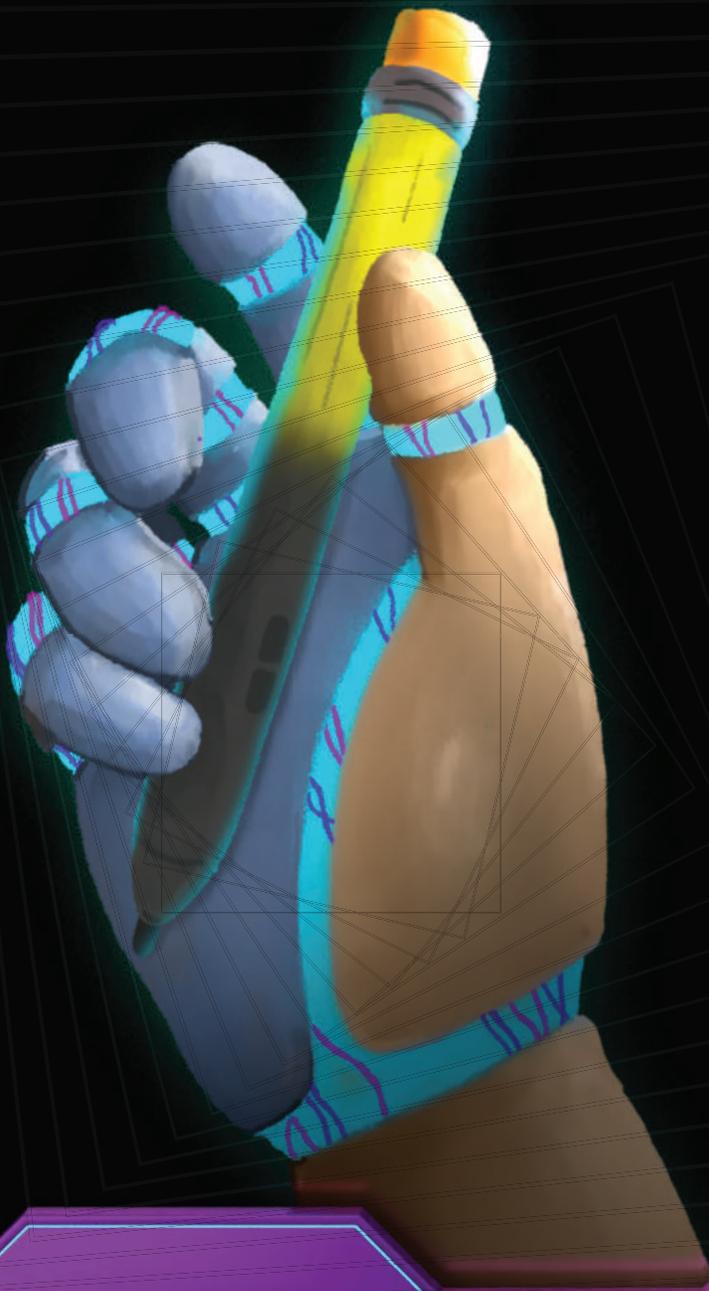


Edición Digital

forma)iseño

FormaDiseño (Medellín) | ISSN: 2955-0114 (En línea) | N° 1 | pp. 1 - 32 | Enero - Diciembre 2023 | Medellín, Colombia



Ilustración, entre el pigmento y la luz.

3D Design and animation.

Creatividad heterogénea.

El diseño gráfico y el mundo de los NFT.

ÉPOCA DE TRANSICIÓN

2023

Créditos

Editora

Viviana Moreno Villegas

Diseño y Diagramación

Daniela Mora Mosquera
Julián Estrada Cárdenas
Laura M. Bautista Zuluaga
María Camila García Uribe
Nicolas Atehortua Taborda
Paula Gutiérrez Cadavid
Santiago Domínguez Madrid
Saray González Toro
Santiago Royero Lopera
Yina Paola Duque Alzate

Corrección de estilo

Rubén Darío Moreno V.
Nadya Isaza Rodríguez

Comité de redacción

Paula Andrea Vargas
Gabriel Esteban Tobón

Portada

Nicolas Atehortua Taborda
Paula Gutiérrez Cadavid

Contenido

- Ilustración, entre el pigmento y la luz. Pág. 3
- Imagina tu marca en un futuro de lo simple. Pág. 7
- Imprimiendo un nuevo futuro. Pág. 9
- Una experiencia significativa, VI Seminario Internacional de Investigación. Pág. 11
- El poder de la ética en el diseño gráfico. Pág. 14
- Diseña tu magazine. Pág. 16
- ¿Existen formas creativas de transmitir un mensaje publicitario?. Pág. 18
- 3D Design and animation. Pág. 20
- El Antidiseño. Pág. 24
- Creatividad heterogénea. Pág. 26
- El diseño gráfico y el mundo de los NFT. Pág. 30

FormaDiseño - 1era Edición Digital

Enero - diciembre de 2023

Universidad Católica Luis Amigó

semillero.formadiseño@amigo.edu.co

(604) 448 76 66 Ext. 9770

Trans. 51a # 67b - 90 Medellín, Colombia

EDITORIAL

Viviana Moreno Villegas

Coordinadora del Semillero FormaDiseño
Docente programa de Diseño Gráfico

Iniciamos el 2023 con nuestra primera edición digital del Magazín Formadiseño, después de 6 ediciones en formato impreso. En esta edición nos cuestionamos cómo los diseñadores usamos la ética de una manera positiva o negativa en las obras que elaboramos.

Destacamos también la importante época de transición que estamos viviendo donde a la par de la ilustración tradicional -rica en pigmentos- cabalga la ilustración digital que permite imitar texturas y cualidades de la ilustración tradicional, pero que da la oportunidad de rehacer -no necesariamente desde cero- cuando se identifican errores.

Encontramos simultáneamente una serie de tips que nos ilustran como desde el minimalismo podemos llegar a que nuestra marca sea perdurable en el tiempo.

Lo que parecía el futuro es ahora el presente y esto lo podemos visualizar a través de los logros que se han obtenido en la impresión 3D que no solo ha beneficiado a la industria creativa sino que ha permitido un avance muy importante en la impresión de órganos para trasplantes. Pero previo a la impresión en 3D, hay un paso muy importante y es donde cobra vital presencia el rol del diseñador gráfico, ese paso es la animación y el modelado en 3D. En esta edición te contamos la secuencia que es necesario seguir con el fin de obtener un modelado que se ajuste a las características de funcionalidad que requerimos al realizar la impresión 3D.

Esperamos que este magazine colme las expectativas en cuanto a las necesidades de aprendizaje en su labor de diseñadores gráficos.

Bienvenidos a la Primera Edición Digital

Magazine FormaDiseño

¡Disfrútenlo!

ILUSTRACIÓN

- entre -

El pigmento y la luz

Paula Gutiérrez Cadavid | @pauliilustra

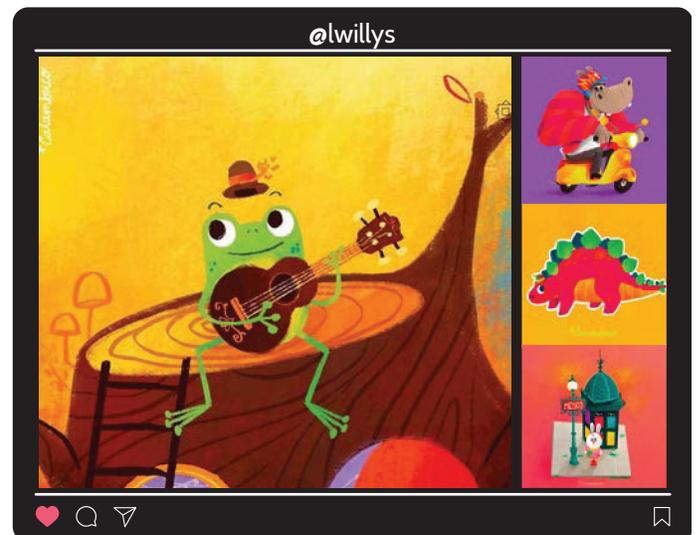
La ilustración ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, y gracias a los primeros jeroglíficos hoy se puede entrever cómo vivían nuestros antepasados.

En la actualidad, se ha convertido en un medio de expresión y comunicación, muy usado en el medio editorial, comercial y personal, por el alto grado de impacto y eficiencia para transmitir alguna historia, idea o concepto.

Cuando hablamos de ilustración, hacemos referencia a dos técnicas, la tradicional y la digital; es importante aclarar que la ilustración tradicional, es aquella que hace uso directo de materiales con algún tipo de pigmento como lo son lápices, acuarelas, marcadores o similares sobre algún soporte como papeles, lienzos o telas, convirtiéndolos en herramientas principales para la creación de las piezas gráficas. La ilustración digital es aquella que se basa en el uso de pantallas y herramientas digitales para la creación de las mismas, con el uso de programas como Photoshop e Illustrator en complemento con una tableta gráfica y el infaltable “control + z”.

Para hablar de ilustración digital, el proceso creativo y como ambas técnicas se pueden mezclar entre sí, conversamos con los ilustradores Colombianos Lwillys Tafur, Alejandra Ruiz y Camilo José Rivera.

Lwillys Tafur (@lwillys), ilustrador y diseñador de personajes, encontró en los libros infantiles su pasión; Lwillys o “Calambuco” como es más conocido en el gremio de los ilustradores, se caracteriza por el uso del color y la naturaleza como foco principal de sus obras.



Su trayectoria de más de 10 años y su arduo trabajo, le han permitido tener colaboraciones con clientes como: Storytime Magazine (UK), Adobe Latam, Editorial Planeta (Colombia) entre otras.

