



EASD Antonio Failde 2010



Índice

Editorial

5

Máis e máis Deseño. Marta Villoslada

6

Deseño Gráfico

Basic Process. Rogelio Fernández

8

Curso Básico. Marta Fernández

9

The Coffee House. Cristina Fernández

10

Repoker. Diego González

11

Exprima. Rogelio Fernández

12

The Scissors, Paperart. Cristina Fernández

13

Nic endo. Pablo González

14

Do it Yourself. Diego González

15

Emozak. Daniel Vila

16

Santa Theodora Hoteles. Cosme Fernández

18

Design na terra da felicidade. Marcus Vinícius de Souza

20

Deseño de Interiores

Biblioteca da "Finca solita". Paula Gómez

24

Escola infantil "Pequeñitos". Verónica Conde

30

Deseño Gráfico e Arquitectura. Manuel Seoane

36

Ebanistería

Na procura dunha ebanistería culta. Francisco Javier Rodríguez

40

A Mancha Cega. Miguel Mantilla

42

Fotografía

Foto Artística

44

Unha décima de segundo. Juan Adrio

46

Escanografías. Manuel Iglesias

48

Fotomontaxes

50

Cine e fotografía, festival de imaxe

52

Foto Publicitaria

54

No Grande Azul. Jose Romay

59

Ilustración

Rodrigo Chao

64

Caderno de viaxe. Javier Ramírez

69

A forma e a mensaxe. Elena Iglesias

74

Volume

Tipografía creativa. Ofelia Cardo

76

Multiculturalidade e interacción de programas

82

Outros anuarios

84

Creo

Anuario da Escola de Arte e Superior de Deseño Antonio Failde.
Ano 2010

Dirección e coordinación

Xosé Manuel González

Consello de Redacción

Manuel Seoane, Luis Carreira, Marta Villoslada, Elena Iglesias,
Cesar Taboada, Juan Adrio, Ofelia Cardo

Deseño gráfico e maquetación

Marta Fernández

Colaboradores

Alumnado; Alejandra Abalde, Noemí Álvarez, Pablo Araújo,
Verónica Conde, Natalia De Evan, Cosme Fernández, Cristina Fernández,
Marta Fernández, Rogelio Fernández, Zulima Fernández,
Manuel de la Fuente, Ángela Gesteira, Paula Gómez, Diego González,
Pablo González, Ignacio Hernández, Manuel Iglesias, Ángela López,
Gabriel Martínez, Román Novoa, Javier Ramírez, Marco Riabo,
Dorinda Rodríguez, Olalla Rodríguez, Silvia Rodríguez, Tamara Romero,
Katia Rúa, Esmeralda Sánchez, Daniel Vila
Profesorado; Juan Adrio, Ofelia Cardo, Elena Iglesias, Miguel Mantilla,
Francisco Javier Rodríguez, Manuel Seoane, César Taboada, Marta Villoslada,
Extra: Jose Romay, Rodrigo Chao, Marcus Vinícius de Souza

Edita

Escola de Arte e Superior de Deseño Antonio Failde
Avda da Universidade 18
A Cuña – Mariñamansa
32005 Ourense

Imprime

Gráficas Rodi.

ISBN: 978-84-693-4043-1

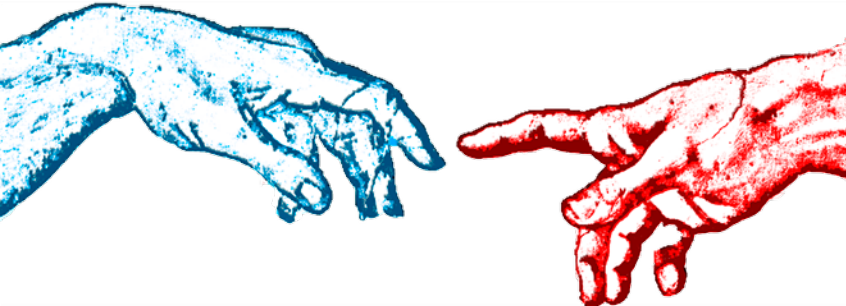
Depósito Legal:

Copyright 2010 dos autores
Os textos asinados son da responsabilidade dos autores, non se
identificando, necesariamente, a revista con os respectivos puntos de vista.
Prohibida a reprodución total ou parcial dos contidos da revista por
calquera medio sen a autorización expresa e por escrito dos autores.
Publicación subvencionada pola Dirección Xeral de Política Lingüística.
Consellería de Educación e ordenación Universitaria. Xunta de Galicia.



XUNTA DE GALICIA
CONSELLERÍA DE EDUCACIÓN
E ORDENACIÓN UNIVERSITARIA
Secretaría Xeral de Política Lingüística

EASD Escola de Arte
e Superior de Deseño
de Ourense



Creo

Manuel Seoane

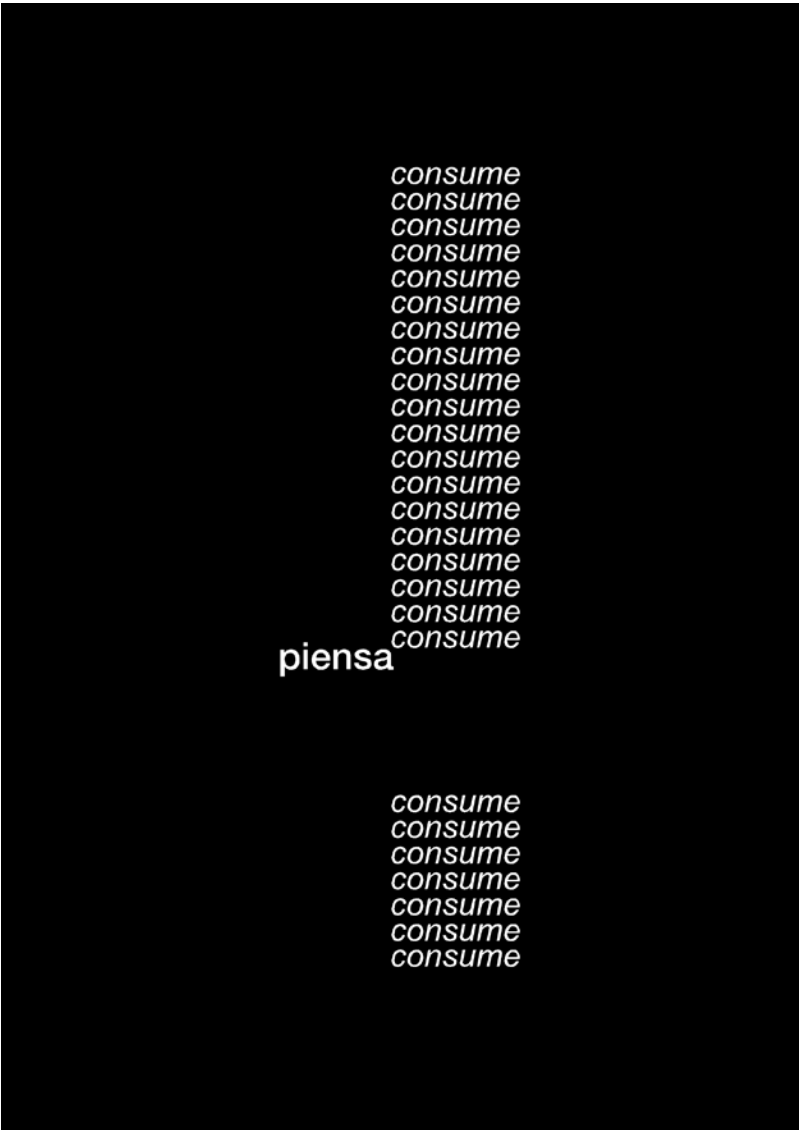
O trasno das palabras enreda con este presente polisémico facendo confluír o máis divino e o máis humano. A acción de crear exclusiva dos deuses, e a acción de crer, inherente aos homes para facer posible á propia divinidad. Levamos tempo dende a Escola "Antón Failde" tentando darlle a extensión máis común a estes termos: formar xoves creativos no senso máis habitual do término dentro do deseño; e formar persoas que crean con firmeza no que están facendo. E dariámonos por ben pagados se os nosos alumnos acadaran estas dúas metas. Coa mira nestes obxectivos aparece este número dous do Anuario da Escola Antón Failde, case coma unha necesidade logo da boa acollida da primeira entrega. Entrecollendo os acertos daquel ilusionante primeiro paso e coa seguridade que permite afrontar os novos retos apoiándose no rigor. Un pequeno esforzo colectivo que debe servir para que os novos creadores sintan esa íntima satisfacción que da ver publicados as súas "óperas primas", pero tamén como acicate para que os formadores busquen folgos e vagar para estruturar eses traballos e reflexións que andan bulindo sen acabar de saír. A vocación continúa sendo tamén a de abrirse a outras inqedanzas exteriores á escola con interese no campo artístico e do deseño que nos é propio. Ten asemade o anuario o valor dun exercicio pedagóxico dos alumnos da especialidade de Deseño Gráfico, e o pequeno agasallo que supón para o autor, velo feito realidade. Agradecemento especial polo tanto a todo o equipo pedagóxico vinculado á especialidade que corre co traballo. Este tipo de iniciativas fan que todo o colectivo escolar nos sintamos algo máis vivos, e que nos vexamos valentes para afrontar ilusionados o reto dos cambios que nos agardan á volta da esquina, coas novas titulacións de Grao en Deseño. O mundo da creación artística precisa ao mesmo tempo desa dose de inconformismo e de aventura inventiva, pero tamén da estabilidade que supón o ter unha meta fixa cara a que dirixirse; e para elo o contar cun marco educativo axeitado é tan imprescindible coma unhas instalacións adecuadas, e un profesorado ben formado e implicado. Para ter un futuro próspero, precisamos un presente no que o ensino público faga o esforzo necesario en tódolos eidos, e neste do deseño tamén.

Máis e máis deseño

Marta Villoslada. Profesora de Deseño Gráfico

→ Vivimos rodeados de mensaxes visuais, atacados por centos, ou miles, de impactos publicitarios diarios, especialmente os que habitamos en cidades, e cos novos medios (internet, móbil, etc.) en practicamente calquera sitio. As grandes axencias publicitarias teñen unha única misión: facer que a xente pense de determinada maneira sobre unha cousa, para convencelos, para que adquiran un produto e se fidelicen á marca. Non deixo de pensar nestes novos contratos de permanencia, unha das estratexias xa habituais de mercadotecnia. Co que nos custaba ser fiel a unha idea ou a unha persoa, que levaba todo un reto de honestidade e sacrificio, e unha vez que xa criamos que nos liberamos das ataduras da moral cristiá, coa súa peculiar recompensa espiritual, vémonos mergullados en toda unha dinámica socio-económica onde a fidelidade, a entrega ás marcas e aos seus produtos asfixianos e toléanos. Teño xa tres contratos de permanencia, e aínda por enriba o outro día párome en Sevilla Este a tomar unha caña, e ao pagar danme unha tarxeta de fidelización do mencionado "bareto" para que consuma máis e o faga con eles: esa noite non durmin ben. Queremos máis e máis, e iso prodúcenos insatisfacción. Cando conseguimos comprar ese produto co que nos fixeron soñar seguimos arrepentíndonos da nosa decisión -quizais equivoqueime entre a inmensa oferta de eleccións que teño- e iso angústianos. Se se cubriu a miña necesidade de consumir, esquézoa e xa penso na seguinte. Por fin conseguín o último portátil mac, e agora desexo xa non só o iphone, senón que dubido entre a utilidade deste ou a eficacia do ipad. E que me dis de toda a "super oferta" de moda efémera que saíu esta tempada e non me atrevo nin a decidirme por unha camiseta, e ademáis este verán debería irme ao estranxeiro, xa estiven o ano pasado en Berlín pero creo que hai un "pack oferta" a Istambul (o outro día saía unha reportaxe moi interesante na tele sobre esta cidade) e teño que ir, non mo podo perder. A partir dun elevado nivel de información visual o noso sistema de percepción debilita as posibilidades de procesar estes datos percibidos, cun efecto de saturación, por iso aparece a sensación de tristeza ou nostalgia ante a incapacidade de poder elixir entre a gran oferta que se nos presenta. Porque xa sabemos que elixir ou decidir é sinónimo de liberdade (ou así nolo fixeron crer) e se nos equivocamos nas nosas decisións ou nos arrepentimos delas deprimímonos. Na rúa, no noso traballo, na casa, a información recibida, é dicir o bombardeo de mensaxes visuais, esgótanos, e quizais ter máis non é sinónimo de vivir mellor ou ser máis feliz (sabendo que a felicidade é un estado pasaxeiro).

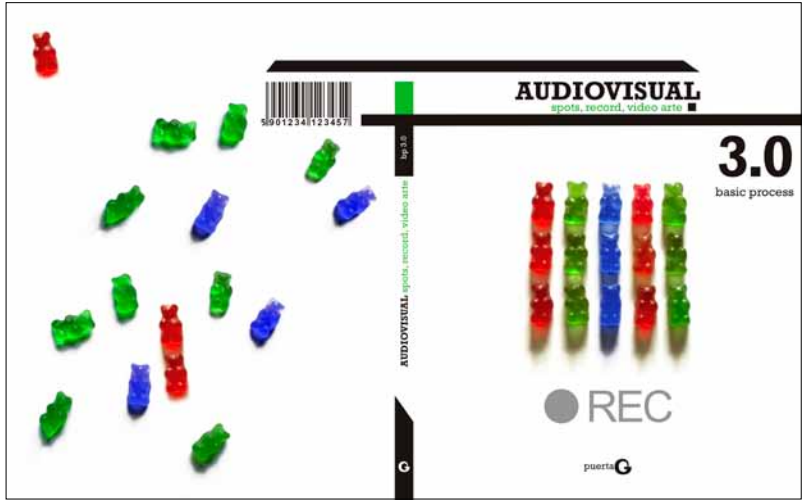
Por iso, como profesionais do deseño ou educadores, somos responsables dunha parte importante deste fenómeno, da consecuencia da nosa produción e o seu impacto no mundo. Xa non só se trata de deseñar con cabeza e afastarse daquelas corporacións que desexan que mintas por elas, como dicía Tibor Kalman, senón de pararse, pensar e ensinar xustamente isto: pensar. A contaminación visual rodéanos, presionándonos na nosa contorna; valos publicitarios, carteis, mupis, marquesiñas, anuncios, coches rotulados, rótulos de comercios e locais, sinais, escaparates "chic" e outros con ofertas e rebaixas "outlet", mobiliario público (con e sen símbolos), máquinas de tabaco con publicidade, pantallas de plasma en estacións, aeroportos ou paradas de metro, mesmo xa nos taxis, rotondas e sitios de encontro con grandes pantallas anunciadoras ao Blade Runner (xa nolo advertía Orwell no seu libro 1984), pousavaso e mantelziños con ofertas, folletos e flyers de todo tipo, panfletos de academias de deseño horriblemente deseñadas, mailings que o computador non recoñece como spam, publicidade disfrazada de opinión independente no Facebook, ou compañías de teléfonos que nos mandan sms e chámannos de maneira continua e insistente como nunca o faría a nosa nai. E entre todo isto, milleiros de exemplos mal deseñados, sen sentido, sen terse parado un momento a pensar. No medio de toda esta densidade de estímulos visuais destacan propostas serenas, para comunicar e persuadir cunha austera sinxeleza, unha corrente actual no deseño, A nova simplicidade, como explica Raquel Pelta no seu libro Diseñar hoy, e sobre a que xa teorizara John Maeda no seu libro As leis da simplicidade ("A simplicidade consiste en substraer o que é obvio e engadir o específico"). Unha tendencia que non desexa contaminar a nosa contorna visual, e que ante esa saturación visual con mensaxes posmodernas tamén saturadas, reacciona procurando ser sobrio, afable, sereno, cun bon deseño tanto a nivel comunicativo como funcional, que quizá destaque entre a voráxine de estímulos recibidos xustamente pola súa sinxeleza, coherencia e ton. Unha coherencia do traballo deseñado e de todo o seu proceso, desde a súa xestación até a súa implantación, desde unha marca até unha campaña de publicidade, ou o deseño dun parque, ou dunha praza e o seu mobiliario, non é ás veces o mellor deseño o que usamos e non percibimos? Unha actitude que sempre leva consigo unha responsabilidade do deseñador co seu encargo, con el mesmo e co mundo que o rodea: "Os deseñadores que dedican os seus esforzos ante todo á publicidade, á mercadotecnia e ao desenvolvemento da marca, están implicitamente apoiando un ambiente mental tan saturado con mensaxes comerciais que está a cambiar por completo o modo en que os cida-



▲ Bonitacamiseta.com (2001-2007)

dáns-consumidores fan, pensan, senten, responden e interactúan." (First things first manifesto 2000, revista Eye, nº 33, 1999). Porque de non ser así chegará un momento no que non podamos convivir. Estes aspectos pódense concretar nunha corrente actual en deseño gráfico, tamén aplicada en interiorismo, moda e outras disciplinas, -diferenciada do minimalismo na ausencia dun estilo uniforme e na súa racionalidade pura- que se podería denominar o Non design, sobre a que Peter Bil'ak apuntou algunhas ideas e que se desenvolveu principalmente en Holanda. Relacionada con esta Nova simplicidade, que tras o boom do deseño por computador e os seus manierismos e barroquismos, imponse como un "non excederse no deseño", e volver atopar a funcionalidade da comunicación que se chegou a perder nun mundo no que xa só se apreciaba un deseño "decorativo". Trátase de volver á esencia do deseño e expresala dunha maneira máis simple, incluso decidindo non deseñar, en contraposición a mensaxes complicadas que non din nada á marxe do virtuosismo do deseñador, e así sentar as bases para comezar a traballar. Podemos falar dun traballo baseado no espazo en branco nas seccións intermedias dun traballo editorial de Karel Martens, para que o lector se relaxe entre artigo e artigo, ou a decisión dun estudo de interiorismo que plantexado unha nova cafetería que fora carnicería, deciden non intervir e deixala tal como era, mesmo mantendo o nome da carnicería (local que obtivo gran éxito). John Thackara fala de "deseño consciente", unha maneira de deseñar e de vivir sustentado na idea de que a ética e a responsabilidade son factores imprescindibles, e que non impiden nin a innovación nin o desenvolvemento tecnolóxico que necesita a nosa sociedade hoxe en día, como argumenta Raquel Pelta no seu blog designthinks.blogspot.com. Este autor considera que moitas das problemáticas do mundo actual veñen dadas por malas decisións ou solucións de deseño. E como expresaba Marcelo Leslabay, nunha das conferencias de MOTIVA (en 2004), "si non tes nada que dicir, mellor non digas nada, xa hai demasiado ruído". Esta parte que trata da responsabilidade do deseño xa está exposta e existe un debate respecto diso. Como xa sinalamos, algúns teóricos dedicaron moitas páxinas a explicalo, unha tarefa que desde aquí agradecemos enormemente. Pero ¿que pasa coa ansiedade que nos producen os "contratos de permanencia"?, ¿de que maneira podemos librarnos das súas garras e poder conciliar o soño?, ¿debería existir, e sobre todo, interesa unha corrente de responsabilidade ética tamén no mundo da mercadotecnia que tanto marca os problemas de comunicación e os obxectivos das empresas e institucións? Quizais co "pack oferta" a Istambul, este verán vexa as cousas doutra maneira.

