

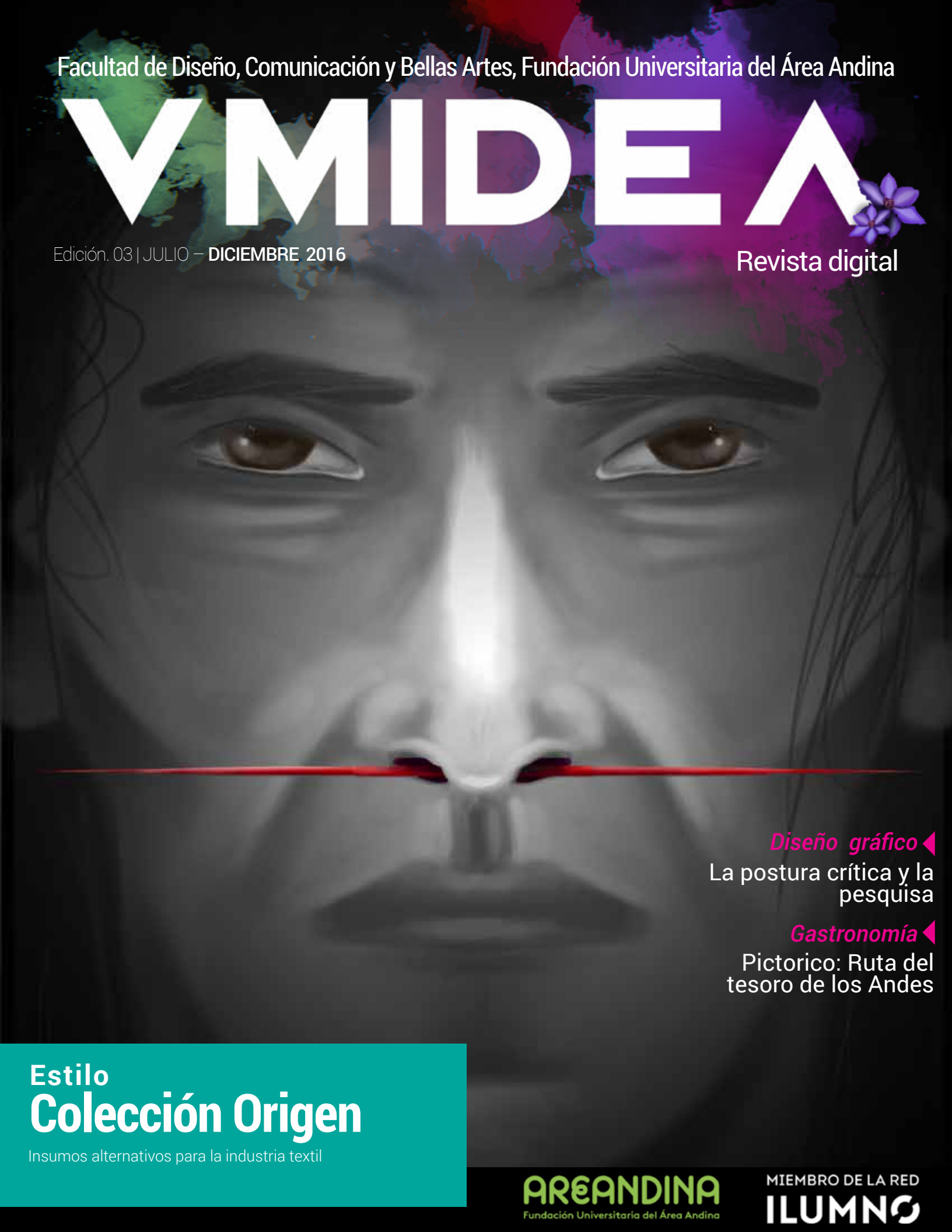
Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes, Fundación Universitaria del Área Andina

VMIDEA



Edición. 03 | JULIO – DICIEMBRE 2016

Revista digital



Diseño gráfico ◀

La postura crítica y la
pesquisa

Gastronomía ◀

Pictórico: Ruta del
tesoro de los Andes

Estilo Colección Origen

Insumos alternativos para la industria textil

AREANDINA
Fundación Universitaria del Área Andina

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO

Pablo Oliveros Marmolejo †
Gustavo Eastman Vélez
Miembros Fundadores

Asamblea General

Consejo Superior

Fernando Laverde Morales
Rector Nacional
Representante Legal
Miembro del Consejo Superior
Miembro del Consejo Directivo de la seccional Pereira

José Leonardo Valencia Molano
Director General

Gladys Eliana Sánchez Saldarriaga
Secretaria General (e)

Sonia Sierra González
Vicerrectora Nacional Académica

Tatiana Guzmán Granados
Vicerrectora Nacional Administrativa y Financiera (e)

Jorge Hernán Rosero
Decano Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes

Juan David Peña
Secretario Académico Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes

Ana Ligia Galindo Panqueva
Directora Programa Profesional de Diseño Gráfico Sede Bogotá

Clara Ivonne Riachi Vega
Directora Programa Profesional de Diseño de Modas Sede Bogotá

Flor Viviana Nariño Bernal
Directora Programa Profesional por Ciclos Propedéuticos de Gastronomía y Culinaria Sede Bogotá

José Luís León Rodríguez
Director Programa de Tecnología en Animación y Posproducción Audiovisual Sede Bogotá

VMIDEA

<http://www.areandina.edu.co/home/>

VMIDEA

BIENVENIDOS

Revista 03 | año 02 | número 03
julio – diciembre 2016
Publicación Semestral ISSN: 2463-1302

Fundación Universitaria del Área Andina
Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes VMidea | Bogotá | Colombia
www.areandina.edu.co

Director
Jorge Hernán Rosero Pulido

Editor
Comité de Publicaciones, Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes, Sede Bogotá.

Editor Investigación
William Bernardo Ruíz Joya

Editor Diseño Gráfico
David Fernando Jurado Montoya

Editor Gastronomía
Luis Antonio Marín Moncada

Editor Diseño de Modas
Andrés López Galeano

Diseño Y Diagramación
Luisa Fernanda González Ramírez
Comité de Publicaciones, Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes, Sede Bogotá.

Diseño de portada e Ilustraciones
Jefferson Daniel Castañeda Aristizabal

*Jefferson Daniel
Castañeda Aristizabal
Estudiante
Octavo semestre*

Las obras e imágenes que aparecen en esta edición de la revista son propiedad enteramente de los respectivos diseñadores y/o creativos, y ninguna de estas pueden ser reproducidas en su totalidad o parcialmente sin su permiso.

Todo el diseño editorial realizado por la Facultad de Diseño Comunicación y Bellas Artes, sede Bogotá.

Hablar de Latinoamérica refiere a debates, posturas y múltiples tensiones evidenciados en los acontecimientos que allí se han dado a lo largo de la historia. Posterior al proceso de colonización, Latinoamérica ha sido lugar de constantes debates políticos, sociales y culturales enmarcados en variados temas que van desde el desarrollo, el populismo, la dependencia a países del Norte, hasta la cuestión indígena que resalta la importancia de rescatar valores y técnicas propios de esta. Con la expansión de un mundo cada día más globalizado, retornar al pasado, dar voz a aquellos no reconocidos o a la reconstrucción de posturas antiguas, toma un gran valor desde la social y del patrimonio cultural. Esto, ha generado campos de tensión que, desde la misma academia, constituyen el núcleo de un pensamiento híbrido, implícito en todos los procesos de la cotidianidad latinoamericana relacionada con el diseño y las bellas artes. La intención crítica que emerge desde Latinoamérica es ahora más palpable y latente pues parte del cuestionamiento actual por el estado de las cosas.

Se puede decir que países como Bolivia y Perú son más cercanos a las cosmovisiones indígenas propias donde se resaltan conceptos como el Sumak kawsay o "buen vivir", filosofía de vida que actualmente hace parte de su constitución y permite expresar voces no reconocidas de comunidades y personas en la historia creciente de estos países; así mismo, México posee una riqueza inmensa a nivel gastronómico y antropológico que la convierte en un modelo de aprendizaje y reconstrucción de memoria y cultura. En ese sentido, Colombia es uno de los países que recientemente ha volteado su mirada a estas cuestiones culturales y la forma en que impactan o construyen nuestra identidad local. Por ello, VMIDEA, en su tercera edición, busca narrar historias que den luz sobre múltiples tensiones y la forma en que estas se trasladan al diseño, la gastronomía y la moda, para reflejar la emergencia y necesidad de construir y resignificar desde perspectivas locales, el arte y el diseño latinoamericano.

Al cuestionar las cosas es importante hacer un razonamiento filosófico sobre por qué suceden estas; en ese sentido, comprender el papel del diseño gráfico y buscar la generación de estímulos y conexiones neuronales casi tan rudimentarias como el consumo de carne cruda, práctica asociada a nuestros antepasados miles de años atrás, entorno primigenio donde el diseño era usado como el arte que buscaba la mejora de sus artefactos, para dar luz a formas más eficientes de relacionamiento con el entorno.