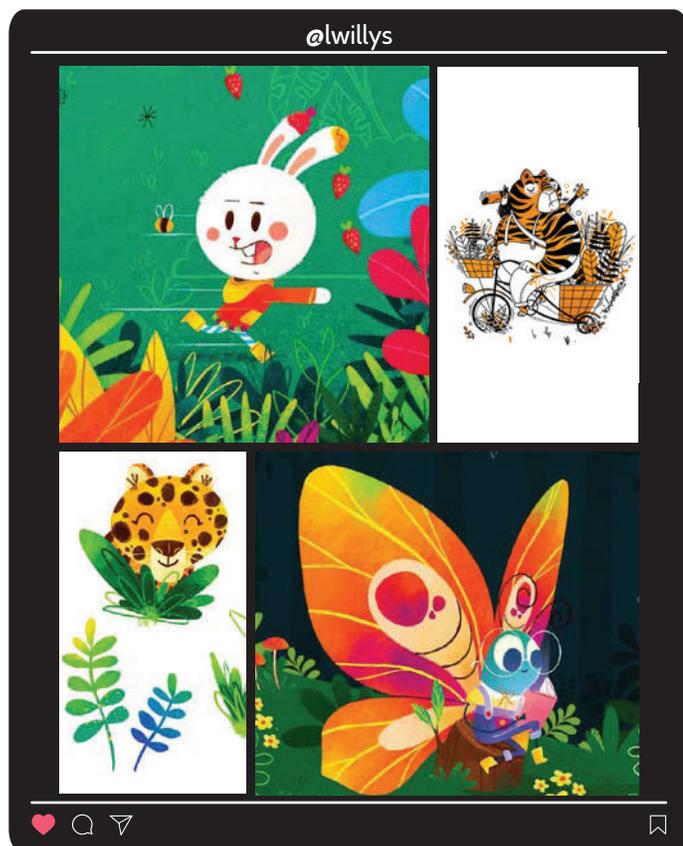
Su técnica preferida es la ilustración digital, considera que no es muy diestro para la tradicional, una equivocación o error con esta técnica significa tener que comenzar de nuevo; en cambio, la digital le ofrece la versatilidad del error, permitiéndole hacer varias pruebas y así optimizar su trabajo; aún así, constantemente busca emular e impregnar ciertos rasgos que da la técnica tradicional, como texturas, pinceladas que deja el grafito y el gouache para así tener acabados que recuerdan un poco los materiales convencionales. Calambuco piensa que el error, hace parte fundamental del proceso creativo pero en la práctica se va volviendo más manejable.

La ilustradora, Alejandra Ruiz conocida como @thorinds, llegó a la ilustración sin buscarlo, recientemente graduada de la carrera de Cine y Televisión, encontró en la ilustración un refugio en el cual poco a poco fue sobresaliendo, comenzó a realizar comisiones para sus compañeros de clase, luego pasó a aplicar a trabajos de ilustración en páginas de freelancers, y actualmente trabaja a tiempo completo como ilustradora.



Ha tenido la oportunidad de desempeñarse como ilustradora con la Editorial Ilona Libros, además de trabajar con clientes como: Casa de la Cultura de Nariño, Secretaria de Post Conflicto y Cultura de Paz de la Alcaldía de Cúcuta, Monkey Hide Bags; entre otras.

Las obras de Alejandra reflejan sus vivencias y su cotidianidad; para ella, es importante el uso de ambas técnicas, según el efecto que esté buscando para su obra. Por ejemplo, para el trabajo personal, prefiere la técnica tradicional, sus materiales favoritos son el gouache, lápices de colores, crayones y está incursionado con el grafito. Las ilustraciones digitales las usa más para los trabajos solicitados por clientes, esto; le permite ejercer cambios de forma más práctica y rápida, pero intenta incorporar las texturas y acabados simulando la técnica tradicional. Creando obras muy interesantes, que, como lo describen las personas que admiran su trabajo son: *“un abrazo al alma”* donde los animales suelen ser los protagonistas. Alejandra comparte sus trabajos y procesos creativos en redes sociales, en Instagram y en TikTok se encuentra como @thorinds.

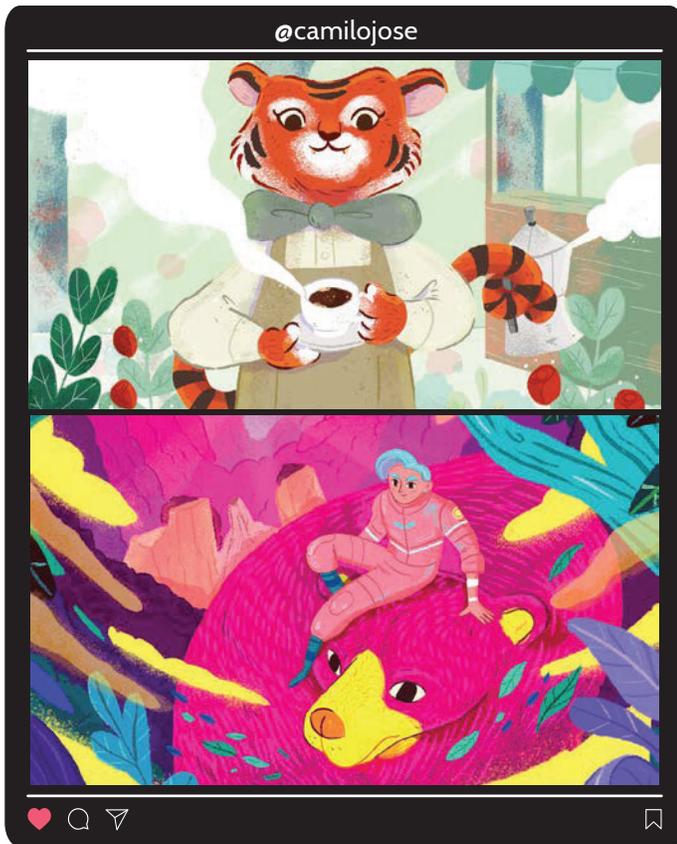


Para él, la técnica tradicional está inmersa en los procesos, porque esta permite la creación de texturas y bocetar con más libertad. Lwillys comparte su trabajo en sus redes sociales. En Instagram se encuentra como: @iwillys y en TikTok como: @soycalambuco, en su canal de Youtube “Calambuco” tiene una sección que se llama “Club de Dibujo Online” donde entrevista a otros ilustradores sobre sus procesos, proyectos e historias, mientras van ilustrando y respondiendo preguntas de los espectadores.

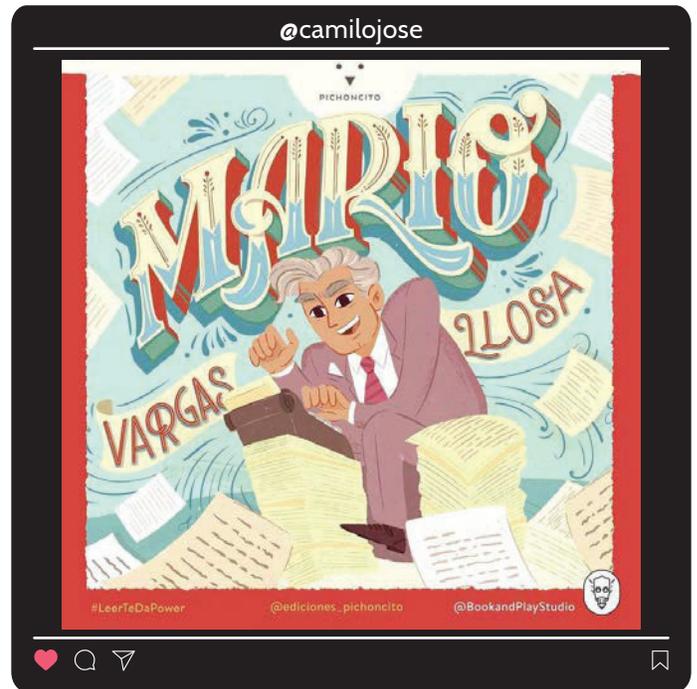




El diseñador gráfico, Camilo José Rivera (@camilojose) se ha desempeñado en los campos del diseño, la ilustración, la investigación, la animación y actualmente ejerce la docencia. Cuenta que llegó a la ilustración de forma muy casual. Solía incorporar en sus procesos y proyectos algunas ilustraciones propias, aunque no era una necesidad primordial.



Camilo, considera que su estilo ilustrativo es sobre todo narrativo, siempre busca contar una historia o un concepto y tiene mucha influencia de la animación 2d. Por eso, para él, la ilustración digital es más rápida y eficiente, siendo esta más versátil, porque pueden convertirse en productos para animación, proyectos transmedia o realidad aumentada; pero le gusta que sus obras siempre tengan texturas y rasgos que simulan las técnicas tradicionales. Esto les imprime a sus ilustraciones acabados únicos. Además, el uso de la técnica digital, le permite dedicarles más tiempo a los procesos de investigación y bocetación.



Como ejemplo de esto, Camilo, en el libro titulado *Mario Vargas Llosa*, el cual ilustró para la editorial de Ediciones Pinochito de Perú; considera que lo importante no es tanto la técnica que se use, sino: *“Que cada ilustrador tenga su propia voz y su propia estética”*.

También le preguntamos, ¿qué es para él la ilustración?, y su respuesta fue: *“Mucha gente en redes sociales dice de cualquier trazo: ¡Estoy ilustrando X o Y cosa! Yo pienso ¡no! Estás dibujando o graficando, pero no ilustrando. No me gusta ser aguafiestas, pero ilustrar tiene un proceso de concepto y comunicación fuerte y para mí es eso. Trazos, recortes, gráficos análogos o digitales en función de un proceso de comunicación.”*

Para conocer de cerca el trabajo de Camilo José, lo puedes seguir en su Instagram @camilojose, donde comparte sus obras, charlas y talleres a los que es invitado.

