

EDICIÓN DIGITAL

forma) diseño

FORMADISEÑO (MEDELLÍN) | ISSN: 2955-0114 (EN LÍNEA) | N° 4 | PP. 1 - 24 | ENERO - DICIEMBRE 2026 | MEDELLÍN, COLOMBIA



Créditos

Editora

Viviana Moreno Villegas

Diseño y Diagramación

Ana María García Arroyave

Nicolas Atehortua Taborda

Ariadne Pereira Vesga

Sebastián Durango Morales

Angelly Gutiérrez Zapata

Manuella Torres Murillo

Jerónimo Arredondo Taborda

Sofía Mejía Montoya

Kevin Alexis Rudas Escobar

Portada

Sebastian Durango Morales

Comité de Redacción

Yina Paola Duque Alzate

Lina Marcela Ortiz Giraldo

Corrección de Estilo

Paula Andrea Cuervo

Alexander Carvajal

FormaDiseño - 4ta Edición Digital
Enero - Diciembre de 2026
Universidad Católica Luis Amigó

Contenido

Pág. 4

La cuarta revolución

Pág. 6

Parádeigma

Pág. 9

Diseño Y2K

Pág. 11

Diseño en el cine

Pág. 13

Entre la razón y la emoción

Pág. 15

¿Y si el planeta fuera
tu cliente?

Pág. 18

Imaginando lo invisible

Pág. 20

La vigilia y el sueño

Pág. 22

Entre beats & vectores

@formadiseno.ig
semillero.formadiseno@amigo.edu.co
(604) 448 76 66 Ext. 9770
Transversal 51a #67b-90 Medellín, Colombia

Editorial

Viviana Moreno Villegas / Coordinadora del Semillero de Investigación FormaDiseño
Docente Programa Diseño Gráfico

El diseño gráfico está permanentemente en un fascinante estado de **proceso creativo y experimentación**. Estos dos conceptos convergen para dar paso a la magia de la comunicación visual. **En esta cuarta edición digital del Magazine FormaDiseño**, exploramos cómo estas convergencias definen el diseño experimental actual, donde la narrativa visual se reinventa.

Hoy, diseñar implica lógica para estructurar el mensaje y garantizar su claridad; la emoción que impulsa, genera impacto y conecta. Así se comprende la dinámica del diseño gráfico para alcanzar el impacto estético y comunicativo. Esta dinámica se evidencia en cada época, y con claridad en el resurgimiento del **estilo Y2K**, que ocupa un lugar en el diseño experimental, apropiándose de los gradientes cromáticos, tipografías futuristas, superficies brillantes, elementos 3D, entre otros. Una estética que vuelve como albos de la era digital, ofreciendo un terreno fértil para la experimentación visual y de identidad.

Otro de nuestros temas de interés es el **diseño en el cine**, en el se describe cómo el diseño tiene la capacidad para construir narrativas y atmósferas envolventes que trascienden la pantalla, ampliando los fines del campo gráfico, desde el póster a la inmersión narrativa. El magazine presenta además una visión ampliada expresada en el **diseño sostenible**, una respuesta al planeta, que ya no es una opción, sino un imperativo, que se traduce en procesos que minimicen el impacto ambiental.

En la visión cultural, analizamos la relación entre **el género de la música urbana y el diseño gráfico**, un vínculo que ha transformado la estética de

las redes, los videoclips, la moda y los espacios urbanos. Esta sinergia demuestra cómo el diseño se nutre de la cultura popular para mantenerse relevante e influyente.

Un reto en la actualidad, sin lugar a dudas, es la llegada de la **inteligencia artificial**, que redefine lo que entendemos por proceso creativo. Hoy no puede ser vista como una amenaza; en las páginas descubrirás que la IA se presenta como una herramienta co-creadora que acelera procesos y potencia perspectivas creativas.

En este ecosistema de la innovación, se destaca el **“concept art” como detonante creativo**. Esta fase inicial es la que define la dirección de cada proyecto. Las ideas más audaces toman forma, guiando todo el proceso de diseño, desde la experimentación inicial hasta el resultado final.

El **paradigma** del diseño gráfico exige una constante reevaluación de las normas establecidas. Las grandes rupturas en el diseño no provienen de seguir reglas, sino de entenderlas tan profundamente que se puedan romper y estructurar de manera significativa.

Finalmente, nos adentramos en la frontera entre **vigilia y sueño**, ese terreno que genera conexiones inesperadas y soluciones novedosas, recordándonos que la creatividad no es una línea recta, sino un continuo proceso que atraviesa lo consciente y lo inconsciente.

Esta edición es una invitación a abrazar la experimentación, a cuestionar los límites y a utilizar diversas influencias para un diseño más audaz, consciente y relevante.

Bienvenidos a esta Travesía.

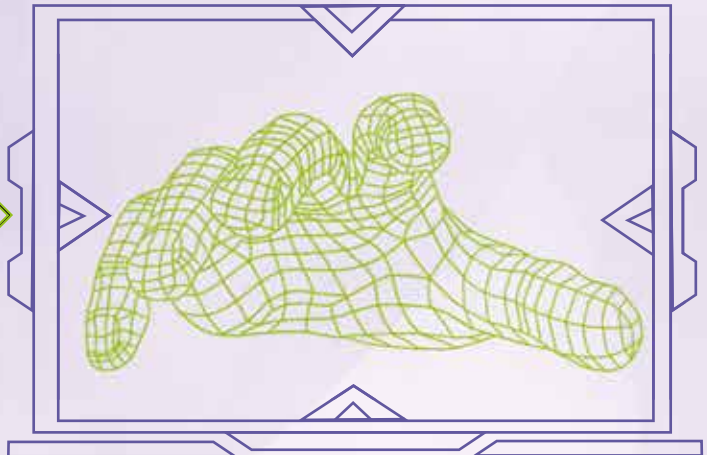
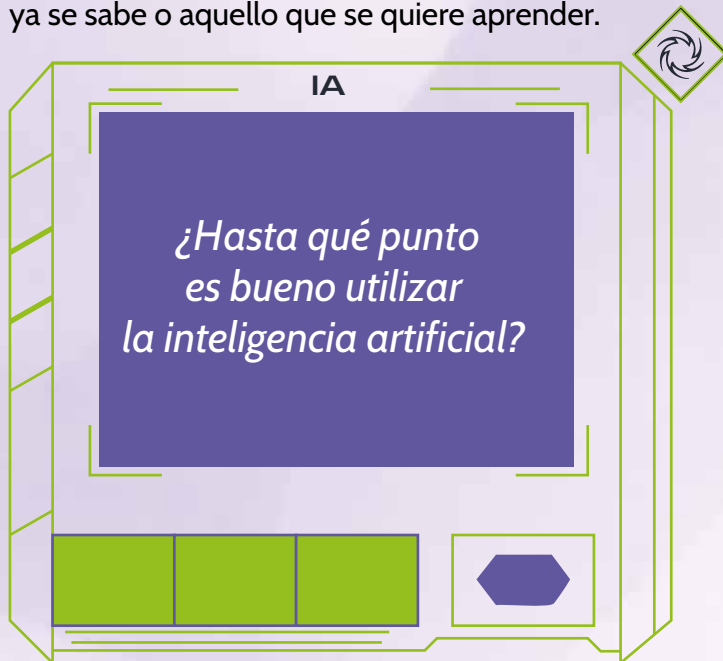
LA CUARTA REVOLUCIÓN

Autor: Ana María García
@anamagar_5.0

La inteligencia artificial (IA) es un recordatorio que antes las cosas eran más difíciles. Todo requería esfuerzo: intentar más, buscar más, indagar más, querer saber más. Hoy la IA está transformando no solo entornos, sino también profesiones. Una de ellas es el diseño gráfico, que será el tema central de este artículo.

Es importante empezar aclarando que la IA no es mala; se ha satanizado un poco, pero hace la vida más fácil. En conjunto con el diseño, la IA se convierte en una herramienta que potencia lo que ya se sabe o aquello que se quiere aprender.

