

GRAPHIC

LETTERS

LA VIGENCIA DE LA
**ESCUELA
SUIZA**

EXPERIENCIAS

**LOVE
MARKS**

DESARROLLO DE
**SISTEMAS
GRÁFICOS**

ESPECIAL SOBRE

**REFERENTES
CREATIVOS**



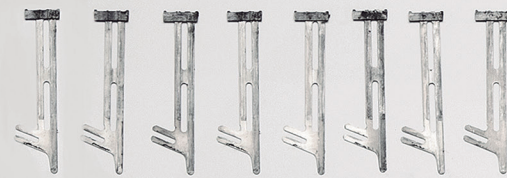
Stefan Sagmeister

EL CONCEPTO COMO FORMA DE VIDA

AÑO 4 / NÚMERO 47 / NOVIEMBRE 2018
ISSN: 0122-5189 VALOR 10.000 COP



EDITORIAL



“EL DISEÑO ES UN INTERMEDIARIO
ENTRE LA INFORMACIÓN Y EL
ENTENDIMIENTO.”

Hans Hoffman

Para comprender el panorama del diseño gráfico en la actualidad es necesario observar, tanto las raíces históricas que propiciaron sus orígenes, como las influencias contemporáneas que se manifiestan en las expresiones vigentes de este campo; el cual, si bien esta en constante formación y definición, también se nutre de un amplio legado de conquistas suministradas desde el arte, la comunicación, la psicología, entre otros escenarios, a partir de los cuales se construyó un conocimiento y una sintaxis que ha permitido establecer el diseño como una disciplina.

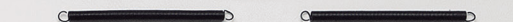
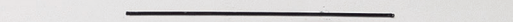
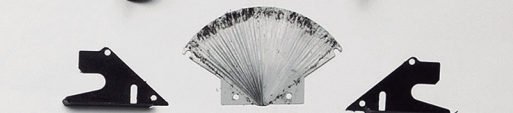
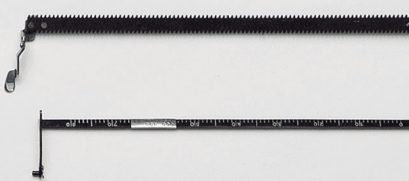
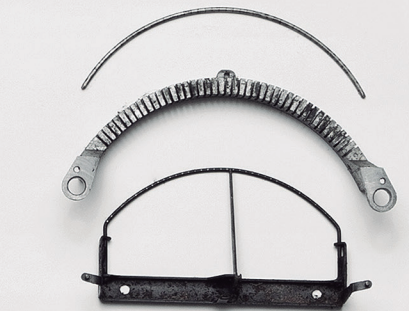
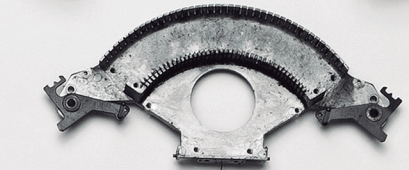
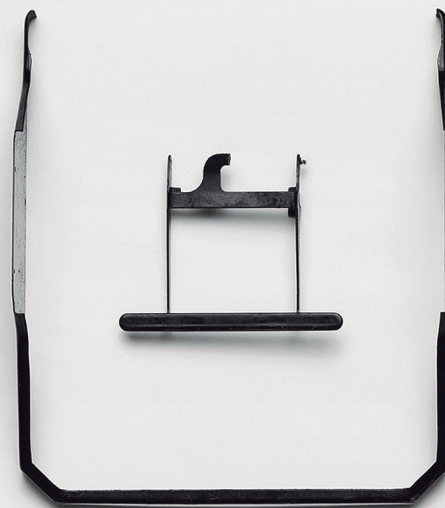
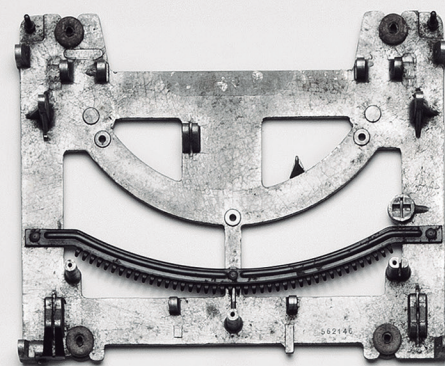
Por esta razón, la presente edición esta dedicada a realizar un recorrido a lo largo de múltiples fenómenos mediante los cuales es posible interpretar el lugar y las características en donde se sitúa la expresión gráfica de nuestros días.

A través de un viaje histórico, observaremos el surgimiento de la escuela Suiza (también llamada estilo tipográfico internacional), su legado y su vigencia en el escenario del diseño actual; conoceremos también algunos referentes creativos que marcaron la historia, junto con personalidades que sobresalen en la escena gráfica contemporánea. De igual forma, asistiremos a la manifestación de la tipografía experimental y el collage como tendencias que se destacan en la práctica actual; y por último conoceremos la relevancia que tiene la conceptualización en el proceso creativo, tanto para el desarrollo de estilos gráficos como para la creación de espacios y experiencias que contribuyen a la fidelización de los usuarios con las marcas.

Es un placer realizar junto a ustedes este viaje hacia la comprensión de un universo que, como Hoffman aclara, actúa de intermediario entre la información y el entendimiento.

Juan Escobar

DIRECTOR: Juan Fernando Escobar
EDITOR GENERAL: Laura Durango
PRODUCCIÓN: María Piedad Salazar
DIRECTOR DE ARTE: Carolina Rodríguez
DISEÑO: Juan Fernando Escobar



10

Tipografía

ALEX TROCHUT NOS HABLA SOBRE LA TIPOGRAFÍA COMO IDENTIDAD GRÁFICA DE UN PROYECTO



Ilustración

EL TEXTO Y LA IMAGEN SE CONJUGAN PARA CONTAR HISTORIAS EN LA ILUSTRACIÓN EDITORIAL



Branding

LOS ESTILOS GRAFICOS PERMITEN EXPANDIR EL CONCEPTO DE LAS MARCAS HACIA OTROS CAMPOS



Editorial

CONSTRUCCIONES EN COLLAGE SE CONVIERTEN EN TENDENCIA EN EL CAMPO EDITORIAL

12

29

ESCUELA SUÍZA

TAMBIÉN CONOCIDA COMO ESTILO TIPOGRAFICO INTERNACIONAL, FUE DESARROLLADA EN SUIZA EN LA DÉCADA DE 1950 Y TUVO UNA GRAN FUERZA Y REPERCUSIÓN DURANTE MÁS DE DOS DÉCADAS, LLEGANDO INCLUSO A TENER GRAN INFLUENCIA EN EL DISEÑO EN LA ACTUALIDAD

Por German Castro Caicedo

Algunas características del estilo son en la unidad del diseño lograda a través de la asimetría en la composición, el uso de una retícula tipográfica y una cuadrícula totalmente matemática. El estilo es asociado también a una preferencia por la fotografía en lugar de ilustraciones o dibujos y la inclinación hacia el uso de tipografías Sans serif que tienen hacia las formas geométricas.

Se presentaba la información basándose en la claridad, la legibilidad y la objetividad, usando tipografías sin serif como la Akzidenz Grotesk. Este uso de la tipografía reflejaba el espíritu progresista de la época. Algunos de los primeros diseñadores del Estilo Tipográfico Internacional presentaban la tipografía como un elemento principal además de su uso como texto, característica que da nombre al estilo. Los diseñadores del estilo tipográfico internacional definían el diseño como una actividad

socialmente útil e importante, y dejaban de lado la expresión artística y personal, y buscando una solución más científica y universal.

