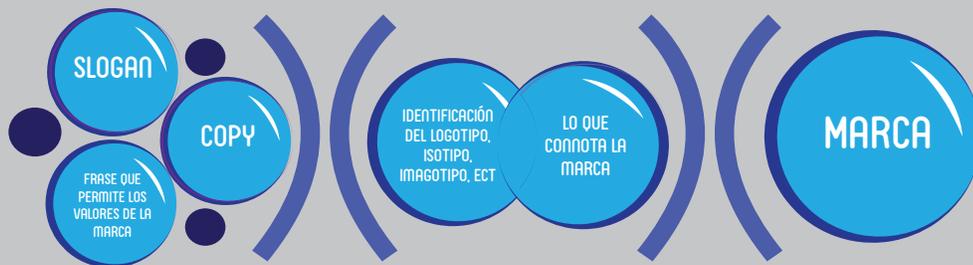


Imagen 3. Elementos que construyen la identidad verbal y la identidad visual

Fuente: Autores



MARCA ES IGUAL A IDENTIFICACIÓN DE LOS SIGNOS QUE TRANSMITE LOS VALORES DE LA MARCA IDENTIFICADORES

Imagen 4. Elementos que construyen una marca.

Fuente: Autores

**ECOPRINT**  
PUBLICIDAD

**TODO LO QUE NECESITAS EN UN SOLO LUGAR**

**CORTE y GRABADO LASER 130x260**  
IMPRESIÓN DE PLANOS y SCANNER GRAN FORMATO

**IMPRESIÓN LASER ALTA CALIDAD**  
IMPRESIÓN FORMATO GRAN

MDF - ACRÍLICO - PAPEL - CARTÓN - VIDRIO  
FOTOPLANO - CARTÓN PAJA - OPALINA  
TABLOIDES - TARJETAS - INVITACIONES  
POSTERS - PASACALLES - PENDONES - VINILOS

**TODO EN PUBLICIDAD**  
Cel. 320 450 1042 Tel. 746 99 90  
Cil. 42 N 6 - 09 - Lc. 01  
ENTRADA BARRIO POZO DONATO  
ecoprinttunja@gmail.com

# EN CONCLUSIÓN

Por lo anterior, desde la tipografía y el color se propone no solo satisfacer las necesidades del presente, sino comprometerse con las del futuro y aspectos generales como diseño sostenible son claves en este proceso. Es importante que desde el comienzo de un determinado producto o proyecto se tenga conciencia sobre las fases de un proceso productivo; el ahorro energético, residuos de recortes, el uso desmesurado de papel y las tintas electrónicas, con el fin de generar conciencia en cuidar el bienestar social, el medio ambiente y el crecimiento económico.

Todo esto debe funcionar como un engranaje consciente en el y para el medio ambiente (producción) y la sostenibilidad (perdure en el tiempo y quede impregnado en los clientes).

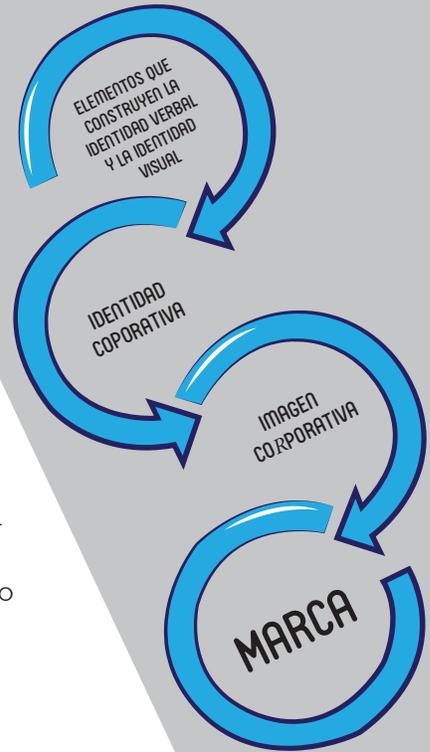


Imagen 6. Engranaje en la construcción de Imagen Corporativa.

Fuente: Autores.

# REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Chaves, N. (2001). La Imagen Corporativa. Teoría y Metodología de la Identificación Institucional. Barcelona: Gustavo Gili, SA.

IOMarketing. (9 de mayo de 2018). IO-Marketing. Obtenido de IOMarketing: <http://www.iomarketing.es/blog/cual-es-la-diferencia-entre-identidad-e-imagen-corporativa-2/>

Lupton, E. (2014). Tipografía en la pantalla. Tunja, Boyacá: Gustavo Gili.

Puig, F. C. (9 de mayo de 2018). Branderstand. Obtenido de branderstand: <http://www.branderstand.com/identidad-verbal-por-que-como-construirla/>

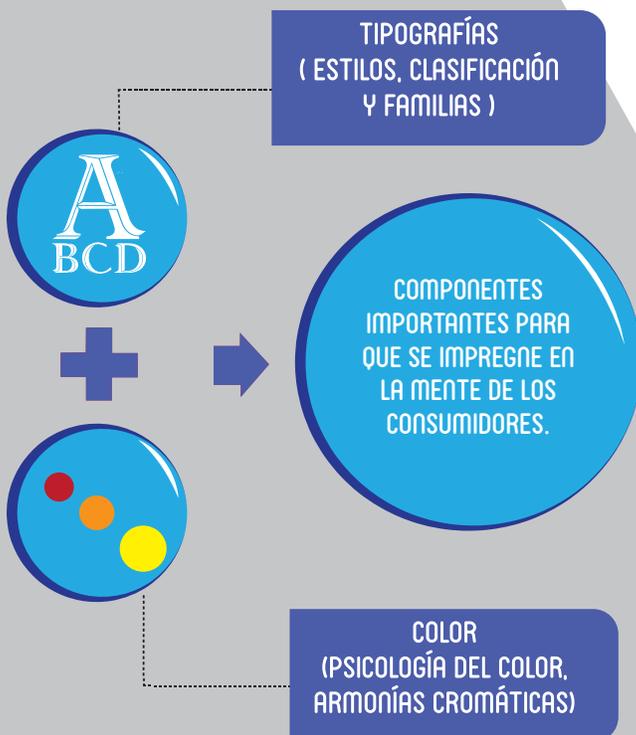


Imagen 5. Tipografía y color.