En conclusión, apoyados de la experiencia de estos tres artistas, ambas técnicas son bien vistas en el medio de la ilustración, pero es más común ver trabajos digitales, con acabados y procesos tradicionales, lo que les permite a los artistas crear con más libertad, y les permite poder experimentar todo el proceso creativo sin perder la intención que quieren transmitir.



¿Y tú, qué técnica prefieres?



Ilustración: Paula Gutiérrez Cadavid | @pauliilustra

G/22
@pauliilustra

IMAGINA TU MARCA EN UN FUTURO DE LO SIMPLE

Laura Milena Bautista Zuluaga

Hoy en día la preocupación de las marcas ha sido constantemente perdurar en el tiempo, logrando generar un interés en la mejora continua y dejando atrás aquellos rastros de antigüedad que en la actualidad no genera, cercanía con un determinado público objetivo.

Una de las mejores técnicas utilizadas por las marcas, es el manejo adecuado del equilibrio, la innovación y la creatividad, que nace de un movimiento enfocado en una expresión mínima como lo es, la esencia de lo ordenado y lo simple.

Dentro del mundo del arte, han surgido una variedad de estilos gráficos como lo son *rintage*, *retro*, *aesthetic*, entre otros movimientos que, a su vez, perduran a lo largo del tiempo, mostrándose en el mercado como una novedad.

Del mismo modo, contribuir con el posicionamiento de una marca, a través del desarrollo y rediseño en su parte estética, ha generado interés en las grandes organizaciones, implementando el arte de lo simple

y lo estructurado a la ideología de sus marcas, es aquí en donde toma fuerza el movimiento artístico del minimalismo.

Concretamente, el minimalismo se encarga de simplificar los elementos de una pieza gráfica, con el fin de garantizar una jerarquía en la información, apoyados del arte de la simplicidad. Por otro lado, el rebranding, se encarga de identificar y transmitir los valores de una marca, con el fin de atraer y fidelizar a un público objetivo, apoyados de estrategias de ventas, las cuales evidencian la relación de un vínculo. Según Jalo, estas herramientas se realizan con el objetivo de “... buscar emociones en el consumidor, marcando en ellos la identificación con la marca...”

El minimalismo aplicado en el *rebranding*, permite alcanzar el posicionamiento en el mercado, generando competitividad en comparación con otras marcas. Además, ofrece experiencias únicas e inolvidables, logrando despertar sensaciones y emociones en los clientes.

TIPS: POSICIONA TU MARCA EN LA MENTE DE LAS PERSONAS

1

Distintivo:

Se diferencia de una marca con otra, como lo son los logotipos, que definen la creatividad creando identidad.

2

Valores:

Palabras que nos ayudan a potenciar la marca dándole un atributo para ser distinguida por su público objetivo.

3

Esencia:

Es el inicio de la creación, es lo que piensa el consumidor y la emoción que trasmite.

4

Atractivo:

Son beneficios funcionales, como las emociones, pero también económicos.

5

Identidad Corporativa:

Se tiene en cuenta los signos visuales y verbales que se identifican ayudando así a la recordación de la marca.

6

Rediseño:

Es la abstracción y adaptación de la marca a la simplicidad por medio de colores, armonización, logos entre otros.

IMPRESIÓN 3D

UN NUEVO FUTURO

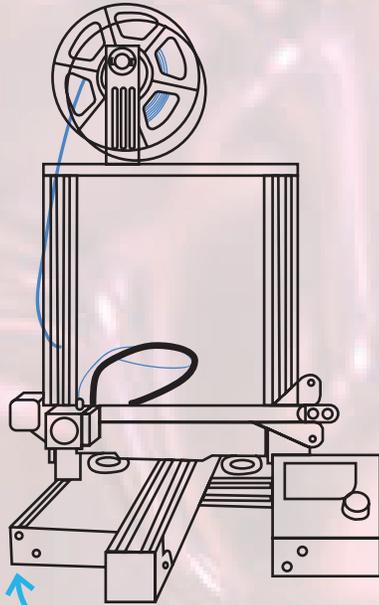
María Camila García Uribe

¿Qué es la impresión 3D?

Es el proceso en el cual a través de un diseño o escaneo de un objeto, se transfiere o replica con la deposición de material fundido.

¿Cómo funciona?

El primer paso es hacer el diseño del objeto en un software especial (Blender, Autodesk, Maya, Houdini, entre otros), o bien, si es un objeto existente, escanearlo.



IMPRESORA "ENDER"

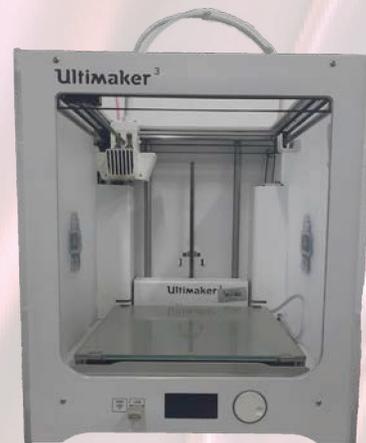


SCANER "ALEXA"

Luego de esto se pasa el diseño o escaneo a la impresora y ésta se convierte en un código que la impresora interpreta.

Posteriormente se calcula el calor y el tiempo estimado de impresión (algunas piezas pueden tomar de 12/13 horas hasta incluso 3 o 4 días, dependiendo de su complejidad).

Finalmente como resultado obtenemos la pieza deseada. Ahora bien, esto era un tema que hace unos años se creía que solamente pasaría en el futuro, pero la verdad es que está más cerca de lo que creemos.



IMPRESORA "ULTIMAKER3"

IMPRESIONES A PEQUEÑA ESCALA

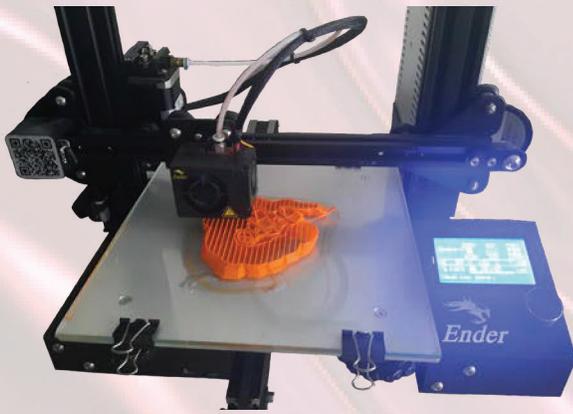
¿Sabías que el primer órgano impreso fue un riñón?



En 2011, el profesor Anthony Atala (Director del Instituto Wake Forest de Medicina Regenerativa) junto con su equipo lograron diseñar este órgano bio impreso en siete horas a partir de células madre. Este no pudo vivir durante mucho tiempo, pero a partir de éste se comenzaron a desarrollar más proyectos que han mejorado esta iniciativa y

han permitido dar a conocer un poco más de información sobre este órgano"

La impresión 3D ha sido un tema del cual se ha estado hablando mucho, ya que pasaron de imprimirse objetos a escala (Cucharas, tuerca o una simple figura geométrica) a imprimirse material biológico (arterias, orejas, tejidos, etc).



Materiales biológicos tales como un corazón, córneas, hígado, páncreas, tejidos de piel, etc. Han sido algunos de los proyectos que más han revolucionado la iniciativa de la impresión 3D, entre largas horas de impresión, diseño, estudio, análisis y observación se ha logrado sacar a pequeña o mediana escala estos materiales.

Demostrando así que la posibilidad de comenzar a tener trasplantes de órganos 100% impresos, está más cerca de lo que pensamos.

Pero, ¿Qué rol desempeña el diseño gráfico en la impresión 3D?

Su principal aporte es que al tener las bases y conocimientos suficientes se puede hacer un mejor diseño, es decir, en la pantalla podemos ver el modelo 3D, hacer arreglos o ajustes como el cambio de alguna medida, de color, de textura, entre otros, para así tener un mejor resultado a la hora de hacer la impresión.

Hablando del ámbito de los negocios, las empresas han implementado el uso de la impresión 3D debido a que ha facilitado la producción de piezas o repuestos; algunas de dichas empresas son:



En 2014 la empresa Nike utilizó este método para hacer los tacos de las botas de los jugadores para el SUPER BOWL.



Hace poco la empresa Ford realizó la impresión de su pieza número 500.000.



Boeing fue una de las pioneras en adoptar este método, ha realizado al rededor de 20.000 impresiones de repuestos para aviones militares y comerciales.



Hasbro ha manifestado estar de acuerdo en la implementación de este método, algunas de sus franquicias beneficiadas son My Little Pony y Playskool.

¿Te gustaría ver una impresora en funcionamiento?
Escanea el QR y descubre más sobre este proceso.



Fuentes:

<https://www.3dnatives.com/es/proyectos-bioimpresion-organos-tejidos-impresos-3d-070420202/#!>

<https://es.slideshare.net/HillarySnchez1/la-revolucin-del-3d-en-el-diseo-grfico-en-la-actualidad>

<https://www.impresoras3d.com/10-empresas-que-utilizan-la-impresion-3d-de-forma-innovadora/>

Sergio Zapata (Instructor de CTMA del SENA)

Una Experiencia Significativa

VI Seminario internacional de investigación en Prácticas Artísticas 2022

Yina Paola Duque Alzate

Conocer un poco más ha sido el impulso que ha llevado al hombre a explorar, reflexionar y descubrir lo que encuentra en su entorno. Es propio de su naturaleza, el espíritu de la curiosidad como la actitud permanente de querer pasar su propio límite y generar nuevas experiencias, porque para acceder a nuevos conocimientos hay que emprender nuevos caminos. Es así que, de manera innata, estamos en constante actitud de investigación.