Por otra parte, comprender cómo el diseño se convierte en una herramienta definida por formas, expresada a través de la gráfica y con la capacidad de trascender su sentido estético, es vital en la percepción del diseño como artesanía que permite relacionarnos y encontrar tanto cercanía como sabiduría en los saberes ancestrales, con todo lo que ello conlleva, incluyendo sus problemáticas y otras tensiones que dan pie a la reflexión frente a la forma en que el pensamiento Latinoamericano se manifiesta en el entorno académico. Bienvenidos a una edición que esperamos construya nuevos sentidos y permita reflexionar y cuestionar lo estático de la realidad impuesta por los antepasados de habla hispana. La voz de Latinoamérica tiene mucho que decir, ojos y mente atentos.

Un saludo cordial del editor,

Andrés López Galeano

CONTACTA CON VMIDEA

VMIDEA Juan David Peña Lopez
jpena@areandina.edu.co

CONTENIDO

✓+ideas

✓+talento

✓+innovación

BIENVENIDOS

Pág 3

VMIDEA es una publicación digital, tipo magazín, de periodicidad semestral, cuyo eje principal es mostrar el trabajo y talento de los estudiantes, egresados y toda la comunidad que integra la Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes.

INSTRUCCIONES

Pág 6



Pág 8

Colección origen

Insumos alternativos para la industria textil

Por: Carolina Laguna González, María Kamila Morales y María Alejandra Vivas..... Pág 10

La moda como artesanía

Por: Andres López Galeano

Pág 16

Reflexiones sobre el proceso investigativo con la comunidad indígena U'WA

Por: Christian Camilo Caicedo Moreno

Pág 20

Pág 26

Forma y supraforma

Por: Leonardo Comba, Docente MT, programa de Diseño Gráfico.....

Pág 28

La postura crítica y la pesquisa en el diseño gráfico

Una mirada alimentadora

Por: Luis Henry Vanegas O., Docente Diseño Gráfico..... Pág 36

Pág 44

Pictorial: En busca el tesoro de los Andes

Papas nativas en Boyacá

Por: Luis Antonio Marín, Andrey Dueñas, Julián ChavesGráfico..... Pág 46

Alimentación cruda y sin censura

Del campo a la mesa

Por: Cristian Andres Peña Montaña..... Pág 52



INSTRUCCIONES



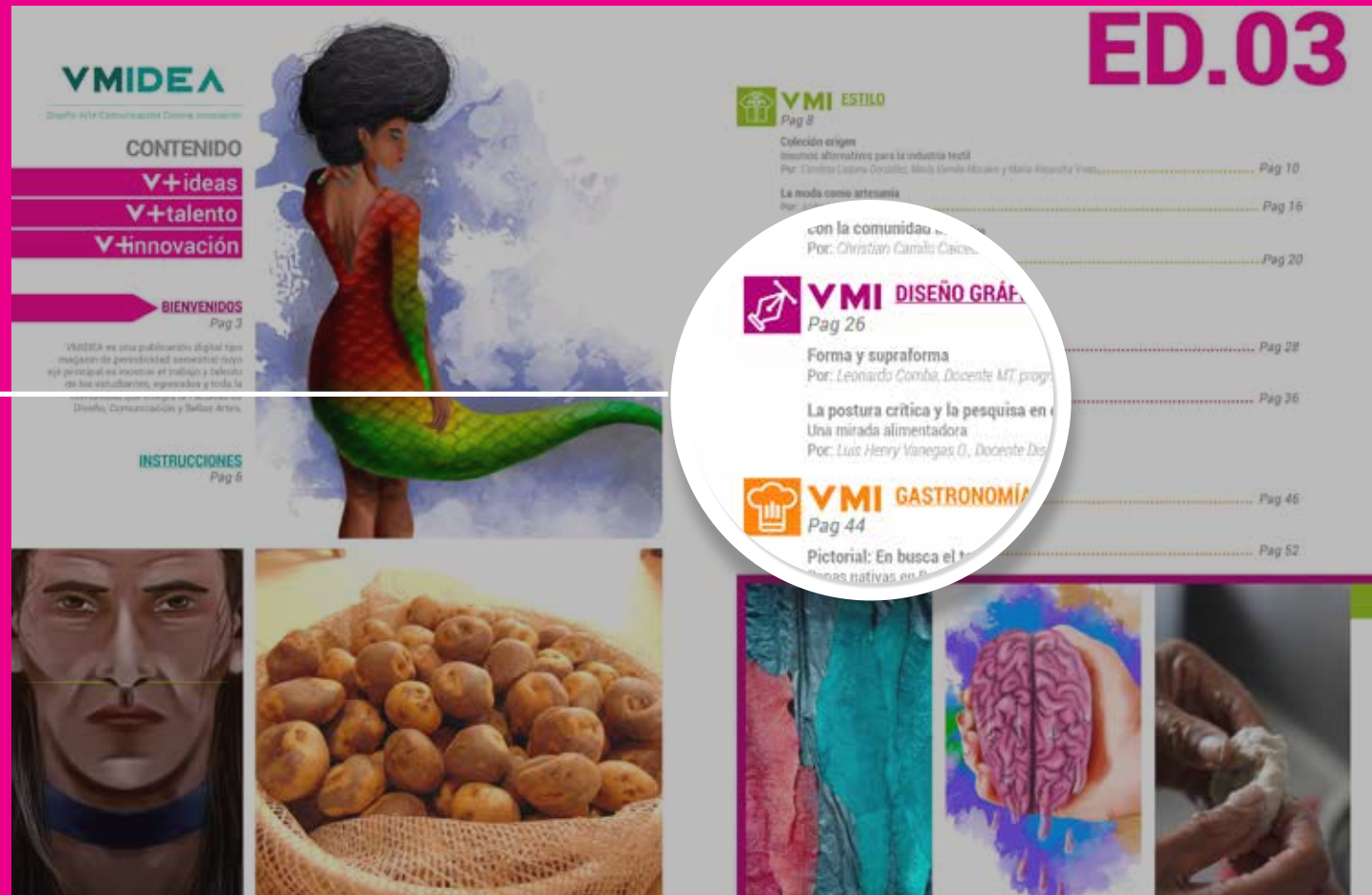
Salir del modo pantalla completa



Moverse entre las páginas



Volver al modo pantalla completa



Para avanzar dentro de cada una de las secciones de la revista basta darle click al título de cada uno. Al darle click podrás ir a la primera página de la sección.

En la parte inferior de todas las páginas encontrarás un botón que permite regresar a la página de contenido



ESTILO

*"Pureza, emociones intensas. No se trata del diseño,
se trata de sentimientos"*

Alber Elbaz



Colección Origen Insumos alternativos para la industria textil

Por: Carolina Laguna González, María Kamila Morales y María Alejandra Vivas.

Encuentro entre lo académico y los saberes tradicionales

Las culturas étnicas poseen un especial poder transformador, capaz de iniciar relaciones entre los procesos artesanales y la transformación del entorno gracias a sus prácticas, costumbres y tradiciones que aún son desconocidas por muchas personas en las áreas urbanas de nuestro país. Algunas culturas destacan sobre otras en gran parte, debido a su éxito en la gestión de habilidades creativas y de innovación, lo que para los miembros de un grupo étnico se consideran como artículos comunes, para personas ajenas al grupo simbolizan piezas artesanales extremadamente creativas y atractivas.

Las mujeres de la comunidad Emapez de Tumaco-Colombia, han buscado transformar la marcada historia de su tierra mediante la recuperación de técnicas ancestrales y en la actualidad se han trasladado a la ciudad de Bogotá donde han crecido significativamente en número de integrantes. De este modo, en medio de cantos y el sonido de la marimba desembocan en un encuentro cultural con la ciudad, donde aplican sus

conocimientos en la elaboración de artículos con un material relativamente nuevo en la industria de la moda; el cuero de pescado.

El pescado ha sido un elemento sobresaliente para las personas de Tumaco-Colombia, ya que no solo les ha servido como alimento, sino que han sabido aprovechar algunos procesos que se generan a partir de la capa superficial del tejido que cubre al pescado y tienen interesantes propiedades de resistencia y flexibilidad, útiles para la fabricación de prendas de vestir, accesorios y muebles.

El cuero de pescado, como materia prima propia de la región, tiene un factor que lo diferencia de otros cueros en tanto brinda nuevas experiencias táctiles, es decir proporciona texturas con mayor profundidad. Para obtenerlo, es necesario curtir la piel, para propiciar su manipulación, y aplicar un método para limpiar la piel hasta que esta se convierta en cuero.

Así como cada ser humano es distinto, cada pescado es diferente en su constitución, por ello, el proceso de curtido varía para cada uno. Actualmente aquellas especies con las que la comunidad labora y procesa son: la merluza y la corvina. Al incorporar el pescado a sus producciones y basar sus artículos en la contextualización cultural respectiva, surge la necesidad de mejorar y optimizar los procesos de calidad; es por ello que el proyecto Origen busca ser una colección que evidencie el significativo aporte y conocimiento ancestral de la comunidad de Tumaco y el enriquecimiento conceptual que surge al agregar un elemento creativo y de diseño, proveniente de las estudiantes del área de diseño de modas, que permite, a través de una serie de procesos metodológicos, dar origen a nuevos productos de diseño (prendas de vestir) que cuenten con estándares de calidad productiva y además, tengan un valor artesanal.