Fuente: Autores

# SERVICIOS



## CONSULTA PROFESIONAL

Consulta de optometría computarizada ◆

## ESPECIALISTA

Consulta de Oftalmología ◆

## SUB-ESPECIALIDADES

Consulta Retina ◆

Consulta Glaucoma ◆

Consulta Estrabismo ◆

Consulta de Oculoplastia ◆

Consulta de Córnea ◆

## PROCEDIMIENTOS QUIRÚRGICOS

- ◆ Cirugía extracción de catarata por facoemulsificación
- ◆ Cirugía convencional de catarata
- ◆ Cirugía corrección de estrabismo
- ◆ Cirugía de resección de pterygium
- ◆ Cirugía recepción de chalazión
- ◆ Cirugía refractiva láser para miopía hipermetropía y presbicia
- ◆ Vitrectomía vía anterior con vitriófago
- ◆ Vitrectomía vía posterior con endoláser
- ◆ Entre otros

## EXÁMENES ESPECIALIZADOS Y AYUDAS DIAGNÓSTICAS

- ◆ Ultrasonografía ecografía ocular
- ◆ Angiofluoresceinografía unilateral, con fotografías a color de segmento posterior
- ◆ Entre otros

Calle 28 N° 9-11 Barrio Maldonado

Teléfono: 7471965

Celular: 316 751 5178

310 256 8172 - 313 28550527

Corre Electrónico:

cardenasvision@gmail.com

# OLVIDARTE

## MARCA LA

## SUSTENTABILIDAD DE MI PRODUCTO

**Por: Luis Guillermo Roberto Báez**  
Diseñador Gráfico  
Especialista en Gestión de Diseño

**R**esulta comprometido dar una definición de lo que es y deja de ser el diseño como clave esencial de la creatividad, su metodología empírica del fruto de una decisión consciente hacia un desarrollo sustentable que enmarca el Feedback de cualquier proyecto en diseño. De esta manera, el diseño como función estratégica integrada al entorno empresarial, y como valor potencial de diferentes etapas organizacionales y productivas dentro de una organización; es así como el diseño es el ágora esencial de una empresa para mejorar el producto o servicio que se oferta, y por consiguiente, de la sociedad, la cual se ha convertido en un requisito para la entrada en diversos mercados. De esta manera es importante abarcar el rol del ser diseñador gráfico para no olvidar que existen nuevas metodologías estratégicas que subyacen en su desempeño. La identidad hacia el mercado responde a expresiones tangibles y/o intangibles de una organización y se ven reflejados en sus productos en algunos casos con los famosos Touch Points o puntos de contacto, en el caso de los servicios, los cuales Xènia Viladàs en sus escritos sobre diseño rentable habla como “vectores de

visibilidad” de la empresa (producto, comunicación y espacio), recalca que el diseño es una función estratégica y su implantación tiene que anclarse a la proposición de valor de la empresa. Sin embargo, no solo los vectores de visibilidad son esenciales en la oferta de productos y servicios que caracterizan la identidad de una organización. La marca como eje principal de sustentabilidad de cualquier característica tangible o intangible de una empresa, debe interpretar dichos vectores de visibilidad dentro de su valor corporativo que oriente una cultura empresarial y así identificar recursos estratégicos que van a orientar la responsabilidad en la creación de valor de un producto o servicio. Es de esta manera como la marca transmite una perfecta unión organizacional y un equilibrio de los valores empresariales y vectores de visibilidad de lo que habla Viladàs.



foto tomada de scad.edu

foto tomada de spora publicidad



“El diseño es lo que confiere personalidad al producto; interviene desde su concepción hasta su comercialización, creando un continuum de sentido basado en los valores que representan a la empresa y la hacen única” (V. XÉNIA). El entorno empresarial afronta un mercado variable según los comportamientos de la sociedad, a los nuevos estilos de vida de las personas, a la nueva era tecnológica y a una economía poco predecible. Los productos y/o servicios que se ofertan en el mercado deben estar en una línea sustentable; con lenguaje propio, el cual es determinado por un análisis de datos, y un análisis estratégico que alimente el portafolio de la empresa. “La gestión del diseño es lo que convierte una apuesta en un conjunto de riesgos controlables” (J. BESSANT). Es importante dirigir y evaluar los riesgos asociados a la función del “diseño” entorno a la empresa, Viladàs menciona que para ello existen modelos de gestión, los cuales son conjuntos ordenados que ayudan en la toma de decisiones a lo largo del proceso sustentable del oficio del diseñador entorno a la empresa, dar respuesta estratégica al valor que tiene nuestro oficio a la identidad corporativa y sustentar nuestra existencia dentro de un departamento de diseño.