Deseño Editorial



Colección "Basic Process"

Rogelio Fernández

Na actualidade calquera que teña un pequeno interese no campo do deseño gráfico pode crear un produto editorial de resultado mediocre. No día a día podemos ver exemplos neste sentido. Conseguir un bon resultado é mais complicado, xa que esixe ser coñecedor de varias disciplinas, que no meu caso aínda estou aprendendo, como é o aspecto tipográfico, visual, comprender tanto ao autor como ao lector etc. Tendo todo isto en conta, creouse a editorial "Porta G", que lanza ao mercado a súa colección "Basic Process", que consta de cinco tomos, cada un deles especializado nun ámbito do deseño gráfico: Interactivo (web, móbil, animación 3D), Corporativo (naming, logos, papelería), Audiovisual (anuncios, record, vídeo arte), Editorial (medio impreso, medio dixital) e Packaging (envase, identidade, 360°). Ofrecendo información dos máis reputados artistas e os seus proxectos dentro destes campos, así como introdución ás principais técnicas a utilizar. O conxunto da colección reflicte limpeza, frescura e harmonía. En cada volume a fotografía e o elemento vectorial danse a man, en función das alegorías a representar. É un proxecto global que se resolve a catro tintas máis un pantone característico de cada tomo. Buscou o impacto visual, para provocar un estímulo no cliente; xa que xogamos nun mercado cunha gran variedade e diversidade do produto, no que é preciso posicionar a colección. Este proxecto servíume de gran axuda para observar o grao de implicación por parte do deseñador no produto final, fóra da intervención do autor.

Colección "Curso Básico"

Marta Fernández



O proxecto que desenvolvín é motivo dun encargo realizado por unha suposta nova empresa que edita libros exclusivamente no campo das artes musicais, co fin de darse a coñecer e tirar unha primeira colección de cinco libros de introdución a determinados instrumentos. A unidade económica pide ademais un nome que a identifique, neste caso por un proceso de búsqueda seleccionase "enclave", por estar relacionado coas figuras musicais que nos proporcionan información no pentagrama, así como uns elementos identificadores. Un dos obxetivos deste proxecto é tentar conectar co lector dun primeiro vistazo a través do emprego de formas tipográficas simples na capa, que se interpretan polo receptor como se dun instrumento se tratase, así como co uso dun formato cadrado que lembra ó packaging dun CD ou mesmo dun vinilo, elementos relacionados coa música. Preténdese tamén chamar a atención do público saíndo das capas tradicionais de ditos libros, que acostuman a levar ilustracións pictóricas ou mesmo fotos de xente tocando o instrumento en cuestión, mostrándose moitas veces saturadas de elementos. Búscase ante todo pois resaltar produto entre os demás títulos da competencia que se sitúan nas mesmas estanterías.

Packaging



The Coffee house

Cristina Fernández

Este proxecto foi concebido para reformar o xénero da venta de cafés. Normalmente o café véndese nas grandes superficies cun deseño e un target moi implantado no mercado. A idea era facer algo un tanto distinto, destinalo a un público máis xove ao que o deseño lle importe. Pretende plantexarse coma un obxecto máis de regalo, en packs e individualmente, para que se poida mercar nas grandes superficies.

A linguaxe que se emprega adáptase a proposta, urbana e xuvenil, con iconos que se adaptan ao concepto. Para o natural, unha folla, para a mezcla un vinilo e para o descafeinado unha z que fai referencia ao soño. Reforzase a mensaxe cunha frase popular que axude a reforzar a idea principal, buscando a coherencia e cohesión do conxunto.



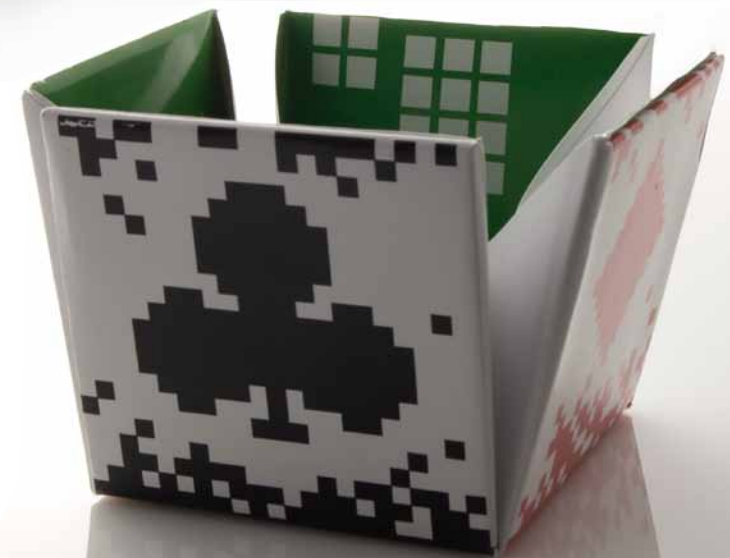
Repoker

Diego González

Este set de póker consta de todo o necesario para que de 2 a 6 xogadores disfruten do xogo Texas Hold-em.

Os aspectos máis destacables do produto son a súa facilidade de transporte (debido ó seu reducido tamaño unha vez plegado) e a súa sensibilidade co medio ambiente (xa que está integramente fabricado con cartón e papel e é posible reciclalo soamente con depositalo no contedor azul).

Por estas características sería un produto de usar e tirar perfecto para reunións de amigos en calquera lugar.



exprima

®



Exprima

Rogelio Fernández

A empresa nace como resposta a unhas pautas preestablecidas, para a creación dunha marca de zumes. Aparece no mercado nun momento de crise, coa idea de deixar un bo sabor de boca en todo aquel que se interese. É unha empresa nova, cun aspecto moderno e limpo unido ás máis tradicionais maneiras da obtención da froita. Reflicte a calidade do zume 100% espremido de sempre con as variedades de mazá, laranxa, piña&uva e plátano.

Para o desenvolvemento do produto houbó, que partir desde a base para que o resultado sexa unha marca global que reuna todas as virtudes e valores da empresa. Pasando primeiro polo naming, que nace da suma da materia prima da que se obtén o produto, máis a forma de obtelo. O deseño do envase para os catro tipos de zume, baséase na construción tipográfica coa idea de crear limpeza e frescor unido á fácil e rápida identificación á hora da adquisición por parte do cliente máis outros pequenos elementos que axudan á comprensión da marca e a súa ideoloxía. Tentouse buscar unha harmonía cromática, clara e simple; resolvendo o conxunto a catro tintas que representan cada tipo de zume. Para potenciar aínda máis este aspecto recorreuse ao modelo de packaging estandar Tetra Prisma de Aseptic, que permite novas formas de deseño e acabado, dando simplicidade e estilo ao conxunto do produto.



The Scissors, Paperart

Cristina Fernández

O proxecto consistía e desenvolver un packaging discográfico de un grupo emergente chamado The Scissors. A idea era que todo o conxunto fose significativo que todas as partes formase parte dun conxunto no que cada peza se conectaba coas demais dun xeito inmediato. O cd chamouse paperart(papiroflexia ou arte en papel) e pretendía facer alusión ao concepto de traballo manual, do cd como obra de arte, froito dos esforzos do grupo.

Así plantexouse o packaging coma un propio exercicio de papiroflexia, que se desplega como tal e no que o libreto se plega dun xeito que lebra a esta arte, e que totalmente desplegado lembra a unha paxariña de papel.



Redeseño do CD "nic endo"

Pablo González

A hora de mercar un produto musical, xa sexa, un cd, un vinilo ou para os nostálxicos un cassette, o primeiro sentido que poñemos en alerta como consumidores é a vista, a parte do gusto musical de cada un.

Tendo en conta a situación do mercado musical, onde as novas tecnoloxías e a piratería deixan nun segundo plano ós artigos orixinais, temos a necesidade de realizar un produto acorde cos tempos e capaz de competir e abrirse camiño neste ámbito tan cheo de travas. Por isto presentamos un digipack sensible á vista e ó tacto que o converte nunha peza única e case de coleccionista. Sen deixar atrás aspectos como a súa funcionalidade e facilidade de almacenamento.

A forma básica do logotipo está directamente relacionada coas tipografías iniciais do mundo dixital reforzado na letra "O" cun símbolo que recorda ós dispositivos de almacenamento como disquetes ou tarxetas SD. Dito símbolo reflexarase na morfoloxía do embalaxe que alberga a información dixital. Así mesmo esta información dixital provén directamente da mente do artista, por esta razón o interior do digipack contén unha serie de ilustracións que recordan a un entramado de neuronas. Podendo así facer unha comparativa; cabeza-caixa, idea-información dixital.

Todo este deseño está creado baixo un concepto minimalista que pretende contrastar co tipo de música do autor.

Do it Yourself

Diego González

Diseño de packaging discográfico para un recopilatorio de música alternativa. Incluye pegatinas para que cada uno pueda personalizar la portada a su gusto. Tiene una estética alternativa, con ilustraciones y texto hechos a mano para seguir la coherencia de "do it yourself".



Proxecto final

Emozak

Daniel Vila

Time Warner, unha empresa americana adicada á comunicación, solicitou a confección dun determinado material para o seu emprego nunha nova serie de TV, na que a través dun novo fármaco (Emozak) suministrado por unha gran compañía farmacéutica, o cal provoca emocións ós seus consumidores, os habitantes dunha sociedade distópica que serán observados, analizados, pola multinacional e no que os "mirados", chegarán a un punto no que por causa destes inhibidores de conduta e catalizadores non precisan reflexionar, non precisan dudar, non precisan pensar, e nin sequera están en necesidade de amar.

A base da estratexia será conseguir que este sexa unha realidade, é decir, utilizar a ficción do produto como elemento publicitario e extrapolala de tal xeito que se converta en símbolo e á vez obxecto de reclamo.



HOW DO YOU FEEL?



HBO PACKING YOUR EMOTIONS
RECUERDA EMOCIONARTE CON RESPONSABILIDAD **EMOZAK**

Diseño Gráfico



THEO
HOTEL

THEO
HOTEL

Santa Theodora Hoteles

Cosme Fernández

O nome do proxecto naceu da intención de conseguir unha marca cunha sonoridade única que puidese ser emparentada a unha tradición hoteleira inexistente que precisaba inventar. Por iso, a decisión máis apropiada foi a de utilizar o santoral tradicional cristián e buscar un nome sen referencias coñecidas que non fose doadamente identificable como un beato modélico e que cargase cunha historia que, no caso de afondar na súa identidade, resultase máis burlesca que sacra. Ao final optei polo nome de Teodora, personaxe cunha peripecia vital chocante que, en lugar de milagres, puntuou a súa carreira eclesiástica con episodios de travestismo, adulterio, suplantación de personalidade e homicidio (en defensa propia), propios dunha comedia de enredo.

Co fin de outorgarlle un valor máis mundano, decidínme pola súa versión con h intercalada, Theodora, de sonoridade máis ambigua, utilizada de forma común na maioría de idiomas europeos: francés, inglés, alemán e todos os escandinavos. Desta forma obtiven o nome co que habería de referirme á marca xeral SANTA THEODORA HOTELES que utilizaría naquelas ocasións nas que necesitase representar a marca como cadea.

Pero, ademais, precisaba destilar un segundo nome máis familiar e usable a partir do nome xeral co fin de proporcionar un diminutivo que apelase a cada establecemento dunha forma máis próxima. Así que desmembrei o nome da cadea para obter THEO HOTEL, que sería o nome de cada establecemento particular e sobre o que construír a base do programa gráfico da marca.

HOGAR DULCE HOGAR



www.theohotel.com

THEO
HOTEL
PARIS
TOKYO
LONDON
NEW YORK
HONG KONG
BARCELONA
LOS ANGELES

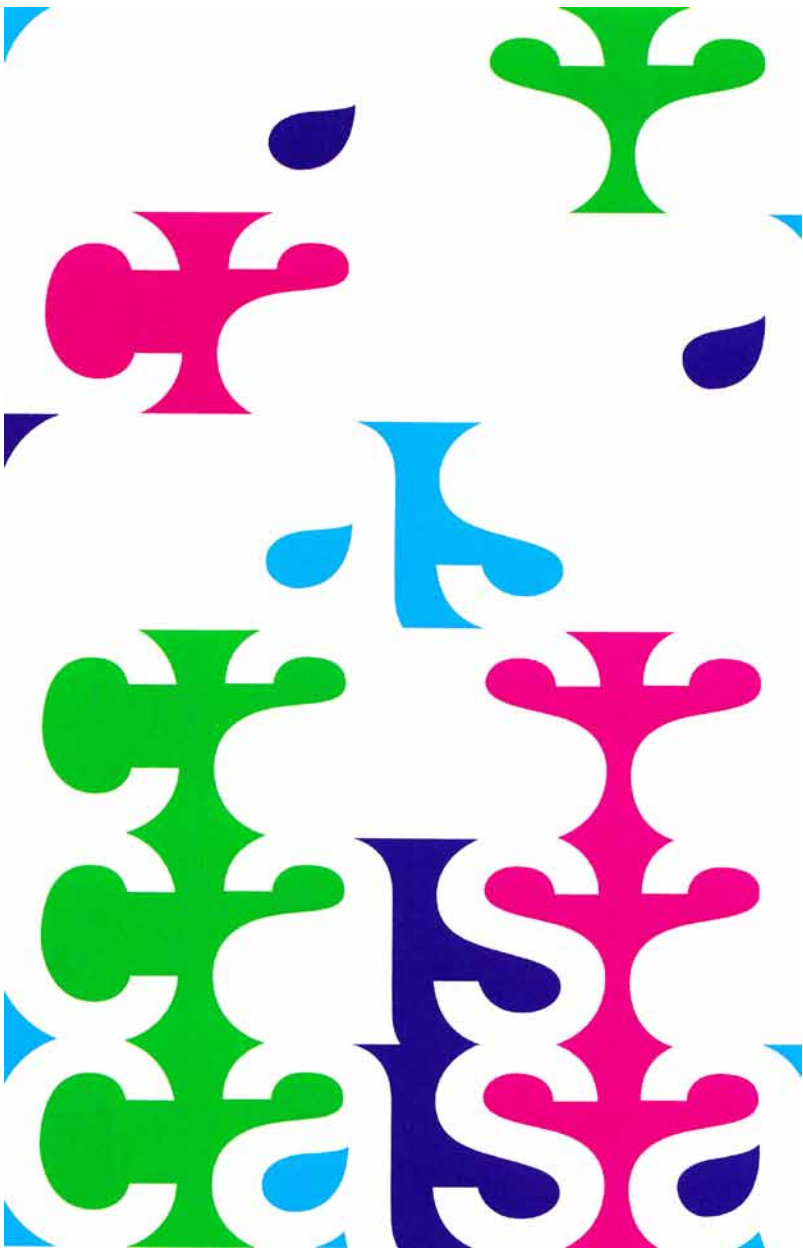
Design na "Terra da Felicidade"

Marcus Vinícius de Souza Santos, Coordenador dos Cursos de Design do Centro Universitário Jorge Amado-Salvador da Bahia, Brasil



▲ Rogerio Duarte 1965

Foi na Bahia que teve início a nação brasileira, quando no ano de 1500 chegaram por aqui os primeiros portugueses. Tomé de Sousa, o primeiro governador-geral do Brasil, fundou Salvador, que se tornou a primeira capital do país em 1549, sendo por muitos anos a maior cidade das Américas. Em Salvador concentrou-se uma grande população de europeus, índios, negros e mestiços - em decorrência da economia centrada no comércio com dezenas de engenhos de açúcar instalados na vasta região do Recôncavo baiano. Região geográfica localizada em torno da Baía de Todos os Santos, cortada por dois importantes rios do Estado, o Subaé e o Paraguassú, o Recôncavo Baiano, abrange a região metropolitana da Cidade de Salvador e outras importantes cidades do Estado da Bahia, como Candeias, São Francisco do Conde, Cachoeira, Maragogipe, Santo Amaro, Nazaré, Santo Antônio de Jesus e Valença. Hoje rica pela produção de petróleo e a agricultura da cana de açúcar, a região guarda também grande riqueza cultural e histórica integrando, por isso, o Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade da UNESCO. A Bahia ocupa uma área de 567.692,669 km2, sendo pouco maior que a França, é o estado mais rico da Região Nordeste do Brasil. É o estado brasileiro com maior número relativo de negros e mulatos e que possui maior influência da cultura africana: Religião, Culinária, música. É conhecida como a "A terra da felicidade", isso por causa de sua população alegre e festiva, fatos que contribuem para o seu alto potencial turístico, que vem sendo muito explorado através de seu litoral, o maior do Brasil com mais de 250 praias, da região da Chapada Diamantina, do Recôncavo e de outras belezas naturais e de valor histórico e cultural. Num chamado "caldeirão cultural" a Bahia é um dos poucos lugares do país onde se pode ver grande parte da história social, cultural e dos costumes do nosso povo, podemos chamar atenção para o rico acervo arquitetônico, o mobiliário colonial, a arte sacra, a prataria, os cristais, a heráldica e os brasões dos senhores de engenho, jóias e alfaías, manifestações culturais, o artesanato e a cerâmica que interagem num grande mosaico de formas e cores do contato secular entre as etnias e produzem uma rica identidade que serve de referência para o trabalho criativo. O estado da Bahia constitui-se há muito tempo em um pólo de atração para os fenomenos culturais nacionais. Nicho da cultura do País, caracterizado pela mescla da influência do barroco colonial português, a riqueza cromática dos índios e a enorme alegria e criatividade dos descendentes africanos, sua formação historico social complexa é marcada pela hibridização e certamente uma riqueza cultural, caracterizada pela diversidade étnica, onde a difusão da cultura do design

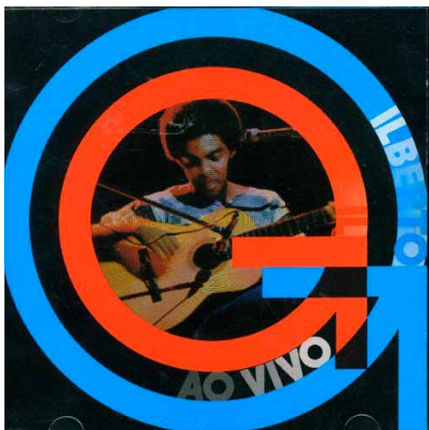


▲ Ruben Martins

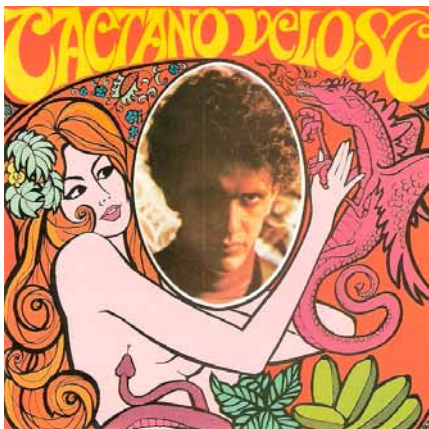
encontrou terreno fértil para seu desenvolvimento enfatizando a integração harmônica da chamada cultura popular e o que tem se chamado de cultura de massa ou industrial. Muitos consideram que a pré-história do design gráfico na Bahia está associada ao furto de uma máquina tipográfica francesa da marca Alueth, que, após ter sido trazida para o Rio de Janeiro, juntamente com o seu impressor foi proibida pela coroa portuguesa com a negativa da autorização para o funcionamento, pois o monopólio era privilégio da Imprensa Régia na Colônia. Essa máquina teria sido furtada quando o navio que voltava a Portugal fez escala no porto de Ilhéus, outra importante cidade do estado, e levada clandestinamente para o Recôncavo baiano, à cidade de Cachoeira, onde imprimiu durante todo o século XVIII, estampas, panfletos, baralhos e jornais. No final do século XIX e início do século XX, sob a influência dos alemães, que dominavam a fabricação de charuto na região do Recôncavo, a indústria gráfica floresce na Bahia, marcada pela produção de belas e finas estampas litográficas policromicas associadas à carpintaria regional criando ricas embalagens de madeira para charutos e cigarilhas. Em sete de setembro de 1915 para editar com exclusividade o Diário Oficial, surge a Imprensa Oficial do Estado da Bahia (IOE), décadas mais tarde transformada em Empresa Gráfica da Bahia (Egba). O sistema de pré-impressão do Diário Oficial, e de outros impressos, era executado com a fundição do chumbo, empregado em estado líquido, para formar as letras e compor o texto, através da tipografia e do linotipo. Em 30 de outubro do mesmo ano é publicada a primeira edição do Diário Oficial do Estado, com os atos do governo e os debates da Câmara. A Imprensa Oficial também era responsável pela impressão de livros de escrituração e trabalhos gráficos necessários ao expediente das secretarias e repartições estaduais. Além disso, fazia a edição de livros. A partir de 1925, o governador Francisco Marques de Góes Calmon autorizou a publicação no Diário Oficial de notas de utilidade pública sobre saúde, educação, agricultura e artigos sobre as decisões do governo. No início do século XX alguns nomes de profissionais criadores despontam no cenário local como precursores do design na Bahia. Alguns nomes se destacam pela busca específica de uma linguagem regional para suas atividades considerando o rico imaginário popular da Bahia. Dentre estes nomes podemos destacar: Manoel Querino, Arthur Arezio, Irmão Paulo Lachenmayer, Rubem Martins, Lênio Braga, Rogério Duarte e Sônia Castro, além de outros profissionais que figuraram o quadro da IOE como o antropólogo Thales de Azevedo, o compositor Batatinha, o geógrafo Milton Santos e o lendário major Cosme de Farias.



