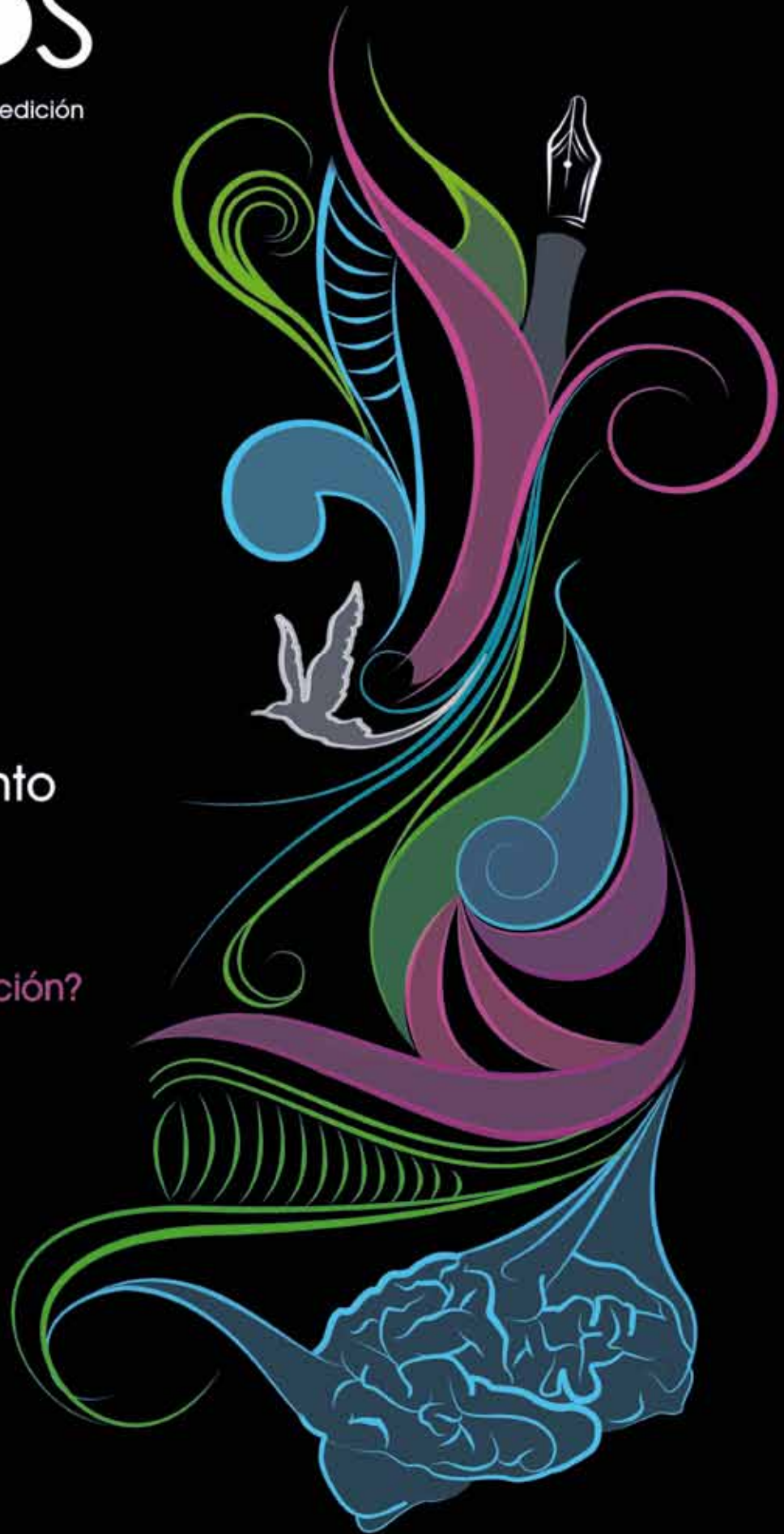


Imagen extensión del pensamiento

Diseño gráfico
¿función o decoración?

Introducción
al conceptart



Contenido



Dirección General
Nancy Quiroga

Director Novena Edición
Cristian Plata Sánchez

Diagramación
Daniel Sosa Paez

Edición de textos
Laura Fonseca

Director de fotografía
Xue Bonilla

Publicidad y mercadeo
Sindy Socadagui, Karina Benavides
y Sebastian Robayo

Costos y presupuesto
Paola Arias, Julio alvarez

Diseño de portada
Laura Fonseca

Las ideas expuestas en esta edición son propiedad individual de cada autor y no necesariamente las de sus directivas como tampoco las de la Universidad de Boyacá

Editorial	3
Tecnología en el diseño gráfico	4
Descontextualización del objeto	7
Introducción al conceptart	10
3D el limite es tu imaginación	13
Diseño gráfico, ¿comunicación o decoración?	16
La importancia del diseñador	20
Imagen, extensión del pensamiento	22
La fotografía, aporte esencial del diseño editorial	26
El desmantelamiento de un logo	30
Infografía, creación de una imagen verbal	33
Galería	36
Sembrar, un acto colectivo	39
Acciones del dibujo, “el comic”	40



Editorial

El Diseño:

Tarea compleja. Resultados inciertos. Trabajo arduo. Sueldo dudoso.

Por: D.G. Ana Milena Castro Fernández
Directora de Programa de Diseño Gráfico

La realidad de nuestra profesión nos enfrenta a un desempeño complejo, ante lo que al parecer jamás se nos advirtió. Este desempeño, que cambió por completo las perspectivas ingenuas que rondaron la cabeza de casi todos los diseñadores que conozco, jamás incluyeron un trabajo arduo de mercadeo del principal elemento: nosotros mismos.

Al despejar la incógnita de la ecuación inconclusa de las perspectivas laborales que nos rodean, es importante decir que ciertamente el contexto exige hoy un diseñador más que versátil, todo un profesional del comercio, un agente de venta eficaz, ético y propositivo.

Quisiéramos todos en realidad entregar diseñadores "creativos, buenos dibujantes, y con un limpiísimo trabajo tipográfico" a la sociedad. Pero en realidad la demanda es específica, la sociedad reclama diseñadores capacitados en todo esto y además en las condiciones que le permitan abordar la profesión con verdaderas competencias que distan de lo meramente técnico y acercan a este nuevo modelo de diseñador a un perfil más internacional, más capaz de relacionarse y de hacer gestión. Por supuesto, la capacidad de visualización, el conocimiento consiente de los esquemas armónicos, las reglas de oro de las proporciones, el más estilizado tratamiento tipográfico y otras condiciones, están implícitas en el bagaje profesional del diseñador.

Ahora bien, el problema no es solo de estilo, y es que las cuestiones de forma que en el párrafo anterior mencionaba, como elementos de indudable contundencia en el discurso en el diseñador post 2010, resulta que no lo son tanto. Estamos olvidando por completo lo que es esencial, el buen diseño. Aquel que parte de la claridad de concepto al entender este término y concluye con un lenguaje en constante construcción, en actualización diaria, pero estructurado siempre, concreto siempre, con limpieza, con propuesta, con la insuperable buena idea de por medio; aquella que nace del estudio juicioso de la totalidad de los referentes que finalmente hacen del diseñador, un habitante del universo por los conocimientos así mismo universales que posee; y al gráfico en especial un profesional crítico, ávido de imágenes, concreto y totalizador en el mejor sentido de estas cuatro condiciones.

El aquí y el ahora plantean un crucial momento histórico para el diseñador que finalmente aprovecha sus cinco o seis años de formación en pregrado. Le ofrece un campo de acción amplísimo: el mundo, que se ensancha tanto como la visión de quien observa y que a un mismo tiempo se acerca infinitamente en las posibilidades de la pulsación de una tecla. De tal manera, es imposible pretender pasar por la Universidad sin permearse de las mil tendencias de diseño, sin aprender algo de cada una de ellas y en últimas sin asumir una actitud propositiva ante lo que no nos ajusta por alguna causa. La constante contraposición de ideas e ideales ha de servir hoy para hacer. Para salir del hueco conceptual en el que físicamente nos sumergimos al negarnos al inmenso placer de hacer sin esperar más recompensa que la justa por nuestro trabajo. Obviamente nuestro contexto no está aun salarialmente preparado para admitir al profesional de la imagen en las condiciones ideales, pero antes de cobrar debe surgir el hacer. El hacer bien, con honestidad, sin espejismos irreales (al fin y al cabo al ojo no se le engaña), con capacidad de manejo del total de los procesos, con una visión moderna y ejecutiva, que permita observar la amplitud del horizonte que traza el diseño y no solo la estrecha cuadrícula de la ejecución mecánica, que limita, que frustra y que no construye.

Es común escuchar sobre términos tan en uso como la crisis, ante la crisis, la respuesta es la capacidad; el diseño, la herramienta y la dignificación de la profesión, el medio. Es común también escuchar sobre lo competido del campo laboral del diseño. La respuesta es dibujar un perfil de diseñador distinto, que inquiete por sus propuestas y amplias capacidades, con condiciones gerenciales, no sólo por la opción implícita del mandar... sino del saber. Sin manera de conocer lo que el futuro nos depara como gremio y sin pretender tener todas las respuestas, esta editorial se compromete una vez más con aquello que le es pertinente, la apertura responsable de los espacios que permitan a los diseñadores que formamos involucrarse en la acción de esta bella profesión con las herramientas completas. Una información confiable, una formación sólida, un espectro ideológico amplio y una fundamentación técnica y tecnológica completa; a la espera de una respuesta estudiantil interesada y propositiva, respetuosa de lo aprendido y con las naturales inquietudes de quien aprende bien.

La Tecnología en el diseño gráfico

Por: Sindy Socadagui

Para nadie es un secreto el auge que ha tenido la tecnología durante los últimos años en Colombia y en el mundo, ha sido verdaderamente impactante, ya que se ha convertido no solo en una gran herramienta de comunicación sino en parte de nuestra vida diaria, por tal razón se quiere dar enfoque en cómo se daría respuesta a la pregunta que se harían muchos diseñadores o estudiantes de diseño con respecto al papel que la tecnología ha tomado en nuestro campo.

Al dar respuesta a esta pregunta intervienen varios factores como lo son las preferencias de unos y otros, ya que como todos sabemos el computador para la mayoría de diseñadores es indispensable debido a que brinda ventajas en cuanto a tiempo y dinero se refiere, gracias al avance tecnológico que nos presenta.

Sin embargo, este proceso de cambio y adaptación no ha sido una tarea sencilla, más aún si se tiene en cuenta que la principal responsable de

este hecho es la tecnología, la cual ha ofrecido un mundo de posibilidades y facilidades lo que permite a los diseñadores, realizar trabajos impecables, y muy cercanos a la realidad.

La funcionalidad y la vanguardia son factores que lo relacionan todo, para darle al diseñador la facilidad de trabajar en la casa, el trabajo, universidad, es decir en cualquier parte. El diseño se encuentra hasta en la parte más ínfima de la vida del ser humano.

En este sentido las antiguas técnicas ya están pasando a un segundo plano, como lo es la pintura, lápices de colores, grafito, rotuladores, papel recortado. Aquellos días en los que se requería de un gran esfuerzo y dedicación para, armar, digitar y modificar las guías de una publicación de forma manual, era casi una odisea que para la tranquilidad de muchos poco a poco ha ido llegando a sido relegado a un segundo plano.



Sumergirse en el mundo de las herramientas gráficas es todo un reto, siendo grato verificar que el computador en ocasiones se convierte en el principal aliado cuando se quiere plasmar de manera práctica todo lo que la imaginación es capaz de producir, y esto es tan sólo una parte de lo que la tecnología ha traído al mundo del diseño, pues son tantas las ventajas que la era digital brinda actualmente otorgando así al diseñador un sin número de posibilidades pero teniendo en cuenta las habilidades gráficas, creatividad y conocimientos que ayuden al fortalecimiento del objetivo que es *diseñar*.