Sus inicios se remontan al De Stijl, la Bauhaus y las tipografías de los años 20 y 30. Los diseñadores suizos Josh Krlos, Théo Ballmer y Max Bill, estudiantes de la Bauhaus, crearon el nexo de unión entre el inicio del constructivismo en el diseño gráfico y la Escuela Suiza. Se inició en Suiza y Alemania y ejerció una gran influencia en el diseño de las décadas de los sesenta y setenta principalmente.

LEGADO

La eficiencia del movimiento se dejó notar sobre todo en países como Canadá y Suiza, en los que se necesitaban comunicar mensajes bilingües o trilingües, ya que permitía a los diseñadores presentar la información de manera coherente y unificada. El gran responsable de las características de este movimiento fue Ernst Keller.

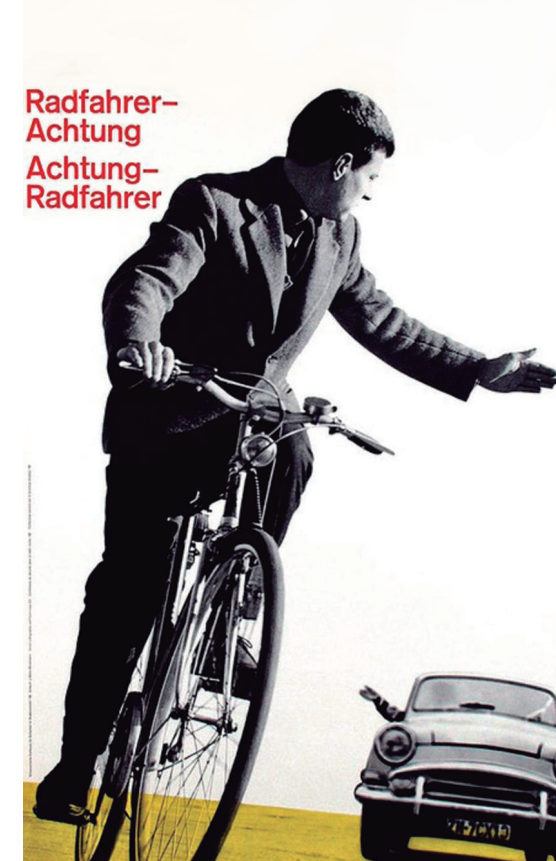
En Suiza, país donde se habla el alemán, italiano, francés y romanche, surgió la necesidad de formatos multilingües y claridad comunicativa para trascender las barreras del idioma, y el nuevo diseño gráfico desarrollado en Suiza ayudó a satisfacer estas necesidades. Sus principios se basan en los ideales del modernismo y constructivismo: buscar la sencillez y el orden bajo la reducción de ornamentos, priorizando la comprensión y organización por encima de los demás factores.

CARACTERIZACIÓN

Por tanto el estilo suizo se caracteriza por la presentación objetiva de la información (visual y verbal) de forma clara mediante el uso de una retícula modular que permite la composición asimétrica de los elementos de diseño. Además, la maquetación del texto en bandera con tipografía sans serif, se convirtió en la protagonista de los impresos frente al justificado tradicional en bloque que venía empleándose en las publicaciones. El diseño debía dejar de lado toda expresión artística y personal para mostrar una solución más científica y universal apoyándose por tanto en el empleo de la fotografía en blanco y negro en lugar de usar ilustraciones.

Con este objetivo de realizar diseños funcionales caracterizados por la limpieza, legibilidad y objetividad, se creó la necesidad de una tipografía limpia y de palo seco que causara mayor impacto en las piezas gráficas. Una de las principales influencias de este movimiento fue la Escuela Bauhaus donde se originó este cambio tipográfico utilizando los elementos gráficos básicos como el cuadrado, el círculo y el triángulo. De entre los estudiantes de la Bauhaus, Max Bill fue uno de los principales enlaces entre el primer diseño gráfico constructivista y el nuevo movimiento, utilizando en sus obras gráficas la proporción matemática, la división espacial mediante retículas, elementos geométricos simples, colores planos y tipografía sans serif. Otra de las influencias que tuvieron gran repercusión en el posterior desarrollo de la tipografía en Suiza fue la Nueva Tipografía de Jan Tschichold y Paul Renner, creador de la tipografía geométrica llamada Futura.

Radfahrer Achtung, 1958. Josef Müller-Brockmann



Poster para concierto de Beethoven. Josef Müller-Brockmann

Con estas aportaciones y la creciente demanda de tipografías sans serif junto con la popularidad que en los diseñadores del estilo suizo alcanzó el tipo Akzidenz Grotesk (creado por Berthold en 1896), aparecen tres grandes tipografías: la Folio (diseñada por los alemanes Walter Baum y Konrad Bauer), la Univers (creada por el suizo Adrian Frutiger), y la Helvética (creada por el también suizo Max Miedinger) que, libres de las formas geométricas, se caracterizan por sus formas bien definidas, la homogeneidad del trazo, su contraste entre blancos y negros junto con la ausencia de remates, consiguiendo uniformidad en la mancha de texto.

La mayoría de estas familias se crearon con una completísima gama de matices tanto para versiones redondas como cursivas, con variaciones de anchura (expandidas y condensadas) y variantes en el grosor del trazo (finas y negras), proporcionando una multiplicidad de opciones para el diseño.

Se caracterizan por sus formas bien definidas, la homogeneidad del trazo, su contraste entre blancos y negros

En el Estilo Tipográfico Internacional, el cartel fue uno de los elementos gráficos más representativos en el mundo del diseño, mostrando gran innovación: se descubre una manera potente de comunicar sin necesidad de sobrecargar el formato de ornamentos u otros elementos. Siguiendo las normas del estilo, la retícula está siempre presente organizando los distintos elementos de diseño y otorgando estructura y estabilidad a la diagramación, pero el elemento más importante dentro de estos carteles es la tipografía y el juego que se hace con ella, la cual adquiere un gran protagonismo dentro de la realización de carteles informativos y de publicidad a utilizándose en cuerpos grandes, alcanzando tal eficacia en la comunicación que la mayoría de los carteles eran completamente tipográficos, en blanco y negro, en donde la distribución de las formas, el manejo de los espacios vacíos y la jerarquización eran factores determinantes que otorgaban ritmo, dirección y orientación a las piezas gráficas.▲

TIPOGRAFÍA

ALGUNOS DISEÑADORES SE HAN ENFOCADO EN “EXPERIMENTAR” CON LA TIPOGRAFÍA PROPONIENDO COSAS DISTINTAS, LOS RESULTADOS MUCHAS VECES SON ARTÍSTICOS, ESTÉTICOS, INÉDITOS O SIMPLEMENTE DIFERENTES A LO QUE ESTAMOS ACOSTUMBRADOS A VER FORMALMENTE