Quien investiga ha entrado en un movimiento dinámico que le permite ampliar el pensamiento, potenciar las habilidades, resolver problemas, generar oportunidades; pero también es cierto que pasamos la vida ignorando este valioso proceso de aprendizaje. Y es ahí en donde todo ambiente educativo se convierte en el espacio idóneo para fortalecer el espíritu investigativo cuya solidez no solo le suma competencia profesional, sino que le otorga un pensamiento crítico y reflexivo que lleva a transformar su entorno. De ahí la importancia de hacer parte de semilleros y grupos que faciliten la construcción de experiencias en torno a la investigación. Realmente, son espacios que promueven en el estudiante un aprendizaje constructivo.

Otro valioso aporte que otorga ser parte de grupos de investigación es la integración a procesos de socialización de saberes y experiencias con otros grupos de investigación o conocedores del campo en eventos académicos.



“El arte y el diseño se encuentran desde los elementos que construyen un estilo visual”

De manera, que, en este artículo le daremos importancia a la experiencia vivida en el VI Seminario Internacional de Investigación en Prácticas Artísticas 2022 que se realizó en la Sede principal de la Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango en Envigado, Antioquia puesto que hacer parte de esta experiencia es un importante paso que no se puede olvidar.

Como estudiante de Diseño Gráfico de la Universidad Católica Luis Amigó, el día 6 de octubre del 2022, tuve la oportunidad de participar en este valioso espacio académico en calidad de integrante del Semillero de Investigación FormaDiseño y del Grupo de Interés Diseño Más Arte (d+a) junto con los Docentes Viviana Moreno Villegas y Andrés Naranjo Ortiz del Programa Diseño Gráfico de la Universidad Católica Luis Amigó de Medellín, cada uno coordinador del semillero y grupo de interés anteriormente mencionados.

Respondiendo a la invitación que se hacía a la comunidad académica interna y externa para dar a conocer las diferentes propuestas de ponencias desde el componente interdisciplinar con una mirada hacia la integralidad de las prácticas artísticas, creativas y culturales nos adentramos a esta experiencia con la Ponencia y el Póster titulado: “Encuentros del arte y el diseño generadores de expresiones estéticas”. Con la que se quiere destacar cómo “El arte y el diseño se encuentran desde los elementos que construyen un estilo visual”.

Puesto que esta interdisciplinariedad que proporciona el arte desde la historia, trae consigo una riqueza de elementos en donde la percepción del hombre le aporta un significado; y el diseño cuya composición de elementos de imagen y texto, le otorgan un valor estético al mensaje que se desea comunicar, tal como se expone en el texto argumentativo de la ponencia indicando:

“El encuentro entre disciplinas genera en el aula una experiencia significativa para sistematizar los elementos que crean estilo como: forma, trazo, textura, color, composición, tipografía y diagramación, donde la citación de la historia permite abordar el pasado y traer elementos para construir en el presente.”



Algo importante a destacar, es que, al participar de la mesa académica con otras ponencias, esto permitió establecer un diálogo de experiencias interdisciplinarias. Por lo que nos encontramos con ponencias que tocaban culturas y sus entornos sociales desde el arte cinematográfico y la ilustración, o aquella que exploraba la literatura con intervenciones creativas desde la arquitectura o la ponencia que desde el componente investigación – creación dio a conocer su participación en Colombiamoda mostrando la Pasarela **HUELLAS** que se dio gracias a la integración de áreas con interés en el campo artístico, audio - visual y en diseño gráfico.

En conclusión, esta vivencia realmente logra fortalecer experiencias significativas en el ámbito investigativo, a partir del pensamiento crítico, reflexivo y los caminos creativos con la que cada día el ser humano busca generar mayor conocimiento y ampliar su capacidad de interacción con el sentido de transformación de su entorno.

SEMINARIO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN PRÁCTICAS ARTÍSTICAS Interdisciplinar

ENCUENTROS DEL ARTE Y EL DISEÑO GENERADORES DE EXPRESIONES ESTÉTICAS

EL INVESTIGADOR CREA Y EL ALUMNO CREA CON LUISAMIGO

Andrés Norranjo Ortíz | Viviana Moreno Villalobos | Yina Paola Duque Alzate

INTRODUCCIÓN

Las obras de arte como las piezas de diseño están elaboradas desde parámetros que permiten no solo articular su composición sino también otorgar un significado para los diferentes elementos que las componen. Leer de una manera significativa y sistemática esos análisis, en donde se genera un encuentro de disciplinas, puede convertirse esta práctica en una guía de aplicación para la creación de mensajes a nivel de la imagen en un mundo donde lo postmoderno exige ser creativo desde las combinaciones.

OBJETIVOS

1. Establecer la importancia del conocimiento de la gramática visual para el análisis de los elementos de composición a partir de una imagen referente.
2. Demostrar cómo la investigación basada en un amplio contexto histórico permite el aumento de la creatividad del estudiante.
3. Fortalecer el proceso de investigación – creación desde la participación interdisciplinar en áreas de la comunicación visual.

PREGUNTA PROBLEMATIZADORA

¿Cómo desde el encuentro del arte y el diseño el estudiante establece un sistema de aplicación de estilo visual haciendo uso de un lenguaje propio de la imagen?

METODOLOGÍA

Partiendo de la actividad proyectual del diseño, se pretende estructurar una guía de creación donde se manifiesta la convergencia entre elementos y formas para desarrollar un mensaje de comunicación a través de una investigación creativa.

TABLA CON ELEMENTOS ICÓNICOS

CONCLUSIONES

1. Leer de manera significativa las características de la imagen permite desde la hibridación, contextualizar y significar basándose en un análisis histórico, tomando desde el signo y la combinación para presentar un producto novedoso.
2. La lectura significativa permite articular un sistema en donde el estudiante desarrolla su capacidad de interpretación desde el análisis crítico de los elementos potencia la habilidad para expresarse de manera creativa evidenciando un pensamiento divergente.
3. La posibilidad de citar la historia a partir del capital simbólico de los elementos que la constituyen permite resolver problemas de manera creativa al elaborar combinaciones de nuevas nociones.

BIBLIOGRAFÍA

ESCANAME

UNIVERSIDAD DE LA COSTA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJES
INSTITUTO VICE-RECTORAL DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO
SUMAMOS

MUNDO
muestra de diseño

Una celebración de
nuestro talento

Semana de Comunicación Nacional 2022

@muestradiseno2022

diseño gráfico

Desde el año 2017, la Muestra de Diseño reúne los mejores trabajos entregados en el marco de proyectos de aula, considerando este reconocimiento como un incentivo y una forma de aplaudir aquellos esfuerzos que hacen los estudiantes por lograr la excelencia en los productos que entregan, una mención a su labor en medio de las largas jornadas académicas y las muchas noches sin sueño.

Contamos con una exhibición permanente en nuestras redes sociales, con el objetivo de difundir los procesos que llevamos a cabo dentro del programa.

La Muestra de Diseño es un espacio de crecimiento entre colegas, visualizando y potenciando las numerosas propuestas y estilos gráficos que surgen del intercambio académico y la labor que con tanta convicción abordamos tanto docentes como estudiantes cada semestre.

EL PODER DE LA ÉTICA EN EL DISEÑO GRÁFICO

Julián Estrada Cárdenas

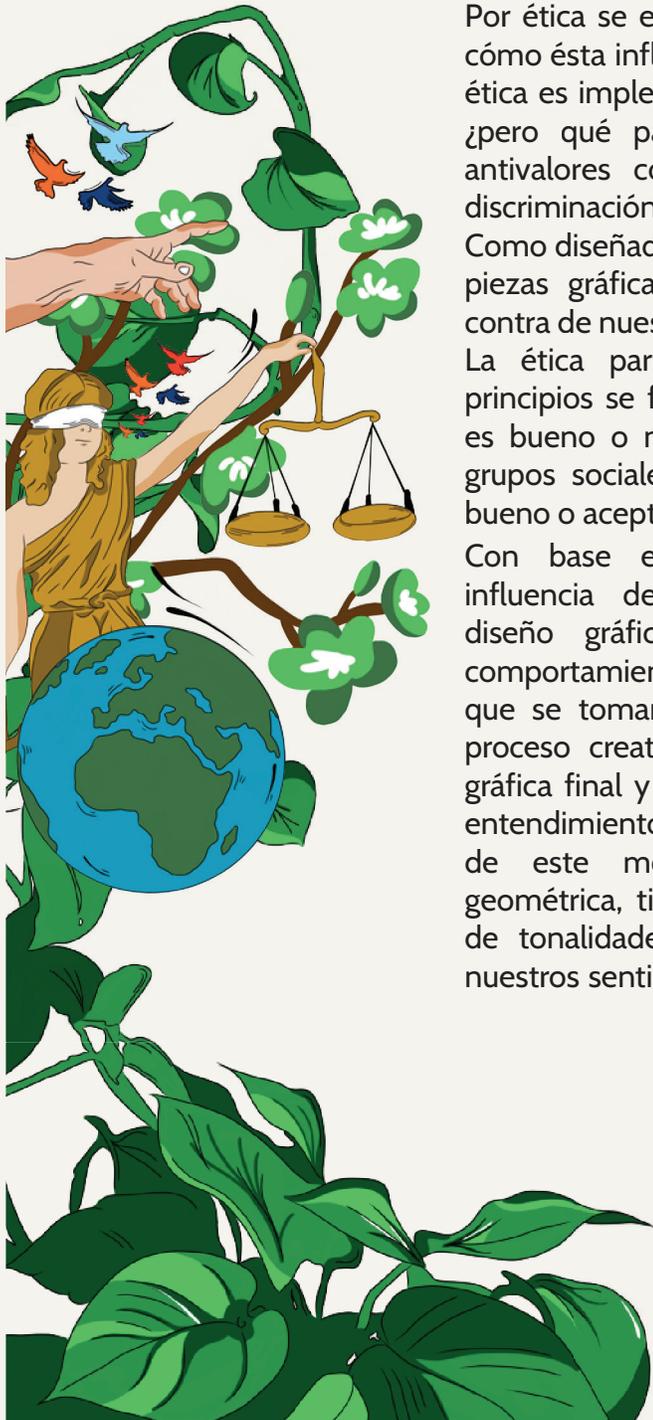
Por ética se entiende lo que está bien o mal en el entorno social y cómo ésta influye en el comportamiento humano desde que nace, la ética es implementada y enseñada mayormente junto a los valores; ¿pero qué pasa cuando utilizamos estos valores o al contrario, antivalores como lo son la injusticia, el odio, irrespeto, o la discriminación para crear piezas gráficas para diferentes sectores? Como diseñadores es posible que en algún momento debamos crear piezas gráficas para movimientos o sectores sociales que van en contra de nuestra creencia.