Lo cierto es que nadie, hasta el momento, ha puesto límites claros frente a su uso. Es responsabilidad del diseñador aprender hasta dónde se debe llegar siendo conscientes de ello. No se trata de odiarla, sino de utilizarla a favor. Sin embargo, da miedo el futuro, lo que vaya a pasar después.



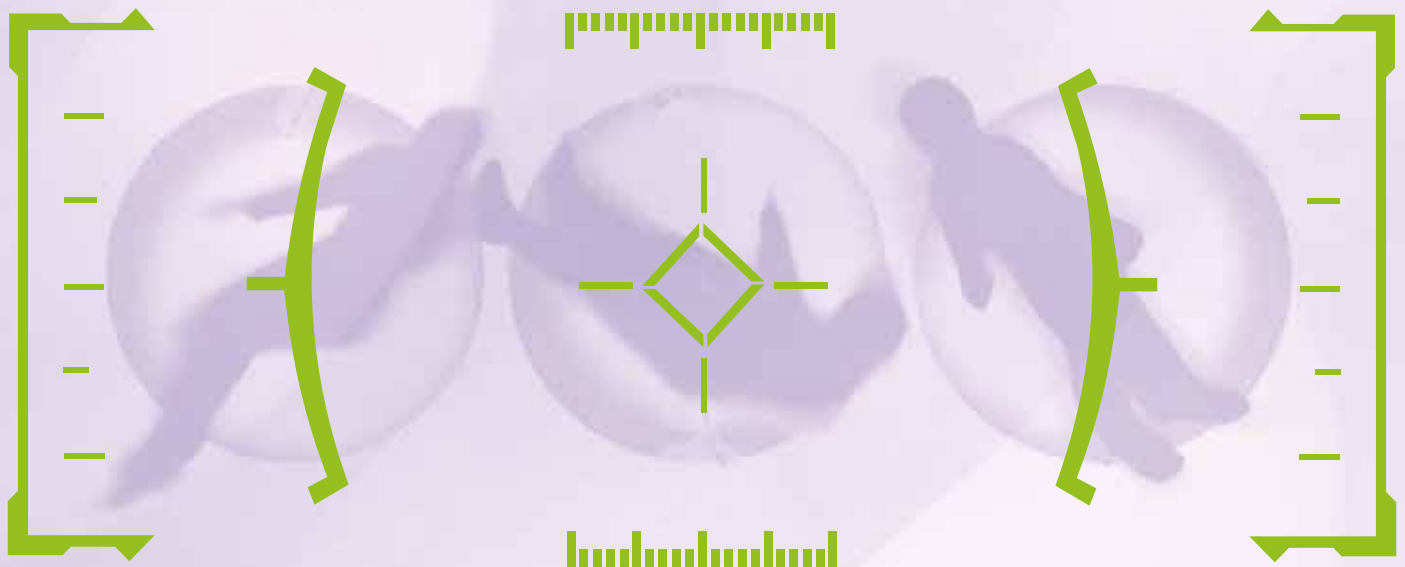
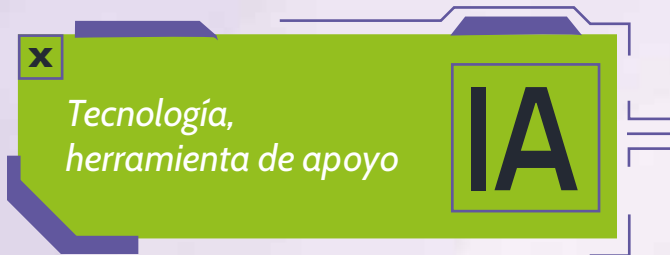
Rico Sesé (2020) comenta que gran parte de los diseñadores creen que la IA puede reemplazar algunas de sus tareas en pocos años. Aun así, es complicado afirmar que una base de datos vaya a reemplazar al 100% un proceso creativo. No es lo mismo crear un buen prompt para la IA que ser un ser humano consciente de su entorno, del cual surgen ideas, planes, imaginación y emociones. Crear un boceto, sentirlo y visualizarlo en la mente es una experiencia que no imita una máquina.

Según Margaret Boden (2017), la IA es una de las transformaciones más significativas para la humanidad. Ella afirma que la IA tiene objetivos tanto tecnológicos como científicos, pero también advierte que su desarrollo pone en entredicho la creatividad y la dignidad humana.



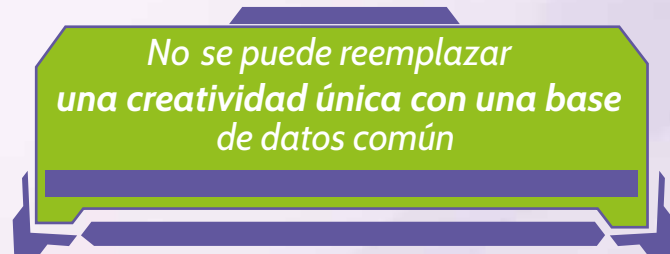
El cerebro también es una base de datos, pero a diferencia de la IA, es única en cada persona. Está llena de vivencias, sentimientos y formas distintas de ver el mundo. Eso es lo que hace tan especial a los diseñadores y por eso siempre existe esa sensación de asombro con cosas nuevas en la calle: eso refleja esa base de datos única de cada creador.

El diseño gráfico intentará volverse más eficaz porque los diseñadores entenderán cuando se dice que el cliente lo quiere todo para ayer, pero no se puede reemplazar una creatividad única con una base de datos común.



Para los ilustradores, la IA puede ser un referente y se puede usar de dos formas, ya que, no se tienen límites claros. O se hace un prompt tan estructurado que termina generando una imagen basada en datos comunes, o, si no se sabe cómo dibujar una mano u otro elemento en la ilustración, simplemente se le pide a la IA. Son decisiones personales, es cuestión de ética profesional. Pero es más valioso disfrutar el proceso creativo, dejar fluir las ideas y usar la tecnología solo como herramienta de apoyo.

No hay que ir tan lejos: incluso cuando hay una simple duda sobre cómo hacer algo en el celular, se suele acudir a la IA para que guíe el proceso.



PARADIGMA

Autor: Nicolas Atehortua Taborda - @nikO.at

De la ruptura a la mente, percibir se hace diferente.

LÍMITES

LIBERTAD

“YOU TAKE THE BLUE PILL – THE STORY ENDS.[...]
YOU TAKE THE RED PILL – YOU STAY IN WONDERLAND.[...]”
– MORPHEUS, THE MATRIX (1999)

¿Qué sucedería si todo lo que se enseña se acepta sin cuestionarlo? ¿Qué pasaría si las reglas que se adquieren en la academia se convierten en límites invisibles?

Todas estas doctrinas estructuran la forma de crear y la manera en que se percibe, generando una zona de confort que se siente no se puede romper. Eso es un paradigma; es la aceptación de doctrinas que permiten avanzar, pero que a su vez pueden limitar.

Esa aceptación de doctrinas poco a poco se convierte en unas paredes invisibles que no permiten que se observe más allá de lo aprendido, delimitando las fronteras de lo posible y cayendo en una de las decisiones que ha existido en el ser humano desde la antigüedad, la cual indica la aceptación del mundo tal como lo muestran, sin cuestionarlo.

PARADIGMA

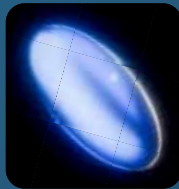
Según la RAE, un paradigma es: “Una teoría o conjunto de teorías cuyo núcleo central se acepta sin cuestionar y que suministra la base y modelo para resolver problemas y avanzar en el conocimiento”.

LIMITAR

PASTILLA AZUL

Eso mismo sucede en el ámbito del diseño gráfico. Durante la academia se aprenden todo tipo de reglas, conceptos y leyes como la jerarquía, composición, orden, estilo gráfico, ritmo, teorías, uso del color, etc. Todos esos elementos son guías para ser mejores profesionales y que aportan valores gráficos y organizados a la propuesta visual.