Uno de los factores más importantes en este proceso de encuentro de saberes, desde el diseño académico y lo tradicional, consistió en el proceso que da el color al cuero de pescado, mediante pigmentos industriales que aportaron un contenido visual más



llamativo. Al ser, el cuero de pescado y los acabados textiles, los elementos esenciales de la colección "Origen", se buscó emplear colores vibrantes y fuertes que son representativos de las mujeres de Tumaco-Colombia.

El proceso de creación de la fusión de color, se llevó a cabo en un laboratorio de tintorería que permitió indagar cuáles eran los mejores productos y técnicas para dar pigmento al cuero de pescado. Se utilizaron los tintes Iris, Mariposa y Carex para realizar las pruebas; los dos primeros son colorantes en polvo que se accionan con agua caliente o fría; el tercero es una pintura para cuero que se aplica con una brocha.

Entrando en materia, proceso de curtido de piel de pescado

1°

Normalmente los textiles se tinturan con una mezcla de tinte y agua caliente, así que este fue el primer procedimiento que se realizó. En un recipiente se mezcló el tinte Iris con agua caliente y en otro el tinte Mariposa también con agua caliente. Al pasar 15 minutos pudimos apreciar que el cuero de pescado estaba de color morado y fucsia, pero se había cocinado y ablandado, además de volverse elástico. Este proceso de tintura generó un cambio en las propiedades del material, aunque la textura no fue la que esperábamos, esta se puede utilizar como una herramienta para pensar en diseño de indumentaria.

Por otra parte, la intensidad del pigmento dependió del estado en que estuviera el cuero, por eso, en unos el color era más fuerte que en otros. Asimismo, el olor a pescado del cuero se intensificó cuando este entró en contacto con el agua caliente; por esa razón, recurrimos a realizar las siguientes pruebas con agua fría.

2°

La segunda prueba que se realizó consistió en mezclar tinte Iris con agua fría en un recipiente, y en otro, tinte Mariposa también con agua fría. Después de 15 minutos pudimos apreciar que en la muestra de tinte Iris el pigmento era leve, mientras que en la muestra de tinte mariposa el color era fuerte; la textura del cuero de pescado en este caso no cambió y el olor no se intensificó, por el contrario, desapareció.

3°

Por otra parte, la tercera prueba que realizamos consistió en pintar el cuero de pescado con tinte Carex, al dejarlo secar por cinco minutos, el material se volvió rígido y adquirió una forma cóncava. El pigmento era fuerte pero la textura no era la adecuada para los resultados que necesitábamos, debido a que esta era tan gruesa que sería muy difícil pasar una aguja de mano. Para finalizar, a las muestras que fueron tinturadas en agua fría con tinte Mariposa se les realizó un proceso de fijación de color para evitar al máximo que destiñeran. Durante 10 minutos se dejaron en agua fría, sal y limón para que el tinte compactara el cuero; cuando el cuero se secó ya no soltaba más tinte, sin embargo, es importante aclarar que cada vez que este material entre en contacto con el agua, soltará tinte.

"Los cambios de **color**, **textura** y **olor** presentaron un amplio campo en este laboratorio"



Muestra tinte mariposa, diluido con agua caliente.

ILUSTRACIÓN
Jefferson Daniel
Castañeda Aristizabal

Es pertinente anexar algunas conclusiones que se establecieron al culminar el laboratorio de tintorería. Los cambios de color, textura y olor presentaron un amplio campo en este laboratorio, puesto que se lograron establecer los factores que se necesitan para que los pigmentos sean más fuertes, o para que el tamaño no cambie, con el fin de aprovechar este insumo lo mejor posible. Debido a los resultados generados se considera que la forma más apropiada de tinturar el cuero de pescado es a partir del uso de tinte Mariposa diluido en agua fría a una temperatura estimada de 10 ° C. Si se emplea este método no cambiará la textura, tamaño, ni olor del cuero después de ser curtido; asimismo, el tiempo que toma el proceso de tintura con este tipo de tinte, fue el más rápido de todos los que se emplearon.

Sin embargo, al continuar con el proceso de secado de las pieles, notamos que estas empezaron a endurecerse y enrollarse al perder su humedad. Por esta razón, se volvieron a humedecer y se les realizó un remojo en suavizante que proporcionó mayor elasticidad a la piel; adicionalmente, para evitar que esta se enrollara se le pusieron compresas para asegurar que su forma fuera lisa.



Muestra tinte Iris,
diluido con agua caliente.

Muestra tinte Iris y Mariposa,
diluido con agua fría.

Cuero de pescado
recién tinturado

La encrucijada rigidez de las escamas

Veinticuatro horas después del uso de la compresa, se retiraron las pieles y se dejaron secar pues todavía estaban húmedas. No obstante, después de realizar el procedimiento del suavizante, las pieles empezaron nuevamente a endurecerse variando la rigidez según la clase de pescado; esto último, condujo a realizar nuevas pruebas que permitieron conocer más acerca de los cuidados que requería la piel del pescado después del proceso de tintura.

Estos procesos consistieron en humedecer nuevamente las pieles y realizar baños y masajes con aceites para humectar y relajar la piel, con el fin de incrementar la flexibilidad obtenida a través de la investigación.

Dentro de este proceso de experimentación se encontró que muchos de los procedimientos realizados generaban la pérdida de intensidad y color en el cuero, esto se presentó exponencialmente en especies como la merluza, donde el color disminuía en mayor cantidad. Adicionalmente, al retirar todo el exceso de aceite de las pieles, se observó que el color empezó a desvanecerse, disminuyendo la intensidad de este en comparación al resultado inicial.

En este momento la investigación todavía se encuentra en curso, nos encontramos buscando formas de mantener el color y las propiedades originales del material. Se siguen realizando laboratorios de tintorería con el fin de encontrar de qué modo y qué tintes son los más apropiados para evitar que el cuero después de lavado pierda color. Además, continuamos evaluando los factores que influyen en la rigidez de la piel durante el proceso de secado y trabajando en las mejoras que permitan brindar un nuevo insumo a una industria que constantemente reevalúa y reestructura la forma en que se relaciona tanto con el entorno como con las materias primas que brinda el medio ambiente.





La moda como artesanía

Por: Andrés López Galeano

¿Qué son los diseñadores de moda?, ¿son patronistas, confeccionadores, lectores de tendencias, quizás artistas? Para una comprensión sobre este asunto se indagará en el concepto de arte a través del sistema clasificatorio del sociólogo Howard Becker, publicado en su libro *Art Worlds* o *Mundos del arte* (1984, pág. 84). El autor categoriza a los artistas en tres grupos: artesanos, artistas-artesanos y artistas. Becker define a los artistas como aquellos hacedores de objetos que son únicos y pueden no ser útiles, ni siquiera bellos; los artesanos, producen objetos que tienen primordialmente un uso y valor, y los artistas – artesanos, buscan tanto la belleza y la elegancia, como la utilidad. La moda puede ser arte, artesanía, o una combinación de ambas, pero su potencial es reducido al colgarlo en el clóset en lugar de estar en una galería de arte o en un museo (Becker, 1984).

Lo que actualmente conocemos como diseñador de moda, anteriormente era entendido como una especie de artesano/artista de la moda. Crane (1994) afirma que no existe “virtualmente ningún estudio socio-

lógico sobre el diseño de modas como una ocupación” (pág. 55). Crane no discute el trabajo particular que realizan los diseñadores, en cambio argumenta que el trabajo que el diseñador hace está restringido por las organizaciones sociales y culturales en las que opera. La autora plantea que las industrias de moda varían a partir de variables como el país. Así emerge, por ejemplo, el imaginario del diseñador de modas francés, quien se denomina “couturier” o costurero, pero también es conocido como créateur o creador, quien diseña prendas exclusivas listas para usar. Este tiende a ser considerado un artista (Crane, 1994).

Dentro de la clasificación que define qué es un diseñador de moda, encontramos que el diseñador londinense tiende a ser considerado artesano, dice Crane, debido a la falta de prestigio que tiene la profesión del diseño de modas y a las formas de estratificación social de esa sociedad, donde aquellos que deciden formarse en moda, provienen de una clase baja, media o trabajadora, son individuos sin posibilidad a acceder a la universidad. Entrenados en el modelo de las bellas artes, que toma posturas de oposición contra la cultura establecida, seguramente se verán a sí mismos como parte de la contracultura londinense (Crane, 1994, págs. 62-63). Mc Robbie plantea un factor adicional a la cultura del diseño de modas londinense: en el Reino Unido las diseñadoras de moda son “exprimidas por el beneficio de la marca, se mantienen anónimas y son empleadas por compañías por no más que un par de años” (1998, págs. 60-61). Cada diseñador nace bajo un contexto particular, bajo el cual cada uno tiene una interpretación, una manera de contextualizar y una forma de aportar, exclusivamente a través del vestido.