Al tener esto en claro, podemos decir que nosotros como personas fuertemente ligadas al diseño debemos aprovechar al máximo todas estas herramientas que se nos brindan no sólo porque nos benefician en calidad y tiempo, sino porque nos presentan una gama de posibilidades en cuanto a programas de diseño se refiere. Demostrando una vez más el valor que la tecnología ha tomado en el diseño; simplemente con hacer un click, es utilizada para reducir el tiempo al diseño de un producto, por ello, desempeña un papel dominante.

Entre los programas de diseño se encuentran:

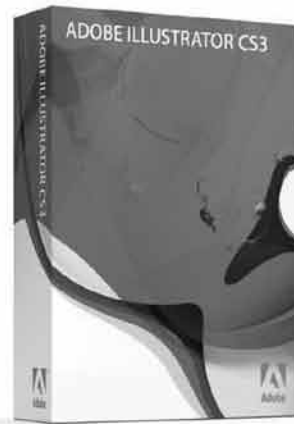
Adobe Photoshop: herramienta que está destinada para la edición, retoque fotográfico y pintura a base de imágenes de mapa de bits.

Adobe Illustrator: es una aplicación en forma de taller, está destinado a la creación artística de dibujo y pintura para Ilustración. Reconocida por la impresionante calidad y nivel artístico de las ilustraciones que allí se crean.

Adobe Indesign: sistema de maquetación desarrollada por la compañía Adobe Systems para diseñadores gráficos, y en donde se trabaja la composición profesional de páginas.

Adobe Flash: aplicación en forma de estudio de animación que trabaja sobre "Fotogramas" destinado a la producción y entrega de contenido interactivo para diferentes audiencias alrededor del mundo.

Adobe Dreamweaver: Enfocada a la construcción y edición de sitios y aplicaciones Web basados en estándares.





Adobe Premiere: Está destinado a la edición de vídeo en tiempo real, captura, edita, envía y emite vídeo en línea, en discos o en dispositivos, es la solución de producción de vídeo integral.

Adobe Fireworks: Se basa en la forma de estudio de Adobe Flash, destinado al manejo de gráficos vectoriales con Gráficos en mapa de bits.

Corel Draw: Programa avanzado de edición gráfica con funciones básicas de composición de página, tiene herramientas de edición de color, dibujo libre y multiplataforma para gráficos vectoriales, permite crear una variedad de efectos y un gran número de objetos.

Todos estos programas permiten innovar y explorar nuevas formas de proyectar la creatividad además de brindar posibilidades implementadas en el menor tiempo posible. Otro de los beneficios que vale la pena mencionar, es el gran ahorro de tiempo y recursos, que se consigue mediante el uso del computador pues ahora es posible obtener diseños complejos en solo cuestión de minutos y con los más altos rangos de calidad y vanguardia, elementos que se complementan para lograr creaciones exitosas.

Adicionalmente, si se tiene en cuenta que las redes de comunicación tan comunes en la actualidad, permiten compartir archivos y trabajar en equipo desde cualquier lugar del mundo se puede añadir una ventaja más a la lista, la rapidez y facilidad en el intercambio de información, que permite trabajar de una manera autónoma e independiente sin importar la locación en la que se encuentre, ayudando al desarrollo de la creatividad, el trabajo autónomo y la movilidad.

De esta manera, se puede dar respuesta a la pregunta planteada inicialmente, afirmando que la tecnología es una gran ventaja para el diseñador gráfico ya que se ha convertido en su aliada principal.

Esto permite transmitir sus conocimientos e ideas a través de las diversas creaciones logradas mediante el uso de herramientas tecnológicas las cuales, brindan los elementos necesarios para realizar trabajos profesionales y de alta calidad acordes con las exigencias de la sociedad de consumo, que obligan al diseñador a estar a la vanguardia de las innovaciones.



Fotografía: Yulieth Guerrero, Sombrilla - Oscar Ayala

Descontextualización del objeto

Por: Yulieth Guerrero

Antecedentes

Según Erwin Panofsky, el hombre sólo realiza dos tipos de objetos: los prácticos, entre los que se encuentran los vehículos de comunicación (que transmiten un concepto) y los aparatos o utensilios (los que tienen una función específica) y por otra parte están los objetos que reclaman ser experimentados estéticamente, estos son pues, los objetos que se conocen como arte.

Durante los primeros años del siglo XX, el mundo del arte pasó por una serie de nuevas categorías estéticas, que a los ojos de la historia se conocen como las vanguardias artísticas del siglo XX, así producto de la renovación en técnicas, métodos, motivos y conceptos se establece una nueva categoría dentro del arte: "el arte abstracto", además de esta revolución, el objeto de arte se piensa desde entonces con una marcada diferencia de lo establecido anteriormente y producto también de la revolución industrial el objeto adquiere en el siglo XX otros sentidos (producción en serie, consumismo, industrialización, repetición, copia, etc.).

En el arte, el objeto adquiere un valor que nunca antes había tenido (excepto los valores que estaban asociados a la producción artesanal) y quien generó tal innovación fue Marcel Duchamp, especialmente con el ready made (ya hecho); Duchamp a partir

de resignificar, inutilizar y dar un nuevo concepto al objeto ya hecho, mostró que el arte era de por sí un acto intelectual, y que el hecho de que el artista eligiera, mencionara y dispusiera un objeto hecho como un objeto estético era suficiente para que cambiara su sentido industrial al de pieza de arte.

Pero es después del Pop (movimiento heredero de Duchamp) cuando se suceden una serie de movimientos con epicentro especialmente en Estados Unidos en los que no solo el objeto, sino el cuerpo, las acciones del cuerpo, los materiales, los actos efímeros y los actos colectivos, adquieren un nuevo sentido, y que marcan también la amplia definición del arte conceptual; surgen entonces todas las variaciones posibles como el Body art, el Land art, el arte de acción, el arte conceptual, etc., con manifestaciones como los happenings (puestas en escena con participación del público), el performance (puesta en escena), la instalación (obras tridimensionales conformadas por múltiples elementos instalados en el espacio) y con éstas el concepto también del arte como algo efímero, versus la tradición decimonónica de la pieza de arte como algo sagrado, venerable, incluso intocable y además eterno (La Monalisa).

No solo estas calidades fueron revaluadas, el hecho artístico se transforma y va más allá de una pieza, elaborada por un solo autor, sino que el acto estético se configura como un acto colectivo, participativo, incluso



Fotografía: Yulieth Guerrero, Marrano - Ivan Manrique

azaroso, que aunque surge de una intención, es posible llevarla cabo solo por el interés colectivo, gracias al Land Art (Arte de la Tierra) el planeta se convierte en obra, en una obra que se degradará, si es el caso, envejecerá o cambiara parte del paisaje de manera efímera, generando un impacto a gran escala, en esta categoría se encuentra por ejemplo la obra de Christo que se ha dedicado a realizar grandes y complejas intervenciones sólo para citar un ejemplo, en su obra Sombrillas, sembró miles de sombrillas (3.100) en la costa de California y en la costa del Japón que se abrían simultáneamente unas de día, otras de noche, a una escala solo visible a nivel satelital.

Ejemplos más cercanos y que tienen que ver con la vinculación de muchos anónimos para producir una obra se encuentran, por ejemplo, en la polémica obra fotográfica de Spencer Tunick quien genera inmensos actos colectivos en los que miles de personas posan desnudas para él, sin alguna pretensión mayor a la que el cuerpo mil veces repetido conforme una especie de bella e inmensa textura orgánica.

Pero tal vez uno de los referentes más importante de estas vertientes artísticas fue Joseph Beuys, para quien el arte era la vida misma, y quien proclamó el acto estético no solo como un hecho intelectual, sino como una especie de reflexión filosófica de la vida en una puesta en escena con ciertos dotes dramáticos e irreverentes, como convivir tres días con un coyote en "Yo quiero a América y América me quiere", o

explicarle el sentido del arte una liebre muerta, en "¿Cómo explicar el arte a una liebre muerta?". Beuys permitió que su obra se complementara con los aportes de los espectadores y también definió a el acto artístico como un acto producto de cierto azar planeado, estos últimos aspectos los desarrolló ampliamente al lado de un movimiento de comienzos de los 70, llamado Fluxus (Flujo), en cuyas obras se mezclaban también la literatura, y la música, y que como su nombre lo indica trabajaba con la idea de los flujos que permitían el azar y la participación colectiva aun de no artistas.

Es entonces esa posibilidad de la participación, de la puesta en escena, de la intervención, de la colectivización de un idea, lo que da pie a ciertos y sencillos actos estéticos que se han convocado desde el Departamento de Expresión de la Facultad de Arquitectura y Bellas Artes.

Actos Estéticos

Acto 1 Mascarada

Mascarada nació como parte de un festival de celebración en la Facultad y trascendió a otras instancias de la Universidad, comprendió además de la comparsa, talleres de realización y pintura de máscaras, y la exposición de todas las propuestas realizadas. La máscara como parte del festival permite a su portador adquirir una nueva identidad, como una especie de alter ego, permite ser otro y por extensión actuar como otro. Esta actividad contó con un número significativo de estudiantes, docentes y personal administrativo,

(aproximadamente 80 personas) que se sumaron a la idea de manifestar a "otro de si mismo" a través de su máscara.

Acto 2 Siembra de Lluvia

Las imágenes de carácter estético nacen de las más diversas intenciones "Siembra de Lluvia" nace de una imagen generada en un evento masivo que ocurre en la ciudad de Tunja, y que sin pretensión alguna más que la de demostrar el fervor religioso (procesión de la Virgen del Milagro del topo) genera espontáneamente varias cosas, en primer lugar se consolida como un acto colectivo, y por extensión genera una de las imágenes más bellas y significativas: La plaza de Bolívar (el lugar de encuentro por excelencia, el centro, el origen) se ve tapizada por una masa de sombrillas multicolor, pues usualmente cada habitante que participa lleva una sombrilla y sin quererlo logran una imagen colectiva de exquisita forma estética.