Reglas que nos ayudan a tener un orden y que brindan un aporte visual, pero ¿qué sucede si todos estos parámetros, estándares o teorías impuestas se comienzan a cuestionar y, como diseñadores, se da el paso para elegir su propia “píldora roja” y se empieza a explorar territorios que no están en ningún manual o academia?



Cuestionar estas ideas no significa destruirlas o romperlas, sino una manera de ver más allá de la norma.

LIBERA TU MENTE.

Entender esto es dar ese reconocimiento de que las normas albergan un mundo; que la academia forma, pero no determina; que es una orientación que ofrece caminos, pero no todo el horizonte completo.

En estos actos de cuestionamiento, nace la duda o inquietud e inicia la libertad estética, de una ruptura consciente de las normas para permitir nuevos estilos. Y es aquí donde se da paso a las nuevas fronteras, conocimientos

y un nuevo mundo creativo con más posibilidades, que en la película se le conoce como salir de la “simulación”. Es muy difícil ver o despertar, especialmente si se permite disfrutar de esa zona de confort. Mientras se sienta que es suficiente lo aprendido, se vivirá en esa realidad sin cuestionarla. Pero cuando el diseñador percibe los límites y siente que las reglas funcionan, pero también dejan entrever que existe algo más allá de ellas, se expande una nueva manera de ver las cosas.



En **THE MATRIX**, los códigos no se perciben hasta que alguien comienza a verlos. Lo mismo sucede cuando se diseña; no se percibe esa realidad impuesta hasta que se intenta romper. Entonces, surge una pregunta inevitable: *¿qué es real?*

003

LIBERTAS

"SOLO PUEDO MOSTRARTE LA PUERTA. TÚ TIENES QUE CRUZARLA."

¿LO REAL ES LO QUE FUNCIONA SEGÚN LAS NORMAS,
O LO QUE COMUNICA SEGÚN LA INTENCIÓN?

Quizá ambos convergen en un punto del plano. Las normas son la contraparte de la libertad. Ya que encierran una intención, una manera de ver el mundo, pero todo paso hacia la ruptura de ellas abre las puertas a un nuevo saber.

La experimentación surge como un puente entre ambos extremos, permitiendo la evolución del diseño orientado por la norma, pero transformado por la conciencia y trascendido por la ruptura de límites.

Diseñar también es aprender a ver, cuestionar y ver; no es percibir lo que está frente a nosotros, sino poder reconocer aquello que la costumbre ha vuelto invisible para los ojos. Al conocer la libertad, se detienen por un instante las doctrinas aprendidas y se permite que el estilo se adelante a lo técnico y normativo.

Revelando nuevos horizontes, y eso no significa que las reglas dejan de existir; por el contrario, se les da un nuevo significado. Es aquí cuando la duda nos rompe la barrera y nos ayuda a mirar por encima del borde. Porque cuando entendemos que las reglas también son herramientas, pero a su vez nos limitan, comprendemos que romperlas de una manera consciente no es un símbolo de rebeldía, sino de libertad. Una forma de desertar de la simulación.

"EL DISEÑO ES PENSAR MÁS ALLÁ DE LAS REGLAS,
INNOVAR Y EMPUJAR LOS LÍMITES." DAVID CARSON.

DISEÑO Y2K

caos, futurismo y nostalgia

Autor: Ariadne Pereira
@galle.arty

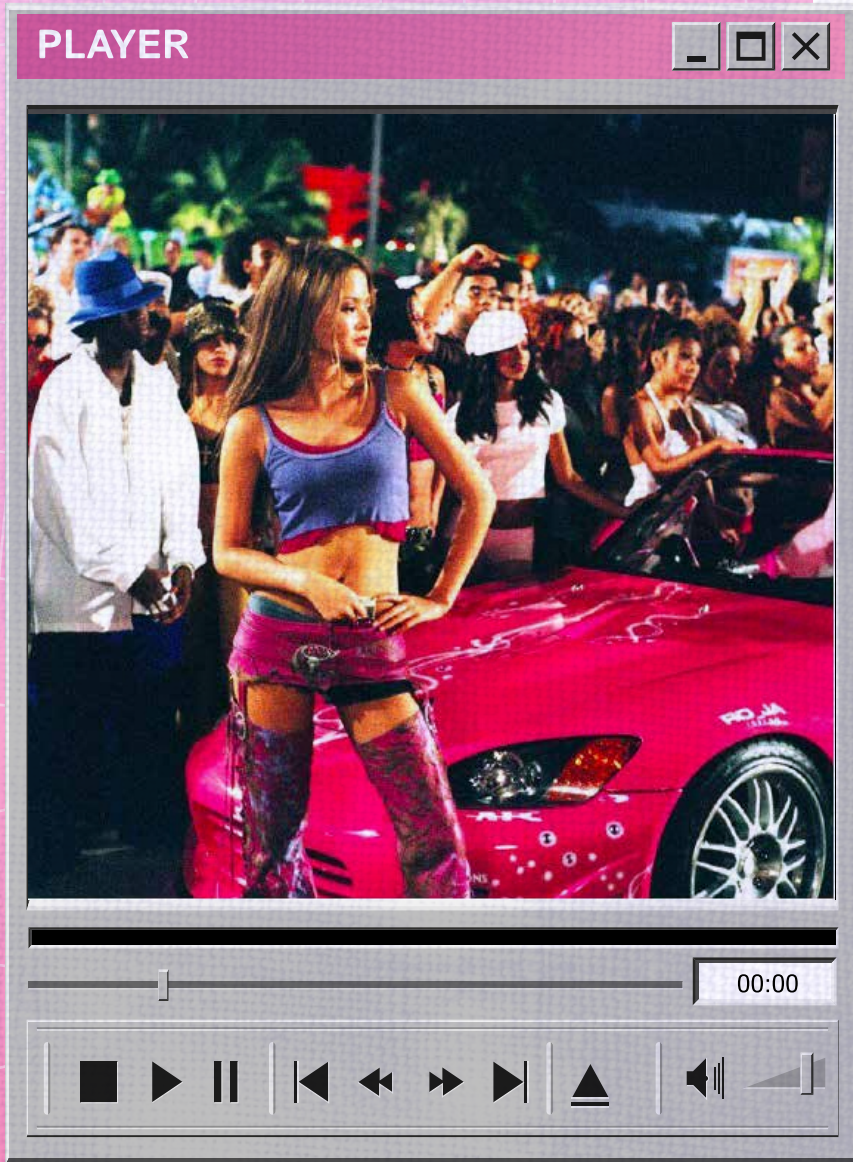
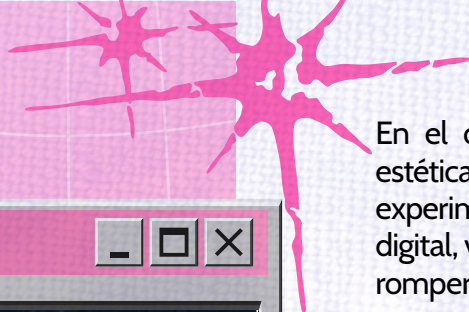


Para hablar del estilo “Y2K” en el diseño experimental, primero se debe explicar lo que es el diseño retro; este se trata de una reinterpretación moderna del diseño gráfico de épocas pasadas, integrando tendencias actuales con un enfoque renovado y creativo. Es una técnica que funciona porque llega a las emociones, en especial a la **nostalgia**, que es esa conexión emocional que las personas pueden sentir hacia tiempos pasados.

Este estilo se caracteriza por el uso de tipografías clásicas, paletas de colores en tonos pasteles y vivos, texturas que simulan desgastes y formas geométricas repetitivas. El conjunto de todos estos elementos construye una estética visualmente cautivadora; mezcla lo antiguo con lo nuevo de una manera armónica, abordando tanto a las generaciones mayores como a las nuevas, creando un puente simbólico entre el pasado y el presente.