▲ Capa de disco criada por Rogerio Duarte no 1968



▲ Deseño de disco para Gilberto Gil do ano 1974



▲ Capa de disco de Rogerio Duarte para Caetano Veloso 1967

Manoel Querino ocupa lugar de destaque entre os precursores. Baiano de Santo Amaro, cidade mais importante do Recôncavo, nasceu em 1851. Negro, de origem pobre, ficou conhecido como homem de muitos talentos. Era antropólogo, especialista em candomblé e na Bahia antiga, jornalista, arquiteto, político, professor do Liceu de Artes e Ofícios e participante ativo do Instituto Geográfico e Histórico da Bahia. Recebeu o diploma de desenhista em 1882 na primeira turma da Escola de Belas Artes e foi professor de Desenho Industrial formando as primeiras turmas de profissionais especializados em design têxtil para as indústrias do Recôncavo. Projetou o visual dos bondes da cidade de Salvador e apresentou em 1883, na cidade do Rio de Janeiro, em um congresso pedagógico, uma proposta de escolas adaptadas ao clima tropical. É, sem sombra de dúvidas, também um grande precursor do design brasileiro.

Arthur Arezio nasceu no Santo Antônio Além do Carmo, bairro do centro histórico da cidade de Salvador, em 1873. Destacou-se como tipógrafo e artista gráfico atuando intensamente do final do século XX até 1940. Foi escritor, editor, professor e um dos criadores da Imprensa Oficial do Estado. Tinha cerca de 25 anos de experiência profissional e dois livros técnicos lançados – Serões typographicos, de 1905, e Esboço typographico, de 1907 – quando foi contratado, em maio de 1912, para projetar as oficinas e escolher os equipamentos gráficos da recém-criada Imprensa Oficial do Estado. No ano seguinte viajou para o Rio de Janeiro a fim de conhecer o funcionamento da Imprensa Nacional, herdeira da pioneira Impressão Régia que, em maio de 1808, estreou a indústria gráfica no Brasil.

Em 1916 publicou Machinas de Compôr, advertindo os tipógrafos da época para os avanços tecnológicos que não encontraram freio no século XX; no mesmo ano, dirigiu o Boletim Gráfico, da Associação Typográfica Bahiana. Em 1918, criou a revista Phenix, de viés cultural, e ingressou no Instituto Geográfico e Histórico da Bahia, em cuja revista é identificado como um dos intelectuais da época, e na recém-criada Associação dos Funcionários Públicos do Estado da Bahia. Em 1920, lançou a revista Artes e Artistas. Em 1925, ele publicou o livro Revisão de Provas Typographicas, seu best-seller, pequena obra de bom gosto gráfico e texto apurado. Ainda em 1925, Arthur Arezio publica mais uma revista, a Nossa Terra, também de viés cultural. Ele foi um revisteiro, cuja estréia se deu no final do século XIX, no ano de 1897, com a Revista Typographica e a revista humorística Malagueta, da qual a Biblioteca Pública do Estado da Bahia possui uma coleção completa, encadernada. Em 1936, Arthur Arezio publicou o Dicionário de Termos Gráficos, obra pioneira em língua portuguesa – em Portugal, país que imprime há mais de 500 anos, não havia na época obra equivalente – contendo 538 páginas, 3.114 verbetes, no delicado e hoje raro formato de 18 x 13 cm. Morreu em 1940, deixando um grande legado editorial para o estado e quiçá, para o país.

Na década de 30, o arquiteto, calígrafo e desenhista de iluminuras, Irmão Paulo Lachenmeyer transfere-se da Alemanha para a Bahia, estabelecendo-se no Mosteiro de São Bento, onde passou o resto de sua vida. Profundo Conhecedor da Heráldica, projetou grande número de livros, redesenhou o brasão de armas da cidade de Salvador e desenho os brasões das principais universidades do estado, destacando-se como um dos nossos mais hábeis designers.

Nos anos 50 estabeleceu-se na Bahia um dos mais importantes fundadores do moderno design brasileiro, o paulista Rubem Martins. Frequêntador assíduo dos círculos boêmios dos artistas baianos que fundaram a nossa modernidade visual, Rubem soube aliar o rigor da escola suíça à nossa realidade figurativa. Foi chamado

de "o pioneiro transgressor", deixando como herança para o design brasileiro a marca da liberdade conceitual. Voltou à Bahia em 1963 onde realizou diversos trabalhos importantes para a construção do visual moderno da cidade de Salvador, com destaque para a edição do Plano Diretor do Centro Industrial de Aratu, referência do design gráfico no Brasil.

Artista plástico, fotógrafo e designer, o paranaense Lênio Braga viveu na Bahia ente os anos de 1952 e 1968. Apaixonado por nossa cultura pesquisou e realizou aqui diversos trabalhos de vulto, como uma capela de pedra esculpida na cidade de Itapetinga, um grande mural para a entrada de um edifício residencial no Corredor da Vitória, em Salvador, quadros e painéis em azulejo queimado para as estações rodoviárias das cidades de Jequié, Itabuna e Feira de Santana encomendados pelo então governador Lomanto Júnior. Criativo e refinado em seus projetos gráfico, Lênio criou uma infinidade de cartazes que se destacam pelo uso habilidoso das técnicas de litografia e de gravura em metal.

Nos anos 60 surge na Bahia o movimento que viria a ser chamado de tropicalista. Um dos mentores intelectuais deste movimento, Rogério Duarte conviveu com personalidades da cena artística baiana como o poeta Wally Salomão, o cineasta Glauber Rocha e os músicos e compositores Caetano Veloso, Gilberto Gil, Capinam e Tom Zé. Artista gráfico, músico, compositor, poeta, tradutor de sânscrito e professor universitário, Rogério Duarte começou a atuar como designer e desenvolveu capas de disco, cartazes, capas de livros, identidades visuais, ilustrações e sinalização que marcaram o design do Brasil pelo uso de fortes referências da cultura local e de cores bem brasileira. Seu trabalho mais conhecido é o cartaz elaborado para o longa metragem "Deus e o Diabo na Terra do Sol" (1963/64), a convite do seu amigo Glauber Rocha, ícone do Cinema Novo brasileiro. O Cartaz entrou para a história do design brasileiro. Não se poderia deixar de citar importantes designers que surge nos anos 70, e continuam em atividade, seja em projetos de identidade visual, sinalização, embalagens ou produtos. Nomes como Goya Lopes, designer têxtil que se destaca por suas estampas étnicas que já foram aplicadas à sandálias, tapetes, embalagens e interiores e nos anos 90 vestiram vários artistas, entre eles Jimmy Cliff; o arquiteto e designer KK Sales, responsável por diversos sistemas de sinalização para shoppings, hospitais, hotéis, indústrias, clubes e parques de nossa cidade; o artista plástico e designer gráfico Ray Viana, famoso por seus projetos de design do carnaval, com cenários, ambientações, vitrines, roupas, decoração de trios elétricos e capas de CD; Renato da Silveira, artista plástico e designer gráfico com trabalhos expostos em acervos de museus e instituições de Salvador, São Paulo, Cuba, Estados Unidos, Chile e Alemanha; Nildão, cartunista e designer que já publicou seus trabalhos que abordam o cotidiano do povo simples da Bahia no jornal A Folha de São Paulo e na revista Veja, dois importantes veículos de comunicação nacional, além de ter lançado cinco livros relacionados com o tema e participado dos mais expressivos salões de humor do planeta. Todos contribuíram e contribuem para colocar o design feito na Bahia entre os melhores do Brasil.

Em suma, seriam necessárias muitas outras páginas para falar da Bahia, sua cultura, seu povo e seu design. É muito difícil para que não vive na Bahia tentar decifrá-la e até mesmo para muitos baianos é melhor senti-la do que compreendê-la. No entanto, cabe aqui lembrar uma frase do grande escritor baiano Jorge Amado que resume a nossa Bahia. "A Bahia é um estado que tem uma civilização única, original, da qual nasce a civilização brasileira. Porque nós temos uma civilização popular. Somos uma cidade onde tudo nasce do povo... toda a sua força provém da cultura popular (...)"

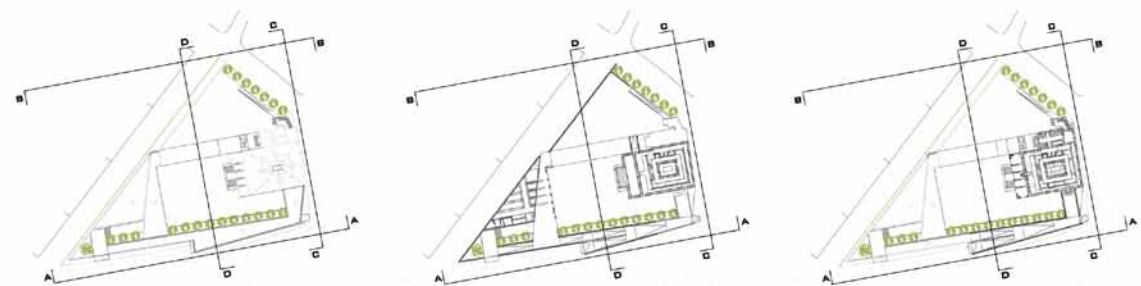
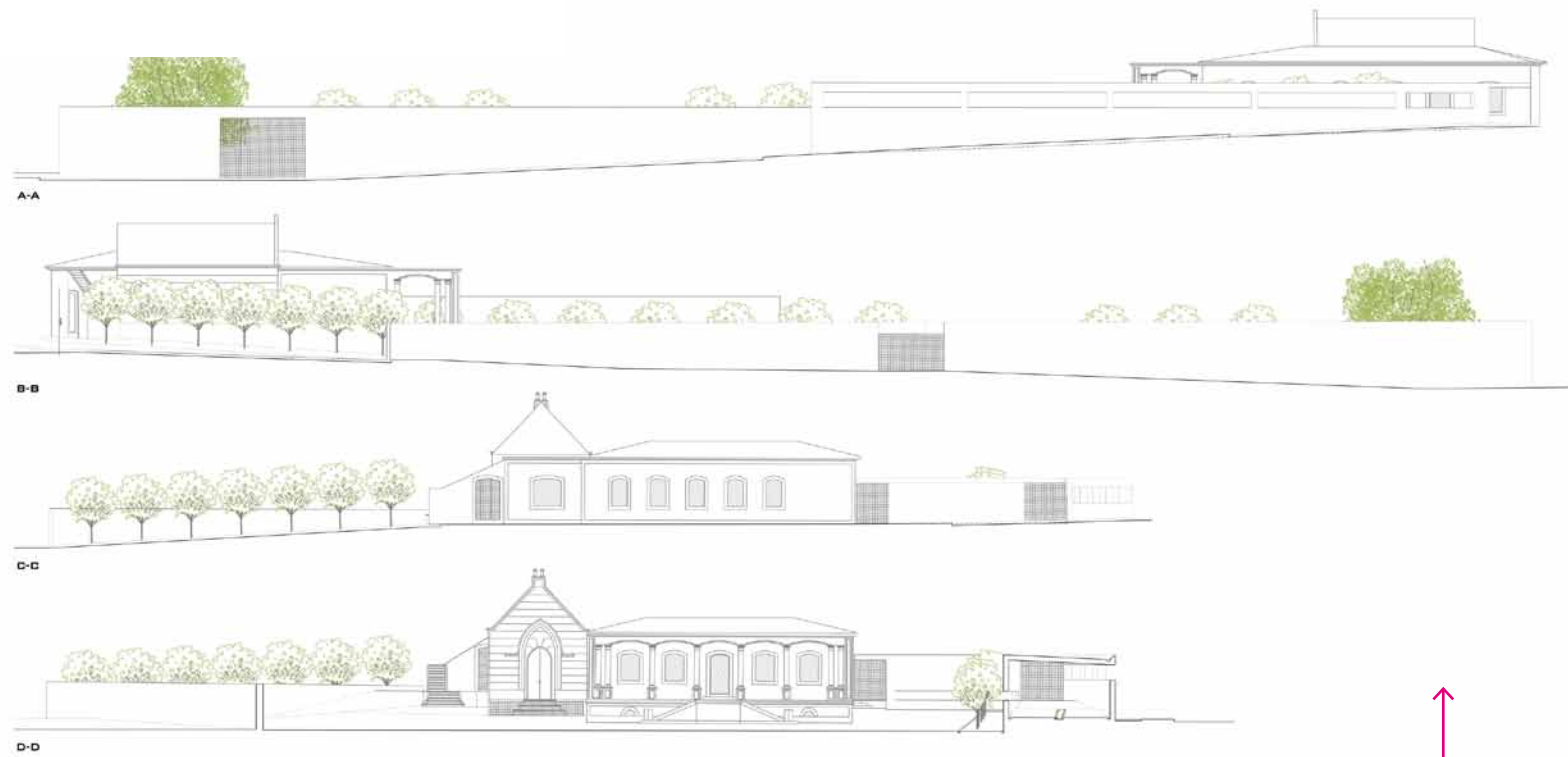


▲ Rogério Duarte 1964

Bibliografia

LOSCHIAVO, Maria Cecília – A Bahia e o design – Revista design em foco, Julho-Dezembro, 2004 / vol. I, número 001, Uneb, Salvador, Bahia, pág 51 e 52.
Design na Bahia / Textos Enéas Guerra, Renato da Silveira. Fotografias Adenor Gondim, Mário Cravo Neto. Fotos e Projetos dos Associados da Associação Bahia Design – ABDesign. Salvador: Solisluna, 2002. 140p.
CASTRO, Sônia. Design e Comunicação Visual na Bahia – técnicas de Sinalização. Salvador: EdUfba, 2004. 191p.
NIEMEYER, Lucy. Design no Brasil: origens e instalação. Rio de Janeiro: 2AB, 2000. 132p.

Proxecto Interiores



Biblioteca da "Finca Solita" en Alcabre

Paula Gómez

Tomando como punto de partida o paso do tempo, e con el, o valor do edificio existente, propónse unha intervención de desenvolvemento e de conservación dunha ruína, en relación cun novo espazo que estará constituído por un exterior pechado e un volume de nova creación.

Sobre este edificio de estilo clasicista, construído na década dos anos 30 e 40, desenvolverase unha proposta destinada a albergar os usos propios dunha biblioteca para un público adulto, aproveitando o novo volume xa citado, para introducir unha biblioteca infantil.

A proposta, definirase coa ocupación máxima da edificación e o aproveitamento da parcela. Intentarase en todo momento conservar a ruína da forma máis respectuosa posible, intervindo no espazo sen modificar o volume orixinal.

A idea inicial será a de ocultar o edificio de forma parcial, coa posibilidade de crear un envoltorio que permita entrever o volume pero sen desvelar toda a súa beleza, de modo que o visitante descubra a totalidade do espazo unha vez se atope no seu interior, sendo esta unha forma de captar a súa atención. Algo semellante ao que ocorre cos libros, nos que o seu contido real se nos amosa unha vez abrimos as capas e nos metemos na súa lectura. Poden resultarnos atractivas as capas, o envoltorio, pero a verdadeira beleza está dentro no contido.

O novo edificio asomárase timidamente, retranqueando un dos seus laterais, para restarlle o menor protagonismo posible ao edificio principal, e non chegar a enfrontarse directamente con el.



O espazo interior no edificio principal, será exento das paredes da fachada, de modo que os elementos novos que alí se introduzan, non chegará a tocar os paramentos de pedra orixinais, excepto nas portas de paso ao exterior. Tentarase crear espazos cunha circulación clara e limpa, e coa mesma configuración tanto para as zonas de andeis como para as de lectura. En ambos os edificios o mobiliario será o encargado de diferenciar as distintas zonas, repetindo as mesmas características para os dous. Nunha biblioteca a iluminación é unha das cousas máis importantes a ter en conta e á que se lle prestará unha especial atención.

As zonas de lectura do mesmo xeito que as de exposición, terán unha iluminación natural dende os ocos da fachada; esta entrada de luz verase reforzada por unha iluminación artificial indirecta, distribuída de forma que non produza sombras nin deslumbramentos. Na planta de soto do edificio principal, a iluminación natural provinte da planta superior, incidirá nos mesados de lectura de forma cenital.