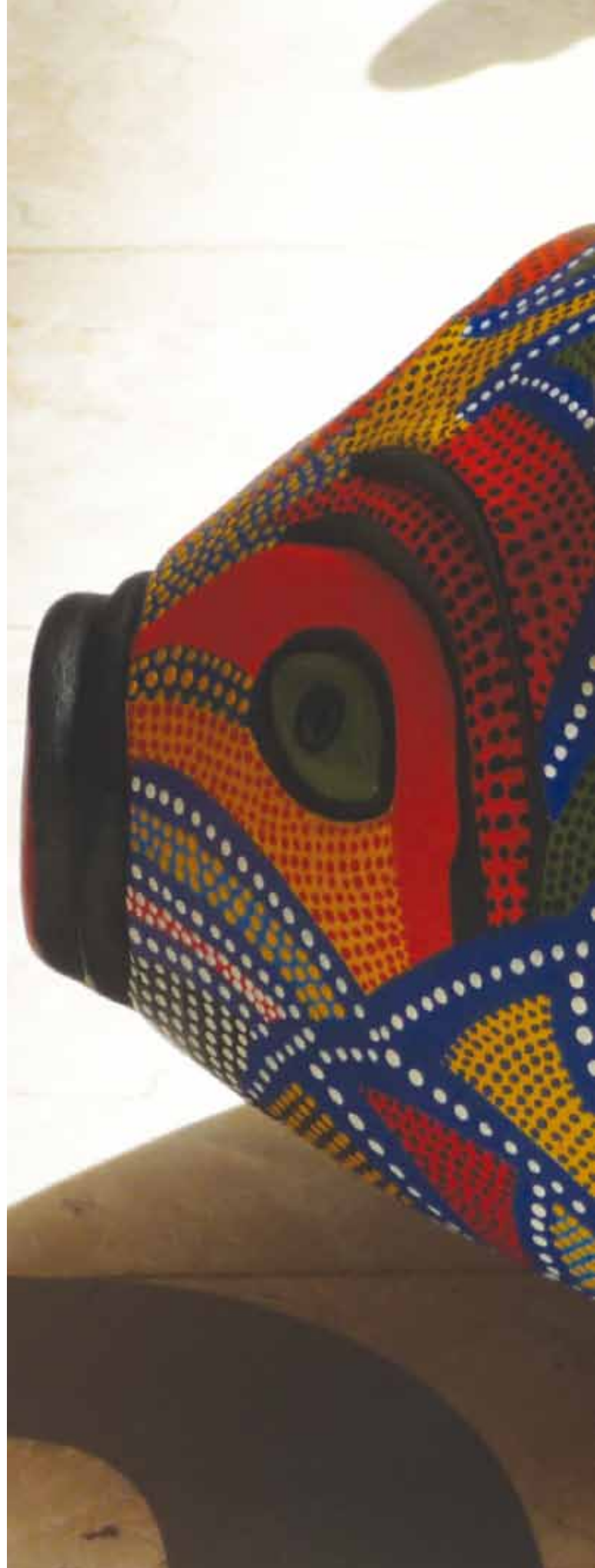
El acto colectivo debe generarse a partir de una convocatoria, que incluía el tratamiento del objeto bajo una intención estética; las condiciones estaban dadas para que todos los que quisieran participar tomaran un único elemento (sombrilla) lo intervinieran y además asistieran a la siembra colectiva, es decir incluía la acción de sembrar las sombrillas en el prado de la Universidad. En esta ocasión hubo un total de 75 participantes con 63 sombrillas.

Acto 3 Marraniarte

El objetivo principal de esta actividad, fue la construcción de un acto artístico colectivo, a partir de la recontextualización y descontextualización de un objeto, que en este caso fue un marranito de barro proveniente de Ráquira Boyacá. El marranito, está dotado connaturalmente de diversos significados, connotaciones y referentes en el contexto colombiano; además este año particularmente su figura tuvo una amplia divulgación mundial por la pandemia de gripa.

Como apuesta colectiva, marraniarte dependió de la respuesta a la convocatoria, es decir de la confianza en que cada participante interviniera el objeto y lo trajera en el momento indicado; finalmente la actividad contó con la participación de 94 personas y 97 marranitos, generando un impacto más allá de la misma instalación.

Las piezas exhibidas trataron temas diversos, desde la pura manifestación conceptual y estética, pasando por las referencias a la comida, el dinero, la crisis económica, el medio ambiente, y por supuesto incluyeron la crítica política y la sátira a las especiales condiciones de nuestro país. Fue por tanto una oportunidad de expresión, que en suma, como siempre en el arte, salió de lo particular y lo local y trascendió como acto estético colectivo.



Introducción al Conceptart

Por: Cristian Plata

El conceptart es un término que al parecer es nuevo en el ámbito de la ilustración y tal vez poco conocido en el diseño o el arte, esto se debe, que a pesar de su uso en el diseño de automóviles tiene su aparición en la industria de la animación desde 1930 en Walt Disney pero no se le había dado tanta importancia como la que tiene actualmente en el mercado, se ha retomado este término para darle nombre a aquellas ilustraciones y a veces a modelados físicos o virtuales que representan de la forma más fiel las ideas, conceptos, escenarios de proyectos cinematográficos, de videojuegos, comic o seriados animados.

En el proceso de creación del conceptart no hay discriminación en el uso de las técnicas, pero siempre se debe tener en cuenta que en muchos casos se requiere de algún medio o técnica especializada para llegar a lo que se necesita, es decir se depende directamente de medios o técnicas especiales que funcionen de una forma avanzada para desarrollar ciertos elementos, un claro ejemplo de esto sería el caso del concept art de una serie animada en la cual los protagonistas son los automóviles, en ese caso lo más apropiado sería usar un software de modelado 3D el cual facilitaría la creación de los bocetos de los autos, lo cual no solo agiliza el proceso de producción si no que también da medidas exactas y perspectivas perfectas y de mayor calidad, vale aclarar que la mayoría de los trabajos finales en este ámbito terminan siendo una mezcla de técnicas variadas que se terminan usando por gusto y por exigencia que da el mismo proyecto que se está representando, es preciso anotar que el concepto estético del arte final (conceptart finalizado) lo da el que está creando la imagen, pero no se debe expandir totalmente a hacerlo de una forma personal y subjetiva si no en cambio de una forma funcional y objetiva.





El conceptart al ser un medio de expresión funcional exige el estudio de muchos elementos los cuales hay que tener y entender muy bien para poder hacer el trabajo de la forma más adecuada, entre estos elementos se encuentran el estudio de las formas, los entornos, las texturas, el color, la fotografía, el cine, la televisión, las técnicas de expresión análogas y los software especializados en ilustración y modelado, además se le puede sumar una cultura visual amplia y una mente muy abierta para poder generar ideas y conceptos que faciliten la creación de un concepto estético del producto.

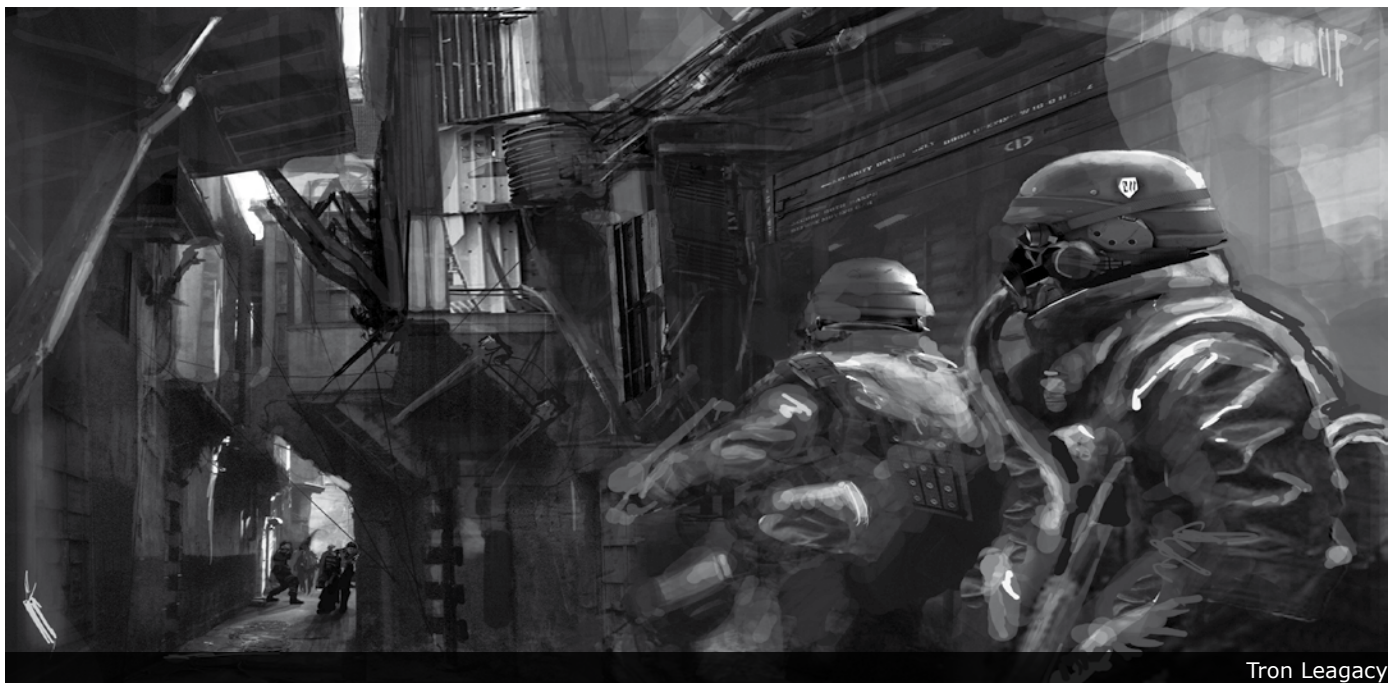
A pesar de que el medio por el cual se llega al producto es el artístico donde se debe tener en claro que estos trabajos se tienen que cumplir en unos plazos estrictos tal como lo hacen los ilustradores y los diseñadores gráficos.

El creativo tendrá siempre una información previa a la bocetación y creará que los conceptos están representados de la mejor forma en sus primeras entregas, lo más posible es que tenga que hacer correcciones y recibir sugerencias en cuanto a la representación, ya que en manos de él, se encuentra la creación de la imagen más fiel de un producto y al ser responsable de la estética de este mismo recae en él una gran responsabilidad.

En la actualidad como ya se había mencionado anteriormente se ha optado por el uso de los medios tecnológicos, como los son los software de pintura,

color y modelado digital tales como photoshop, painter y 3D Max y a su vez los hardware como lo son las distintas tabletas digitalizadoras que facilitan el trabajo y disminuyen costos al creador, aunque actualmente es común el uso de técnicas digitales en lo que refiere a conceptart, es válido también usar las técnicas manuales tales como el óleo, el acrílico, los rotuladores etc...

Es preciso mencionar que el conceptart más allá de ser una forma de representar ideas y conceptos de proyectos comerciales se ha convertido también en una nueva forma de expresión artística ya que se han venido usando las mismas técnicas y medios para producir obras personales e independientes que han tomado el proceso de producción del conceptart para representar en una imagen ideas, conceptos y sentimientos.





Yuber Alexis Arias

3d, El límite es tú imaginación

Por: Paola Arias

La animación 3D en el diseño gráfico, es de vital importancia por ser expresión artística de la belleza única, con tradición relativamente pequeña comparada con otras artes visuales. Los animadores contemporáneos están en la búsqueda continua de innovar, apoyándose no solo de su inspiración, sino de la tecnología que ha venido tomando forma por las demandas de la industria del entretenimiento.

Es preciso ubicarnos en los inicios de la animación, puesto que de éstos se desprenden las más grandes creaciones en diferentes campos del diseño gráfico. Se dice que la animación hace apenas más de 100 años existe, gracias a la tecnología que se encontraba a la mano de muchos animadores de ese entonces.

Una de las compañías pioneras en mostrar el mágico mundo de la animación es *Walt Disney*, abriendo medios de comunicación y entretenimiento más grandes del mundo.

Desde 1923 se funda como un estudio de animación que al paso del tiempo se convertiría en uno de los estudios de Hollywood.

En 1924 con el lanzamiento de su primera película en 2D "blanca nieves y los 7 enanitos" la compañía genera importantes beneficios, mostrando así grandes producciones por años. Por tanto es así como estos cortos y películas animadas toman tanta importancia, haciendo que Walt Disney anunciara la compra de *Pixar animation*, entrando así la animación 3D al mercado de las comunicaciones visuales.

Por ende, es de caracterizar la animación 3D como un método que simula las 3 dimensiones, para que exista animación esa descripción debe variar con respecto al tiempo: movimientos de cámara, objetos, cambio de luces y formas, etc.

La animación del modelo en 3d se renderiza primero, y luego se puede visualizar como un video digital. El trabajo pesado se realiza una sola vez y luego se puede ejecutar como video, lo cual no consume mucho procesamiento. Los software que se utilizan permiten generar formas, aplicarles todo tipo de características superficiales, iluminar la escena y mover cualquier cosa, ya sea un actor, una luz o una cámara.