El diseñador tiene la libertad de crear productos a través de la lectura de la sociedad que habita y de la influencia que esta tiene sobre él. Allí se desarrolla una comunicación auténtica, definida por Pasquali como aquella que “es inherente a un esquema de relaciones simétricas, a una paridad de condiciones entre el emisor y el receptor, y la posibilidad de escucharse entre ellos u oírse entre ellos, como voluntad de entendimiento mutuo” (Pasquali, 1963). Al poner a dialogar normas y valores, formas de expresión estética, corrientes políticas y tendencias populares, los diseñadores intervienen en el orden social: lo mantienen, lo irrumpen, lo reconfiguran, lo transforman. Se convierten en influenciadores culturales capaces de transformar su entorno (Manlow, 2009, pág. 110).

“El diseñador tiene la libertad de **crear** productos a través de la lectura de la sociedad que habita”

Desarrollando más la idea sobre el diseñador de modas como un comunicador con una alta influencia en el pensamiento social y cultural, Diana Crane habla sobre la moda japonesa, su contexto e influencia sobre los diseñadores de moda. La autora afirma que por una parte el papel principal del diseñador de modas japonés es similar al de un ejecutivo de negocios. Por otra parte, los diseñadores más prominentes son considerados artistas que intentan desarrollar nuevas formas de ropa basada en la indumentaria tradicional japonesa (1994, págs. 69-70). Colin McDowell (2003) en referencia a la influencia del diseñador japonés dentro de la escena parisina de los años 80, da especial valor a diseñadores como Yohji Yamamoto o Rei Kawakubo, quienes irrumpieron “en los cimientos de la moda occidental, dado que esta siempre ha tenido un peso sobre la forma en que cubre el cuerpo de la mujer, dándole poder a través de su sexualidad” (pág. 132). Los diseñadores japoneses como Yamamoto y Kawakubo de-construyeron la moda occidental y sus estéticas al realinear, reconstruir y transformar costuras para cubrir el cuerpo en vez de resaltar la feminidad de formas tradicionales. Para lograr ese poder de incidir, el diseñador debe tener herramientas que le permitan entender la moda no desde un imaginario propio, sino desde las realidades de la industria y la cultura, y usarla para transformar la perspectiva predominante de ella. (Kawamura, 2004).



ILUSTRACIÓN
Jefferson Daniel
Castañeda Aristizabal

Al respecto, Yuniya Kawamura (2004) dice que los diseñadores japoneses deconstruyeron las estéticas de moda occidentales gracias a que Yamamoto, Kawakubo y otros diseñadores japoneses “aceptaron la preeminencia de la cultura de moda francesa que hacía parte de un modelo hegemónico establecido” (pág. 13). Este pensamiento puede relacionar y dar a entender que entre las distintas formas de producción del diseño de modas existe una especie “teoría de la dependencia” y que efectivamente los diseñadores se rigen por normas, pero a su vez moldean y transforman estas reglas. Desde esta mirada no se relaciona la moda con el desarrollo directamente, sino a la sociedad en la que “la dependencia no se limita a relaciones entre países, sino que también crea estructuras internas en las sociedades” (Blomström, 1990).

Algunas prácticas del diseño de modas, independientes o ajenas al contexto en que ocurran (Ya sea Onda de Mar en Colombia o Vetements en Japón) se relacionan al trabajo e interpretación del contexto del diseñador o artista. Roland Barthes (1968) ve las modas creadas por diseñadores como productos artísticos. El vestuario es un “objeto poético” en el que confluyen el lenguaje y la materia. La moda en particular, citando a Barthes, “moviliza con amplia variedad todas las cualidades de la materia: sustancia, forma, color, tacto, movimiento, rigidez, luminosidad (págs. 235-236). La moda, de ser vista como un arte, amplía su potencial transformador, en especial desde la perspectiva de aquellos que la consumen, pero debe instalarse esta idea principalmente en quienes las crean. Los diseñadores, al reconocerse como artistas, lectores, creadores de cultura y fomentadores del cambio, remueven un poco de aquello que Barthes consideraba que atrapaba al diseño de modas y lo hacía ver como “retóricamente empobrecido” (Barthes, 1968).

Trascender la banal percepción que tiene la moda a través del trabajo de los distintos artistas, artesanos o artistas-artesanos del sector en el ámbito mundial es una tarea difícil. Los diseñadores plantean propuestas innovadoras, estéticas y, en algunos casos, funcionales, para entender la moda no solo como parte de una realidad global y cultural, que es interpretada y reinterpretada, sino como una realidad mutable y transformable, sujeta a las tensiones y resistencias del mundo.

“La moda, de ser vista como un arte, amplía su **potencial transformador**, en especial desde la perspectiva de aquellos que la consumen”



Reflexiones sobre el proceso investigativo con la comunidad indígena U`WA

Por: Christian Camilo Caicedo Moreno

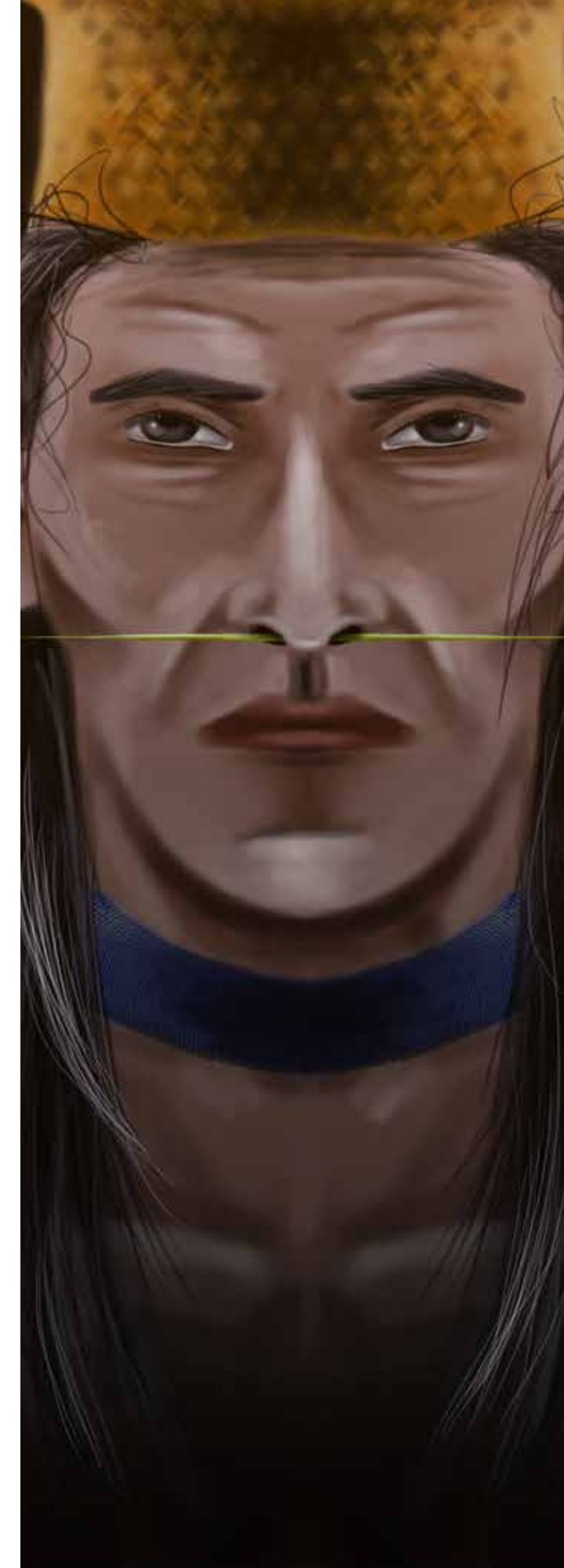
Como docente, la experiencia investigativa hace parte de los distintos escenarios académicos en los que me desenvuelvo, sobre todo el trabajo con comunidades, del que, al ser de los procesos más ricos y robustos, siempre quise formar parte. Durante este proceso de inmersión investigativo, junto a la docente del programa de Diseño de Modas Angela Dotor, se tuvo como objetivo principal rescatar costumbres y tradiciones propias de nuestra cultura. De allí nació el proyecto de investigación y el interés profundo por entender qué tradiciones, técnicas de tejeduría, fibras textiles y componentes de patrimonio cultural, hacen parte y constituyen la identidad de la comunidad indígena U`WA, ubicada geográficamente en la sierra nevada del Cocuy y Cubará.

Este proyecto abogó por la reconstrucción y mantenimiento del patrimonio, identidad y cultura de la comunidad indígena U`wa, partiendo de una mirada externa y de la curiosidad académica relacionada con el diseño de modas, a través de un acercamiento etnográfico que rebelará aspectos de esta cultura enmarcados en el manejo de sus tejidos ancestrales. Desde esta perspectiva se hará una investigación documentada

que visibilice y promueva el importante trabajo de esta comunidad, situada en su propio contexto particular, para fomentar el interés investigativo por sus costumbres, tanto institucional como externo, que tiene a la vez la clara intención de generar procesos de diseño que re signifiquen tradiciones propias de nuestro país. A modo de diario, este trabajo hizo parte de un ejercicio de reconstrucción de memoria relacionado con comunidades que para muchos son, en gran medida, desconocidas.