La ética parte de principios morales en una sociedad, estos principios se forman en creencias culturales que determinan si algo es bueno o malo, siendo algunos universales y otros específicos a grupos sociales, por ende, lo que en un lugar puede considerarse bueno o aceptable en otro puede ser rechazado.

Con base en lo anterior la influencia de la ética en el diseño gráfico influye en el comportamiento y decisiones que se toman ya sea desde el proceso creativo hasta la pieza gráfica final y como ésta llega al entendimiento de los individuos, de este modo cada forma geométrica, tipografía y montón de tonalidades interactúan con nuestros sentidos, sentimientos y

conductas, es así como diferentes grupos sociales ya sea bandas, pandillas, graffiteros, partidos políticos y demás aplican la ética en sus piezas gráficas como parte de una ideología, entienden que ésta puede desarrollarse gradualmente a través de la observación, siendo éstas de tipo conservadoras, revolucionarias, reformistas y/o restauradoras.

La percepción es el proceso por el cual un individuo mantiene contacto con su entorno (Gibson, 1972)



CAMBIANDO EL COMPORTAMIENTO DESDE LO GRÁFICO

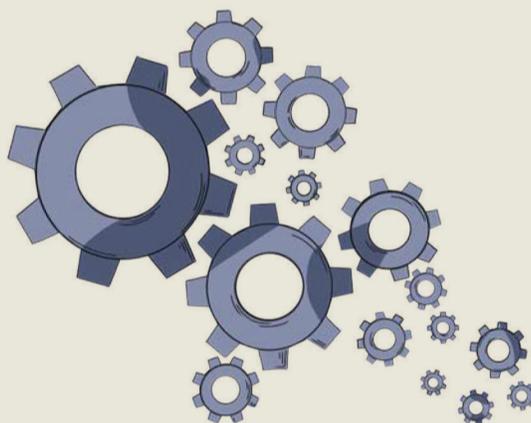
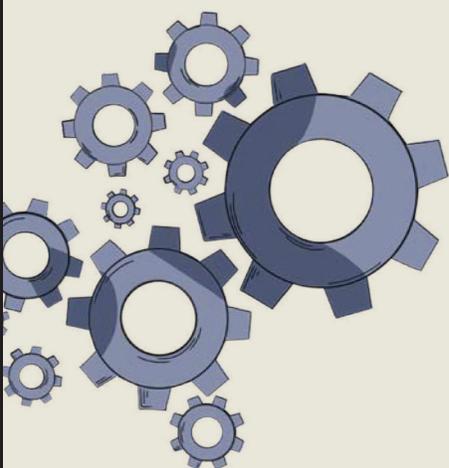
El diseño gráfico a partir de su nacimiento tal y como lo conocemos desde su término por el diseñador y tipógrafo William Addison en el 1922 ha sabido cómo adaptarse a los cambios generacionales y nuevas tecnologías influyentes; de esta manera hemos visto durante años como las piezas gráficas en un contexto ético pueden cambiar nuestra manera de pensar y de cómo percibimos nuestro entorno político, económico y social, es así como durante las guerras mundiales; guerra fría, elecciones políticas, dictaduras y demás sucesos de acontecimiento mundial hay cantidad de panfletos, anuncios, volantes; piezas gráficas cargadas de ilustraciones y mensajes creando un odio generalizado, favoritismo a un partido político, odio hacia otras religiones y/o culturas; como lo hicieron diseñadores, publicistas e ilustradores durante la segunda guerra mundial, piezas gráficas tan famosas como “We can Do it” o “I want you for U.S. army”.

El escritor José Martínez Bouza lo ejemplifica más y estudia en su libro “La influencia del aspecto en la eficiencia del mensaje gráfico” donde da entender como la percepción visual juega un papel importante en nuestra toma de decisiones y demás ejemplos que se ven a día de hoy a simple vista cuando hay sucesos de índole mundial o nacional.

EL PAPEL DE LOS DISEÑADORES.

Por ello para los diseñadores gráficos es importante aprender a valorar desde una perspectiva ética el mensaje gráfico que se quiere transmitir, como por ejemplo de qué manera los elementos gráficos que constituyen la pieza gráfica final van a contribuir en la manera en la que es percibida por el receptor.

Esto supone un reto para los diseñadores gráficos con sus clientes puesto que se debería estar siempre en un punto moral sin tener favoritismo o decisiones aisladas que puedan influir en la pieza gráfica, dejando lo personal para nosotros y siendo más éticos con los demás, con sus clientes y demás individuos que van a tener esa percepción visual con su trabajo, ser conscientes de que hay una gran responsabilidad con la sociedad y el medio ambiente, todo lo que les rodea; porque los diseñadores gráficos deben estar convencidos de que uno de los objetivos principales de un mensaje gráfico debería ser cambiar la conducta y comportamiento del receptor (Martínez Bouza, 2003).



Diseña tu magazine

Santiago Royero | @blackkraken

¿Qué es un magazine?

Según la Real Academia Española “un magazine, magacín o revista, se define como una publicación, ya sea de carácter privado o público, donde se establece una periodicidad y se exponen temas informativos, divulgativos e investigativos” (2011). En este caso, el Semillero de investigación FormaDiseño trae para ustedes un magazine en formato digital que lleva el mismo nombre. Es una producción enfocada anualmente a los temas de interés en el gremio de las tecnologías, el arte y principalmente, en diseño gráfico. En ésta se plasman informes, artículos, reseñas, tips y demás formatos editoriales, con el objetivo de compartir y fomentar en los participantes y/o aspirantes estos temas de vital importancia por su perspectiva crítica y elementos de actualidad con un desarrollo creativo gráfico a fin de despertar en el lector el interés por su contenido y conformar, además, el equipo investigativo para seguir en su construcción.

Pero, ¿cómo es el proceso para desarrollar tan anhelado resultado? ¿De dónde se parte?

A continuación, te mostraremos la secuencia que se desarrolla para generar el Magazine FormaDiseño.

1 Define el tema

Hacia dónde va enfocada la revista académica, tendencias, temas de interés y estilos actuales.

2 Segmenta el público objetivo al que se desea fidelizar

Se busca información centrada de los gustos, características y comportamiento social especialmente de la comunidad estudiantil y profesional interna y externa de la Universidad Católica Luis Amigó con intereses afines en la comunicación, publicidad y diseño.

3 Elige una fuente tipográfica

Esta ayuda a transmitir de mejor forma una idea o mensaje.



Consejos útiles



Selecciona un estilo de diagramación

4

A fin de organizar el espacio de trabajo en el que se realizará la composición gráfica en imagen y texto de su contenido.

Selecciona la paleta de colores

5

Esto permitirá acompañar y armonizar el contenido dando identidad y fuerza al tema de interés que se desarrolla en el magazine.

Enfócate en la portada

6

Su diseño es muy importante, es la primera impresión del lector.

Realiza pausas activas

7

Al realizar pausas activas promueves la creación de nuevas ideas.

Impresiona con las piezas gráficas

8

La composición de una buena pieza gráfica logra impactar si se realiza teniendo en cuenta la armonía de los elementos que llevan a una buena comunicación visual.

Enfócate en tus artículos destacados

9

Define los subtemas, plasma mejor las ideas a tratar que van a dar contenido dentro del magazine.

Espacio Creativo

10

Comparte ideas y referentes creativos con tu equipo de trabajo.

Ortografía, redacción y estructura terminada

11

Son principios básicos dentro del esquema editorial, que no falten.

Léenos, apóyanos, colabora y comparte este contenido diseñado para ti.



¿EXISTEN FORMAS CREATIVAS DE TRANSMITIR UN MENSAJE PUBLICITARIO?

El movimiento vanguardista que abre las puertas a la evolución del diseño gráfico

Santiago Royero Lopera | @blackkraken

Existe un movimiento vanguardista que permite dejar volar la imaginación y transformar la percepción de la realidad en el arte, sin miedo a traspasar los límites de tu mente. Te sorprenderás de todo lo que puede aportar este movimiento a las diversas piezas gráficas.

Como es natural, el ser humano siempre se ha interesado en ser parte de la historia, dejar un legado, un sello o simplemente perdurar en el tiempo como un gran representante y exponente de numerosos hechos. Un esfuerzo que a largo plazo se evidenciará con recompensas o el reconocimiento de su trabajo. Esto se puede evidenciar desde la percepción de la realidad de un artista, hasta el posicionamiento de una marca en el mercado.

Los artistas y profesionales del diseño, se desafían a diario en sus procesos creativos, con el fin de alcanzar el tan anhelado reconocimiento.

Y es que, por fortuna, contamos con unos referentes en la historia del arte surrealista como Salvador Dalí, Frida Kahlo, Pablo Picasso, René Magritte que nos ayudan a identificar rápidamente la importancia de este movimiento, tenemos también al escritor André Breton, considerado el padre del surrealismo.