Foto tomada de Organización egales



Foto tomada de Compañías publicitarias

“Los recursos necesarios para llevar adelante una función en la empresa, son personas y medios materiales. La provisión de estos recursos, en el caso del diseño, tiene peculiaridad que conviene tener en cuenta”. (X. Viladas). Por este motivo, el concepto de ser diseñador no se debe olvidar, marca nuestra sustentabilidad dentro del entorno empresarial y soslaya un factor de calidad y de progreso que transforma la organización y su entorno comercial, Xènia Viladàs afirma que “gestionar activamente esta función que desde el punto de vista organizacional

es visto estratégicamente para representar un concepto a la idea que enmarca la organización. Pues bien, es esta la nueva era del ser diseñador la palabra interactividad, como característica esencial de la comunicación integrada a la marca y la organización. La sustentabilidad del rol del diseñador gráfico está basada en: empresa – marca – producto y/o servicio – consumidor en función de los fines que aquél persigue, las estructuras formales del diseño abarcan un lenguaje actual, lleno de referencias contemporáneas

“LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LLEVAR ADELANTE UNA FUNCIÓN EN LA EMPRESA, SON PERSONAS Y MEDIOS MATERIALES”.

y numerosos ejemplos visuales. El resultado es un recorrido por el departamento de diseño de su organización, de no existir iniciar con el proceso de formación, riguroso y atractivo, dirigido a todos aquellos que quieran comprender el diseño gráfico desde una perspectiva crítica e informada al entorno empresarial. Finalmente el diseñador gráfico de hoy se transforma y se adapta al entorno, su perfil se complementa con creativos, diseñadores industriales, diseñadores de espacios, entre otros y va formando un criterio más funcional a como anteriormente se desempeñaba. De esta manera han surgido comunicadores gráficos, diseñadores organizacionales y estrategias gráficos que sustentan su visibilidad dentro de las necesidades actuales de una organización. Sin embargo, el ámbito de acción de diseño gráfico es muy general, por ello se hace necesario enfocarse en la comunicación visual, como fuente principal dándole forma y función para comunicar. No olvidemos que el diseñador gráfico enmarca desde un punto de vista visual; planificando

y orientando el proceso creativo que a través del mismo llega para ejecutar mensajes publicitarios, corporativos o institucionales.

## REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Bessant, John et al. 2005, Management of creativity and design within the firm, DTI. “Think Piece”, Department of Trade and Industry, UK (hoy: departamento for Business, Enterprise and Regulatory Reform, [www.berr.gov.uk](http://www.berr.gov.uk)). Viladàs, Xènia. Diseño Rentable, 2008, Index Book, Barcelona.



CD 49,1%



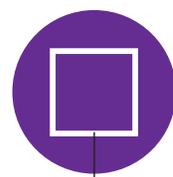
Vinyl single, 0%



Rendimiento Digital



Mobil 7,7%



Descarga album 12,1%



Video



# EL PAPEL DEL PAPEL

Por: D.g. Marcela Arango Docente

**M**i reciente visita a La Feria Internacional del Libro o FILBO como es mejor conocida, dejó en mi mente una pregunta: ¿De dónde sale tanto papel? y qué sucede con este sustrato que a veces se ve resumido en libros, revistas, periódicos, etc. Estas preguntas surgieron al ser consciente sobre la cantidad de libros y material impreso existente en el mundo y cómo este supera sin duda la demanda de lectores por apropiarse de dichos contenidos. Así, en una montaña infinita de información y conocimiento aparece la era digital, reemplazando la calidad de los escritos impresos por la inmediatez, de los formatos digitales. Es acaso esta situación una solución o una nueva problemática que se suma a la ya existente, el uso irracional de este valioso material. Esta situación por anecdótica que pudiera parecer, me hizo reflexionar sobre ese sustrato tanpreciado y que es tan poco valorado.

Se cree que el papel fue inventado en China, hacia el año 200 a. C., y ciertamente, existen ejemplos de papel descubiertos junto a tablillas de madera que contienen esa fecha. Los primeros papeles son de seda y lino, pero de pobre calidad para la escritura, y por ello fueron utilizados principalmente para envolver. La invención del papel se atribuye a Ts'ai Lun, en el 105 a. C. este fue el primero en organizar la producción del papel a gran escala, y se las arregló para conseguir las patentes exclusivas para hacerlo. China en ese tiempo era ya una sociedad burocrática que requería documentos en abundancia para llevar sus registros por escrito, dando inicio a nuestra costumbre de guardar y archivar en distintos sustratos absolutamente todo. Más adelante el papel entró por la ruta del Oeste, Persia y Siria y para finales del siglo V, el papel

ya era usado en toda Asia, la fabricación del papel se extendió hacia el oeste y la producción del mismo se establece con la producción de un papel fibroso en apariencia. En menos de mil años, cuando España es conquistada por los Moros, y la producción de papel llega a Europa. Los árabes no perdieron tiempo en establecer talleres locales para la producción de papel. Manufactura del Papel en una Imprenta (grabado del siglo XVII) Posteriormente en el siglo XVIII y XIX, y de la mano con la tecnología de impresión se desarrolla un incremento en la alfabetización, simultáneamente los fabricantes de papel mejoraron sus mecanismos de producción de papel. En 1589 Spielman desarrolla su propia técnica vinculando trapos, rollos o fragmentos de pergamino para hacer el tan anhelado material.



