

ES

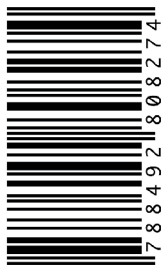
Diseño integral

WaR Hol

"Basquiat temía que su
éxito fuera flor de un
día y le dije que no
se preocupara.
No lo sería"

Fellini,
Aravena,
Cosentino,
El mirador de ballenas

2,5€



Nº 1
MAYO



ALL YOUR STUFF
IS IN GOOD HANDS
WITH FRUGAL MOVERS



SORRY,
I WAS EATING
A MILKY WAY



BLAME IT ON THE CARAMEL, CHOCOLATE & NOUGAT

fotografía 4
edición 18

cine 26

cartelería 38
web 52

arquitectura 62
diseño de interiores 74

mobiliario 85
packaging 100

o
i
r
e
m
s

Un
juego de
pasión



coleccionando
cámaras
antiguas

El coleccionismo es un hobby en que coincidimos muchos de nosotros en la Comunidad de la fotografía, y más cuando hablamos de fotografía analógica. Desde fotos de viajes, cámaras, lentes, y cualquier otro equipamiento; en este mundo, siempre hay algo que te puede llamar la atención y te lleva a coleccionar. Es un pasatiempo para algunos, un modo de vida para otros, y un juego para aquellos para los que la pasión juega un papel importante.

Gente diferente colecciona cosas diferentes -sellos, coches de juguete, cartas de fútbol- y en nuestra pequeña esquina del mundo, las cámaras y otras herramientas para fotos son nuestra predilección. Casi todos los fotógrafos tienen ese amigo que tiene urgencia por buscar y encontrar algo nuevo para su colección. Y, la verdad, ¿quién pue-

de culparlo? El encanto de las cámaras vintage, desde su peculiaridad a su total belleza, es algo que enamora y es muy difícil de ignorar. Hay algo que te llama desde una tienda de cámaras, mercadillo o anuncio online y te convierte poco a poco en un coleccionista.

Por Qué Coleccionamos

Como con todo en la vida, la razón por la que coleccionamos cámaras cambia de una persona a otra. Una de las razones puede ser la historia. Las cámaras con una historia o un origen interesante son siempre valiosas para los coleccionistas. Que sea una cámara pionera en algún estilo o formato también le añade valor a esta y la convierte en una pieza de interés. Otra razón es la fidelidad a una marca. Mucha gente que empieza a coleccionar empieza su aventura por el amor que profesa a una marca en particular. Ver evolucionar el valor de una empresa a través de su desarrollo durante los años es posiblemente razón suficiente para empezar una colección con sus productos.

"No me lo imagino. Se ha convertido en una pasión para mí por lo que no veo que acabe." Esto decía la lomógrafa @schlograt cuando le preguntamos si dejaría atrás su colección.

El sentimiento de conexión es algo que también debemos mencionar. Para alguna gente, tener cámaras de diferentes épocas es como un ticket a un mundo con el que se sienten conectados. Las cámaras vintage tienen ese efecto y seguirán teniendo valor mientras haya gente que las aprecie. Y, admitámoslo, tener una cámara que es importante para nosotros, un objeto que fue

diseñado minuciosamente puede hacer que cualquier entusiasta de la fotografía se embelese y queda atraído por una de estas cámaras. Es algo de lo que estar orgulloso, no importa como de grande sea tu colección.

emoción de la persecución. Saber que en algún lugar está esa pieza que falta en su colección es suficiente para que sigan buscando. Así es como funciona y, para los coleccionistas, esa es la única motivación que necesitan. Es una felicidad que les despierta y es difícil

La Emoción Por La Captura

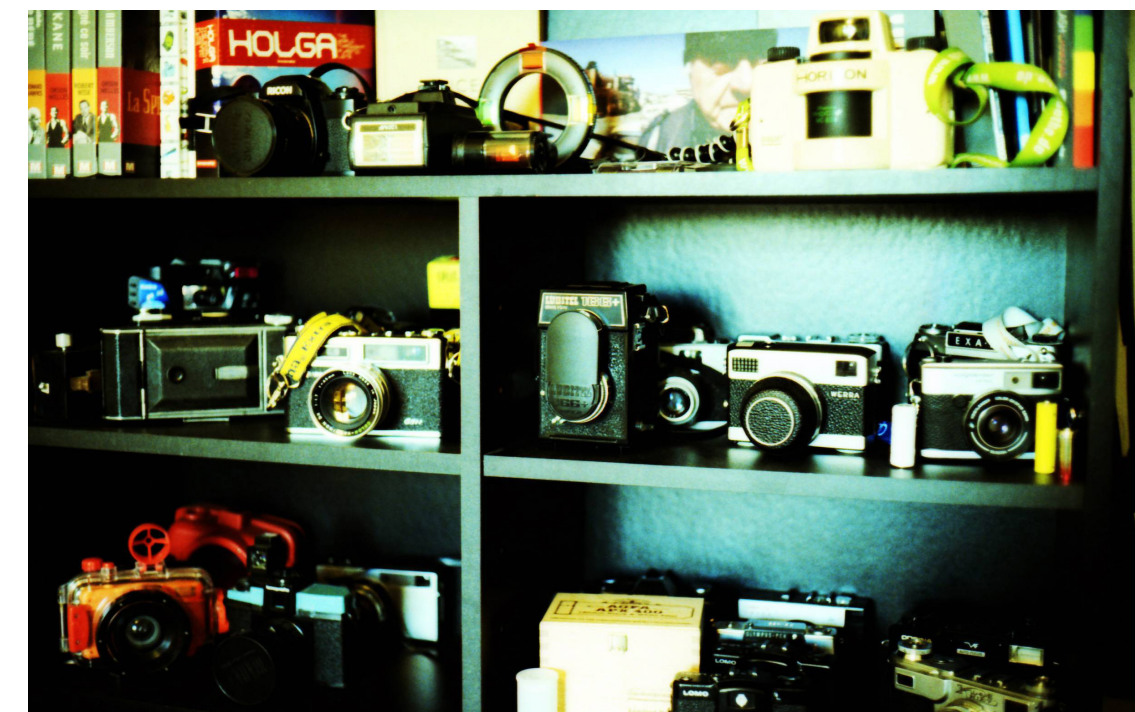
Puedes preguntar a cualquier coleccionista por qué hace lo que hace y seguramente obtendrás miles de respuestas. Es diferente dependiendo la persona, pero una cosa es segura, la preciada posesión de un coleccionista sólo es el camino para su próxima captura. Siempre habrá una cámara o herramienta de fotografía en su lista. Ya sea el Santo Grial o algún modelo especial, la búsqueda nunca acaba. A los coleccionistas les encanta la

hacerles cambiar de opinión porque, en algún momento de nuestra vida como fotógrafos, también nos hemos sentido así.

La Pasión Es El Combustible

Si el coleccionismo fuera fuego, la pasión sería el combustible que lo mantiene vivo. Puede sonar un poco romántico (seguramente lo es) pero es como muchos coleccionistas lo ven. Aman lo que hacen y ver sus estanterías llenas de cámaras es algo que inspira belleza para ellos. No va sobre dinero para los que viven este tipo de vida. Incluso si no eres coleccionista, seguro que tienes pasión por algo que persigues. Guardar recuerdos en forma de fotografías también puede considerarse una forma de coleccionismo. Puedes ver el valor que tienen y lo que representan, y te inspiran a seguir sacando fotos.

No es fácil de explicar. El coleccionismo (y otras muchas cosas de la vida) no es ni blanco ni negro. Lo entenderás cuando lo sientas ●



Adobe PHOTOSHOP

A continuación, el tutorial que explica el método más fácil para retocar el tono de la piel en el programa de edición fotográfica.

Cuando hacemos un retrato podemos tener problemas para conseguir un buen tono de piel. Para conseguir un tono de piel perfecto, hay muchas formas de hacerlo, aunque la que vamos a conocer hoy es una de las más sencillas, para la gente que aún no domina demasiado el programa y quiere adentrarse en él poco a poco. Vamos a cambiar el tono de piel con la ayuda de los modos de fusión de Adobe Photoshop.

Este método no es profesional, y deberíamos apostar por otras técnicas si queremos resultados más fiables. Pero si estamos haciendo una boda con cientos de fotografías o es un book sencillo puede que sea uno de los métodos más interesantes que podemos utilizar.

Solo hace falta hacer una buena selección, conocer un pequeño secreto de los modos de fusión y saber retocar posteriormente una máscara de capa con ayuda de la herramienta Pincel (B)...

Cambiar el tono de la piel con una capa de relleno

Las capas de relleno no son muy populares para los fotógrafos. Siempre utilizamos más las capas de ajuste. Pero en esta ocasión vamos a utilizar una capa de relleno de color uniforme que, como dicen en Adobe, permite

Rellenar una capa con un color uniforme, un degradado o un motivo.

A diferencia de las capas de ajuste, las capas de relleno no afectan a las capas que se encuentran por debajo.

En este caso vamos a revelar una fotografía en la que el modelo desde luego tampoco puede presumir de tono de piel. Así que vamos a revelar el archivo a fondo en Adobe Lightroom para intentar sacar lo mejor de alguien imposible con una cámara en las manos.

Como siempre mandaremos el archivo a Photoshop en formato TIFF a 16 bits. Podemos intentar mejorar el color antes de llegar aquí pero si no hemos tenido cuidado a la hora

ANTES ►



de iluminar y vigilar los reflejos puede ser una tarea imposible.

Por este motivo recomiendo seguir todos los pasos que vamos a ver a continuación para solucionar de forma eficaz el problema del tono de piel:

1. Tenemos que seleccionar el color piel de la fotografía. Hay muchas formas pero la más recomendada es ir a Selección>Gama de colores y elegir Seleccionar>Tonos de piel.

2. Si la selección no es tan precisa como queremos en un primer momento lo mejor es acudir a** Seleccionar>Muestrados** y con la herramienta Añadir a ejemplo ir marcando todas las zonas de la piel.

3. Damos a Ok.

4. Vamos al menú Capa> Nueva capa de relleno>Color uniforme. Así se abrirá la ventana Selector de color; y en los valores RGB introducimos R:255; G:4; B:1.

Toca hacer ahora dos cosas.

1. En primer lugar cambiamos el modo de fusión a Luz lineal. Este modo de fusión tiene la particularidad de responder de forma distinta a la Opacidad y al Relleno y esto es lo que nos interesa.

2. En segundo lugar bajamos la cantidad de Relleno -no la Opacidad de la capa- a valores entre 5-10%.

Y así conseguimos un tono de piel perfecto casi sin esfuerzo. Tendremos que repasar la máscara de capa para evitar que afecte a zonas que no queremos pero el esfuerzo merece la pena •

◀ DESPUÉS

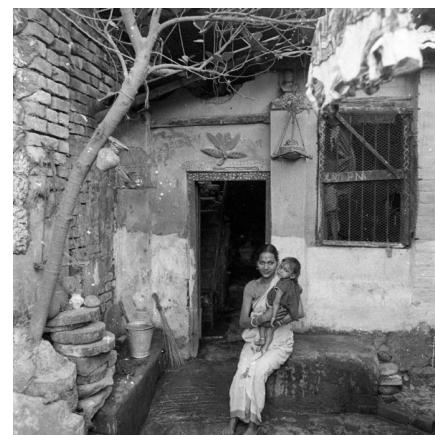
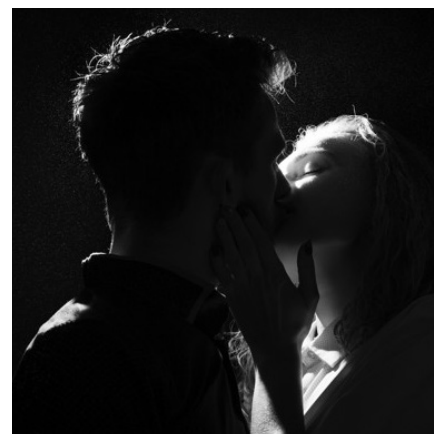


Next to a Finish furniture,
everything goes out of fashion.



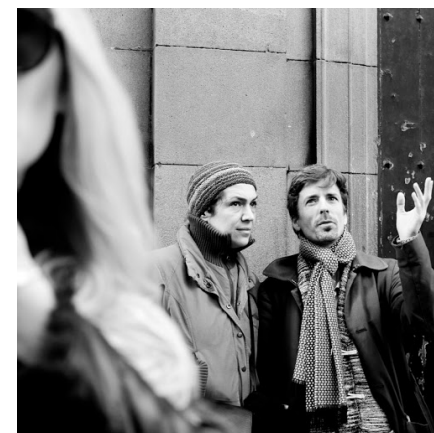
FINISH
www.finish-br.com.br

¿es buena *IDEA*



reivindicar

el *FORMATO*



FLX



Es uno de los formatos que muchas veces dan por muerto pero que siempre recupera su lugar una y otra vez. En los últimos años Instagram lo ha vuelto a poner de moda. El formato cuadrado, la proporción 1:1 es un clásico que nunca muere que todos deberíamos probar alguna vez.

El formato cuadrado es una de las primeras proporciones de la historia de la fotografía. La primera cámara popular, la cámara para todos, la Kodak Brownie daba imágenes circulares sobre un papel cuadrado. La luz, cuando pasa a través del estenotopo, o del objetivo, se proyecta circularmente sobre

la superficie sensible. Y al principio aprovecharon hasta el último resquicio de luz, como podemos ver en las fotografías del fotógrafo de la felicidad, Henri Lartigue.

El problema era la pobre definición en los bordes y por eso decidieron hacer una máscara en la cámara para eliminarlos y reducir el problema en las esquinas. Y desde entonces este formato pasó a ser considerado un clásico.

Las cinco ventajas del formato cuadrado

En primer lugar este formato, en el que el ancho y el alto es exactamen-

te igual, tiene un juego compositivo tremendo. Parece una obviedad pero simplifica el trabajo (ojo, no lo hace más sencillo). Ya no tenemos que pensar en vertical u horizontal. Solo hay una forma de mirarlo y de utilizar la cámara.

Hay que recordar que Robert Doisneau, por ejemplo, era muy amigo de este formato por su versatilidad. Si le pedían una portada solo tenía que recortar el ancho y tenía una vertical perfecta. Si la foto era para interiores podía colocar los marginadores de la ampliadora para ajustar el fotograma para cortar y entregar una foto horizontal. Es muy fácil de adaptar, lo que sería su segunda ventaja.

Pero si no tenemos necesidad de recortar este formato nos ayuda, y mucho, a pensar la composición. Es más difícil dejar espacios vacíos a la hora de ordenar los elementos de la escena. Nos permite dar más importancia a los elementos que forman parte de la escena porque no hay una línea que destaque más que otra. Es la tercera ventaja.

También dicen que al ser la proporción que mejor se adapta al círculo está cerca de la armonía absoluta.

También dicen que al ser la proporción que mejor se adapta al círculo está cerca de la armonía absoluta, porque el círculo representa la perfección, lo infinito, pero es algo que



Jacques Henri Lartigue. *Yvonne, Koko et Bibi. Royan, July 1924.*

Lartigue era un gran admirador de los coches y le encantaba fotografiarlos por el dinamismo que provocaban. Fue un fotógrafo que jugó mucho con el movimiento, casi de los primeros, por eso, como ocurre en esta fotografía en el caso de la pelota, salen elementos que están movidos. Eso lo conseguía con una exposición más larga que en fotografías de otros artistas conocidos.

Una de las primeras fotografías de la Brownie.



preferimos dejar a los que creen en la proporción áurea y demás historias.

Estamos cada vez más acostumbrados a la horizontalidad (televisiones, pantallas, proyectores) y el formato cuadrado ha quedado obsoleto, incluso vintage. Al cuadrar la imagen centraremos la atención del espectador. Y esta es la quinta.

@ferfoto.es



¿Cómo hacer un formato cuadrado?

Hoy en día podemos comprar cámaras de formato medio con dicha proporción pero seguramente se escapan de nuestro presupuesto. Aunque siempre podemos mirar en el mercado de segunda mano.

Otra posibilidad es apostar por las cámaras Micro Cuatro Tercios, cuya proporción es 4:3, el formato popular más cercano al 1:1. Más cuadra-

do y ajustado y con muchas de sus ventajas... O configurar la cámara para que recorte el disparo en este formato... En el móvil de cada vez es más rápido configurar la cámara para disparar con el formato que nosotros queremos (panorámico, 4:3, 1:1, etc.).

Y lo más fácil, lo que recomiendo y aplico día tras día es recortar en el ordenador. Pensar en cuadrado, disparar olvidándose de los espacios vacíos y luego acudir a Lightroom, Capture One o Photoshop. Desde estos programas de retoque fotográfico también es muy fácil aplicar el recorte que queremos.

Puede que a los más puristas les escandalice esta forma de trabajar, pero es otra forma de conseguirlo. Así tenemos la oportunidad de reencuadrar en el laboratorio digital, un lugar donde muchos deciden terminar la fotografía. Es verdad que de cada vez se utiliza menos este formato, pero no por ello es menos bonito y se tiene que dejar de utilizar, ya que en según qué casos nos puede ser muy útil y presentar un resultado diferente.

Esta forma de trabajar da mucha más libertad al fotógrafo. Tiene una segunda oportunidad de mejorar sus disparos. Y con el simple gesto de acudir a la herramienta Recortar puede simplificar y dirigir la mirada del espectador hacia lo que realmente quiere enseñar. ¿Lo habéis probado alguna vez? ¿Os gusta el formato cuadrado? ¿Lo dejáis para Instagram, que es uno de los pioneros en utilizar el formato cuadrado? En definitiva, ¿es buena idea reivindicar este formato?

@ferfoto.es





Cadillac



LUJO,
SEGURIDAD
Y CONFORT

A TASA DE
0%
DE INTERÉS*

Cadillac XT5

Letra Quincenal
\$484.45

Aplica para | Financiamiento a un plazo
LEASING | **DE 4 AÑOS**

La tasa de 0% de interés aplica durante el tiempo total del financiamiento o leasing.



Grupo Sílabas

slabas.com
cadillac.com.pa
CALLE 60 - TEL: 208-7022

Lunes a viernes 8:00 a.m. - 7:00 p.m.
Sábado 8:00 a.m. - 5:00 p.m.
Domingo 11:00 a.m. - 5:00 p.m.

CADILLAC PANAMÁ

YouTube Facebook Instagram

*Aplica para financiamiento o leasing. Plazo máximo 48 meses. Gastos de manejo \$1,500 adicionales. Abono inicial del 20%. Promoción válida hasta el 31 de julio de 2018.

ANTES de PHOTOSHOP



Retocar fotografías no es actual; desde el momento en el que nació la fotografía, las personas dedicadas a esto empezaron a retocar las imágenes, ya sea para corregir imperfecciones o para conseguir la imagen más perfecta.

En otras palabras, antes de la era digital, ya se estaban editando las imágenes obtenidas a partir de fotografías, siendo esto tan antiguo como la misma práctica fotográfica. Con estas técnicas, es posible desarrollar imágenes modificadas a partir de otras, obteniendo resultados más pulidos o logrando composiciones totalmente distintas, llegando a distorsionar la realidad.

Mas allá del hecho de que las manipulaciones digitales en el campo de la fotografía están principalmente asociadas a la actualidad, debemos tener en cuenta que todas estas técnicas tienen un bagaje histórico que fue parte del repertorio fotográfico predigital: se suavizaban las arrugas, se adelgazaban las cinturas, se añadían objetos en las escenas, entre otros retoques.

Para el momento, la edición implicaba marcar meticulosamente aquellas zonas de la fotografía en las que se pretendían hacer alteraciones, además de revelar en múltiples oportunidades las imágenes, modificando con materiales químicos las zonas que se querían retocar. En ese sentido,

la edición fotográfica requería de una paciencia casi infinita, además de mística y grandes conocimientos respecto a los procesos que subyacen al arte, pues para modificar y retocar una fotografía, lo que, actualmente se hace casi de forma instantánea, en el pasado, podía tener una duración de horas o hasta días.

Claramente, los recursos con los que se disponía en el pasado, no eran los mismos con los que se cuenta en la actualidad; una de las principales diferencias es que, en la modernidad, la fotografía tiene un ciclo digital completo, por lo que, en muchas ocasiones, ni siquiera llegan a tener un soporte físico en el papel.

Así, las cámaras modernas, capturan imágenes que se codifican de forma automática en formato binario, a partir de lo que pasan a equipos informáticos, donde pueden ser retocadas, recortadas, redimensionadas, etc.; luego de esto, lo más frecuente suele ser que el proceso culmine con un soporte únicamente digital de la imagen. No obstante, en el pasado, la obtención de una fotografía perfecta era completamente distinto; antiguamente, las

imágenes eran capturadas, luego se revelaban las fotos, transmitiendo la información a un formato físico, y era allí cuando empezaba el proceso de retoque.

Teniendo esto en cuenta, tal como veremos a continuación, el desarrollo y la evolución de los retoques digitales que abundan actualmente en la edición de fotografías, data del pasado, a partir de técnicas ingeniosas que les han permitido a los artistas de la fotografía despertar la curiosidad del público a partir de creativas composiciones.

Historia de la edición fotográfica

Desde la invención de las fotografías y el retocado de estas, los métodos desarrollados han sido múltiples y variados, además de imaginativos e ingeniosos. Una de las técnicas más antiguas, por no decir de más baja tecnología, implicaba recortar varias fotografías con una cuchilla, obteniendo diversos elementos de cada una de ellas, para luego juntarlos a fin de desarrollar una nueva composición, como si fuese un collage realista.

Luego de este proceso de deconstrucción y posterior composición, se sacaba una última fotografía, empleando una iluminación apropiada, de forma que se generase una imagen totalmente nueva, compuesta por los trozos de las fotografías originales. Por su parte, otras técnicas implicaban múltiples exposiciones de un único negativo



o la generación de la imagen final a partir de la superposición de varios negativos. En líneas generales, se trataba de mezclar varias imágenes en una sola. Uno de los primeros experimentadores en esta área fue el fotógrafo de origen sueco, pero residenciado en Inglaterra, llamado Oscar Reilander, quien, durante 1851 aprendió una técnica denominada como colodión húmedo.