Por Mauricio Acosta Zapata

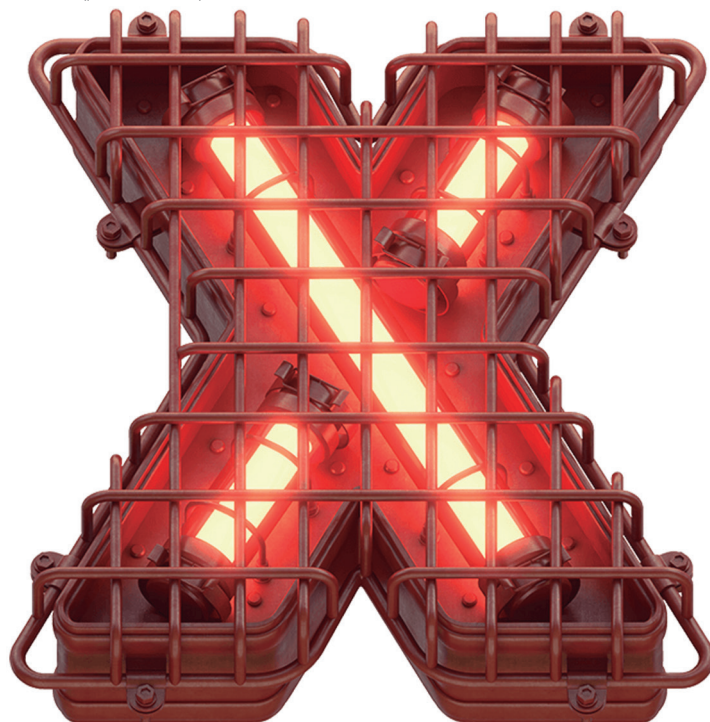
Para hablar de experimentación formal es necesario hablar de la forma y su configuración. Autores como Jesús Solanas mencionan que la forma es la apariencia que poseen las cosas, que las configura y distingue en un sentido material; mientras que Rudolf Arnheim, en el sentido perceptual, resalta que la forma de un objeto no viene dada sólo por sus límites: el esqueleto de fuerzas visuales creado por los límites puede influir, a su vez, en el modo en que éstos son vistos. Por otra parte, Luis Rodríguez señala que las primeras reflexiones sobre la forma, apuntan al siglo I con Vitruvio, en su obra Los diez libros de la arquitectura, donde enuncia tres principios fundamentales que fundamentan el proceso de dar forma a un objeto: Utilitas (referido a la utilidad o

función del objeto), Firmitas (referido al proceso de construcción) y Venustas (entendido como la relación de tipo espiritual y de placer que el objeto tiene con el hombre). La relación que se da entre estos tres elementos, Utilitas, Firmitas y Venustas, permiten comprender esa configuración de la forma en términos generales y de manera particular, es la base para entender la forma tipográfica y los elementos principales que constituyen su sintaxis, tema fundamental que se desarrollará a continuación.

LA FORMA TIPOGRÁFICA

Con base en lo anterior y con la finalidad de explicar la configuración de la forma tipográfica, estos tres elementos son interpretados de la siguiente manera: Utilitas, como la función; Firmitas, como la técnica y Venustas como la expresión. Estos tres aspectos se interrelacionan a partir de componentes específicos, por ejemplo en la expresión, que se compone de estructura, proporción, textura, color, entre otros aspectos que remiten en primer término a una denotación, manifestando su aspecto físico; en segundo término, a la connotación, que alude a lo que la forma significa, a partir de lo que es físicamente. En el caso de la función, en este

Alarmlight Font diseñada por Datskov Store



planteamiento se entiende como la finalidad y uso que se le asigna a esa forma tipográfica. Finalmente, en lo que corresponde a la técnica, ésta se refiere a los aspectos necesarios para la materialización de la forma, que en este caso específico son las herramientas, los soportes y los materiales con los que se hace la tipografía.

Por lo anterior, es importante señalar que la forma tipográfica es el resultado de la suma de los aspectos que atienden a la función, la expresión y la técnica, en donde estos dos últimos aspectos son fundamentales para su materialización como forma tipográfica, dado que en ellos se concentra una fase de experimentación formal, a través de procesos que implican ir más allá de los modos tradicionales en el diseño de la letra. En la actualidad, los procesos y métodos del diseño tipográfico se enfocan en la forma resultante, dando prioridad al resultado, pero con ello restan importancia al proceso de diseño. Por lo tanto, es posible plantear una alternativa basada en la experimentación, donde esa exploración formal permita llegar a entender cómo es la letra, para descubrir otras maneras de desarrollarla.

La forma tipográfica es el resultado de la suma aspectos que atienden a la función, la expresión y la técnica

Actualmente en el campo de la tipografía y seguramente en muchos otros campos del diseño, el término experimental se utiliza de manera indiscriminada, esto lo podemos observar en una vasta cantidad de revistas, libros, blogs, foros, etcétera, donde comúnmente se utiliza este término para nombrar algo nuevo, algo no convencional o nunca antes visto. Pero, ¿qué significa la palabra experimentar?

EL SENTIDO DE LA EXPERIMENTACIÓN

Experimentar se refiere a examinar de forma libre la virtud y propiedades de una cosa u objeto y sirve para descubrir, comprobar o demostrar fenómenos o principios. Como método es utilizado para probar una idea o un conjunto de acciones destinadas para corroborar una hipótesis. Es un orden manifestado en una serie de pasos para alcanzar la verdad, de tal modo que con ello se alcanza el fin propuesto o se alcanzan inclusive otros conocimientos que no se habían contemplado con anterioridad. y se expanden los límites de comprensión de un elemento. ▀



Proyecto académico Tipografía Experimental. Juan Fernando Escobar

PROYECTOS REALES

DESCONSTRUCTA Proyecto de autor que utiliza el concepto de deconstrucción formal de la letra a partir de su sonido. Para este caso se utilizó como base la fuente tipográfica Heatschweiler, trazando una retícula a partir de las proporciones matemáticas de la tipografía, para establecer las partes por fragmentar. Se analizó el sonido del vocablo, para traducir su intensidad y tiempo en el diferentes niveles de fragmentación, como puede observarse en el siguiente esquema.

MINIBLOCK Esta fuente tipográfica es otro caso de autor en el que se experimenta con el espacio ente líneas y entre caracteres, resultando una fuente tipográfica basada en módulos rectangulares, que se ensamblan de manera horizontal y vertical, creando una textura compleja.

EXPERIMENTAL

ALEX TROCHUT



LA TIPOGRAFÍA SE CONVIERTE EN UN ELEMENTO DE EXPRESIÓN GRÁFICA EN SUS PIEZAS, CONSERVANDO RASGOS COMUNES COMO LA FUSIÓN ENTRE GEOMETRÍA Y FORMAS FLUIDAS

Por Carlos Rodríguez Gutiérrez

Trochut lleva el diseño y la tipografía grabados a fuego en el ADN. Y es que 'de casta le viene al galgo', puesto que su abuelo, Joan Trochut, al que por cierto nunca conoció, fue un respetable tipógrafo allá por los años 40. Sus creaciones conocidas internacionalmente han catapultado al joven diseñador gráfico catalán hasta convertirlo en toda una referencia para los estudiantes y profesionales de la materia.

Tras cinco años de aventura en solitario, llega 'More is More', el primer libro que recopila la experiencia de Alex como free lance "no quería que fuera un álbum de cromos" afirma Trochut, un libro en el que sólo se enumeraran sus trabajos, un mero catálogo. Por eso nunca antes se había atrevido a dar el paso y aceptar el proyecto. "Cuando mi amigo, -también diseñador-, Dani Navarro me propuso hacer un libro, dudé, porque es algo que perdura en el tiempo, algo más". Ambos vieron que había más cosas que contar y se embarcaron de lleno en el proyecto.

Pero el diseño entró en su vida mucho antes, casi sin darse cuenta, por instinto. "De niño ya consumía mucha imagen, pero no entrené demasiado la mano, fue de adolescente cuando pude dar cabida a algo creativo".

Era una cuestión de necesidad "la de poder expresarse" afirma. Alex reconoce que esas ganas de expresarse le llevaron a pensar en el diseño gráfico como vía de escape.

El diseño entró en su vida mucho antes, casi sin darse cuenta, por instinto

Ese instinto que ya tenía de pequeño le sirvió para elegir bien en cada momento y hacer siempre lo que realmente le gusta.