# MAKÚ

## PRODUCCIONES

Sonido  
Luces  
Fotografía y video  
Parrando Vallenato  
Música tropical  
Grupo de reggae (JAG MAKÚ)



## ACOMPañAMIENTO MUSICAL

Matrimonios  
Primeras comuniones  
Novenas  
Todo tipo de celebraciones  
eucarísticas

Logos  
Desde 2010 26

Jorge Jiménez

3124927730 - 3104850862

Makú Producciones

jagmaku@gmail.com

Medias  
Tintas 41



2,9%



Descarga 0,5 %



Descargar musica video 0,5 %



, 2,6%

Con el tremendo de-sarrollo de la industria, la insuficiencia de la materia prima, la demanda por papel adquirió enormes proporciones; Era ne-cesario encontrar una sustancia vegetal que pudiera reemplazar ese proceso por algo más sencillo, es así como el esparto fue el primer paso con el cual se obtuvieron resultados prácticos, desarrollán-dose un extenso comercio con el papel fabricado con este material y desde ese momento la producción en masa obligó a la generación de maquinaria la Four-drinier, importada de Inglaterra, puso en funcionamiento la producción del papel y la pulpa a nivel mundial. Pasaron muchos años para que en el 2000 nuevos cambios de gran transformación dieran paso a la tecnología y nos dieran la posibilidad de pensar en otros medios alternativos de almacenamiento, desplazando poco a poco este valioso material. Arriba se puede ver una sinopsis de Gráfico tecnologías reproducción musical entre 1980-2010.

# MITOS SOBRE EL PAPEL

**E**n Colombia hay 61.246.659 hectáreas de bosques naturales; en plantaciones forestales comerciales existen actualmente 242.000 hectáreas. El potencial forestal de Colombia para plantar bosques comerciales es de 5.1

Foto tomada de Pinterest.



En Colombia la tasa de reciclaje de papel alcanzó el 48% en 2013. En Europa se reciclan 2 toneladas de papel cada segundo.

El papel es uno de los pocos productos verdaderamente sostenibles. La base del papel en Colombia es el bagazo de caña de azúcar, el cual es natural y renovable. A medida que crece y madura, absorbe CO<sub>2</sub> de la atmósfera. Además, el papel continúa almacenando carbono durante toda su vida.



Foto tomada de Rom Pixel

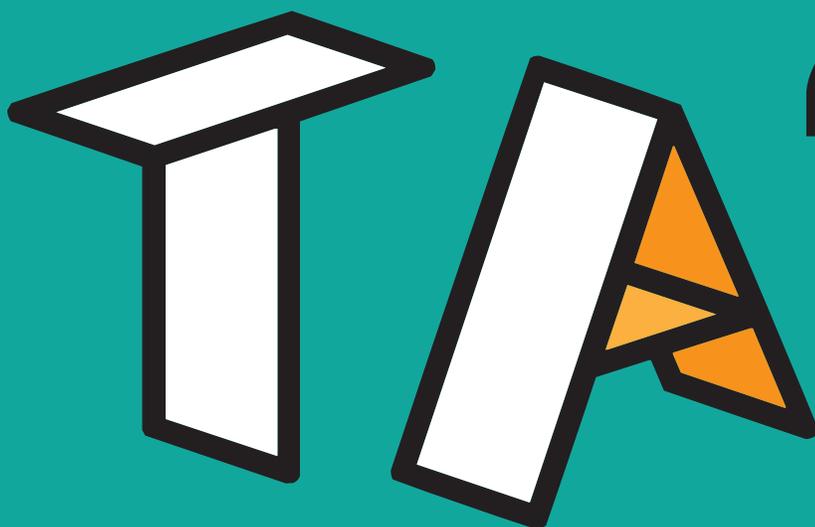
Las fibras recicladas se degradan después de varios usos y la industria del papel necesita fibra virgen proveniente de plantaciones o cultivos de caña manejados responsablemente para mantener el ciclo de la renovación.

En Colombia, el 68% de las personas prefiere el papel porque genera más confianza, satisfacción, seguridad y efectividad que los documentos digitales de papel cada segundo.

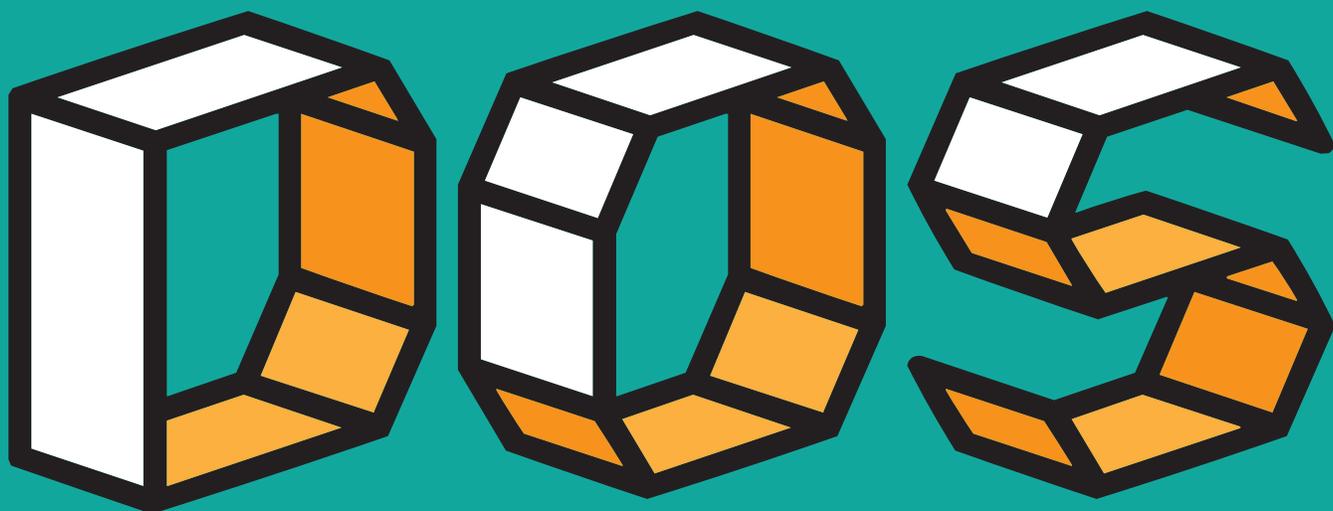
Foto tomada por Camila Martínez



Foto tomada por Camila Martínez



“ Cuando diseño no considero el aspecto técnico y comercial, si no que en los sueños y los deseos de la gente para quien está enfocado el proyecto u objeto. [Philippe Starck] ”



¿ BUSCAS MÁXIMA CALIDAD EN TUS IMPRESIONES ?