En el trabajo de campo desarrollado y en nuestra primera visita al sitio, los inconvenientes y problemas no tardaron en presentarse. Parte del ejercicio investigativo de recolección e interacción se vio abruptamente interrumpido por las acciones de diferentes instituciones que se encontraban allí, las cuales, de acuerdo con la comunidad, tenían como fin recolectar información para documentar y sacar provecho de estas comunidades, sin ser participes ni brindar un valor agregado a los indígenas. Esta población siente que las personas ajenas a su comunidad solo buscan “exotizarlas”, pasar por encima de sus creencias y tradiciones, y por ende, sienten que poco a poco desangran la identidad U`wa, fomentando la desaparición de la misma. Antropólogas como Silvia Parra y Helena Pradilla, han hecho estudios en la comunidad relacionados con los estudios de género, la educación y análisis de artefactos o productos que han generado datos valiosos e importantes, pero que en su núcleo denotan la falta de estudio y profundización, entorno a fibras textiles, tejidos y tintorería de la comunidad U`wa.

Desde hace algunos años las comunidades ancestrales y pueblos originarios del país vienen atravesando un proceso de aculturación propio del crecimiento de la población y la mezcla entre comunidades indígenas con culturas urbanas. Este proceso de hibridación responde a lógicas de un mundo globalizado que imposibilita que las comunidades se mantengan ajenas o separadas del mundo y el entorno, elemento que, desde la perspectiva U`wa, pone en peligro el núcleo de su identidad ancestral.



El recelo de esta comunidad hacia los “extranjeros” es un factor que podría desvincular a la academia de diseño de indumentaria, del acceso a la historia, saberes y aprendizajes U’wa y privarla del acceso a posibles lugares de creación de conocimiento como apoyo a la reconstrucción de memoria de nuestro país.

La comunidad indígena U’wa, ubicada en el Nororiente del país, es poseedora de conocimientos en cuanto a tejeduría, tintorería, tratamiento, uso de fibras naturales e indumentaria, que en este proyecto son recolectados e inventariados dada la importancia de dar una mirada al pasado, en búsqueda de procesos sostenibles amigables con el entorno. Para buscar herramientas que construyan un futuro de la moda en Colombia, hay que trabajar un factor importante: la identidad del país y su riqueza cultural. Es imperativo actualmente identificar y potencializar aquello que nos hace únicos y que nos permita sobresalir a nivel global como precursores y cuidadores de lo que nos hace verdaderamente colombianos; por esta razón, es vital remontarnos al origen y a nuestras tradiciones ancestrales.

A partir del trabajo de campo desarrollado y a pesar del temor de la comunidad, fue posible recopilar información acerca del proceso de extracción y preparación de fibras naturales que son extraídas de tallos u hojas de las plantas. Este proceso consiste en una sucesión de procesos muy parecidos. En primer lugar, la corteza u hoja de las plantas pasa por un proceso de recolección y remojo, luego son golpeadas para suavizarlas, pasan por una fase de secado y desmenuzado, y finalmente, la materia es torcida hasta producir hilos de fibra.

Son dos los tipos de fibra más trabajados por la comunidad indígena U’wa en procesos de tejeduría.

Fibra de Tchivara o cabuya de fique, cuenta con características de resistencia y economía, además de servir como alimento y abono.

Fibra de Moriche: palma de gran tamaño con frutos escamados, utilizada en la elaboración de chinchorros. También es capaz de generar alimento y madera, su comercialización es escasa.

“Es vital remontarnos al **origen** y a nuestras **tradiciones** ancestrales.”



ILUSTRACIÓN
Jefferson Daniel
Castañeda Aristizabal

Moda
Cosmovisiones
fibras
Tejidos
Comunidades indígenas
Latinoamérica

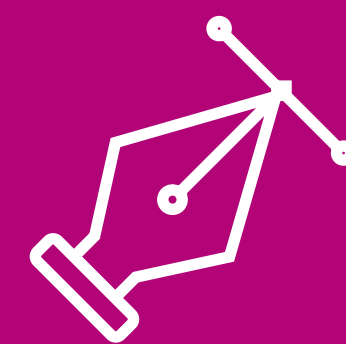
El acercamiento a esta comunidad, brindó no solo los resultados esperados frente a la investigación de sus fibras, sino que dio importancia a la necesidad de generar debates frente a la labor que realiza la academia del diseño de indumentaria dentro del trabajo etnográfico con comunidades, partiendo de un principio de conservación y responsabilidad frente a las cosmovisiones de estas culturas, así como la importancia de generar espacios de diálogo permanente en búsqueda de acuerdos y beneficios comunes. Así, podrá darse paso a investigaciones más profundas que vinculen a estudiantes de distintas áreas, en la construcción de un sentido propio del trabajo comunitario en la importante labor de buscar una moda Latinoamericana y sostenible.

Parte de los mayores aprendizajes obtenidos durante esta investigación, tuvieron que ver con la certeza de que efectivamente es posible incorporar a la población estudiantil dentro de procesos de investigación de los saberes ancestrales de comunidades indígenas, sin embargo, se dificulta gravemente la intervención en la decisión estética para el desarrollo de producto de la comunidad, aspecto de principal interés de estudiantes y docentes. ¿Pero quién debe decidir sobre lo que las comunidades necesitan o buscan? Debemos comprender que las comunidades tienen una visión propia del diseño y que la idea de llegar a “modernizarlos” desemboca en una mala imagen de la academia y las instituciones. Debemos empezar por conocer a las comunidades como agentes externos y poco a poco asegurar su confianza con el cuidado de no irrumpir en sus procesos de identidad, sino con la intención de aprender, estudiar y socializar con culturas que podrían no existir en los próximos años.



ILUSTRACIÓN
Jefferson Daniel
Castañeda Aristizabal





DISEÑO GRÁFICO

*"El Diseño crea cultura. La Cultura moldea valores.
Los valores determinan el futuro."*

Robert L. Peters



Forma y supraforma

Por: Leonardo Comba
Docente MT, programa de Diseño Gráfico
Areandina, sede Bogotá.

En la ejecución de su oficio, el comunicador visual “informa”, esto es, le da forma a lo informe, a lo que aún no tiene forma, mediante el uso consciente e intencionado del lenguaje visual. Evidentemente debe preexistir una información de base organizada y coherente, definida desde el uso adecuado del lenguaje alfabético, oral o escrito, un discurso específico que se debe “configurar”, lo cual significa precisamente “dar determinada forma a algo” (RAE, 2017).

Según el criterio estricto y concreto de Wucius Wong “las formas son contornos compactos y positivos que ocupan un espacio y se diferencian del fondo” (1995, p.138) y relaciona el concepto con “todo lo que pueda ser visto” (p.43) e identificado. En este sentido, ubica la forma como el principal elemento visual, que, según su clasificación, contiene y en algunos casos determina a los demás elementos visuales (tamaño, color y textura) y de relación (dirección y posición), diferenciándolo de los elementos conceptuales, deducibles pero no perceptibles (punto, línea, plano y volumen), que a su vez se convierten en formas cuando pasan a ser visibles y verificables.



“El diseño cubre exigencias prácticas”

Esta clasificación de los componentes fundamentales del lenguaje visual, enfocados como elementos del diseño, se ha constituido en una herramienta muy útil para entender la imagen desde la reflexión académica y práctica. Wong define el diseño como “un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son realización de las visiones personales de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas” (2014, p.41). Pero es precisamente en el contexto del arte donde se pueden abarcar implicaciones de este concepto que trasciendan lo visible y verificable, sin necesariamente entrar en los terrenos definidos por el pensamiento occidental como especulativos.



ILUSTRACIÓN
Jefferson Daniel
Castañeda Aristizabal

En los inicios del siglo XX, junto a la irrupción del arte abstracto moderno en occidente y constituyéndose como propiciadores de la aparición de la profesión del diseño, algunos artistas reflexionan sobre el tema de la forma y el lenguaje de las imágenes. En sus clásicas obras *De lo espiritual en el arte*, publicada en 1911 y más adelante en *Punto y línea sobre el plano*, de 1926, Vassily Kandinsky destaca el gran potencial que tienen los elementos visuales principalmente en la pintura, desde una perspectiva que va más allá de lo racional positivista, aproximándose a ellos desde lo intuitivo y considerando la dimensión de lo espiritual como primordial para la comprensión y la expresión de las artes visuales. Kandinsky percibe que la forma “aun cuando sea completamente abstracta y se reduzca a una forma geométrica, posee en sí misma su sonido interno, es un ente espiritual con propiedades identificables a ella” (1989, p.48).

LA FORMA ESPIRITUAL LA FORMA ESPIRITUAL

En contraste con lo anterior, Wong reconoce que sus propias interpretaciones “pueden parecer bastante rígidas y excesivamente simplificadas”, relacionadas más con “un pensamiento sistemático y muy poco con la emoción y la intuición” (1995, p.41), aceptando, de todos modos, que los resultados de teorizaciones y categorizaciones son relativos y dependen del conjunto de lo estudiado por cada autor.

Entre estas dos polaridades esbozadas, vale decir la forma como elemento visual percibido y la forma como expresión y clave de lo informe, de lo no visible, o como lo menciona Manuel de Prada citando a Mario Perinola, entre “forma sensible (morfé en griego y forma en latín)” y “forma suprasensible (eidos en griego y species en latín)” (2008, p.25), adviene la forma simbólica, que precisamente se ocupa de representar aquello que no tiene forma, a diferencia del ícono o del índice, según la teoría de los signos de Charles S. Peirce (1986, p.46).