Si no hubiera funcionado lo de ser diseñador, Alex cree que "hubiera sido cocinero o músico, el caso es estar siempre creando", afirma divertido. Porque cree que lo importante es meterle pasión y amor a todas las cosas que se hacen en la vida.

Sin duda lo de crear lo lleva en la sangre, al igual que su vena barcelonesa. Sus trabajos llevan mucho de la ciudad condal, la que le vio nacer y convertirse en lo que es hoy. Y para entender lo que hace, hay que mirar por el prisma que la Barcelona más artística ofrece. Por eso en 'More is More' ha querido realizar un tributo, "un homenaje" a todas las influencias recibidas. Desde el arte más mediterráneo de Dalí, Picasso y Miró, pasando por el arte geométrico de Vasarely, el legado de su abuelo, la infancia de los cómics y cromos, hasta la música, una de sus pasiones confesables, a través de un encuentro con el músico James Holden, referencia europea de la música electrónica.

ENCUENTRO CONSIGO MISMO

A la hora de trabajar Trochut reconoce que necesita "buscar momentos de concentración" porque es en el silencio de su estudio donde verdaderamente se encuentra consigo mismo. Trabaja solo, sin contar con otros diseñadores, porque le gusta hacer las cosas a su manera, además se siente como "un artesano digital", porque el ordenador es su única herramienta, aunque su metódica a la hora de trabajar mantiene en esencia la técnica tradicional, la del lápiz y el papel. Reconoce que le gustaría introducir alguna vez estas herramientas en su método de trabajo quizás para obtener un resultado más humano, "donde sé de cabida al error, a las sorpresas". Pero el control sobre el trabajo realizado y la limpieza de la pieza que le proporciona la herramienta digital, le tienen completamente atrapado.

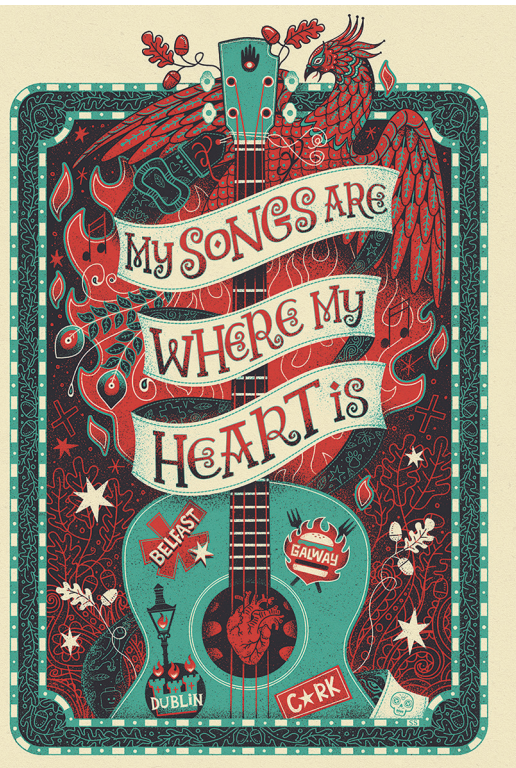
Lo que si resalta Trochut es aclarar que "el diseño no es arte, para mí es comercializar una manera de expresarse", el arte no tiene en cuenta el consumismo, es un estado superior".



Izquierda Proyecto LOOI Cities / Arriba Proyecto Numbers Lettering Exploration / Derecha Proyecto Transport of London

Pero reconoce que a veces "puedes ver arte que es una mierda y diseño muy bueno" y al revés. Aunque de momento pensar en hacer arte le queda grande, pero espera que algún día pueda "tener un discurso propio".

Alex le debe a Internet mucho. Cuando abrió su página web su popularidad creció como la espuma, convirtiéndose en un gran conocido del diseño gráfico a nivel mundial y un referente para los estudiantes y profesionales de esta disciplina, además él confirma que si algo bueno tiene la red, es que siempre encuentras aquello que buscas y puedes interactuar con ideas emergentes en cualquier lugar del planeta "Tu trabajo llega allí donde gusta, y esto es una suerte, no tienes que desplazarte" afirma. **T**



Proyecto Ed Sheeran

STEVE SIMPSON

LAS OBRAS DE ESTE ILUSTRADOR SE CARACTERIZAN POR HACER ALUSIÓN AL ARTE POPULAR POR LA REPRESENTACIÓN APROPIACIÓN DE ELEMENTOS ICONOGRAFICOS DE SIGLO XX

Por Rodrigo Aguilar Uribe

Nacido en Irlanda, Steve Simpson es un artista gráfico destacado por sus alegres ilustraciones en las que juega con la creatividad y el humor. Con más de treinta años de carrera, ha trabajado para diversas marcas como Absolut, Heineken, Vodafone, 7up o Guinness, entre otras. Gracias a su excelente trayectoria profesional y a su particular estilo, Steve Simpson ha conseguido numerosos galardones que lo distinguen en el campo de la ilustración y el diseño.

ILUSTRACIÓN Y ANIMACIÓN

Su andadura en el campo de las artes visuales comenzó en la década de los 80, cuando se inicia estudiando 'Técnicas de Ilustración'. Su primer trabajo estuvo relacionado con la animación para series de televisión, profesión a la que se dedicó durante siete años. Más tarde

se inicia como ilustrador y diseñador freelance, desarrollando un estilo personal e innovador que ha ido perfeccionando hasta la actualidad.

Las obras de Steve Simpson se caracterizan por la utilización de colores retro vintage, la alusión al arte popular y la representación de dibujos animados del siglo XX. Las influencias palpables en sus ilustraciones están vinculadas a la cultura inca, el folclore sudamericano y la celebración mexicana del Día de Muertos. También recurre, aunque en menor medida, a la inclusión de elementos provenientes de las tradiciones asiáticas y africanas.

TIPOGRAFÍA ILUSTRADA

En los procesos creativos de Steve Simpson predominan las técnicas tradicionales, a las que aplica ideas y conceptos novedosos. Un ejemplo de ello es el lettering, técnica manual

que emplea en sus ilustraciones para integrar tipografías divertidas y desordenadas. Los recursos tipográficos están presentes en prácticamente todas sus ilustraciones.

Las influencias en sus ilustraciones están vinculadas a la cultura inca y el folclore sudamericano

Steve Simpson ha participado en varios proyectos a escala internacional. Entre ellos, '#On-the-draw', proyecto desarrollado por Turismo de Canarias en 2014 y en el que siete ilustradores de renombre representaron la esencia de cada una de las islas. En el caso de Steve Simpson, reflejó el carácter de La Palma siendo fiel a los aspectos que caracterizan su estilo artístico.



Proyecto Jameson LE Label

códigos de barras. En sus obras se puede ver una clara influencia del arte de los pósters y cómics de los años 50 y 60. Además, él siempre dice que quiso ser ilustrador desde que vio a su tío, un dibujante de cómics, trabajar. Porque es su pasión, si veis alguna entrevista de él, le escucharéis decir que para él no hay nada mejor que sentarse todo el día delante de una mesa y dibujar, vamos, no puede pensar en hacer otro trabajo a parte de ese. De hecho, no deja de trabajar en papel hasta que tiene el dibujo perfecto o casi perfecto y después pasa a trabajar en Photoshop, en donde realiza el proceso de pintura digital.

En la actualidad, en su carrera como freelance, realiza ilustraciones de un estilo más personal donde predominan los colores brillantes a modo de ilustración de caricatura. Es un estilo es bastante reconocible ya que recurre a elementos comunes como los colores retro vintage, las referencias al arte popular y los dibujos animados de mediados de siglo XX.