En medio de esto aparece la estética Y2K, que surge a partir del crecimiento tecnológico de finales de los noventa y principios de los 2000. Se caracteriza por el uso de efectos metálicos, degradados brillantes, tipografías en relieve, transparencias, texturas cromadas y composiciones saturadas y dinámicas. Cada uno de estos elementos refleja la atracción por lo digital y futurista de esa época, creando una estética atrevida, vibrante y llena de energía. El diseño Y2K combina el caos con la sofisticación, reviviendo la nostalgia de un tiempo en que el futuro se imaginaba con optimismo, innovación y un exceso visual muy característico.

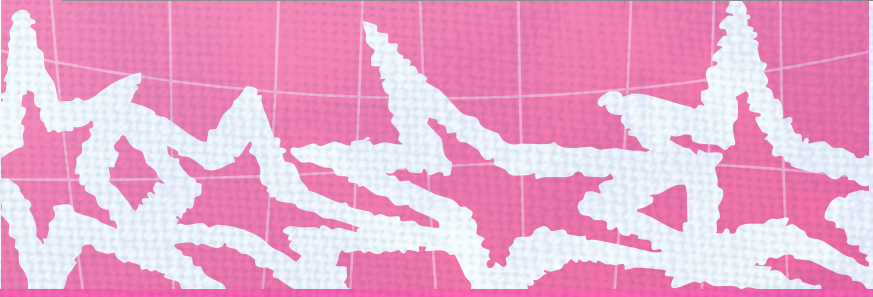




En el campo del diseño gráfico, esta estética ha abierto un espacio para la experimentación visual. Su apariencia digital, vibrante y a veces caótica, invita a romper con las normas tradicionales de composición y equilibrio, permitiendo de esta manera la exploración de nuevas formas de expresión artística. Los diseñadores se han atrevido a mezclar texturas, efectos tridimensionales, tipografías distorsionadas y paletas saturadas para crear imágenes que desafían lo convencional. Esta es una mezcla que no teme saturar, sorprender o incluso incomodar al espectador, siendo disruptiva y original.

Su influencia no se limita al diseño gráfico; también dejó una gran huella en la moda. Las pasarelas y marcas contemporáneas han retomado prendas icónicas de los años 2000, como los pantalones de tiro bajo, los tops metálicos, los lentes coloridos y los accesorios brillantes. Además, esta estética encontró espacio en el cine. Las películas *2 Fast 2 Furious* (2003) y *Rápidos y Furiosos: Reto Tokyo* (2006) son ejemplos claros de esta influencia. Suki, uno de sus personajes, simboliza completamente esta estética con su carro fucsia, lleno de vinilos y luces, y su ropa que combina materiales y tonos vibrantes, apoderándose del espíritu de la época.

Finalmente, el estilo Y2K demuestra que el diseño es cíclico y que las ideas siempre pueden reinventarse. Su estética brillante, saturada y exagerada sigue inspirando a diseñadores que buscan romper con lo predecible.



Es una forma de ver el diseño con más libertad, rebeldía visual y experimentación.



DISEÑO EN EL CINE

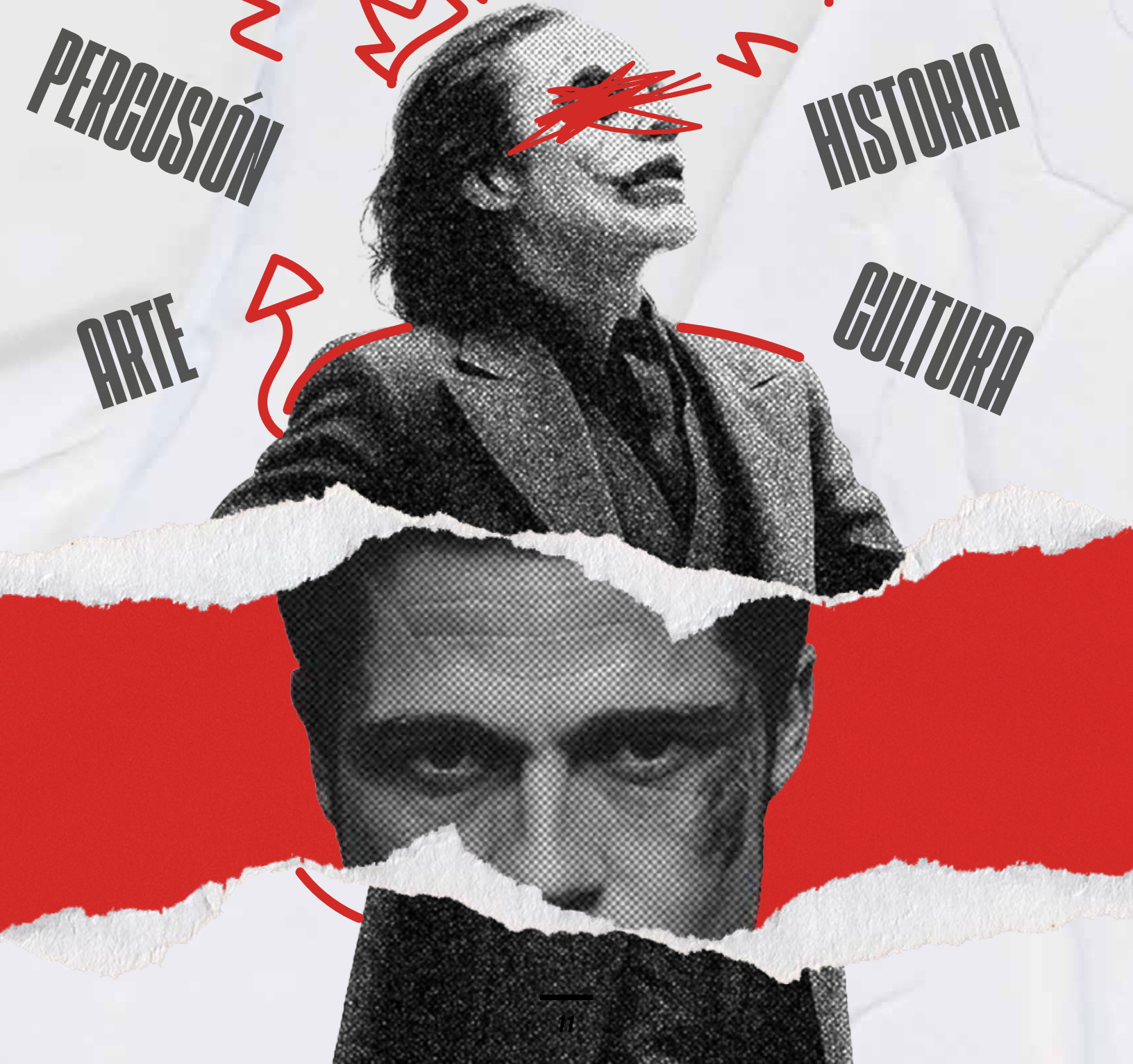
Autor: Sebastian Durango Morales
@sebart146

PERCUSIÓN

HISTORIA

ARTE

CULTURA



El cine ha permitido contar grandes historias a través de la gran pantalla, logrando así convertirse en el séptimo arte. Con un impacto social y cultural, se ha transformado en un medio que educa y entretiene a grandes masas; ha revolucionado el mundo y la cultura popular, aportando grandes ideas que han cambiado la industria a través de los años y han sido reconocidas en la pantalla grande, pasando por varios géneros como ciencia ficción, drama, acción e incluso el terror.