El surrealismo es un movimiento del arte establecido en París alrededor del año 1920, después de la primera guerra mundial, permitió a los artistas, escritores y activistas expresarse con libertad. Curiosamente, el Surrealismo es confundido con el Dadaísmo, sin embargo, el surrealismo se caracteriza por expresar sentimientos y pensamientos, es decir, el Surrealismo representa por medio del arte, aquello que se imagina. Dicho esto, se resalta en este movimiento todo aquello que impulsó a la imaginación, como lo son el subconsciente y los sueños, haciendo que se transmita y comunique una idea a través de la realidad que propone.

En la actualidad, el surrealismo es uno de los movimientos que más ha tomado fuerza en esta nueva etapa de evolución del diseño gráfico, apoyado por los estilos gráficos más usuales, como lo son la tipografía, la ilustración, la fotografía, los colores, entre otros; se convierten en soporte para que los artistas demuestren su potencial en cada pieza gráfica, con el fin de conservar la técnica del surrealismo y perdurar en el tiempo.

Para finalizar nuestro argumento, contamos con el aporte evidenciado en el blog Aura Galerías (2020), donde nos habla sobre el surrealismo como forma de impregnar el arte a través del subconsciente afirmando que “el surrealismo se convirtió en un movimiento internacional porque impactó la vida cultural de muchos países”

Entonces, ¿estás preparado para dar un gran paso en el tiempo? ¿Estás listo para aprender la técnica y emplearla en esta nueva etapa del diseño gráfico?

El surrealismo ha sido y es usado como una herramienta para comunicar y transmitir de mejor forma el mensaje en las piezas gráficas.

¡SE SOLICITA DISEÑADOR GRÁFICO QUE TRABAJE BAJO PRESIÓN!

REQUISITOS



APLICAR





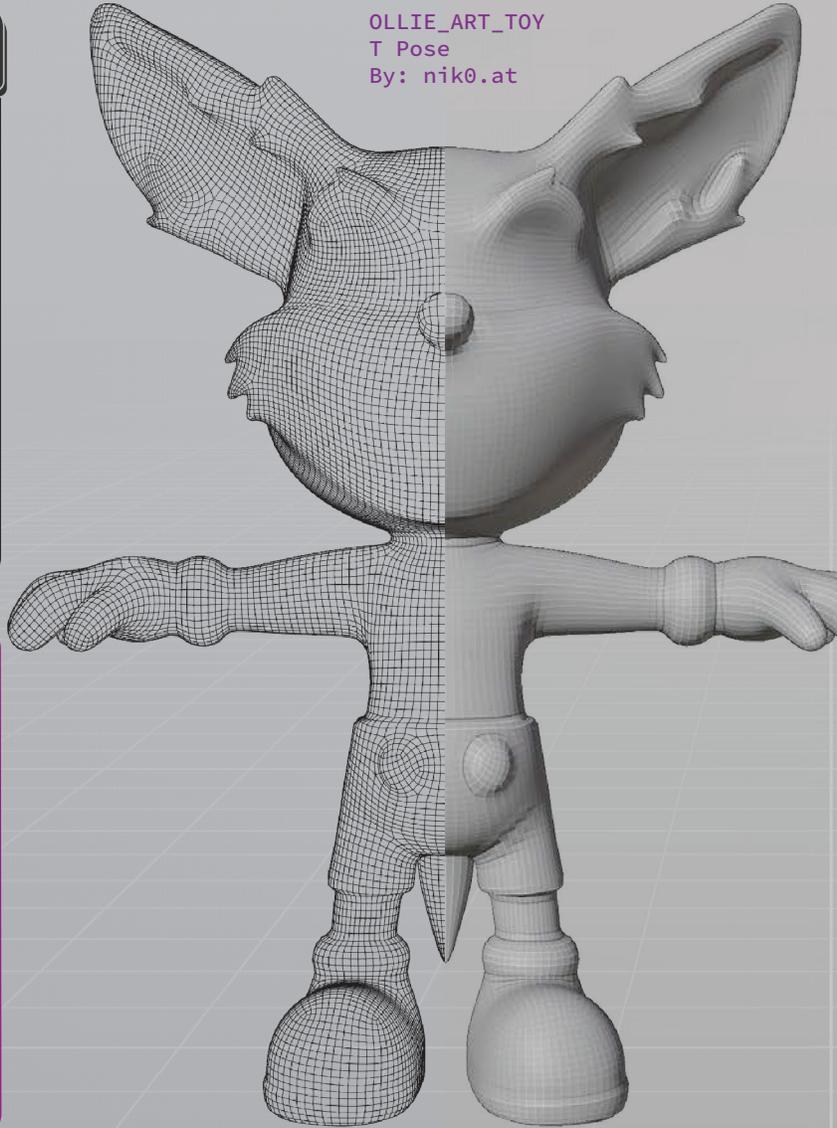
Nicolas Atehortua | @nik0.at

Outliner
Nicolás Atehortua > @nik0.at

El punto de partida de este artículo es un concepto base para entender el tema. ¿Qué es el 3D? Se puede decir que el 3D es una técnica por la cual un computador trata de simular un objeto con su volumen dentro de un "espacio 2D", dicha simulación estará creada a partir de la altura, el ancho y su profundidad, y con estos 3 elementos generar ese universo tridimensional. Cada uno de los objetos creados en un entorno 3D cuentan con una estructura base, la cual se le denomina "Malla poligonal".

La importancia de la malla en el 3D:

La malla al ser la estructura base del modelado y la animación 3D, es un factor importante en el proceso de construcción del objeto. Su estructura debe mantener una buena integridad de la malla, donde los polígonos sean Quads (forma técnica de decir cuadrados o polígono de 4 vértices); ya que de estos polígonos dependerá la animación y el peso de nuestro objeto (a mayor cantidad de polígonos, más pesado será usar nuestro objeto). Es por esto, que en el Modelado 3D es vital mantener una cantidad de polígonos moderada, para ahorrar recursos de nuestra máquina y tener un workflow más fluido.



OLLIE_ART_TOY
T Pose
By: nik0.at

Playback Keying

1 20 40 60



Outliner > 3Design

Teniendo en cuenta dichas definiciones podemos continuar con la pregunta:

¿Cómo influye la animación 3D dentro del diseño gráfico?

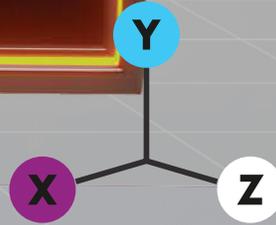
Outliner > Nueva_ERA

Durante las últimas 2 décadas el mundo de la publicidad y el diseño han estado en constante cambio, pasando de una animación 2D a un mundo diseñado en 3D; en los últimos años se empezó a dar vida a las publicidades al crearlas en un "entorno 3D". Este campo que lleva unos años en el mundo y que en sus inicios solo se veía enfocado en los videojuegos, ha cobrado una importancia dentro del mundo publicitario y cinematográfico.

Este nuevo campo da la posibilidad de crear elementos o personajes que podrán ser usados en diferentes ámbitos de esta nueva era. Desde una animación de un producto nuevo, hasta un entorno cinematográfico. Todo este progreso se ha evidenciado en diferentes estudios como Pixar, Disney, Marvel, entre otros; Y en campañas publicitarias de marcas como Nike, Adidas y PlayStation.

Outliner > Nueva_ERA

Todo esto ha brindado un salto importante en la industria, al generar una mayor inmersión entre el consumidor y las marcas, al dar paso a nuevas posibilidades publicitarias y la posibilidad de generar elementos gráficos más interactivos.



1



Start 01 End 208

80

100



X-Y-Z 3D DESIGN AND ANIMATION

Outliner > La_animación_en_el_3D

Ahora bien, el diseño o modelado 3D no solo se basa en la construcción de un objeto, también cuenta con una animación. La animación es uno de los procesos más increíbles dentro del mundo 3D; es la posibilidad de darle vida y movimiento a un objeto, brindarle expresiones, y en algunos casos darle una historia y personalidad.

La animación es un camino que puede ser un poco tedioso y que requiere tiempo y paciencia, no es tan sencillo realizar una buena animación tipo Pixar; son meses de mucho esfuerzo, tropiezos y aprendizaje constante, donde el sendero está apoyado en un proceso de observación y en la biblia de los animadores: "Los 12 principios de la animación". Cada uno de estos principios serán las bases para pasar de una animación robótica y lineal, a una más fluida y llena de personalidad.

En este proceso de animación, sea de producto o de algún personaje, lo principal es tener la idea base, buscar referentes y preguntarse: ¿Dónde vas a iniciar? ¿Qué vas a contar? ¿A dónde quieres llegar? ¿Qué referentes hay?. Y para todo esto es bueno crear un Storyboard del proceso a seguir. Y así, teniendo el elemento realizado en nuestra escena, podremos pasar a la primera parte del proceso.

OLLIE_ART_TOY
A Pose
By: nik0.at



Playback

Keying



1

20

40

60

X-Y-Z 3D DESIGN AND ANIMATION

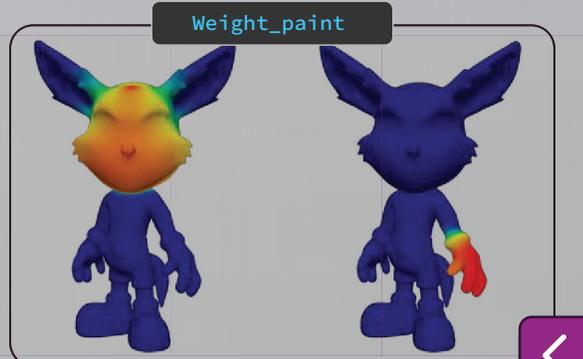
Outliner > 1_Rigging

El Rigging o esqueleto es lo que nos permitirá darle distintos movimientos a nuestro objeto de una manera más cómoda. Será un factor que nos facilitará la creación de poses de movimiento y será la principal herramienta para la animación.



