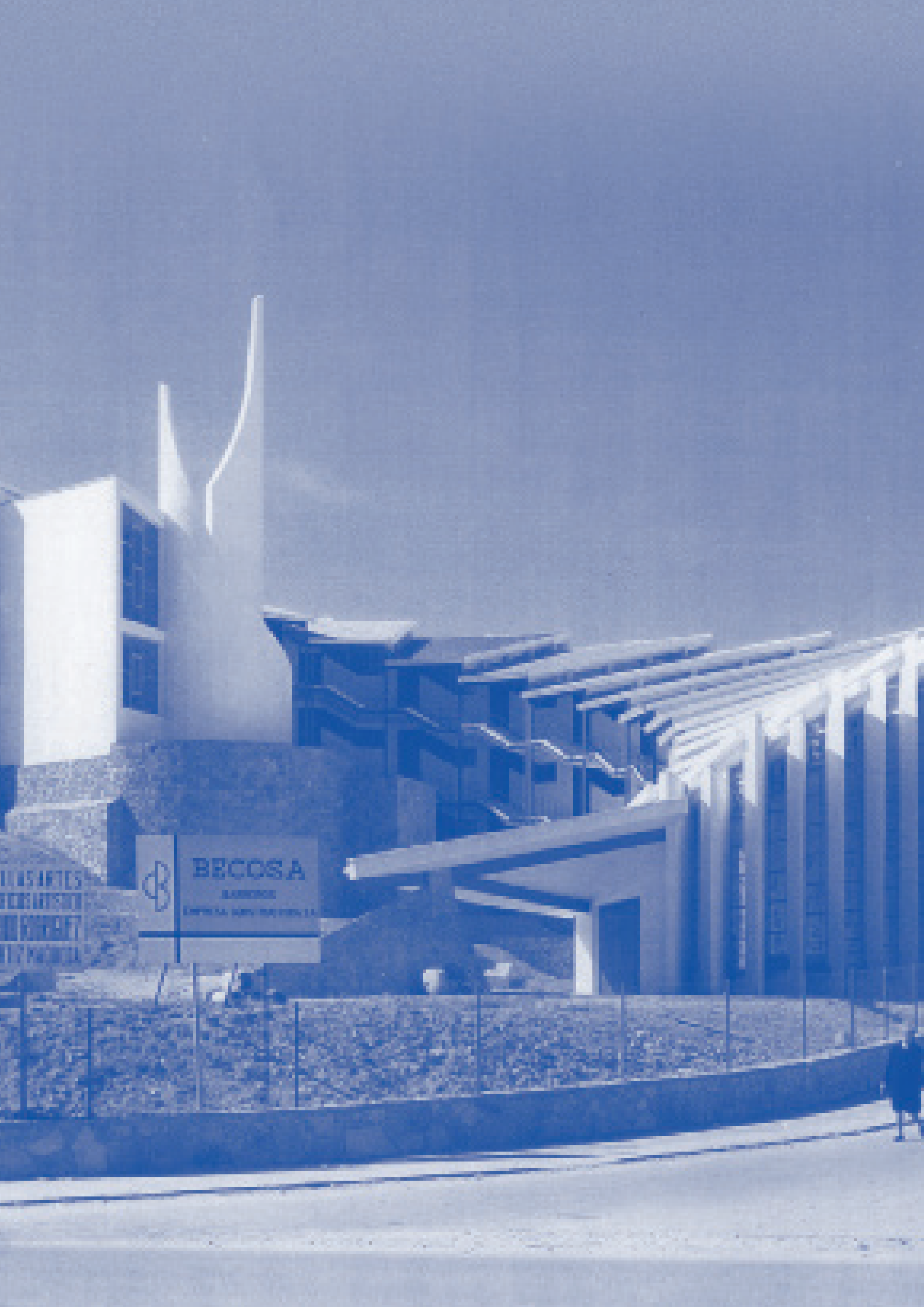


EAA!

03

REVISTA SOBRE ARTE, CERÁMICA, DECORACIÓN, DISEÑO Y FOTOGRAFÍA DE LA ESCUELA DE ARTE DE ALGECIRAS





ARTES
RECONSTRUCCIÓN
Y FORTALECIMIENTO
DE LA INFRAESTRUCTURA



REVISTA EAA! 03 / 2012 - 2013

4 OFERTA EDUCATIVA

- 4 BACHILLERATO
- 6 DECORACIÓN CERÁMICA
- 7 FOTOGRAFÍA ARTÍSTICA
- 8 GRÁFICA PUBLICITARIA
- 9 DISEÑO DE INTERIORES
- 10 EAS DISEÑO GRÁFICO

12 NOTICIAS

16 GALERÍA

22 ARTÍCULOS

- 22 EL SUEÑO DE LOS HÉROES CAÍDOS
- 24 ¿PARA QUÉ SIRVE EL DISEÑO?
- 30 REDISEÑO DE MARCA GRÁFICA
- 34 LA FOTOGRAFÍA, UN ARTE DE PRIMERA
- 40 DISEÑO APPLICADO
- 44 ¿QUIÉN ESTÁ DETRÁS DE TODO ESTO?
- 50 PIXEL PORTRAIT

52 ENTREVISTA

- 52 JUAN JESÚS BARRAGÁN

DIRECCIÓN Virginia Rodríguez López

EDICIÓN Pablo Antonio Díaz Iglesias, Rosa Merlo Puche, Manuel Moreno Morales, Luis Sánchez Maraia, Rafael Quintero Osuna / Grupo de Trabajo Revista EAA!

MAQUETACIÓN Jose Bercial Centeno, Marta Durán Díaz, José Larios Calderón, Isabel Montero Hoyos, Elva Mourelle Costa / Alumnado 1º EAS Diseño Gráfico

PORTADA Juan Jesús Barragán (Alumno de Fotografía Artística)

CONTRAPORTADA Finalistas del Concurso Portada Revista EAA!

ISSN 2254-1616



OFERTA EDUCATIVA



BACHILLERATO ARTÍSTICO

El Bachillerato Artístico proporciona a los alumnos y alumnas la formación, madurez intelectual y humana, los conocimientos y habilidades que les permitirán incorporarse a la vida activa con responsabilidad y competencia. Además de las asignaturas comunes a todas las modalidades de Bachiller, la modalidad de artes ofrece otras asignaturas y talleres centradas en la educación y formación artística.

El Bachillerato en la Modalidad de Artes capacita al alumnado para acceder a la educación superior: Estudios de Grado, Estudios Artísticos Superiores o Ciclos Formativos de Grado Superior.

En el Campo de Gibraltar, la modalidad de Artes del Bachillerato sólo se imparte en la Escuela de Arte de Algeciras.

PRIMER CURSO

ASIGNATURAS COMUNES

Filosofía y ciudadanía
Francés o inglés (primer y segundo idioma)
Lengua castellana y literatura
Educación física
Religión o alternativa
Ciencias para el mundo contemporáneo

ASIGNATURAS DE MODALIDAD

Dibujo artístico I
Dibujo técnico I
Volumen
Cultura audiovisual
Proyecto integrado I

SEGUNDO CURSO

ASIGNATURAS COMUNES

Historia de la filosofía
Lengua castellana y literatura
Historia de España
Inglés o francés
Religión o alternativa

ASIGNATURAS DE MODALIDAD

Historia del arte
Dibujo artístico II
Dibujo técnico II
Técnicas de expresión gráfico-plástica
Diseño

ASIGNATURAS OPTATIVAS

Proyecto integrado II (obligatoria)

UNA OPCIÓN ENTRE LAS SIGUIENTES

T.I.C.
Francés o inglés (segundo idioma)
Talleres artísticos



CICLO FORMATIVO DE GRADO MEDIO

DECORACIÓN CERÁMICA

Una de las actividades del ceramista es la decoración de las piezas. Para ello, debe formarse en el conocimiento técnico de los materiales y procesos de realización: creación del objeto cerámico, proyecto de decoración del mismo –bocetos– y la propia decoración de la cerámica, de manera manual o serigráfica.

La Decoración Cerámica no sólo implica el conocimiento de sus aspectos técnicos: también se forma al alumnado en la creación artística de un objeto que refleje las exigencias del cliente y su propia creatividad. La actuación profesional de los alumnos que cursen este ciclo formativo, está orientada a aquellas empresas con departamentos de decoración cerámica y acabados de superficies, a talleres artesanales y al ejercicio libre de su profesión.