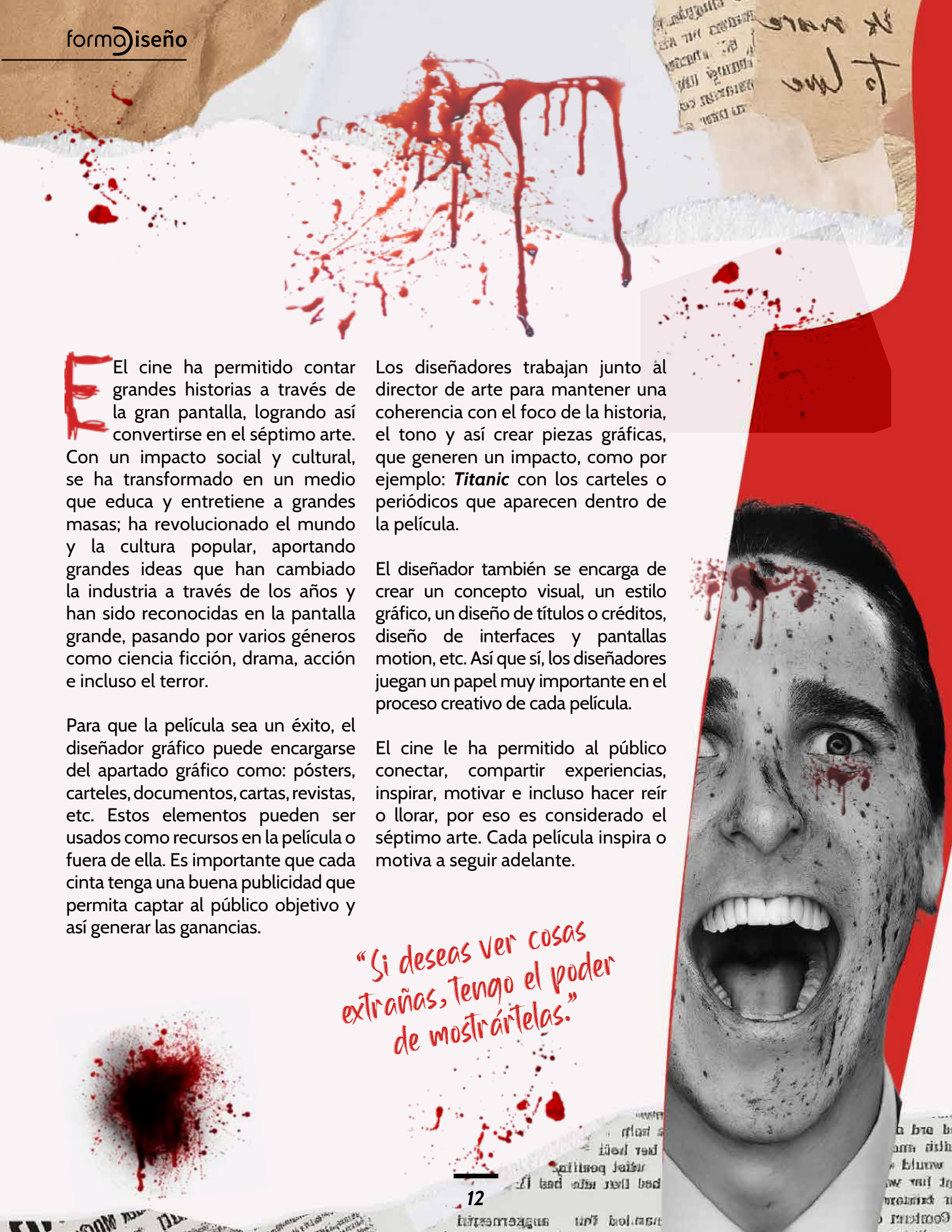
Para que la película sea un éxito, el diseñador gráfico puede encargarse del apartado gráfico como: pósters, carteles, documentos, cartas, revistas, etc. Estos elementos pueden ser usados como recursos en la película o fuera de ella. Es importante que cada cinta tenga una buena publicidad que permita captar al público objetivo y así generar las ganancias.

Los diseñadores trabajan junto al director de arte para mantener una coherencia con el foco de la historia, el tono y así crear piezas gráficas, que generen un impacto, como por ejemplo: **Titanic** con los carteles o periódicos que aparecen dentro de la película.

El diseñador también se encarga de crear un concepto visual, un estilo gráfico, un diseño de títulos o créditos, diseño de interfaces y pantallas motion, etc. Así que sí, los diseñadores juegan un papel muy importante en el proceso creativo de cada película.

El cine le ha permitido al público conectar, compartir experiencias, inspirar, motivar e incluso hacer reír o llorar, por eso es considerado el séptimo arte. Cada película inspira o motiva a seguir adelante.

“Si deseas ver cosas extrañas, tengo el poder de mostrártelas.”



ENTRE LA RAZÓN

Y la emoción



Autor: Angelly Gutierrez Zapata
@angelly_zapata_

El diseño, antes de ser una estructura, es una experiencia visual. Muchas veces se alimenta el ojo y la cultura sin saberlo, por ignorancia. La arquitectura clásica muestra la perfección, esa simetría con serenidad, aquella armonía que busca cada línea, cada columna; esa lógica visual que equilibra lo divino con lo humano. Lo divino manifiesta esa perfección con belleza absoluta; lo humano representa esa técnica, la construcción, esa experiencia sensorial, y es así como el arquitecto crea con las manos lo que la mente imagina como perfecto.

La arquitectura gótica señala la trascendencia de la fe, con la emoción y el misterio dominando el mundo. Los constructores góticos no solo levantaban los muros, sino también el sentir de la presencia de lo divino; por eso las catedrales elevan manos que intentan tocar el cielo.

Las dos arquitecturas buscan emocionar, pero lo hacen desde lenguajes distintos: el clasicismo invita al equilibrio y el gótico a la elevación espiritual.

El diseño experimental permite compartir esa esencia; los arquitectos góticos rompieron con la rigidez clásica para dejar entrar la luz a través de los vitrales; el diseñador experimental rompe con los moldes para dejar entrar nuevas ideas. La creatividad no solo surge de la técnica, sino también de la observación, de cómo percibimos lo que nos rodea y de cómo lo visual inspira.

La arquitectura clásica es un ejemplo de cómo un ojo educado ve más allá de lo evidente. Lo que a simple vista parece solo una fachada armoniosa, en realidad responde a siglos de reflexión sobre la belleza, la luz, la escala y la relación entre

el cuerpo humano y el espacio; se puede decir que la arquitectura clásica convierte la mirada en conocimiento.

Es un recordatorio de que todo proceso creativo nace de una observación profunda. Antes de la innovación está la contemplación de la arquitectura clásica, de la cual surge ese anhelo por el equilibrio y por la serenidad que se experimenta cuando cada elemento encuentra su lugar y todo entra en armonía.



Terrenal y espiritual

Esta combinación, demuestra que la arquitectura puede pensar y sentir al mismo tiempo. Los arquitectos victorianos comprendieron que la perfección de una estructura no está solo en sus medidas, sino en lo que hace sentir a quien la habita. Lo clásico aporta la base, la razón que sostiene; lo gótico aporta la inspiración, el aliento de una historia que aún respira y late con fuerza humana.

La arquitectura clásica enseñó a buscar la perfección a través de la razón; la gótica recuerda que el espíritu también necesita elevarse. El Renacimiento victoriano entendió que ninguna de las dos pueden existir sin la otra. En ese diálogo entre equilibrio y emoción, entre lo terrenal y lo espiritual, se encuentra la verdadera esencia del diseño: crear con los ojos y con el alma.

Cada arco, cada cúpula y cada escultura son huellas del pensamiento humano que se hace visible. No solo construyen espacios, también construyen sentimientos. Así, entre la razón y la emoción, el arte sigue siendo la forma más sincera de hablar.



Al final, la arquitectura no es solo un conjunto de formas, estilos o técnicas: es la manera en que el ser humano intenta comprenderse a sí mismo. La serenidad de lo clásico y la intensidad de lo gótico recuerdan que siempre se ha vivido entre la razón y la emoción, buscando equilibrio sin perder la capacidad de asombro. El Renacimiento victoriano tomó esa dualidad y la convirtió en un puente, demostrando que la belleza nace cuando las ideas se encuentran con los sentimientos.

Hoy, al observar estas estructuras, se entiende que no solo se está mirando edificios, sino rastros de quienes los imaginaron. Porque cada elemento forma parte de una historia más grande: la del ser humano que mira, piensa, siente y crea. Y es ahí donde el arte encuentra su verdadero sentido. Entre lo que somos y lo que soñamos, la arquitectura sigue hablando con un lenguaje silencioso, pero profundamente humano.