IDENTIDAD E IMAGINARIO

Dentro de sus influencias destaca el folclore de sudamericano: los elementos provenientes de los Incas, los Chachapoyas en Perú y, particularmente, el imaginario que gira entorno al Día de los muertos, la fiesta popular mexicana. Steve Simpson también encuentra inspiración en otras culturas como la asiática, la africana e incluso la más cercana al ilustrador, la cultura Celta.

El proceso de trabajo de Steve Simpson es similar al que realizaban los creativos de mediados del XX en agencias de publicidad; procesos en los que se empleaban técnicas manuales como el lettering. Además, le gusta estar presente en todo el proceso de creación de un proyecto, sobre todo en los de packaging, donde hay en juego tantos elementos a tener en cuenta dentro del diseño como los



Proyecto Good Red Herring - jacket

CIGARRA

SHAUN TAN



Portada del libro Cigarra, escrito e ilustrado por Shaun Tan

LA ILUSTRACIÓN EDITORIAL SE DEFINE COMO LA IMAGEN O COMPONENTE GRÁFICO QUE COMPLEMENTA O REALZA UN TEXTO; DE UN LIBRO, REVISTA O PUBLICACIÓN EDITORIAL.

Por Eduardo Munera Cadavid

Las ilustraciones son imágenes asociadas con palabras, esto significa que podemos producir imágenes que llevan un mensaje. Se trata de un movimiento relativamente moderno. En sus primeros momentos tuvo mucho que ver con la pintura de caballete, con la decoración arquitectónica y con los dibujos realizados para las revistas ilustradas. El uso cotidiano de la ilustración ha sido básicamente el de la publicidad, prestándose a hacer anuncios de cualquier tipo de producto, a decorar la portada de un libro, un cómic, de un juego de ordenador, o a hacer aparecer la imagen descrita en un libro de cuentos.

Entendemos por ilustración, en términos generales, cualquier obra dibujada con acuarela, tinta china a plumilla, óleo y prácticamente cualquier otra técnica artística, con características parecidas o iguales a las del cartel y el cómic. La ilustración se muestra llamativa hacia el espectador para que compre por ejemplo un cómic o un libro simplemente por la portada. Con una composición ordenada armónicamente para que los distintos elementos del dibujo lleven a una correcta y rápida lectura de la obra.

ELABORANDO UNA DEFINICIÓN

Según ilustrador y dibujante de cómics argentino Oscar Chichoni: "En un cierto género de pintura se plantea un hecho prevalentemente estético, donde la composición y el uso del color suelen tener una preponderancia sobre

ILUSTRACIÓN

EDITORIAL

Ilustración interior libro El árbol rojo, escrito e ilustrado por Shaun Tan



Detalle ilustración interior libro Las reglas del verano escrito e ilustrado por Shaun Tan

la anécdota. En la ilustración, en cambio, existe siempre una carga narrativa más evidente y directa. Por lo tanto creo que una ilustración es una suma de calidad estética, buena técnica y originalidad narrativa". los cuales según él se conjuntan para construir una historia visual que, en conjunto con el texto, reacciona el imaginario del lector, el cual asiste a una experiencia narrativa multisensorial.

La ilustración es un campo fantástico donde puede desarrollarse un arte figurativo de altísima calidad y con un amplio espectro de modalidades. Cada artista puede ejercerlo a su manera; desde el clásico concepto de la ilustración como interpretación visual, generalmente de un escrito, a la libre creación de un universo propio de un terreno tal vez más cercano a la pintura.

Una ilustración es una suma de calidad estética, buena técnica y originalidad narrativa.

En una organización editorial el director de arte es el que se encarga de buscar al ilustrador que mejor se acople al proyecto. Después de haber revisado los portafolios de ilustración escoge a un ilustrador a quien le encomienda el trabajo y el cual sigue un proceso que inicia en el análisis del tema, después toma lápiz y papel para trazar las primeras ideas y hacer todas las combinaciones posibles para presentarlas al director de arte. El director de arte se encarga de guiar al equipo de diseño y coordinarse con el director de edición.

SHAUN TAN



Perth, Western. Australia

Es un artista y escritor caracterizado por usar como medio fundamental de expresión el álbum ilustrado. Shaun comenzó dibujando y pintando imágenes para revistas de horror y ciencia ficción de distribución local mientras era un adolescente, y era conocido como el 'buen dibujante' en su escuela secundaria. Desde ese entonces ha sido conocido por libros ilustrados que se relacionan con aspectos sociales, políticos e históricos, expresados de forma surreal, o como el describe 'sacados de la imaginación de un niño'. Algunas de sus obras más famosas son Los Conejos, El Árbol Rojo, Reglas del verano, y la galardonada novela The Arrival, que se destaca por no poseer ninguna palabra.

LOVE

LAS MARCAS EN LA ACTUALIDAD BUSCAN DESARROLLAR PRODUCTOS Y EXPERIENCIAS CAPACES DE GENERAR VÍNCULOS EMOCIONALES, PROFUNDOS Y DURADEROS

Por Benjamin Alvarez Roldan

El camino recorrido desde los productos a las trademarks y de las trademarks a las marcas ha tenido un profundo impacto sobre la forma en la que las empresas se han relacionado con los consumidores. Y viceversa. Cada paso en este camino ha acercado a los consumidores a las empresas que producen los bienes y servicios que necesitaban. Con cada paso, el diseño, la calidad, el precio, la practicidad, la accesibilidad, la innovación y la seguridad han estado más cerca del consumidor. Al principio, un producto apenas se distinguía del otro. Los negocios se hacían en familia. Acertar en las elecciones era fácil.

Pero incluso en ese rudimentario sistema comercial basado en el trueque, las trademarks aparecieron muy pronto. Hay trademarks, o sellos de garantía, en cerámica de Mesopotamia del año 3000 a. C. Desde un punto de vista empresarial, las trademarks son una gran herramienta defensiva. Proporcionan protección legal para las cualidades únicas de productos y servicios, y comunican nuestros intereses. Las trademarks delimitan nuestro territorio como empresa ante la de manda de los usuarios.

Sin embargo, desde el punto de vista de los consumidores, lo importante es la garantía que ofrecen las trademarks ("Esto tendrá la calidad por la que voy a pagar"). Para ambas partes, empresas y consumidores, las trademarks son símbolos de continuidad en un entorno plural y diverso en constante cambio, transformación y movimiento como loes la posmodernidad.

las trademarks son símbolos de continuidad en un entorno plural

La historia de las trademarks está plagada de nombres propios que fueron famosos y que hoy se han convertido en genéricos. En algunos países, los nombres de productos como Rollerblades o Walkman han sido aceptados como nombres propios que designan los patines en línea o reproductores de música portátiles.



MARCS

Ser propietarios de una trademark no siempre nos garantiza la diferenciación, pero nos ayuda mucho a comenzar con buen pie. A lo largo del siglo XX, algunas de esas trademarks se han convertido en iconos imperecederos.

Así, la clásica botella de Coca-Cola fue diseñada en 1915 y registrada como marca en 1960.

Las historias que se cuentan sobre su diseño son fantásticas y llenas de derivaciones misteriosas. No obstante, vivimos en plena economía de la atención. La gente está sobrepasada ante la cantidad de elecciones que tiene que hacer. Nuevos lanzamientos de productos

y nuevas y mejores extensiones de líneas de productos surgen cada día y reclaman nuestra atención. La información con la que nos bombardean es excesiva.El gran viaje desde los productos hacia las trademarks y desde las trademarks hacia las marcas ha terminado. Las trademarks y las marcas son requisitos mínimos. Ambas son útiles en la búsqueda de diferenciación y vitales para la supervivencia, pero no son lo que nos hará ganar la partida, las emociones son un recurso ilimitado: siempre están ahí, esperando a que las estimulen con nuevas ideas, nuevas inspiraciones y nuevas experiencias.

