



h n c r p

e c

c

itopus
itopus
itopus

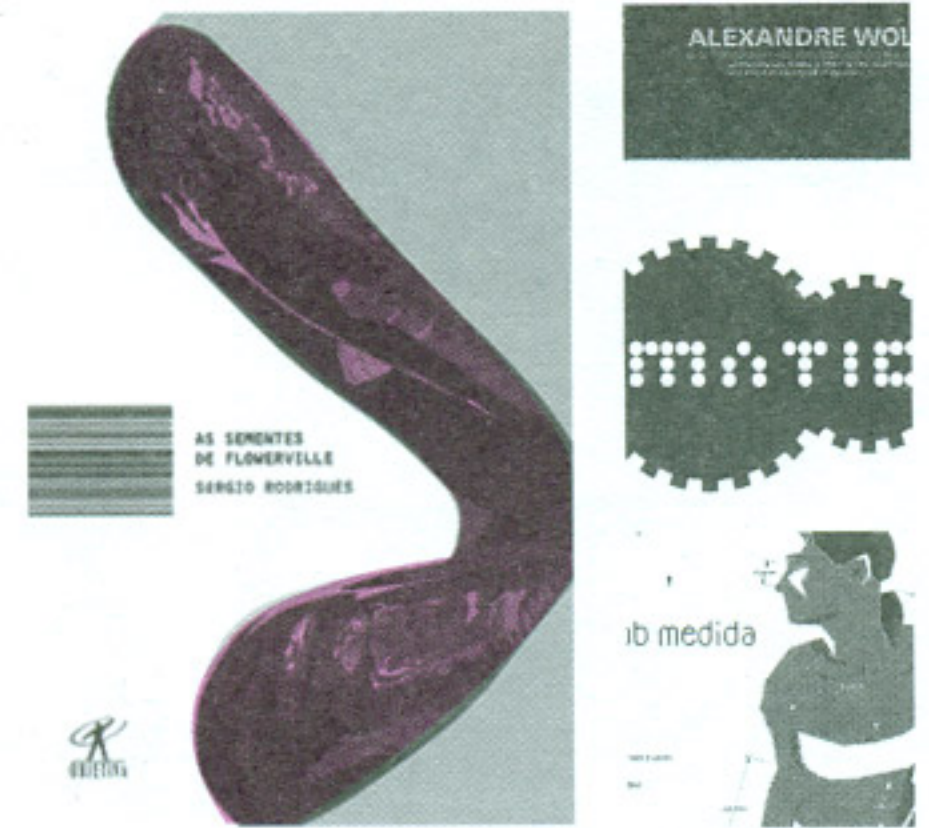


ística

não olhe agora

Viridiana González
Diseño de la Comunicación Gráfica

Una gran cantidad de elementos establecen la relación del diseño y la cultura, es inevitable que un diseñador no se percate de la necesidad de entablar una relación de multiplicidad en los procesos de diseño; en esos momentos de conceptualización y desarrollo de una imagen o producto debemos considerar que esto hará que nuestros diseños tengan un objetivo concreto y deje de ser sólo una imagen para convertirse en el significado de lo que representa.



SEMI-DIÁRIO DE BORDO BORGIA

Nome: Inezma

ESCOLHA UM TIPO DE CÉ



No es fácil representar y mucho menos cuando procuramos integrar todos los elementos culturales, la imagen se constituye de la cultura; sin embargo la marca retoma sólo aquellos aspectos que son pertinentes para dirigirnos a un público particular, en un contexto específico y con un objetivo propio que hace a todos los proyectos diferentes. Además nos deja ver que la gama de definiciones para la palabra diseño se aplica en su significado más extenso. *Tecnopop* propone descubrir la cultura representada en el diseño, vista como la integración de todos los elementos que conforman nuestro ambiente, lugar y tiempo estos fueron algunos de los tópicos tratados; posible observarlo en el seminario de *Cultura y branding*, dictado por André Stolarski, director del despacho de diseño radicado en Río de Janeiro y Sao Paulo, Brasil, *Tecnopop*, el pasado mes de octubre en la UAM-X. Durante dos tardes se analizó el diseño como cultura en Brasil y en un despliegue de imágenes pudimos ver el resultado del diseño visto como un todo integrador de partes, con soluciones actuales y rebasando los límites de la gráfica, logrando proponer nuevas actitudes en los prestadores de servicios y consumidores, con la ayuda del buen uso de los significados. El otro concepto estudiado en el seminario fue *branding* (marca) y para ubicarnos en el contexto fue necesario analizar la transformación del diseño hasta llegar a lo que hoy conocemos como *brand strategies*. El concepto de cultura fue retomado de manera formal para establecer su relación con el contexto y mostrar el papel que desempeña una marca.

Aunado al seminario se presentó la exposición *Tecnopop* descubra que reunió algunos de los trabajos realizados por *Tecnopop* en los últimos años. en la muestra se presentaron aspectos del desarrollo de los procesos de cada proyecto. *Tecnopop* mostró diseño de muy buen nivel que en apariencia logra resolver la comunicación de las partes involucradas. Es grato contar con conferencistas y muestras de este tipo en la universidad pues enriquecen la cultura social a través de la gráfica.