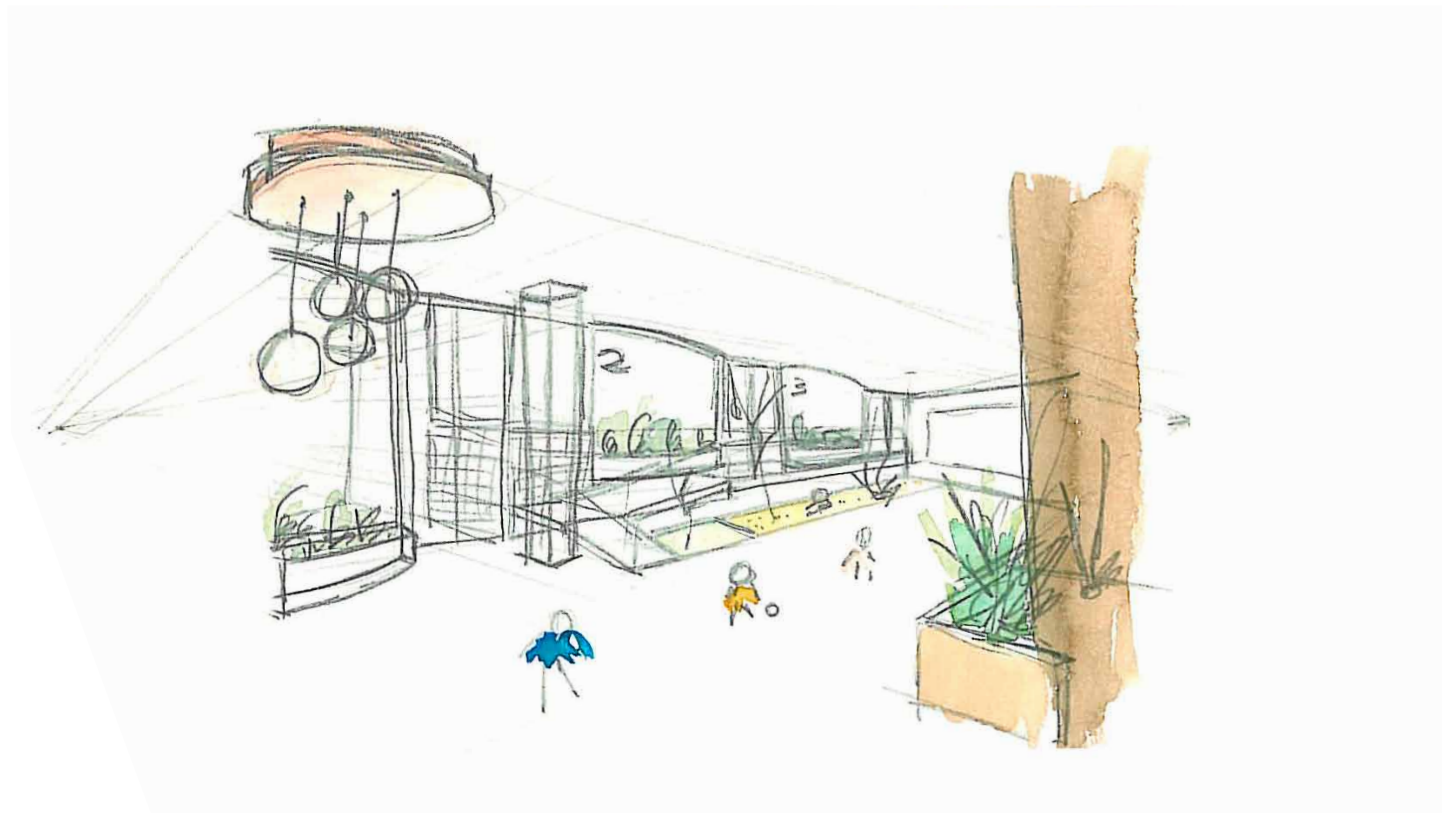




▲ Plano da planta baixa



Plano das cubertas ▲



o Frontal

Escola infantil "Pequeñitos"

Verónica Conde

O proxecto lévase a cabo na zona universitaria nun local da rúa Villaamil e Castro en Ourense. A escola infantil "Pequeñitos" é para 40 nenos e ocupa unha superficie de 404,39m² cun xardín exterior de 50m².

O obxectivo fundamental foi conseguir a aparencia dunha gran praza na zona común, onde os nenos puidesen ter a sensación de que se atopan no exterior e que cada aula é unha vivenda con vistas a esa praza. A idea principal xurdiu a partir da aliñación das tres aulas converténdose estas nunha gran fachada de vidro continua de formas curvas que percorren toda a escola infantil. O deseño deste ele-

mento curvo de vidro permite que os alumnos poidan gozar da continuidade visual e luminosa de toda a gardaría. A fachada de vidro debe garantir a seguridade dos nenos, por tanto, para a realización empregouse vidro securit temperado.

A planta do local é rectangular e no centro xérase unha gran zona común ou praza que leva a tres aulas diferentes destinadas a cada grupo de idade (0-1 anos, 1-2 anos, 2-3 anos). Cada aula é unha unidade independente co seu aseo e a súa sala de descanso. Para acceder a dúas delas o persoal docente e os alumnos teñen que ascender por unha pequena rampla. Os nenos e persoal docente distinguen

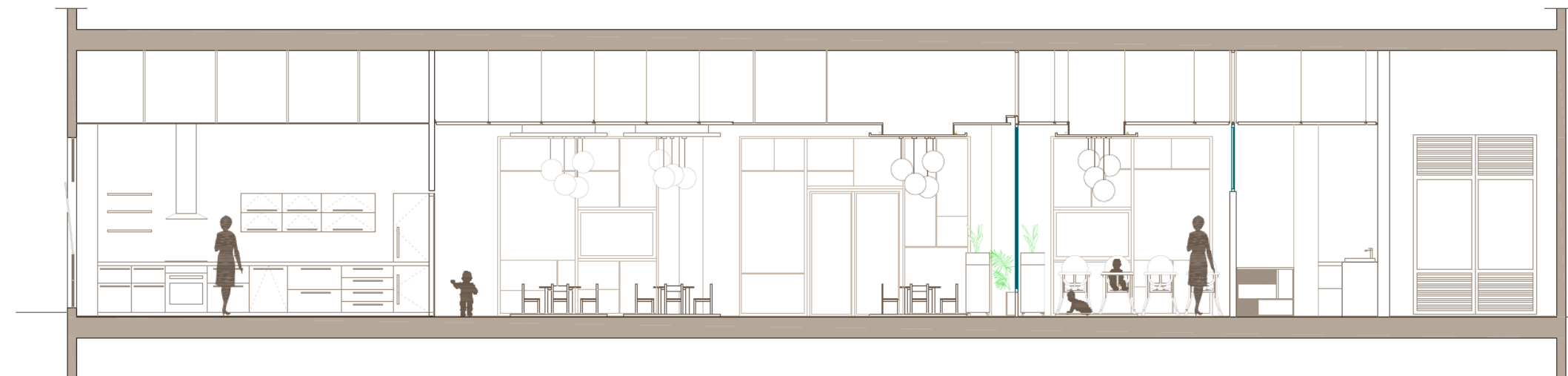


A iluminación é de dous tipos directa e indirecta. A iluminación directa realízase mediante downlights cadrados e lámpadas para suspender en forma de esfera realizadas en vidro incoloro como lembranza das nubes. A iluminación indirecta realízase mediante lámpadas fluorescentes aloxadas nas fosas das pezas especiais de escaiola con formas circulares, ovaladas ou cadradas. A escola infantil conta con servizo de cociña-comedor e lavandería ademais de aseos para o persoal docente.





Sección A-A'



Sección B-B'

Un tema fundamental foi o deseño das carpinterías da fachada. A solución que se adoptou foi a distribución de rectángulos de diferentes tamaños utilizando vidros dobres de diferentes cores (azul, morado, crema e óso) e de gran transparencia. A elección destas cores mostra certo respecto cara aos da carpintería existente do edificio. A solución final lembra ás composicións neoplasticistas. O acceso á escola infantil resólvese mediante un volume rectangular de formigón branco onde se coloca a rotulación deseñada para a escola infantil en aceiro nun dos seus laterais interiores.

Deseño Gráfico e Arquitectura

Manuel Seoane. Porfesor de Interiores



Moitas veces se ten afondado nas relacións existentes entre as diferentes formas de expresión artística, con sintonías por veces moi evidentes e superficiais, e outras que afondan nos procesos máis intimistas e complexos da creación. No ano 2007 a Escola de Arte Antón Failde, dedicou unha semana ás xornadas GRACEGA'S, que precisamente pescudaban na relación entre as diferentes gramáticas das artes, con participación de senlleiros representantes da música, pintura, escultura, literatura, arquitectura, deseño, territorio etc. A conexión entre a arquitectura e o deseño gráfico resulta tan frecuente e familiar, e con tantas ramificacións, que este pequeno texto non pode ter máis pretensións que trazar algunhas liñas de reflexión. Resulta evidente que as connotacións funcionais entre a arquitectura e a gráfica, son de principio moi diferentes, e a complexidade técnica esixe procesos de aproximación creativa e compositiva particularizadas. Pero non deixan de ser propostas nas que a propia imaxinación e formación previa do proxectista xogan un papel semellante; alomenos nas primeiras fases.

Algúns puntos de confluencia

Dende a máis remota antigüidade o home tivo tendencia a integrar elementos gráficos nos espazos habitables decorando cavernas e abrigos naturais. Da mesma maneira a arquitectura producida ao longo da historia foi acollendo pinturas mosaicos e outras formas de expresión plástica, desenvolvéndose artisticamente con camiños paralelos. Pero será a expansión das relixións a que entenda a expresión artística como elemento de comunicación visual, utilizando mecanismos e ferramentas propios da gráfica. Espallar unha idea masivamente utilizando símbolos, iconografía, mensaxes, e mesmo tipografías propias, que se repiten sistematicamente para un consumo que non esixe excesiva reflexión persoal, poderían aplicárselle perfectamente as campañas publicitarias actuais.

A cultura occidental persistiu nesta teima ao longo de moitos séculos nos que a plástica e a arquitectura despregaban unha desbordante creatividade ao servizo desta mesma idea de transcendencia eterna, complementándose á perfección.

Coma en moitos outros campos, a Revolución Industrial, tomando referentes dos ilustrados, foi mudando a concepción tanto das artes en xeral coma da arquitectura en particular, coa necesidade de novas tipoloxías espaciais, e tamén de comunicación de idearios. É unha introdución de novas formas creativas máis por necesidade que por reflexión creativa abstracta. Pero será ao longo do século XX cando se desenvolva o deseño como disciplina con autonomía creativa, funcións propias, e mesmo con capacidade para crear correntes estilísticas e artísticas determinantes para a historia da arte moderna.

A gráfica aínda compartindo técnicas e inspiración con outras disciplinas faise cunha autonomía que permite que se desenvolva con máis rigurosidade, e a arquitectura perde o simbolismo case único para acoller novas formas. Porque aínda que tenta revestirse dunha funcionalidade intrínseca, as novas estacións, pontes etc. son verdadeiros símbolos publicitarios urbanos.

Co Movemento Moderno e as correntes artísticas satélites a incursión dos arquitectos nos campos do deseño gráfico é cotiá, e o decorrer das tendencias son absolutamente parellas. A aparición no último cuarto do século XX do conglomerado de

tendencias postmodernas confunde algo os papeis, fuxindo premeditadamente da estricteza funcionalidade, e cun certo desprezo polas técnicas, o que lle permite aos creadores atacar campos e oficios diferentes.

Tanto os exemplos da arquitectura relixiosa xa indicados, coma os da arquitectura corporativa e mesmo institucional da actualidade, exercen como verdadeiros iconos visuais na cidade, actuando como reclamos gráficos ou publicitarios coa pretensión de vender unha imaxe da propia urbe ou ben dunha determinada marca, usurpando en certa maneira funcións do deseño gráfico. Outras veces son montaxes expositivas, ou de márketing en espazos comerciais os que bordean as técnicas e ferramentas facendo confluír arquitectura e creación gráfica.

A proba de que o proceso non debe ser tan diferente é que historicamente os mestres da arquitectura fixeron significativas incursións no deseño gráfico, ou cando menos influíron decisivamente nos movementos artísticos que foron creando tendencia e conformaron a gráfica moderna. Pola banda contraria, a arquitectura é con moita frecuencia fonte de inspiración para os creativos gráficos e as correntes de estilo seguen sempre camiños parellos.

Gráfica nos centros históricos da cidade

A morfoloxía urbana das cidades confórmana tanto as construcións coma os baleiros xerados entre elas. Estes elementos construídos poden ser por veces pezas de arquitectura singular, monumentos, que actúan como fitos ou referencias urbanas; pero na meirande parte será o tecido de edificios residenciais ou comerciais, os que conforman a trama urbana. Tanto as construcións coma os espazos públicos baleiros, rúas prazas etc., están adobiados con pequenos elementos de mobiliario urbano, sinalamento, iluminación, pavimentación ou vexetación; que actúan coma as especias na comida, aromatizando ou dando sabor ao conxunto. Estes elementos, en tanto que menos permanentes, estarán sometidos as técnicas e modos de deseñar de cada momento, e son capaces de engadir valor e enriquecer a percepción que teñamos da cidade, ou pola contra de introducir interferencias e distorsións que mermen a mesma. A importancia que acadan pode moitas veces equipararse a das propias construcións que se dilúen con máis facilidade na monotonía da vida diaria.

Dentro dos elementos urbanos que complementan e completan a arquitectura, acadan sen dúbida grande importancia os elementos gráficos. Refírome a ese amplo repertorio de rotulación comercial, pero tamén aos propios elementos de sinalamento e indicación, numeración de edificios, identificación de prazas e rúas, escaparates, e mesmo a outros máis artísticos, como pintura de medianeiras, toldos de protección de obras ou graffitis. O afán publicitario destes elementos gráficos, pode acadar un protagonismo tal que resulte a verdadeira imaxe dunha parte de cidade, ou da cidade enteira, coma o paradigmático exemplo de Las Vegas ou barrios de ambiente e comerciais de moitas outras cidades.

Polo xeral nos cascos históricos das cidades as ordenanzas de protección tratan de que estes reclamos gráficos non acaden un protagonismo que reste importancia á arquitectura, acotando tamaños, cores, tipos de iluminación etc. e o creativo ten que recorrer a mecanismos diferentes que suplan esas limitacións impostas.



Nos países desenrolados os reclamos gráficos conviven cada vez mellor coa arquitectura, e lonxe quedan xa as agresións directas a edificios senlleiros unicamente para ampliar escaparates, mellorar accesos ou colocar rótulos, orixinando situacións irrecuperables ou dificilmente reversibles para os edificios. Harmonizar a arquitectura e o deseño gráfico implica que ambas disciplinas deben manterse mutuo respecto. O creativo gráfico debe ter coñecementos dos valores compositivos da arquitectura, e o arquitecto debe prever espazos adecuados para a expresión gráfica.

A creación arquitectónica móvese con referencias nas que son decisivas por unha banda as decisións estritamente funcionais, estruturais, constructivas e tecnolóxicas; pero tamén existen decisións compositivas, nas que os volumes, a influencia da luz, relación macizo oco, a color textura escala etc. completan as bondades ou eivas dunha obra. As primeiras case esixen decisións de carácter obxectivo, pero o segundo grupo permite moita máis subxectividade e polo tanto creación artística. Pero ningún dos elementos compositivos citados é banal. Todos teñen a súa importancia na consecución dunha obra, e polo tanto todos deben ser respectados.

Será unha mala intervención gráfica nunha obra de arquitectura aquela que non saiba ler e interpretar os elementos de composición arquitectónica, para respectalos acentualos cando o merezan, ou agachalos cando sexa o mellor.

Respectar o ritmo estrutural, a lóxica constructiva, a forma e proporción dos ocos, e da totalidade. Respectar a linguaxe dos materiais, a súa textura, color, e proceso de avellentamento. Respectar a relación entre interior e exterior, e os conceptos de fronteira nidia ou transición suave entre ambos. Respectar o asoallamento ben como simple elemento compositivo que xera luz e sombra, ou ben como complemento da habitabilidade. Respectar a escala tanto a propia do edificio como a que ofrece cara ao exterior, escala humana, ou escala monumental. Respectar todos estes parámetros e moitos outros, enténdelos para enfatizalos ou disimularlos fará seguramente que o elemento gráfico se integre na arquitectura para melloralas, e non para agredilas.

Aínda sabendo que o repertorio de elementos é moi grande, imos particularizar os que condicionan a imaxe que percibimos, e nos que a sensibilidade gráfica inflúe no entorno antrópico da cidade. Algúns teñen máis vocación de permanencia, e outros máis efémeros, pero igual de significativos.

Polo impacto negativo que poden ocasionar, mencionaremos en primeiro lugar as medianeiras, nas que un axeitado tratamento gráfico pode resultar apaciguador e mesmo valorable, e nas que moitos exemplos poden ilustrar camiños diferentes. De xeito parecido pola dimensión do impacto, aínda que temporalmente efémeros, poden considerarse os toldos de protección das obras, nos que un facer gráfico sensible axuda a que as necesidades constructivas resulten menos incómodas.

Nos establecementos comerciais, absolutamente necesarios para manter a vida das cidades, case tan importante coma un adecuado tratamento da restauración arquitectónica, e do interiorismo, resulta o tratamento gráfico dos rótulos comerciais, da publicidade, e do escaparatismo, ligados necesariamente á creación gráfica, que debe respectar, e saber integrarse coa arquitectura, sen renunciar á propia forma de expresarse.

Saber entender a idiosincrasia e personalidade de cada cidade, coas tradicións materiais e formas artísticas e artesanais propias, será tamén labor tanto de arquitectos coma de creativos gráficos. Esgrafiados, maiólicas, mosaicos, encintados e revocos artísticos, pertencen a catálogos propios de culturas diferentes, e nos que poden resultar enriquecedoras ás aportacións de ambas disciplinas. Algo parecido podería dicirse de eventos de aparición máis recente coma os graffiti, que poden tornar a connotación negativa popular, en actos creativos de interese, se manteñen o respecto polos valores existentes e teñen a calidade artística necesaria.

Estes e moitos outros exemplos urbanos de creación gráfica precisarán dunha análise máis pormenorizada, imposible de abarcar agora, pero que pode dar pé á continuación desta especie de introducción xenérica en números posteriores do anuario.



Na procura dunha ebanistería culta

Francisco Javier Rodríguez. Profesor de Interiores

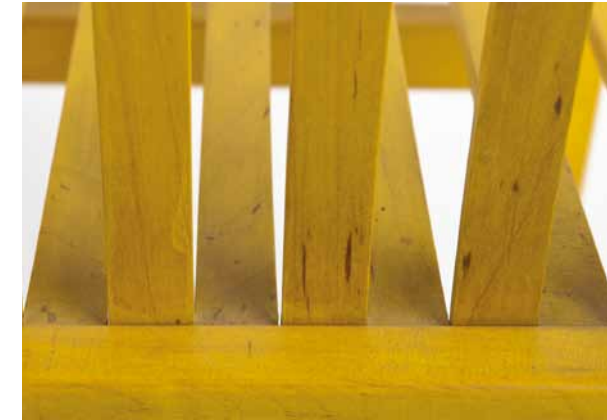
A costume fai que a cotío vexamos ao ebanista como a un profesional que ten por obriga facer demostración continua co seu traballo, dunha serie de habilidades adquiridas, en prol dunha estética moi concreta, xeralmente ecléctica, baseada no anhelado trasnoitado de tempos pretéritos.

Hoxe en día podemos manter idéntico discurso como o que alá por finais do século XIX, teóricos irreverentes co "estilo" imperante como Adolf Loos mantiñan, criticando ácidamente aos profesionais artistas que puñan as súas habilidades adquiridas, con moito esforzo por certo, ao servizo de estéticas artificiais impostas polo status quo da época. Tratábase, segundo él, dunha sociedade, a centroeuropea, perfectamente manipulada por un falso entendimento do sentido da "modernidade" que naqueles momentos de crise e convulsión, cada cal interpretaba, coma hoxe, do xeito que mais lle conviña.

Se aprendimos algo da historia do século XX é que por deseño "moderno", alomenos no que atinxe ao mundo da industria e a arquitectura, é aquel que utiliza os recursos propios da época na que ten lugar, independentemente de apriorismos estéticos de moi curto percorrido. Por elo, non estaría demais que empezáramos a cuestionarnos, como fixo Loos no seu momento, o carácter de "moderno" de moitos obxectos e construcións que nos rodean nos espazos que habitamos, entre eles os mobles. Sendo isto así, na formación académica dos estudantes de ebanistería artística da Escola de Arte de Ourense, inclúese a reprodución de mobles deseñados por grandes creadores do "Movemento Moderno" do século XX que optimizaron os recursos que a tecnoloxía do seu tempo lles brindou, para irromper con aire fresco e ofrecerlle a sociedade, alternitavas que a fixeran avanzar con paso firme.