Este es un proceso fotográfico a partir del cual se produce una imagen en negativo en un soporte transparente, generalmente de cristal.

A partir de combinaciones de muchos de estos negativos, el fotógrafo conseguía producir asombrosos montajes, siendo uno de los más famosos, el titulado "The two ways of life", representando la divergencia de los caminos

alternativos que supone una vida de pecado y una vida piadosa.

Uno de los primeros experimentadores en esta área fue el fotógrafo de origen sueco, pero residenciado en Inglaterra, llamado Oscar Reilander, quien, durante 1851 aprendió una técnica denominada como colodión húmedo. Este es un proceso fotográfico a partir del cual se produce una imagen en negativo en un soporte transparente, generalmente de cristal.

A partir de combinaciones de muchos de estos negativos, el fotógrafo conseguía producir asombrosos montajes, siendo uno de los más famosos, el titulado "The two ways of life", representando la divergencia de los caminos alternativos que supone una vida de pecado y una vida piadosa.

Igualmente, en 1858, otro fotógrafo, de origen inglés, llamado Henry Peach Robinson, empleaba la técnica



ca de la impresión combinada, a partir de la que se usaban varios negativos fotográficos en conjunto a uno de fondo para crear una sola imagen en positivo. El artista, usando esta técnica, desarrolló su más famosa obra llamada "Fading Away". Vale acotar que el artista se vio obligado a abandonar su profesión a los 24 años, pues la exposición prolongada a los químicos fotográficos tóxicos había arruinado sus condiciones de salud. Más adelante, entre 1885 y 1915 surge un movimiento fotográfico conocido como Pictorialismo, a partir del cual se defendía que la única buena fotografía era aquella que había



sido manipulada. Para el momento, se alteraban y retocaban casi todas las fotos a partir de distintos métodos. Uno de los exponentes más importantes de este movimiento es George Seeley, con su composición "The Black bowl". Actualmente, aun existen fotógrafos que se especializan en estas técnicas; tal es el caso de Jerrhy Uelsmann, quien es conocido especialmente por sus montajes realistas en blanco y negro, realizadas a partir de técnicas antiguas, con un carácter imaginativo y onírico. Aun mas, entre 2012 y 2012, el Museo Metropolitano de Arte de Nueva York, inauguró una exposición de arte llamada "Faking It: Manipulated Photography Before Photoshop", en la que se mostraron más de doscientas fotografías retocadas a partir de técnicas manuales, elaboradas entre los años de 1840 y 1990. A lo largo de la historia de la fotografía, tal como veremos más adelante, son muchas las técnicas que los artistas idearon a fin de dar con una imagen perfecta que impactara y se quedará por mucho tiempo en la memoria de las personas.

THE TWO WAYS OF LIFE (1851)

Fue de las primeras obras de Oscar Reilander.

Tendencias de edición

Tal como vemos, los retoques, adiciones y, en general, cualquier modificación que se le hiciese a alguna fotografía, en aquella época, implicaba un laborioso proceso en el que el

artista, con sus propias manos, editaba las imágenes en cuestión. Algunas de las técnicas empleadas eran:

1. Tapados o edición zonal: es la técnica de edición más frecuente; consiste a dar luz en el soporte a zonas específicas del negativo de forma que se consiguiese más exposición a determinadas partes de la imagen, jugando con el brillo y con el contraste. En esta técnica, es importante el uso de las manos, pues se emplean sus movimientos a fin de crear zonas de degradado más adecuados, puesto que con plantillas, los bordes suelen crear bordes demasiado exactos, resultando en fotografías muy ficticias. Aunque es una técnica muy utilizada, es complicada de conseguir, ya que se tiene controlar muy bien el tema de la luz en la sala donde se revelen todas las fotografías.

2. Técnica de múltiples exposiciones: se exponía, en varias oportunidades, un único negativo o se generaban fotos a partir de negativos superpuestos; la idea, en líneas generales es mezclar dos o más imágenes para formar una sola.

3. Retoque de todas las imperfecciones: se hacían retoques manuales por medio de pinceles, aerógrafos o tinta negra colocada directamente sobre los negativos. En particular, se usaba frecuentemente el puntillismo para corregir las imperfecciones o desaparecer elementos no deseados. Aquí pudiésemos incluir el pintar con colores fotografías reveladas en blanco y negro.

4. Fotomontaje: esto implicaba recortar varias fotografías con una cuchilla que luego eran colocados juntos, desarrollando una nueva composición fotográfica. Uso de revelador sobre áreas expuestas: a partir de esta técnica se utilizaban elementos químicos en zonas particulares que permitían ocultar o recalcar tanto sombras como zonas claras, además de mejorar la luminosidad, el brillo o lo que se quisiera •



MEJORES PROGRAMAS

de edición de fotografía

1. Adobe Photoshop:

Es el gran referente en lo que a retoque fotográfico se refiere. Programa utilizado por los grandes magos del retoque. Además, existen toneladas de información en la Red sobre cómo conseguir los más espectaculares efectos con Photoshop. Sin duda: es una opción ganadorAa. Cuenta con ventajas como la edición profesional de imágenes, la gran cantidad de herramientas que proporciona y la cantidad de información que se encuentra en internet sobre su uso. Sus puntos negativos serían que requiere de un ordenador potente, es para usuarios avanzados y muestra un procesador avanzado.

2. The GIMP:

Una de las más potente, gratuita. De hecho, muchos aseguran que, en muchos aspectos se asemeja bastante al rey en la categoría: Photoshop. Al fin y al cabo, no todo el mundo puede hacer un dese bolso tan importante (en el caso de Photoshop) para poder entrar en el mundo del retoque ¿no? Cuenta con un potente software de edición fotográfica, soporta grandes cantidades de capas y canales y es gratuita. Las desventajas de este programa es que está en inglés, muestra un nivel de usabilidad bajo y no cuenta con gran cantidad de ayuda.

5. Capture One:

Se trata de un programa de edición de imágenes en RAW. Similar a Lightroom. Es de pago, pero ofrece la posibilidad de un pago único o de pago por mensualidades e incluye varias licencias para varios equipos. Entre las ventajas tenemos que el procesador de contrastes, altas luces y sombras y máscaras e enfoque son muy resolutivos, tiene un tratamiento excelente de la piel en cuanto a niveles de densidad y detalle. La única desventaja es que no es compatible con Photoshop.

3. Adobe Photoshop Lightroom:

Pensado para fotógrafos es posiblemente el mejor programa para llevar a cabo el flujo de trabajo de principio a fin. Múltiples opciones de importación, infinidad de ajustes para tus imágenes y toda una colección de posibilidades. Es el mejor software para llevar a cabo el flujo de trabajo de todo fotógrafo, tiene un procesamiento por lotes y mejor organización de las imágenes, además cuenta con un procesador RAW integrado con infinidad de ajustes disponibles. Sin embargo, es difícil de aprender a usar y requiere un equipo potente.

4. Paint Shop Pro Photo:

Todo lo necesario para ver administrar y editar tus fotografías. Además, posee una gran variedad de efectos y filtros para dar rienda suelta a nuestra creatividad. Lo mejor del programa es que permite exportar las colecciones de fotos a películas en HD, muestra un laboratorio express para la edición rápida de fotos y soporta el uso de capas. Por otro lado, es más asequible que otros programas pero sigue siendo de pago, algunos usuarios se quejan de cierres inesperados y únicamente está disponible para Windows.

Aquarius es una marca registrada de The Coca-Cola Company.

NO TENEMOS UNIFORME...

¡pero tenemos esto!



VENTE ARRIBA

EN EL TRABAJO O ESTÉS DONDE ESTÉS



La FOTOGRAMETRÍA

y el realismo en videojuegos

Hemos llegado a un momento tecnológico en el que somos capaces de generar objetos y entornos en 3D prácticamente indistinguibles de la realidad, como demuestran los juegos y películas más punteras. Esto se consigue mediante distintos métodos, pero uno de los más habituales e interesantes es la llamada fotogrametría.

En esencia, la fotogrametría es la ciencia de hacer mediciones a partir de fotografías. Es decir, un método mediante el cual, basándonos en imágenes fotográficas en 2D, podemos reconstruir un determinado elemento en sus tres dimensiones. En un inicio, era la técnica para obtener mapas y planos de grandes extensiones de terreno por medio de la fotografía aérea. Estas mediciones se suelen realizar mediante programas especializados. Los datos de entrada usados para efectuar esta técnica derivan de fotografías y los datos obtenidos de salida son típicamente un mapa, un dibujo, una medición o un modelo 3D de algún objeto o escena del mundo real. La técnica se diferencia de otros métodos de escaneado, como por ejemplo el láser, ya que utiliza, como hemos dicho, fotografías para reconstruir el objeto. El láser, por su parte, lo que hace es calcular la distancia de choque de los rayos contra la superficie, para poder reconstruir el objeto en 3D. La fotogrametría es especialmente útil en las industrias de los VFX y los videojuegos, ya que permite generar de forma relativamente sencilla objetos, escenarios, vestuario o incluso personajes fotorrealistas en 3D. Además, con la fotogrametría se pueden conseguir mapas topográficos, mediciones de terrenos muy amplios, mapas en profundidad.

La creación 3D en tiempo real ha evolucionado de forma notable y sorprendente a lo largo de los años. El mundo tiene detalles que hacen muy complicada su representación como por ejemplo la luminosidad de los paisajes, a pesar de ello poco a poco se está consiguiendo con técnicas como la fotogrametría. Desde sus inicios los desarrolladores han querido conseguir videojuegos cada vez más reales. Dentro de la fotogrametría y el realismo en videojuegos, uno de los ejemplos es el Doom, en 1993 id Software creó un juego, que se podía jugar a través de disquete y cargando a través de un PC con MS-DOS, en el cual un marine de los EE. UU. inspecciona una de las lunas de Marte y en un fallo de teletransportación quedan abiertas las puertas del infierno.

Veintitrés años más tarde, en 2016 salió Doom 4 para PC, Xbox One y PS4 con una realidad sorprendente. Un cambio radical en busca de escenario y detalles cada vez más reales. Lo mismo ha ocurrido en muchos videojuegos con nombres conocidos y con muchos años en la industria. En especial, se ha notado en gran medida el cambio hacia la búsqueda de lo real en juegos de coches (Gran Turismo), Fútbol (FIFA), Baloncesto (NBA Live 2K17), etc.

Exploración facial y corporal 3d

A lo largo de la historia, una de las cosas más difíciles era conseguir realidad en las caras humanas, pero a través de la fotogrametría se ha conseguido de una manera increíble. Uno de los ejemplos más recientes es el Resident Evil VII, una creación de Capcom. En Capcom, han invertido en Investigación y Desarrollo para desarrollar un método avanzado de fotogrametría. Con esta técnica se generan texturas y modelados de la más alta calidad a través de fotografías de objetos y personas, las cuales se toman desde diferentes perspectivas. Además, Capcom, ha creado un estudio completo con más de 100 cámaras para seguir trabajando con la técnica de fotogrametría y

el escaneo en 3D para futuros proyectos, al cual han llamado RE Engine. Desde los años 90, en las industrias del cine y publicidad, se ha utilizado la exploración facial y corporal 3D para la creación de dobles digitales en actores. En la industria del videojuego no hacía falta, ya que la tecnología existente en baja resolución y el hardware no permitían crear formas tan realistas. Todo esto ha cambiado. Desde hace unos pocos años se ha capturado el movimiento a través de cámaras que se colocaban en las caras y cuerpo de los actores. Además, muchos trailers actualmente se realizan mediante la técnica de la fotogrametría, ya que permite jugar mucho con el contenido.





Se cumplen 100 años del nacimiento del director de cine italiano que dejó para la posteridad algunas de las imágenes más míticas de la ciudad eterna.

LA ROMA DE FELLINI

Desde la Fontana de Trevi al Trastevere, Roma fue mucho más que un escenario para Federico Fellini, el director italiano nacido hace cien años que dejó para la posteridad algunas de las imágenes más míticas de la ciudad eterna.

Fellini nació en Rimini (norte) el 20 de enero de 1920 en el seno de una familia romana, pero se mudó pronto a trabajar a la capital italiana, por la que sentía un gran amor, y la reflejó como nadie en su obra, desde sus grandes monumentos hasta sus aspectos más lúgubres.

La Fontana de Trevi

El archiconocido baño de Anita Ekberg y su "Marcello, come here" en 'La dolce vita' (1960) marcaron la historia del cine y probablemente la mente de los millones de turistas que la visitan cada año. Es imposible ver este monumento vacío; desde las 6 de la mañana ya cuenta con gente que no desaparece de allí hasta bien entrada la noche.



El monumento del siglo XVIII aparecía completamente vacío en la película, algo impensable en la actualidad, aunque Fellini contó que la plaza estaba atestada de curiosos observando el rodaje.

La famosa escena se rodaba en invierno, por lo que el galán Mastroianni no estaba muy dispuesto a meterse en la gélida agua y fueron necesarios un traje de neopreno y "una botella entera de vodka" para animarle a grabar la icónica escena, según explicó Fellini en una entrevista en 'La Repubblica'.

Via Veneto

"Para mí Roma fue aquello que creé, pero también ella me creó a mí", decía Fellini, y uno de los lugares que contribuyó a crear fue la Via Veneto, lugar de reunión y ocio de la 'jet set' romana en los años sesenta, reconstruida en estudio para 'La dolce vita'.

Fellini frecuentaba el célebre Harry's Bar, donde tocaba el piano Frank Sinatra, y se tomaba el cóctel del Café Doney, mientras decenas de paparazzis (término nacido en



FONTANA DI TREVI
Nicola Salvi, 1732.
Considerada una de las fuentes más hermosas del mundo.



Ray-Ban
GENUINE SINCE 193

‘La dolce vita’) se agolpaban a las puertas de los exclusivos negocios para fotografiar a actores, artistas y demás famosos. En la actualidad el brillo de su época dorada se ha ido borrando, y locales emblemáticos como el Café París cerraron por la infiltración de la mafia calabresa, aunque todavía se entrevé el espíritu lujoso de la calle en hoteles y cafeterías.

Termas de Caracalla

La protagonista de ‘Las noches de Cabiria’ (1958), una prostituta de clase baja interpretada por la mujer de Fellini, Giulietta Masina, ejerce en los alrededores de las termas más famosas de Roma, típico lugar de prostitución de la ciudad. El guión nació de las excursiones nocturnas del director al lado más oscuro de Roma, acompañando muchas veces de su colega Pier Paolo Pasolini, y que inspiró no solo este film sino que se convirtió en un tema recurrente en sus obras. ‘Las noches de Cabiria’, que ganó el Oscar a mejor película extranjera, resalta el contraste entre la miseria de las trabajadoras y la grandeza de las ruinas imperiales. Esto le encantaba al director, por lo que lo repitió en varias de sus películas.

Cinecittà

“Cuando me preguntan en qué ciudad preferiría vivir, no digo Londres, París o Roma, respondo Cinecittà”, aseguraba Fellini, y es que el ‘Teatro 5’ de estos enormes estudios romanos eran su “lugar ideal”. Aquí rodó prácticamente todas sus películas, como ‘Ocho y medio’ o ‘La strada’, y la fábrica de los sueños, como se conoce a Cinecittà, quedó para siempre asociada a su obra, hasta el punto de que aquí se instaló su capilla ardiente.

San Pedro

Precisamente en el ‘Teatro 5’ se rodó la mítica escena de ‘La dolce vita’ (estrenada en 1960) en la que Anita Ekberg sube a la cúpula de

“Cuando me preguntan en qué ciudad preferiría vivir, no digo Londres, París o Roma, respondo Cinecittà”



BASILICA DE SAN PEDRO
Bramante, 1656.
La iglesia más importante del mundo del catolicismo.

la Basílica de San Pedro, perseguida por el fotógrafo Paparazzo y un exhausto Mastroianni. La cúpula aparece también en el plano inicial, el célebre traslado de una escultura de Jesús en helicóptero, y que permite ver una plaza de San Pedro llena de coches y buses, algo raro en ella, siempre llena de colas de turistas.

Trastevere

El barrio más romano de Roma apareció en la película con la que el realizador homenajeó a la ciudad en su época madura, ‘Roma de Fellini’ (1971), una mezcla entre

recuerdos oníricos y su experiencia de joven de provincias que llegaba a ganarse la vida a la capital. En el Trastevere la Policía expulsó a los ‘hippies’ agolpados en la fuente de Santa Maria, el propio Fellini pasea explicando su idea del cine, y en la cercana Piazza de’ Renzi se desarrolla un surrealista combate de boxeo, uno de esos momentos mágicos marca de la casa del director •



LOS MEJORES 10 PROGRAMAS para HACER EDITAR

En el mercado hay múltiples editores de vídeo y aplicaciones para hacer vídeos gratis para Windows; los más buscados son los que mezclan funciones básicas para hacer vídeos con fotos y música, y herramientas avanzadas. Te dejamos la lista más completa de programas para editar vídeos y una lista de aplicaciones gratis para hacer vídeos con fotos y música en tu móvil que te ayudarán a hacer ediciones más rápidas.

vídeo para
WINDOWS
2020



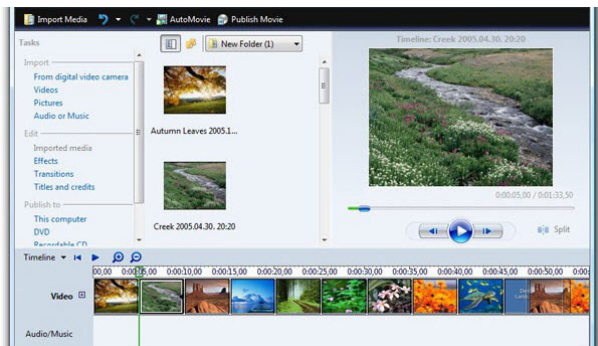
Gibson Les Paul Custom

Tapa de arce flameado, cuerpo y mástil de caoba, herrajes dorados Groover y dos humbuckers Alnico Classic, es lo que hace que una guitarra sea algo más que una guitarra

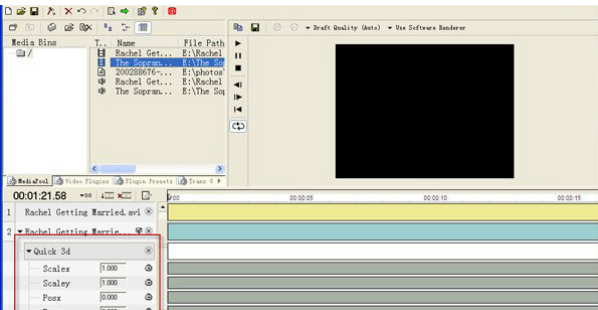


Esto no es una guitarra

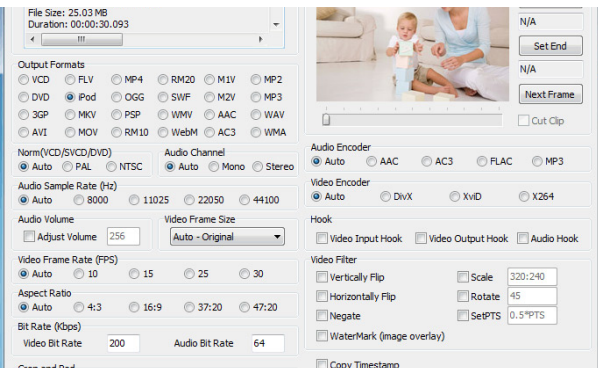
Gibson
www.gibson.com



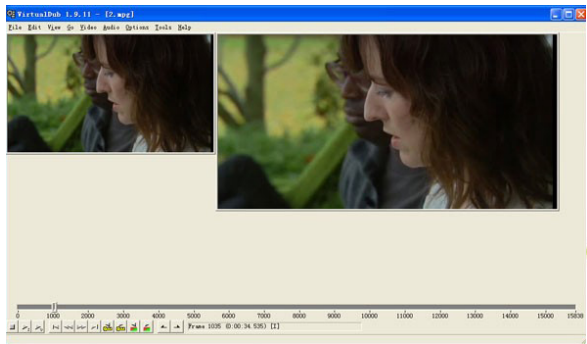
2 - VirtualDub es un programa gratuito para editar vídeos para Windows que tiene las siguientes características: capacidad de compresión, división de vídeo y posibilidad de añadir pistas de vídeo. Tiene además capacidad de procesado por lotes, que permite la manipulación de un gran número de archivos. También el programa puede mejorarse y extender su funcionalidad mediante la utilización de filtros de video de terceros. Su punto débil es que la interfaz no es moderna y muchas veces no es compatible con algunos formatos de vídeo modernos como el mp4.



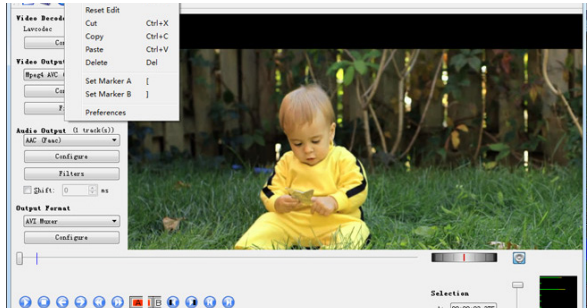
4 - Avidemux es uno de los mejores programas para crear vídeo gratuito. Es software libre y multiplataforma, por lo que puedes usarlo en Windows así como en GNU/Linux, macOS y PC-BSD. Diseñado para tareas de edición de vídeo simples, como cortar, filtrar, añadir pistas de audio a tus vídeos, etc. Admite varios tipos de archivo como AVI, archivos MPEG compatibles con DVD, MP4 y ASF, utilizando una variedad de códecs.



1 - Windows Movie Maker es un programa para editar videos gratis en español que viene incorporado a Windows. Te permite crear películas con fotos y vídeos sin ninguna complicación. Puedes agregar transiciones, música, sonidos, subtítulos y otros efectos básicos para hacer películas caseras. Tiene todos los elementos básicos de edición. Es recomendable para quien se está iniciando y si eres de los que tiene un poco más de experiencia puede ser que encuentres el programa corto en recursos gráficos rápidamente, ya que no te permite hacer muchas cosas. En ese caso te recomiendo explorar algunas alternativas a Windows Movie Maker, como verás a continuación.