VISITANOS,  
AQUÍ LA ENCONTRARÁS...



INDUSTRIA GRÁFICA

• Diseño Gráfico •

- Branding
- Señalización
- Publicitario

• Impresión Láser •

- Tarjetas
- Afiches
- Brochure



• Impresión en gran formato •

- Pendones
- Pasacalles
- Vallas
- Avisos

**Contacto:**

- Tel.: 743 41 26
- Dir.: Cra. 13A N° 19 - 74
- Cel.: 321 207 6059 - 321 768 2851
- E-mail: [industriagraficacolombia@gmail.com](mailto:industriagraficacolombia@gmail.com)



Tunja / Boyacá



Contamos con tecnología:



# ¿QUÉ SON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE?

¿Y por qué en el LABICAR ?

POR: [WWW.INNOVACIONCIUDADANA.ORG/](http://WWW.INNOVACIONCIUDADANA.ORG/)

Acabar con el hambre, proteger el planeta, terminar con las desigualdades, alcanzar la paz, de esto van los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Naciones Unidas acordaron que todos y cada uno de nosotros debíamos trabajar por el desarrollo, pero no un desarrollo sin acabar con el planeta, trabajar por un desarrollo sin acabar con el planeta, sin generar más pobreza, injusticia, o aumentando la desigualdad. Un desarrollo que pueda lograrse siendo inclusivos y sostenibles, no dejando a nadie fuera, con la participación de todos y todas.

Para ello se crearon 17 objetivos (que tienen 169 metas a cumplir), elegidos no solo por los gobiernos, sino también por las personas de a pie, por la ciudadanía. A través de una encuesta gigantesca, 10 millones de personas en el planeta expresaron su opinión sobre cómo tenemos que alcanzar un desarrollo sostenible. La agenda para cumplir los ODS tiene una fecha límite, el año 2030, por ello se la denomina agenda 2030. Hasta el momento, el esfuerzo y la atención se ha puesto en qué hacen los gobiernos, las empresas, los organismos internacionales o las ONGs, pero poca visibilidad se le ha dado a los aportes que día a día hacen las personas en sus comunidades, en sus barrios, en sus ciudades.



# LABICAR

Con el 5º Laboratorio de Innovación Ciudadana que este año organizaremos en Argentina (LABICAR)\*, queremos que, por primera vez, se ponga la mirada internacional en lo que la ciudadanía hace y puede hacer por el desarrollo sostenible del planeta. El LABICAR será el epicentro de unas iniciativas ciudadanas innovadoras que proponen mejorar nuestras comunidades, que vienen de abajo y que tienen el potencial de cambiar la vida de muchos.

Por ello, hemos seleccionado 5 de los 17 ODS que estaremos trabajando con proyectos presentados por ciudadanos y ciudadanas, y desarrollados por ciudadanos y ciudadanas de distintos países, que se darán cita en Rosario del 2 al 14 de octubre con una finalidad: desarrollar 10 proyectos para generar "Comunidades más inclusivas y sostenibles"!

## IGUALDAD DE GÉNERO

Lograr la igualdad entre géneros y empoderador a todas las mujeres y la niñas.



## CIUDAD Y COMUNIDAD SOSTENIDO

Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.



## REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

Reducir la desigualdad en y entre los países.



## PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SOLIDAS

Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible. Facilitar acceso a la justicia para todos, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.



## PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.





47

### Invitados

Somos un proyecto de la Secretaría General Iberoamericana y tenemos como objetivo promover la innovación ciudadana en Iberoamérica con el fin de fomentar la transformación social, la gobernanza democrática y el desarrollo social, cultural y económico. La Innovación Ciudadana es aquel proceso que resuelve problemas sociales con tecnologías (digitales, sociales, ancestrales) y metodologías innovadoras, a través de la implicación de la propia comunidad afectada. Esto supone que los ciudadanos dejan de ser receptores pasivos de acciones institucionales, para pasar a convertirse en protagonistas y productores de sus propias soluciones.



[HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/INNOVACIUDADANA/](https://www.facebook.com/innovaciudadana/)



INNOVACIÓN  
CIUDADANA

Se ha posicionado como el primer espacio de trabajo conjunto entre ciudadanos, gobiernos, academia y empresas, basado en una dinámica colaborativa y abierta lanzado desde un organismo internacional. En 2013, las 22 Presidentas y Presidentes Iberoamericanos han reconocido unánimemente nuestra propuesta, y nos han instado a impulsar una agenda de la innovación ciudadana en la región para los próximos años.



[HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/INNOVACIUDADANA/](https://www.facebook.com/innovaciudadana/)

Logos  
Junio, 2013 26

Todo en Sublimación  
Tunja - Boyacá

Mugs  
Camisetas  
Gorras  
Llaveros  
Tarjetas  
Esferos  
Portavasos  
Cerámicas  
Cojines  
Tulas



3003847774

Designandocolor7

designandocolor7@gmail.com

facebook.com/Designandocolor7

Kabetto  
Diseñador Gráfico

Fotografía

Diseño de imagen corporativa

Ilustración

cabeto842\_@hotmail.com

321 354 6117



MARÍA ELOÍSA  
TEJIDOS Y BORDADOS

CONTÁCTENOS

María Eloísa Tejidos y Bordados

Maríaeloisatejidosybordados

mariaeloisatejidosybordados@gmail.com

310 304 7828



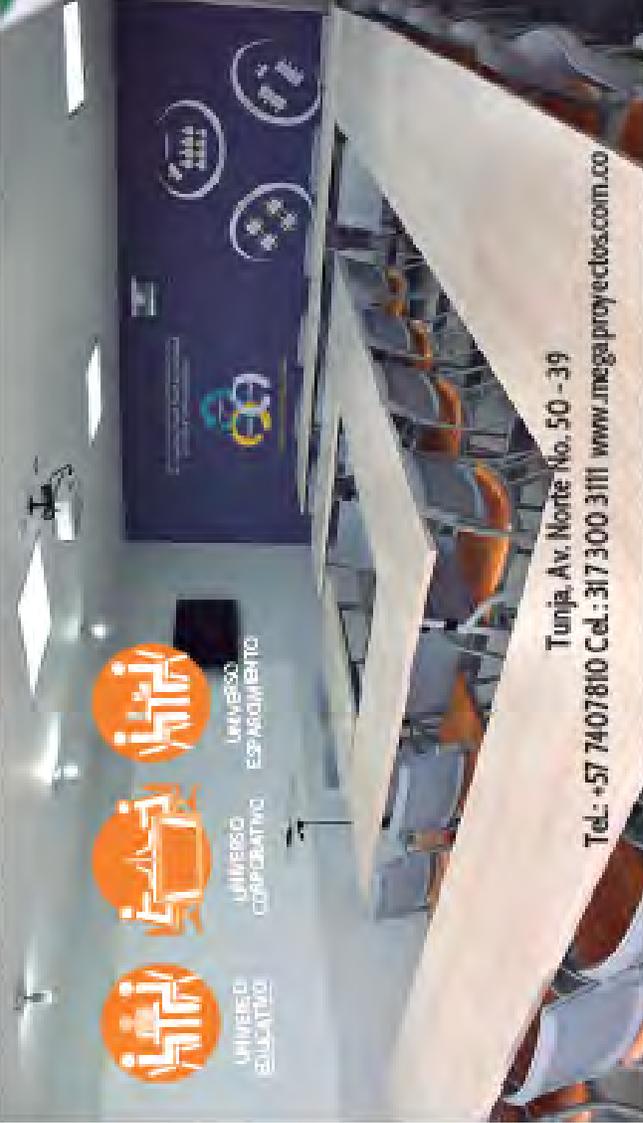
**megaproyectos**<sup>®</sup>  
Soluciones Integrales

ADECUACIÓN DE AMBIENTES / **Aprendizaje Activo**

Los nuevos modelos alternativos de **formación activa** nos han llevado a generar conceptos de espacio altamente colaborativos, donde estudiantes y educadores trabajan en grupos, realizan experimentos y se apoyan en el uso de herramientas informáticas y de comunicaciones.



UPTC - Sogamoso / 32 salas



Tunja, Av. Norte No. 50 - 39  
Tel.: +57 7407810 Cel.: 317 300 3111  
www.mega proyectos.com.co

invitados

48

ITINERARIOS DE VIAJES CROMÁTICOS III

# COLORES DE INVIERNO EN CENTRAL PARK



**CARLOS MARIO RODRÍGUEZ R.**

[www.cartografiasimaginadas.wordpress.com](http://www.cartografiasimaginadas.wordpress.com)

Viajar en el metro subterráneo tiene la desventaja de no poder prepararse para llegar al destino, se llega a ciegas y de sopetón... Así conocí Central Park, muy temprano salí de la estación de la Quinta Avenida, abrí los ojos y allí estaba: gigante, imponente, sin horizonte visible, lleno de gente y blanco.

La noche anterior nevó en Nueva York, así que me encontré con un Central Park totalmente cubierto por la nieve, decidí que ese día no quería ver nada más, así que me aventuré a perderme en el parque.

Caminé entré los quioscos de libros y revistas, en una sensación de alegría que seguramente reforzó el hecho de que en toda la esquina sonaba la canción más empalagosa de los REM: "Shiny Happy People"

*Shiny happy people holding hands... Shiny happy people holding hands\*...*

El estribillo que tuve grabado todo el día hubiese sido más apropiado para el Central Park de verdes intensos y aire tibio del verano, pero en la versión que conocí, el parque estaba cubierto por una alfombra blanca de nieve, que reflejaba la luz del sol. Cada paso allí se sentía como un crash, crash, que marcaba mis huellas en los caminos que empezaban a trazar los primeros visitantes.



Lejos de ser un escenario triste o incoloro, el parque estaba engalanado con los colores del invierno: una paleta compuesta por el blanco de la nieve prevalente en todo el lugar, solamente salpicada por el marrón de los troncos de los árboles y de los tonos de ocre y siena de las hojas secas, o de las ardillas, que corretean de un lado a otro.

Caminar en Central Park se siente absolutamente familiar, ha salido en tantas películas y series que es fácil imaginar picnics en el prado y personas trotando en medio de árboles frondosos. Pero el invierno tiene una magia distinta, los árboles estaban despojados del follaje, los lagos congelados y los caminos borrados por el hielo y la nieve.

Es posible también encontrar reflejos de azul en el agua congelada, matices de verdes en las ramas de los pinos y grises que se difuminan en el panorama de edificios de concreto y vidrio, en ese contraste entre naturaleza y ciudad.