O alumno cando toma contacto con estes mobles, faino tamén coa historia e sorpréndese cando os analiza cun mínimo de profundidade, de hasta que punto tiñan que ser innovadores no seu momento. Dalles esta reflexión, unha "mirada" nova, mais culta e ceibe, que lle permite valorar o papel do deseñador nas sociedades de calquera época, así como ferramentas para detectar mellor aqueles deseños fraudulentos, anacrónicos, falsos históricos que moitos desgraciadamente, igual que na época de Adolf Loos, pretenden presentarnos como "modernos".

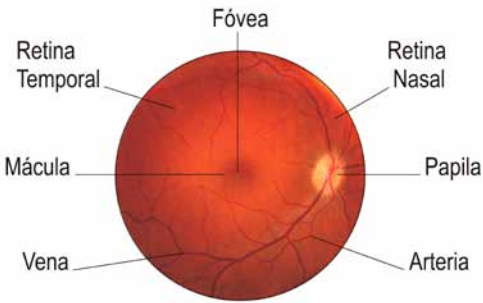
Búscase ademais, rendir cumprido homenaxe a uns artistas que estiveron realmente en vangarda, con gran incompreensión en moitos casos, pero que co paso dos anos, non podemos mais que admirar: por ser homes do seu tempo, por arriscarse a tirar do carro e por facer propostas de pegada indeleble para futuras xeracións.



A mancha cega

Miguel Mantilla. Profesor de debuxo e cor

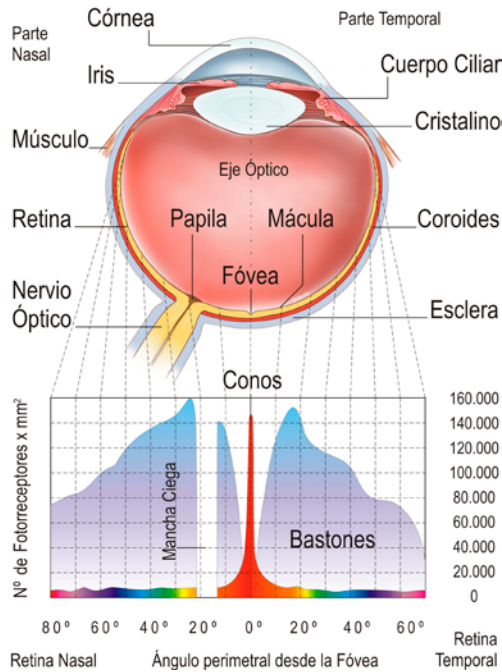
As persoas que conducen un coche atópanse con ángulos mortos (ou cegos do seu campo visual) en especial cando miran polo retrovisor, pois ao observar a través deles terán unha determinada zona que non poden ver e isto, en ocasións, pode levar a accidentes (sobre todo ao cambiar de carril), si non logran ver ao coche que vén detrás por ese lado, ao quedar dentro do seu ángulo morto. O que non é tan coñecido é que no ollo ocorre algo similar. Atopámonos cunha zona na que non temos visión, pero vai ser algo totalmente normal sempre que esta área sen visión non aumente. Por iso, a esa zona cega do ollo tamén se lle chama escotoma fisiológico (área de cegueira normal dentro do campo de visión), e especialmente é coñecida como mancha cega de Mariotte, quen a descubriu en 1668.



FONDO de OJO DERECHO

Para saber por que ocorre este fenómeno peculiar hai que coñecer a anatomía da retina que cobre o interior do ollo (ver o círculo do seu fondo). Nela hai dous tipos de fotorreceptores celulares que captan a luz, a maioría (uns 120 millóns) están diseminados para absorber a cantidade de luz que chega (claroscuro), son os chamados bastóns, e outros (case 7 millóns), aínda estando dispersos, tenden a centrarse (cara á fóvea da mácula) pois son máis sensibles á calidade de luz (cor) e coñecidos por conos. No seguinte gráfico podemos ver a densidade das devanditas células segundo a zona da retina:

DISTRIBUCIÓN de FOTORRECEPTORES en RETINA



Como se pode apreciar, hai un sector da retina no que non hai nin conos nin bastóns. É o lugar onde se concentran as fibras nerviosas (axones das neuronas oculares) que conforman a saída ou cabeza do nervio óptico (disco ou papila). Debido ao comentado, como alí non hai células receptoras da luz, non hai sinal algunha que se envíe ao cerebro polas fibras nerviosas para recoñecer a súa imaxe e polo tanto, nesa zona non hai visión. Como o diámetro (Ø) papilar non chega nin a 2 mm. respecto ao ocular duns 25 Ø, a esa mancha tamén lla coñece como punto cego. Con todo, esa lagoa visual non é nada despreziable si temos en conta o ángulo de

ocupación na retina, pois a imaxe captada polo devandito sector supón que, ante calquera figura que esteamos mirando a 10 m. de distancia, teñamos nela unha carencia visual en torno a 1 m. Ø. Chegado este momento e, tralos datos expostos, alguén podería aínda preguntarse, cómo pode faltar a visión dunha zona si nunca o notei? Para comprobalo, non hai máis que facer unha proba moi sinxela, observar as dúas figuras debuxadas na última imaxe e seguir os pasos indicados:

1. Pechamos o ollo esquerdo.
2. Fixamos a visión do ollo dereito no cráter da esquerda a unha distancia de medio metro (brazos estirados suxetando a revista coa imaxe). Pese a ver nitidamente o cráter e non mover o ollo da súa dirección, tamén chegamos a percibir a esfera da dereita (aínda que non a miremos directamente) polo campo visual lateral que abarca o noso ollo.
3. Coa vista fixa no cráter, imos achegando a revista moi lentamente. Cando a aproximamos a unha distancia en torno a 30 cm., deixaremos de percibir a esfera (desaparece sen deixar rastro) porque a súa imaxe atópase proxectada xusto na zona cega, e no seu lugar veremos todo branco (explícase ao final).
4. Si a seguimos achegando, a esfera volverá verse sobre os 20 cm., ao deixar de ocupar a zona de mancha cega.

O resultado é o mesmo en sentido contrario, pechando o ollo dereito e fixando a vista do esquerdo na esfera dereita. O que desaparecerá entón será o cráter. Si alguén non consegue "velo", que procure achegarse ou afastarse á revista aínda máis lentamente. Non vale a escusa de que "eu non teño mancha cega..." porque significaría non ter nervio óptico e si fóra así, non podería estar nin lendo unha palabra deste artigo. Precisamente, vendo unha palabra, podemos evidenciar outra consecuencia relevante da distribución celular na retina, son os tres grados de visión ou círculos visuais:

1. Visión Focal, debida ao enfoque sobre a fóvea, polos seus exclusivos conos agrupados. Coa visión focal só vemos nítida unha pequenísima zona como un punto no medio da imaxe (fixando e movendo velozmente o ollo a cada intre para contemplar o conxunto), así por exemplo, en certo momento, só podemos ver nítida unha letra ou sílaba no medio dunha palabra;



2. Visión Central, que corresponde á mácula, onde hai conos separados entre algún bastón. Seguindo o exemplo, fixando a vista no medio dunha palabra, coa visión central tamén logramos ver as letras veciñas ou ata extremas da palabra (aínda que non tan nítidas como no medio);
3. Visión de Campo, debida á retina extramacular, onde hai moitos máis bastóns que conos. Coa retina periférica vemos o extrarradio borroso, a periferia, e no exemplo, podemos intuír letras das palabras veciñas.

Volvendo á desaparición amosada, a mancha cega queda demostrada como obxectivada, repetible e entendible cos datos aportados, quedando só completar a súa descrición aclarando os tres motivos principais polos que pasa inadvertida:

1. Si ao mirar unha figura cun ollo, esta cae na zona cega, non a veremos. Pero a percepción visual é o resultado de combinar cerebralmente as dúas imaxes que se forman nas retinas de ambos ollos (visión binocular) coa experiencia (memoria). É dicir, que como case sempre utilizamos os dous ollos para ver, o outro ollo captará esa mesma figura ao non caer no seu sector cego. Na fusión das imaxes formadas polos dous ollos, a zona cega dun ollo se anula co outro.
2. A vista nunca está queda nin cando enfoque un elemento. Pese a que adoitan pasar desapercibidos, sempre están presentes unha diversidade de movementos oculares (sacudidas, pulsacións, vibracións e outros aínda menores) polo que o punto cego faise menos apreciable e imperceptible. Ata ao intentar fixar un punto da imaxe, haberá lixeiros desvíos cos que se evitan ver as sombras vasculares do campo retiniano, existindo continuas correccións.
3. Cada fibra do nervio óptico alcanza cunha interneurona, o cortex visual occipital do cerebro camuflándonos a zona cega coa visión de ao redor (captada polo outro ollo). Si por exemplo, temos un obxecto verde que cae dentro da mancha cega fronte a unha parede azul, o noso cerebro interpretará que a imaxe sobre a parede completa é azul.

Así pois, convén coñecer a existencia desta peculiaridade, non só por simple curiosidade nin porque se relacione coa percepción ou coa estética das imaxes, senón porque a visión é algo que nos incumbe a todos e coidarémola mellor intentando comprendela.

Fotografía Artística



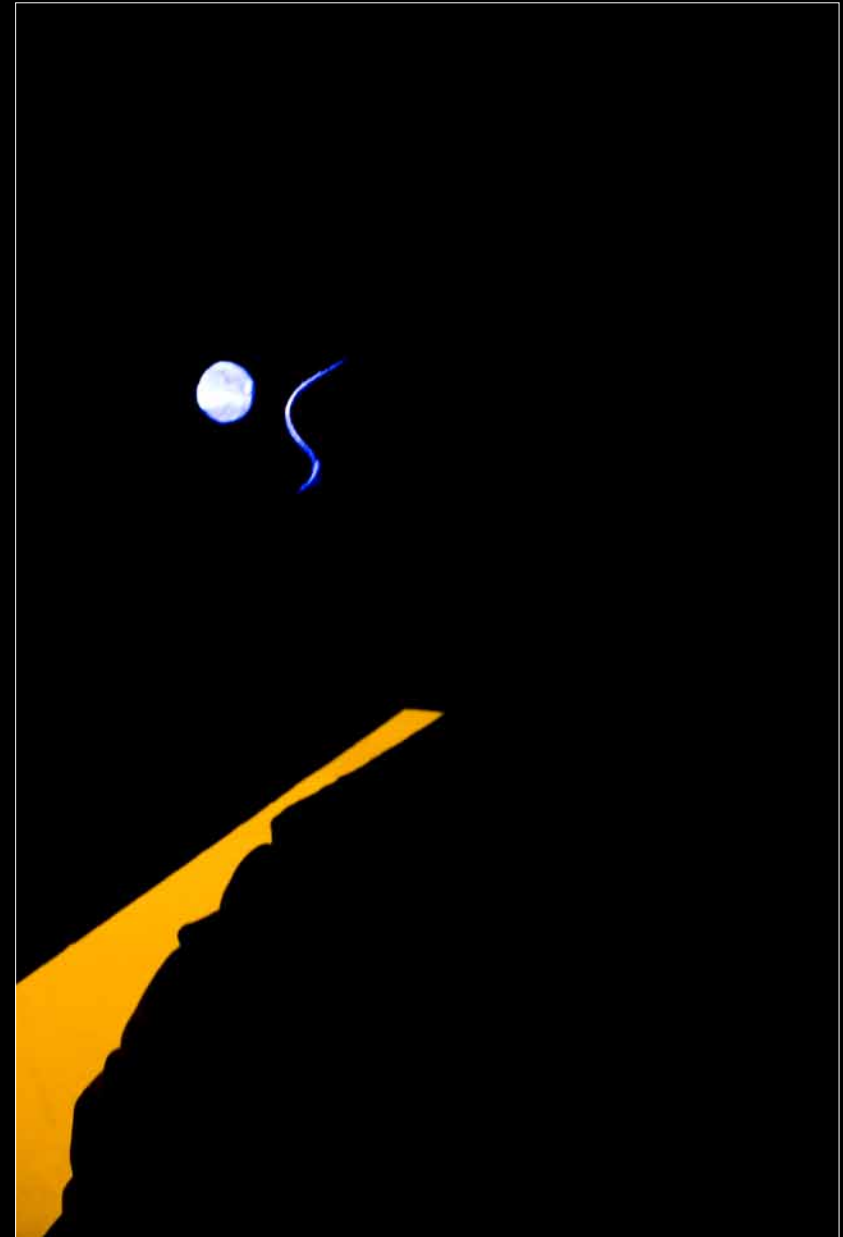
◀ Dorinda Rodríguez



▲ Natalia De Evan



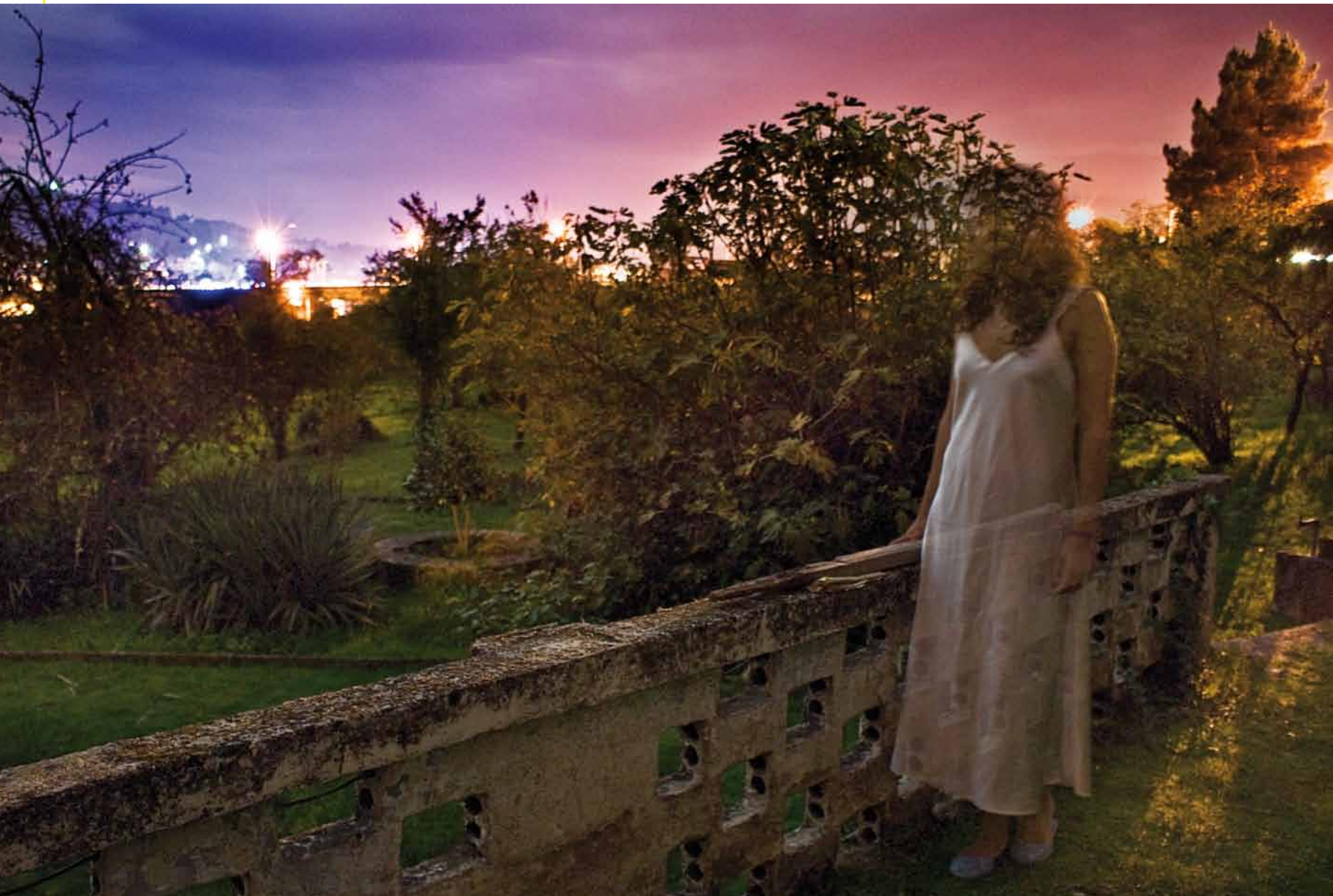
▲ Noemí Álvarez



▲ Noemí Álvarez

Unha décima de segundo

Juan Adrio. Profesor de Fotografía



O "instante decisivo" de Cartier-Bresson é un mito fotográfico que non coincide coa experiencia visual do ser humano. Non é máis que unha forma de entender a fotografía. Os "instantes decisivos" non existen salvo no cerebro do fotógrafo cando decide apertar o disparador.

Doutra banda, o rexeitamento á instantaneidad na fotografía é unha vía alternativa e tan creativa como a anterior. O emprego de tempos longos de obturación pon en evidencia outros aspectos quenon están na realidade que percibimos, e que aparecen a través do medio fotográfico.

Os alumnos de segundo curso do Ciclo Superior de Fotografía artística da Escola de Artes e Superior de Deseño Antonio Failde, partiron da premisa de dar nas súas imaxes unha exposición igual ou maior dunha décima de segundo buscando esta faceta expresiva da fotografía nos seus proxectos persoais.