Aunque la categoría enunciada anteriormente como suprasensible puede hacer referencia a formas sugeridas de acuerdo a relaciones entre formas sensibles, a manera de estructura sentida aunque no percibida en una composición visual, el énfasis en este caso trasciende este sistema y se dirige más hacia la capacidad que puede tener una forma de abarcar lo inabarcable, precisamente el eidos, la gran idea, la esencia misma de las cosas, tal como se da en las teorías idealistas de la forma artística surgidas a partir de la concepción platónica: este mundo material sensible es solo una proyección, un reflejo, de un mundo ideal, suprasensible, que corresponde a la verdadera realidad (De Prada, 2008, p.27).

FORMA SENSIBLE SUPRASENSIBLE SIMBÓLICA



ILUSTRACIÓN
Jefferson Daniel
Castañeda Aristizabal

Símbolos

La forma simbólica

Teniendo en cuenta lo anterior, nos concentramos en el fenómeno del símbolo como portador de un inmenso potencial aglutinador de significado, de sentidos profundos, aún más de lo que podemos “imaginar”. La imagen simbólica, según Mircea Eliade, evidencia “ciertos aspectos de la realidad que se niegan a cualquier otro medio de conocimiento” (1983, p.12), y que a su vez se relacionan con modelos arquetípicos plasmados en la mente humana en niveles tras o subconscientes. “Imágenes, símbolos, mitos, no son creaciones irresponsables de la psique; responden a una necesidad y llenan una función: dejar al desnudo las modalidades más secretas del ser” (Eliade, 1983, p.12).

Tales estrategias de conocimiento codificado se han mantenido encapsuladas en el tiempo desde épocas inmemoriales a través de imágenes simbólicas imbuidas en cosmovisiones, mitologías y ritualidades propias de cada ancestralidad, de cada cultura y territorio, pero que en el fondo conservan la misma esencia. Según el artista e investigador Julio Amador (1999) “habitan en los niveles más profundos de la conciencia humana, son símbolos, figuras, imágenes que —bajo máscaras distintas— hablan con una misma voz”, siendo el mito “la forma esencial en la cual se han conservado” (p.62).

En este sentido, retomando la comunicación visual como herramienta de nuestro propio conocimiento, y no de una mayor alienación, se hace necesario, además de lo aportado por las tendencias de pensamiento asumidas como de mayor relevancia y actualidad, considerar muy especialmente la perspectiva del pensamiento indígena americano, que en muchos casos coincide con las nociones de las más antiguas civilizaciones del mundo. Si se quiere profundizar la reflexión sobre el quehacer del diseñador y del artista visual en nuestro contexto, no deja de ser propicio mirar nuestras propias “supraformas”, diseminadas a lo largo y ancho del territorio ancestral de donde provenimos, y que poco a poco van desapareciendo junto con el legado de hondo saber y conciencia que guardan.

Lista de Referencias

Amador, J. (1999). Mito, símbolo y arquetipo en los procesos de formación de la identidad colectiva e individual. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. 44 (176), 61-99. Recuperado de <file:///C:/Users/USUARIO/Desktop/49010-134574-1-PB.pdf>

De Prada, M. (2008). *Arte y composición: el problema de la forma en el arte y la arquitectura*. (Nobuko, Ed.) (Primera). Buenos Aires. Recuperado de <http://site.ebrary.com.proxy.bidig.areandina.edu.co:2048/lib/biblioteca-fuaaasp/detail.action?docID=10504951>

Eliade, M. (1983). *Imágenes y símbolos. Ensayos sobre el simbolismo mágico-religioso*. Madrid: Taurus.

Configurar (2017). En Real Academia Española. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=AFPjjk0>

Kandinsky, V. (1989). *De lo espiritual en el arte*. (S. A. Premia editora de libros, Ed.) (Quinta edición). México. Recuperado de http://fundamentos1.bellasartesupr.org/Lecturas_files/Kandinsky-de-lo-espiritual-en-el-arte.pdf

Peirce, Ch. S. (1986). *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Wong, W. (1995). *Fundamentos del diseño*. México: Ediciones G. Gili. Recuperado de <https://pvunoserranogomez.files.wordpress.com/2013/05/fundamentos-del-disec3b1o-wucius-wong.pdf>



La postura crítica y la pesquisa en el Diseño Gráfico

Por: Luis Henry Vanegas O.
Docente Diseño Gráfico
Areandina, sede Bogotá.

Algo de contexto

El diseño es considerado desde el principio de los siglos como algo necesario en la vida humana, en tanto reúne las vertientes que abrevan en la necesidad y la solución, elementos atinentes al ser desde sus inicios. En medio del potencial abanico de aspectos, se sitúa la gráfica como fenómeno que convive con cada uno de nosotros, necesitados de expresar con otros lenguajes las percepciones acerca de la realidad particular.

Sin embargo, ese lenguaje ha superado la expectativa de ser una forma de mostrar las realidades y subjetividades, tendiendo a convertirse en una mediación que la sociedad de consumo ha adoptado utilitariamente, al ofrecer sus productos y servicios.

Ascendido a profesión en tanto sus cultores profesionales han estudiado su implicación en la comunicación humana, la faceta del mero consumismo fue superada, siendo hoy expresado gráficamente y visto (usado) como dispositivo comunicacional que nos permite, apoyados en las formas y figuras, hacer sentir la realidad subjetiva en el otro, valiéndose de la conmoción perceptiva que provoca la imagen cuando toca la sensibilidad estética del ser. Podría considerarse la alteridad como unos de sus principios; agregando la funcionalidad y la técnica. Esa metamorfosis ha desplegado tensiones y fisuras que hacen necesaria la revisión del quehacer y de los componentes de la profesión; por supuesto, la intención del presente escrito no es agotar la temática, es analizar algunos de estos queriendo heredarle, en tono reflexivo, elementos que sirvan (al menos en nuestro medio) para dar apertura al estudio sensato que legitime la profesión.

Una aproximación prudente a la temática nos permitirá ver la evolución de lo que en sus comienzos fue entendido más como un oficio, pero que paulatinamente ha ido posicionándose y tomando forma de actividad profesional, al punto de ser hoy parte atractiva de la oferta de programas de formación que conforman el portafolio de universidades e instituciones de educación superior, bajo distintas denominaciones correspondientes y a su vez a diversos campos de acción y finalidades laborales.

LA PROBLEMÁTICA

La resultante 3 por 1

Sin embargo, esa misma diversidad ha provocado ausencia de distinción entre los mencionados campos de acción, al punto de encontrarse revueltos sus objetos, no disfrutando de “suficiente claridad” sobre cuáles son sus verdades conceptuales, su distinción formativa, sus características, ni sus objetivos.

Ley 30 de diciembre 28 de 1992

Artículo 7° Los campos de acción de la Educación Superior, son: el de la técnica, el de la ciencia, el de la tecnología, el de las humanidades, el del arte y el de la filosofía. (Educación, 1992)

La coyuntura ha sido aprovechada de manera perjudicial por intereses mezquinos, favorecidos por tal condición cultural incubada progresivamente de forma por demás difusa, de suerte que el “caos” provocado con la interpretación de las especificidades, poco ha colaborado cuando se desea establecer el horizonte formativo de las mismas (todas útiles) a efecto de proyectar la distinción de los correspondientes perfiles curriculares, profesionales, ocupacionales, para determinar las potencialidades (competencias) de los egresados de una y otra línea formativa.

A tiempo que todo esto surge, permite la entrada de un sinnúmero de conjeturas emitidas por tal o cual, a veces sin la menor dosis de sentido y tanto menos crítico, en torno a las diversas resultantes (procesos y productos) que emite cada ruta formativa. He aquí un interrogante problemático de carácter crítico: ¿Hasta dónde llega el efecto o la misionalidad de cada uno? Esa problemática ha generado, como se ha dicho, tensiones al interior de las instituciones y de la profesión misma.

Queriendo proponer una luz que permita discernir el quehacer, me permitiré invocar un concepto de Massimo Vignelli (1983), tratadista del tema académico acerca de las necesidades del diseño gráfico; asombra la indiferencia académica hasta nuestros días, ya que la citada proclama fue generada hace ya algunos años durante el discurso inaugural del Symposium sobre la Historia del Diseño Gráfico - University Chicago



ILUSTRACIÓN
Jefferson Daniel
Castañeda Aristizabal

Press, considerado por el ponente como una “oportunidad histórica” (Vignelli, 1983). Primero acerca del quehacer y pertinencia de la profesión y por ende, el mencionado factor contribuyendo a la no presencia de su correspondiente destino formativo.

Desde su óptica, el autor configura coloquialmente “una lista de compra”, en el sentido de aportar miradas acerca del devenir profesional, irónicamente “diseñando” las necesidades que la aquejan. Entresaco dos tópicos de carácter neurálgico que someramente van a servir de excusa para este abordaje: la Crítica y la Investigación. Me permitiré articular los dos alternamente vinculados, considerando que dependen biunívocamente y en esa medida se corresponden.