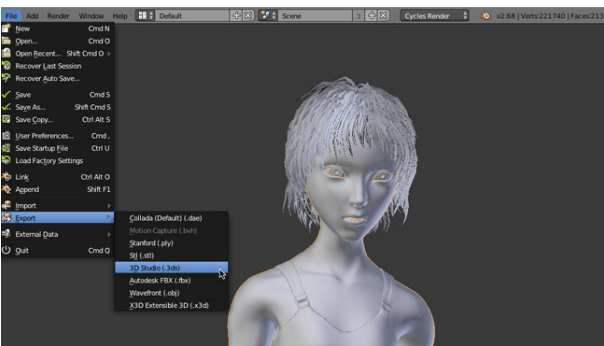


3 - Wax es un programa para hacer vídeo de alto rendimiento y efectos especiales. Es un editor de vídeo capaz de crear efectos especiales 2D y 3D, y puede trabajar en dos formatos: como una aplicación independiente, esto sería más para principiantes; o como extensión para editores de vídeo/NLE, esto funcionaría más para profesionales. Soporta los formatos de imagen más populares como AVI, WAV, MPEG.



5 - VideoPad es uno de los programas para crear vídeos de forma gratuita y más popular. El editor de vídeo es fácil de aprender a usar y puedes crear vídeos en tan sólo minutos. Es conocido como uno de los procesadores de secuencias de vídeo más veloces en el mercado. Cuenta con más de 50 efectos visuales, transiciones y ajustes de velocidad, entre otras funciones. También captura vídeos desde cámara DV, VHS, cámara web o importa la mayoría de formatos de archivos de vídeo como avi, wmv, 3gp, wmv y dirvx. Además, puede grabar películas en DVD y exportar los vídeos creados a redes sociales como YouTube.

6 - Blender es un programa gratuito de código abierto para la creación de vídeo con contenido 3D el cual es compatible con todos los sistemas operativos más importantes, distribuido bajo la Licencia Pública General de GNU (GPL). El software para editar vídeo tiene muchas características avanzadas, como herramientas de modelado rápido, potentes herramientas de animación de caracteres, material en base a nodos, etc. y es uno de los mejores editores de vídeo para Windows y Mac. A pesar de gustar mucho, también tiene sus debilidades: No utiliza todos los procesadores del ordenador por defecto y no funciona correctamente con polígonos con más de 4 lados.



7 - OpenShot es un editor de videos de código abierto que ofrece funciones básicas de edición de video como recorte. También proporciona muchas transiciones y efectos de audio para ayudarte a hacer videos simples. Este editor de video gratuito puede ofrecerte pistas de video ilimitadas en la línea de tiempo. Puede agregar muchos videos y clips de audio e incluye plantillas de mosaico y efectos de video. Para la edición de audio, puede utilizar formas de onda para visualizar su audio. Se actualiza regularmente, por lo que siempre puede utilizar la última tecnología de edición de video. Sin embargo, necesitas corregir errores o problemas por su cuenta, ya que es un editor de código abierto, y los efectos de video también son limitados.

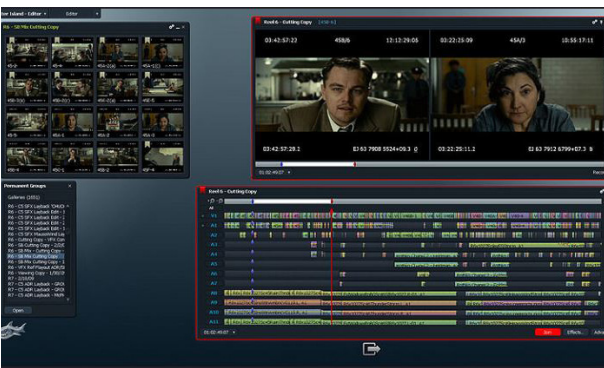


8 - ZS4 Video Editor es un programa de edición avanzado que proporciona a los expertos en multimedia la capacidad de combinar fotos, vídeos, archivos de audio en uno o más archivos de salida. Tiene más de 150 efectos de vídeo incorporados. Este programa puede funcionar en Windows, Linux y OSX. A pesar de ser muy potente, algunos usuarios se suelen quejar de problemas para ejecutar el programa y de tener una interfaz complicada.



9 - Zwei Stein es un gran editor de video que cuenta con muchas herramientas. Puede editar hasta 256 vídeos, audio, y clips de imágenes estáticas. Sin embargo, debido a que la interfaz es bastante técnica, muchas personas encuentran difícil hacer la edición de vídeos en él.

10 - Lightworks es un programa para editar vídeo que cuenta con una versión gratis que mezcla funciones de edición básicas con una buena resolución para tu vídeo. La versión paga cuenta con más rangos de codecs y funciones de edición avanzadas. Es considerada como una de las plataformas para editar vídeos gratis que te permite alcanzar un nivel profesional. Soporta Windows, OS X y Linux. Una de sus debilidades es que tiene efectos de audio limitados.



Películas con animales: ¿CGI o seres vivos?

‘La llamada de lo salvaje’ ha llegado a los cines con un Harrison Ford en estado de gracia y un compañero perruno creado con CGI... Que empiece la polémica.

Hay películas que sin querer cambian el rumbo de la historia del arte cinematográfico. La llamada de lo salvaje es una adaptación al cine de la novela homónima de Jack London que lleva un par de semanas en cartelera y sorprendentemente se ha convertido en una película perfecta para el gran público, emocionante y familiar: estimulante y rica para los niños y suficientemente salvaje al estilo de Las aventuras de Jeremiah Johnson para los mayores.

Una película de aventuras con olor a clásico con un Harrison Ford viejo y encantador que se mueve en un tipo de personaje que encaja con su madurez. Pero él no es la estrella del show... La estrella es Buck, el perro cuya vida cambia radicalmente cuando su dueño se muda de California a Alaska durante la fiebre del oro a finales del XIX. Buck se irá convirtiendo en su propio amo en una trepidante escalada de aventuras donde se enfrentará a toda clase de peligros.



Pero hay un problema con esta película y con su protagonista perruno. Una película donde al espectador se le enseña a apreciar el mundo natural de una forma tan bella tiene a su vez un protagonista hecho por ordenador que a ratos se muestra completamente antinatural. Las muecas se suceden entre espectadores acostumbrados a los animales reales en el cine porque a la mirada de un perro o la belleza de un caballo no hay técnica CGI que la pueda igualar, y aunque esta polémica no tiene ningún sentido desde la moral de las personas civilizadas, porque, efectivamente, no tiene ningún sentido dudar de que poner animales reales en los rodajes es ponerlos en un peligro potencial y un estrés absurdo... Arrugamos el ceño. No nos gusta o no nos convence Buck:

▼
THE JUNGLE BOOK
Jon Favreau.
04.04.2016



Hollywood Reporter: "Los resultados son visualmente desorientadores... Buck nunca parece real. Y si sigues esperando que él y el resto de los animales se pongan a cantar".

IndieWire: "Desafortunadamente, los ojos de Buck cuentan una historia diferente. Hay una cualidad inquietante e hiperreal en las características expresivas de Buck, una tensión incómoda entre la precisión y el embellecimiento".

¿Estamos tan absolutamente obsesionados con la belleza que somos incapaces de apreciar el progreso?

PROS DE RODAR CON ANIMALES REALES

Ninguno. Se carga a los animales, el equipo de realización y de animación tiene que ser muy bueno y es más difícil y costoso realizar algo de calidad, en el sentido de que el animal que hemos escogido haga los movimientos que le hemos pedido, no ladre en el caso de un perro, salte en el caso de un caballo o cualquier cosa. Además, nos podría llamar una asociación contra el maltrato animal, para quejarse de los tratos que pueden llegar a recibir.

Renacido es suficientemente real como para apartar la mirada de la pantalla. No es cuestión de poner o no animales reales en una película sino del talento del equipo de posproducción que se encargue de los efectos especiales. Y surge la pregunta: ¿No podrían haber usado un perro real para los primeros planos? No. El vínculo entre personajes interpretados por actores reales y perros reales no es más fuerte. Solo es cuestión de que eduquemos al ojo. Harrison Ford, como actor, y nosotros, como espectadores, debemos sentirnos afortunados de vivir en un momento donde el arte o nuestro sentido de la belleza no son más importantes que el bienestar de los animales. Clark Gable, el protagonista de La llamada de la selva (primera adaptación de la novela de Jack London) no tuvo tanta suerte cuando relataba con muchísima pena como el perro protagonista de su película, un perro real, se vio obligado a arrastrar cargas pesadas hasta el agotamiento...

El CGI pone fin a esto y está tardando en rodarse el primer western con caballos hechos por ordenador o un Buscando a Nemo con peces reales... ¿A quién le importa que no parezcan tan auténticos?





WARHOL VS BASQUET

La editorial Taschen revisita la compleja relación creativa y vital que los conocidos artistas mantuvieron durante sus intensos años de amistad.

En una de sus famosas cápsulas del tiempo, Andy Warhol encerró varios objetos personales de su coetáneo Jean-Michel Basquiat. Su partida de nacimiento, varias fotos, algún que otro dibujo y una carta de tres cuartillas con el membrete del Hotel Royal Hawaiian impreso fueron algunos de ellos. La turbulenta relación entre ambos artistas siempre estuvo fuertemente marcada por la complejidad de dos personalidades que se entendieron mutuamente para comprenderse también a sí mismos. Al menos, eso intentaron.

Tomando como punto de partida esa simbiosis enredada, la editorial Taschen publica Warhol on Basquiat. The Iconic Relationship Told in Andy Warhol's Words and Pictures. Producido en colaboración con la Fundación Andy Warhol y los herederos de Jean-Michel Basquiat, el libro se detiene en los años de amistad más intensos de la pareja. La publicación está aderezada por fotografías inéditas de Basquiat con un nutrido grupo de personajes que van desde Madonna a Grace Jones y de Keith Haring a Fela Kuti, mientras que una cuidada selección de obras artísticas que ambos realizaron mano a mano redondean la publicación.



Además, las entradas de los Diarios de Warhol encabezan muchas de las páginas, dando cuenta del exacerbado afán del artista por documentar todas las facetas de su vida. "Aquí, Warhol ejerce de narrador a través de los fragmentos de sus diarios", asegura Michael Dayton Hermann, editor de la publicación. "A años luz de su figura pública, a menudo hermética y frívola, sus diarios están llenos de observaciones ingeniosas y de una franqueza sorprendente, salpicados de cotilleos sarcásticos".

Durante sus últimos años de vida, dictó prácticamente a diario sus vivencias a su íntima amiga Pat Hackett. En 807 páginas de recuerdos y memorias, Basquiat aparece hasta en 113 de ellas. Además de documentar su vida por escrito, Warhol también tomaba fotografías con su cámara compacta de 35 mm

de forma constante, a ratos casi compulsiva. Tanto es así que llegó un momento en el que revelaba un rollo de película diariamente.

Del mismo modo que quiso dejar constancia de su amistad con Basquiat en múltiples soportes y con el Nueva York de la década de 1980 como telón de fondo, también hizo constar las ambigüedades que surcaban su relación, sus extremismos, sus complejidades y, por supuesto, la devoción que ambos se profesaban. "Basquiat temía que su éxito fuera flor de un día y le dije que no se preocupara. No lo sería", confesó Warhol en cierta ocasión.

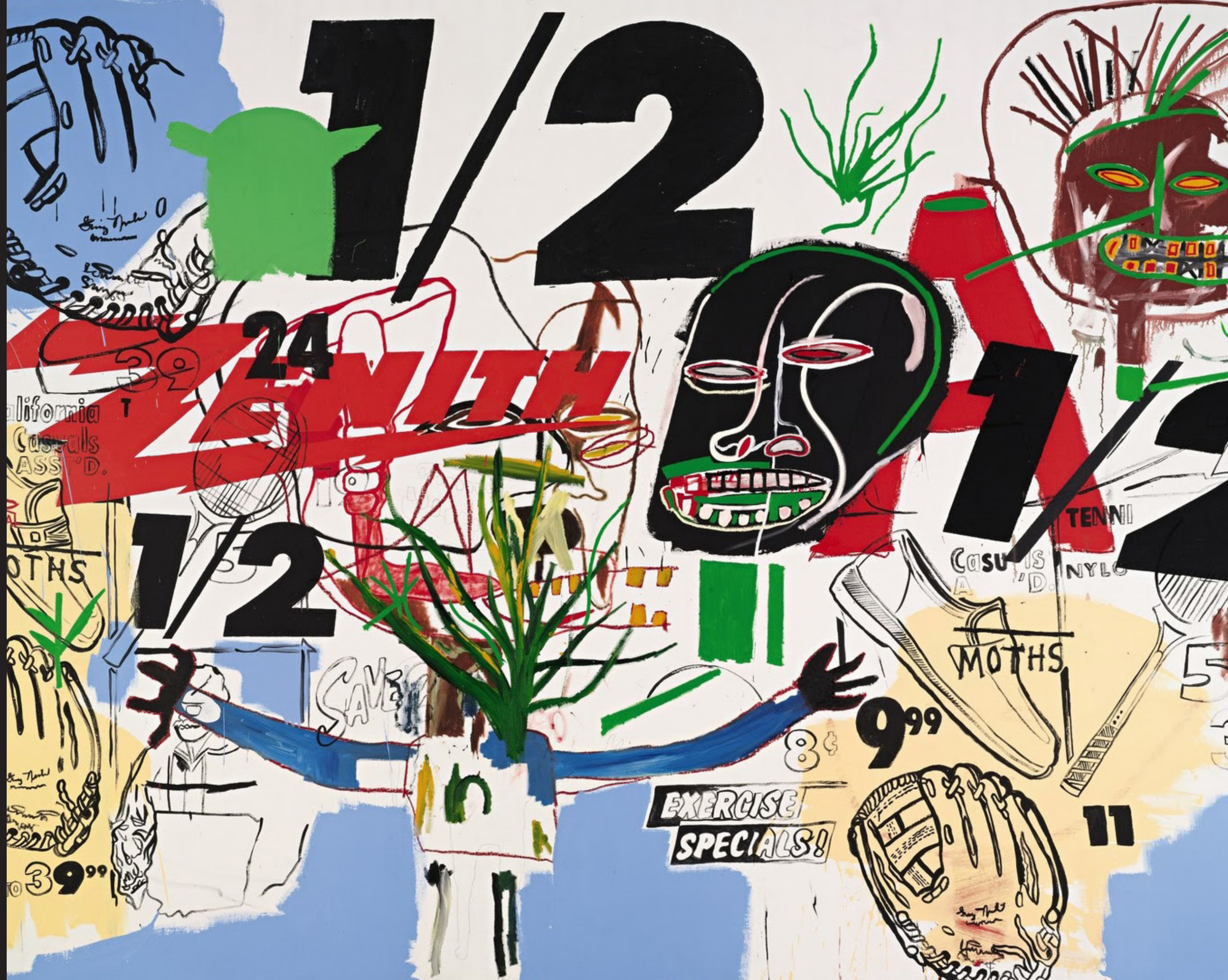
Tiempo después, sería el propio Warhol quien no ocultase su preocupación por los nocivos hábitos de su amigo, dominados todos ellos por el consumo de drogas. Cuentan que, cuando el artista le recriminaba su actitud, Basquiat le respondía de la siguiente forma: "No te preocupes, Andy. Soy inmortal".

Andy Warhol sobre Jean-Michel Basquiat: "Él temía que su éxito fuera flor de un día. No lo fue."

CONSOLIDACIÓN

Su primera exposición conjunta se inauguró en 1985 en Nueva York.





◀ **OBRA CONJUNTA**
Zenith 1/2, 1984.
Durante sus años
de amistad
pintaron juntos más
de 200 lienzos.

En el momento de conocerse, Warhol ya era conocido en todo el mundo. Basquiat, en cambio, era un talento del downtown que emergía rápidamente de la escena grafitera y que firmaba con el nombre de SAMO (La Misma Mierda de Siempre). Así lo relata Olivia Laing en su libro *La ciudad solitaria* (Capitán Swing). “Uno de esos chicos que me sacan de quicio”, dice en la primera entrada del diario en la que menciona su nombre, el 4 de octubre de 1982. Pero pronto empieza a contar: “Quedé con Jean Michel en la oficina” o “cogí un taxi para ver a Jean Michel”.



Poco a poco, los breves encuentros fueron dando paso a las largas charlas colgados del auricular. “La verdad es que, mientras esté al teléfono hablando conmigo, no pasa nada”, observa Warhol. “No resulta fácil hacer una semblanza de figuras tan complejas como son dos de los artistas más icónicos e influyen-

tes de finales del siglo XX, como tampoco lo es definir la estrecha relación que los unió entre 1982 y 1987”, reconoce el editor del libro. “Esta publicación no sólo desvela su trabajo conjunto, sino también algunos entresijos de esa relación”.

Las notas del editor ayudan así a contextualizar su intimidad con todas sus aristas. El dos de octubre de 1984, Warhol escribió en su diario las siguientes líneas: “Jean-Michel vino a la oficina a pintar, pero se durmió en el suelo. Parecía un vagabundo acostado allí. Pero lo desperté e hizo dos obras maestras que fueron geniales”. Seguramente, fue este uno de los episodios que condujeron a Laing a describir el vínculo forjado entre ambos de la siguiente forma: “Warhol se preocupaba por Basquiat, buscaba su compañía y se desesperaba por su consumo de heroína cuando aparecía en el estudio y se desplomaba encima de un cuadro, tardaba cinco minutos en atarse un zapato o se hacía un ovillo en el suelo de la Factoría y se quedaba dormido”, enumera la autora.

En otro de sus pasajes, Laing se detiene en cómo Basquiat supuso un acicate en la trayectoria de Warhol. Un electrizante estímulo que recorría su cuerpo y

palpitaba en su cerebro para, acto seguido, desembocar en la misma punta de sus dedos. Lo que más le gustaba era la creatividad de su amistad, su manera de trabajar juntos, uno al lado del otro, incluso en el mismo lienzo, mezclando sus trazos. Basquiat lo estimuló a volver a pintar, le presentó a gente más creativa, como la que rodeaba a Warhol en la década de 1960, con la que había perdido el contacto poco a poco a lo largo de sus años de oropel y envasado al vacío”.

Comenzaron haciendo pinturas inspirándose el uno en el otro, hasta pasar a trabajar sobre grandes lienzos en los que Warhol acostumbraba a aportar los trazos iniciales y Basquiat los finales. A medida que fueron ganando en soltura, la combinación de técnicas se convirtió en una constante en el proceder

DOS MITOS

Warhol y Basquiat posan juntos en el Rockefeller Center.

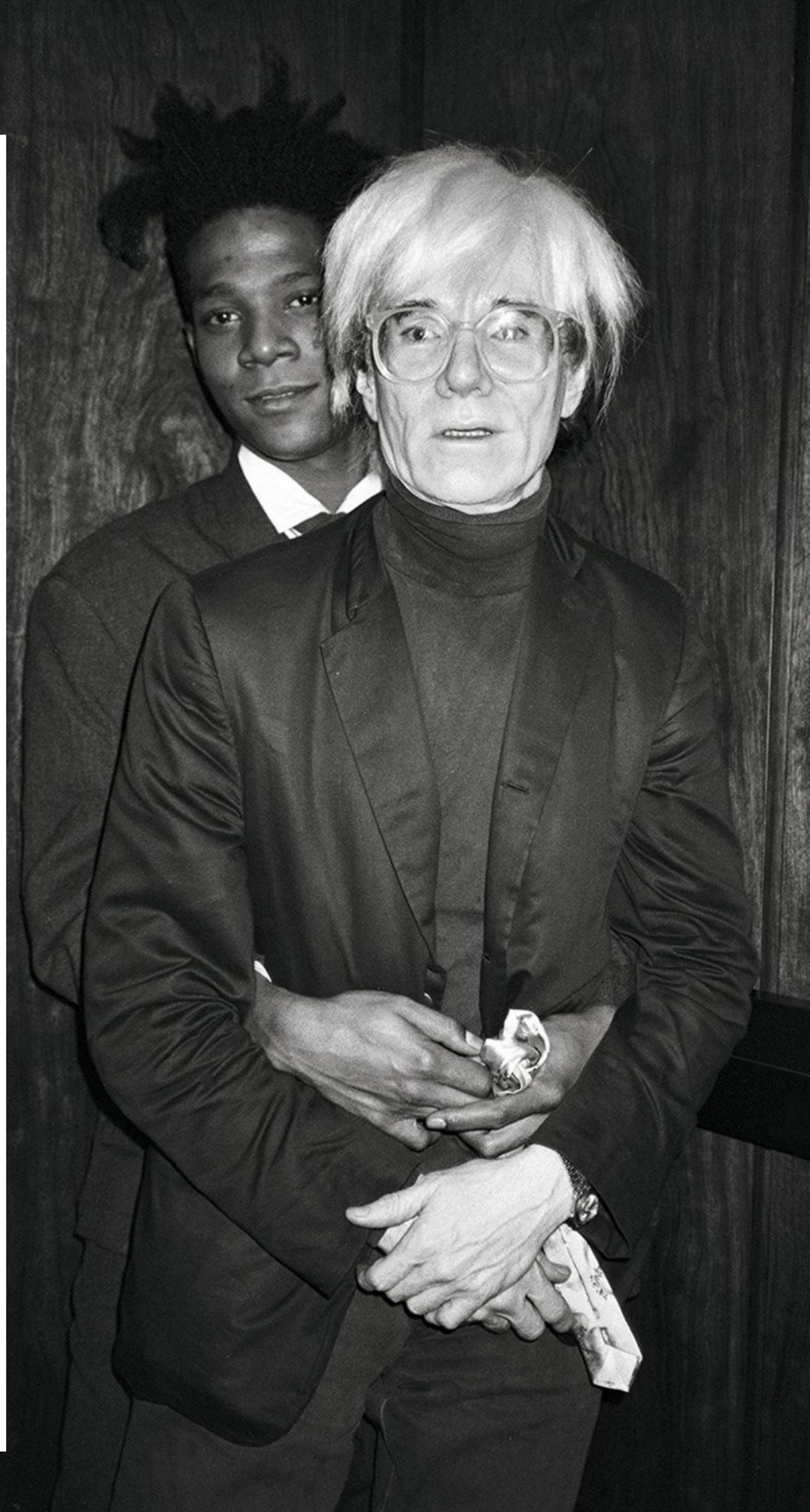
De 807 páginas de diarios que escribió el artista, su amigo aparece hasta en 113 de ellas.

de esta pareja artística. Durante sus años de amistad, llegaron a cosechar más de 200 obras de arte forjadas mano a mano, en las que el estilo personal y concentrado de Warhol contrasta vivamente con la espontaneidad de su compañero.