◀ Raquel Gómez

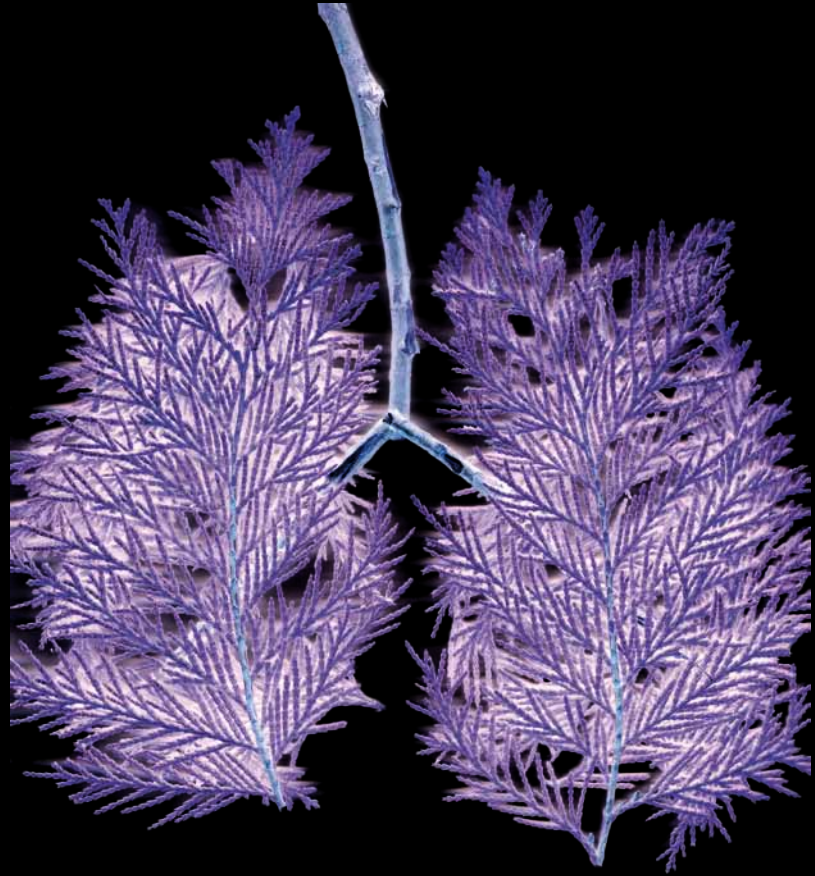
◀ Noemí Álvarez

Silvia Rodríguez ▼



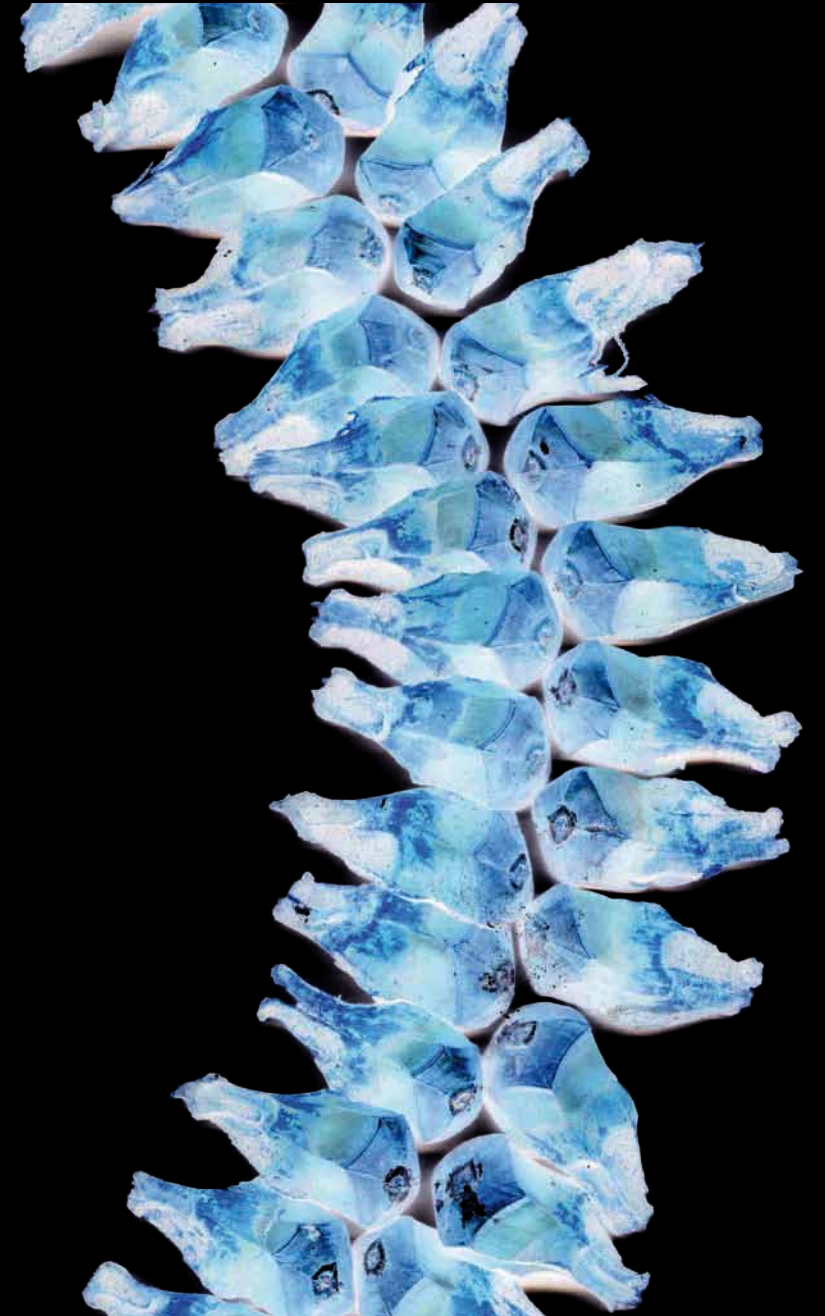
Escanografías

Manuel Iglesias

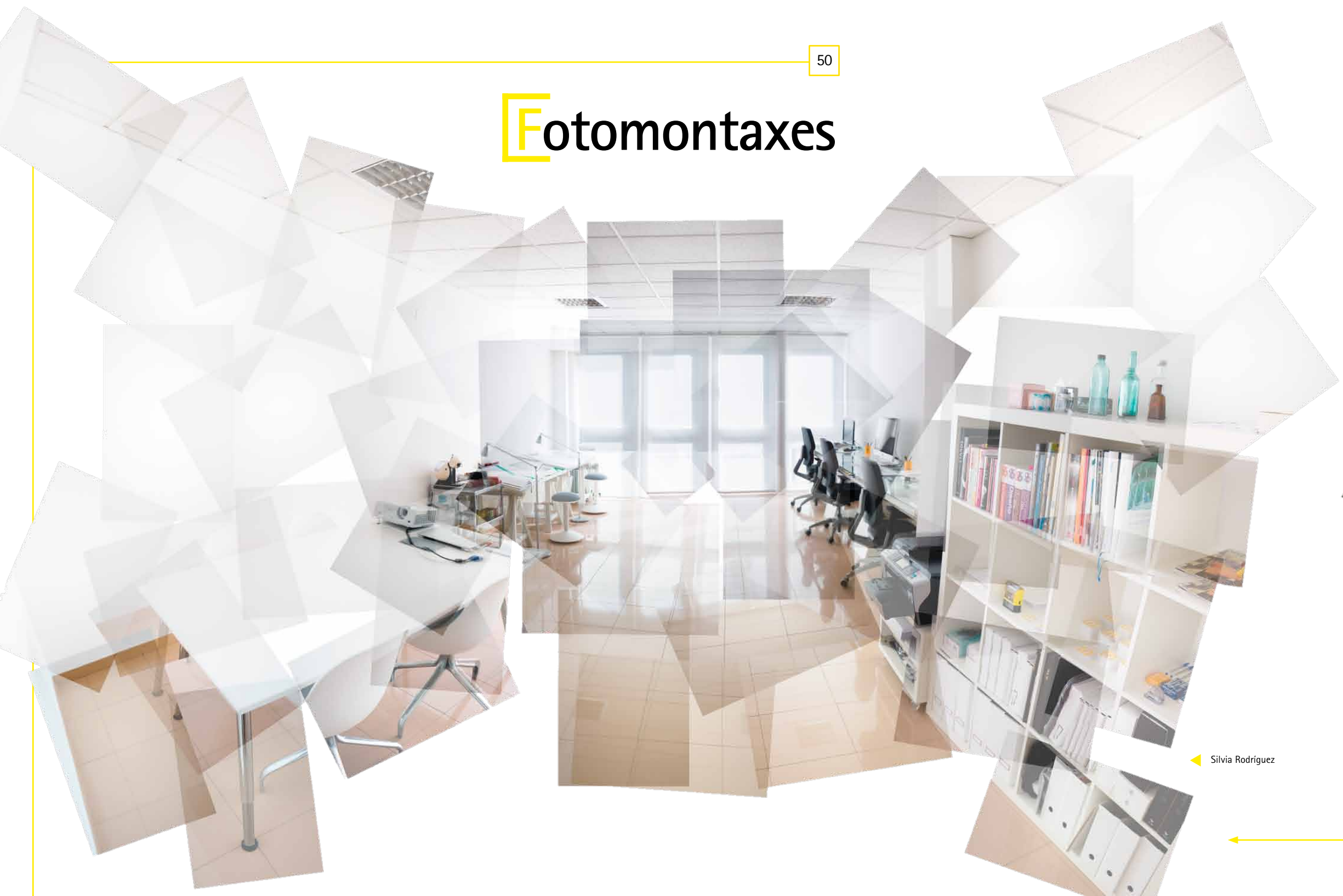


Esta serie de scanergrafías busca evocar outro tipo de técnica de captura de imaxes, a radiografía, aproveitando, por un lado o uso do negativo, e polo outro, a utilización de elementos naturais que imiten partes do corpo humano. Estas imaxes, realizáronse intencionadamente co escáner pechado, para obter positivos en fondo branco que, ao invertirse e transformarse en negativos, aparecen co fondo escuro propio das radiografías. Con respecto ao traballo posterior ao propio escaneado, simplemente axusteí algúns niveles da imaxe e recortei e encadreí a mesma.

A idea de esta serie xurdíume no transcurso da busca de elementos que puidera empregar para escanear, encontrando nun parque preto da miña casa multitude de elementos naturais, que podía recoller e empregar con facilidade. A primeira imaxe da serie foi a da "columna vertebral" feita con escamas de piña, no principio ía ser unha sola imaxe dentro doutro grupo, pero noutra sesión de escaneado comecei a desenvolver a idea desta serie e conseguín encontrar outras posibles "radiografías naturais".



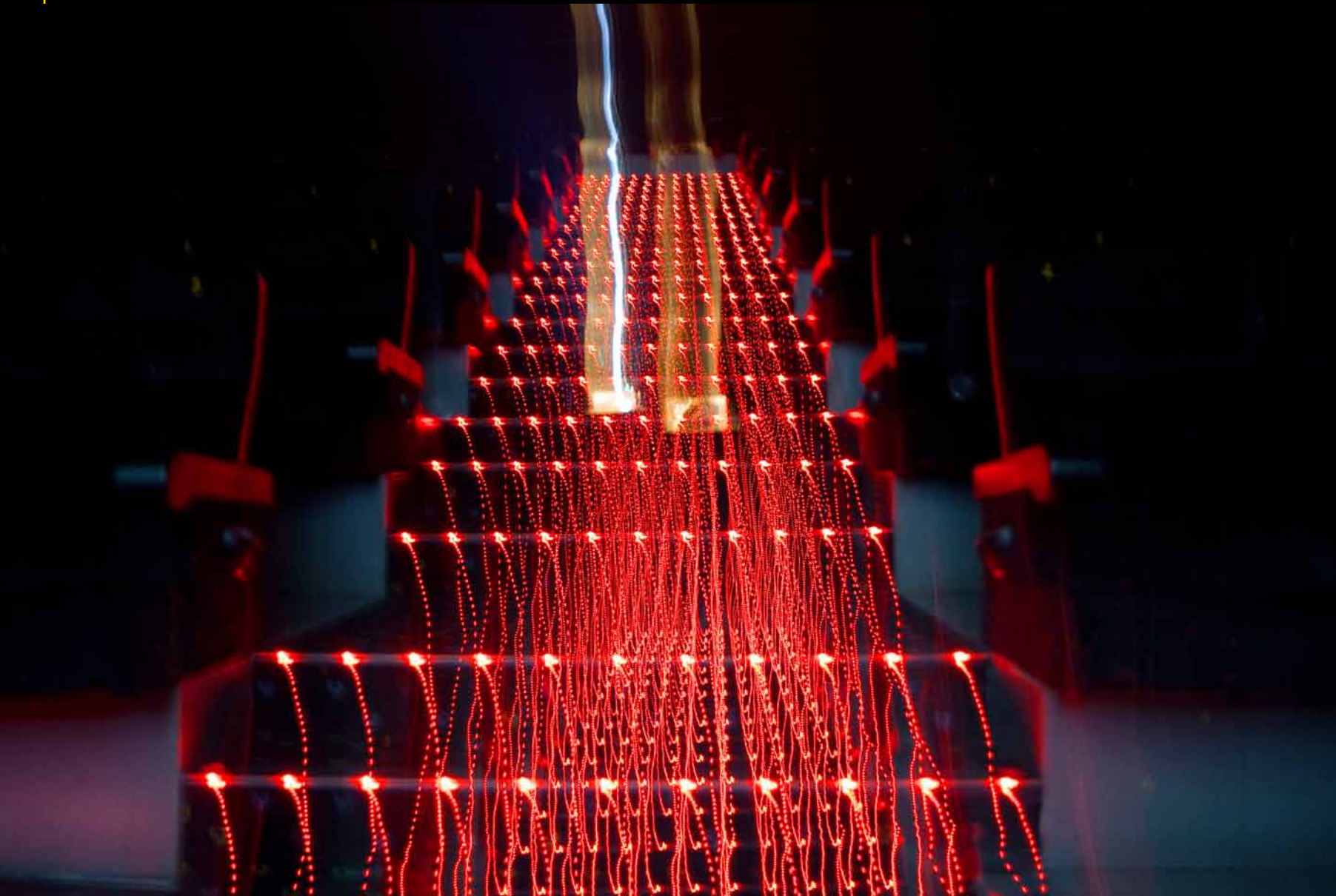
Fotomontaxes



◀ Silvia Rodríguez

▲ Zulima Fernández

Cine e Fotografía, festival de imaxes



A Escola de Arte leva xa dous anos colaborando co OUFF (Ourense Film Festival), un encontro co cine que, dende hai quince anos, se fai en Ourense cada outono. Durante as oito xornadas do certame os alumnos de segundo curso de Fotografía Artística percorren polo miúdo o festival para fotografar dun xeito moi persoal o que está a acontecer diante e detrás dos escenarios, dende as salas de proxección ata a rúa ou as carpas que se instalan na cidade. Ao mesmo tempo son xornadas que permiten ver moito e bon cine internacional. Boa parte de esas imaxes pódense ver nun blogue (ouffenfotos09.blogspot.com/) que en moi poucos días da última edición acadou máis de once mil visitas. Ademais, cunha selección delas faise unha proxección que pecha a gala de clausura do certamen. Son as derradeiras imaxes que se poden ver no festival, imaxes fixas que falan das imaxes en movemento e das persoas que as fan posibles.

◀ Román Novoa

▶ Pablo Araujo



◀ Román Novoa

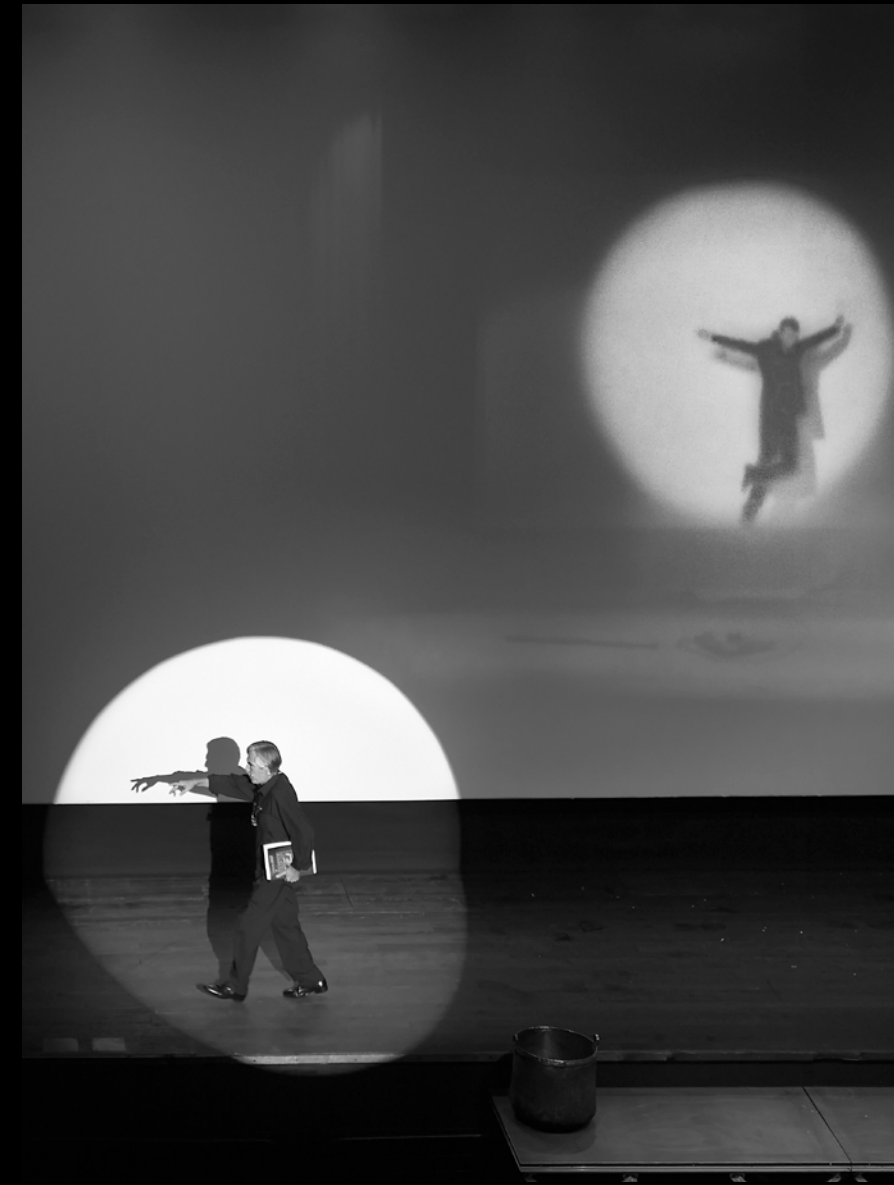
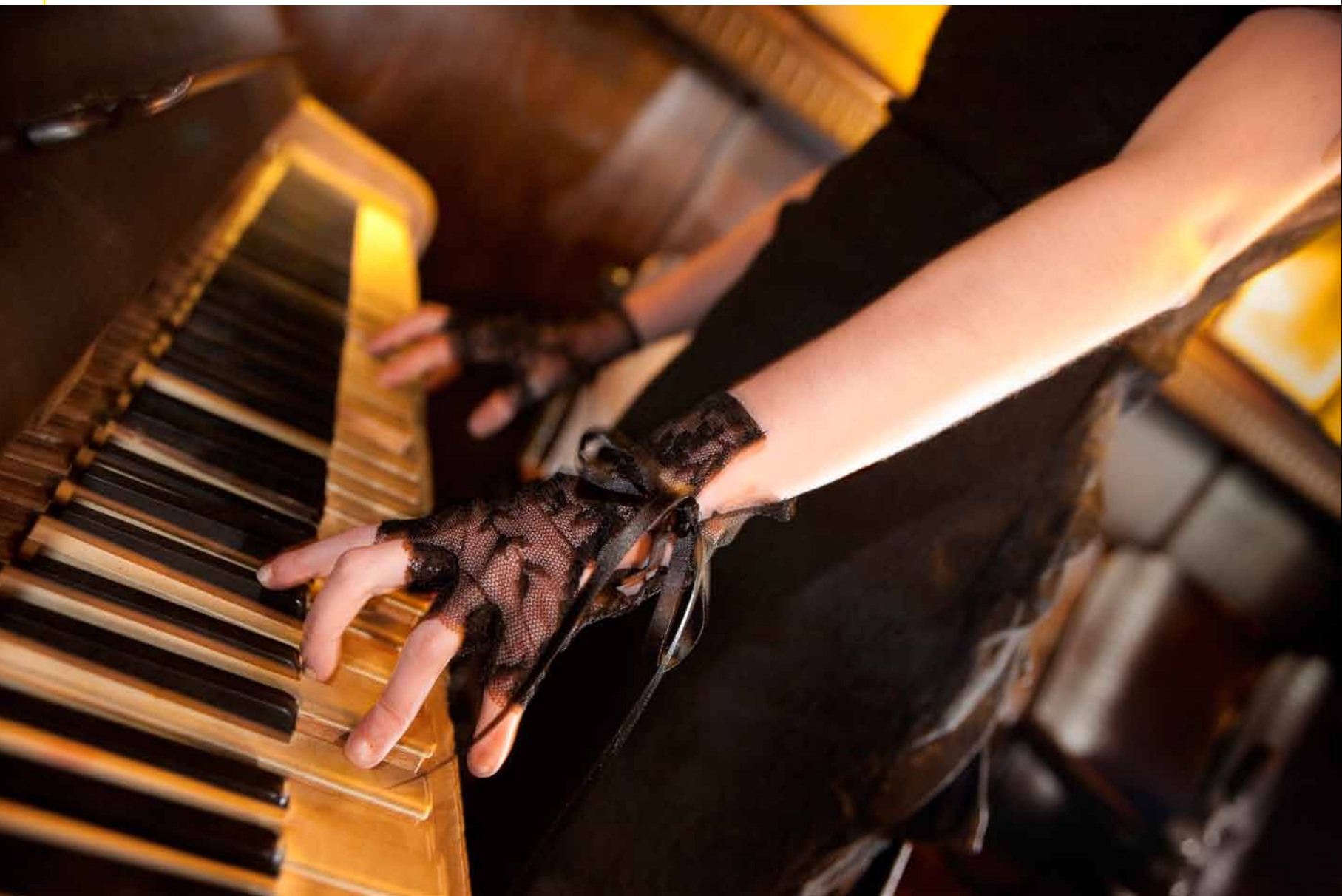