PRIMER CURSO

Dibujo artístico I
Dibujo técnico
Volumen I
Historia del arte y de la cerámica
Materiales y tecnología: Cerámica I
Taller de decoración cerámica I

SEGUNDO CURSO

Dibujo artístico II
Volumen II
Materiales y tecnología: Cerámica II
Taller de decoración cerámica II
Formación y orientación laboral
Obra final
Fase de prácticas en empresas, estudios o talleres



CICLO FORMATIVO DE GRADO SUPERIOR

FOTOGRAFÍA ARTÍSTICA

El fotógrafo artístico realiza su trabajo en los ámbitos de la publicidad, el diseño, la moda, el reportaje social, la industria, la ciencia, el mundo editorial, el fotoperiodismo o a la obra artística personal.

La enseñanza de la Fotografía no se limita únicamente a una formación técnica, sino también del conocimiento estético contemporáneo.

Esto permite al estudiante de Fotografía producir una imagen que aúna la demanda del cliente y su propia visión artística.

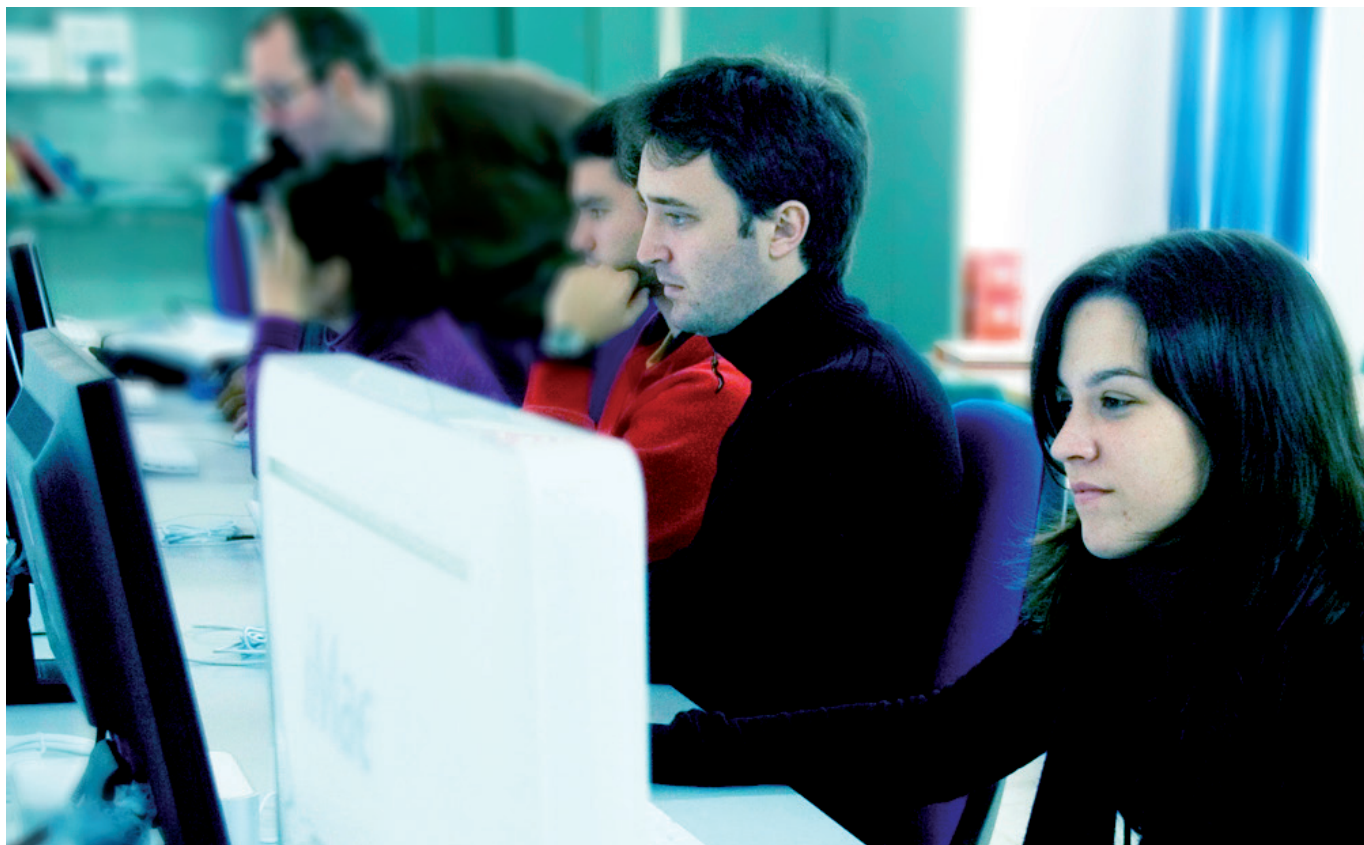
El fotógrafo profesional desarrolla su trabajo en empresas y talleres, públicos o privados, así como de manera autónoma en distintos campos de la Fotografía.

PRIMER CURSO

Historia de la Fotografía
Expresión Plástica Fotografía
Dibujo Técnico
Fotografía Artística 1
Técnica Fotográfica
Teoría de la Imagen Publicitaria
Volumen

SEGUNDO CURSO

Fotografía Artística 2
Medios Audiovisuales
Técnicas Fotográficas Aplicadas
Formación y Orientación Laboral
Formación en Centros de Trabajo
Proyecto Final



CICLO FORMATIVO DE GRADO SUPERIOR

GRÁFICA PUBLICITARIA

El ciclo de Gráfica Publicitaria está orientado a la formación de profesionales en el campo del diseño gráfico y publicitario. Los estudiantes recibirán la formación teórica y práctica necesaria para realizar un trabajo profesional en los distintos campos del sector: diseño de logotipos e imagen corporativa, diseño editorial, campañas publicitarias, anuncios, publicidad directa, gráfica de stands y actividades, diseño de envases y embalajes.

El técnico superior en Gráfica Publicitaria está capacitado para desarrollar múltiples trabajos: diseñador gráfico o publicitario, director de arte en agencias de publicidad, gestor de imagen corporativa de empresas o instituciones, etc. Los diseñadores y diseñadoras gráficos pueden también trabajar como profesionales autónomos o freelance.

PRIMER CURSO

Historia de la imagen gráfica
Técnicas de expresión gráfica
Dibujo técnico
Fotografía
Teoría de la imagen publicitaria
Volumen

SEGUNDO CURSO

Tipografía
Técnicas gráficas industriales
Medios informáticos
Medios audiovisuales
Proyectos de gráfica publicitaria
Formación y orientación laboral
Formación en centros de trabajo
Proyecto final



CICLO FORMATIVO DE GRADO SUPERIOR

PROYECTOS Y DIRECCIÓN DE OBRAS DE DECORACIÓN

Los alumnos y alumnas utilizan un método creativo para la realización de proyectos y dirección de obras de arquitectura de interior. Desarrollando proyectos, realizando la investigación de estructuras formales, mobiliario, materiales y procesos creativos propios, analizando documentación, representando gráficamente el proyecto con posibilidades de gestión, coordinación y diseños medioambientales o artísticos.

El técnico superior en Proyectos y Dirección de Obras de Decoración ejercerá su actividad como profesional independiente, asociado en cooperativa, o en empresas y talleres relacionados con la decoración.

PRIMER CURSO

Historia de la Arquitectura y de su Entorno Medioambiental
Dibujo Artístico
Dibujo Técnico
Tecnología y Sistemas Constructivos
Proyectos
Expresión Volumétrica

SEGUNDO CURSO

Historia del Interiorismo
Proyectos y Dirección de Obras de Decoración
Mediciones, Presupuestos y Planificación de Obras
Tecnología y Sistemas Constructivos
Formación y Orientación Laboral
Formación en Centros de Trabajo
Proyecto Final

ENSEÑANZAS ARTÍSTICAS SUPERIORES

DISEÑO GRÁFICO

Las Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño Gráfico se crean con el objetivo de atender las nuevas demandas laborales y las necesidades de cualificación profesional de la sociedad contemporánea andaluza. Estos estudios se encuentran en el marco de la educación superior europea y ofrecen a los estudiantes de diseño Gráfico una titulación equivalente, a todos los efectos, a la de grado.