No fue hasta septiembre de 1985 cuando su primera muestra conjunta quedó inaugurada en la galería Tony Shafrazi de Nueva York. La dureza de las críticas que la exposición tuvo en los medios de comunicación silueteó una brecha entre ambos que, sin embargo, no logró empañar el afecto que durante aquellos años se profesaron.

Warhol murió una mañana de febrero de 1987. Las complicaciones derivadas de una operación de vesícula precipitaron este desenlace en una habitación del New York Hospital. Año y medio más tarde, el 12 de agosto de 1988, una sobredosis de heroína provocó la muerte de Basquiat. Aseguró haber superado sus adicciones apenas dos meses antes. A partir de ese instante, la imagen de aquel joven acostumbrado a garabatear su firma en barrios marginales a la luz de las farolas se torna en la de un icono cuyos lienzos se venden por cifras desorbitadas. El mismo joven al que Jeffrey Deitch definió como “una combinación del arte de De Kooning y de los garabatos pintados con aerosol en el metro neoyorquino” acababa de convertirse en una leyenda.

Hoy, tres décadas después, su obra, su imagen y su recuerdo siguen vigentes. “Ambas estrellas se juntaron en Nueva York y ardieron antes de desvanecerse en la oscuridad •



El FANZINE

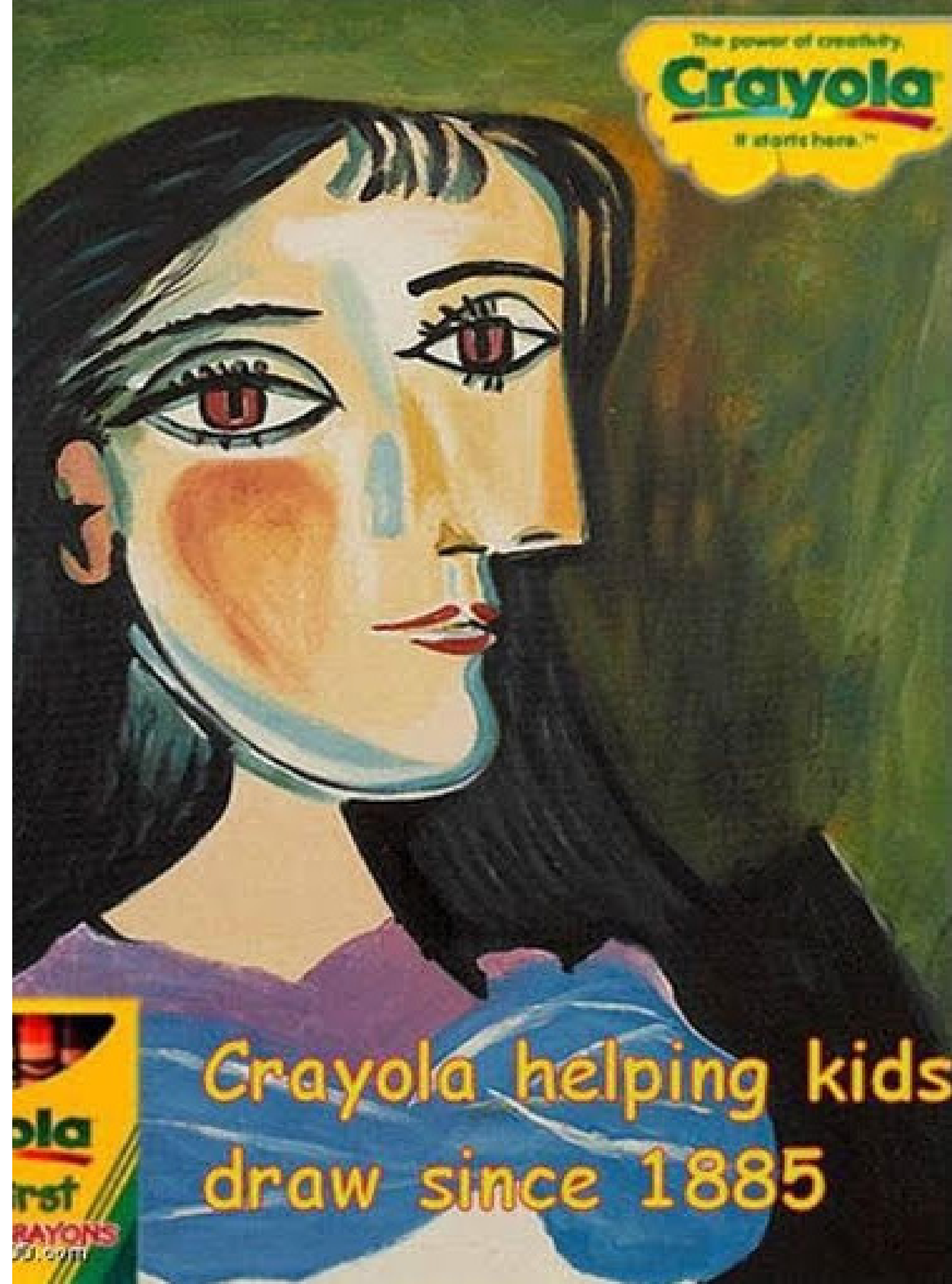
como medio de expresión de artistas actual.

Obra realizada por personas aficionadas a un tema concreto de arte, como un género musical, cinematográfico o literario, del cual están especializados.



Los primeros surgieron en los años 40, desde ilustradores, fotógrafos y escritores para difundir sus obras personales, ya que tratan de plasmarlas en un formato físico de forma que pudieran ser autogestionadas por ellos mismos, sin censuras, a bajo coste, y sin una editorial comercial. Actualmente, se ha convertido en un fenómeno mundial, donde cada artista plasma sus obras e ideas, independientemente de los demás. Sus orígenes se remontan al siglo XIX, los cuales trataban de ficción amateur, con cierto parecido a los cómics. Posteriormente, la temática fue variando: temas políticos y de protesta en los años 60; en los 70 y 80 se impulsó el fanzine con el movimiento cultural punk, con cierta preocupación hacia la estética, desde los colores y texturas, hasta las tipografías y formas. Esto influyó a los grupos musicales de esta cultura y a sus portadas de los álbumes. A día de hoy, se siguen produciendo a bajo coste, con gastos mínimos y únicamente con materiales necesarios. Sin embargo, la imprenta y la tecnología a evolucionado de manera que las impresiones que se realizan tienen mejor calidad y con mayor digitalización.

En cuanto al público objetivo, se trata de personas que siguen cierta cultura con una temática específica, con un producto muy limitado. A demás de su estética, la cual tiene una gran variación, desde los materiales utilizados o la impresión, hasta el estilo empleado, dependiendo de lo que quiere transmitir el autor y de los medios que se puede permitir este. A demás, éstas ediciones carecen de terceras personas, ni intereses, donde sus creadores tratan de mostrar una realidad de forma directa.





¿Son las portadas de *SERIES* los nuevos carteles de *CINE*?

La cartelería más cinematográfica llega a la televisión por medio de canales de pago.

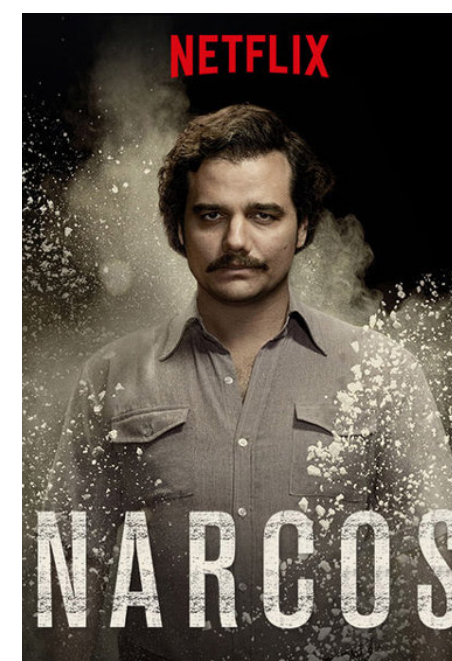
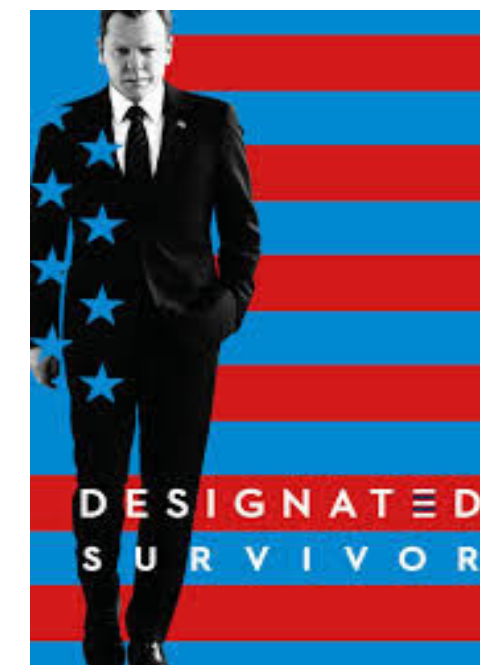
Gracias a los catálogos que ofrecen plataformas como Netflix o HBO nos familiarizamos a diario con todas estas portadas o carteles de series, que los menús de estas aplicaciones utilizan como botones. Un detalle que explica este mismo por cuidar las gráficas de los productos televisivos como no se hacía antes (salvando excepciones), ya que en

la navegación por los canales tradicionales, e incluso en la mayoría de las interfaces de las televisiones de pago españolas, no aparecía más que texto a través de la navegación por unos tediosos menús con demasiada información. Pero del diseño de interfaces ya hablaremos.

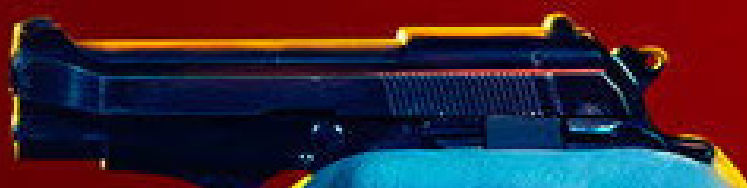
Esta conversión del menú de texto y de la navegación incómoda con un mando de varias decenas de botones hasta los nuevos controles de dispositivos y aplicaciones de televisión a la carta con apenas botones y navegaciones sencillas es similar a la revolución que supusieron las primeras interfaces gráficas con los ordenadores personales, la llegada del primer Macintosh de Apple o los videojuegos, que el público acogió de brazos abiertos. Y así es como llegamos a toda la nueva tendencia de cartelería más cinematográfica, series cuyos pósters han de conquistarnos de un golpe de vista, en una industria de carteles de películas saturada por el marketing, las series las vemos ahora en catálogo y compiten como en una cartelera, con unas campañas de publicidad brutales, y con nuevos formatos en España como Netflix o HBO entrando al terreno de juego. Y como muestra de series cinematográficas podemos destacar una decena de casos de series en antena (o en satélite, cable u online) con carteles y gráficas que bien merecen la pena, donde encontramos en

primer lugar la historia fantástica medieval Juego de Tronos, creada por el canal de pago norteamericano HBO y basada en las novelas de George R. R. Martin que llegó este año a su sexta temporada. Una de las series de mayor factura de producción de la historia y la más premiada en la historia de los Emmy. Sus posters ya son iconografía popular de las nuevas series de este milenio, son pósters que a menudo revelan pistas de sus temporadas y con legiones de fans que publican sin parar cartelería no-oficial de la serie inspirada en personajes o los sellos de las casas como tributos gráficos.

El servicio de streaming de pago Netflix lanzaba de golpe de forma experimental en febrero de 2013 toda la primera temporada de la serie House of Cards, un movimiento que aunque ahora es más habitual en esta plataforma, por aquél entonces pilló a contrapié tanto a industria como a público, aunque su éxito fue inminente. La serie también está basada en una novela, de Michael Dobbs, y en una primera adaptación a miniserie que realizó la británica BBC en 1990, y trata de la carrera política del demócrata Frank Underwood en la Casa Blanca y su plan a medio plazo para ganar poder de la mano de su mujer Claire. Este año se lanzó la cuarta temporada, y ya fue anunciada hace meses la renovación para la quinta para estrenar en 2017. House of Cards fue la primera serie emitida online en recibir nominaciones en categorías importantes a los Premios Emmy, y sus protagonistas Kevin Spacey y Robin Wright han ganado sendos Globos de Oro a mejores actores de serie de televisión. Su cartel recuerda tanto en elementos, colores y composición a Juego de Tronos, a un metafórico poder representado por un trono y el personaje principal, y ambas series coinciden, por su éxito, en una gran cantidad de cartelería alternativa e incluso no oficial como experimentos gráficos de diseñadores e ilustradores a nivel internacional. Otra serie actual ubicada en los despachos de la Casa Blanca es Designated Survivor, emitida por ABC desde septiembre y esta vez con Kiefer Sutherland en el papel del Presidente (accidental) de los Estados Unidos. Imposible escapar de los patrones que rodean también a House of Cards, la iconografía de toda su gráfica está bastante estereotipada si bien han intentado inspirarse en Mad Men con algunos elementos que recuerdan al cine clásico de los 60.



THE AMERICANS



Otro de los éxitos más recientes de Netflix es Narcos, la serie sobre Pablo Escobar, líder del Cartel de Medellín, estrenada en 2015 y que este año emitió su segunda temporada. Su cuidado de producción alcanza todo el marketing de la serie, que en España tuvo un

Por su cuarta temporada va The Americans, una serie emitida por la cadena norteamericana Fox y ambientada en la Guerra Fría, una historia de espionaje y drama familiar cuya gráfica recupera todos los elementos de los carteles soviéticos en todo un diseño de homenaje. Una serie revival que explota la nostalgia por los carteles de antes. The Crown es uno de los más recientes estrenos de Netflix, una serie biográfica co-producida entre Reino Unido y Estados Unidos sobre la Reina Isabel II. Una recreación elegante, clásica, como su cartel, que ya ha estrenado su tercera temporada.

desembarco sin precedentes por parte de Netflix, con vallas publicitarias e incluso algún episodio conflictivo como el anuncio navideño en la Puerta del Sol o las campañas desde Twitter sobre los spoilers de la serie.

Este cuidado por la producción y publicidad se nota también en un despliegue de carteles con varias series y adaptaciones. La tercera temporada ya ha sido anunciada para 2017. Este año la cadena de televisión por suscripción AMC emitía la tercera temporada de Halt and Catch Fire, una serie ambientada en los años 80 y en la industria pionera de la informática, cuya gráfica se hace también eco de la temática principal, con una genial adaptación no sólo a los carteles sino también a los títulos de crédito de la serie.

THE CROWN (2016)
Nominada a los Emmy
por Mejor Serie
Dramática.

Han pasado más de dos décadas para que se estrene la serie sobre el juicio de O.J. Simpson, el ex-jugador de fútbol americano acusado de matar a su exmujer. American Crime Story: The People vs. O.J. Simpsons es otro caso en el que al tratar hechos ya históricos conoces el final, pero no por ello pierde emoción en su trama, otra marca de la casa de Netflix para conseguir que olvides los hechos reales y todo parezca, sencillamente, ficción, con actores que van desde Cuba Gooding Jr a David Schwimmer pasando por Sarah Paulson o John Travolta.

Otra de las series más veteranas de este listado, coincidiendo en año de estreno de Juego de Tronos (2011) es American Horror Story, horror y drama a partes iguales con la particularidad de que no hay continuidad entre temporadas, un formato más parecido al de las miniseries y que este año fue renovada para una séptima temporada por la rama de la cadena de la Fox, FX, ahora perteneciente a Disney.



UN JUEGO DENTRO DE UNA RED SOCIAL

Habbo (o Habbo hotel) es una de las más grandes redes sociales en internet, operada por una empresa llamada Sulake Corporation. El juego está enfocado a jóvenes y adolescentes, presenta salas de chat con formas que recuerdan las habitaciones de un hotel.

Para pasear en Habbo se utiliza el navegador de salas, el cual permite a los usuarios viajar de una sala de chat a otra. Además de ser un medio de transporte, el navegador de salas también muestra información básica acerca de las salas de chat, tales como descripciones, los usuarios en línea, la configuración de privacidad, y el propietario de la habitación.

Hay dos tipos de salas de chat virtual. La interfaz de las dos salas de chat sigue siendo el mismo, sin embargo, los diseños como habitaciones son diferentes. Las salas públicas son habitaciones que están a disposición de todos los miembros. A menudo representan escenas tales como recepciones, parques, cines, clubes y discos. La mayoría de salas públicas contienen robots automatizados que poseen mensajes programados, los cuales pueden dar bebidas y alimentos virtuales a los usuarios que los soliciten. Las salas públicas han sido diseñadas por el personal de Sulake y no son personalizadas o creadas por los usuarios. En las salas públicas los usuarios no pueden intercambiar furnis con otros usuarios y no pueden expulsar gente de la sala. Las salas privadas son habitaciones en donde los usuarios pueden personalizarla como a ellos gusten, ya sea con papel tapiz, piso o muebles. Los usuarios también pueden elegir entre una amplia gama de plantillas de la habitación para determinar la forma de la habitación. Las salas pueden ser creadas por cualquier usuario y pueden ser bloqueadas para permitir el acceso sólo a usuarios específicos, las habitaciones privadas se crean gratuitamente.



La moneda dentro del hotel se llama "Habbo credits" y sirven para comprar muebles, tapizados para cambiar el color de tu sala, reguladores que te permiten ponerle luces de colores, mascotas y para poder acceder a mas modelos de ropa para tu habbo. Los muebles son llamados "furnis". El servicio fue lanzado en el 2000, el servicio se expandió a 31 países y esta disponible en 20 idiomas (finlandes, español, ingles, portugues, aleman, italiano, etc). El crecimiento de la red es tan grande que muchos usuarios se conectan diariamente (varia segun el hotel, en el de España la media son unos 15 mil usuarios o poco mas), se estima que existen aproximadamente unas cien millones de cuentas creadas (todos

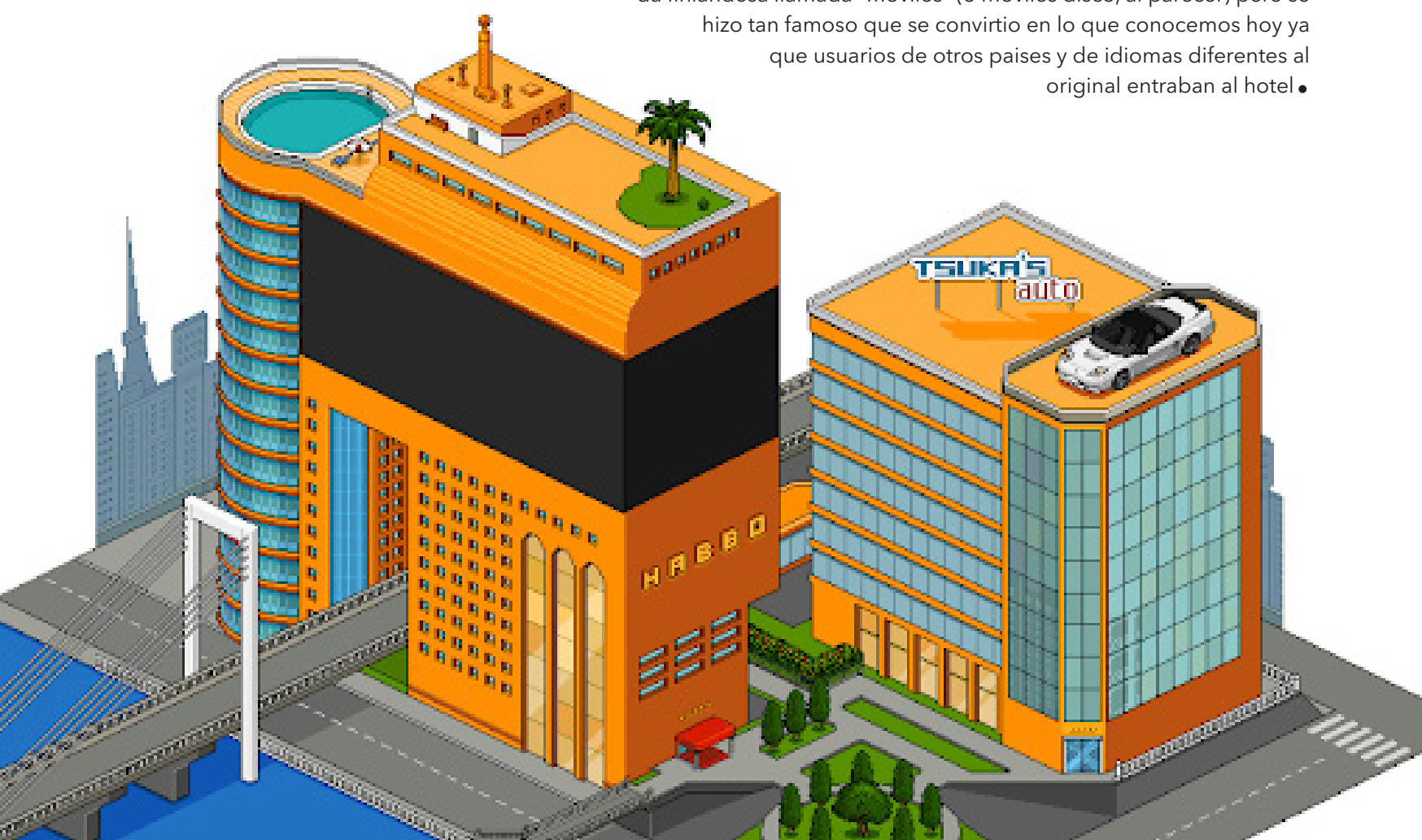
los hoteles juntos).El 90% de los visitantes tienen entre 13 y 18 años. En 2008, contaban con mas de 104 millones de cuentas creadas en donde el hotel en español proporcionaba mas de 15 millones de cuentas a la cifra total. La cantidad de usuarios conectados simultaneamente en mayor cantidad fue en el español llegando a los 58.000 usuarios. Su cuenta en facebook tiene mas de 750.000 seguidores.