El día transcurrió en una exploración que, con mapa en mano, me llevó del Castillo Belvedere a Strawberry Fields, de Alice in Wonderland al Lago de las tortugas y a la Pista de Hielo, pasé por caminos y puentes que a 2°C se sintieron como una jornada maratónica.

Siempre imaginé a Central Park como el pulmón de Manhattan, pero creo que es realmente el corazón de la ciudad, quizás, es el lugar más tranquilo, pero a la vez más vivo de Nueva York, porque aún estando congelado, se aleja de la frialdad de las calles, de ese ritmo acelerado y de las caras vacías de la gente afanada.

Perdersé y caminar en el parque, en esa atmósfera de blanco, hace que resulte fácil comprender la ocasión en la que Christo y Jeanne Claude\*\* tiñeron de naranja el paisaje del parque en invierno, ¿cómo no hacerlo?, si el blanco del Central Park invernal es el lienzo perfecto para comenzar una nueva obra de arte, una nueva canción o una nueva historia.

*\* Shiny Happy people es el segundo sencillo del álbum Out of Time de la banda REM publicado en el año 1991.*

*\*\* En 2005 los artistas Christo y Jeanne Claude instalaron la obra "The Gates" que trazó caminos entre portales y telas naranjas en todo Central Park, conozca la obra.*



R: 120  
G: 70  
B: 45

R: 75  
G: 42  
B: 27

R: 114  
G: 114  
B: 67

R: 57  
G: 63  
B: 39

R: 237  
G: 237  
B: 237

R: 195  
G: 204  
B: 210

R: 203  
G: 210  
B: 230

# NOS PREPARAMOS PARA el Bicentenario!

## LA ALCALDÍA DE TUNJA

Trabaja en la recuperación y revitalización del **Centro Histórico**, un proyecto que cuenta con la **revisión y aprobación del Ministerio de Cultura**.

Estamos ejecutando la Fase 1 del Plan Bicentenario, que tiene un costo de 7 mil millones de pesos y que consiste en la intervención de las calles que hoy son peatonales: la calle 19 es entre cra. 9 y cra. 11; de la calle 20 entre cra. 8 y cra 14; la cra. 10 entre calle 18 y calle 21.

En estas calles se cambiarán los pisos, se definirán las zonas peatonales y ciclorutas, se adecuarán todas las superficies para que sean accesibles a personas con discapacidad visual o física, se arreglarán las fachadas y se realizará la soterración de las redes de servicios públicos.

El proyecto también incluye el mejoramiento de las plazoletas San Ignacio y Pila del Mono, en la Plaza de Bolívar las obras no dañarán ni afectarán el ambiente patrimonial característico de este importante lugar, se renovará la base del monumento a Simón Bolívar generando mejores condiciones para el disfrute de los visitantes, además se va a construir una batería de baños subterránea en el costado oriental.

¡LE ESTAMOS CUMPLIENDO a Tunja!



# Agencia Publicitaria Centro de Impresión Digital

Diseño - Publicidad - Impresión



## Impresión SOBRE RIGIDOS



## CORTE LASER



## Router 2D&3D

### AVISOS

- Luminosos
- Tensados
- Especiales

### PUBLICIDAD

- Material P.O.P
- Campañas
- Marketing Político
- Decoración Vehicular

### DISEÑO

- Gráfico
- Industrial
- Diseño Web
- Multimedia
- Creación de Personajes

### GRAN FORMATO:

- Vallas
- Pendones
- Backing
- Pasacalles
- Impresión + Corte
- Stickers

### Papelería

- Tarjetas
- Volantes
- Membretes
- Carpetas
- Plegables
- Afiches

## FOTOPLANO

## Servicio DRON



## DE VALLAS ALQUILER



Dir: Cra. 13A N°. 19-41 Tunja - Boyacá

Tel: (098) 744 10 88

Cel: 312 369 5129

E-mail: [dpitunja@gmail.com](mailto:dpitunja@gmail.com)

## FULLCOLOR

INDUSTRIA GRÁFICA

Dir: C.C. Plaza Real - Local:102

Tel: (098) 740 03 66

Cel: 312 431 6536

E-mail: [dpifullcolor@gmail.com](mailto:dpifullcolor@gmail.com)



## Obras Metalmecánicas y Montajes Eléctricos

Diseño y construcción de estructuras certificadas para trabajo en alturas.  
 Instalación y conexonado de transformadores de media y baja tensión.  
 Diseño y construcción de estructuras metálicas.  
 Construcción de oleoductos, gasoductos y poliductos.  
 Servicio de cuadrillas de soldadura, pailería y torqueo.  
 Reparación y adecuación de estructuras metálicas.  
 Diseño y construcción de cubiertas industriales.  
 Construcción y mantenimientos de tanques.  
 Recubrimientos de estructuras y tubería.  
 Obras de conexonado eléctrico.  
 Cerramientos industriales.  
 Sandblasting.

## Servicio de Transporte

Busetas.  
 Volquetas.  
 Camabajas.  
 Camión grúa.  
 Carrotanques.  
 Camión cisterna.

## Construcción

Desmantelamiento y abandono de pozos y locaciones petroleras.  
 Servicio de cuadrillas de construcción y mantenimiento.  
 Construcción y adecuación de plataformas petroleras.  
 Pavimentación de vías en concreto rígido y flexible.  
 Construcción y mantenimiento de edificaciones.  
 Obras de control geotécnico y revegetalización.  
 Diseño y construcción de obras de urbanismo.  
 Mantenimientos de instalaciones industriales.  
 Apertura de zanjas, excavaciones y dragado.  
 Rocería y mantenimiento de zonas verdes.  
 Construcción de facilidades petroleras.  
 Construcción de vías y obras de arte.  
 Mantenimiento de vías.  
 Señalización vial.  
 Topografía.