Ejemplos de este tipo de animaciones son las películas y dibujos animados en tres dimensiones.

Pixar Animation Studios, es una compañía de animación, especializada en 3D. Por tal motivo realiza la primera película comercial totalmente en 3D "*Toy story*", seguida por muchas más producciones; casi monopolio de Pixar, podemos nombrar el corto de la juguetona lámpara protagonista, que pronto formaría parte del logo; por tanto mientras trabajaba a la mano con Walt Disney, nace en 1994 *Dreamworks*, estudio cinematográfico que produce y distribuye películas, algunas de ellas y en su mayoría 3D.

Fundada por Steven Spielberg con intenciones de crear un espacio en el que la gente más talentosa pudiera conservar el control comercial y creativo.

La animación 3D en nuestros tiempos

Hoy en día, la animación tridimensional es la disciplina dentro de las artes digitales, que aprovecha las ventajas del computador para enfrentar el enorme volumen de trabajo que implica el cuadro a cuadro característico de la animación tradicional.

Sin lugar a dudas, en el mundo del 3D se han venido creando año tras año, diferentes software los cuales permiten crear cada día nuevos efectos y estilos de animación, que complementan y satisfacen las necesidades que exige la sociedad de hoy en día. Cabe destacar alguno de estos como lo son: 3D Studio Max, Maya, Softimage XSI, Lightwave 3D, y otros paquetes más pequeños como: Blender, Cinema4d, Rhinoceros 3D, entre otros. Algunos programas también se complementan a la hora de crear una animación, con otros programas, es el caso de 3D Max y After Effects, creando así nuevos estilos de animación.

Hoy en día es tan familiar, y forma parte de la vida cotidiana, que en muchas ocasiones no reflexionamos en cuanto a todo el trabajo profesional que hay detrás de una animación 3D.

Se ha vuelto parte del lenguaje visual en los medios, y es así como los videos, anuncios, comerciales, caricaturas para niños y sofisticadas películas hacen que ésta llene las pantallas de cine y televisión, brindando nuevas perspectivas y abriendo camino a innovadoras posibilidades comerciales de animadores 3D en todo el mundo.



Diseño Gráfico, ¿comunicación o decoración?

Por: Daniel Sosa Páez

"Decir que la forma siga a la función es una equivocación. La forma y la función deben ser una misma". Lloyd Wright

Esta es la frase que ha perseguido al diseño en general durante hace ya varias décadas, pero actualmente y hablando de diseño gráfico se podría preguntar si es la función la que sigue a la forma, esto debido a que para muchas personas, incluyendo diseñadores gráficos el hablar de diseño gráfico y de diseñadores gráficos es hablar de arte y de artistas, y aunque el vínculo del diseño gráfico y el arte es fuerte se debe recalcar que son dos disciplinas muy diferentes, y su diferencia radica principalmente en su funcionalidad ya que a través del diseño gráfico, el diseñador gráfico, interpreta, analiza y da soluciones efectivas a problemas de comunicación visual, por otro lado a través del arte el artista se expresa y cuestiona problemas existenciales, emocionales, sociales, filosóficos e ideológicos que pueden llegar a ser tan personales que quizás muchas obras de arte ni

siquiera fueron realizadas para ser interpretadas o que si llegaron a serlo su interpretación fue tan individual en cada receptor como lo fue en su propio autor, respondiendo sencillamente a la necesidad de expresarse por parte del autor, y aunque la vinculación entre diseño gráfico y arte parte de lo visual (creación visual mas no arte), se debe tener claro que no son lo mismo, ya que el concepto y funcionalidad son para el diseñador lo que la expresión y cuestionamiento lo son para el artista.

¿Entonces de dónde surge la confusión entre arte y diseño gráfico?. Sencillamente de que el diseño gráfico se alimenta de la estética del arte (agradable, desagradable, grotesca, seria, etc), convirtiéndola en una estética funcional, donde las formas, imágenes, colores, tipografías, etc, tienen unas significaciones comunicativas dispuestas en una composición con el fin de seducir un objetivo previamente conocido, donde es tan importante lo que se dice como lo que se deja de decir, generando una expectativa en el



público, y aunque no hay que negar que el arte en si también comunica, el diseño gráfico lo hace de una forma objetiva (para una sociedad) y el arte de una forma subjetiva (individual).

Siendo objetiva y funcional la comunicación del diseño grafico, el diseñador no puede de ninguna manera plasmar su toque personal, su estilo o simplemente diseñar para él o como mejor le parezca a él (como podría darse en el arte), este debe ser un intérprete del problema a solucionar, un científico de la imagen, de la persuasión, de la expectativa, un seductor, manipulador y controlador de masas a través de un mensaje directo, impactante pero entendible, el debe ser el creador de ese hilo conductor entre el mensaje que diseña y quiere transmitir a su cliente y un público determinado, teniendo en cuenta que muchas veces el mensaje no está dirigido

a un grupo en general, sino en muchos casos a grupos específicos.

Ahora bien, aunque lo ideal del diseño gráfico es que sea comunicación visual efectiva, donde tanto la función como la forma son indispensables y donde deben ser un mismo elemento, es inevitable ver como algunos diseñadores contaminan con ruido el mensaje y este ruido está marcado por una especie de horror vacui (miedo al vacío), en donde en muchos casos estos diseñadores quieren o sienten la necesidad de decir más de lo que tienen que decir, o simplemente "reforzar" aun más el mensaje utilizando adornos y decoraciones que saturan el mensaje llevando al receptor a no recibir el mensaje, o a malinterpretarlo, perdiéndose toda la funcionalidad del mismo, donde se puede ver reflejado su estilo personal, muchas veces llegando a improvisar en la composición mientras la desarrolla, improvisando algo sin tener previamente establecido un porque, para que, o para quien.





Por otro lado al tener interpretado el problema y planteada una solución a través de una propuesta de diseño es dar salida a un problema de una manera previamente pensada y estructurada, siendo la improvisación y diseño inversamente proporcionales.

Muchos de estos trabajos se pueden ver hoy en día en cualquier campo del diseño gráfico, desde el diseño de un afiche hasta el diseño de imagen corporativa, donde se satura y decora el mensaje con un sin límite de vectores, pinceles digitales, uso desbordado de tipografías, colores, fotografías, ilustraciones o elementos innecesarios llenando de ruido el mensaje, mostrando más que diseño; expresión por parte del diseñador.

Generando problemas visuales y comunicativos donde debió existir solución, actuando precisamente en lo que no es diseño gráfico, porque precisamente es eso lo característico del diseño gráfico, entre más simple, más complicado es de desarrollar y mas efectiva es su función, es el método por el cual se dice lo que se tiene que decir sin decir más ni tampoco menos.

Sin decirlo de una manera complicada, es esa magia visual donde se atrapa al observador diciendo nada más que lo suficiente, lo necesario y lo esencial.

Entonces se podría preguntar cuál es el camino que está tomando el diseño gráfico en la actualidad?, y de cómo este al ser malinterpretado está perdiendo su esencia misma? (la comunicación), de ahí el problema por el cual muchas veces el diseño gráfico es mal pago o simplemente desvalorado, creyéndose que por el hecho de "componer" gráficamente se está trabajando en diseño, y aunque esté ligado obviamente a el uso de las nuevas tecnologías y nuevas técnicas que demandan los clientes, no significa que se cambie la función primordial del mismo, ya que la función del diseño gráfico fue, es y será comunicar objetiva y no subjetivamente.

INGEPLANOS

Servicio de plotter

- ➔ Vallas
- ➔ Pendones
- ➔ Pasacalles
- ➔ Impresión de Planos
- ➔ Botones Publicitarios

Todo en impresión digital

INFORMES

743 2530
300 5664161

WALLA DE LEDES

Lo ULTIMO
en Tecnología
PUBLICITARIA



INGEPLANOS
SERVICIO DE PLOTTER

- ➔ VALLAS
- ➔ PENDONES
- ➔ PASACALLES

ADHESIVOS - PANAFLEX - IMPRESION DE PLANOS

Tel. 743 2530 Cel. 300 566 4161 CENTRO COMERCIAL PLAZA REAL - TUNJA

Local 115



con el **MEJOR** impacto visual

CENTRO COMERCIAL PLAZA REAL TUNJA / Local 115

ingepianos@gmail.com

La importancia del diseñador

Por: Karina Benavides

El diseño gráfico es un compuesto de muchas influencias e inspiraciones, ilustra pensamientos, filosofías y diversas técnicas.

El diseñador se enfrenta a diario a retos emocionantes, en los que se encuentran la oportunidad de trabajar con proyectos muy distintos, donde se ayuda a las empresas a crecer y promocionarse utilizando diseños que interactúan con el público, además de intervenir en los aspectos creativos que acompañan la comunicación visual, no es una tarea para tomársela a la ligera, hay que trabajar y aportar constantemente al diseño para crecer como profesionales.

La comunicación visual debe tener atributos diferenciadores, resaltando las características de la misma, dentro de un sistema visual equilibrado. Es decir, que toda comunicación tenga una unidad formal y funcional, potenciando los efectos del mensaje, aportándole beneficios en el mercado, como mayores ventas o elevando el concepto de calidad que el público tiene hacia ella.

Esto es esencial para poder competir en una sociedad de consumo tan desarrollada, donde los medios están invadidos de mensajes, debido al desarrollo de la tecnología y a la competencia en el mercado. El mensaje no debe prometer por demás lo que puede ofrecer la empresa, debido a que el público, al sentirse estimulado por esta falsa promesa y darse cuenta de la verdadera situación, se siente defraudado y crea una situación de rechazo hacia la institución perjudicando a ésta en cuanto a su imagen y a su beneficio comercial.

Para lograr una excelente comunicación con el público objetivo, es fundamental que todo proceso de elaboración y creación del mensaje se realice mediante un equipo interdisciplinario de tareas donde se intercambien ideas, opiniones y se realicen tareas conjuntas entre la empresa, equipo creativo de diseñadores y todas aquellas áreas que intervengan en el proceso, como son las áreas de marketing, ventas, tecnología, logística, producción, etc., para pulir al máximo la efectividad del mensaje.



En la actualidad el diseño de comunicación visual es una de las actividades que está en un muy buen momento donde supera el campo de la industria gráfica.

Los mensajes visuales que son canalizados a través de muchos medios de comunicación, tanto impresos como digitales, que posibilitan comunicar visualmente hechos, informaciones, ideas y valores útiles al hombre mediante una actividad proyectual en la cual se procesan y sintetizan en términos de forma efectiva factores sociales, culturales, perspectivas, estéticos, tecnológicos y ambientales.

Básicamente la función principal del diseñador es transmitir una información determinada por medio de composiciones gráficas estéticas, que se transmiten al público destinatario a través de diferentes soportes, como folletos, carteles, trípticos.

Con estas piezas el diseñador gráfico busca transmitir las ideas esenciales del mensaje de forma clara y directa, usando para ello diferentes elementos gráficos que den forma al mensaje y lo hagan fácilmente entendible por el público.