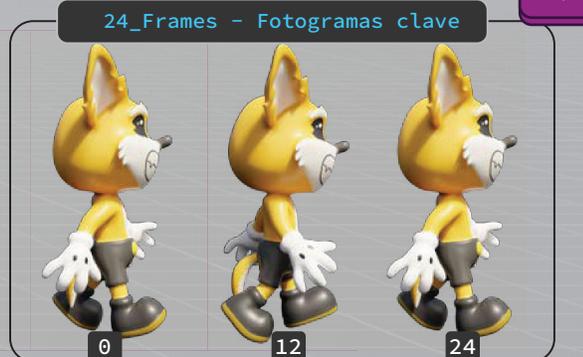
Outliner > 2_Pesos

Los pesos los podemos resumir en la influencia del movimiento que tienen los huesos sobre las diferentes superficies de nuestro objeto. Esta parte del proceso proporcionará qué tanto afectará el movimiento de "x" hueso a determinada parte del modelo. Los pesos generalmente manejan colores, desde azul (que significa 0 influencia) a rojo (que significa el máximo de influencia).



Outliner > 3_Animación_y_Fotogramas_clave

La animación se crea a partir de keyframes, es importante saber cuánto tiempo se demora hacer "x" acción o movimiento para determinar cuántos fotogramas durará el movimiento. Con este concepto lo primero será generar poses claves donde inicia el movimiento, su punto medio y su final.



Outliner > La_animación_en_el_3D

Este un proceso al que le debes dedicar el 100% de principio a fin, y dentro de ese proceso tendrás obstáculos que te bloquearán hasta encontrar la solución. pero luego te sentirás satisfecho de ver cómo tu trabajo fue publicado por la marca o empresa. Será un proceso de mucho aprendizaje en el cual podrás implementar tus conocimientos publicitarios y los conceptos base del diseño para generar una muy buena pieza gráfica en el universo 3D. Esto solo es un pequeño fragmento de un basto tema, que poco a poco va creciendo y haciendo su lugar en la industria comercial. logrando que muchas marcas quieran intentar crear nuevas campañas publicitarias con elementos 3D.



90



Start 01 End 208

80

100

El Anti Diseño

Más que oposición es una nueva alternativa

Santiago Domínguez Madrid

Se le conoce al Antidiseño en el mundo de las artes como un movimiento que ha tomado relevancia a finales de los años 60 y principios de los años 70 pero que ha estado presente desde los años 40. Contradice los criterios comunes del diseño en algo que se expresa de forma totalmente opuesta a las normas comunes de un diseño estético y resalta nuevas cualidades por medio de una nueva expresión de creatividad dejando ver la cara más irracional del diseño.

24 | Pero entonces ¿por qué no ha sido rechazado por los diseñadores de la nueva época? Y es precisamente por llevar la contraria a lo que ya se conoce. Las personas que trabajan en este ámbito y quienes se proponen destacar por sobre los otros buscan la forma de innovar y desarrollar contenido nuevo modificando los métodos de percibir el entorno.

“Comunicar a través de mis objetos; tratar de decir cosas que alienen a las personas a profundizar su espiritualidad”.

- Alessandro Mendini.

Los exponentes que mayor marcaron este movimiento y que le hicieron ganar relevancia fueron: Alessandro Mendini, Ettore Sottsass, Andrea Branzi y Ugo La Pietra. Todos ellos ven este concepto con el claro objetivo de resaltar la creatividad sobre aspectos más cotidianos en el diseño exponiéndolo en distintas obras dentro de lo que es el diseño de inmobiliario para interiores.

Su utilidad es aplicable en todo a lo que diseño se trate; sin embargo, ha obtenido un mayor alcance por medio del desarrollo web y su uso en aplicaciones móviles puesto que proporcionan al consumidor una estética mucho más llamativa sin que llegue a fatigar la estancia en su respectivo sitio web.

Características de éste se pueden definir principalmente por cada autor, que brinde una experiencia diferente en cada obra y que predomine el factor de sorpresa es lo que siempre debe garantizar el anti-diseño para que su función rompa con la estética.

Características del

- Asimetría
- Texto e imágenes superpuestos y abarrotados
- Colores que chocan
- Falta de una retícula
- Elementos no coincidentes

Anti Diseño

Este movimiento presenta también algunas limitaciones, ya que no se puede usar o presentar para todo tipo de ideas, tiene una función muy propia y precisa que no fluye con muchas marcas en los mercados actuales, si es bien sabido que la improvisación en ocasiones puede ayudarnos a salir de un aprieto a la hora de trabajar en una identidad corporativa se debe ser muy cuidadoso.

“La buena improvisación no reside en la inspiración, sino en el trabajo concienzudo y perseverante” dice Kaisen Group, grupo dirigido a la investigación del marketing y comunicación.

La pregnancia de una marca es un factor importante, improvisar y cambiar la esencia de esta hará que llegue a un punto en donde no sea reconocible y desubique a su público sobre la procedencia del producto o servicio que está consumiendo.

"La naturaleza de esto dice haz lo que quieras: arruina lo que dicen las reglas de diseño tradicionales y crea más allá de la "caja de diseño" que nos han dado".

Jennifer Veguilla-Lezan de Bella+Sophia Creative Studio .

CREATIVIDAD HETERO- GÉNEA

Saray González Toro @yarastoro20

Estudiar las tendencias significa adoptar una postura social, donde se involucra la relación entre la cultura de las colectividades. En estas tendencias se reflejan los deseos, intereses, diferencias, necesidades y los modos consumistas en la sociedad que se van marcando a través de los tiempos. Roland Barthes, semiólogo y filósofo estructuralista francés, lo explicaría como “las tendencias constituyen un lenguaje mediante el cual la época revela su verdadera naturaleza” (Erner, 2013: p.39).

Teniendo esto presente, es preciso dar a conocer las tendencias que cierran el camino del año 2022 y llevan al inicio del 2023, en su mayoría, con un carácter heterogéneo, pues es difícil asimilar la variedad y contrastes de diseños que el 2023 trae con su llegada; la mezcla de gráficos como la ilustración y animación 3D, el regreso de los años retro-nostalgia noventeros, diseños de ecología y naturaleza, amigables con el medio ambiente y hasta la posición de los memes como marketing de marca serán mashups -formas de integración y reutilización- impredecibles para el siguiente año.

TENDENCIAS PARA EL 2023



Ilustraciones y animaciones en 3D

La era digital, permitió un cambio en la forma de visualizar los diseños y elementos gráficos en relación a la cercanía del campo virtual con la realidad cotidiana, permitiendo la creación de una gráfica con un desempeño de mejor detalle, movimiento, volumen, profundidad y dimensión. Esta tendencia, permanece en evolución gracias a los nuevos desarrollos de equipos y sus software, pues, los diseños crecen paralelamente junto a la sociedad y la tecnología.

DESARROLLO DE CREATIVIDAD TRIDIMENSIONAL

Es importante mantener un posicionamiento de marca frente a las nuevas tendencias, para esto es necesario tener visión y flexibilidad en el momento de innovar, es por esto, que el marketing de las marcas ha decidido que sus elementos gráficos deben cumplir con ciertas características para seguir encabezando el mercado.

ESTIMULACIÓN DE CREATIVIDAD

- Tener referentes gráficos que estén ligados a la idea que se desea, se puede encontrar inspiración en páginas web como Behance, Deviantart y Artstation.
- Seguir a artistas y diseñadores dentro del campo 3D, entre ellos, Aarón Martínez, en instagram como (@aaronmartinez) ilustrador, latinoamericano y CecyMeade (@cecymeade) ilustradora y diseñadora especializada en la creación de personajes 3D.

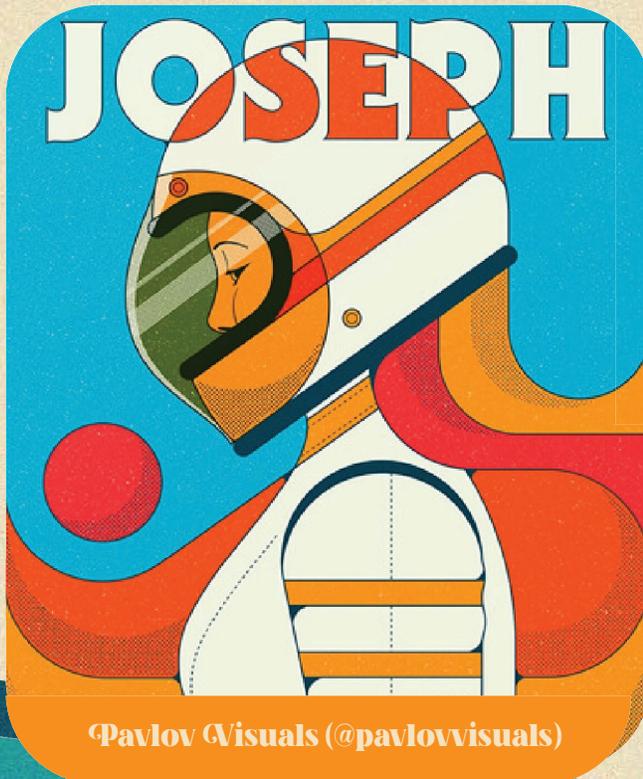




Retro Nostalgia

La tendencia de los años 80 y 90 remonta sus orígenes desde la historia del internet, esta regresa para el 2023 con más fuerza producto de la nostalgia colectiva por este tiempo, con estilo pop y colores vivos, regresa lo antiguo influenciado por la música, la estética y los productos audiovisuales, tal como lo es "Stranger Things" poniéndole mayor nivel a la comodidad y estilo con la

esencia de lo clásico hablando desde la moda, la cual se ve reflejada en los diseños gráficos con patrones de collages, páginas manchadas y rasgadas, arte urbano, imágenes contrastadas y tendencias neón. Su gráfica noventera se basa en un dinamismo pop llamativo con contrastes en sus colores, con tipografía gruesa y circular, que juega con perspectivas y patrones dándole vida al diseño.