Comienzos de Habbo Hote

La historia comenzó con una versión poco desarrollada en gráfico. Cuando lo más importante de la programación estuvo listo, Sulaje apostó por un nuevo hotel, esta vez, en Suiza. El 15 de octubre de 2001 arrancó una nueva ampliación de Habbo Hotel. Se puede afirmar que fue todo un éxito, puesto que al cumplir un año, nada más y nada menos que 1.600.000 personas ya se encontraban registradas. Hasta el año 2005, Sulake proyectaba otros hoteles en 15 países diferentes después de una fuerte inversión de "3i Group" y "Taivas" en aproximadamente 4 millones de dólares en la empresa. Dentro de estos 15 países estaba contenido el hotel español, que más tarde abriría en septiembre del 2003 como uno de los primeros en aparecer. Años después, se unieron países como China, Brasil, Canada, Francia, Italia, etc.

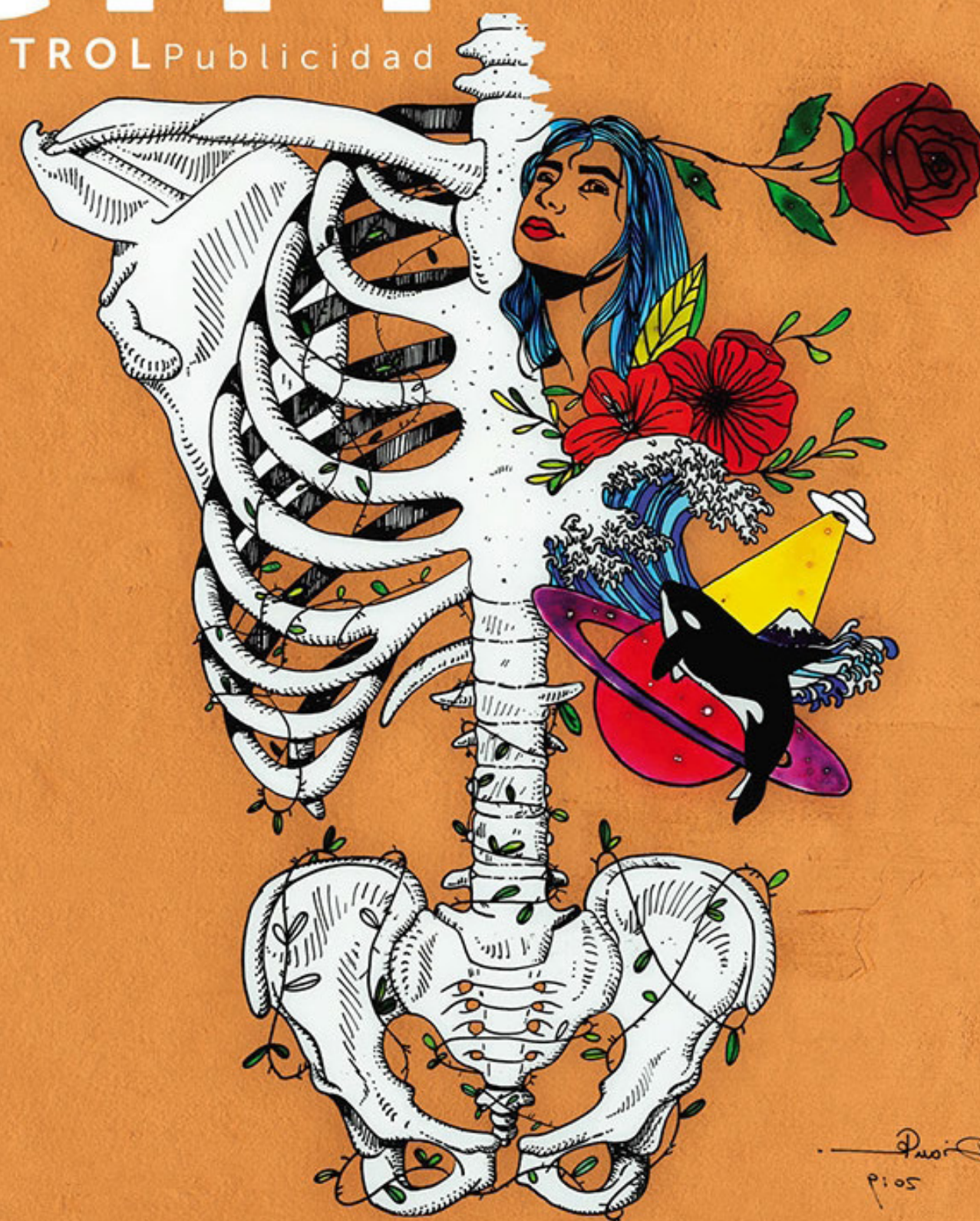
Idea original

La idea original era hacer una version beta para hacer publicidad de una banda finlandesa llamada "Moviles" (o moviles disco, al parecer) pero se hizo tan famoso que se convirtió en lo que conocemos hoy ya que usuarios de otros países y de idiomas diferentes al original entraban al hotel.



ctrl

CONTROL Publicidad



CRÓNICA 2018
UN AÑO DE CAMBIOS
PARA CONSOLIDAR

CREATIVIDAD
LOS LUGARES DE
INSPIRACIÓN

TEMA DE FONDO
LA MUJER EN
EL SECTOR

INTERACTIVA
LA REVOLUCIÓN
DEL 5G

MEDIOS / ANUNCIANTES
LA INVERSIÓN
CRECE POR QUINTO

Puig
P.05

El podcast no es un formato muy habitual entre diseñadores. Es fácil comprobar el poco catálogo que hay sobre diseño con respecto a otras temáticas, y pasa a ser escaso, casi inexistente, si buscamos en lengua español.

Podcast para diseñadores

Un podcast es un sistema de radio a la carta por suscripción, un programa de radio descargable, pero que ya no depende de una emisora comercial con todo el despliegue de medios e infraestructura que eso conlleva, sino que cualquiera con un móvil puede ser emisor y cualquiera, incluso desde un reloj, receptor. Los hay que aprovechan el coche, el tiempo muerto de los trayectos rutinarios en metro o quien los tiene trabajando como quien tiene la radio, con la ventaja adicional de las temáticas, búsquedas por género, y la facilidad de suscribirte y recibirlo al momento para consumirlo cuando quieras. Pero que tecnológicamente sea hoy día sencillo emitir un podcast no quita que haya producciones muy profesionales con calidades que ya querrían algunas emisoras de las de siempre. Y es que el sector más tecnológico juega en casa. Plataformas como iTunes de Apple y webs como Soundcloud o Ivoox son las más populares para alojar estos programas, con la reciente llegada de Podium Podcast, de PRISA Radio, en una clara apuesta de la radio tradicional por este formato. Y resulta que el podcast no es un formato muy habitual entre diseñadores.

“El diseño se escucha, no solamente se ve, que es lo que conoce la gente”

Es fácil comprobar el poco catálogo que hay sobre diseño con respecto a otras temáticas, y pasa a ser escaso, casi inexistente, si buscamos en lengua española. Me refiero concretamente a diseño gráfico o de producto, ya que si nos vamos a la parte más técnica de, por ejemplo, diseño web, ahí sí existe una comunidad mayor de desarrolladores que ofrecen podcasts bastante surtidos. Y es que cuanto más tecnológico es el sector, más facilidad tienen sus profesionales de ir generando contenidos. Algunos de los ya pocos podcasts sobre diseño en español que fueron surgiendo la pasada década dejaron de actualizarse. Ocurre con otras temáticas también, al ser proyectos personales en su mayoría que de forma altruista alguien intenta mantener por una pasión que termina por consumir demasiado tiempo. Si además descartamos estos podcasts más técnicos de desarrollo, de software o de un enfoque que, bajo mi criterio profesional y personal, no se aproximan a mi concepción del diseño, la cantidad se reduce mucho. Pero, ¿es esta escasa oferta la respuesta a una escasa demanda? Lo cierto es que hace apenas una década que el podcast se comienza a popularizar en España, y desde entonces no ha llegado a reemplazar a otros formatos leídos, sumado a que la televisión o la radio en nuestro país no ofrecen contenidos específicos sobre diseño, con lo cual el podcast es un nicho en sí mismo, no explotado aún por los diseñadores, con unas cuantas excepciones que pasaremos a listar.

 **iTunes** 

Desde Valencia, Andrés Sanchís lleva 4 años con su #OFNpodcast, que el mismo describe como “un podcast de ir por casa para escucharlo en pijama”. Y es que es un podcast cercano y amable, con un tono más parecido a una charla entre amigos que un sobrio coloquio, por lo que como oyente a veces sientes estar en esa mesa, de manera informal, soltando lo primero que pudiese venirte a la cabeza. OFNpodcast es parte del proyecto personal de Andrés Sanchís, OFN, un blog sobre diseño, ilustración y publicidad, que da cobertura especial a eventos que suceden en la ciudad de Valencia y que acaba de cumplir 5 años, coincidiendo con el anuncio de la puesta en pausa de su actividad, aunque sí continuará actualizando el podcast hasta acabar esta tercera temporada. Don Serifa es el blog y el podcast homónimo sobre tipografía del diseñador gráfico Pedro Arilla.

El proyecto inicial surge en 2011, pero hasta 2014 no nace el podcast, con un formato de invitados similar a OFN. A partir de temática de actualidad de tipografía, el propio blog de Don Serifa fue evolucionando en los años hacia un perfil más reflexivo y de investigación, en paralelo a la vida profesional de su

autor. Precisamente por sus proyectos personales, actualmente Don Serifa está en un paréntesis temporal, con 6 episodios del podcast disponibles. Precisamente Pedro Arilla es también locutor, junto al diseñador Máximo Gavete, del podcast sobre diseño Perdiendo las formas. Por desgracia sólo se emitieron tres únicos episodios de este podcast, que duró lo que duró el verano de 2014. Tres episodios, eso sí, muy recomendables, que se quedaron en la biblioteca de iTunes para escuchar en cualquier momento.

Juan Perucho, consultor de UX, lanzó hace casi un año su podcast Diseño Humano sobre creación y diseño de las acciones que nos definen como humanos, en definitiva, experiencia de usuario, que es a lo que se dedica su autor. Aunque lleva unos meses sin seguir su ritmo habitual, no parece que haya abandonado su podcast, en el que ha ido hablando de interacción, diseño de servicios, design thinking y el internet de las cosas, por ejemplo, a lo largo de una decena de episodios. La diseñadora, escritora, docente y consultora de marcas Debbie Millman mantiene desde 2005 un show radiofónico en formato podcast llamado Design Matters, pionero en el sector y con más de 260 episodios disponibles que continúa actualizando. Este podcast es en inglés, pero es imprescindible por haber conseguido los mejores

DESIGN MATTERS (2005)

Fue de los primeros podcast sobre diseño.



HACÍA FALTA (2014)

En este podcast, dos chicos comentan los temas más candentes de la tecnología y cultura.



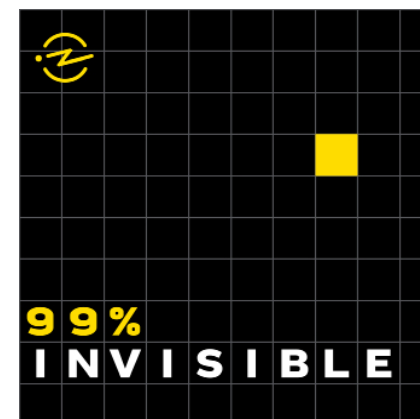
testimonios que un diseñador gráfico podría esperar (Michael Bierut, Paula Scher, Stefan Sagmeister, John Maeda...) además del interesante enfoque del diseño como cultura creativa. Decíamos que cuanto más tecnológico era el sector, más fácil era para sus profesionales ir creando podcasts. Es lo que ocurre con los proyectos centrados en la tecnología, por ejemplo. Además, los diseñadores a menudo decimos que nos influenciarnos por otras disciplinas, que el diseño no es un sector estanco. Y por eso mismo, aquí hay otros podcasts que bien porque en ocasiones tocan temas de diseño como por ser de interés para diseñadores por temáticas tangenciales, entran también dentro de los más escuchados por profesionales creativos.

Hacia falta es el podcast de Eduo Gutiérrez y Álex Barredo, quienes desde 2013 comentan en sus capítulos temas de cultura y de tecnología de actualidad, desde Apple a series pasando por novedades en internet o cultura geek. Tan variado como imprescindible. A mediados de este año nació Binarios, el podcast de Angel Jiménez de Luis, quien semanalmente cuenta con un invitado para analizar las noticias del mundo de la tecnología de consumo. Por su veintena de episodios han pasado Álex Barredo, Félix Palazuelos, Carolina Denia, Eduardo Arcos o Javier Lacort, algunos de ellos con experiencia en el mundo de los podcasts.

Aunque actualmente con cierto parón, el podcast de Hipertextual consistía en una emisión semanal acerca de tecnología, tendencias y cultura. Creado por Eduardo Arcos como Podcast ALT1040 en 2005 fue posteriormente conocido como LST (La Semana en Tecnología) con la incorporación de Javier Lacort, y en la última etapa ya como Hipertextual contó también con Alex Barredo.

Otra de las temáticas de interés por diseñadores suele ser la actualidad de Apple. En este sentido, Puromac es el podcast de referencia en habla hispana, por antigüedad y por constancia. Creado en 2006 por Federico Hatoum y Flavio Guinsburg, sus autores comparten en cada episodio su pasión por la tecnología en general y por Apple en particular.

Otro podcast con denominación de origen valenciana, New Game Plus, es el podcast sobre videojuegos creado en verano de 2015 por Jose Jacas, Pedro Iglesias, Alex Marquino y Paco Martínez. Estos cuatro apasionados a los videojuegos van por la cuarta temporada de su exitoso podcast, con ese formato de charla entre amigos que resulta tan ameno y fresco. Centrados en el mundo de la música, por el perfil de sus autores, Error de Conexión es el podcast de Nahúm García y de Andrés Cabanes, que ellos definen como “un podcast trasnochado sobre estar vivo en el siglo XXI”. Otra de esas charlas entre amigos, a veces con invitados, en marcha desde 2013 y con una treintena de episodios a sus espaldas en los que además de música han hablado de comunicación o tecnología. El podcast 99% Invisible (en inglés), uno de los más populares de iTunes, trata de todos los aspectos relacionados con la arquitectura y con el diseño que generalmente pasan desapercibidos. Curiosidades en las que no pensamos.



Flat DESIGN

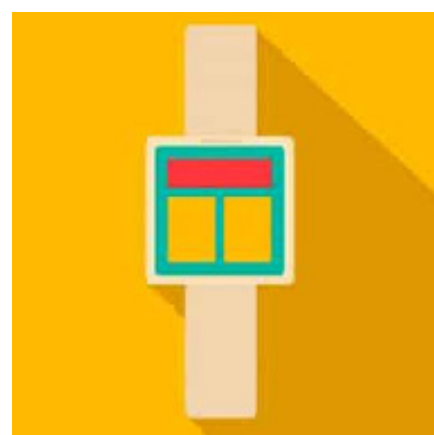
La nueva tendencia

El flat design, es una tendencia que nace en el diseño de interfaces. Se caracteriza por el uso de colores claramente diferenciables, planos y muy vivos, formas geométricas que proporcionan orden en la estructura, tamaños tipográficos grandes y mensajes simples y directos para que sea fácil de comprender por parte del usuario.



En el ámbito del diseño web que gana mucha más relevancia a nivel estético y de comunicación. Es decir, aquí es donde tenemos más "libertad" para utilizar todos los trucos que queramos para transmitir una información o interactuar y podemos hacer uso de elementos más extensos, por eso, que una web utilice un diseño más "realista" o "plano" no creo que sea crucial en lo funcional, pero sí en lo estético. Es una tendencia más importante en landing pages o webs de una sola página con mensajes claros y sin grandes cantidades de información.

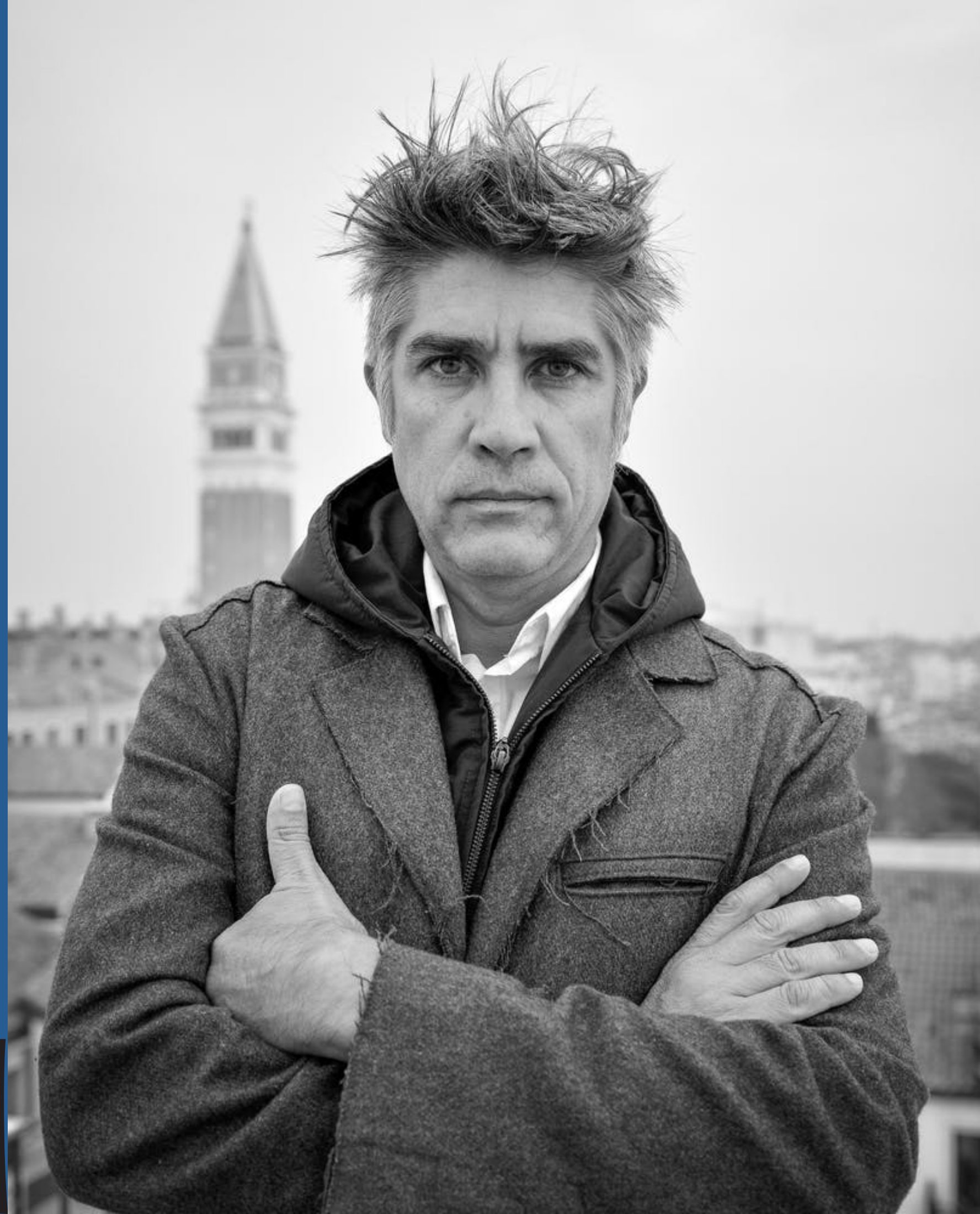
En dispositivos móviles, este tipo de diseño facilita el uso y la comprensión de interfaces gráficas en pantallas "pequeñas". El mejor ejemplo es Android y algunas aplicaciones como Feedly, Dropbox, Hangouts... son simples, fáciles de utilizar, claras y visualmente atractivas para un entorno donde se interactúa de forma táctil y con dispositivos de hasta 10 pulgadas. Cada vez más aplicaciones se van renovando y hacen uso de elementos propios del diseño plano, que en este caso, pueden ir estrechamente ligados al apartado funcional de la aplicación.



El Responsive Design o "diseño adaptable" es la capacidad que tiene una web para adaptar su formato al dispositivo desde donde lo estamos viendo. Normalmente se distinguen 4 tipos de resolución (smartphones, smartphones tipo retina, tablets y monitores) y es aquí donde veo una de las grandes ventajas de utilizar el Flat Design en el diseño web, y es que es fácilmente adaptable a formatos reducidos, facilitando la conservación del look & feel de la web y en ocasiones dando un aspecto de "aplicación" mucho más familiar para el usuario de estos dispositivos.



El ARRAVENA ARQUITECTO S Ico AL



Él es Elemental, su estudio, pero Elemental son también sus socios. En 2016 recibió el ‘Nobel’ de la Arquitectura (Premios Pritzker) y gracias al principio de incrementalidad, se han construido 3.000 viviendas sociales.

Alejandro Aravena (Santiago, 1967) cita un verso de Fernando Pessoa cuando se le pregunta sobre si lo suyo con la arquitectura fue o no una vocación temprana. “Todo comienzo es involuntario”, dijo el poeta, igual que lo fue en el caso del chileno: “Alguien me dio opciones, pero no sabía lo que era. Entré nomás. Con 17 años, qué puede saber uno...”.

En 2016 recibió el Premio Pritzker con sólo 48, una edad que se considera juventud entre arquitectos. Él es el director y la cabeza visible del estudio Elemental, creado en 2001 y cuya marca se vincula con la versión más social de la profesión. Para hablar de su trabajo, no utiliza la primera persona del singular. Él es Elemental, y Elemental son también sus socios Gonzalo Arteaga, Juan Cerda, Víctor Oddó y Diego Torres. De hecho, su asistente, previo a la charla con EME por videoconferencia, envía una nota biográfica que resulta ser de la “oficina”, no del individuo.