Algunos campos profesionales donde ejerce un papel muy importante el diseñador gráfico son:

Diseño Gráfico Publicitario

Diseño de Identidad Corporativa

Diseño Web

Diseño de Empaques Y Etiquetas

Diseño Tipográfico:

Diseño de Piezas Publicitarias

Diseño Editorial

Ilustración Digital

Diseño de Carteles

Diagramación

Desarrollo de Proyectos de Diseño



Imagen, extensión del pensamiento

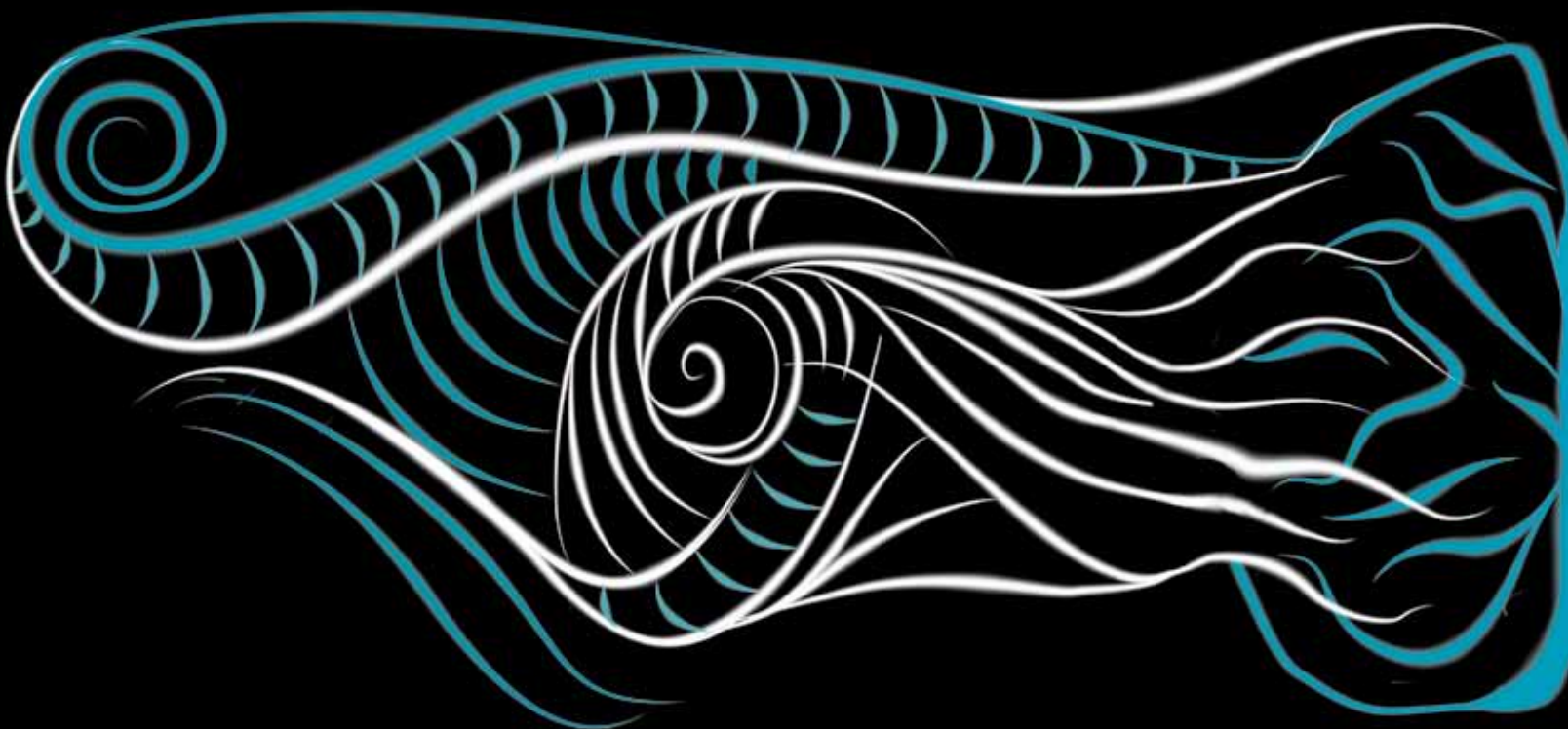
Por: Laura Fonseca

El momento mismo de la creación, de la creación de la imagen tiene su génesis en las ideas, y estas se fundamentan en la conciencia; es el segundo en que el mundo se desliza en el tiempo, las formas se convierten en mágicos ecos que se tejen armónicamente para volverse reflejos de la naturaleza, logrando con esto el perfecto equilibrio entre la realidad y el hombre que la domina y la atrapa por medio del trazo, la forma y el color.

Y es que a veces es necesario ir más allá de lo que se cree, para llegar a un punto que siempre ha sido epicentro de reflexiones que nos llevan a vivir fuera de códigos humanos, que con sus redes llega hasta lo más profundo de el genio gráfico, la complejidad que precisa la fluidez de pensamiento en un sentido intelectualmente creativo; el instante en que la mente humana dotada de razón e imaginación es llevada al extremo, allí, donde se acaba el lenguaje para dejar solo la mirada fija ante la extrañeza de la vida, la resonancia del pensamiento, la metáfora del diseñador, la imagen.

Es el eco infinito del conocimiento, basado en la percepción la propia imagen; Pero paradójicamente se ha planteado el hecho de que la percepción hace parte de un proceso mental primario, inferior intelectualmente, limitado, que no pertenece a los horizontes trascendentales del carácter humano, que no incluye al pensamiento; esto ha hecho parte de un juicio en el que se tienen al diseño gráfico como algo inconsciente, es decir solo implica un trabajo mecánico, subestimando el proceso de fondo que requiere la creación.

Sin duda, el mundo dado en la percepción es una composición, una masa de detalles separados pero armónicamente entrelazados, es absolutamente selectivo, va de lo particular a lo general, no es solo la captación visual de las cosas, sino que va mas allá, por el hecho de ser conscientes de lo que estamos visualizando, dependiendo de la actividad perceptiva, se va dando progresivamente el desarrollo de nuestra vida mental, nuestras ideas, y es exactamente la imagen un resultado, un matiz de la percepción, en sí



misma una extensión del pensamiento. Sin embargo se ha sugerido que la intuición y el intelecto, el sentimiento y el razonamiento, el arte y la ciencia coexisten pero no cooperan. ¿Hasta qué punto es esto cierto, si a partir de la conciencia de la percepción, esta, por si misma se convierte en un objeto de pensamiento, y en el momento en que el pensamiento se presenta en la conciencia, dejamos de percibir y empezamos a crear?

Pues bien, está saliendo a flote la verdad, la única verdad que tenía sabor a mentira, acerca de la verdadera inteligencia de la percepción visual, esencialmente pensar es el conjunto de operaciones intelectuales basadas en un material cognitivo, es decir perteneciente al conocimiento, este material proviene de la percepción de las cosas, es el vértice del triangulo mágico que se alza sobre la polaridad lineal de los objetos y se vuelve no perceptual desde el momento en que transforma los preceptos en bruto en conceptos, y esto lleva a la abstracción de los conceptos, entonces al hablar de una cognición perceptual no puede describirse como una simple,

inmediata y pura captación especular, y en absoluto como un acto mecánico, por el contrario se origina en un proceso de sucesivos actos de formación complejos, mutuamente entrelazados, selectivos, abstrayentes e incluso creadores.

¿Entonces porque creer que la creación de imágenes no requiere ciertas exigencias cognoscitivas del pensamiento? de hecho es preciso llegar a procesos mentales superiores, es decir la imagen interviene en el pensamiento, siempre y cuando pase por la conciencia, crear imágenes permite conocer, y para conocer son necesarias las imágenes.

crear imágenes permite conocer, y para conocer son necesarias las imágenes



En ocasiones experimentamos una alteración de la conciencia, después de haber procesado las imágenes en el cerebro, conceptualizarlas, y en algunos casos abstraerlas, si, esto se debe a que el hemisferio derecho del cerebro entra en funcionamiento en el momento de la creación, intervienen en procesos mentales superiores, con sus misterios nos muestra una nueva forma de avanzar hacia lo desconocido que es tan temido y peligrosamente seductor, es intuitivo, libre, nos alivia por un rato del dominio verbal y simbólico, está en un nivel superior, el proceso que lleva a cabo el lado derecho del cerebro, es demasiado complejo y fluido, para ser explicado con palabras.

Es así como este misterio de los grandes extensiones del pensamiento, regido por la percepción, hace parte de la armonía universal, en la medida en que la mente humana combina trozos de realidad y los convierte en imágenes mentales, imaginación, fantasía que algunas veces deja atrás los datos dados y los lleva por otro camino, reproduciéndolos en imágenes que hacen parte de nuestra realidad visual, de la que se depende totalmente y permiten indagar acerca de nuestra autentica existencia como creativos, para lograr vivir nuestras ideas, y construir cosas que parecen imposibles.

Y es que con un equilibrio entre la percepción y el razonamiento se podría llegar a alcanzar un estado de perfección.





Estrenar apartamentos
de 1, 2, 3 alcobas y
estudio sector
Mesopotamia



Afiliado a Fedelonjas

INMOBILIARIA
FENIX
Líderes en propiedad raíz

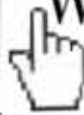
**SI COMPRA
VENDE
ARRIENDA**

LA SOLUCIÓN ESTA AQUÍ



Atrium los mejores
acabados del sector
Mesopotamia Tunja

www.inmobiliariafenix.net



Apartamentos para estrenar
Casas
Oficinas
Lotes
Arrendamientos
Ventas
Avalúos



El confort de la vivienda
propia al alcance de sus
manos **DIAGONAL
UNICENTRO**

**SU PATRIMONIO EN UNA EMPRESA
PROFESIONAL**

Cel: 310-8186639 310-8823479

Tel: 7422071 7407000

AV Maldonado 28 25 Segundo Piso



La Fotografía parte esencial del Diseño Editorial

Por: Xue Bonilla

Un mundo sin fotografía sería un mundo sin memoria, sin opción de jugar en el tiempo con el tiempo, ni la posibilidad de compartir muchos momentos y lugares que solo serían observados y apreciados por muy pocos. Es por esto que la Fotografía nunca dejara de ser parte vital para el Diseño Editorial, ya que sirve como ventana para observar elementos que forman parte de un acto en determinado lugar.

De esta manera un libro, revista o cualquier otro que contenga imágenes, desarrollará una relación más directa con el lector, Los textos cuentan algo en el lugar donde se estén leyendo, pero con ayuda de la fotografía será más fácil transportar al sitio donde ocurrió todo y sentir como si el relato fuera en ese mismo lugar, de esta manera se logrará transmitir el mensaje lo más cercano posible a lo que el escritor quiere relatar.

National Geographic: es allí donde la fotografía se lleva a su máxima expresión dentro de lo conceptual y lo visual, al siempre mostrar un sentimiento, una tradición, un espectáculo natural o creado por el hombre. De esta manera es que los trabajos siempre estarán completos en cuanto a concepto y estética, que son las características más importantes que debe poseer una fotografía.

Antes llamada *National Geographic Magazine*, su primera edición fue en 1888 justo nueve meses después de que la fundación fue creada, rápidamente fue identificada dentro de la gente por su característica franja amarilla en su portada.

Famosa por su exclusivo material gráfico, además de ser conocida por los artículos acerca de paisajes, historia, y los más distantes rincones del mundo la publicación ha sido reconocida por formato tipo libro y la alta calidad de su fotografía.



Fotografía: Paul Blackburn

Este alto estándar hace que la revista sea el hogar de algunos de los reporteros gráficos de más alta calidad en el mundo. La revista empezó a presentar fotografías en color a comienzos del siglo 20, cuando esta tecnología era escasa. Durante la década de 1930, Luis Marden un escritor y fotógrafo para la National Geographic, convenció a la revista el permitir a sus fotógrafos el uso de las cámaras pequeñas de 35 mm cargadas con película Kodachrome sobre las voluminosas cámaras con trípodes y lentes plateados.