« Representa la delicadeza del arte clásico, donde el gesto y el movimiento capturan la emoción humana. »

Su forma, tallada con precisión, parece detener el tiempo y recordar que la belleza también habita en lo efímero. »

¿Y si el planeta fuera tu cliente?

Autora: Manuella Torres Murillo
@manubluehairdesigns

Si el planeta fuera tu cliente, *¿qué tipo de productos crees que te pediría?* y *¿qué tipo de diseño le ofrecerías?* Es muy importante que el diseñador piense en el planeta Tierra a la hora de crear, diseñar o innovar sobre algún producto, ya que, a medida que pasa el tiempo, el planeta pide ayuda y hay que saber escuchar. El diseño ecológico responde a estas preguntas; pero, para hablar del diseño ecológico, es necesario hacer un viaje al pasado.

Los 70's

Se dice que la primera vez que se habló del **desarrollo sostenible** fue en los años 80 gracias a un informe histórico de la ONU llamado "El Informe Brundtland", que fue publicado en el año 1987, ya que en este informe se habla oficialmente del **término desarrollo sostenible**.

Pero la realidad es otra; *la primera vez que se abordó* el tema del desarrollo sostenible *fue en los años 70 por el profesor alemán-británico Ernst Friedrich Schumacher*, en su obra titulada "Lo pequeño es hermoso" (1978). En esta obra se plantea que, como individuos, hay que ser consciente sobre el crecimiento económico y tomar acción como sociedad para evitar impactos negativos en el medio ambiente a futuro.

Antes de seguir con la historia, es necesario hacer un paréntesis. Se debe tener en cuenta algo muy importante, y es que **no hay que confundir el diseño ecológico con el diseño sostenible**; aunque van muy de la mano, **no son lo mismo**.

El diseño sostenible es aquel que no se basa solo en el producto, sino también en sus implicaciones, como en la comunidad, lo laboral y el desarrollo económico.

El diseño ecológico es aquel que se basa en reducir el impacto ambiental de un producto, como la generación de residuos y la contaminación.



Los 80's

Si bien el informe de la ONU de 1987 menciona oficialmente el término, fue **Ernst Friedrich Schumacher** el pionero en cuanto al desarrollo sostenible. **Esta parte de la historia es importante**, ya que este nuevo término **da pie a un cambio muy trascendental en cuanto a la idea de lo sostenible**, principalmente en el ámbito ecológico.

Los 90's

El ecodiseño tomó fuerza en Estados Unidos durante la década de los años noventa, impulsado por la creciente preocupación frente al cambio climático, lo que motivó una mayor conciencia ambiental en la sociedad. **Se puede decir entonces** que el ecodiseño nació de la necesidad de reducir los impactos ambientales de cualquier producto antes de producirlos.



El diseño, en su forma más noble, debe ser socialmente, moralmente y ecológicamente responsable.



El proceso creativo detrás del diseño ecológico:

Para conocer el proceso creativo detrás del diseño ecológico, se debe tener en cuenta tres campos fundamentales que lo engloban.

El campo de marketing para definir el perfil del producto, el campo de producción para definir los materiales a usar y el campo comercial para la definición de la imagen del producto y los medios de promoción del mismo.

Desde el diseño industrial hasta el diseño de la imagen corporativa, se tiene en cuenta que el producto o servicio que se lanzará debe tener el menor impacto ambiental posible, y aquí entra un nuevo concepto: La innovación, el producto o servicio que vaya a salir al mercado, debe ser innovador, ¿y qué quiere decir innovador? Algo que sea útil y funcione en el mercado; en el caso de los productos o servicios ecológicos, es reducir su impacto en el medio ambiente. Si el producto no logra cumplir este propósito, se puede decir que no es innovador y se deben buscar más alternativas.



Fases del proceso creativo del diseño ecológico:

Para diseñar un producto o servicio ecológico hay varias fases que se integran. A continuación, se enumeran las fases de acuerdo a la fuente: Guía metodológica **PREDICA** de Diseño Industrial, de la Fundación **PRODINTEC**.

01: Fase de definición o estratégica.

En esta primera fase se va a definir qué se va a hacer y, una vez definido, se empieza su planificación.

02: Fase conceptual.

Luego se continúa con el análisis y se deja llevar a flote la creatividad.

03: Fase de detalle.

Se empieza a desarrollar más a fondo la alternativa que se escogió previamente.

04: Fase de ingeniería del producto.

Esta fase posibilita el paso a la producción.

05: Fase de producción.

Esta fase consta de la preparación para la producción en serie.

06: Fase de comercialización.

Aquí se busca lograr que el producto destaque sobre los productos similares de la competencia.

07: Fase de reciclaje.

En esta etapa se toman decisiones sobre los materiales y los diseños a utilizar en los productos porque de ello dependerá el impacto medioambiental al ser finalmente tratados.

IMAGINANDO LO INVISIBLE:

• El concept art como *detonante* creativo.

Por: Jerónimo Arredondo
@arrelojero

Antes de que veamos una película, juguemos un videojuego o visitemos una experiencia inmersiva, alguien tuvo que imaginar cómo se vería ese mundo. El concept art es exactamente eso: el arte de visualizar ideas antes de que existan para plasmarlas y/o materializarlas posteriormente.

Son ilustraciones, bocetos o pinturas digitales que muestran personajes, escenarios, objetos o atmósferas. Su objetivo no es decorar, sino convertir una idea en una imagen clara y compartida que guíe a todo el equipo creativo.

Imagina que un guionista describe un planeta futurista; las palabras pueden ser inspiradoras, pero no son suficientes para que un equipo de producción construya ese universo. El concept artist traduce esa idea en imágenes: dibuja montañas y escenarios (landscaping) con ambientes únicos, ciudades o criaturas extrañas de diversas características. Lo mismo pasa en un videojuego, donde se diseñan los personajes, armas o paisajes, incluso en proyectos de diseño experiencial, como un museo interactivo o un espacio temático; el concept art ayuda a dar una idea de cómo se sentirá el visitante dentro del entorno.

¿Por qué es tan importante?

El concept art cumple varias funciones clave:

Comunica: sirve como un lenguaje común entre guionistas, diseñadores, ingenieros y clientes.

Inspira: un simple boceto puede abrir nuevas ideas o soluciones creativas.