Elemental cree en su trabajo como instrumento para mejorar la vida de la gente. Y por eso se define como un *do tank* y no un *think tank*, para dejar claro que su lugar está en la acción y no en la abstracción. No obstante, lo prosaico se le queda estrecho: “El mérito de la arquitectura sería no ponerle atención, pero también debe ser un objeto de arte”.

PREGUNTA. Puesto que toda arquitectura está pensada para el hombre y su interacción con el espacio público, ¿hay otra arquitectura que no sea social? ¿Es una etiqueta vinculada a ciertos estigmas, como presupuestos ajustados?

RESPUESTA. Esa discusión acá no es relevante. Nuestra atención está en otras cosas, como encontrar el modo



de integrar las fuerzas económicas, estéticas, sociales, políticas... que tienen que ver con la arquitectura, que no hace otra cosa que dar forma a los lugares donde la gente vive. La arquitectura va de la utilidad hasta el arte, desde la necesidad hasta el deseo y, por tanto, lo social es sólo una de las fuerzas en juego. El mundo en el que vivimos tiene que tener una forma y puede ser para bien o arruinar la vida de la gente. Además del espacio privado, el arquitecto también se ocupa de lo público, que es social, porque es donde la gente se relaciona.

Un ejemplo es el proyecto que albergaría las oficinas del Grupo Banco Interamericano de Desarrollo, en Buenos Aires. Elemental ha pensado en “un edificio puente que conecta la favela con el metro cuadrado más caro de la ciudad. La gente tarda una hora a pie en ir al trabajo. Con esto serían cinco minutos”.



acceso a una casa a sectores con pocos recursos. Gracias a la incrementalidad, se han construido 3.000 viviendas, dentro y fuera de Chile. El germen de este concepto arrancó en 2004 en la Quinta Monroy. Tras años de ocupación ilegal, fue preciso realojar a un centenar de familias. El objetivo era hacerlo sin desplazarlas de su entorno y de su red laboral. Pero el subsidio público para cada vivienda era insuficiente. “Con esos fondos sólo puedes construir 40 m2, pero una familia necesita 80 m2. El diseño debe resolver esto”. La respuesta de Elemental fue construir la mitad de cada vivienda. Hicieron “bien todo lo que una familia no puede hacer por cuenta propia”, como cocinas y baños, y el resto se dejó en manos de la gente. “La idea es que lo que se puede construir con fondos públicos sea gracias al diseño y no a pesar del diseño”. Para él, este desafío sólo puede resolverse “con calidad profesional, no con caridad”.

“El mérito de la arquitectura sería no ponerle atención, pero también debe ser un objeto de arte”

P. ¿Se comprendió bien este concepto o hizo falta mucha pedagogía?

R. Si alguien recibe un subsidio de 10.000 dólares para una vivienda, ve su casa pequeña y lejos. Hasta aquí llegan el estado y el mercado. Sólo canalizamos la capacidad de

Uno de los argumentos del jurado del premio Pritzker, que inclinó en 2016 la balanza en favor del chileno fue: “El papel del arquitecto está siendo desafiado para servir mayoritariamente a ne-

cesidades sociales y humanitarias, y Alejandro Aravena ha respondido a este desafío de forma clara, plena y generosa”. Alude, sobre todo, a la aportación rotunda de Elemental para despejar la X en una ecuación compleja: aquella que complica el

la gente para construir la segunda mitad y eso, las personas afectadas, lo entendieron desde el día uno. Si alguien vive en un campamento informal, sin propiedad, no pone sus recursos ahí. Lo gasta en un plasma, en zapatillas... Pero si tiene plata y la casa es suya, se la gasta en ella.

P. Los arquitectos ahora son casi estrellas del rock, pero Ud. habla de "oficina". ¿Es Elemental un proyecto tan colectivo?

R. A lo mejor fueron estrellas en la generación anterior. Ahora las estrellas son los chefs. A nosotros, a Elemental, como nos sale bien el trabajo es pensando en voz alta, en grupo. Es como cuando en fútbol



juegas de memoria: tiras la pelota al vacío y sabes que va un compañero corriendo hacia allí. Simplemente sucede. No le hemos dado muchas vueltas a esto. Así podemos ser más brutales en los proyectos, los golpeamos. Como colectivo, los pensamos, los ordenamos y los criticamos.

UNIVERSIDAD DE SAN EDWARD

Aravena dice sobre sus comienzos: "Vengo de clase media, sin posibilidad de que nadie me encargase una obra. Alguien tenía que darme la oportunidad". Y llegó de la mano de Fernando Pérez Oyarzún, decano de Arquitectura de la Universidad Católica de Chile, que le encargó la Facultad de Matemáticas. "Salté de cero. Fue un miedo gigantesco y viví en la obra ese año. No sabía si lo que dibujaba iba a estar bien", explica. Aquello fue en 1998, su ópera prima gustó, y todo se precipitó: "Fue finalista en un premio en Latinoamérica. Publiqué Los hechos de la arquitectura, en 1999, y acudí a Harvard como profesor invitado en el 2000". En la lista de proyectos de Elemental están la Residencia de la Universidad de San Edwards (EEUU), el Centro de Innovación Anacleto Angelini (Chile), las oficinas de Novartis en Shanghái (China), el Parque Bicentenario de la Infancia (Chile)... Sus trabajos se han expuesto en el MoMA, en la Bienal de Arquitectura de Venecia y más recientemente, en el Museo Louisiana de arte moderno (Dinamarca).

P. Van a construir el centro cultural Art Mill en Qatar. ¿Le interesan los proyectos allí?

R. Somos 15 personas. No necesitamos hacer proyectos, sino que queremos hacerlos. Nos movemos en ámbitos donde podríamos hacer una contribución en transporte, en infraestructuras... No hemos hecho nunca un museo y queremos hacerlo, porque es un espacio público donde la

sociedad puede encontrarse. Hemos ganado este proyecto mirándolo desde afuera. La historia de la civilización es colaborar con gente que no conoces.

El arquitecto reconoce el peculiar filtro de Elemental para aceptar encargos: "Escogemos de acuerdo al grado de ignorancia: nos gusta hacer aquello que no sabemos. Este fue el origen de hacer vivienda social. No fue por superioridad moral". La ignorancia se disipa, no cuando responden, sino cuando averiguan cuál es la "pregunta" correcta. Aravena repite esta palabra como un mantra porque para él ese es el quid de la cuestión. Y para dar con ella, no dudan en iniciar un proceso participativo con el usuario final, algo que está en

el ADN del estudio. Así pasó en la reconstrucción de la ciudad chilena de Constitución, arrasada por un tsunami en 2010. "La comunidad nos dijo que su identidad era el río, más que las 300.000 viviendas que quedaron dañadas". La respuesta de Elemental fue plantar un bosque entre la ciudad y el mar que disipase, más que frenar, otro futuro embate de la naturaleza. "La gente se movió hacia el río y fue más rápido y más barato porque reconstruir casas es más caro", zanja •



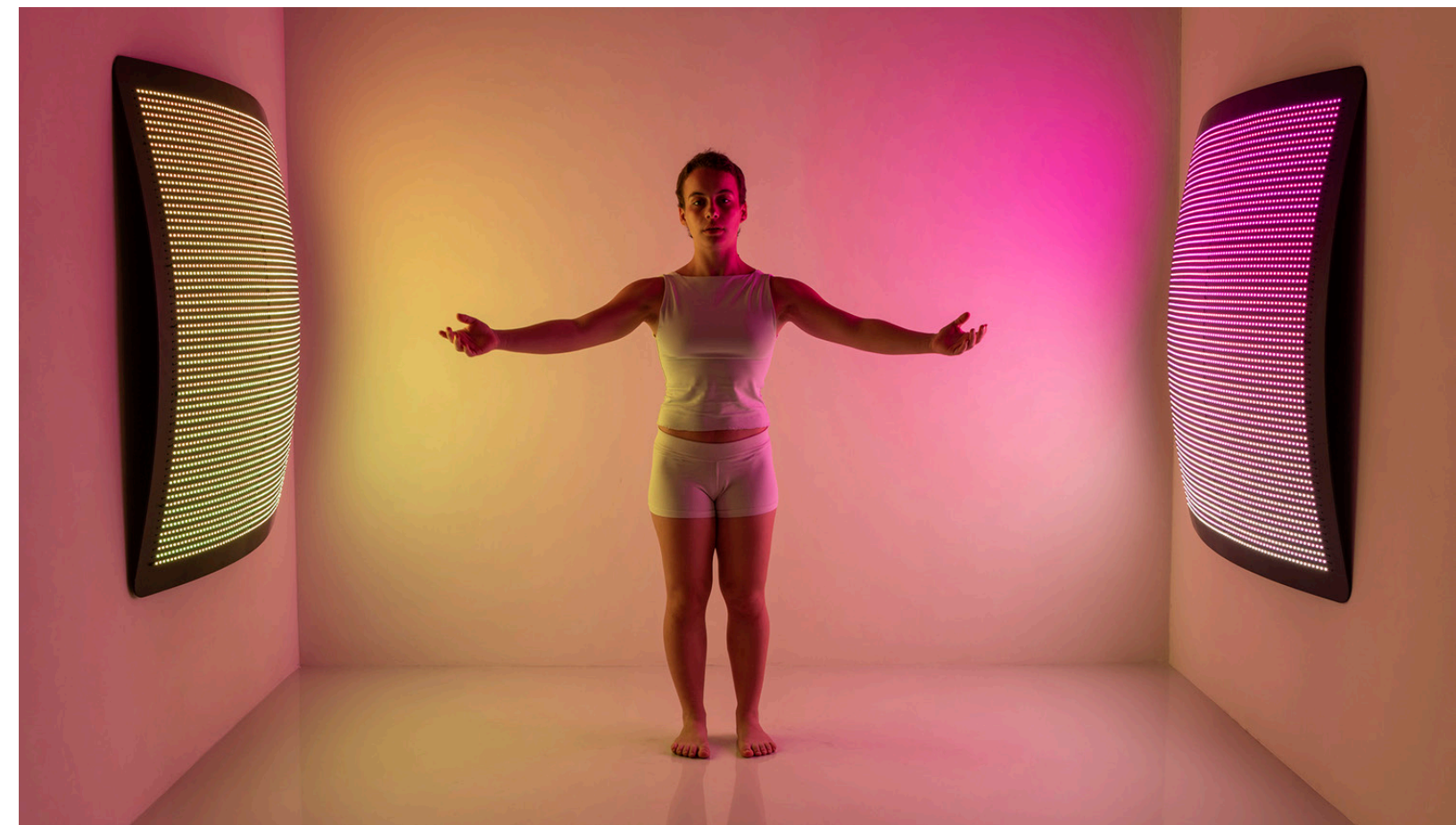
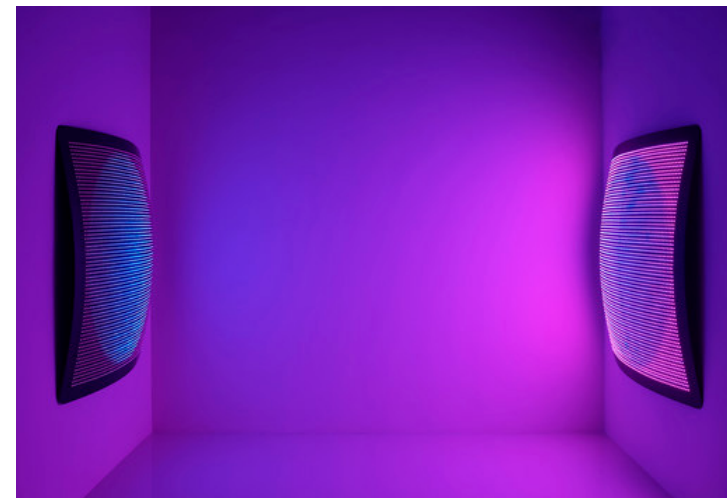
ENTORNOS

ADAPTABLES

Moldeando el espacio a través de la luz y el color.

Con el objetivo de crear experiencias ambientales inmersivas en espacios interiores, el estudio de diseño Aqua Creations ha desarrollado Manta Ray Light, una instalación lumínica construida con una tecnología responsiva LED RGB que mezcla los colores rojo (Red), verde (Green) y azul (Blue) para generar más de 16 millones de tonos de luz. Preajustando su espectro de color, atenuando su brillo en una escala de 0.1 a 100%, e incluso cargando imágenes y videos en su memoria interna, el sistema permite agregar color y movimiento a espacios expresivos, o entregar una sensación de calidez y foco a espacios íntimos y privados. Modificando el acercamiento al diseño de los espacios interiores, la domótica se ha incorporado a las 'venas' de las arquitectura para automatizar su funcionamiento, accesibilidad, seguridad y confort. En la misma senda, surgen innovaciones que acompañan estos avances, potenciando aún más su capacidad de modificar inteligentemente los entornos según las necesidades y requerimientos de cada usuario.

De este modo, puede imitar la atmósfera precisa de una hora determinada, entregar iluminación enfocada en el trabajo, o animar los interiores en recintos nocturnos y salas de espectáculos. A su vez, permite proyectar escenas dinámicas, ajustarse al color de la luz natural proveniente de los exteriores, o incluso generar estímulos sensoriales con objetivos terapéuticos. Como podemos ver, las lámparas encargadas de iluminar la sala, tienen forma de manta raya, de aquí su nombre tan característico. Nunca se había podido adaptar tan bien un espacio a las necesidades de luz de un momento exacto hasta que ha aparecido este lugar. Como nos cuentan sus creadores, "cada Manta Ray Light está preajustada con diez combinaciones, sin embargo, es posible programarlas en un número casi infinito de colores, con exactamente 16.387.064 millones de opciones". En este caso, cada lámpara está compuesta por más de 4000 luces LED direccionables, y puede ser programada o controlada en vivo y en directo a través de una micro tarjeta de memoria WIFI, ubicada en su interior. El sistema puede manejarse utilizando computadoras, aplicaciones de teléfonos móviles, o control remoto. Actualmente, la tecnología nos permite controlar las cosas desde una distancia mucho mayor que hace unos años, cuando tenían que estar cerca. El proyecto Manta Ray Light es parte de una familia de innovaciones dinámicas que utilizan la tecnología LED responsiva para adaptarse al Internet de las cosas, empujando la adaptabilidad de los espacios físicos en el presente y su multifuncionalidad en escenarios futuros.



Aquí podemos ver distintas formas en las que se ha presentado este proyecto.



EN CUALQUIER SALÓN HAY SITIO PARA IKEA



El mirador de BALLENAS

The Whale | *El nuevo mirador de ballenas de Noruega por Dorte Mandrup.*

El proyecto del estudio Dorte Mandrup "The Whale", terminará de construirse este año, y se sitúa a 300 km al norte del Círculo Polar Ártico, en la punta de la isla, Andøya, en Andenes, Noruega, un pequeño pueblo ubicado en medio de paisajes espectaculares, tanto por encima como por debajo de la superficie del océano.

A pocos kilómetros de la costa se desarrolla un valle de aguas profundas. Las ballenas migratorias lo visitan con frecuencia, lo que convierte a Andenes en uno de los mejores lugares del mundo para ver de cerca a este legendario animal. La nueva atracción del Ártico, "The Whale", cuenta la historia de los grandes habitantes de este mundo submarino, que se eleva como una suave colina en la costa rocosa, como si un gigante hubiera levantado una delgada capa de la corteza terrestre y hubiera creado una cavidad debajo. Ganar un concurso de arquitectura es siempre una gran proeza.

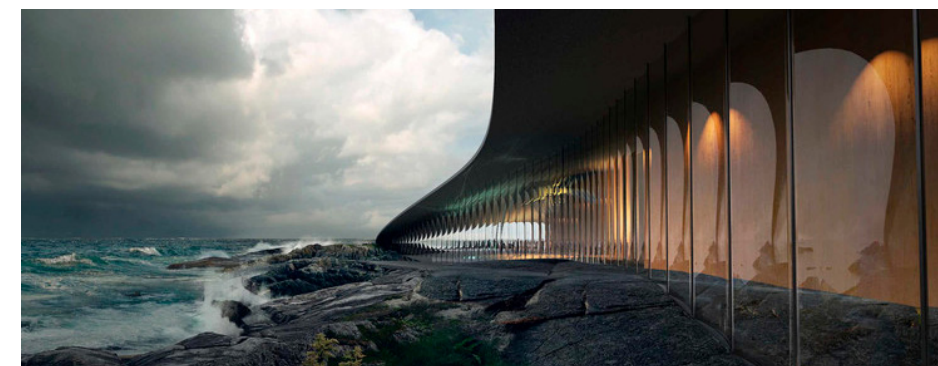


Sin embargo, parece ser que The Whale ('La Ballena') del estudio danés liderado por Dorte Mandrup, merece tanto este primer puesto como el revuelo mediático que está causando su novedosa estructura en el círculo polar ártico. Y todo eso casi tres años antes de abrir al público. El objetivo de la particular construcción es servir de punto de referencia para los más de 50.000 visitantes que se acercan cada año a Andenes, en el norte de Noruega, a ver pasar las ballenas en su



«Andøya es un lugar único y The Whale es un proyecto extraordinario. Crearemos arquitectura y también aumentaremos la comprensión de las ballenas y la preservación de la vida marina, [...] Justo aquí, en el borde del océano, dejaremos huella en un paisaje magnífico y antiguo. Esta oportunidad conlleva una gran responsabilidad».

Dorte Mandrup, fundador y director creativo de Dorte Mandrup A/S.



trayecto migratorio. El edificio, además de servir de atalaya desde la que poder divisar el magnífico evento, albergará espacios de exposición, oficinas, una cafetería y una tienda. Según Børre Berglund, CEO de The Whale y jefe del jurado del concurso, el proyecto tiene todo lo necesario para convertirse en una atracción de primer nivel. "Dorte Mandrup presenta un diseño que vincula respetuosamente el litoral con el ambicioso objetivo de proteger el medio marino y su vida silvestre a través del arte, la ciencia y la arquitectura", explican también desde el estudio. Por ello, la construcción se fundirá con el paisaje de la manera más humilde posible, tratando, a la vez de mejorarlo. Así, su techo curvo estará cubierto de piedras que subrayen la conexión natural

entre el paraje y el edificio, mientras que dentro, grandes ventanales se abrirán hacia el archipiélago, creando una conexión visual entre los espacios de exhibición y el vasto entorno salvaje de Andøya, la isla a la que pertenece Andenes.

La ínsula ofrece al visitante un paisaje virgen y atípico en el que destacan las costas de piedras oscuras, las puntiagudas montañas cubiertas de hierba en el norte y las marismas planas de moras más al sur. Solo la forma de cono casi perfecta de Bleik Island rompe el horizonte interminable, que se extiende hasta Groenlandia, en una postal única que tendremos aún más razones para no perdernos a partir de 2020 •



AMY LAU

Este salón en un apartamento en Central Park es uno de los proyectos lujosos de la americana. Su objetivo es crear espacios con espíritu cargados de significado, combinando piezas contemporáneas y vintage. La joya de la corona es esta estancia en tonos coral, azul, mostaza y menta.

UNA HABI TA CIÓN

No busques más. He aquí la Biblia definitiva sobre interiorismo. Los 400 mejores espacios residenciales creados por diseñadores, arquitectos, estrellas de cine y gurús de la moda.

Cualquier punto del planeta puede esconder una obra de arte.

PRO PIA

► **ISABEL
LÓPEZ-QUESADA**

La diseñadora madrileña montó un estudio 1983, con 20 años. Mezcla tendencias contemporáneas con una decoración tradicional; crea espacios sencillos llenos de alma y fieles a la arquitectura del edificio. Esta se encuentra en la isla griega de Spetses. Se evitan las alfombras y las cortinas.



► **ASHLEY HICKS**

La casa de esta diseñadora de interiores está en Picadilly. Heredado de su padre, David Knightingale, mezcla los estilos de los dos. Ella sustituye las piezas de museo por objetos contemporáneos y coloridos, muchos hasta hechos por ella. Tenemos gemas de resina fundida, una mesa dorada de pino, entre otros.



◀ **THE ARCHERS**

Esta casa de mediados de siglo está en California y pertenece a una productora de vídeo y un director de fotografía. Es obra de "diseñadores, arquitectos y cinéfilos" de Los Ángeles. El resultado es un interior ecléctico, aunque cohesivo, que mezcla elementos y colores brillantes sobre un fondo gris pálido.



◀ **JOE COLOMBO**

Un italiano que comenzó su carrera como pintor y escultor. Quiere mostrar las posibilidades de los materiales sintéticos y lo encargó a Bayer en 1968. Es una sala abierta a bordo de un barco, y aunque no se ha hecho realidad hasta ahora, sí ha quedado en el legado de muchos diseñadores contemporáneos.



Desde castillos a lujosos áticos y otros espacios cargados de personalidad en los sitios más diversos del planeta. *Interiors: The Greatest Rooms of the Century* (Phaidon) reúne en sus casi 500 páginas e ilustraciones las mejores contribuciones al diseño de interiores que se han hecho desde principios del siglo XX hasta nuestros días.

Se pueden encontrar obras de Elsie de Wolfe, Colefax & Fowler, Anouska Hempel, Kelly Hoppen y Karim Rashid. Un total de 400 espacios pensados por 300 de las personas más influyentes en el mundo del interiorismo.

Entre los hogares destacan los de nombres de la moda como Pierre Cardin, Gianni Versace y Coco Chanel, y los de artistas como Picasso, Georgia O'Keeffe y Peggy Guggenheim. Está disponible en cuatro cubiertas de terciopelo de varios colores.

► **ROGER DE CABROL**

El barón ha trabajado con leyendas del diseño como Jacques Grange. Fue asistente de Salvador Dalí y su influencia se ve en este salón de un apartamento de Manhattan.