Foto Publicitaria



◀ ▶
Román Novoa

▼ Román Novoa



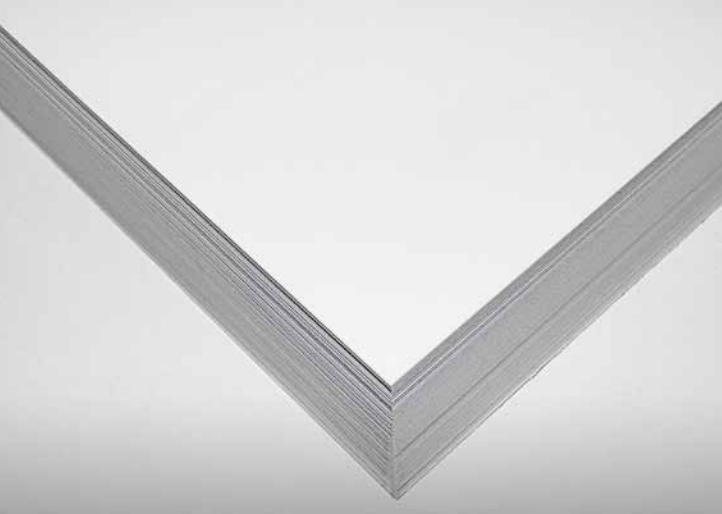


◀ Silvia Rodríguez



▲ Noemí Álvarez

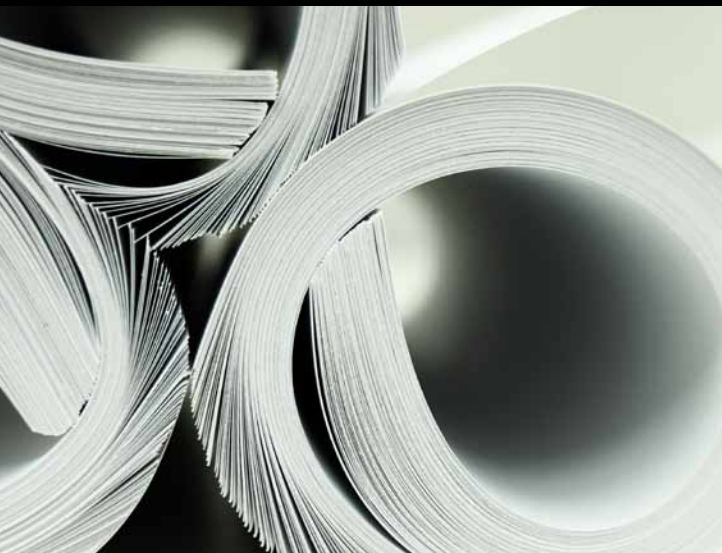
◀ Gabriel Martínez



▲ Ángela Gesteira



▲ Diego González



▲ Katia Rúa



▲ Zulima Fernández



▲ Silvia Rodríguez



▲ Ángela López

No Grande Azul

Jose Romay. Ex alumno de Fotografía Artística da EASD Antonio Failde

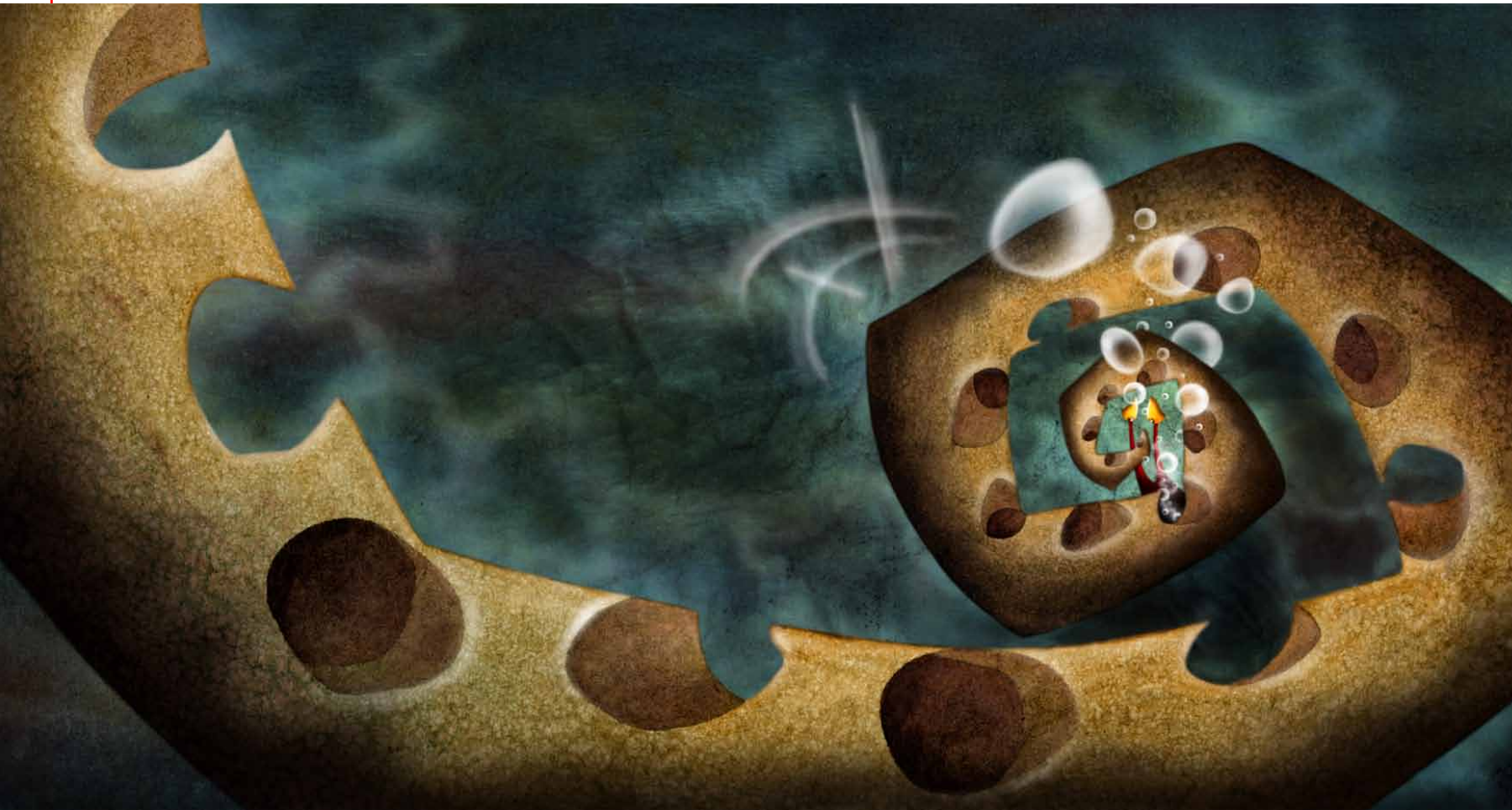




Cando planeo un traballo fotográfico cústame moito obter permisos de persoas ou entidades para facer fotos, é unha tarefa pesada e gastas moito tempo, o máis frustrante, e tamén moi gracioso é sentir a sobrevaloración que a xente lle da á fotografía, coma se estivesemos nos tempos da revista Life porque notas o medo que ten a xente de que os fagas famosos ou de airear os seus trapos sucios. Por iso cando consigues embarcar nun pesqueiro, esa fase maldita queda atrás e a complicidade é total, estas son as miñas impresións do que eu sentiría se tivese que ser mariñeiro.



Rodrigo Chao



▲
"Don Pol e o pequeno Pin". Baía Edicións
Acuarela, Photoshop. 2008

Rodrigo Chao naceu en Boiro, a finais de setembro do 76. Dende sempre, as manuais en xeral e o debuxo en particular, foron dúas das súas grandes afeccións, tanto que, despois de moito cavilar, e animado pola súa nai, matriculouse na Escola de Arte Antón Failde, en Ourense, para estudar Ilustración. Alí sentou as bases sobre o que despois, traballando pola súa conta (practicando, lendo, empapándose de información,...) sería o fundamento da súa formación como ilustrador profesional; de feito, unha reforma sobre o seu proxecto final de curso, convertiuse no seu primeiro libro editado: Adios Ríos, Adios Fontes, unha versión ilustrada para nenos, do famoso poema de Rosalía de Castro.

Algo moi recomendable no tocante á realización dun proxecto de fin de curso, é ter sempre en conta que pode ser unha boa opción para manter un primeiro contacto profesional. Por exemplo, como foi o meu caso, prantexar unha serie de ilustracións acompañadas dun texto (propio ou alleo) que utilizas para o teu proxecto e que posteriormente presentes a unha editorial que poda estar interesada en publicar dito traballo.



▲
Unha chea de familias". Editorial Galaxia
Photoshop. 2008

Para conseguilo, Rodrigo cruzou A Coruña, Lugo, Ourense e Pontevedra na procura dunha editorial que quixese publicar o seu traballo, ata que contactou con Baía Edicións que foi quen editou o mencionado "Adios Ríos, Adios Fontes".

Nestes primeiros contactos xa te vas dando conta do precaria que é esta profesión. Os contratos coas editoriais galegas, polo xeral, son irrisorios, sobre todo no abuso que fan no tocante os dereitos de autor. Tamén as tarifas están moi por debaixo do que deberían polo que continuamente tes que estar negociando e tentando conseguir un contrato o máis digno posible.

Esto supuxo un púlo para o ánimo de Rodrigo, quen cada vez tiña máis claro ó que quería adicar a súa vida profesional. A confirmación chegoulle cando outras editoriais como Xerais e Galaxia contactaron con él para participar en certos proxectos e ilustrar textos doutros autores.

Proxecto sobre o Pórtico da Gloria da Catedral de Santiago de Compostela. En construción



"O prodixio dos zapatos de cristal". Editorial Galaxia Photoshop. 2008



Agora mesmo, un debate que está aberto é o da aparición dos E-books ou libros dixitais. Aquí as editoriais aforran gastos de imprenta, distribución,... polo que as porcentaxes de dereitos de autoría dos ilustradores, escritores,etc,... deberían aumentarse considerablemente (cousa que, por outro lado, as editoriais non están contemplando nos contratos)

Para que isto non suceda, é importantísimo non firmar contratos abusivos e informar continuamente ás editoriais dos nosos dereitos.

Con respecto á técnica, os primeiros contos de Rodrigo Chao están feitos con acuarela líquida, nembargantes, os prazos curtos impostos polas editoriais e a inquietude personal por atopar diferentes texturas e novas posibilidades, levouno a adentrarse no mundo dixital e, actualmente, a maioría dos seus traballos os debuxa a man e os pinta co Photoshop.

Persoalmente, creo que o ordenador é unha ferramenta ideal para o ilustrador. É certo que o aspecto dunha obra orixinal feita con medios tradicionais é insuperable pero isto é compensado coa rapidez, posibilidades e comodidade que che brinda o ordenador. Moitas veces pénsase que o ordenador faiche a ilustración e nada máis lonxe da realidade. A tableta gráfica pódese entender como o lenzo e o lápiz óptico, o pincel. Comecei utilizando acuarelas nas ilustracións pero agora case sempre debuxo a lapis, escaneo e coloreo co Photoshop.

Actualmente, Rodrigo compaxina a ilustración editorial coa produción audiovisual e encargos puntuais de diferentes clientes.

"A ilustración recolle moitas vertentes da creación visual que van dende o libro, libro de texto, prensa, guión ilustrado, cartelismo, muralismo, etc,... ata a publicidade, deseño, edición multimedia, animación, ..."



▲
"O rato Pincho". Editorial Galaxia
Photoshop. 2009



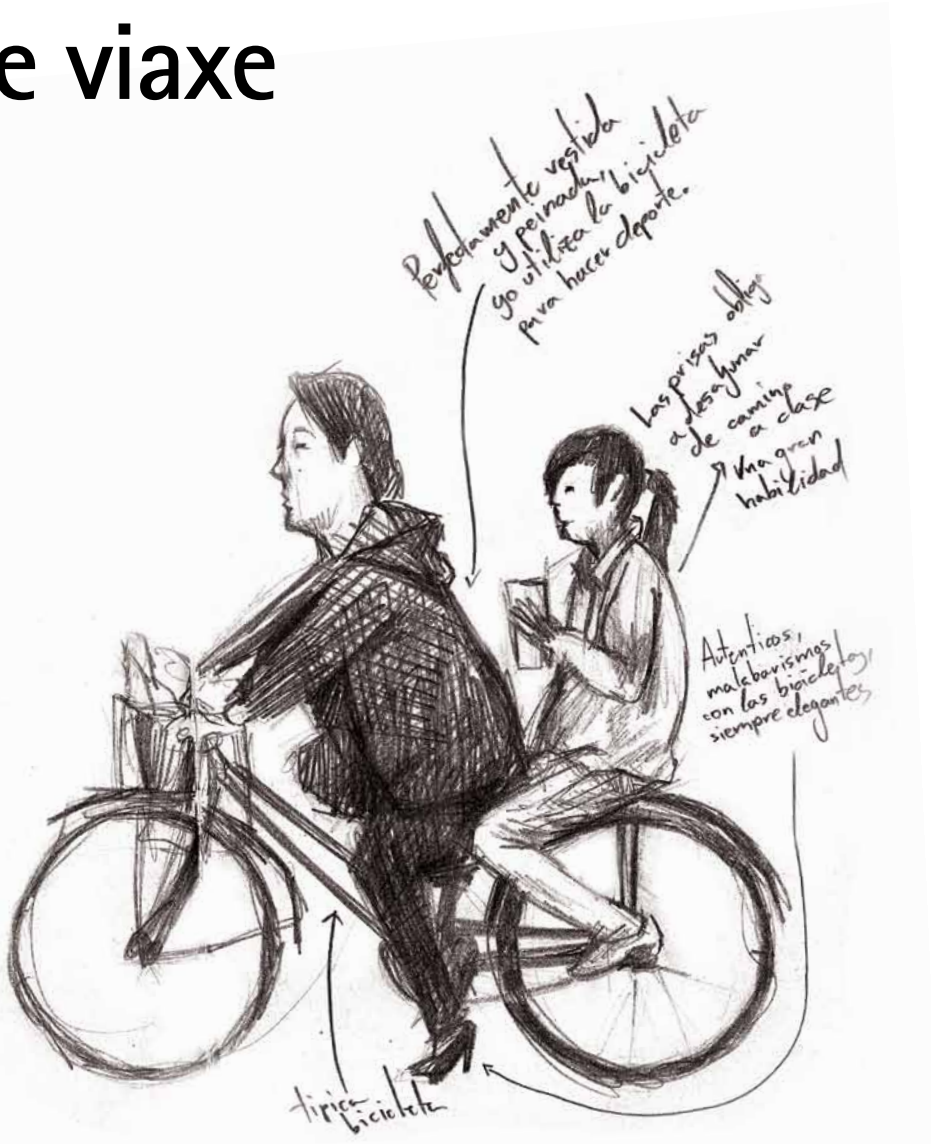
Libros Publicados:

"Adiós, ríos; adiós, fontes". *Rosalía de Castro. Baía Edicións*
"O conto dos silencios". *Silvia Pazos Hermida. Baía Edicións*
Libros de texto Primaria e Secundaria. *Nova Galicia*
"A Carreira de Sacos". *Silvia Pazos Hermida. Edicións Xerais*
"Natasha e Dimitri". *Antonio Yáñez Casal. Edicións Xerais*
"A voz do Lago". *Antón Riveiro Coello. Galaxia*
"A cor dos sonhos". *Libro colectivo. Barbantia*
"Ourizo cacho e o gran río gris". *Rosa Aneiros. Editorial Galaxia*
"Don Pol e o pequeno Pin". *Max Portela. Baía Edicións*
"Unha chea de familias" (1ª edición e 2ª ampliada).
Xosé A. Neira Cruz. Editorial Galaxia
"O prodixio dos zapatos de cristal". *Xosé A. Neira Cruz. Editorial Galaxia*
"Pingueiras e Tarteiras". *Teresa González. Edicións Xerais*
"O rato Pincho" e "Monicrequeamos".
Gloria Sánchez e Carmen Domech. Editorial Galaxia
"Unha vida de Ra". *Rafael Laso. Editorial Edelvives*
"Xoa". *Antonio Yáñez Casal. Edicións Xerais. Próxima edición*
"O Pórtico da Gloria". *Serafin Moralejo Álvarez.*
Fundación Pedro Barrié de la Maza. Actual proxecto para próxima edición.