El diseño es causalidad no casualidad

Es la razón de ser de su acción y aspecto crítico que convoca la indagación que debe anteceder a la ejecutoria, para obrar con precisión. No se concibe una solución de diseño a medias, su efecto debe ser, en la medida de la demanda, una respuesta concreta y evaluable; luego, para garantizar su congruencia con el objetivo que proponga, debe consultar con rigor la necesidad y el proceso para escoger las herramientas, las tecnologías y los conceptos que propicien un resultado legítimo, aspecto que el pensador propone grosso modo, como categórico en el recorrido y que, en mi concepto, el diseño ha emprendido (sobre todo en nuestro medio) casi a ciegas por falta de sentido de compromiso y pertenencia por la profesión.

A tiempo que escribo estas líneas asumo la responsabilidad autocrítica, entendiéndolo que momentos como el presente han hecho falta en la academia y que en general han escaseado en la vida del diseño, por considerar entre otras hipótesis, que el diseño es una actividad nueva, joven, y que como tal, hay tiempo para ocuparnos de su estudio, este miramiento le causa complicaciones. Cabría entonces la pregunta ¿A partir de cuándo no lo será?

Ahora bien, ¿Requiere del componente investigativo para actuar?, ¿Qué actividad profesional no lo demanda?, ¿Cuándo se sabe que su recreación teórica depende de los caminos que le vaya revelando la indagación, observando, describiendo, explicando?, en fin, manteniendo actual su vigencia reconfigurando su paradigma, discursividad que brilla por su ausencia para que se presente el diseño primero como profesión legítima y como tal soportada por un presupuesto teórico.

“En la versión platónica, un paradigma constituye no un simple modelo, a modo de “copia”, “patrón” o “muestra” de algo que es real, sino, mucho más que eso: **un paradigma es un modelo ejemplar**, es decir, perfecto de tal modo que se ha de considerar digno de ser seguido e imitado” (González, 2005)

¿Qué cosas de las que vemos, parecen poseer la completud de elementos ineludibles para ser una obra y que con ellos se correspondan las exigencias para las que fueron concebidas y creadas? por añadidura, ¿cuáles en su defecto no? Como podemos ver, tanto la indagación como el sentido crítico potencian las respuestas e infieren certezas para que luego ni el sujeto gestor ni el sujeto usuario, recurran a elementos antojadizos en el proceso de generar y causar bienestar al ser (Principio Ontológico del proceso de diseño). La iluminación que manifiesta la consideración resultará aún más fortalecida comprendiendo el diseño como actividad embebida en sangre comunicacional, con lo cual se alimentarán continuamente el qué y el para qué del proceso.

ILUSTRACIÓN
Jefferson Daniel
Castañeda Aristizabal



Se evidencia que en la conceptualización perviven elementos culturales que impiden fomentar con mayor asiduidad y precisión; algunos componentes que co-laboren con actitud crítica pero estimulante de su crecimiento, frente a lo visual-función. Esto, pues la experiencia indica que toda persona que ve se siente con suficiente autoridad para opinar sobre el hecho gráfico visto. Pero ¿Qué provoca esta “participadera”?

El diseño padece de una enfermedad cuyo fondo es el desconocimiento social en torno a su importancia como disciplina (y profesión) que desempeña un importante papel social en el desarrollo del individuo, de su entorno social y económico – productivo. Una sociedad sin productos gráficos estaría condenada a morir de inanición informativa; todo producto gráfico nutre particularmente las actividades profesionales y la cotidianidad del res cogitans. Aun así, no se aprecia como prioritaria su pertinencia.

A diario damos cuenta de la aparición de una gran diversidad de productos visuales emergidos en medio de la comunicación gráfica, más no siempre emitidos por alguien probo en la temática; por el contrario, casi siempre ajeno y guiado por la subjetividad, sin explorar componentes distintos a esa categoría creativa. Afloran en ese tránsito por parte del sujeto usuario, expresiones coloquiales tales como: ...“Yo creería que”..., “A mí no me parece; pero bueno...”, “Hay algo que a mí no me gusta”... etc. Toda suerte de conjeturas brotan cuando se pone en consideración ya de un cliente, ya de un par colega (incluso), ya de un sapiente, pero aun así, las argumentaciones aparecen ausentes de teoría, demasiado subjetivizadas, no apegadas al menos a ciencias auxiliares en las que el diseño pueda beber en arriendo, como es la psicología cuando se hable de percepción subjetiva, dado que “Todo mundo ve de lo que sabe”. La experiencia indica que toda persona que ve, se siente con suficiente autoridad (criterio) para opinar sobre el hecho gráfico visto.

“Todo producto gráfico nutre particularmente las actividades profesionales y la cotidianidad del res cogitans.”

“Captamos la información visual de muchas maneras. Las fuerzas, perceptivas y kinestésicas, de naturaleza fisiológica, son vitales para el proceso visual (...) El cómo vemos el mundo afecta casi siempre a lo que vemos. Después de todo, el proceso es muy individual en cada uno de nosotros. El control de la mente viene frecuentemente programado por las costumbres sociales.” (Dondis, 1967)

COMO VEMOS EL MUNDO

Otra resultante de tal “participadera”. El sentido crítico y el componente indagador, aún son incipientes. Por tal razón, el criterio pedagógico de los principios y fundamentos le compete al diseño en términos de socializar las bondades mediadoras de lo visual. Se puede pensar que combinados dotarían elementos que permitan evidenciar fortalezas que, a su vez, posibiliten la distinción mediante la reflexión sobre los insumos que broten de tal actividad y potencien el sentido tanto de la formación como de los productos concebidos desde cada quehacer: técnico, tecnológico y profesional, junto a la identidad de sus papeles y la coherencia con sus funciones. Las distinciones surgidas privilegiarían el sentido comunicacional del componente respectivo, colaborando en la configuración y consolidación de sus objetos de estudio, de por sí alimentadores de lo teórico del diseño.

En tal propósito, la creación de sentido acerca de las fortalezas de su atributo cultural como creador de interacciones, conspira para que exista una sólida educación social, diseminada en la concienciación en torno al potencial de la figura y su imagen e imaginarios; de la trascendencia de las narrativas particulares del hecho gráfico, la categorización de las interpretaciones que fluyen, la emergencia de los efectos en términos de evaluación de efectividad; entre muchos componentes atribuibles al espacio profesional finamente encargado al profesional del diseño gráfico.

A manera de conclusión, algunos componentes que se oponen al éxito solicitado al Diseño Gráfico, con la finalidad de ir diseñando un Norte que proponga y configure el criticismo visual y la potenciación del sentido indagador, como insumos imprescindibles para su establecimiento como actividad importante en los renglones económico, estético, social entre otros:

- La producción crítica. Factor sustancial en la creación de sentido de actividad y de las realizaciones mismas.
- La asunción del componente crítico como útil en la construcción de su discurso teórico profesional.
- Apropiación del trabajo de indagación requerido, para optar la solución pertinente al caso gráfico y blindar los resultados.
- La escasa distinción entre sus diferentes modalidades formativas (campos).
- La vigilancia oficial sobre el sentido de las denominaciones con que se estos se ofrecen.
- La indiferencia social frente a esta gama de dificultades y la apatía académica de sus cultores.
- El divorcio provocado por la NO inclusión del Diseño Gráfico como faceta visual de la cultura Comunicacional.

Lista de Referencias

Dondis, D. (1967). Sintaxis de la Imagen. Sintaxis de la Imagen, alfabetización visual. Editorila Gustavo Gilli.

Educación, M. d. (28 de Diciembre de 1992). Ley 30 de la Educación Superior. Bogotá, Colombia.

Gonzalez, F. (1 de Abril de 2005). ¿Qué es un paradigma? Análisis teórico, conceptual y psicolingüístico del término. Investigación y Postgrado. Caracas, Venezuela: Universidad Pedagógica Experimental Libertador.

Vignelli, M. (1983). DISCURSO INAUGURAL DEL SYMPOSIUM SOBRE LA HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO. Chicago : Chicago Press.





GASTRONOMÍA

“Un cocinero se convierte en artista cuando tiene cosas que decir a través de sus platos, como un pintor en un cuadro.”