En el 2006 inicio una competición mundial de fotografía con cerca de 80 países participantes con toda esta gente trabajando es apenas lógico que mas de quince millones de persona reciban la revista cada mes. En mayo 2007 y 2008 la revista de la National Geographic gano el General Excellence Award de la Society of Magazine Editors en la categoría de circulación y el Premio de mejor fotografía por tres artículos de la revista en 2006. Una nominación para el premio General de la Excelencia en 2009,

National Geographic gano el Premio Principal Para Una Fotografía Editorial. Sin duda alguna la National Geographic es una muestra de un buen diseño editorial.

Tomado de: www.nationalgeographic.com

¿Qué es el Diseño Editorial? Es una rama del diseño grafico la cual fue creada para la elaboración de libros, revistas y periódicos incluyendo las partes interiores como índice, solapas, contenido, agradecimiento y las exteriores como portada, lomo, camisa y respaldo entre otros, siempre guardando una línea o estilo que vaya de acuerdo con el concepto del proyecto; la estética es aplicada en el Diseño Editorial cuando se logra un equilibrio entre las imágenes y el texto dentro de una retícula acorde a las características requeridas por el concepto del proyecto.



Fotografía: Raul Touzon



Fotografía: Stefano Unterthiner



Fotografía: Joel Sartore



Fotografía: Joel Sartore

En este caso en particular se hablara específicamente de las características que debe tener una fotografía para que cumpla su función dentro del Diseño Editorial y permita que los demás elementos cumplan con la suya y de esta manera no se afecte la lectura gráfica de la diagramación.

Funcionalidad. Al ser las imágenes un lenguaje visual son perfectas para reforzar el contenido del texto, teniendo siempre cuidado de no ser redundante con la información que ofrecen tanto las imágenes como el texto, ya que esto puede cansar al lector.

Disposición. La ubicación de una foto puede darle un valor agregado o quitarle importancia, este centrada, completa o contra la margen, siempre se tiene que analizar la función que cumplirá y el momento en que intervendrá en la lectura.

Aplicaciones. La fotografía es encargada de darle realismo a la narración ya que es usada como testimonio visual o archivo gráfico, ya sea a color o blanco y negro de las dos maneras se pueden realizar trabajos muy interesantes.

Espacios en blanco. La distancia entre imagen y texto es tan importantes como los anteriores, pues son los encargados de darle un descanso al lector; tanto a la mente como a la vista generando un momento de libertad y equilibrio en la maquetación.

Al hablar de la fotografía en el Diseño Editorial se mostraron las características requeridas para ser utilizadas en este campo además la importancia que tienen estas dentro del mismo. Tomando como referente la revista National Geographic que es un gran modelo para la fotografía y el Diseño Editorial. Quizá algo de lo más bello que tiene esta revista es su gran material gráfico, no solo en destacadas exposiciones y galerías sino al alcance de un gran número de personas.

La fotografía básicamente consiste en capturar un poquito de realidad para luego ser destapada ante la mirada el observador.



DISFRACES

EL REINO MÁGICO

- Oferta de disfraces de fantasía, trajes típicos nacionales o internacionales
- Amplio surtido en trajes de época y de cuentos
- Brindamos una excelente atención



ALQUILER - CONFECCIÓN - VENTA DE TODO TIPO DE DISFRACES
Calle 161 no. 19a - 82 Teléfono: 677 5516 Cel: 310 852 9507
Bogotá



El desmantelamiento de un logo

Por: Oscar Ayala

*You can't scape from de brandscape.¹
Alex Foti. Chainworkers.*

El artista plástico bogotano Andrés Buitrago pone en escena su obra: Sin título/Colombiana, en el marco de una reflexión crítica sobre la manera de construir identidad bajo el concepto de nación.² Su indagación ha partido de una pequeña sorpresa en algo tan cotidiano como lo es tomar un refresco. Sólo que antes de dar el primer sorbo detiene la mirada en la marca impresa de algo que aparentemente es incuestionable: una gaseosa que es tan nuestra que no dudamos de ella; estamos en nuestra casa, es nuestra bebida y es nuestro derecho tomarla.

Parece como un error deslizado, aquí la botella tiene un mensaje que viene de otro lado. ¿Quién se puede percatar de ello?

La idea de modelos europeos o norteamericanos copiados o insertados en América latina podría aparecer como la conclusión evidente derivada de la noción de hibridez, el "collage variopinto" con la que ha sido catalogado el constructo simbólico local.

El señalamiento de "culturas híbridas" como sinónimo de sincretismo e intercambio cultural ha otorgado una base autorreferencial en la manera de resolver el problema identitario para conocernos y mostrarnos. Sin embargo, dentro del ámbito de los estudios culturales desde y sobre Latinoamérica, como también en algunas agendas políticas, se sigue planteando la necesidad de la construcción de una conciencia y autonomía de este "subcontinente" en el contexto global.

¿Qué tipo de ave posa sobre la tipografía del logo? ¿Un águila? ¿Un cóndor? Aquí se ve el error deslizado, ¿qué tiene que ver esa ave con la colombiana?³

Desde otra perspectiva, con una rápida mirada a la historia, marcada siempre por la violencia de la apropiación política y económica desde la época colonial (o desde el descubrimiento donde se aplicó con pocas variaciones, el principio de "un dios, un rey, una lengua", como fórmula de reducción política y homogeneización cultural), se puede constatar cómo hemos sido enmarcados- relegados "dentro de los límites de una cartografía impuesta desde



Fotografía: Oscar Ayala

afuera, con los instrumentos que el poder hegemónico ha usado siempre para marcar el territorio y establecer sus fronteras, conservando abiertas, por supuesto, las rutas de acceso al corazón de sus dominios".⁴ Perspectiva que sitúa a Latinoamérica como colonia permanente, subalterna, tercermundista y condenada a ser "importadora de paradigmas manufacturados a sus expensas en los centros que se enriquecen con los productos que colocan en los mismos mercados que los abastecen".⁵

El emblema de un águila con las alas extendidas ha relucido desde la más remota antigüedad en estandartes, escudos y uniformes de reinos y gobiernos totalitarios, pasando por el imperio romano, la Alemania nacionalsocialista de Hitler y los Estados Unidos de Norteamérica. ¿Es ingenuo pensar que se trata de la misma águila posando simbólicamente sobre sus feudos?

El significado permanece inalterable sea quien sea lleve la insignia. De la demarcación territorial en hemisferios hacia el actual proceso de globalismo, el poder muta y se transforma para concentrarse cada

vez más. Es el capitalismo transnacional, las grandes empresas multinacionales mediáticas dueñas de las redes globales que han conseguido imponerse en un sistema legal y político que ya sólo existe para facilitar sus operaciones. Dentro del juego simbólico este poder hegemónico apela al sigilo y al encubrimiento, "a través de una publicidad que ya no vende productos, sino estilos de vida, y que se reproduce en todos los rincones de nuestra existencia".⁶

En este proceso de penetración de marcas a través del marketing publicitario, la invasión del espacio público (físico y mental) ha llegado a niveles de claro autoritarismo y colonización. La estrategia es asociar la marca a una imagen de prestigio o de vida atractiva, o también como en este caso, con identidad, pertenencia y familiaridad. El expansionismo de las marcas pasó de los propios productos de las empresas a la cultura del entorno a través del patrocinio de acontecimientos culturales. Las empresas tratan de absorber imaginarios e iconografías culturales que sus marcas puedan reflejar proyectándolas otra vez en la cultura como extensiones de la misma. El efecto, si no la intención original, del proyecto es poner la cultura anfitriona en un segundo plano y hacer que la marca sea la estrella.



Andrés Buitrago nos hace sospechar del branding nacionalista lleno de emoción patria y sentido de pertenencia, de apasionamientos futboleros y grandes marchas. Desmantela una publicidad llena de sonrisas y estereotipos en donde no entra la mayoría, haciéndose obvia la exhortación patriótica en clara demanda de unos intereses políticos y económicos.

Lo que consideramos fundamental mas allá de códigos mimetizados o "errores deslizados" es la operación de instituir un alto grado de revisión y relectura de los inventarios culturales locales dentro del contexto global; la búsqueda de la salida del laberinto de significantes en el que estamos inmersos y en otra instancia, guiar un proceso de modificación de la dirección de la mirada que permita establecer las conexiones entre símbolos y lenguajes propios en los contextos correspondientes. Para así contener la erosión que ha calado en los espacios físicos y culturales por parte de los poderes con intereses particularistas.

¹Juego de palabras en inglés. Una traducción literal sería: "No puedes escapar del paisaje de las marcas"

²Sin título/Colombiana. Andrés Buitrago. Casa Cultural Gustavo Rojas Pinilla

³Andrés Buitrago en su investigación descubre que se trata de un águila imperial o un águila calva. Ninguna de las dos están presentes en la geografía de Colombia.

⁴MABEL MORAÑA. El "boom" del subalterno. Teorías sin disciplina. www.ensayistas.org

⁵Ibíd.

⁶KALLE LASN. Sabotaje cultural. Editorial El viejo topo.

Infografía, Creación de una imagen Verbal

Por: Julio Alvarez

La comunicación está en una etapa de grandes avances; existe desde que el género humano apareció sobre la tierra. Los humanos somos seres sociales por naturaleza y, por lo tanto, tenemos la necesidad de relacionarnos con los demás y dejar constancia de nuestra existencia, para comunicarnos no basta escribir o hablar.

Nacidos como conducto entre idea y la forma de comunicar, nosotros, los diseñadores gráficos, además de fomentar el consumismo salvaje, generar ruido y contaminar cruelmente nuestro entorno urbano, proporcionamos herramientas las cuales ayudan a la fácil interpretación del mensaje de manera clara y adecuada.

En un mundo lleno de publicidad intervenciones culturales y crisis medioambientales nace la infografía como una herramienta que facilita la comprensión clara y objetiva como del mensaje a comunicar.

Pero que es la infografía?

Segun wikipedia, una infografía es una representación más visual que la propia de los textos, en la que intervienen descripciones, narraciones e interpretaciones, presentadas de manera gráfica capaces de impactar, informar y comunicar de manera clara y dinámica un acontecimiento o un mensaje.

Dicho en palabras mas claras, la infografía sirve para comunicar informar y maravillar y sobre todo para impactar al lector que cada dia lee menos y observa más.