El diseño gráfico es una disciplina de elevada complejidad. Para su dominio, es preciso desarrollar diversos talentos y facultades como la creatividad, la capacidad de innovar, el perfeccionismo y la sensibilidad plástica. Además resulta necesario adquirir complejos conocimientos técnicos y teóricos acerca de diversos

campos: tipografía, imagen, artes plásticas, composición, comunicación gráfica, gestión del color, nuevas tecnologías, etc.

Las nuevas enseñanzas superiores, de una duración total de cuatro años, posibilitan profundizar en esta formación multidisciplinar y alcanzar un alto grado de conocimientos en una actividad de futuro.

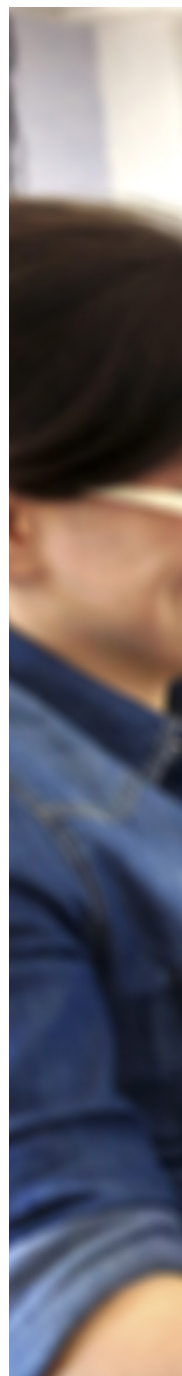
La implantación de estas enseñanzas tiene carácter experimental en Andalucía. Tras un periodo de dos cursos académicos la Consejería competente en materia de educación autorizará, con carácter definitivo, la impartición de las mismas en aquellos centros que se determinen.

PRIMER CURSO

Lenguaje visual
Creatividad y metodología del proyecto
Dibujo a mano alzada. Croquis y bocetos
Técnicas de expresión en diseño
Sistemas de representación
Representación vectorial
Fotografía digital y medios audiovisuales
Historia del arte y la estética
Historia del Diseño. Siglos XIX, XX y actual
Tipografía I. Composición
Tipografía II. De la caligrafía al graffiti

SEGUNDO CURSO

Antropometría y ergonomía
Construcción tridimensional
Fundamentos científicos aplicados al diseño
Ecodiseño y sostenibilidad
Inglés técnico
Tipografía III. Diseño y gestión de tipografía
Materiales, tecnología y producción gráfica
Historia del diseño gráfico
Diseño gráfico español. Andalucía
Diseño editorial y maquetación
Diseño de identidad visual







Sala Oblicua | ESCUELA DE ARTE ALGECIRAS

DE PUERTAS A DENTRO

Iniciamos el curso con una exposición conjunta en La Sala Oblicua de alumnos y profesores coordinada por Ángeles Díaz. «*De puertas adentro*» se concibe bajo la filosofía de ser un primer encuentro comunicativo entorno a la creación artística, y un espacio de presencialidad de nuestros creativos.



La jaula de Gotscho | ALUMNOS DE FOTOGRAFÍA ARTÍSTICA

CONCURSO DE CARTELES Y SOPORTES ALTERNATIVOS

Por segundo año consecutivo, el alumnado de Fotografía Artística de la Escuela de Arte de Algeciras, consigue alzarse con el Primer Premio en la modalidad de Soportes Alternativos, del XVII Concurso Día Mundial del Sida 2012, organizado las Consejerías de Salud, de Educación y para la Igualdad y Bienestar Social.

La obra titulada «*La Jaula de Gotscho*», ha sido gratamente reconocida por el Jurado de esta convocatoria, debido a la «espectacularidad y calidad» de la imagen presentada, en la lucha por la concienciación de la enfermedad.

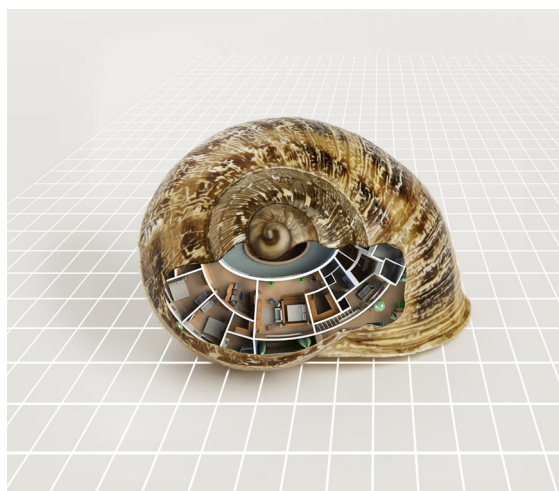
Además, entre los premiados, la pieza «*Las dos caras del VIH*», también elaborada por el grupo de alumnos/as del Ciclo de Fotografía Artística, ha sido igualmente reconocida con un merecido Accésit.



El edredón | ALUMNOS DE FOTOGRAFÍA ARTÍSTICA

EXPOSICIÓN EA!

En la «Exposición de la obra realizada por la Escuela», se exhiben retrospectivas de las obras de nuestros alumnos. Es una recopilación de cuatro años de colaboración con el comité AntiSida del Campo de Gibraltar. Acuden autoridades y representantes de la zona. Manuel A. Jiménez diseña el cartel y las invitaciones con una metamorfosis del LOGO y se encarga del montaje de la exposición. A Manuel García le debemos las infraestructuras.



Portada de la Revista EAA! | JUAN JESÚS BARRAGÁN

CONCURSO DE LA REVISTA EA!

El jurado del concurso para la elección de la portada de la revista EAA!, formado por todo el profesorado del centro, ha decidido seleccionar como ganadora la propuesta presentada por el alumno Juan Jesús Barragán Gutiérrez de 1º de Fotografía Artística.

De entre las 54 portadas recibidas, se seleccionaron además como finalistas las siguientes:

Elena Antzoulis Vázquez -2º Gráfica Publicitaria
 Leonor Durán Cabrera -1º Gráfica Publicitaria
 Gladys Andrea Farias - 2º Fotografía Artística
 Cristian González García -1º Fotografía Artística
 Rosa Jódar Lozano - 2º Fotografía Artística
 Francisco Macías Cuevas -2º Gráfica Publicitaria
 Patricia Oliva Galiano - 2º Gráfica Publicitaria

El ganador, además de aparecer en la revista junto con los finalistas, recibió un premio y diploma acreditativo, entregado en el acto de presentación del nuevo número de la revista EAA!

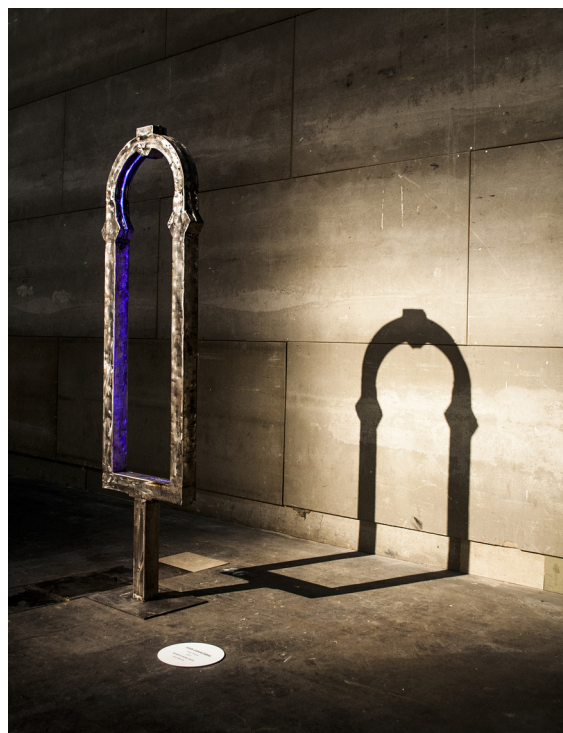


Portada de la Revista | ALEJANDRO RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ

PREMIO DE LA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

El antiguo alumno de la Escuela de Arte de Algeciras, Alejandro Rodríguez Fernández, Técnico Superior en Diseño Gráfico de la especialidad Gráfica Publicitaria, ha ganado la presente edición del Premio extraordinario de la Familia Profesional de Diseño Gráfico, concedido por la Consejería de Educación de la Junta de Andalucía a los mejores Proyectos Finales de estos estudios.