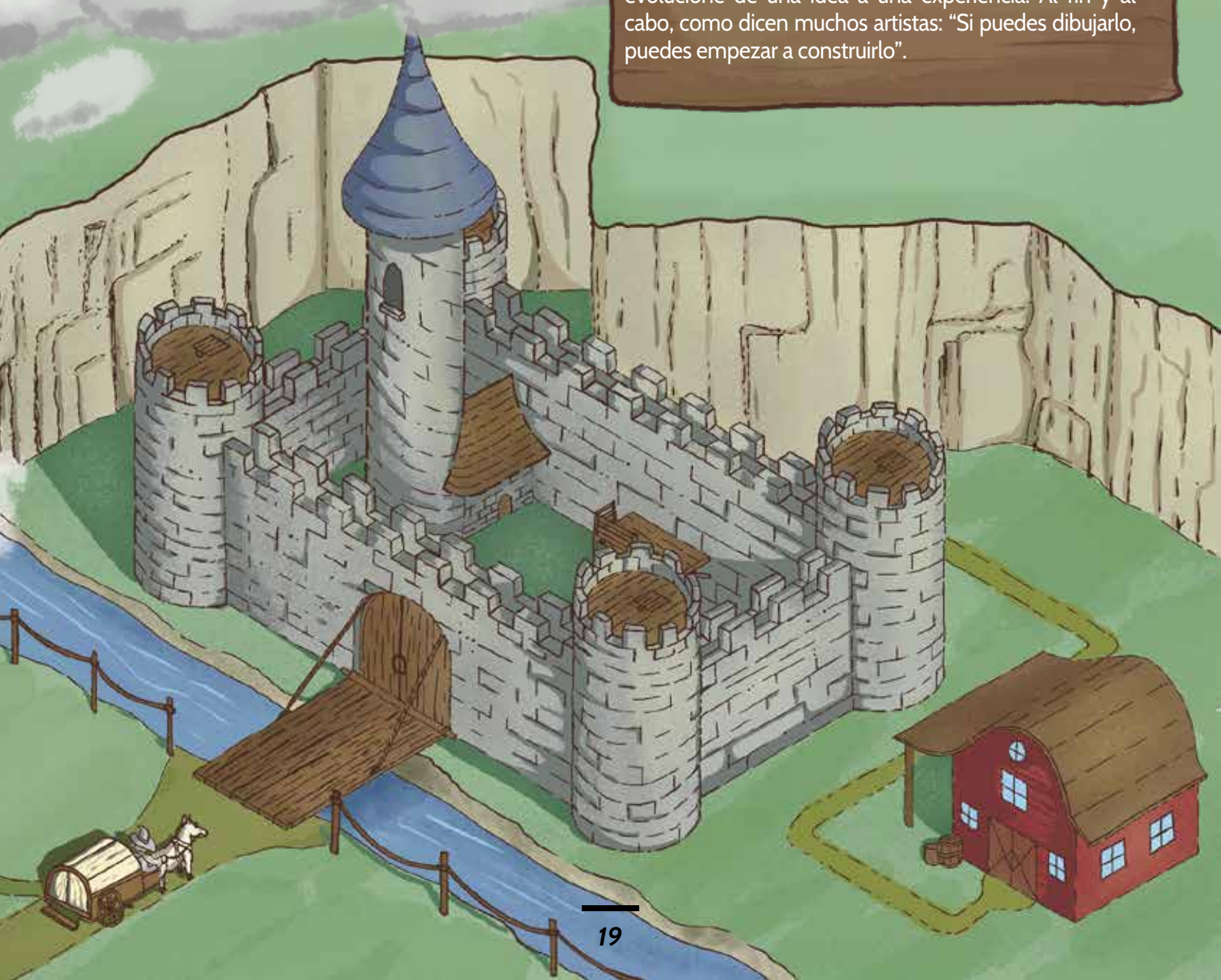
Ahorra tiempo y dinero: al visualizar antes de producir, se evitan errores costosos.

Guía la estética: define colores, atmósferas y estilos que se mantendrán en el proyecto.

Aunque a veces se confunde con ilustración o arte terminado, el concept art tiene otra misión: **resolver problemas visuales.**

- Hacer que un personaje se vea poderoso sin usar palabras.
- Los Colores transmiten misterio en una escena.
- Lograr que un espacio luzca acogedor en lugar de frío.

Cada respuesta comienza con un trazo. El concept art no marca el final del camino, sino su punto de partida. Es la chispa que enciende la imaginación colectiva y permite que cualquier proyecto, sin importar su escala, evolucione de una idea a una experiencia. Al fin y al cabo, como dicen muchos artistas: "Si puedes dibujarlo, puedes empezar a construirlo".



LA VIGILIA DEL SUEÑO

Estados alternos de conciencia como método creativo.

Autora: Sofía Mejía Montoya
@sopitadulce_sc

*Abriendo las puertas de lo subconsciente y lo simbólico, los estados alterados ayudan a los diseñadores a superar **bloqueos creativos**, acceder a inspiraciones inéditas y experimentar con narrativas y formas poco convencionales.*

El diseño experimental ha dejado atrás las fronteras convencionales, abriendo paso a nuevas formas de entender la creatividad. Hoy, el sueño, la ensoñación y el trance no solo inspiran, sino que se incorporan como ingredientes activos en los procesos de diseño, transformando ideas y experiencias en propuestas visuales audaces y originales.

Son estados capaces de romper la lógica cotidiana y conectar a los diseñadores con fuentes inesperadas de inspiración: imágenes fugaces, asociaciones a lo simbólico y soluciones creadas en el borde mismo de la conciencia.

Estos fenómenos no se comprenden ya como evasiones de la realidad, sino como territorios expandibles de pensamiento, donde lo racional deja de ser el único eje de creación.

El concepto de estado alterado de conciencia fue definido por **Ludwig Binswanger (1966)** como cualquier modificación significativa de la experiencia mental respecto a la vigilia ordinaria; esto ha encontrado un lugar fértil dentro de las prácticas creativas contemporáneas.

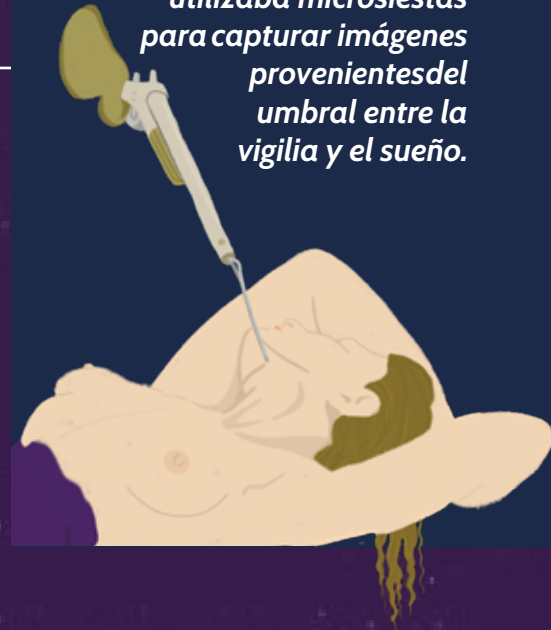


En lugar de considerar estos estados como interrupciones del pensamiento, el diseño experimental los reconoce como procesos paralelos donde la mente reorganiza la información desde una lógica no lineal.

El sueño ha sido tradicionalmente un recurso creativo, pero investigaciones sobre el sueño lúcido han demostrado que la conciencia activa durante el estado onírico permite experimentar con imágenes, acciones y narrativas desde un espacio creativo autónomo (LaBerge, 1985; Schredl & Erlacher, 2020).