O prodixio dos zapatos de cristal". Editorial Galaxia
Photoshop. 2008
▼

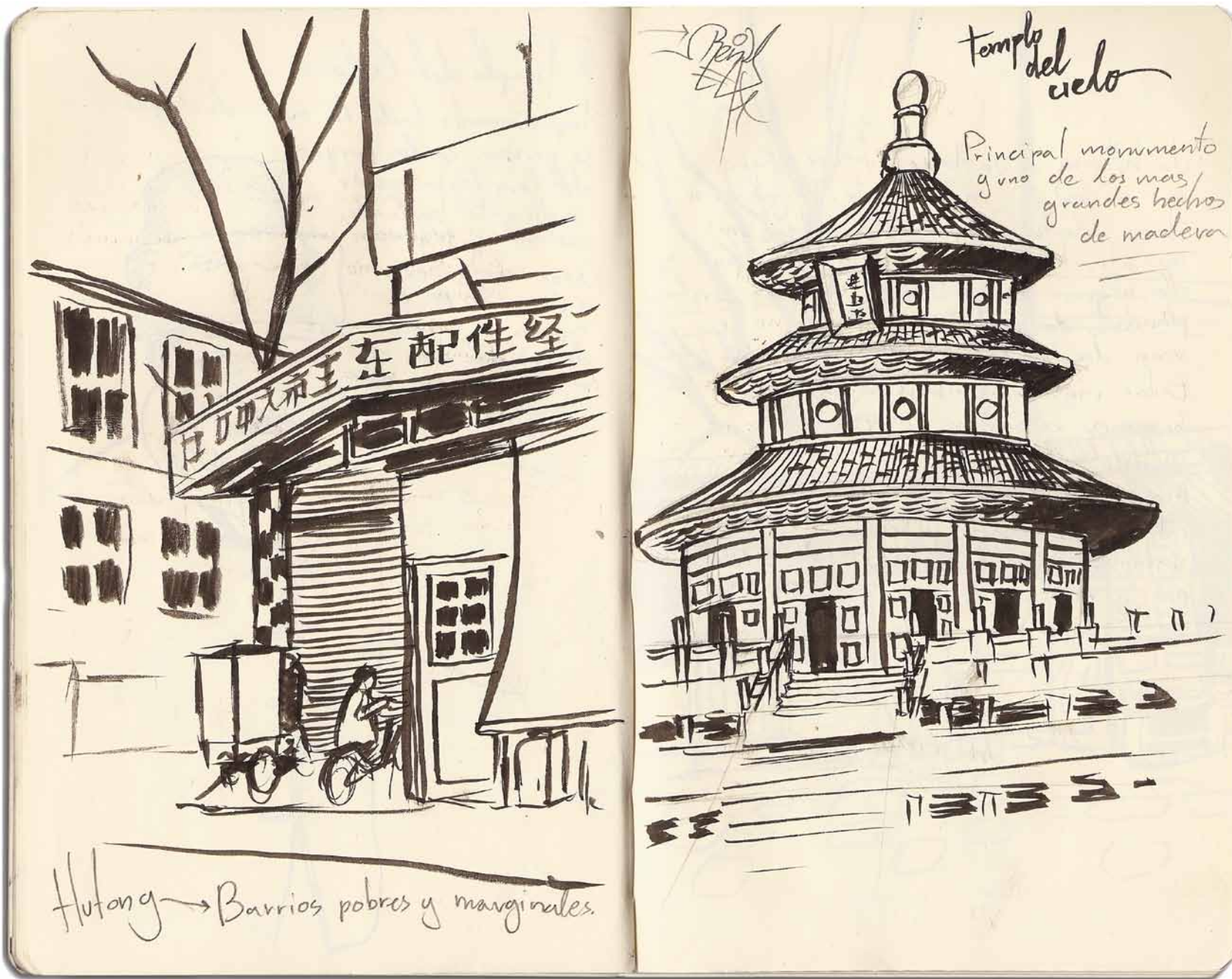
Caderno de viaxe

Javier Ramírez



Din que o momento débese vivir con paisón sen deixar pasar cada detalle, nembargantes toda-la xente sempre desexa gardar algún detalle para nun futuro lembrar cunha grande sonrisa tódolos momentos vividos. Uns prefiren recordalo cun imán para a neveira, outros con algún obxeto típico do país ou simplemente con algunha foto para inmortaliza-la ocasión.

¿Pero por qué non poñerlle máis personalidade ó tema?, ¿por qué non fusio-nar un mundo completamente diferente con o mundo interior de cada un?. Este país mostroume o auténtico reflexo dos seus cidadáns, paisaxes increíbles e unha morea de situacións que precisaban plasmar na lembranza, unha especie de diario persoal nun alarde de exhibicionismo.



Excepciones en el Zoo Chino...

A pesar de que contemplamos estas maravillas de la naturaleza, no estoy muy de acuerdo con el cuidado que reciben algunos animales. Será porque no es época turística?



Zoo Chino

Intentando cojer la postura



El dragón y el panda son los principales iconos Chinos. Muy curiosos los Pandas y aún más simpáticos,

Panda

Un xx solitario

Un hutong es un barrio pobre, pero eso no es lo más curioso. El gobierno Chino intenta esconderlos porque no son atractivos para la ciudad, y para ello, algunos los intentan esconder con planchas de metal para que no se vean desde las calles principales. Estas mascararas absurdas lo que hacen es esconder lo que todo el mundo sabe.

Algunos puntos de este barrio son extremadamente pobres y cuesta imaginar como la gente puede vivir ahí y más cuando nos encontramos a -7°C.

Barrio cerca del templo del Cielo



A forma e a mensaxe

Elena Iglesias. Profesora de Deseño Gráfico

Atopámonos inmersos nunha sociedade visual que nos sacode constantemente e satúranos de información. Neste contexto a tipografía exerce unha función orientadora, comunicativa, evocadora e transmisora dun legado cultural.

A tipografía ocúpase da conformación e disposición mecánica de caracteres e da súa reprodución. Como lectores habituais atendemos máis á funcionalidade lingüística, esquecendo as veces que se trata de linguaxe visual. O Dadaísmo, a Bauhaus e en xeral as Vangardas abriron un mundo novo de posibilidades pouco convencionais na exploración de alfabetos e distribucións textuais. Metáforas visuais, collages, fotomontaxes, asociacións fonéticas... chegaron creación artística e deseño. Estes experimentos produciron un profundo cambio na representación da mensaxe escrita.

Existen moitos recursos estéticos e expresivos, herdados da caligrafía manual, para interpretar plasticamente a linguaxe. A letra en si mesma, debuxa unha natureza abstracta similar ao punto ou á liña. Os trazos particulares dos caracteres: os eixes, a modulación, os remates..., desaparecen cando lemos (grupos de tres a catro palabras), e soamente son perceptibles cando ampliamos a escala de xeito esaxerado.

O espazo é un elemento visual importante a ter en conta na composición impresa. O soporte condiciona o deseño, equilibrando a mancha e o fondo en branco. A interlínea ten que ser cómoda para facilitar a lectura. O ollo interior dos tipos dótalles de enerxía e mellora a lexibilidade. As letras se dispoñen en estruturas modulares máis ou menos regulares, segundo o seu ancho, para construír palabras e liñas, e as retículas, na maquetación, aportan uniformidade estilística ás páxinas e organizan a información.

Calquera cambio no estilo da fonte, na posición ou no tamaño provoca unha xerarquía que interpreta a nosa forma de falar e de pensar. Esta cor tipográfica ilustra as variacións cromáticas do texto nun formato determinado, como si dunha paleta pictórica se tratase: igual que falamos con maior ou menor énfase, tamén salientamos ou rumoreamos co símbolo escrito.

Nesta contorna as normas de composición e a tradición histórica supoñen unha referencia formal que non limita nin dirixe o proxecto. As regras fanse para ser transgredidas, e a experimentación é imprescindible en traballos como desenvolvemento de logotipos ou monogramas, cuxos obxectivos principais son identificar e ser recordados.

A tipografía é o instrumento máis prezado do deseñador gráfico. Para Enric Satué "E a materia prima do deseño". A mensaxe e o medio se funden nesta forma de expresión, que é ao mesmo tempo intelectual e emotiva, aportando multitude de solucións persoais para cada aplicación do proxecto gráfico.



Tipografía Creativa

Ofelia Cardo. Profesora de Volume



▲ Marco Riabo

◀ Manuel de la Fuente

Os traballos que se mostran corresponden aos alumnos da Escola de Arte e Superior de Deseño Antonio Failde, de 1º de Deseño Gráfico dos Estudos Superiores, dentro do área de Volume. O tema común dos exercicios que se presentan é a tipografía, entendida esta non só na súa función lingüística senón como un medio a explorar como signo. Con este tema desenvolveron aspectos do volume como a textura, o módulo, a materia, a forma, o espazo e as técnicas construtivas.

1ª Proposta: Construír un abecedario sobre unha tipografía xa existente cun material non perecedoiro ou cun módulo obxectual (a materia neste caso manufacturada), e con el realizar unha palabra ou texto.

Nos exercicios resoltos utilizaronse distintos tipos de materiais. Con todos eles buscábase a expresividade do propio material. Entendese este como un elemento físico e tridimensional co que manipular e explorar as características que lle son propias.



▲ Olalla Rodríguez

Esgazar, cortar, doblar, pulverizar, moldear, ...foron operacións realizadas arredor do material elixido buscando e explorando as operacións, atendendo sempre á súa natureza.

No caso dos obxectos, valoráronse as súas formas, os seus significados, as súas estruturas, organizándoos e dispóndoos sobre o plano. Nuns casos eran as características formais o que primaba: a delicada liña no exemplo das pinzas, ou o punto vermello vibrante no misto cortado, ou a mancha nos fíos de cores. Noutros a súa analogía formal con outros elementos: a linguaxe dixital nos corchetes e nas porcas. Noutros reflexionouse sobre o obxecto e o seu uso: e o caso dos lapis utilizados como símbolo da ferramenta de traballo do deseñador e a operación frustrante de crear, recollida nese acto de rompelos, de ahí a exclamación escrita ARG! , ou a cera como materia das velas de aniversario que realizou escribindo a palabra SOPRA sobre unha torta.

2ª Proposta: Realizar unha intervención volumétrica con tipografía nun espazo da escola.

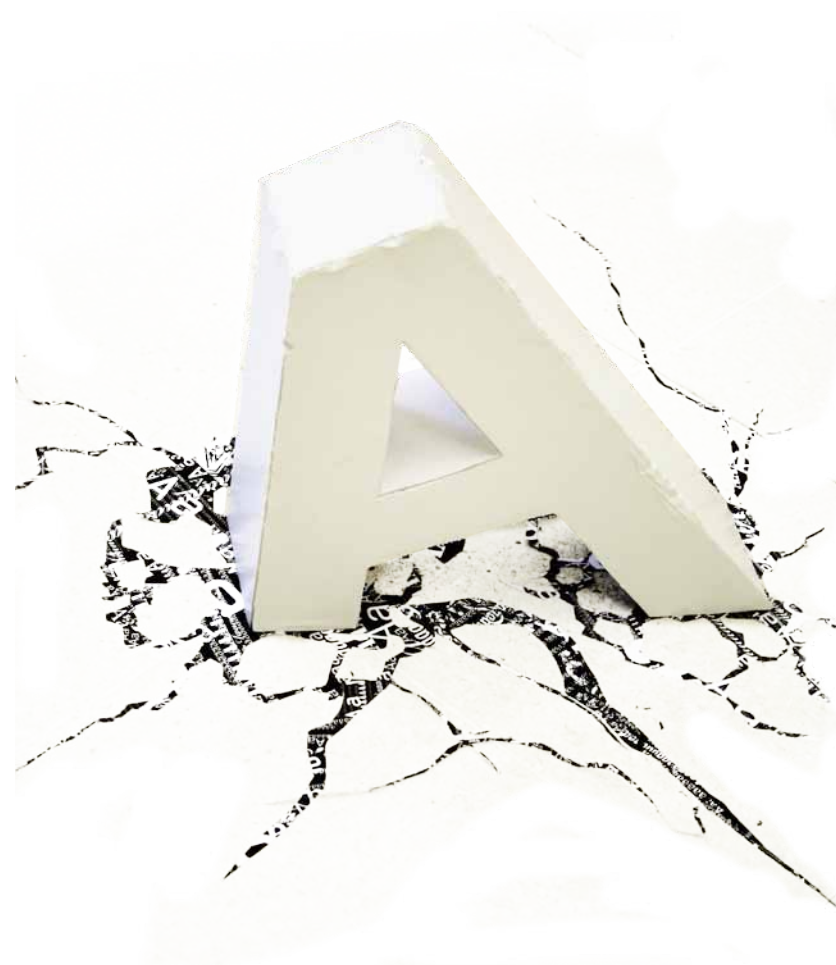
Neste traballo os condicionantes eran varios: había que buscar un lugar específico, tiña que existir algún elemento volumétrico e ser tipográfico. Con estas formulacións creáronse as instalacións.



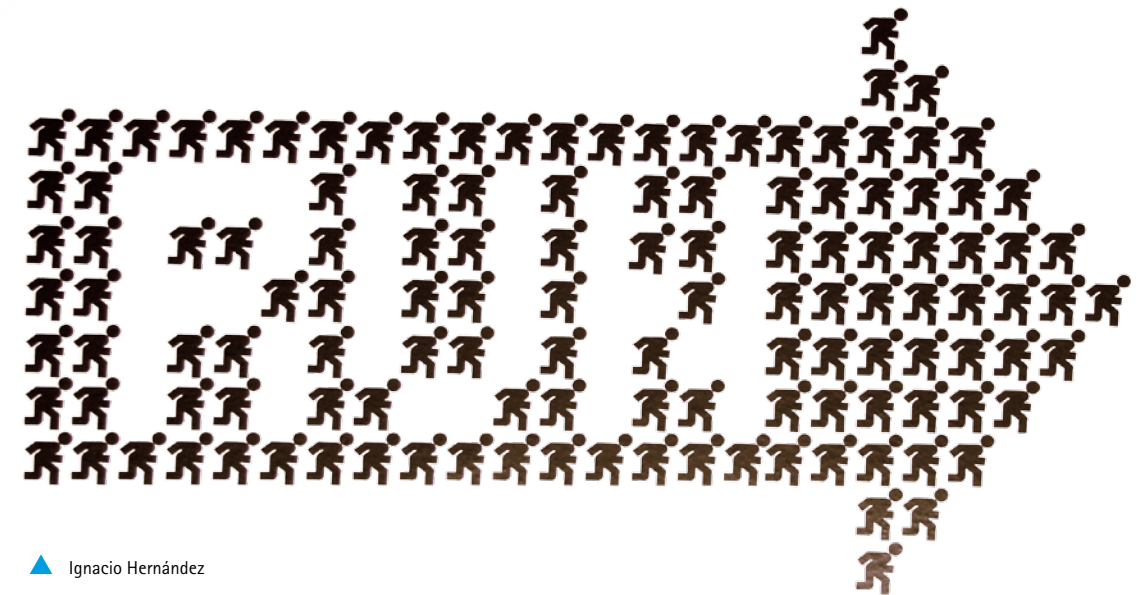
Esmeralda Sánchez ►



▲ Tamara Romero



▲ Alejandra Abalde



▲ Ignacio Hernández

As propostas derivaron en varias liñas:

Unhas en función do seu significado como lugar. Na biblioteca trabállouse coa H, por ser unha letra muda e facer referencia a un sitio onde o silencio é fundamental. Na entrada do centro, como espazo de recepción, construíuse a palabra HOLA con fíos de cores para ser lida desde ese lugar concreto, véndose desde os outros como unha maraña de fíos dispostos a distintas profundidades.

Noutros traballos partiuse de elementos da arquitectura como os pasamáns, as columnas, as ventás grandes ou as portas. Unha porta exterior que sempre está pechada, deu lugar ao xogo visual das palabras inglesas LOCK e LOOK, pechadura e ollada, co vinilo duns ollos creados tamén con tipografía, o paréntese para a cella e o punto para os ollos, redundando na idea de pechadura facendo a pupila dos ollos cun vacío a xeito de chave.

Tamén os elementos das instalacións desencadearon ideas: os espellos, as tomas de auga que hai para a colocación das máquinas expendedoras de café, a sináptica dos espazos... Unha indicación de saída de urxencia inspirou a realización dunha frecha coa repetición do símbolo, onde se deixaban uns vacíos para ler a palabra RUN (correr).



◀ Juan

Multiculturalidade e interacción de programas

Programas de traballo no estranxeiro e recepción de alumnos e profesores na EASD ao longo do actual curso

Países onde desenvolvemos programas de intercambio ao longo dos últimos meses:

Estadías da EASD Antonio Failde no estranxeiro:

Emiratos Árabes Unidos

César Taboada
Universidades de Sharjah, Dubai, Zayed e Centros de Ruwais

Visita preparatoria en UAE (Emiratos Árabes Unidos) onde o desenvolvemento de Universidades é crecente. En Sharjah, o Emirato que posúe a universidade mais prestixiosa dos sete, comezamos as entrevistas na Sharjah University e na American University. O espectáculo das Universidades de Zayed onde a Facultade de Artes ten catro sedes todas recentemente construídas é dunha modernidade que evidencia a man occidental no deseño tanto interior como exterior. No interior do deserto, en Madinah Zayed, extensa entrevista cos Profesores Ewart e o Director Philip Wright que se prolonga coa visita aos centros de Sart. A intención de todas estas facultades de coñecer o sistema educativo que impartimos na nosa cidade é unha forma positiva para o comezo dunha programación escalonada de intercambios que xa consolidamos coa presenza dos centros Emiratis na 5ª International Students de Istanbul con programas conxuntos de traballo e intercambios que están a punto de iniciarse. A calidade dos centros dos emiratos dunha modernidade e dotación envexables, cunha mirada aos referentes clásicos de Europa son un modelo de nova creación con profesorado procedente das universidades occidentais, permeable a todo tipo de interaccións e colaboracións, sempre aceptando as tradicións do mundo islámico dentro do ritmo de incorporación dos valores democráticos e igualitarios que desexamos para a creación dunha comunidade mais dinámica e, sobre todo, dende a perspectiva e influencia do legado árabe do noso país que nos sitúa de maneira privilexiada fronte ao resto dos países europeos.

India

César Taboada
Universidade de Jadavpur, Kala Babhana de Santiniketan
Conferencias de difusión das actividades académicas da EASD nas universidades Indias. Prácticas didácticas na Facultade de Arquitectura de Jadavpur.
Tamén se trasladou un grupo de nove alumnos/as de varias especialidades da EASD.



Alumnado da Escola en China

Brasil

Xosé Manoel González
Universidade Jorge Amado. Salvador de Bahía

Brasil é xa unha potencia mundial de primeiro orde no plano económico e cultural e conta cunha inportante traxectoria de aportacións ao ámbito da arte, a arquitectura e o deseño. Ao comezo do curso realizouse unha visita preparatoria á UNIJORGE en Bahía, no Brasil mais auténtico. A universidade dispón dunhas óptimas instalacións e medios e conta cunha sólida e variada oferta educativa en distintas especialidades. Impartiuse a palestra "Design gráfico na Galiza; perspectiva histórica e actualidade" e deuse a coñecer a nosa Escola e os seus programas de intercambio de estudantes.

O sistema linguístico común galego-luso-brasileiro, empregado por centos de millóns de persoas nos cinco continentes, revelouose como un instrumento privilegiado de comunicación que nos ofrece oportunidades a non desaproveitar neste mundo globalizado. O resultado da estadía foi a sinatura dun convenio de intercambio entre as dúas institucións que se aplicará proximamente coa mobilidade de alumnado en ambos sentidos.

China

Premir International Academy
Estadía de seis alumnos/as.

Xapón

Saga Kyoto University of Arts
Estadía de seis alumnos/as.

Turquía

Guzel Sanatlar Facultesi
Grupo de sete alumnos/as.

Italia

"Leonardo daVinci" en colaboración co Concello de Ourense

Portugal

"Leonardo daVinci" en colaboración co Concello de Ourense

República Checa

"Leonardo daVinci" en colaboración co Concello de Ourense

Etiopía

School of Arts & Design Adis Ababa
Estadía de dous alumnos

Perú

Universidad Católica de Lima
Estadía dun grupo de seis alumnos/as.

Malta

Elanguages't

Dinamarca

KTS. Copenhagen TechnischeSchule
Dúas alumnas participaron nas actividades multimedia do centro Danés.



Alumnado de India, Etiopía e Xapón na Escola

A EASD Antonio Failde recibiu:

India

Profesor Tapas Battacharya que impartiu conferencias na EASD.
Tamén participou un grupo de tres estudantes de Calcuta das actividades de EASD

Dinamarca

Profesores Susanne Lund y Michael Holstrom da Copenhagen TechnischeSchule
Chegaron seis alumnos/as un trimestre con un programa Multimedia que realizan no período de intercambio.

Xapón

Prof. Masami Kitamura
Impartiu unha conferencia ao alumnado de intercambio e dous alumnos da Facultade.

Etiopía

Prf. Muzie Awole y Amene Amadeseyad participaron durante un mes nun curso de serigrafía coa participación dos profesionais dos talleres na EASD.
Un grupo de tres alumnos/as están a facer un completo curso de artes gráficas e pintura.

Outros anuarios

As catro propostas finalista



▲ Ángela Gesteira



▲ Rogelio Fernández



▲ Diego González



▲ Pablo González