¿cómo darles un toque retro a tus diseños?

Los diseños con estilo retro-nostalgia cumplen con características indispensables para representar esta gráfica, como lo son colores y tipografías:

Los colores; llamativos y contrastados, en su mayoría, colores amarillos, azules, rosados, morados y verdes, con combinaciones cromáticas análogas.

Tipografías; Bold, redondeadas, combinaciones de letras "bomba" y san serif.

ECOLOGÍA & NATURALEZA

A través de los años y, con la llegada de la era digital, la forma de alcance de los medios de comunicación, el diseño y la publicidad, entre otras, se ha transformado. Esto, ha permitido una evolución tanto a nivel gráfico como en la conservación ecológica, dado que por medio de la realidad virtual e internet se logra mayor economía, tanto de materias primas como lo son el papel y recursos físicos, como de reducción de presupuestos en los mismos materiales de carácter finito y con poca durabilidad en el tiempo; La tecnología, evita el desperdicio de material físico no renovable y con ella se crean material reutilizable que son más rentables para las marcas, además del cuidado de medio ambiente y la efectividad en la publicidad mediática.

"TODO ARTE ES IMITACIÓN DE LA NATURALEZA"

-Lucio Anneo Seneca

Las tendencias de ecología y naturaleza utilizan algunos de estos recursos:

- Principalmente el uso de tonos tierra que conecten con el medio natural.
- Elementos naturales, por ejemplo, hojas que complementen el diseño.
- Ilustraciones realizadas a mano, que reflejen los trazos delgados y delicados.
- Texturas sacadas de la naturaleza para aportar en el estilo gráfico.



Las marcas cada vez se hacen más parecidas a lo que sus clientes son, es por eso que la identidad visual va mutando mediante el perfil del consumidor que se identifica con la marca; entre la tendencia de Eco y naturaleza, se reflejan imágenes y diseños que transmiten serenidad, calma, tranquilidad, estos, siendo elementos característicos de la misma naturaleza que ayudan a la positividad de la compañía, tanto para el cliente como la marca y su reputación, ya que la filosofía establecida por estas entidades son el cuidado de la fauna y flora, libres de maltrato animal, testeos, tala irresponsable de árboles, etc. Y promueven características como la biodegradabilidad en sus productos o servicios y el respeto para la conservación del planeta tierra.



EL DISEÑO GRÁFICO Y EL MUNDO DE LOS NFTS

Daniela Mora Mosquera | @dannamosqueraa

“Algunos describen los NFT como una locura y otros como el futuro de la imagen digital.” (W. Chohan, 2021).

La tecnología no para de avanzar, uno de los temas que más ha causado revuelo debido a su presunta facilidad para generar ingresos en dólares o monedas virtuales son Non Fungibles Token mejor conocidos como NFT.

Según Garcia y Salas, “los Non Fungibles Token o NFTs por sus siglas en inglés, son un activo virtual único, basado en el Blockchain” (2021). Estos se apoyan en derechos de propiedad, quiere decir que más allá de quien compre la pieza digital el autor permanecerá ligado a ella, esto gracias a las facilidades tecnológicas de la web 3.0.

El Blockchain es un registro único, consensado y distribuido en varios nodos de una red. En el caso de las criptomonedas, podemos pensarlo como el libro contable donde se registra cada una de las transacciones.

Según Elena Bello, en el blog de iebes, argumenta “la Web 3.0 es la tercera generación de servicios de Internet para páginas web y aplicaciones. Se centrará en el uso de una comprensión de datos basada en máquinas para proporcionar una Web semántica y datificada. El objetivo final de la Web 3.0 es crear sitios web más inteligentes, conectados y abiertos” (2022).

La llegada de la pandemia y la potencialización de la virtualidad, crearon nuevas formas de generar ingresos desde casa, un ejemplo perfecto es el trabajo remoto. Las imágenes digitales eran algo que anteriormente se venían desarrollando y entraron fuertemente al mercado digital durante esa época.

Los NFTs en pocas palabras son códigos que apuntan hacia un propietario con un bien digital, los cuales pueden ser casi cualquier tipo de archivo como jpeg, png, gifs, videos, etc. Hay infinidad de cosas que podemos convertir en NTFs, como ropa, personajes de videojuegos, libros, música, memes, twitts, entre otras piezas gráficas.

Algunas veces los NFTs traen accesos a charlas, descuentos, promociones, productos, boletas, entre otros.

Es importante aclarar que los derechos de autor siempre permanecerán con el creador, según el NFT que venda y sus condiciones podrá obtener muy buenos beneficios a través de regalías. Y, ¿cómo puede servir esto al diseñador gráfico, ilustrador, editor, fotógrafo, entre otros? Cualquier bien que se vuelva digital puede ser un NFT, para ello se hablará de un par de ejemplos que han tenido un gran revuelo durante estos últimos años.

30





Doge, el NFT más caro del mundo.

La galería Belvedere de Viena donde se exhibe “El Beso” de Gustav Klimt dividió en 10.000 partes la obra y las convirtió en NFTs, las cuales se pondrán en venta por un valor de 2.087 dólares cada una “Los NFT de ‘El Beso’ se han creado como objetos de colección. Creemos que esta oferta es interesante tanto para los amantes del arte como para los coleccionistas de NFT, y queremos atraer a un amplio abanico de interesados”, explica Irene Jäger, de la oficina de prensa del Belvedere. Aun así una vez vendidas todas la piezas no significa que se vendió la obra, ya que el lienzo sigue estando y siendo de la galería, esto es un ejemplo de cómo tomar una obra y dividirla (o no) y venderla sin sacrificar realmente ese arte original.

Y no podemos dejar de mencionar la venta del meme Doge quien rompió récords vendiéndose por 4 millones de dólares convirtiéndolo en el meme NFT más caro de la historia hasta el momento. Ahora

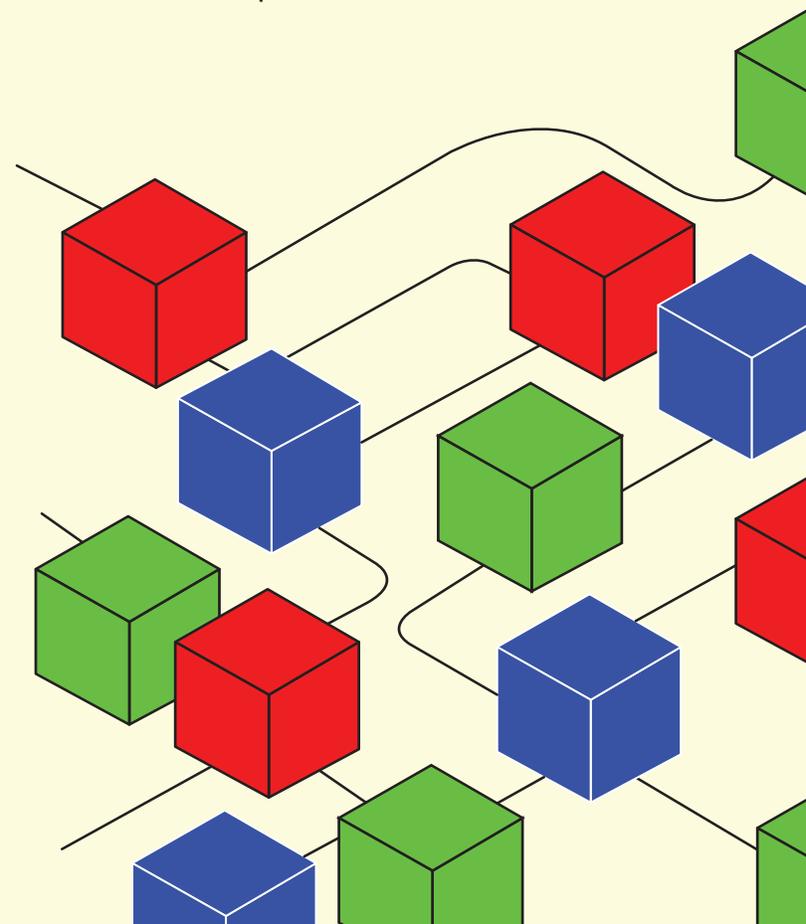
bien, si se tiene interés en crear y vender, o bien, comprar un NFT, es necesario recurrir a una plataforma o Marketplace. Según Lorena Zúñiga Segura, estas son páginas en internet que se dedican a la compra y venta de productos digitales, un ejemplo de ellas es OpenSea o SuperRare.



Algunas de estas plataformas están dedicadas únicamente a cierto tipo de NFT, por ejemplo solo arte digital, solo moda, únicamente NFT de artistas reconocidos, o solamente tarjetas coleccionables de algún deporte. (2022).

Lo primero es crear un usuario en alguna de las plataformas que mas te llame la atención o que más te convenza, por ejemplo en OpenSea, el sitio te solicitará que se añada una billetera digital, luego te pedirá una contraseña, como en cualquier otra cuenta, despues se generará automáticamente una frase de recuperación de 12 palabras, Una vez hecho esto, se presiona en la opción Crear y se procede a llenar el formulario que se mostrará. El paso a continuación es subir el archivo que se quiere “mintear” o convertir en NFT, nos cuenta Desirée Jaimovich (2022).

Con esto podemos concluir que el amplio formato y categorías de lo que se puede crear y convertir en NFT es casi que infinito y a medida que pasa el tiempo y lo mucho que nos adentramos en una nueva era como lo es el metaverso se nos abren una infinidad de posibilidades que como personas creativas podremos aprovechar de una manera memorable mientras se abren puertas en este nuevo mundo.



FORMA
DISEÑO