El proyecto premiado, titulado «Next level. El Arte del Videojuego», consiste en el diseño de una revista de videojuegos, donde ha realizado un trabajo excelente y original, desde la creación del nombre y logotipo hasta el desarrollo de su maqueta. Cada una de las páginas es un ejemplo de innovación creativa y exquisitez en la resolución técnica, elevando este tipo de publicación a un nuevo nivel de calidad gráfica.



Obra de la exposición ARCO | MANUEL MORENO MORALES

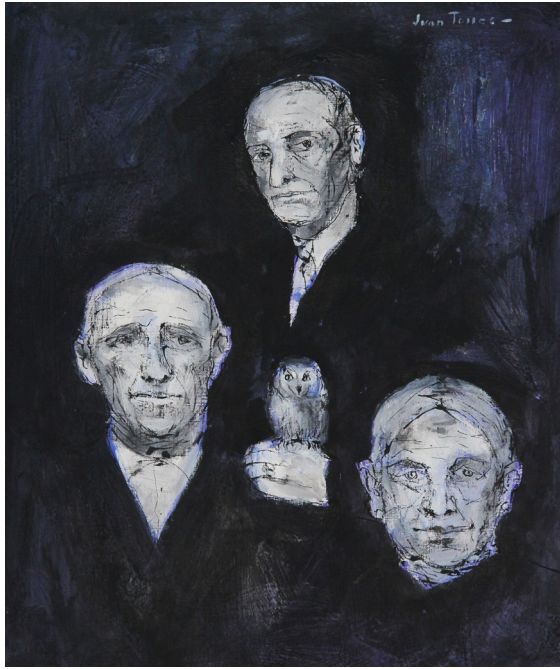
VISITA A ARCO

La feria de Arte Contemporáneo se muestra más comedida que en años anteriores, con un criterio más serio, acorde a los tiempos de crisis.

La fotografía sigue siendo la reina de las galerías, que exhiben obras millonarias y también más 'asequibles', de 500 euros.

La Fotografía cada vez tiene mayor presencia en las Ferias de Arte. Arco 2013 apuesta por la obra de importantes fotógrafos como, Cristina García Rodero, Alberto García Alix, Isabel Muñoz y José Manuel Ballester son algunos de los representantes en la pasada edición ARCO 2013.

Destaca el gran formato utilizado por los fotógrafos.



Solteros y moxuelos | JUAN TORRES

EL PINTOR DE HISTORIAS

Tan solo Juan sabe crear sutiles espacios donde toman protagonismo personajes de su entorno, adoptando en ocasiones un rol privado, y donde se resalta la aptitud del retratado, confiando en el papel que va a representar.

Juan capta y absorbe historias, y como un observador perspicaz, construye propuestas que invitan al espectador a participar de escenas cotidianas, donde todo aquel que desee formará parte de una narración más que será plasmada con maestría.

Su impronta asume una altísima tensión emotiva y utiliza una línea segura para expresar su propia realidad. El color adquiere un valor natural, resultando particularmente eficaz en las amplias manchas que invaden grandes superficies, matizando en cada color la agudeza de los detalles.



Alumnos de la Escuela de Arte de Algeciras con el presidente de Vopak

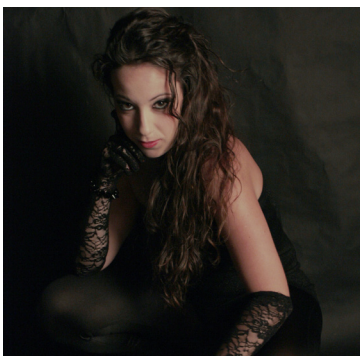
«VERDE, QUE SI LO SOPLAS VUELA»

Propuesta de La Universidad Emocional para dotar de alma a la presentación y comunicación institucional de la empresa VOPAK con la creación de una obra coreografiada, singular y llena de emotividad, cuya fuerza expresiva radica en el color y el movimiento.

Verde que si lo soplas vuela es la historia de un líquido que cambia y se transforma, capaz de crecer y expandirse, pero siempre se mantiene unido a un lugar, un lugar que le inspira protección, seguridad, incluso, amor.

Paco Pérez Valencia

LO QUE HACEMOS EN LA ESCUELA



Retratos de alumnos/as de 1º de Gráfica Publicitaria





Patricia Oliva | GRÁFICA PUBLICITARIA



José Luis Calvo | GRÁFICA PUBLICITARIA



Francisco Macías | GRÁFICA PUBLICITARIA



Javier Montero | GRÁFICA PUBLICITARIA



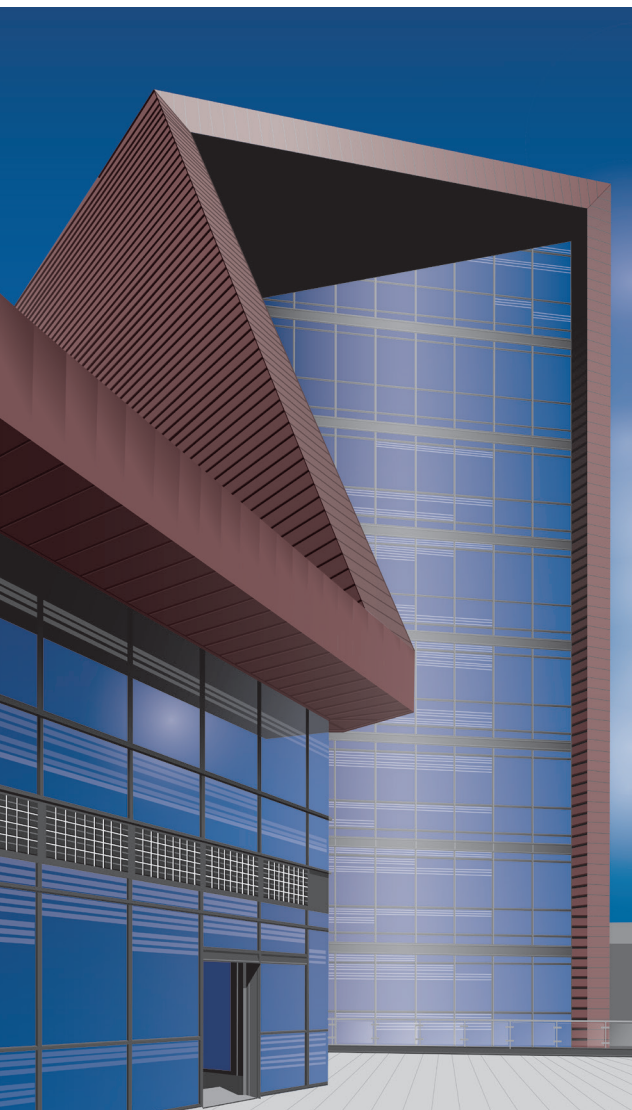
José Larios | EAS DISEÑO GRÁFICO



José Bercial | EAS DISEÑO GRÁFICO



María Navarro Navarro | EAS DISEÑO GRÁFICO



Elva Mourelle | EAS DISEÑO GRÁFICO

< Isobel Montero | EAS DISEÑO GRÁFICO



Taller de Caligrafía - Jornadas Culturales | Foto: Rafael Quintero



Rocío Sogas Pérez | FOTOGRAFÍA ARTÍSTICA



Alejandro Rodríguez Fernández | GRÁFICA PUBLICITARIA



Francisco José Padilla Domínguez | FOTOGRAFÍA ARTÍSTICA

EL SUEÑO DE LOS HÉROES CAÍDOS

(LA “MAGNÍFICA MISERIA” DEL ROMANTICISMO)

MILA CORRETGÉ | Profesora de Filosofía



“El monje contemplando el mar”, Caspar David Friedrich (1809)

La Ilustración supuso una suerte de optimismo brillante y una fe en el progreso de la humanidad. Mientras Newton convertía la naturaleza en una gigantesca prensa hidráulica en las manos de un sujeto poderoso que dominaba todo su artilugio, Kant descubría un prodigio en la razón humana, y conjuraba con un “atrévete a pensar” los rincones donde acechan los prejuicios y la ignorancia. Otros igualmente audaces, como D’Alembert, se enfrascaban en una titánica tarea perseguida desde el Renacimiento: compilar todo el saber como una confabulación entusiasta contra las edades oscuras del hombre.