## Alquiler

Mezcladoras.  
 Carrotanques.  
 Minicargadores.  
 Motosoldadores.  
 Retrocargadores.  
 Motoniveladoras.  
 Retroexcavadoras.  
 Auto hormigonera.  
 Vibrocompactadores.  
 Vibradores de concreto.  
 Equipos de soldadura autógena.  
 Equipos de construcción en general.



Calle 2 No. 9 - 18  
 Tel: (8) 624 72 34  
 Cel: 311 231 24 80  
[talentohumano@ciam.com.co](mailto:talentohumano@ciam.com.co)  
 Tauramena, Casanare



# LOGOS

**i Ya son 26 ediciones y queremos celebrar contigo!**



**Síguenos**  
en redes como



revista LOGOS



@LOGOSFABA

**Visita**  
nuestro site





# Bruder

CERVEZA ARTESANAL

INSPIRADA EN ALEMANIA.  
CREADA EN BOYACÁ.



[BRUDER.COM.CO](http://BRUDER.COM.CO)

JUNTOS ALCANZAMOS TUS METAS  
**COMPROMETIDOS**  
con tus sueños



#ExcelenciaUdB



Comunícate con nosotros  
**Cel. 3174003603**



[www.uniboyaca.edu.co](http://www.uniboyaca.edu.co)

## Incentivos a los mejores

- Beca del 50% y del 40% del valor de la matrícula al primero y segundo mejor bachiller de todos los colegios del País.
- Beca del 50% y del 40% del valor de la matrícula al primer y segundo lugar en las pruebas Saber 11 de todos los colegios del País.
- Beca al mejor bachiller artístico.
- Beca al mejor bachiller deportista.
- Beca sobre el valor de la matrícula a egresados SENA.
- Beca sobre el valor de la matrícula a bachilleres de colegios con convenio Studium.
- Beca al estudiante con mejor promedio por semestre de cada programa.
- Beca al estudiante con mejor promedio acumulado de cada programa (de IV semestre en adelante).

## Informes e inscripciones

**TUNJA**, Campus Universitario: Carrera 2ª Este No. 64 - 169 Tel. (8) 7452105 Cel. 3174003603 - **SOGAMOSO**, Campus Universitario: Carrera 11 No. 26 - 18 Pbx: (8) 7730133 - Cel. 3166901644 - **YOPAL**, Sede: Carrera 19 No. 7 - 44 Tel. (8) 6348018 - Cel. 3174051130 - **BOGOTÁ**, Oficina: Carrera 13 No. 93 - 85 Of. 306 (9:00 a.m. a 1:00 p.m.) Tels.: (1) 6170298 - (1) 6170367 - **CHIQUINQUIRÁ**, Sede: Calle 17 No. 7 - 67 Piso 4 Tel. (8) 7263156 - Cel. 3175729788

### Alternativas de Financiación:

- ICETEX • AV Villas • Banco Pichincha • Sufi Bancolombia • Fincomercio
- Financiera Comultrasan • BBVA • Davivienda • FNA • Colpatria

## Programas de Pregrado

### Tunja

#### Licenciatura en Pedagogía Infantil

Reg. SNIES 105810

#### Psicología

Acreditación Internacional - RIEV  
Reg. SNIES 52316

#### Derecho y Ciencias Políticas

Acreditación Internacional - RIEV  
Reg. SNIES 20706

#### Comunicación Social

Acreditación Internacional - RIEV  
Reg. SNIES 20716

#### Diseño Gráfico

Acreditación Internacional - RIEV  
Reg. SNIES 20713

#### Diseño de Modas

Reg. SNIES 90577

#### Arquitectura

Acreditación Internacional - RIEV  
Reg. SNIES 20700

#### Ingeniería Mecatrónica

Reg. SNIES 54539

#### Ingeniería Ambiental

Acreditación Internacional - RIEV  
Reg. SNIES 53841

#### Ingeniería de Sistemas

Reg. SNIES 20710

#### Ingeniería Industrial

Acreditación Internacional - RIEV  
Reg. SNIES 20699

#### Ingeniería Sanitaria

Acreditado de alta calidad - CNA  
Acreditación Internacional - RIEV  
Reg. SNIES 20711

#### Medicina

Acreditación Internacional - RIEV  
Reg. SNIES 20697

#### Terapia Respiratoria

Acreditación Internacional - RIEV  
Reg. SNIES 20705

#### Enfermería

Reg. SNIES 101677

#### Bacteriología y Laboratorio Clínico

Reg. SNIES 20734

#### Instrumentación Quirúrgica

Reg. SNIES 20704

#### Fisioterapia

Acreditado de alta calidad - CNA  
Acreditación Internacional - RIEV  
Reg. SNIES 20712

#### Administración y Negocios Internacionales

Acreditación Internacional - RIEV  
Reg. SNIES 20739

#### Contaduría Pública

Reg. SNIES 20709

#### Administración de Empresas

Reg. SNIES 20708

### Sogamoso

#### Ingeniería Industrial

Acreditación Internacional - RIEV  
Reg. SNIES 20699

#### Psicología

Acreditación Internacional - RIEV  
Reg. SNIES 52316

#### Administración de Empresas

Reg. SNIES 20708

#### Arquitectura

Acreditación Internacional - RIEV  
Reg. SNIES 20700

#### Derecho y Ciencias Políticas

Acreditación Internacional - RIEV  
Reg. SNIES 20706

#### Ingeniería Ambiental

Acreditación Internacional - RIEV  
Reg. SNIES 53841