Por lo tanto el diseño gráfico no se trata simplemente de combinar imágenes tipografías y colores en una hoja de papel o una pantalla de un ordenador. El diseño Gráfico se trata de comunicar.



aegis
+ Publicidad + Diseño



Impresión Interior

Impresión Exterior

Diseño Gráfico

Diseño Arquitectonico

Artículos Promocionales



**Impresión Digital
en gran formato**

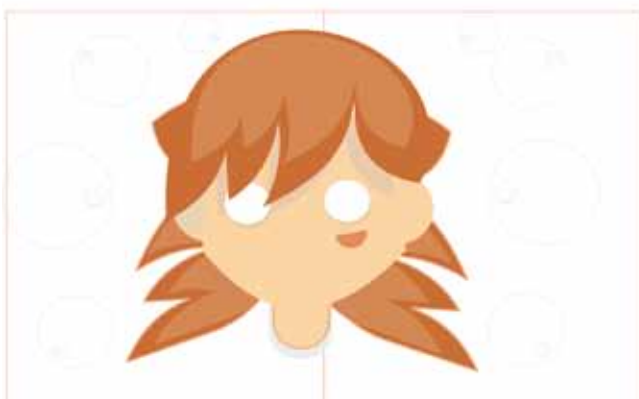
www.aegis.com.co

Cra. 11 No 18-64 oficina 201
Tels: 7442531 - 7424053
Cel:3103343244 - 3188275263
Tunja- Boyacá

Cuando y cómo hacer una Infografía



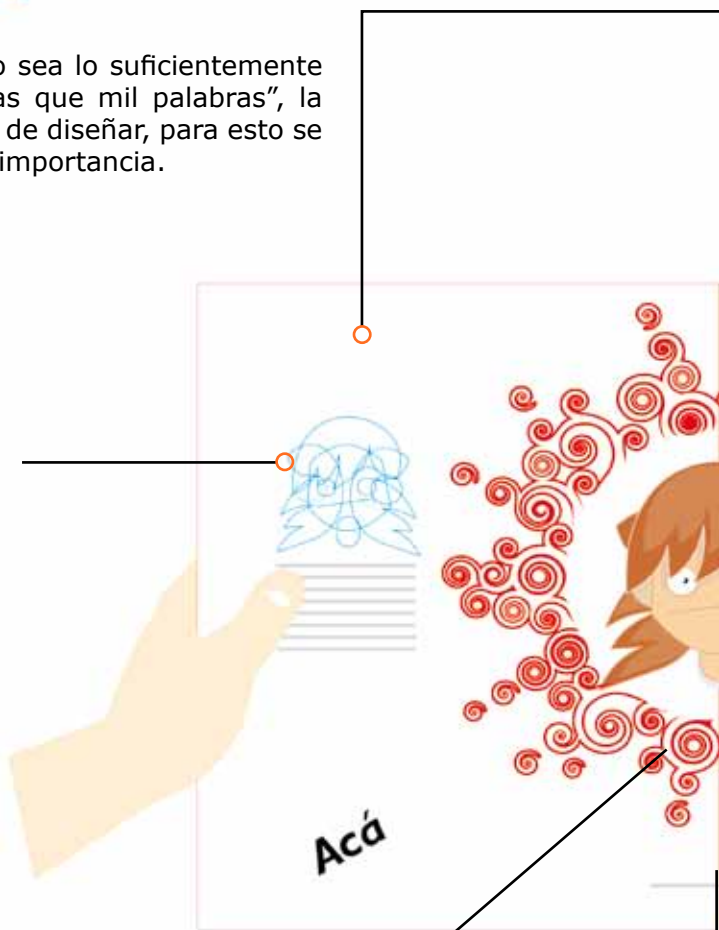
La infografía debe ser usada cuando la imagen no sea lo suficientemente explícita no es verdad que "una imagen vale mas que mil palabras", la imagen, como el texto deben ser aliados a la hora de diseñar, para esto se deben tener en cuenta algunos factores de suma importancia.



Como diseñadores gráficos no debemos caer en el totalitarismo de la imagen; conocemos que la imagen es percibida total e instantáneamente por el ojo, sin embargo este debe estar en completa libertad para viajar sobre toda la superficie.



Para esto, el ojo necesita esquemas universales de la mente para poder reconocer cosas jamás vistas. nosotros como diseñadores gráficos, nos apropiamos de herramientas educativas y tecnológicas para lograr formas de comunicación de impacto.



Si el texto no es le

Elimin

S O L



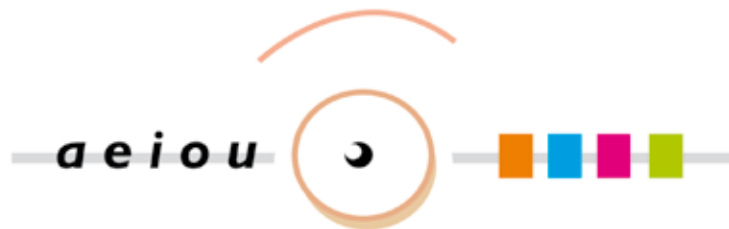
Sol

Un buen diseñador gráfico es capaz de crear la correcta y adecuada interacción entre ellos, generando un canal de comunicación y de fascinación visual que va de el totalitarismo de la imagen al totalitarismo del texto y viceversa.

Esto provoca que el espectador pase de ser pasivo a activo.



Tampoco debemos caer en el totalitarismo del texto. Un texto denso imposibilita la rápida y efectiva comprensión de lo que se esta leyendo. Necesitamos siempre de un factor gráfico para la ejemplificación y fácil asimilación del mensaje a transmitir.



legible es mejor

carlo

Los textos al igual que las imágenes necesitan ser decodificadas, el lector por lo general no lee palabra por palabra, tan solo la adivina, por ello la lectura además de ser informativa debe ser rápida e impactante.

Los textos, al igual que las imágenes son mensajes, con la diferencia que estos los textos se leen de forma lineal.

Galería de Trabajos

Fotografía Digital

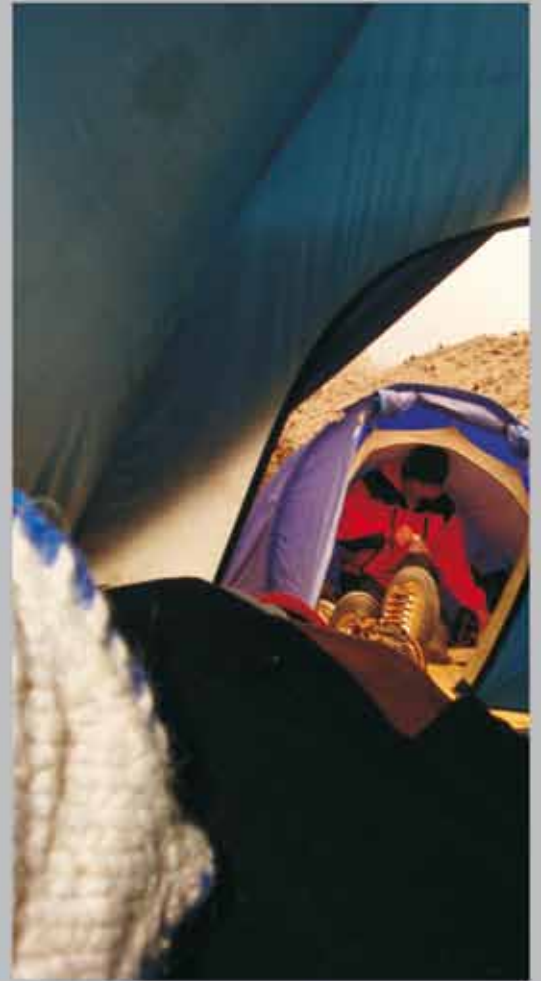


Tunja (Boy)



Zoológicos de Santa Cruz

Nevado d



"La actividad fotográfica conve
manipulación o dramatizaci
innecesaria, cuando no



Quipama (Boy)
Fotos. Halley Álvarez

El Cocuy



Funcional ha mostrado que una
ión surrealista de lo real es
en efecto redundante"

Susan Sontag

Fotos. Xue Bonilla



Plaza de Bolívar (Bogotá)



Plaza de Bolívar (Tunja)



Plaza de Bolívar (Tunja)

Fotos Maira García

Galería de Trabajos

Ilustración Digital



Cristian Plata



Otros Trabajos



Imagen Corporativa de Bocatón (bocadillo de tomate)

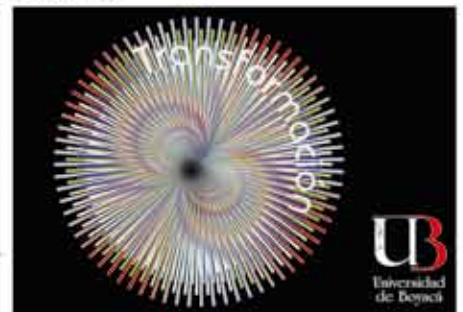


Pupitre Ambidestro



Surrealista Digital

Paola Arias



Estampilla 30 años U B

José Cruz



Sembrar, Un acto colectivo

Renovar es un proyecto de los estudiantes de Diseño Gráfico en el marco de Taller Editorial, donde el principal ejercicio es la elaboración de la revista *Logos*. Como es sabido uno de los factores que afectan el medio ambiente es la tala de árboles para la producción de papel, debido a esto nació el proyecto que busca contribuir a la conservación del medio ambiente y la mentalización de los seres humanos sobre la valoración de los recursos que nos ofrece la naturaleza.

Con este fin, el equipo de trabajo de la revista en su novena edición, unieron esfuerzos y pusieron en acción un plan de reforestación, una iniciativa encaminada a recuperar y a generar zonas verdes. La dinámica del proyecto consistió en la gestión que se hizo a *Corpoboyacá* donde se consiguió la donación de 60 árboles nativos para ser sembrados gran parte en el terreno destinado a la sede del campus deportivo y el resto en las zonas aledañas a la Universidad de Boyacá.

Las zonas verdes son indispensables para mantener un equilibrio ecológico, evitar la erosión del suelo y garantizar un mejor aire, es importante y necesario reconocer los derechos a la tierra como ser vivo, esto no debe ser un asunto sólo de las corporaciones gubernamentales encargadas del cuidado del medio ambiente; hoy, cuando la vida en el planeta está amenazada, es asunto de todos.

Restaurar ese pensamiento, esa cultura de estar en armonía y acorde con la naturaleza, es una prioridad y, como seres vivos que hemos recibido por muchos años su beneficio, es el momento de aportar, de estar al servicio de la naturaleza; que estemos en armonía con ese orden natural que nos permite existir para construir una sociedad verde y en armonía con la naturaleza.

Además, no hay duda que la siembra de árboles contribuye a embellecer nuestro entorno y garantizar el oxígeno para los seres vivos.



Acciones del dibujo

“El Comic”

Por: Sebastian Robayo

En la formación artística, el dibujo es utilizado como herramienta para plasmar el entorno que nos rodea lo cual nos permite desarrollar y estimular en el dibujo una buena técnica para un obtener estilo propio. Este artículo se enfoca en la figura humana (anatomía), como entenderla para poder reconocer la colocación correcta de los grupos de músculos primarios y así aprender la variedad de tipos de cuerpos y ajustar la postura correcta de acuerdo a la edad.

Se busca resaltar la importancia del dibujo de la anatomía humana en la búsqueda del estilo propio ya sea infantil, hiperrealismo, sub realismo, en fin llegar a una profesión de ilustradores digitales o tradicionales.

La nueva tendencia en el comic hoy en día esta enfocada hacia cuerpos más extremos cuyos músculos son más grandes y mas definidos que en la vida real (crear y proyectar poderosos) pero todo esto se ha

visto reflejado e influenciado de la moda, en la evolución del cuerpo en estos últimos años, en buscar la exageración del cuerpo como se ve en los casos de los concursos de fisicoculturismo, lucha libre, el hombre más fuerte del mundo; hombres metrosexuales; que buscan verse bien, en fin toda esta evolución del cuerpo se ve capturado y refeljado por el comic.

El mapa de altura es una guía para la proporción del tipo de cuerpo en el desarrollo de cualquier personaje que se quiere dibujar, se toman tipos diferentes de alturas en el comic, se empareja el tipo de cuerpo con la altura correcta, segun el requisito del personaje.

No va a ver a un héroe de cinco pies de alto en los comics, por consiguiente, se vuelve una ley no escrita. Así que un tipo medio es de 7 cabezas de alto. (La media de la persona en la vida real es aproximadamente 6 a 7 cabezas de alto, pero



Tipo medio

Héroe

todo es válido en la exageración de los cuerpos hoy en día es algo muy normal en los comics.) El héroe es más alto, se ve modificado a 8 cabezas de alto. Recuerde: el cuerpo más alto es el más grande en la comparación. Un cuerpo grande traduce más poder.

La próxima figura es el antihéroe (simplemente es similar a el tipo normal) y él entra en el rango de 10 cabezas de alto, Siguiéndolo un tipo de cuerpo muy popular, el bruto, a unas 12 cabezas de alto y el gigante va unas 15 cabezas de alto, ya que la cualidad mas destacada es que permanecen de mal humor, y son: tipo medio, héroe, antihéroe, el bruto y el gigante.