Pero este sueño de la razón acabaría creando sus monstruos. El héroe ilustrado se aniquilaba

bajo el peso de su propio poder, se disolvía engullido en la tiranía racional y, como señalaba Hume, jugando a ser dioses nos redujimos al estado de ilusos mendigos, arteros en detectar el engaño y el error, pero incapaces de eliminarlos. Nuestro afán por sondear cada ángulo del universo, cada corpúsculo de luz, o por transformar fuerzas en vectores, nos retrotraía una y otra vez a las fronteras de nuestra limitación. Cuanto más persistíamos en el saber, más diáfana se mostraba la inveterada impotencia del hombre por alcanzarlo. La ciencia cojeaba de una orfandad cartesiana, y el deseo mecanicista que inspiró tantos y sesudos proyectos nos era devuelto en forma de fiasco. En este panorama, algunas voces empezaron a reclamar tímidamente primero, y con fiereza después,

un regreso a las metáforas, a un sentir más hondo, aunque difuso y a menudo oscuro, que nos liberase de las luces de artificio.

“¿Por qué devoras el corazón del poeta, oh buitre, cuyas alas son sórdidas realidades?, pregunta E. Allan Poe irritado a la ciencia. “Malditas sean las matemáticas”, gritan el poeta romántico Keats y Charles Lamb en un famoso brindis tabernario contra Newton, al que acusan de haber destruido la poesía del arco iris. Aspirábamos a ser dueños de lo incondicionado, dice Novalis, y tan solo encontramos cosas, y a nosotros perdidos en ellas.

La Sinfonía Heroica marcaría el inicio de esta nueva sensibilidad estética: compuesta para festejar la figura de Napoleón, Beethoven terminó tachando furiosamente la dedicatoria a Bonaparte y dejó un agujero en la partitura. Desde ese desgarró, al igual que una herida, supuraría el romanticismo, quedando la aspiración racional como el recordatorio nostálgico de una pasión inútil.

Los héroes habían caído. Expulsados del paraíso ilustrado, se descubrían erráticos en medio de una existencia mediocre que oscilaba entre la desesperación y el hastío, como nos contará ácidamente Schopenhauer. El cuadro *La balsa de la Medusa* de Géricault expresaba pictóricamente esta visión nada complaciente del hosco filósofo. En un memorable viaje juvenil, describe cómo al contemplar el horror de los condenados a galeras en Tolon, concluyó que este mundo no podía haber sido creado por un dios benigno, sino por un ser perverso que se recreaba maliciosamente con nuestros sufrimientos. En ese mismo año de 1818, y en una similar atmósfera de contrariedad, Mary W. Shelley publica su *Frankenstein* o el moderno Prometeo. La obra parte de una cita de Milton que interroga esta perplejidad penosa del hombre abandonado a su suerte: “¿Acaso te imploré,

Creador, alguna vez que convirtieras en humano este barro del que vengo?. ¿Acaso te pedí saber?”

La nueva vivencia del mundo la plasmará con osadía en 1809 Caspar David Friedrich en su cuadro *El monje contemplando el mar*. La obra presenta el paisaje como una desposesión que escupe de sí mismo a la única figura que lo contempla, la desubica de la centralidad optimista ilustrada, y la reduce a un accidente, minúsculo y apenas visible. El cuadro se abre con el primer plano de un cielo impenetrable como un muro desplegándose en la altura, la cima de un mar negro aplastado en esa inmensidad, y una estrecha y desnuda franja de arena sobre la que el caminante se ha detenido. Friedrich invierte la perspectiva: no hay marco ni punto de apoyo para la mirada que lo contempla. El fondo protagoniza todo el peso físico de la obra y devora al espectador que, como diría Kleist, lo mira con párpados cercenados, sin poder sustraerse ya a la soledad del monje, y que acaba reconociendo como la suya propia. El cuadro no brinda consuelo ni piedad sino que conmociona en su desnuda melancolía. Un desasosiego que se revela con la misma crudeza en el *Perro semi-hundido* que Goya pinta en 1821. La naturaleza ya no es un refugio ni un dominio, no estamos al abrigo de la tempestad, y la mayor soledad es morir como un perro.

La sensibilidad del romanticismo nos ha dejado obras brillantes donde el viaje a la intimidad tiene un nuevo conocimiento: en tierra firme también hay naufragios y el sueño de la razón acaba generando sus propias pesadillas, porque, como diría Conrad, es en el corazón de cada hombre donde anidan las tinieblas.

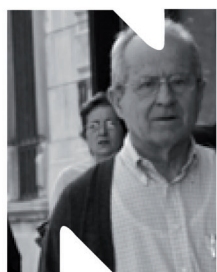
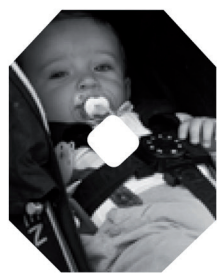
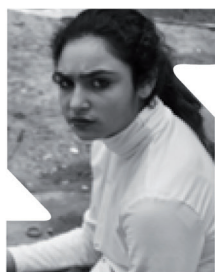
¿PARA QUÉ SIRVE EL DISEÑO?

LUIS SÁNCHEZ MARAIA | Profesor de Diseño Gráfico

Imágenes de trabajos realizados por alumnos/as de Gráfica Publicitaria

Si hasta la pregunta más sencilla tiene varias respuestas posibles, incluso válidas, no debería sorprendernos la variedad de ideas que surgen ante cuestiones más complejas como la que se plantea en este artículo. Y no cabe duda de que el diseño —pues de diseño estamos hablando— es un asunto complicado.

Entre las definiciones más convencionales acerca del diseño, parece haber un cierto acuerdo en que su origen se encuentra en el arte, más concretamente en las artes plásticas, relacionándose con estas mediante algún grado de parentesco. Desde esa perspectiva, el arte suele posicionarse como antecedente del diseño o en un escalón superior, y así el diseño termina siendo explicado como una consecuencia del arte, o como un arte de menor relevancia. La principal cualidad con que se distingue al arte con mayúsculas es su «inutilidad», de la que hace gala frente a la utilidad del diseño. Según este argumento, que está impregnado de un evidente resabio aristocrático, se llega a la inquietante conclusión de que lo útil es menos importante que lo inútil.



Llegados a este punto resulta preciso señalar que las reivindicaciones acerca de la inutilidad del arte olvidan convenientemente su origen, mucho más humilde y prosaico. Como sabiamente nos recuerda el diseñador, profesor y ensayista Juan Guillermo Tejeda: «Si para los clásicos la ciencia era saber, el arte era saber hacer, y este saber hacer encontraba su plenitud no en museos o historias del arte, sino —como el diseño hoy— en la vida cotidiana. En fin, podríamos considerar que el diseño es el arte de nuestros días.»¹





Mario del Pilar López Fernández

El diseño contemporáneo se ha liberado de la insoportable levedad de lo inútil, gracias a su abrazo sin reservas a la funcionalidad, no sólo como objetivo ideal, sino como factor clave en los procesos de trabajo creativo y medida de la validez de las propuestas gráficas y formales. No obstante, la célebre relación entre forma y función es incapaz por sí sola de dar respuesta a todos los retos a que se enfrenta el diseñador, quien debe ir pertrechado, además de con innumerables recursos técnicos y conocimientos teóricos, con una conciencia más o menos clara de su lugar en el mundo.