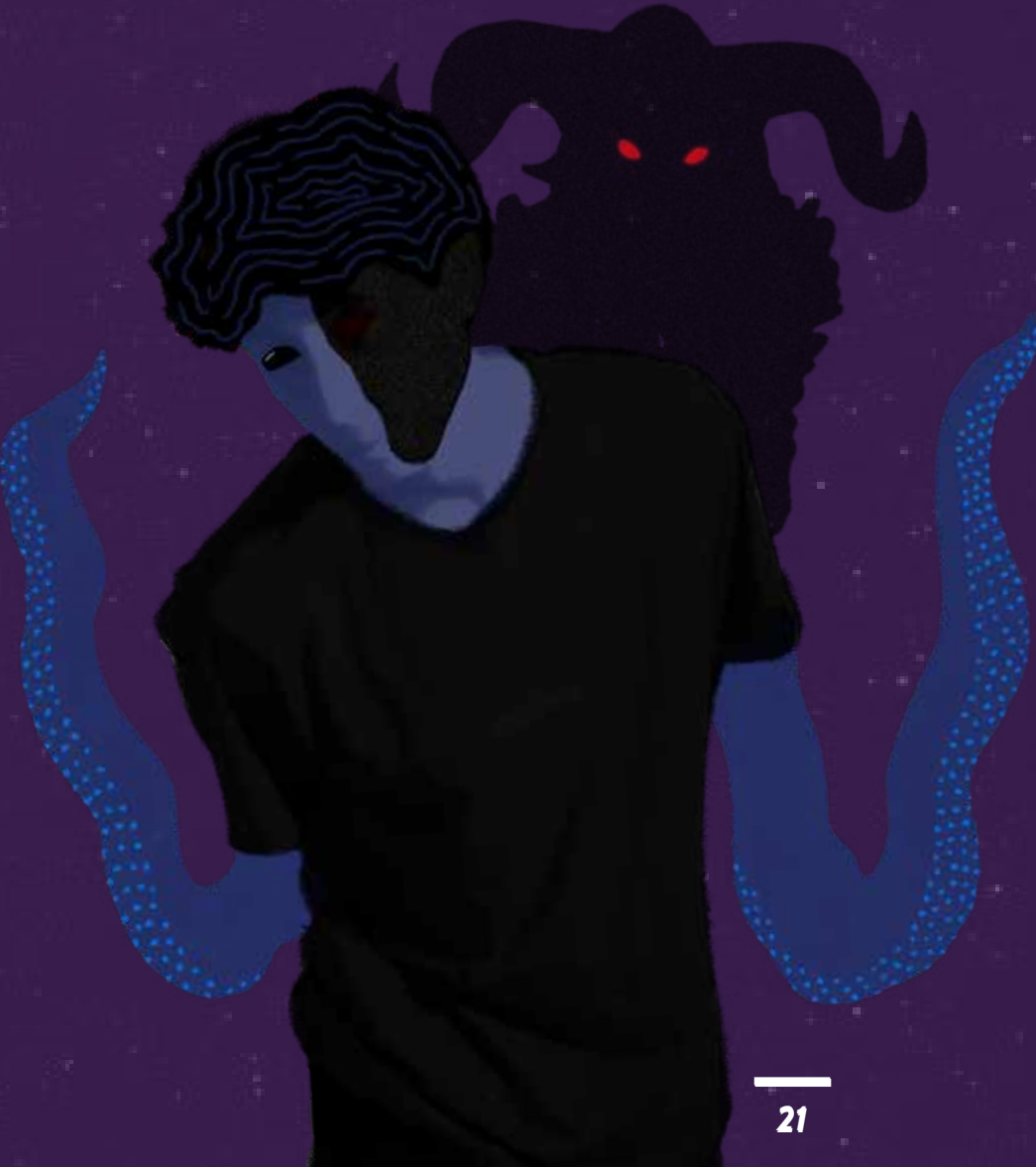
Lejos de comprenderse solo como experiencia privada, este estado ha empezado a trasladarse al diseño experimental mediante recursos digitales y narrativas visuales. La ensoñación y el divagar de los pensamientos también se han revelado como fértiles para la generación creativa en el diseño.

El sueño y la hipnagogia, por ejemplo, han sido históricamente aprovechados por artistas tales como Salvador Dalí, quien utilizaba microsiestas para capturar imágenes provenientes del umbral entre la vigilia y el sueño.



Estudios sobre la red neuronal evidencian que, cada vez que la atención se relaja, emergen ideas inesperadas entre los recuerdos e imágenes internas. Este tipo de pensamiento, lejos de interpretarse como distracción, favorece ideas que no surgirían bajo control racional.

El trance y la hipnosis, que casi no son frecuentes en la investigación del diseño, han sido empleados como medios para reducir la censura de lo racional y permitir la aparición de formas no planificadas.



ENTRE BEATS

VECTORES

Autor: Kevin Alexis Rudas Escobar
@oh.kevo_

La música se convierte en un compañero constante, que *distrae, conmueve y transporta a momentos y rostros del pasado*. Es capaz de inspirar reflexión, despertar lágrimas o provocar sonrisas. Las melodías y los álbumes terminan siendo fragmentos esenciales de la historia de cada uno. Hay quienes, al sentir esto, lo han convertido en *expresiones tangibles que comparten con otras personas*.

En Colombia, el rap ha sido una voz poderosa que desde hace décadas representa *las historias, luchas y sueños de comunidades diversas*. Artistas como *Crudo Means Raw* han utilizado no solo sus letras para narrar las realidades de la calle, sino también la imagen visual para potenciar su mensaje. *Crudo entiende que la música y el diseño gráfico son dos lenguajes que juntos pueden construir una identidad única*. Él mismo ha declarado:

“El rap es mi forma de comunicar lo que otros callan, y la imagen es la ventana para que ese mensaje llegue más lejos.”
-Crudo Means Raw



El productor de *Alcolirykoz* es otro claro ejemplo de cómo la música y el diseño convergen. Sus álbumes no solo ofrecen *sonidos innovadores y letras que tocan temas sociales y culturales*, sino que sus portadas, frecuentemente diseñadas con colores vibrantes y elementos gráficos que hacen referencia directa a la *cultura popular colombiana*, estos visuales cuentan una historia paralela.

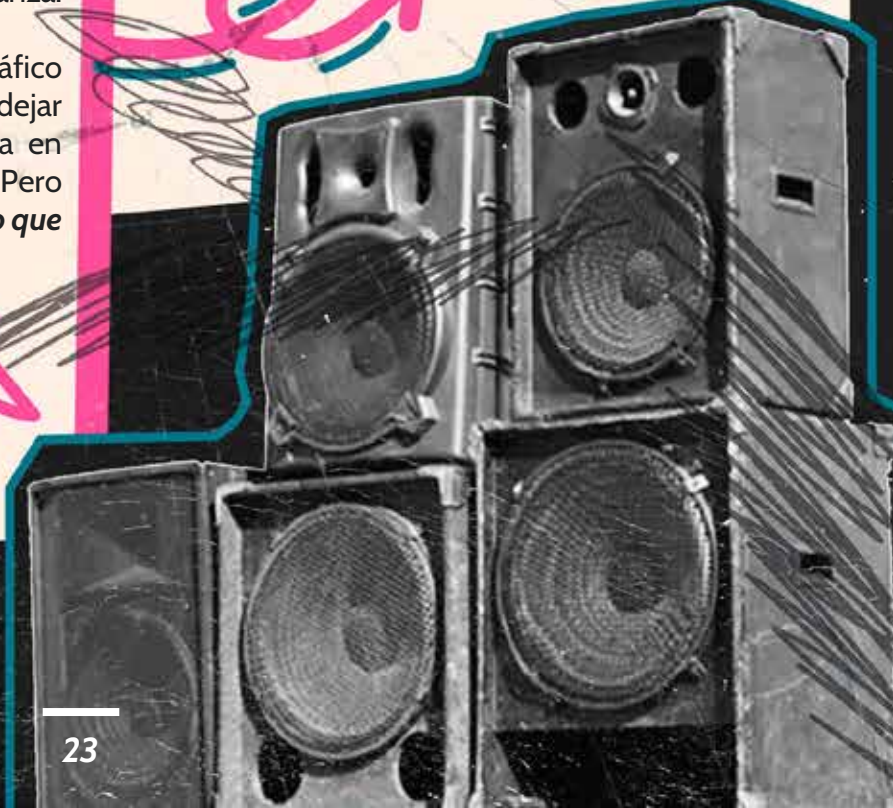
En este sentido, el diseño gráfico se vuelve un aliado indispensable para los artistas de rap que buscan comunicar su identidad. La gráfica urbana colombiana, con sus colores saturados, sus contrastes fuertes y sus tipografías disruptivas, mantiene una conversación directa con las letras, críticas y emociones del rap. No es casualidad que muchas veces los diseñadores gráficos y los raperos colombianos trabajen en conjunto, *entendiendo que ambos lenguajes, el sonoro y el visual, pueden amplificar el impacto cultural del mensaje.*

Así como el rap colombiano representa un movimiento de resistencia y autenticidad, el diseño gráfico que lo acompaña se convierte en una bandera visual que permite *que esas voces se escuchen más allá de las calles y las radios*. Es una forma de narrar la realidad con imágenes que, al igual que las rimas, hablan de identidad, de historia y de esperanza.

Porque al final, tanto el rap como el diseño gráfico son formas de contar quiénes somos, de dejar huella, de transformar la experiencia humana en arte. Uno lo hace con ritmo, el otro con forma. Pero ambos nacen del mismo impulso: *comunicar lo que las palabras solas no alcanzan a decir.*



“ El arte visual de un disco debe reflejar el alma de la música, debe ser como una extensión de la canción que se escucha. ”
-Fazeta



DISEÑO EXPERIMENTAL & PROCESO CREATIVO