Los seres humanos andan a la búsqueda de nuevas conexiones emocionales: cosas en las que creer y poder amar

CONEXIONES EMOCIONALES

El tejido social es mucho más débil que nunca. Los seres humanos andan a la búsqueda de nuevas conexiones emocionales: cosas en las que creer y poder amar. Nuestras expectativas son mucho más elevadas y necesitamos más energía emocional que nos ayude a tomar nuestras decisiones. Y, sobre todo, queremos más y mejores formas de poder establecer conexiones con todos los aspectos de nuestras vidas, incluyendo las marcas.

Es importante conectar con las nuevas realidades de las emociones. Tenemos que averiguar qué significan para nosotros. Cómo afectan a nuestro comportamiento. Y en consecuencia, empezar a hacer las cosas de forma diferente. Las emociones son una espléndida oportunidad para entrar en contacto con los consumidores. ■

TOP 5 MARCAS MÁS VALIOSAS

Cifras en millones de dolares

245.000	Google
235.000	Apple
143.000	Microsoft
139.000	Amazon
130.000	Facebook

Fotografía Joao Tzanno



ESPA CIOS SON COPERTOS

LOS PROCESOS DE CREAR EXPERIENCIAS A TRAVÉS DEL DISEÑO DE ESPACIOS ABORDAN ASPECTOS COMO LA PSICOLOGÍA AMBIENTAL, LA ARQUITECTURA, EL DISEÑO INDUSTRIAL, LA INGENIERÍA Y EL DISEÑO GRÁFICO

Por Juan Arturo Puerta

Diseñar espacios interiores es una práctica creativa que analiza la información programática, establece una dirección conceptual, refina la dirección del diseño, y elabora documentos gráficos de comunicación y de construcción. Los diseñadores de interiores se pueden especializar en una determinada disciplina de diseño interior, como el diseño residencial y comercial, desarrollando así varias habilidades y áreas especializadas de diseño como la hospitalización, el cuidado de la salud y el diseño institucional. En jurisdicciones en donde la profesión está regulada por el gobierno, los diseñadores deberán poseer extensas calificaciones y demostrar su competencia

en todos los ámbitos de la profesión, y no sólo en una especialidad. Es preferible que los diseñadores obtengan los certificados de especialidad de organizaciones privadas.

ESPECIALIDADES

Los diseñadores de interiores que también posean una especialidad medioambiental en el diseño de soluciones, para construcciones sostenibles podrán obtener una acreditación para este ámbito presentándose al examen del Leadership in Energy and Environmental Design (LEED). El único límite de las áreas de especialidad que engloban a los diseñadores de interiores es la imaginación y continua-

AppNexus's Office. Agatha Habjan



Proyecto COMUNAL CO-WORKING. Agencia DA-LAB y SED ESTUDIO

mente están creciendo y evolucionando. Con el aumento del crecimiento de la población, un objetivo en alza se encuentra en el desarrollo de soluciones para mejorar el entorno doméstico de la población anciana, teniendo en cuenta los problemas de salud y de accesibilidad que pueden afectar al diseño. Se está tomando cada vez más conciencia de la habilidad de los espacios interiores para crear cambios positivos en la vida de las personas, por lo que el diseño interior se ha convertido también en relevante para este tipo de apoyo.

Se está tomando cada vez más conciencia de la habilidad de los espacios interiores para crear cambios positivos

Independientemente del tipo de construcción el proceso de diseño es el mismo. El primer paso es determinar los objetivos del cliente, plazos y presupuesto. El objetivo final es casi siempre mejorar los ingresos del cliente - incluso en los hogares se tendrá en cuenta el valor de reventa de la casa. El diseñador presenta luego una propuesta que esboza el concepto de diseño y el costo para realizarlo. Se especifica si además del diseño se procurarán amoblamientos, bienes o la dirección y gestión de obra y se diferencian los costos o márgenes de estos servicios.

DEL SKETCH AL ESPACIO

Esbozos y dibujos del diseño son necesarios antes de proceder a realizar cualquier trabajo, estos son estudios detallados del espacio existente. El primer paso una vez encargado el proyecto será la creación de estos dibujos si es que no existen. Hoy en día, los diseñadores utilizan el diseño asistido por ordenador (planimetría CAD), a pesar que los bocetos hechos a mano son todavía valorados por su "personalidad". CAD es un programa usado para comunicar soluciones de diseño realista en vistas a varios ángulos. Este programa optimiza el trabajo y elimina muchas horas de dibujo a mano. Tras el estudio y trabajo de dibujo, los conceptos iniciales son presentados al cliente para su aprobación. Si se aprueba se realizan los planos de planta y, a continuación, las especificaciones de todas las modificaciones, acabados y mobiliario.

DISEÑADORES DE INTERIORES DESTACADOS



Philippe Starck
Paris, Francia
Diseñador industrial



Kelly Hoppen
Johannesburgo, Sudáfrica
Diseñadora de interiores



Marcel Wanders
Boxtel, Países Bajos
Arquitecto



Victoria Hagan
New York City, USA
Diseñadora de interiores

SISTEMAS

CUANDO HABLAMOS DE SISTEMA GRÁFICO, NOS REFERIMOS A UN CONJUNTO DE PIEZAS QUE SE ARTICULAN PARA COMUNICAR UN MENSAJE, CADA UNA CON UNA FUNCIÓN PARTICULAR, PERO TODAS RESPONDIENDO A UN OBJETIVO TOTAL

Por María Cecilia Jaramillo

En el mundo del diseño, al igual que en las demás disciplinas, los sistemas son una forma de construir un enunciado a partir de la interconexión de elementos singulares, los cuales, además de portar una intención particular, deben compartir un lenguaje estético con los demás elementos del sistema, permitiendo de esta manera proporcionar al usuario elaborar una construcción mental a partir de información específica que converge hacia un mismo objetivo.

Para el diseño de un sistema gráfico es necesario establecer un concepto que pueda ser graficable, el cual, al ser plasmado, se convierte en el lenguaje común a través del cual se identificará visualmente el sistema. El valor de los sistemas gráficos reside en la capacidad de dar identidad a una campaña, producto, marca, evento o cualquier contexto donde se emplee, permitiendo la modulación temática a partir de los elementos estéticos que se desarrollen en cada práctica.

DESARROLLO DE UN LENGUAJE

Los sistemas gráficos están compuestos por colores, texturas, tipografías, formas, imágenes, ilustraciones, fotografías, iconos, rejillas, modulaciones, patrones, manejo de espacios vacíos, entre otros elementos gráficos que pueden ser diseñados para otorgar un carácter diferencial que identifique el motivo al que se le aplica el sistema.

Como Karl Gerstner decía "un sistema es más que una simple suma de partes, son las partes, sus funciones individuales y sus relaciones intrínsecas", de esta manera cada uno de los elementos debe establecer un diálogo tanto formal como conceptual con el conjunto al que pertenece, otorgando tanto información adicional como la posibilidad de comprender el mensaje global.

Proyecto Traditional 7 Coffee. Agencia Studio—JD



Proyecto Salú. Agencia Bunker3022

CLASIFICACIÓN

Los sistemas gráficos pueden clasificarse y construirse a partir de diferentes aspectos como:

Complejidad

Complejidad Baja: considerados así porque sus constantes y variables son poco complejas y lo que los componen no son subsistemas. Ejemplos: una familia tipográfica, una serie de afiches. Complejidad Alta: constituidos por constantes y variables que se comportan de manera compleja y sus partes son a su vez sistemas y subsistemas. Ejemplo: sistema de identidad, señalética.