Patricia Olivo Galiano

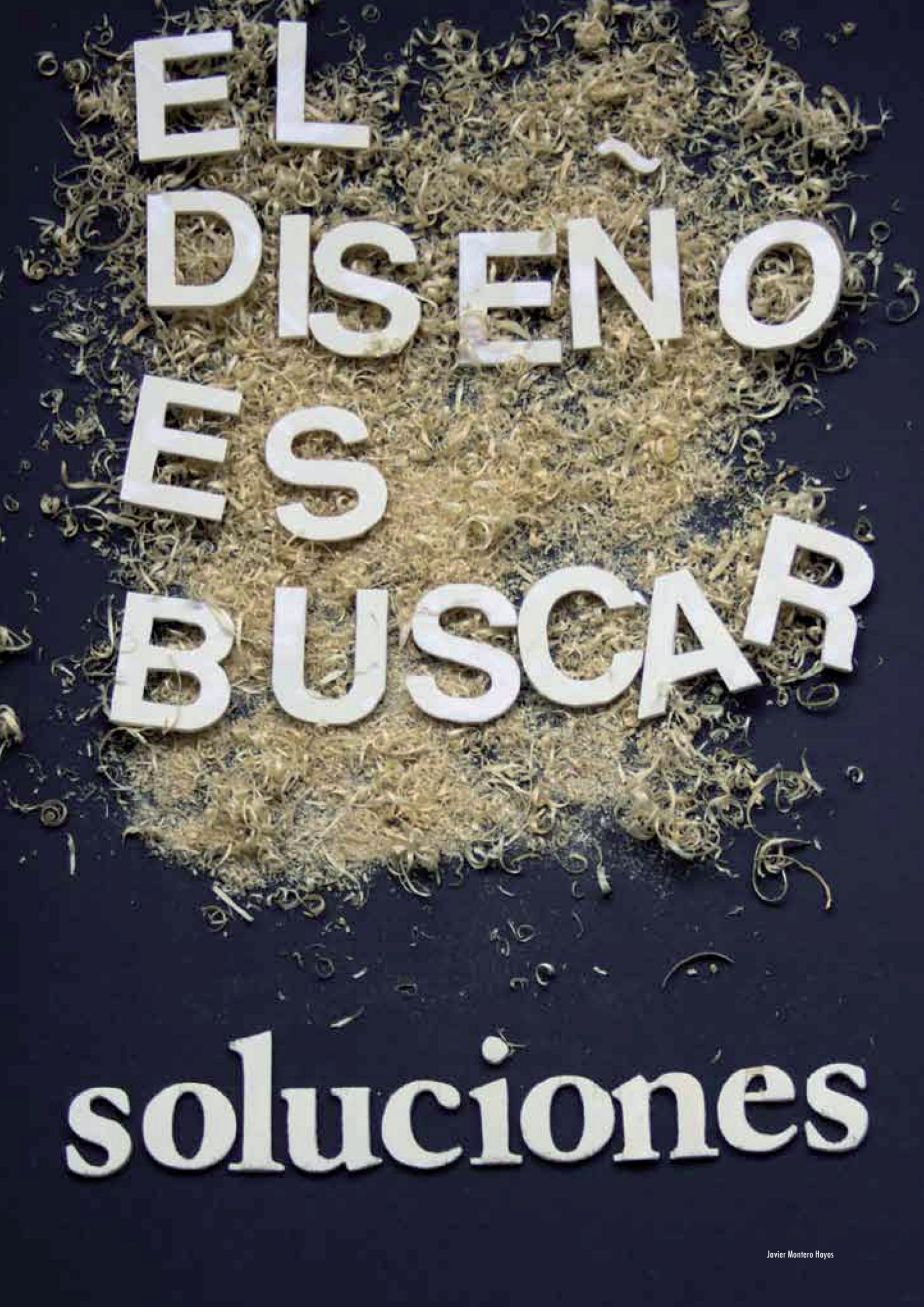


José Luis Calvo Joya

Cuestionarnos ¿para qué sirve el diseño? nos permite reflexionar sobre lo que hacemos, ayuda a definir el impulso que nos motiva a avanzar, y abre el campo de trabajo a nuevas posibilidades. En cada una de las imágenes que acompañan este texto los alumnos de la escuela han abordado esta pregunta con mentalidad abierta. Ellos serán dentro de poco los nuevos diseñadores y a ellos corresponde dar las respuestas, así que abramos bien los ojos y estemos atentos a lo que tienen que enseñarnos, porque en sus ejercicios podemos vislumbrar las nuevas formas con que ha de construirse el futuro.

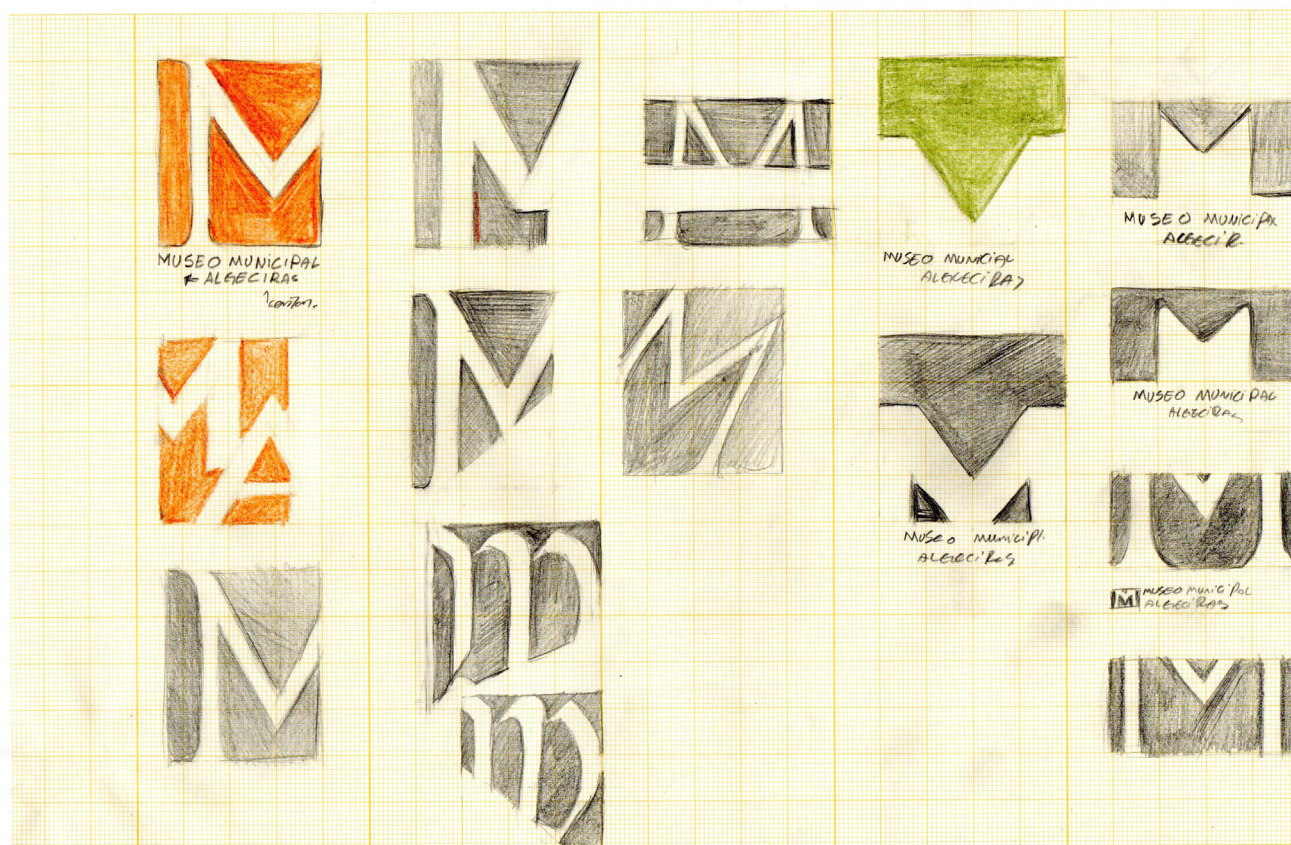
Belén Vargas Gómez



A dark, textured background covered with a dense layer of light-colored wood shavings. The shavings are most concentrated in the upper half of the image, forming a cloud-like shape that frames the main text.

EL
DISEÑO
ES
BUSCAR

soluciones



los 7 tipos de museo alegrías

Jorge
Antiguo Romo
C. Gráfico, 12-2013

Bocetos | JUAN IGNACIO RAMÍREZ

REDISEÑO DE MARCA GRÁFICA

ROSA MERLO PUCHE | Profesora de Diseño Gráfico
Datos extraídos del libro "Relogo", Ed. Promopress

Si observamos el mundo que nos rodea dice Gion-Men Kruegel-Hama que "antes de profundizar en lo que un cambio significa para una marca en terminos de forma, actitud, esencia y capacitación. Hemos observar que el mundo en que vivimos se halla en un estado de flujo y movimiento constante"...