Simplificando el cuerpo

Líneas guías, contorno del cuerpo, es un bocetó de un área particular del cuerpo o si se puede todo el cuerpo

en general, una línea de guía con la cual podemos empezar nuestro personaje, la ayuda de visualizar y proponer bien nuestro dibujo.

Formas de cuerpos: los hombres además de la edad, altura y el tipo de cuerpo, se puede desarrollar también lo que define las características específicas. Mientras hay algunas figuras normales en los comics, lo que resalta de la figura humana es que el héroe y el bruto son sólo un tanto más adulados y estos se definen en una escala ya desarrollada que nos permite identificar los diferentes tipos según el personaje a desarrollar y son: el tipo medio, el tipo gordo, el bruto, el genio malvado, el héroe y el anti héroe.

Las Mujeres en los comics son demasiado atractivas como la luchadora, la atleta, la heroína pero sobre todo las villanas y más si son voluptuosas.

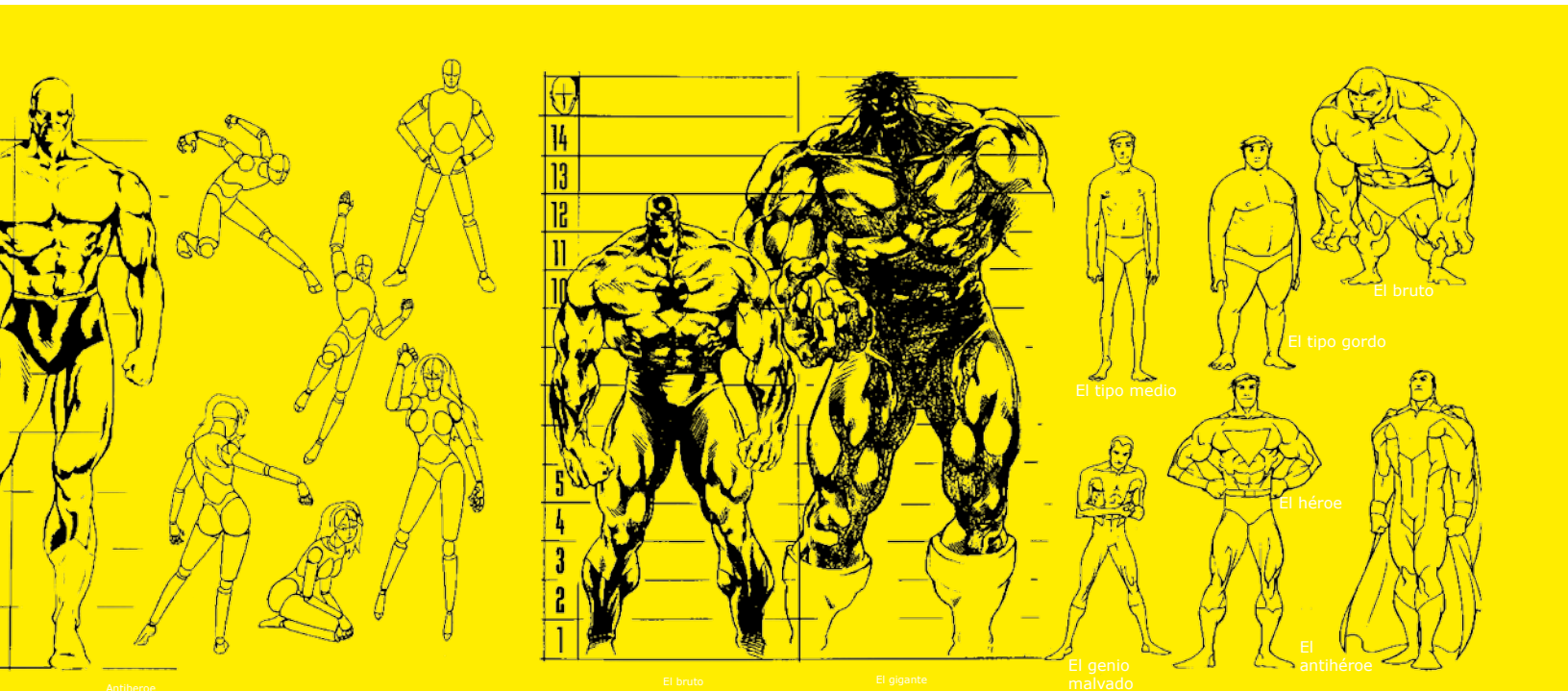


Figura No:2

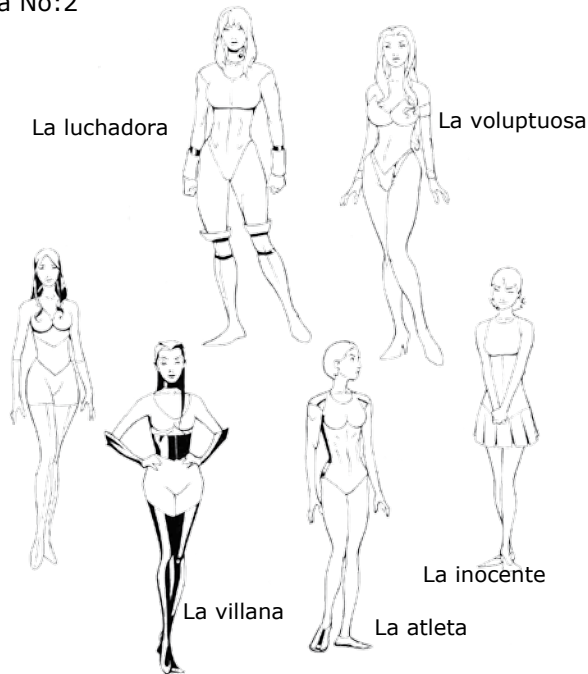
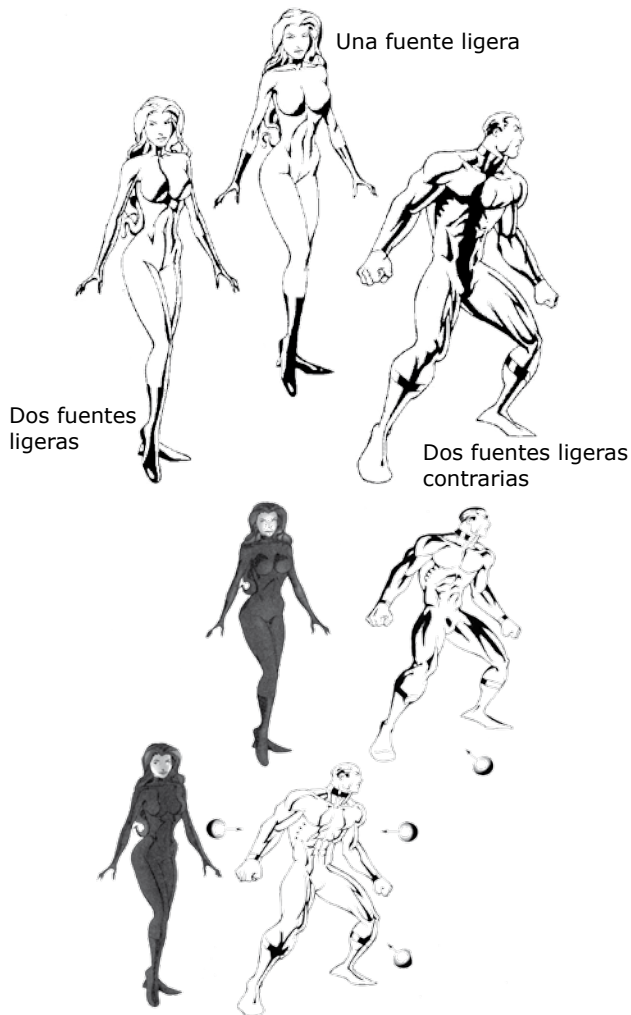


Figura No:3



Efectos de luz en el cuerpo

Cuando se ilustra una luz en un cuerpo, se agregan las sombras de drama a la imagen, las sombras agregan una mirada fresca y un borde más afilado. Se resaltan los contornos del cuerpo, en los hombres sobresalen los músculos y en las mujeres se pueden apreciar mejor las curvas, y cuando se quiere recrear un cuerpo de villano, la luz del sol se ilumina sobre la cabeza. Pero para crear las sombras más dramáticas, se debe introducir las fuentes más ligeras. Además, a veces variando la intensidad de las fuentes ligeras se logra un efecto malhumorado.

¿Las fuentes ligeras tienen que ser lógicas? ¿En otros términos, puede encender a alguien dramáticamente en una pizca del cuarto sólo con una fuente ligera arriba?, la respuesta es: sí, normalmente. Los lectores no piensan sobre dónde la luz viene y aceptará la fuente ligera como una interpretación figurativa de las emociones de una escena en un lugar como el efecto literal de luz de una bombilla que pega a un objeto.

No se puede luchar con tipos malos a menos que se tenga grandes bíceps y otros grupos de músculos trabajados exageradamente al igual que su personaje o héroe favorito. Simplemente se debe familiarizar cada grupo de músculos y entrelazarlos con el próximo grupo, y así sucesivamente.

El secreto de dibujar los cuerpos de los personajes más fuertes es hacer la cintura muy estrecha y las piernas grandes, los músculos más cortos y más compactos los del torso superior (pectorales y deltoides). Connotando así que parece crear las estriaciones (que vienen hacer las líneas largas de definición en los músculos más largos), y más delgadas de las piernas (el muslo).

Ya con esta guía se puede crear y desarrollar paso a paso un personaje al gusto del dibujante y se empieza con el maniquí o contorno del cuerpo con las líneas guías adaptándole la forma que se desee ya sea héroe, o villano, ya con la forma obtenida se le agrega los músculos al gusto acompañados de la luz y la sombra para darle volumen a los músculos y por último la aplicación de los colores sobre todo planos, vivos y fuertes.

Publicidad



ARTICULOS FINOS
PARA SU
HOGAR

Sábanas, Cobijas, Acolchados, Almohadas,
Toallas, Cojines, Juegos de Baño,
Pantallas, Electrodomésticos
Batería de Cocina

Calle 18 No. 11-23 - Teléfono: 7401081 Tunja - Boyacá



ADMINISTRACIÓN DE FINCA RAÍZ - ARRENDAMIENTOS
AVALÚOS - HIPOTECAS - VENTAS

Carrera 11 No. 19-90 Ed. Fonseca Of. 102 - Telefax: 7423667
Cel: 315 391 9639



“THE ENGLISH PATH CENTER”
“El sendero hacia el idioma inglés”

Aprenda hablar el idioma inglés con profesores nativos.
Se dictan los niveles A1, A2, B1, B2, C1, C2
Aprendizaje Garantizado

Cra. 11 No. 20-15, Of. 206 Tel. 7424661 Tunja - Boy.

Garcia & Garcia

Abogados Especializados

Ignacio Dartanian Garcia Russi

Penal	Civil	Laboral
Comercial	Familia	Administrativo

Carrera 11 No. 19-90 - Ed. Fonseca Off. 210 - Tel. 7440667 - Tunja
dagarciaabogado@hotmail.com

Raúl Fernando Munevar Villate

ARQUITECTO
USTA



WWW.INMOBILIARIAFIX.NET
Diseño - Construcción - Avalúos
arq.fernando@inmobiliariafix.net - cel: 3108141315



Motta Asociados LTDA.
CORPORACIÓN 4374965-51-8888888-8888

MANTENIMIENTO DE COMPUTADORES

RECAMBIO DE TODA CLASE
TONER - CARTUCHOS

CHIBCHA FNO. 17-26 C.C. ANAÑOS INT 103
TELÉFAX: 7400707 TUNJA - COLOMBIA
Cel: 314 491 185 e-mail: ramonmotta@comcast.net