Estrategia

Formales: Un sistema formal logra su coherencia por medio del uso de la forma, el color, la textura y las imágenes. Lo que nos permite percibir ese sistema como tal reside en las decisiones formales que se tomen en la selección, la disposición y la combinación de estos elementos para crear una identidad que pueda extenderse y conservar su coherencia.

Un sistema formal logra su coherencia por medio del uso de la forma, el color, la texturas y las imágenes

Ejemplo: uso de cierta lógica de color, elección de materiales, uso del plano, operatorias formales. Conceptuales: La integridad del sistema reside en el concepto que hila las piezas. Ejemplo: MTV puede cambiar de colores, formas, texturas, técnicas, pero lo que une a todas esas piezas es el concepto detrás. Mixtos: Se apoyan tanto en la forma, como en el concepto para unificar el mensaje.

Flexibilidad

Cerrados: No aceptan la incorporación de nuevas piezas. Abiertos: Son flexibles y soportan la inclusión de nuevas partes. Los sistemas han de estar ordenados bajo una secuencia lógica. Las partes individualmente deben responder a un objetivo y a su vez, responder al objetivo total del sistema. Dentro de un buen sistema no sobran ni faltan piezas evitando ser repetitivo o predecible para mantener el interés del mismo y lograr desplegar el concepto global que se pretende comunicar.

Para generar un buen sistema gráfico se debe pensar en un criterio estético que permita que todos los elementos se vean unificados, sin ser iguales ni ser repeticiones, formando de esta manera un conjunto de variables que permiten demostrar que estamos hablando de lo mismo. Así el poder de las imágenes para comunicar y difundir se multiplicará, logrando mejores resultados. La complejidad de los mensajes para comunicar, sumada a la cantidad de funciones que deben cumplir las piezas gráficas, hace que sea imposible que una sola pieza pueda cumplir con todos los requisitos, por esto se distribuyen los diversos recursos de la comunicación en distintos elementos gráficos.

Proyecto Metro Tea. Robinson Cravents



STEFAN SAGMEISTER

DE ORIGEN AUSTRIACO, STEFAN SAGMEISTER, ES DISEÑADOR, DIRECTOR DE ARTE, ESCRITOR, CONFERENCISTA, EMPRESARIO, Y UNA DE LAS FIGURAS MÁS DESTACADAS DEL PANORAMA GRÁFICO A NIVEL INTERNACIONAL

Por Pedro Pablo Bernal

Un hombre que actúa con la cabeza fría en momentos de estrés para pensar más claro y dejar fluir la creatividad. En cada trabajo pone su "alma y corazón", se llena de buenas ideas y las despliega para convertirlas en realidad para sus clientes, sabe cómo desempeñarse en su vida laboral, lo ha hecho tan bien que tiene dos Grammys a su favor y entre sus clientes a: los Rolling Stones, Lou Reed, Levis, David Byrne, Mariko Mori, etc. Estuvo hace poco en el país para dar una conferencia sobre diseño y felicidad gracias a Grafittat. En una entrevista, nos contó en detalle experiencias de su trabajo y vida. simple suma de partes, son las partes, sus funciones individuales y sus relaciones intrínsecas," de esta manera cada uno de los elementos debe establecer un diálogo tanto formal como conceptual con el conjunto al que pertenece, otorgando tanto información adicional como la posibilidad de comprender el mensaje global.

Normalmente, el diseño no se preocupa por los aspectos sociales o en este caso las emociones como la felicidad ¿Dónde nace la idea de incluir emociones o sentimientos?

S.S./ Gran parte de mis ideas están fuera del modernismo. En la actualidad la mayoría de cosas están hechas por una máquina o persona inerte de la cual se saca el máximo provecho. Si lo vemos desde una perspectiva humana, es necesario que interactuemos con otro ser humano y no con una máquina, pienso que la perspectiva humana vale



Proyecto Take it on SVA Posters

MEISTER

más que cualquier cosa. Hacer un trabajo para un cliente en donde un producto pueda ser comunicado a seres humanos que sienten y viven, será más valorado, querido y aceptado por el cliente y el público en general. Así fue como trabajamos en el caso de las campañas de Levi's, y como resultado tenemos gente que les llama la atención los anuncios que son entretenidos y muy significativos. De esta manera demostramos que el diseño es significativo cuando es útil y agradable.

¿Qué motivación tuviste para hacer Happy Film y que pretendes transmitir con ella?

S.S./ Quería estar involucrado en algo que pudiera ser útil a otras personas. El filme está diseñado para el público en general, todos quienes estén interesados la pueden ver. Los puntos tratados en la película fueron sugeridos por un psicólogo, quise transmitir una esperanza que siempre está disponible y al acceso de todos. Espero que esta película sea entretenida y que la gente reflexione con el mensaje.

Sobre la conferencia que se dictó en Quito "Design and the happiness"... ¿Cuál es el gran secreto para hacer del diseño un oficio que genere endorfinas?

S.S./ Bueno, sin duda una pregunta muy interesante. Considero que no existe una fórmula que componga la felicidad. No tengo una respuesta, si la tuviera quizá fuese millonario. Sin embargo, puedo nombrar algunos ingredientes que forman parte de esta: los recuerdos de la infancia, el poder que genera una sorpresa, la capacidad de mantener pensamientos alegres y positivos en la mente, el interés por hacer las cosas de una manera práctica y simple, el enfoque en las cosas que verdaderamente se desean, la belleza, el arte, la necesidad de los creadores por ir más allá de sus límites a fin de lograr un mejor resultado.



Proyecto Aizone 09-14

Entonces... ¿Crees que la felicidad puede ser aplicada en otras áreas profesionales?

S.S./ Claro que sí, por ejemplo en la medicina cuando se cura a un paciente, en la arquitectura una edificación puede hacer feliz a la gente, incluso en la política cuando se ayuda a mejorar la economía de un país.

Mi vida es bastante satisfactoria porque he cumplido varias metas

Las personas toman decisiones a partir de cómo se sienten y en función de su situación de vida. Por ejemplo, si tienes mucho dinero es más fácil sentirse feliz. Mi vida es bastante satisfactoria porque he cumplido varias metas en mi vida, aún tengo algunos proyectos más desafiantes por hacer. Por eso no me despierto en la mañana del todo satisfecho, sé que tengo retos por cumplir que me harán feliz.

Has trabajado con súper estrellas ¿Algo que compartir?

S.S./ Valoro la variedad de opiniones de mis clientes, me han enseñado mucho. Por ejemplo cuando diseñé la portada del disco de los Rolling Stones recibí muy buenos comentarios de Mick Jagger.

¿Para ti qué significado tiene el invierno siendo austriaco? ¿Qué recuerdos te trae?