Joan Miró

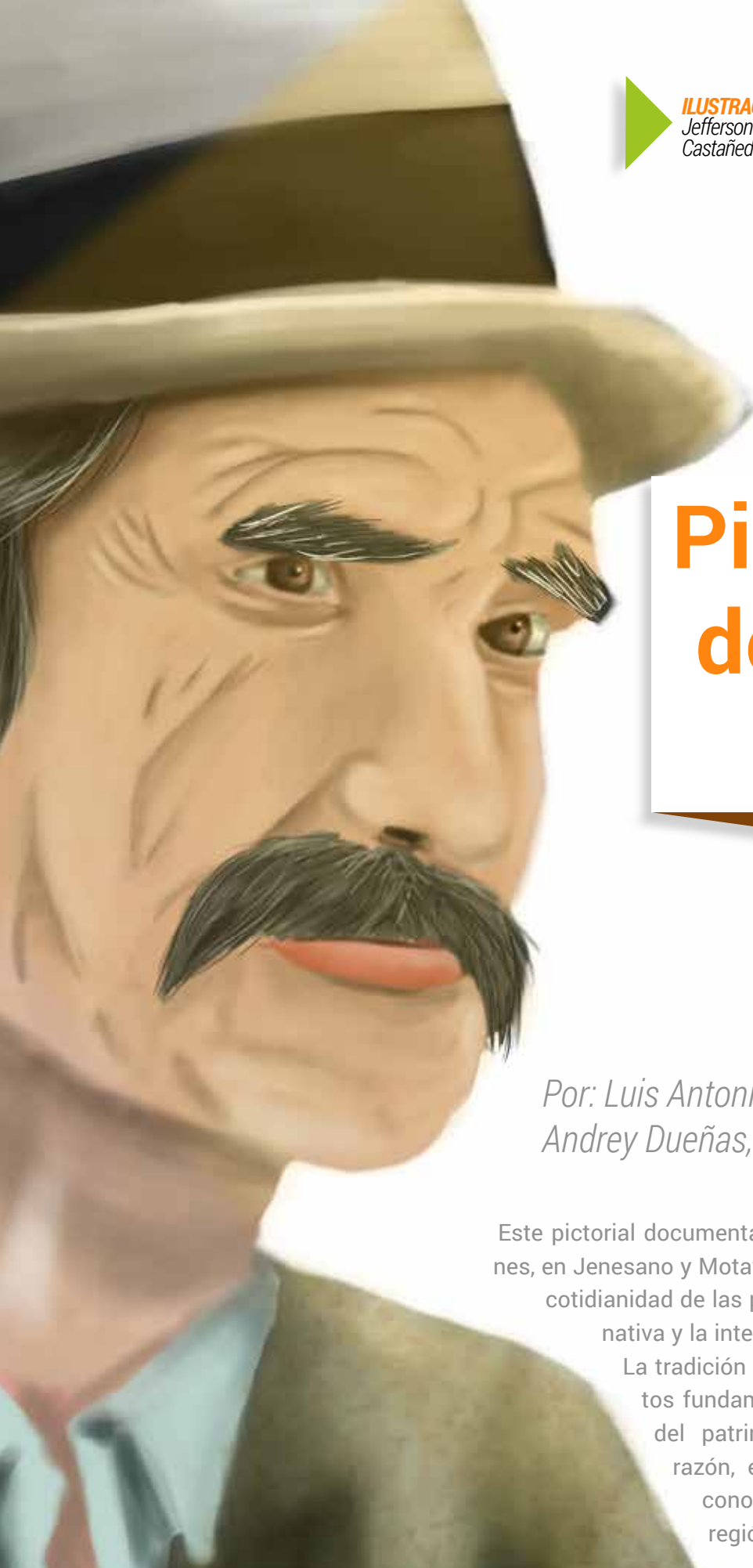


ILUSTRACIÓN
Jefferson Daniel
Castañeda Aristizabal

Pictórico ruta del tesoro de los Andes

Papas nativas en Boyacá

*Por: Luis Antonio Marín,
Andrey Dueñas, Julián Chaves.*

Este pictorial documenta las salidas de campo del semillero Orígenes, en Jenesano y Motavita. El objetivo, es mostrar elementos de la cotidianidad de las personas de las zonas productoras de papa nativa y la interacción de los campesinos con el producto. La tradición oral y conservación de semillas son aspectos fundamentales en la construcción y preservación del patrimonio alimentario colombiano. Por esta razón, este trabajo busca documentar y generar conocimiento de los productos endémicos de la región de Boyacá.



Costal de papas nativas
Foto 1.



Flor de papa nativa
Jenesano, Boyaca.
Foto 7.



Fogón de leña tradicional
Foto 2.



Vista de la cocina
Foto 5.



Paisaje Motaviteño, Boyaca
Foto 3.

Tradición a la realidad
Foto 9.



Cantinas de leche fresca
Motavita, Boyaca.
Foto 4.





Agricultor con sus papas nativas.
Jenesano, Boyacá.
Foto 6.



Participantes del proyecto de Investigación.
Semillero Orígenes.
Foto 8.

Proceso de la papa

ILUSTRACIÓN
Jefferson Daniel
Castañeda Aristizabal



Alimentación cruda y sin censura del campo a la mesa

*Por: Cristian Andres Peña
Montaña*

En esta ilustración se busca hacer una relación entre la comida y el arte, también se trata de mostrar la comida desde su estado natural, sin cocción alguna, un toro, un cerdo, un pescado, una cebolla, un tomate, entre otros, todos en su estado natural, crudos tal cual son. Esta pieza se elaboró a partir de líneas de diferentes tamaños, distancias, posiciones y grosor, algunos puntos para unificar la pieza y solamente en color negro.

La pieza busca mostrar todos estos alimentos del día a día, alimentos que consumimos comúnmente y que son de tradición y gran importancia en Colombia; se busca también crear una conciencia por la alimentación y la importancia que tienen los campesinos en ella, donde los cultivos que cuidan y la crianza de animales que realizan diariamente son parte fundamental de la alimentación colombiana e incluso, del mundo teniendo en cuenta los alimentos de gran calidad que se producen en el país y se exportan a otros lugares.



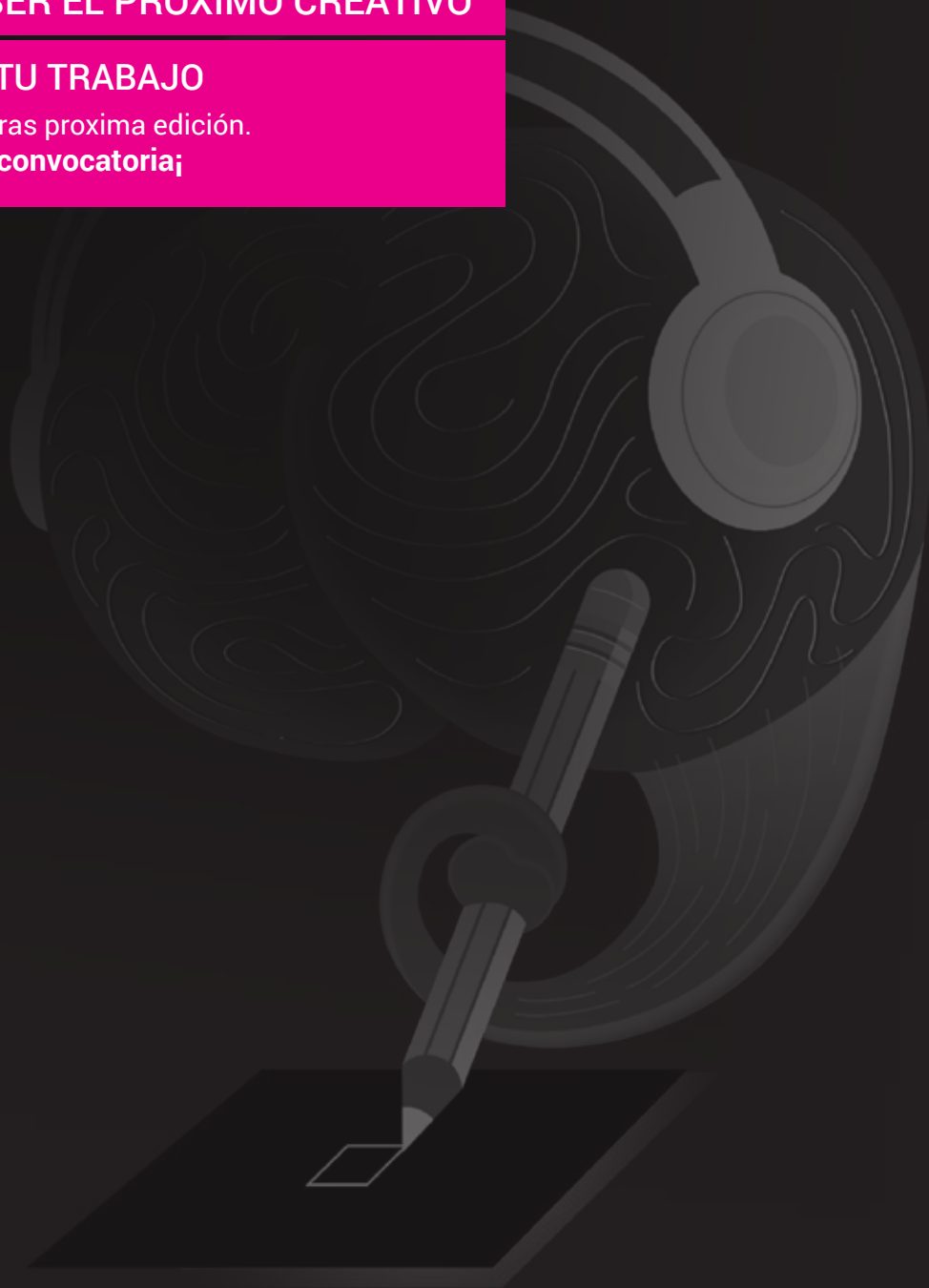
Cristian Peña
2017
CRISTIAN
PEÑA

TU PUEDES SER EL PRÓXIMO CREATIVO

EN EXPONER TU TRABAJO

Participa en nuestra próxima edición.

!Atento a nuestra convocatoria;



VMIDEA