El ser humano se siente cómodo con lo que le es familiar. El cambio es quizá el camino que

más asusta, pero para sobrevivir en un mundo de ritmo acelerado, es crucial y de vital importancia para el futuro que el bienestar y el crecimiento del ser humano así como de las marcas bien las conocidas o favoritas sea continuado su progreso. Eso es lo que implica por ejemplo que comunicarnos vía teléfono móvil desde cualquier lugar, o el mandar un mensaje, un correo y recibirlo se produzca en tiempo real, al instante.

Los cambios han acarreado grandes desafíos, que a menudo resultan difíciles de gestionar e incluso de asimilar, y por eso es la parte buena la de aprovechar que algo imposible en un principio ha sido más tarde un elemento más de nuestra vida cotidiana.

Cuando se dice que las cosas se han hecho siempre así, es este el método que se debe cuestionar, los cambios el no estancarse es propio del ser humano nos hace crecer, evolucionar. Buscar el cambio más adecuado a los tiempos, evolucionar el producto, que el consumidor conozca las cosas para mejorar su calidad de vida, propiedades que hacen a una marca este presente en nuestra sociedad.

Según Joe Duffy dice que:

Lo que una marca necesita es que su logotipo tenga éxito que pueda obtener un resultado único con respecto a las competencias del mercado. En definitiva que sepa comunicar, la filosofía de la empresa, que sea honesta y aprobada por el público al que se va dirigir.

“El logotipo es el eje en torno al cual gira el lenguaje de la marca de una empresa, es la firma que vincula los rasgos de la persona que lo ejecuta... las características del logotipo y su lenguaje han de configurar un sistema creíble y un estilo particular”.



Propuesta 1 | JUAN IGNACIO RAMÍREZ



Propuesta 2 | JUAN IGNACIO RAMÍREZ



Propuesta 3 | JUAN IGNACIO RAMÍREZ

En el proceso de rediseñar la marca gráfica, el logotipo ha de tener un impacto transcendental. Hay que plantear todo un proceso creativo, de investigación y soluciones que expresen realmente esa analogía entre lo personal con un estilo que defina las características más adecuadas al logotipo, en definitiva buscar la afinidad entre lo nuevo y lo viejo, compartir ideas y conceptos que hagan una marca más parecida a lo que se ofrece al público objetivo.

Para conseguir un buen rediseño, hay que buscar ante todo que sea respetuoso, pues no siempre cambiarlo por completo sea la mejor solución, es fundamental e importante estudiar el pasado de esa identidad, conocer que objetivos tienen, y si son viables los posibles cambios que se realizan. No hay que olvidar que se debe estudiar, las tendencias, los estilos, los oficios, etc, para ver que cambios son los más adecuados y por qué.



Logotipo original



Propuesta 1 | JOSÉ LUIS CALVO



Propuesta 2 | JOSÉ LUIS CALVO



Propuesta 3 | JOSÉ LUIS CALVO

Según Wu Qiahoui

Rediseñar el logotipo de una marca es un riesgo y un reto, querer que sea excelente es lo que todos queremos conseguir, para otorgarle a la memoria gráfica una imagen visual única, con personalidad y que sea reconocible con la empresa, en definitiva que sea aceptada y que pueda favorecer a la empresa.

Es complejo rediseñar, por un lado la empresa o entidad tendrá conflicto por lo nuevo y compararlo con lo que tenía es su primer planteamiento y por otro lado el público para reconocerlo.



Logotipo original



Propuesta 1 | JAVIER MONTERO

Mancomunidad de Municipios del
Campo de Gibraltar



Propuesta 2 | JAVIER MONTERO



Propuesta 3 | JAVIER MONTERO

El autor dice que: A la hora de desarrollar el proyecto de rediseño de la marca gráfica, se puede abordar desde tres vías:

El primero sería preservar ciertos elementos del anterior logotipo, tales como el color, la forma, el tipo de letra, etc.

El segundo pasa por romper las limitaciones del viejo logotipo y dar con uno completamente diferente a fin de representar nuevas posibilidades a la marca.

La tercera consiste en crear una serie de logotipos que son, en esencia, el mismo, pero exhibiendo aspectos cambiantes. Elegir uno u otro o cambiar son los factores que expresan el vigor y la vitalidad de la marca.

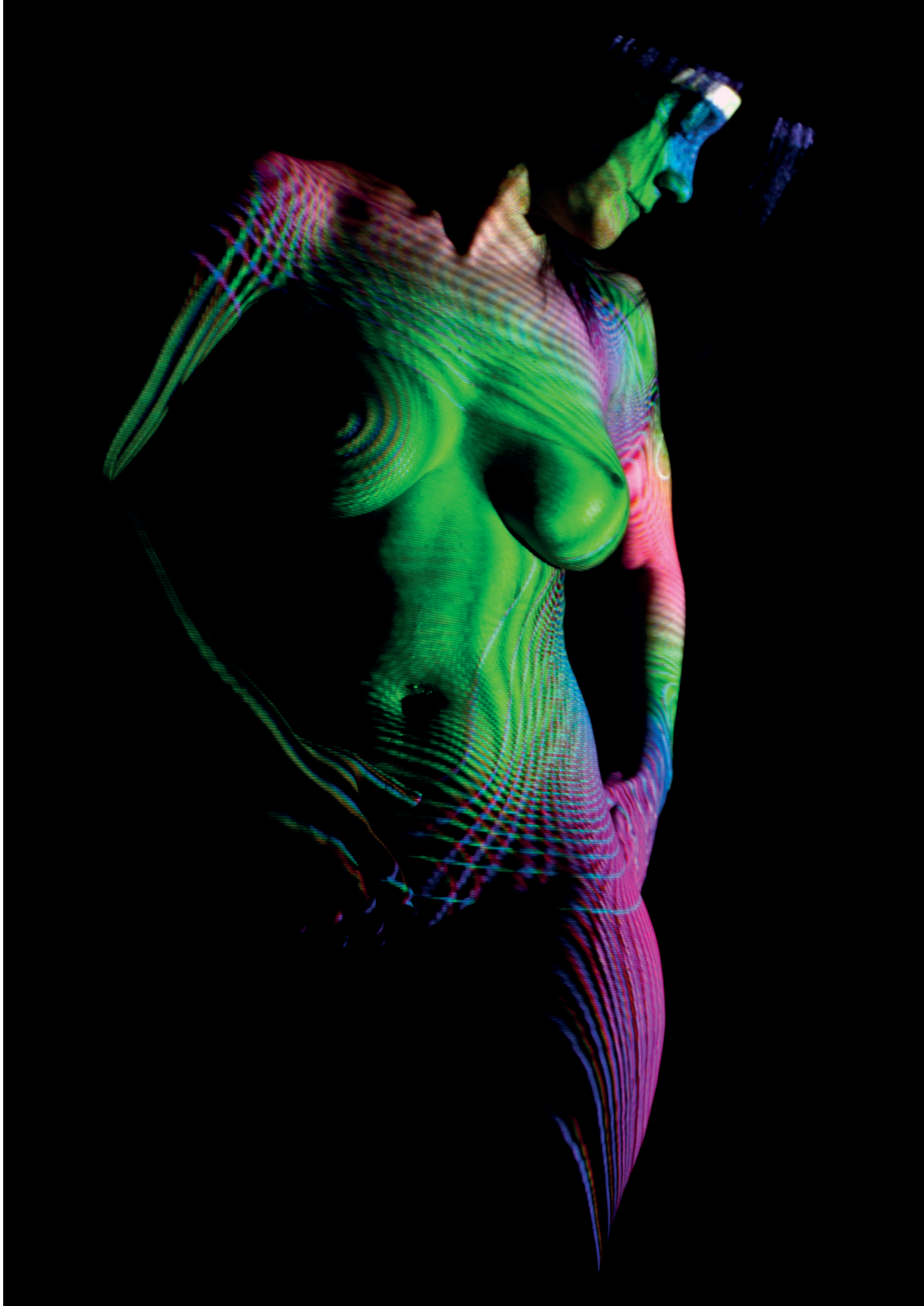
Ante estas conclusiones, a la hora de abordar el rediseño de una marca gráfica para el alumno, ésta se convierte en un reto, hay que buscar la mejor solución y se consigue mediante la investigación, generar el mayor número posible de soluciones y aplicar la más adecuada a las necesidades que plantea la entidad.