LAS 6 REGLAS DE ORO

a la hora de
DECORAR TU CASA
desde

Define el propósito de la habitación

Lo primero que debes determinar es cuál es el destino de la habitación en cuestión. Ninguna remodelación costosa o muebles harán tu vivienda acogedora y cómoda para vivir si su diseño está mal pensado. Debes empezar con lo siguiente: Toma en cuenta el estilo de vida, las costumbres de la familia, su itinerario y actividades. Nombra y anota los espacios que necesitas. A veces un ligero cambio en el plano de la vivienda puede agregarte, por ejemplo, un guardarropas o un estudio. Piensa qué zonas puedes combinar (cocina/comedor, dormitorio/guardarropa, etc.). Por último, dibuja un plano de la habitación y ubica allí los muebles para encontrar la mejor opción.



Piensa en el ambiente que quieres crear

Antes de empezar a diseñar un hogar, piensa qué ambiente quieres crear en ese espacio y cómo quieres que el cliente se sienta ahí: relajado o lleno de energía. Es muy importante tener en cuenta si ese espacio será para uso personal o también para recibir invitados. Piensa en una gama de colores: tranquila o colorida. ¿Qué materiales y texturas usarás: cálidas y naturales o, al contrario, artificiales y superficies lisas? Utiliza el contraste de tamaños, es decir, varía objetos grandes y pequeños. Esto ayudará a evitar la monotonía y crear un efecto estimulante. Lo importante es que algo debe unir todos los objetos (forma, color, factura, etc.).



La simetría y el equilibrio para la armonía

Si tienes un espacio asimétrico, tienes dos opciones para hacerlo lucir armonioso: intentar crear una falsa sensación de simetría o acentuar sus peculiaridades. Busca un punto focal en la habitación (por ejemplo, una chimenea, una pintura, una ventana) y crea un interior simétrico alrededor de él. Utiliza líneas verticales, esto hará que el espacio luzca más alto. Agrega algún acento: es decir, primero crea simetría y luego arruínala ligeramente.

Color y textura siempre juntos

Debes analizarlos en conjunto porque una cosa influye en la percepción de la otra. Los colores fríos son buenos para las cálidas zonas costeras. A cambio, en una ciudad norteña lucirían demasiado melancólicos. Los colores cálidos crearán la sensación de que la habitación es un par de grados más calurosa de lo que es en realidad. Los colores vivos son inadecuados para el dormitorio. Es mejor utilizarlos en los espacios en donde no pasas mucho tiempo. Si utilizas un color predominante en tu interior, es importante variar la textura para evitar la monotonía.



La iluminación es la parte más sensual del diseño de interiores

La iluminación correcta refleja tu estado de ánimo y cambia el ambiente del espacio. La luz influye en nuestras emociones y pensamientos. Con ayuda de la iluminación se puede crear lo que sea. Aprovecha al máximo la luz del día, no cubras las ventanas. Utiliza espejos. No solo agregan luz, sino también aumentan visualmente el espacio. La luz artificial crea un ambiente agradable, por lo tanto aplica estas ideas: lámparas de araña, de pared, de pie e incluso velas. Esto complementará el interior de la vivienda.

Los detalles determinan el interior

Es lo que hace de la casa un verdadero hogar. Intenta imaginar el resultado final mentalmente. Elige bien el armario. Sé consciente de que su color y material le darán tono a todo el espacio. Los distintos elementos deben tener algo que los una. Por ejemplo, ambientar con diferentes cojines es una manera perfecta de unificar todos los colores y texturas del espacio en uno solo. Las ventanas son importantes: un color neutral para las cortinas, así no te aburrirá rápido. Las telas hacen cualquier espacio más acogedor. Utiliza fundas, frazadas, cojines...



Personaliza tu hogar con COSENTINO

Cosentino ofrece siempre las últimas tendencias para los diferentes espacios del hogar. Desde encimeras a muros. Materiales y colores de última generación pensados para perdurar. Funcionalidad y diseño se unen en todas sus superficies.

Se trata de una empresa que diseña, personaliza y fabrica elementos desde fachadas y acabados, hasta material para encimeras de cocinas o mobiliario interior como la piedra natural, entre otros. La empresa está presente en el ciclo completo de elaboración de sus productos, desde la extracción de la materia prima, como el mármol o el cuarzo, hasta la finalización del producto. Este objetivo es posible gracias a marcas pioneras y líderes en sus respectivos segmentos tales como Silestone®, Dekton® o Sensa by Cosentino®. Superficies tecnológicamente avanzadas que permiten crear ambientes y diseños únicos para el hogar y los espacios públicos.

Dekton

La nueva superficie ultracompacta de Cosentino, utiliza en su fabricación la exclusiva tecnología "TSP", un proceso tecnológico que supone una versión acelerada de los cambios metamórficos que sufre la piedra natural al exponerse durante milenios a alta presión y alta temperatura. La tecnología TSP sintetiza, de una forma absolutamente innovadora, procedimientos de las industrias tecnológicas más avanzadas. Una evolución que partiendo de aquellas, supone un salto tecnológico e industrial capaz de generar un proceso nuevo, un material revolucionario y un producto líder. La microscopía electrónica permite apreciar la nula porosidad del material, consecuencia del proceso de sinterización y ultracompactación exclusiva de DEKTON. Esa porosidad cero y la inexistencia de microdefectos causantes de tensiones o puntos débiles, generan la característica diferencial de DEKTON.

Silestone

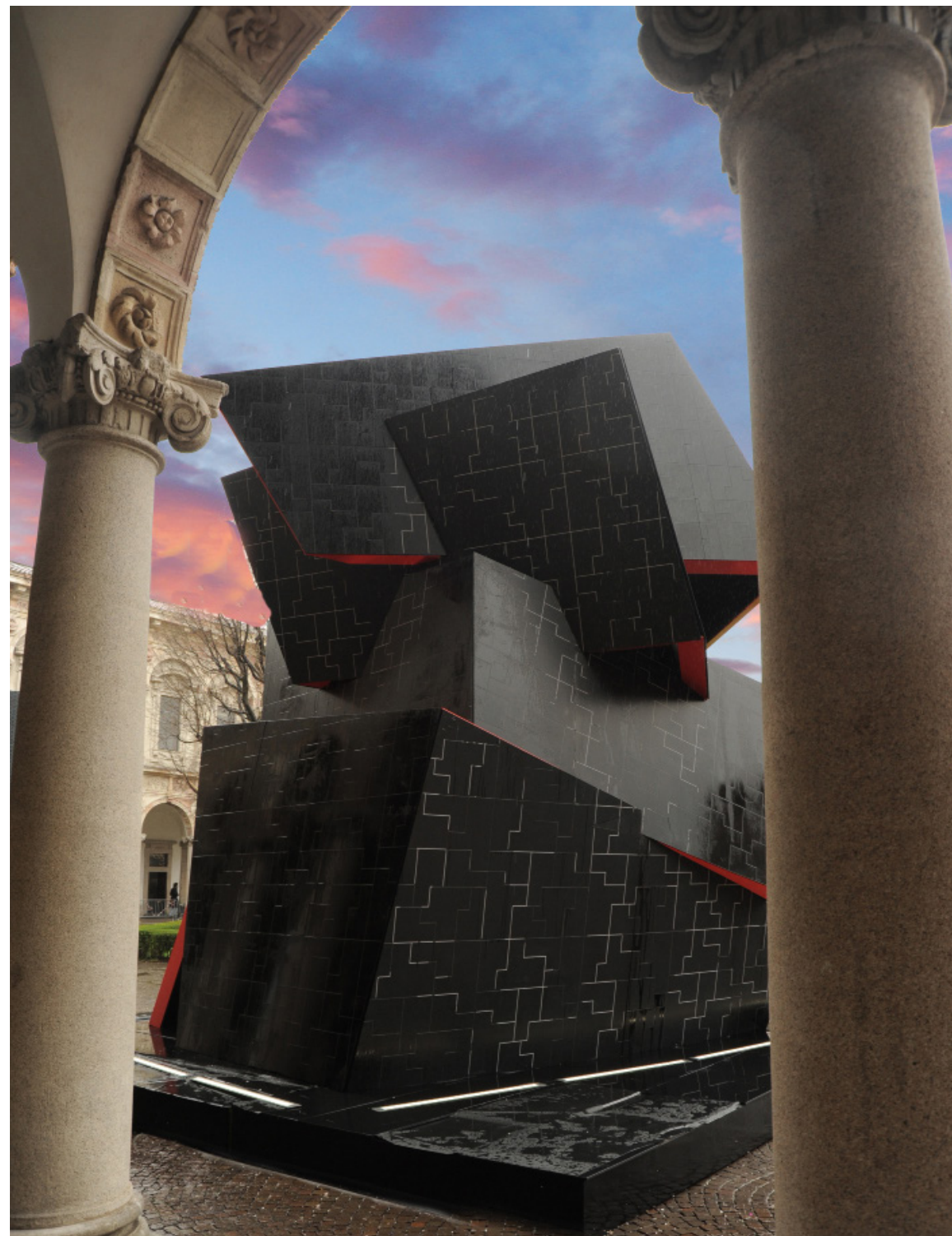
Se ha ,deconvertido en la opción perfecta para encimeras de cocina y de baño haciendo frente a materiales más tradicionales como el granito o la piedra natural. Entre los motivos más destacables encontramos que las encimeras de cuarzo Silestone presentan una dureza extrema en ambientes como la cocina y el baño, donde el uso y desgaste es diario, y además ofrece infinitas posibilidades de colores.

está disponible en más de 90 colores, asegurándose que hay un color de Silestone que se adapta a ti. Con 3 texturas para combinar, pulida, sude y volcano, las posibilidades son infinitas. Este material, también se lleva acabo en otras ocasiones como diseño de acabados, así como fachadas o suelos.

Silestone® está presente en algunas de las construcciones más singulares del mundo como el Hotel Burj Al Arab de Dubai, el estadio Wembley de Londres, la Torre Agbar de Barcelona, o la tienda Flagship de Telefónica en Madrid. Creadora en su momento de una nueva categoría a nivel mundial, en la actualidad, Estados Unidos, España y Reino Unido son los mercados principales respecto a ventas de Silestone®, siendo la marca líder que cuenta con mayor cuota de mercado.

Silestone® ha sido la primera marca española en anunciarse en el mayor evento publicitario del mundo, la SuperBowl. Asimismo, Silestone® es patrocinador personal del cuatro veces campeón del mundo de motociclismo, Jorge Lorenzo; y en la actualidad, también colabora con la Unión Deportiva Almería, equipo de la Segunda División de Fútbol española.

◀
BEYOND THE WALL
Instalado en el Cortile d'Onore Seicentesco, por Daniel Libeskind.



Grupo Cosentino, líder mundial en producción y distribución de superficies innovadoras para arquitectura y diseño, colabora por primera vez con el prestigioso arquitecto Daniel Libeskind. El proyecto, con el título de Beyond The Wall, está instalado en el Cortile d'Onore Seicentesco de la Università Statale; es un proyecto excepcional de arquitectura y diseño realizado con la superficie de cuarzo Silestone® en su innovador acabado mate "Suede". La instalación, basada en las infinitas posibilidades de la espiral, es una estructura excepcional.

El material externo del muro es la superficie de cuarzo bacteriostático Silestone® en su nuevo acabado mate "Suede". Una especie de temblor debería recorrer verticalmente esta forma: se trata de un mosaico matemático, de una red móvil que fluye y se interrumpe sin repetirse: una versión completamente nueva y fractal del concepto de revestimiento. El objetivo es encontrar una semejanza que nunca se repite exactamente del mismo modo y hacer que la superficie tenga que ser aperiódica. A medida que una de estas redes se desarrolla, la superficie encaja sin fisuras en una lógica abierta. El embaldosado tiene que ser como el crecimiento de unas ramas extrañas. El proyecto muestra la inconfundible aproximación de Libeskind a la arquitectura como un lenguaje capaz de narrar la historia del alma humana; una fuerza híbrida y de amplio espectro que es al mismo tiempo una narración, un método, una forma artística y una forma de pensar el mundo.



SILLAS de CINE

Además de actrices y actores, hay piezas de mobiliario que pasan a asociarse con películas y series para siempre, convirtiéndose en parte del imaginario de la gran y pequeña pantalla



July 6

Los muebles, el atrezzo y todos los decorados del cine influyen a contextualizar y ambientar las escenas de películas, a menudo son parte viva interactuando con los protagonistas, y otras simplemente por estar nos ubican y describen a determinados personajes. Hablábamos hace poco de la puesta en escena y la importancia de la selección del mobiliario por cómo el diseño puede condicionar y ayudar a la percepción que se pretende de un acto o una presentación, y podemos extender esta intención al mundo del cine ya que de hecho el término *Mise-en-scène* viene de las artes escénicas y es donde el diseño de producción juega este importante rol en cualquier producción.

El apartamento de Patrick Bateman en *American Psycho* (Mary Harron, 2010) o el de Christian Grey en *Cincuenta sombras de Grey* (Sam Taylor-Wood, 2015) hablan de un determinado tipo de personaje, con decorados marcados por piezas históricas del diseño industrial del siglo pasado, igual que la casa de Tony Stark en *Iron Man* (Jon Favreau, 2008) define la vida cargada de excesos del extravagante millonario. Muchas veces, el mobiliario no es un elemento más. Pero más allá de estos elementos secundarios, como serían también los maravillosamente escogidos muebles modernistas de la serie *Mad Men*, hay veces que el mobiliario pasa a ser protagonista de escenas o películas en-

terras, desde ser pieza clave en un cartel a la narración de la historia o, con el tiempo, convertirse en elemento de culto, como el sofá Chester de la producción homónima de Cuatro en televisión que presenta Risto Mejide de lunes a viernes después de los deportes, o el trono de hierro de *Juego de Tronos*.



Sillón huevo. El diseño retrofuturista de los muebles ovalados han sido utilizados tanto para recrear escenarios pop sesentosos como para diseñar decorados de ciencia ficción. Y es en este último caso en el que encaja la secuela de *Hombres de Negro*,

Men in black II (Barry Sonnenfeld, 2002) donde además de protagonizar alguna escena un tanto ridícula con Will Smith intentando acceder al centro de reclutamiento, el Ovalia Egg Chair diseñado por Henrik Thor-Larsen en 1968 llega a aparecer junto al propio Smith y a Tommy Lee Jones en el cartel de la película.



Butaca moderna. En la burla hacia la modernidad que es la mítica *Playtime* (Jacques Tati, 1967) destaca la butaca protagonista de algunas escenas de la película que sirve de diana para criticar el diseño moderno. El modelo exacto de asiento fue bocetado por el director artístico y diseñador Eugene Roman, aunque responde a un prototipo muy común en salas de espera de los años 50 y 60s.

Sofá Labios de *Austin Powers: La espía que me achuchó* (Jay Roach, 1999), un sofá con forma de labios colaboraba a recrear la identidad del peculiar espía. Este Bocca Lips Sofa estaba inspirado en una escultura surrealista creada por Salvador Dalí y comercializada desde 2004 por BDBarcelona.



Sillas Thonet surge a mediados del siglo XIX, Michael Thonet popularizó la tecnología del curvado de madera tubular para confeccionar los célebres respaldos de sus sillas Thonet. Más de un siglo después,

Liza Minelli en *Cabaret* (Bob Fosse, 1972) aparecía rodeada de estas sillas, y aunque la que ella utilizaba en el escenario del Kit Kat Club o en el cartel de la película no era el modelo de sinuosas curvas, la que se popularizó como la "silla de cabaret" para el público fue la de Thonet, en concreto su modelo 18.



Mobiliario Safehouse, una versión en blanco de la silla Barcelona, diseñada por Mies van der Rohe y Lilly Reich para el Pabellón alemán en la Exposición Internacional de Barcelona del año 1929, acapara la atención de los planos que nos muestran la Safehouse de Tron: Legacy (Joseph Kosinski, 2010) junto a otras piezas históricas e iconos del diseño moderno como la butaca de Charles y Ray Eames, la lámpara Arco de Castiglioni o antigüedades del siglo XVIII, todo en versiones blancas creando un conjunto que recrea el ambiente idóneo para el momento de la película.

El Trono de Hierro, sede del poder del Rey de los Siete Reinos en Juego de Tronos es una figura tan reconocible que aun sin haber visto ningún episodio cualquiera puede asociarlo con la serie. Está concebido originalmente por el autor George R. R. Martin, forjado con las espadas de los enemigos rendidos, y más allá de réplicas o de merchandising no existe como versión comercial al ser un elemento creado para la saga, como otros casos y al nivel del trono del emperador en Star Wars, la silla de mando de la nave Enterprise en Star Trek o el trono de Gondor de El Señor de los Anillos.



La silla Navy fue diseñada en 1944 para su uso en submarinos (de ahí su nombre haciendo alusión a la Marina), construida en aluminio reciclado para aguantar en el entorno naval, ser ligera y resistente al agua, y desde entonces sigue aún en producción bajo la firma Emeco, convirtiéndose hace años ya en la silla por antonomasia para recrear interrogatorios en el cine. Es también una protagonista más en las reuniones de equipo de House, y ha presenciado momentos históricos en encuentros policiales de Terminator, Génesis (Alan Taylor, 2015), Yo, Robot (Alex Proyas, 2004) o El Caballero Oscuro (Christopher Nolan, 2008).

Model 62 Lounge Chair. El villano de James Bond en Sólo se vive dos veces (Lewis Gilbert, 1967) se llamaba Blofeld y definió el arquetipo del malo de película, ese que aguarda hasta el final de espaldas sentado, se da la vuelta y aparece acariciando un gato. El mito lo completa la butaca Modelo 62 de G-Plan, con su enorme respaldo que es una parte inseparable del personaje y de la historia del cine.



Asientos Djinn, la dedicación con la que Kubrick llevó a cabo la selección de muebles en 2001: A Space Odyssey (Stanley Kubrick, 1968) define la maestría del director, que combinó piezas diseñadas décadas antes de la producción y sin embargo encajan perfectamente en la atmósfera futurista del film. La serie de asientos Djinn diseñados en 1963 por Olivier Mourgue para la firma francesa Airborne utilizados para decorar el lobby de la estación espacial parecen verdaderamente diseñados en un futuro de ciencia ficción.

Cómo DECORAR una habitación pequeña

Con estas 12 ideas no solo podrás darle más estilo a tu dormitorio, por pequeño que sea, sino que lo aprovecharás al máximo para que sea más cómodo y acogedor

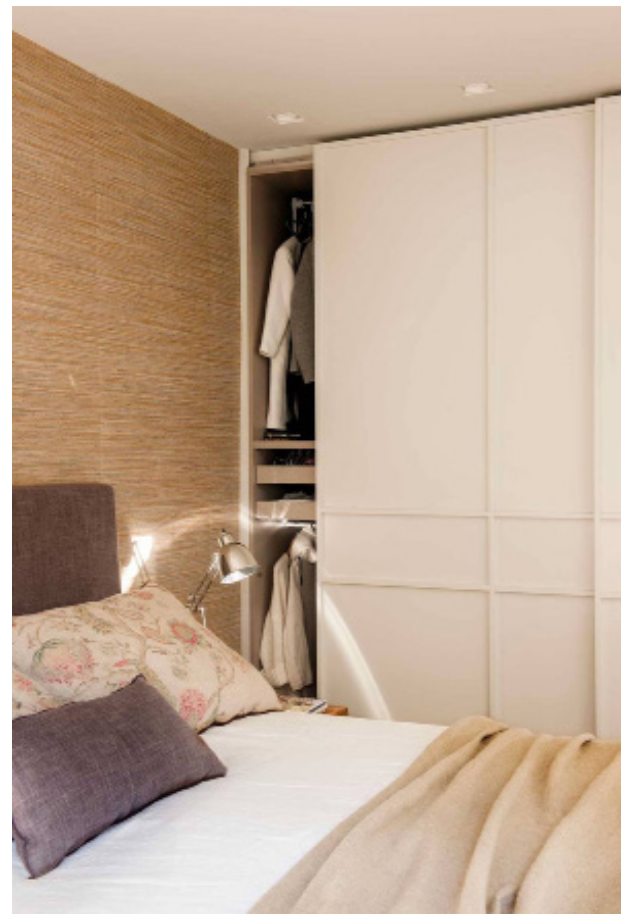
A la hora de decorar una habitación pequeña es importante priorizar y asumir que los metros son los que son. ¿No te cabe un cabecero al uso? No pasa nada, es mejor renunciar a él y buscar otra alternativa antes que tener un paso a pie de cama incómodo -lo recomendable es dejar al menos 60 cm libres para poder pasar-. Resulta muy útil hacer una lista con nuestros deseos y las posibilidades reales de la habitación. Y priorizar. ¿Es más importante tener un armario más capaz o una cama grande? Valóralo y elige en base a tus necesidades, sin dejarte influir por modas o por lo que “es habitual”.

Cabecero diseño de la decoradora Begoña Susaeta.

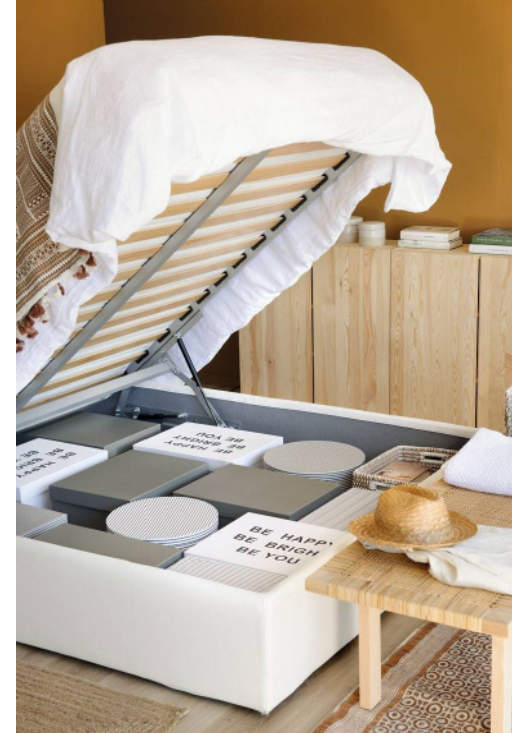


Un diseño tipo murete, de Pladur o de DM, de tan solo 20 cm de fondo te servirá como repisa, puedes integrar las mesillas. Un consejo: siempre que puedas, planifica un cajón en las mesillas, como aquí: por pequeño que sea, te será muy útil para tener en orden lo más pequeño que quieras tener cerca.