S.S./ Para mí el invierno significa un montón de nieve, aire limpio, poder tirar de trineos e ir a esquiar. Aunque ahora que vivo en Nueva York definitivamente el invierno es mucho más frío. En el invierno tengo la nariz fría, roja y mucosa, me gusta dormir con las ventanas abiertas, cuando me quedo dormido durante el día sueño que viajo por Texas en un camión muy caliente, son las formas que tiene el instinto de adaptarse y compensar las circunstancias. Soy muy aficionado a las bajas temperaturas, a principios de febrero, cuando hace mucho frío en Nueva York me reconforta saber que se avecina un cambio de estación, soy una persona a la que le gustan los cambios, en cualquier aspecto. Creo que definitivamente mi trabajo hubiese sido diferente sin invierno, como acá en Ecuador donde no hay estaciones. ■

REFERENTES

CREATIVOS



DENTRO DEL PROCESO DEL PENSAMIENTO CREATIVO LA BÚSQUEDA DE REFERENTES ES UNA PARTE FUNDAMENTAL PARA POTENCIALIZAR UNA IDEA O PROYECTO

Por María José Ramírez

La creatividad se define como la capacidad de generar nuevas ideas o conceptos, a partir de asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones novedosas. El pensamiento innovador es un proceso mental que nace de la imaginación, en donde interfieren múltiples factores, entre los cuales se destaca la búsqueda a referentes, quienes se convierten en un punto de partida o un estímulo visual desde donde se pueden visualizar resultados concretos que estimulan el desarrollo y la materialización de un proyecto vigente. En esta ocasión observaremos cuatro referentes de diferentes campos cuyos proyectos nos ayudan a comprender el proceso de pensamiento creativo.

ROGELIO SALMONA

Rogelio Salmona inició estudios de arquitectura en la Universidad Nacional de Colombia, en Bogotá, y los interrumpió en 1948 para viajar a París, donde trabajó en el estudio de Le Corbusier por casi diez años. A su regreso a Colombia formó parte de un grupo de distinguidos arquitectos bogotanos empeñados en superar las limitaciones del funcionalismo y explorar alternativas diferentes para la arquitectura colombiana.

Superar las limitaciones del funcionalismo y explorar alternativas diferentes para la arquitectura colombiana

Rogelio Salmona es la figura más sobresaliente en el panorama arquitectónico colombiano contemporáneo y uno de los arquitectos más destacados y valorados en América Latina. Su interés por la ciudad, su activismo en la defensa del espacio público y de los valores culturales y ambientales del entorno, y su actitud polémica lo sitúan como personaje prominente en los encuentros y debates sobre arquitectura y urbanismo en América y Europa.



JOSEF MULLER

Josef Müller-Brockmann es considerado como uno de los más destacados integrantes de una corriente en el diseño gráfico en favor de un estilo anónimo y supranacional. Esta particular concepción del lenguaje gráfico comenzó a hacerse popular en los años sesenta y supuso una renovación de las formas tradicionales de organizar el impreso.

Organizar los diversos elementos gráficos en una estructura reticular

El estilo "suizo" como acabó denominándose a lo que sus promotores consideraban una absoluta revolución técnica e incluso ideológica, pretendía eliminar todo elemento decorativo en la composición de la página para organizar los diversos elementos gráficos en una estructura reticular.



SUSAN KARE

Susan Kare es una pionera del diseño gráfico para interfaces digitales. Desde 1983 ha diseñado miles de iconos para las compañías de informática líderes en el mundo. Entre los iconos que ha creado están la papelera del primer Macintosh así como otros símbolos que aunque forman parte de un tiempo pasado aún son memorables por su ingenio y estilo, y lo más importante, porque aún hoy mantienen viva su función comunicativa. La simplificación, organización y síntesis de elementos son cualidades que siempre están presentes a lo largo de sus cuatro décadas de carrera profesional.

Aprovechar el poder de la metáfora para crear interfaces sencillos, humanos e intuitivos

Quizás el secreto de por qué funcionan los diseños de Susan Kare está en que siempre ha sido aprovechar el poder de la metáfora para crear interfaces sencillos, humanos e intuitivos para sistemas operativos de ordenadores, teléfonos móviles y otros múltiples soportes.



OKI SATO

Oki Sato - nendo nació en 1977 en Toronto, Canadá; se formó en arquitectura en la Universidad Waseda de Tokio y terminó sus estudios en el año 2002, el mismo en el que fundó su propia estudio de diseño, Nendo. Con base en Tokio, la firma se ha internacionalizado (desde 2005 también cuenta con oficinas en Milán y desde 2012 en Singapur) y se ha convertido en una expresión renovada del estilo japonés tradicional.

Transformar la interacción de las personas con los objetos cotidianos

Más allá de buscar la funcionalidad, equilibrio o cohesión, Sato se ocupa de la narrativa: la historia detrás del producto y su diseño, lo que hay detrás del objeto, y trasciende las formas, colores o materiales, como concepto. La filosofía de Nendo pasa por transformar la interacción de las personas con los objetos cotidianos creando "momentos", como ellos los definen, en la vida diaria, que se traduce en diseños cómodos y sencillos.



NARRA



Ilustración para The Washington Post "Arts & Style"

The Washington Post
ARTS & STYLE

CIONES COLLAGE



GREAT, OUTDOORS

Performances and exhibits in nature carry an alluring mix of renewal and nostalgia

DANCE | THEATER | SENSUAL | CLASSICAL MUSIC | MOVIES | POP MUSIC

Por Martha Cecilia Arango

LAS ILUSTRACIONES DE EIKO OJALA PARECEN HECHAS DE PAPEL, PERO EN REALIDAD, LA GRAN MAYORÍA, SON COLLAGE ELABORADOS DIGITALMENTE

Al dar una mirada al trabajo de Eiko Ojala resulta casi evidente que es un maestro del papercut, sin embargo, la gran mayoría de trabajos de este artista, que vive y trabaja a caballo entre Estonia y Nueva Zelanda, está hecho enteramente de manera digital. Esto quiere decir que todos esos pliegues y superposiciones han sido creados sin echar mano del cúter, como cabría pensar a priori.

Eiko abraza el minimalismo en sus ilustraciones digitales y maneja las luces y sombras a su antojo para lograr un efecto que, por momentos, consigue engañar al ojo haciéndole pensar que se encuentra ante un trabajo de papercut. No obstante, trabajar sus diseños de esta manera le permite incluir muchos detalles y texturas que, con una técnica manual, le sería prácticamente imposible obtener. Por su carácter y expresividad, las ilustraciones de Eiko Ojala casan a la perfección con los contenidos editoriales, aunque son

numerosos los clientes con los que ha colaborado en este y en otros campos; entre ellos se encuentran: Monocle, HBO, Air France, IBM, Le Monde, New York Times, The New Yorker, Wired o Taschen. Para la elaboración de estas ilustraciones Eiko Ojala se sirve de la fotografía, el papel (boceto) software digital y el 3D.

Las ilustraciones de Eiko Ojala casan a la perfección con los contenidos editoriales

Durante este trabajo, lleva a cabo un intenso estudio de las formas y sus estructuras, así como también de la luz y la sombra, fundamentales en toda su obra. No obstante, a pe-

sar de la gran cantidad de detalles minúsculos con los que cuenta cada ilustración, es capaz de mantener un efecto minimalista en sus dibujos, dotándolos de un carácter singular.

Las obras de Eiko Ojala a primer golpe de vista dan la impresión de estar hechas con recortes de papel. En cambio, si nos fijamos o investigamos sobre el artista, descubrimos que en realidad lo que predomina en sus ilustraciones es la técnica digital. Gracias a programas como Photoshop consigue dar este aspecto a sus obras, las cuales capturan los aspectos esenciales del collage, como el plegado y la profundidad para otorgar un acabado de apariencia manual.

En la distancia, muchas veces podemos pensar que en sus ilustraciones hay un único elemento. En cambio, si prestamos atención a la imagen, cada vez encontraremos más detalles que nos permitirán descubrir nuevos matices y significados ocultos en sus obras. ▲

Arriba proyecto Myths / Derecha ilustración para Filosofie Magazine





MICK EBELING



ERIC KALLMAN

**LOS NUEVOS
ESTÁN
CREATIVOS
AQUÍ**

MacBook Pro
Más potencia.
Más rendimiento.
Más pro.