El principal problema de los armarios de puertas batientes es que necesitas dejar unos 100 cm libres entre el armario y la cama para poder abrir las puertas sin problemas. Con un armario de puertas correderas, puedes reducir hasta los 80 cm esta distancia. Sin embargo, para que el armario sea cómodo, deberá contar con más fondo, unos 65 cm -hay que sumarle los cm del raíl-.



Gana cm de paso con un armario de puertas correderas.



Cama abatible de Kibuc.

Una cama abatible es un must en una habitación pequeña porque en el mismo espacio que tendrías la cama ganas, además, un armario en horizontal. Piensa que, para una cama de 135 x 190 cm puedes sumar unos 800 litros de capacidad.



Los muebles a medida son más caros que los prefabricados, pero en dormitorios pequeños son de gran ayuda para exprimir al máximo el espacio y ganar capacidad o funcionalidad, ya que es complicado. Aquí, por ejemplo, se ha aprovechado el hueco bajo la ventana con una gran cajonera.



En habitaciones pequeñas es importante liberar el suelo de obstáculos en favor de las paredes. Aquí, por ejemplo, el decorador Iñaki Mujika ha aprovechado la pared del cabecero con una estructura a medida que reúne, en la parte superior, un mueble de cuatro puertas, e integra a la vez las mesillas.



Lleva los armarios hasta el techo, permitirá ganar mucho espacio de almacén, sobre todo si cuentas con los techos más altos de lo habitual. Aquí, además, se ha salvado la puerta de acceso al baño con un altito que da continuidad al armario. Pintado en blanco aligera su peso visual.



Un espejo es uno de los complementos más útiles. En El Mueble somos fans de los espejos. Son decorativos y ayudan a multiplicar la luz y dan sensación de amplitud. Esto, en habitaciones muy estrechas es bastante importante. Por ello son un must en dormitorios pequeños. Si lo colocas estratégicamente que refleje la ventana, el efecto aún será más evidente. Esto se produce porque al ver doble, al final parece que esa habitación es dos veces más grande de la que en realidad tenemos.

Menos es más: quédate con lo básico. Esta debe ser la máxima a la hora de planificar un dormitorio pequeño. Quédate con las piezas básicas y prioriza: qué es mejor, ¿una cama de 200 cm de largo o tener una banqueta a pie de cama. Creo que todos sabemos la respuesta.



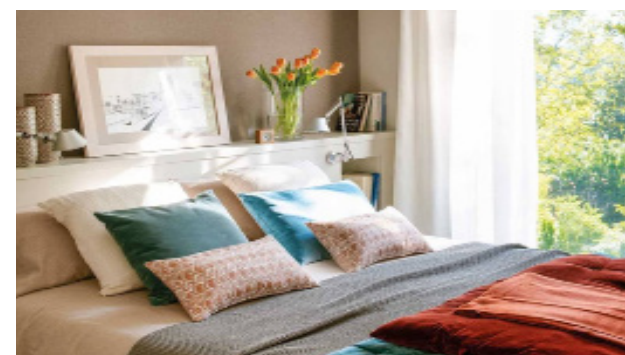
Elige cortinas de tejidos livianos. Las habitaciones pequeñas agradecen cortinas de tejidos livianos -lino, algodón o con mezcla de poliéster, que son más fáciles de lavar- y de tonos claros, no solo porque dejan pasar más y mejor la luz, sino porque visualmente las caídas se verán más ligeras.

Colores claros: más amplitud y claridad

Un dormitorio pequeño siempre se verá más grande si apuestas por tonos neutros y suaves en las paredes. Aunque el blanco es el color que más refleja la luz -hasta un 96%-, puedes optar por otras tonalidades mientras sean de baja carga cromática. Los tonos más pálidos del gris o los empolvados siguen estando de moda este año. Además, al tener "la caja" en blanco, puedes permitirte dar color y personalidad con alguna pieza especial, como aquí, el cabecero tapizado.



Invierte en piezas de doble uso. En un dormitorio pequeño es vital optimizar al máximo el espacio. Y las piezas polivalentes te ayudan a lograrlo. Un banco tipo arcón, un baúl como mesilla de noche y, a la vez, ofrece mucho espacio para guardar los cojines o las mantas, un cabecero con repisa... Si no tienes espacio para todo, busca piezas que cumplan varias funciones.



El papel pintado es un recurso muy práctico para decorar dormitorios pequeños, porque viste las paredes de personalidad sin restar espacio. ¿No te cabe un cabecero? Una opción que se lleva más es prescindir de él y convertir esa pared en un maxi cabecero solo con papel pintado.



Destapa la felicidad™

Las casas se abren al reciclaje creativo. Con todo el movimiento ecologista actual llevado a cabo por una gran parte de la sociedad, más casas se han apuntado a este reciclaje creativo y han surgido cosas muy peculiares e interesantes.

Muebles
hechos
con

MATERIALES RECICLADOS



Materiales como papel de periódico, troncos, cartón o botellas se postulan como alternativa a la gran industria del mobiliario tradicional. El respeto al medio ambiente es el germen de un nuevo mercado de muebles hechos con materiales reciclados, reutilizables y sostenibles. Es el revés de la industria del mueble tradicional, que genera una ingente cantidad de residuos y contaminantes ambientales tanto en la fabricación como en el transporte. Cada vez más consumidores conocen y tienen acceso a piezas de mobiliario que salen de las manos de diseñadores, artistas y artesanos que dan una segunda vida a viejos palés, cajas de frutas y verduras, periódicos o antiguas baldosas. Es el reflejo más tangible del suprarreciclaje, también conocido como reutilización creativa o upcycling, que aprovecha productos, materiales de desecho o residuos para fabricar nuevos materiales o productos de mejor calidad.

“Debido a la creciente preocupación de los consumidores por el medio ambiente, cada vez hay más gente dedicada a la fabricación y a la venta de productos ecofriendly. El sector de la decoración y el interiorismo no es la excepción”, señala Eric Muñoz, fundador de ReDecorArt. Esta plataforma comercializa todo tipo de muebles y objetos de decoración reciclados. Lo más demandado son las lámparas hechas con latas de conservas, hilos de algodón orgánico, troncos, papel de periódico y botellas de vidrio. También hacen colgadores, percheros, cabeceros de camas, mesas, sillas, taburetes... Creada hace cinco años, en esta tienda online “se congregan marcas de proximidad que diseñan muebles reciclados y sostenibles; es la única forma de darles visibilidad”, dice Muñoz. Detrás de estos muebles hay un trabajo artesanal y laborioso de muchas marcas locales, como Geometric Design o iLiüi. Esto es lo que explica que los precios de estos objetos sean más elevados. Una lámpara de papel hecha con periódicos cuesta 99 euros. Y un aplique para pared de latas de conservas se vende por 105. A cambio, cada objeto es único. Y “duran muchos años más que los muebles convencionales”, comentan en ReDecorArt, que ofrece a sus clientes la posibilidad de encargarse de la elaboración de cualquier tipo de pieza aunque no esté en la web.

También el mobiliario de cartón se está haciendo un sitio en el mercado gracias a su uso



en eventos, congresos y exposiciones. Para muchos consumidores, estos muebles eran unos completos desconocidos hasta el momento en el que se ha hecho público que las camas de la Villa Olímpica de Tokio 2020 estarán fabricadas de cartón.

La empresa Cartonlab vende camas hechas de este material. Se montan en un minuto y soportan 1.000 kilos por metro cuadrado. “El diseño estructural y la fabricación corren a cargo del estudio berlinés Room in a Box. Se han vendido 2.000 unidades en toda Europa, sobre todo para cámpines, dormitorios de invitados, casas de vacaciones, viviendas temporales y de alquiler”, afirma Nacho Bautista, cofundador y responsable de marketing de la compañía. Cuesta 108 euros la de 90 por 200 centímetros y 189 eu-

ros la de 180 por 200 centímetros. A excepción de los muebles expuestos a humedad o a fuentes de calor, el catálogo es muy diverso: sillas, estanterías, lámparas, mesas, camas, revisteros, biombos, cunas, ataúdes, inodoros y barbacoas. “Los diseños que más éxito tienen para las viviendas son las estanterías y también toda la gama de mobiliario infantil”, dice Bautista. Además de la vertiente ecológica, el cartón tiene otras virtudes, como ser un regulador de la humedad de la habitación y absorber el sonido. “Nuestro concepto de mobiliario de cartón se integra dentro de la economía circular. El material contiene al menos un 70% de papel reciclado y un 30% de fibra virgen certificada. El adhesivo es un pegamento de almidón hecho de fécula de patata, maíz o trigo. Refinamos el material con tintas de impresión a base de agua, que son



respetuosas con el medio ambiente. No necesitan de tornillería, pegamentos ni piezas auxiliares”, explica su cofundador. Se montan encajando unas piezas con otras y son hasta un 75% más ligeros que la madera. Con unas condiciones de uso y mantenimiento adecuadas, estiman que estas piezas tienen una esperanza de vida de unos 10 años.



"Y al final de su ciclo de vida, los muebles de cartón pueden depositarse en el contenedor de papel más cercano para ser reciclados al 100%", aclara. Esta compañía, cuya planta está en Molina de Segura (Murcia), compra directamente el cartón a distintos fabricantes nacionales e internacionales. Diseña y comercializa muebles con 25 tipos de cartón en función de las características y uso: ondulado, nido de abeja, alveolar, compacto... Todos cuentan con un certificado forestal que garantiza que son fabricados a partir de plantaciones gestionadas de forma responsable.

Lo que muchos consumidores se preguntan cuando se enfrentan a una silla o una cama de cartón siempre es la misma. ¿Aguantará? Dicen que la fibra virgen y el uso de fuertes papeles kraft proporcionan la estabilidad y resistencia necesarias. "Soportan 100 veces su propio peso. Una silla de tres kilos aguanta hasta 300 kilos", indica Bautista. Si hay un segmento donde gana peso la fabricación sostenible y artesanal es en el mercado del mobiliario infantil. La firma Xo-inmyroom se gestó en 2012 en Barcelona. "La idea surgió con el nacimiento de nuestro último bebé y así hicimos nuestra primera cuna, llamada Theo. No podemos evitar enamorarnos de productos hechos a mano, bien diseñados con materiales de



calidad y producidos localmente con respeto por el medio ambiente", señala Carina Hemmings, fundadora de la marca junto a su marido, Juan Carlos Ponsa, que diseña las piezas. Al principio usaban tabloncillos de madera antigua que recuperaban y ensamblaban en la carpintería. "Ahora utilizamos tabloncillos de madera procedente de bosques con certificado FSC. Vienen de Austria y son libres de emisiones (no tienen compuestos volátiles contaminantes como el MDF o la madera contrachapada, tan utilizada en mobiliario infantil)", indica Hemmings.

Códigos
LENCERIA

TIENE para ti: **LENCERÍA**
BRALETTES
MEDIAS
coordinados
mallas

CORSETERÍA

Códigos
LENCERIA

AV. HIDALGO #1 ENTRE PLAZA DE LA CONSTITUCIÓN
CALLE EL ROSARIO, AMECAMECA, ESTADO DE MÉXICO.



compramos por COLORES

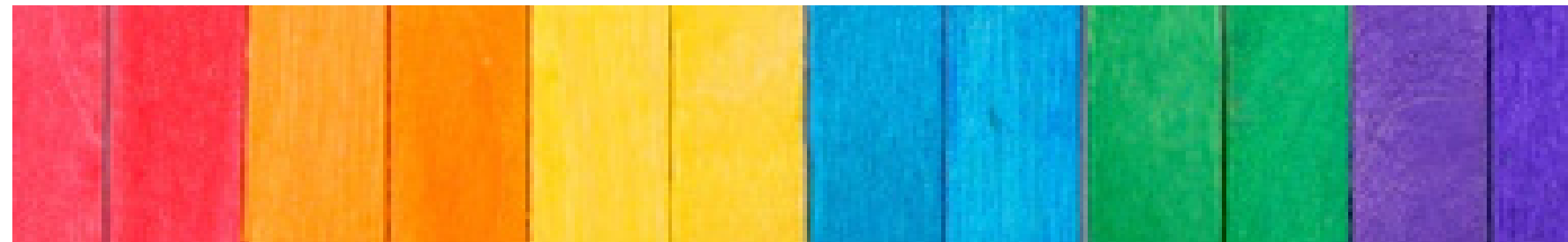
De cómo el color del diseño de los envases nos influye a la hora de llenar el carrito de la compra, porque todos los colores nos transmiten emociones; diferentes, pero emociones al final y al cabo.



No es casualidad que los envases de los alimentos o bebidas que compramos obedezcan siempre a las mismas gamas cromáticas. Y es que según la tonalidad con la que se nos presente un producto sentiremos o no el estímulo de comprarlo, porque el color comunica como lo hacen la tipografía o las formas, y en diseño, en el buen diseño, cada aspecto visual responde a una decisión tomada según su uso (form follows function) o su objetivo. Y es que uno de los propósitos de los envases es que las marcas fidelicen con ellos, se diferencien las unas de las otras y transmitan unos determinados valores.

Gracias a la psicología del color en el branding o en retail se consigue que un determinado artículo nos dispare el resorte de escogerlo o que estemos más a gusto en un espacio comercial más luminoso y con colores en el ambiente que transmitan calma (no hay más que comparar unos supermercados con otros). Como un impulso emocional, el color influye en los compradores. Compramos y comemos por colores, relacionamos color y sensaciones en una especie de sinestesia en la que diferentes sentidos interfieren para hacernos creer que un producto verde es más fresco o que algo rojo será de más calidad. Y en cuanto el marketing se dió cuenta de ese poder puso la maquinaria del diseño a trabajar en ello. Hay un nivel obvio en el que diferenciamos colores cálidos de fríos, igual que los paquetes de pasta son rojos o las bolsas de hielo son azules. De hecho, el rojo es el color líder en casi cualquier sector, como los refrescos o las cadenas de comida rápida, es fortaleza y es emoción, es la alfombra roja o un descapotable rojo. Pero también tenemos quien rehúye de esos valores para acercarse a otro dentro de una estrategia de re-

fecta por fuera e insípida por dentro, pero parece no importarnos la gran mentira de meterla en la cesta. Y es que ocultar lo negativo afecta positivamente, hasta el punto de que creemos que el color influirá en el sabor. El verde es naturaleza, es fresca para las verduras y ecología para cualquier producto que se pose en la estantería del supermercado, toda una apuesta segura que da lozanía a los congelados o sabores cítricos a los refrescos. El amarillo es el favorito para dirigirse a los niños (no hay más que fijarse en que es el color predominante en los personajes infantiles), y el rosa, antes destinado exclusivamente al mundo femenino para que fuese evitado por el radar del hombre, se ha trasvasado a los productos light en un acto de micromachismo cromático. Las marcas blancas ya no son blancas, y el elegante color negro es residual en el supermercado



posicionamiento de una empresa, como el caso de McDonald's y su reciente viraje del rojo al verde dentro de una campaña de comunicación en la que ensalzan sus valores medioambientales. El cromatismo azul es tecnología y es saneamiento, de ahí que sea el color estrella para productos de higiene. Y lo era también en limpieza hasta la irrupción del naranja como símil de potencia, una apropiación del lenguaje industrial de los productos más fuertes y agresivos, al igual que el lineal de los alimentos funcionales se adueñó del imaginario farmacéutico (botellitas monodosis, colores neutros, y asépticos...) para que el consumidor los relacione en su subconsciente con propiedades medicinales sin nombrarlas.

También hay casos a la inversa, en los que un color queda asociado a un sabor, y ahí estamos la generación de los ochenta para recordar los Sugus azules o el helado Tiburón, donde la industria decidió, por descarte, que el color de ese sucedáneo de la piña sería el azul. La fruta o la verdura es más per-

donde la alimentación prefiere colores vivos para incitarnos a la compra e influirnos en nuestra decisión más espontánea. Sabemos de diseño y de psicología del color más de lo que creemos, y ahí está nuestro subconsciente para demostrarse con datos a las compañías. Un material para un envase o su color influirá en cómo lo recibimos y lo percibimos como consumidores potenciales. Subliminal o no, sin duda es algo estudiado y las marcas se sirven del diseño como arma en sus estrategias de venta.

El packaging y sus secretos



La manera como presentamos nuestros productos dice tanto como los productos en sí mismos. Por ello, es fundamental tener en cuenta los principios del packaging, que no es otra cosa que la técnica que combina el arte, la tecnología y la ciencia para proteger los insumos de cara a su almacenaje, venta o distribución.

El diseño de packaging es la conexión de forma, estructura, materiales, color, imágenes, tipografía e información regulatoria subordinada al diseño de los elementos que hacen del producto algo adecuado para el marketing. El objetivo principal es crear un vehículo que sirva para contener, proteger, transportar, identificar y distinguir un producto en el mercado.

La publicidad influye claramente en las preferencias de los consumidores. Sin embargo, hay un momento del proceso de compraventa en el que deja de tener la influencia que tradicionalmente se le atribuye: cuando el cliente está delante del producto y se deja llevar (o no) por su presentación en los puntos de venta. Es en este momento cuando entra en juego el packaging, una palabra que traducida al castellano se refiere más o menos al embalaje de los productos que están listos para ser distribuidos o puestos en los puntos de comercialización. Un buen packaging es un valor añadido para cualquier marca, pues puede determinar el éxito de un producto en el mercado.

Si su presentación es atractiva y genera interés, difícilmente pasará desapercibido y los beneficios económicos se vendrán por sí solos. Además de ser un vehículo directo para el aumento de ventas, el packaging tiene otros objetivos como la protección de los artículos en las fases de transporte o distribución, especialmente si éstos hacen largos recorridos o si su composición es frágil. Cuando se complementa con una labor de etiquetado, el packaging sirve para brindar información útil sobre la seguridad de los artículos y el manejo de los mismos a la hora de llegar a manos de sus destinatarios finales.

Todo lo anterior puede servirnos de referencia para analizar las distintas tendencias de packaging que existen en la actualidad, entre las cuales se destacan algunas como:

1. Envases que evoquen emociones, experiencias de vida o que apelen a los sentidos. Es decir, alimentar la idea de que el solo contacto del cliente con el producto ya sea una experiencia singular en sí misma.

ACEITE ARAGEM
Realizado por la
Cooperativa Agrícola
de Cambrils
(Tarragona)



2. Envases ecológicos o que contribuyan al cuidado del medioambiente, uno de los asuntos que más valoran los consumidores en la actualidad y que influye en las elecciones comerciales de muchos de ellos.

3. Envases ergonómicos que transmitan dinamismo, agilidad, innovación e ideas frescas, sobre todo si el producto está orientado a consumidores jóvenes.

4. Envases que pueden evocar tiempos pasados o que traten de emular diseños, colores, sabores y otras características de productos de otras épocas. En ciertos nichos de mercado, hay un cierto placer por adquirir productos inspirados en tendencias que tuvieron lugar mucho antes.

5. Envases que son más estacionales y limitados, por ejemplo los de aquellos productos cuya vigencia es corta y sólo circulan en el mercado durante meses o semanas, como pueden ser los after-sun •





Packaging como forma de

MARKETING

El packaging (o embalaje) es la ciencia de protección de los productos para el almacenaje, distribución, empleo y su venta. En el área del mercado y comercialización, el packaging surge en dos vertientes: Primero: El diseño que lo envuelve para ponerlo en el aparador de una tienda, que es donde se establece

una comunicación directa con el consumidor. Segundo: El embalaje que lo protege en cantidades para ser transportado vía terrestre, marítima o aérea, hacia el sitio de venta final (o el sitio de envío en caso que haya sido comprado online). En general sea la primera o segunda vertiente, lo importante del packaging es que protege, salvaguarda, transporta, informa sobre el contenido y al final de cuentas, vende el producto. El embalaje es fundamental a la hora de vender un producto, y es una forma básica de hacer marketing, con este podrás seducir los clientes potenciales, y que terminen de decidirse a comprarlo a la vez que puedes obtener fidelidad. A su vez, este puede diferenciar una marca de otra, dado que al contener nombre, logo y hasta los esquemas de colores de una empresa, es más fácil identificarlos. Lo importante es buscar un punto medio entre llamar la atención al cliente y ser lo suficiente innovador para presentar unobjeto original, interesante y conveniente. Incluso llamando la parte emotiva y las experiencias de los consumidores, todo esto sin dejar de otorgarle una personalidad propia al producto final. Con respecto a los embalajes en masa para proteger el producto de daños, la tendencia es utilizar aquellos que resguarden la mercancía y a su vez sean respetuosos con el medio ambiente, como sería el packaging de madera. Es fácil conseguir embalajes de madera, y entender por qué es uno de los métodos más elegidos, ya que ese material salvaguarda frente a los golpes, deterioros por climatología, y los que podrían ocasionarse durante el transporte y el almacenaje de los productos.

De igual forma, el embalaje de madera, ya sea en la presentación de caja de madera general, grande o pequeña, jaulas de madera o cajas mixtas de cartón de alta resistencia, pueden ser personalizados de acuerdo a la necesidad del cliente y del producto, facilitándosele con ello un adecuado proyecto de marketing tanto en el paquete de envío como con el embalaje que cubre el producto final.

FRESHNESS HAS A NAME



Jealousy



The new Audi A7 Sportback quattro®

It's easy to be mesmerized by the new Audi A7 Sportback. Its combination of innovation, design and raw power has thrilled both critics and car enthusiasts. With advanced driver assistance systems, permanent all-wheel drive and supreme comfort, your attention towards your surroundings will quickly drop to a minimum.

Drestofforbruk 0,60 - 0,82 l/mil ved blandet kjøring. CO₂utslipp 158 - 190 g/km.

UN RELOJ NACIDO DEL ENCUENTRO ENTRE
BELLEZA, PERDURABILIDAD Y VALOR

SÓLO PUEDE SER ROLEX



Rolex es más que un reloj, es una inversión. Es pasión por la perfección, elegancia eterna. Todo ello unido a un meticuloso proceso de fabricación que hace del valor de un Rolex algo tan inalterable como el propio reloj. Una obra maestra concebida para perdurar. Para más información visite ROLEX.COM o llámenos al 900 41 43 45.