LA FOTOGRAFÍA, UN ARTE DE PRIMERA

MANUEL MORENO MORALES | Profesor de Fotografía

Considerada en un tiempo pasado, arte de segunda, en la actualidad la imagen fotográfica se posiciona en el mercado como disciplina merecedora de ser valorada, instaurada en el estatus del mercado del Arte, aportando una importante diversidad de lenguajes, el artista utiliza diversas manifestaciones artísticas como modo de expresión generando documentos ricos en contenido.





Diego José Trujillo Romo

La fotografía responde a finalidades diferentes, sin perder el carácter informativo y continua siendo un testimonio de la realidad, sin olvidar su carácter creativo.

Hoy en día la fotografía es considerada y valorada, la Obra se venden en galerías y ferias de todo el mundo. Son muchas las instituciones

pública y privadas que apuestan por una fotografía de calidad, por un documento artístico que muestra en ocasiones su carácter social y reivindicativo y donde el artista pone a disposición del espectador sus más íntimos secretos que forma parte de una historia por contar, discursos compartidos que enriquece a todo aquel que observa.

La publicidad reclama valores de la fotografía para ofrecer una información que sin duda hará posible conseguir sus objetivos, adaptándose a los requisitos publicitarios, facilitando una identificación inmediata del producto y resaltando el carácter de veracidad que necesita la Publicidad. Es por todo ello que la fotografía es la técnica más utilizada en publicidad gráfica.

El fotógrafo utiliza los recursos de la publicidad para configurar un documento personal, la fotografía de autor se nutre de testimonios privados del hombre, genera consciencia social y denuncia las injusticias de su entorno. Utiliza un lenguaje multidisciplinar donde el concepto da paso a la técnica, enriqueciendo, el futuro de este arte. La fotografía se configura como un lenguaje visual que en la actualidad goza de muy buena salud.

Marta Belmonte Caballero (Arriba)

Maria Rosario Jódar Lozano (Abajo izquierda)

Gladys Andrea Farias (Abajo derecha)







Marta Belmonte Caballero

MadridFoto 2013 es una feria de arte enfocada en promover las tendencias de las artes visuales del siglo XXI. Específicamente la fotografía contemporánea en su constante evolución.

Se presenta como la única feria internacional especializada en fotografía contemporánea de nuestro país, destinada a un nuevo coleccionismo privado, corporativo e institucional.



María Rosario Jódar Lozano



Diego José Trujillo Romo



Gladys Andrea Farias



Isabel Montero Hoyos | Alumna de EAS Diseño Gráfico

“Looking for Design es una aplicación en la cual mediante una foto busca información sobre un diseño y su autor. *Looking for Type* es una aplicación en la que mediante una foto busca información sobre un diseño y su autor. *Looking for Pantone* es una aplicación en la que mediante una foto se busca información sobre los colores Pantone usados en la propia imagen. También incorpora una pantonera para tus diseños.”

DISEÑO APLICADO

VIRGINIA RODRÍGUEZ LÓPEZ | Profesora de Diseño Gráfico

La evolución de los medios de comunicación sigue un ritmo que muchos ya han calificado como peligroso y antinatural. Es un hecho que en los últimos años las ya no tan nuevas tecnologías han influido tanto positiva como negativamente en nuestro entorno, en nuestro modo de comunicarnos, de hablar, de escribir, de leer... Nuevos medios que requieren nuevos lenguajes, códigos, sintaxis, y en definitiva, una nueva especialización en el diseño.

Es en la publicidad donde todos estos avances cobran especial importancia, permitiendo explorar nuevas vías de persuasión, nuevos medios de comunicación publicitaria. Desde los orígenes de Internet en la década de 1960, lejos quedan ya sus claras intenciones de convertirse en simple herramienta de trabajo. Fue a partir de 1990 cuando comenzó a convertirse en lo que hoy en día es: una red de redes capaz de conectar en tiempo real a millones de usuarios a nivel mundial, revolucionando nuestro modo de vida.

Ya en 1985 Steve Jobs relacionaba el uso del ordenador personal con Internet: “La razón que convencerá a la mayoría de la gente a comprar una computadora para el hogar será vinculándola a una red nacional de comunicaciones. Sólo estamos en las etapas iniciales de lo que será un avance realmente notable para la mayoría de la gente, tan notable como el teléfono”.

El origen de las *Apps* está unido a la irrupción de Internet en la telefonía móvil, convirtiendo a éstos en miniordenadores personales capaces de desvancar al, en su origen, reducido ordenador portátil. Desde la invención del primer teléfono móvil hasta hoy, con los nuevos *smartphones* y *tablets*, los avances tecnológicos presagian un futuro casi de ciencia ficción: móviles transparentes, tan finos como una hoja de papel, que se lleven pegados a la piel o injertados en nuestro cerebro capaces de interconectarnos a todos.

En términos *marketinianos*, si no estás en Internet no eres nadie, y por tanto, si no tienes una *App* estás desfasado. Hoy rara es la multinacional que no dispone de una versión móvil de su sitio web, una aplicación que permita a su público, a su futuro cliente, llevarlos encima a todas horas. La intromisión de una aplicación es clara y efectiva. Sin darnos apenas cuenta, llevamos encima decenas de marcas que nos acompañan en esos ratos libres en los que lo primero que tenemos a mano para entretenernos es el móvil. Marcas de moda, por ejemplo, han visto como aumentan las ventas gracias a una aplicación en la que semana tras semana den a conocer sus últimas novedades

y, de paso, posibilitar la compra pulsando un simple botón estés donde estés, así como incitar a los felices compradores a compartir con sus amigos en las redes sociales su última adquisición, alcanzando de forma instantánea la respuesta de satisfacción del consumidor, el esperado *feedback*. Facilidades que al fin y al cabo solo tienen unos claros objetivos publicitarios, la rápida promoción de la marca gracias al *boca a boca* (o, por así decirlo, *pantalla a pantalla*) y el aumento de ventas.

Inmersos en la cultura de las *Apps*, vivimos rodeados de aplicaciones para todo que nos facilitan nuestro nuevo modo de vida. Desde aplicaciones que aportan algún tipo de entretenimiento como juegos, música, viajes, deportes, comida, hasta las que aportan información o ayudan a realizar trabajos más específicos como fotografía y vídeo, noticias, mapas de navegación, meteorología, sin olvidar las más que extendidas nuevas formas de compartir ideas, las redes sociales.

Se trata de un nuevo medio, con nuevos lenguajes y códigos, y con un gran poder de persuasión, capaz de desvancar a los tradicionales medios publicitarios radio, prensa y televisión. Lejos queda ya el histórico pero efectivo cartel publicitario que nos “grita en la pared” ante el peligro de su extinción, relegado a los fieles amantes del papel y el soporte impreso, y amenazado por universales problemas económicos y productivos.

Pulsa un botón. ¡Bienvenido a la Era App!

Presentamos aquí el proyecto realizado en las asignaturas de *Creatividad y Metodología del Proyecto* y *Representación Vectorial*, por los alumnos y alumnas del primer curso de EAS de Diseño Gráfico, en el que se ha creado desde la idea de la aplicación móvil (definición, objetivos, contenidos, público...) pasando por la creación del *namings*, hasta la imagen icono de la *App* que funcionaría como reclamo publicitario.



José Bercial | Alumno de EAS Diseño Gráfico

“TrueqApp es una aplicación esencial para los usuarios que deseen gestionar el intercambio de bienes con otros usuarios en cualquier momento y lugar”



Marta Durán | Alumna de EAS Diseño Gráfico

“Sutattoo se trata de una aplicación para móviles pensada para aquellas personas interesadas en tatuarse, introduciendo como novedad la posibilidad de diseñar y crear un tatuaj personal a partir de una serie de preferencias y características que el cliente podrá especificar”



Elva Mourelle Costa | Alumna de EAS Diseño Gráfico

"Amicoche es una aplicación para móviles que consiste en compartir coche, como experiencia ecológica y económica, una forma de viajar conociendo gente. Introduce la novedad de un sistema de alertas instantáneas y una comunicación fácil y rápida de los usuarios."

¿QUIÉN ESTÁ DETRÁS DE TODO ESTO?

RAFAEL QUINTERO OSUNA | Profesor de Diseño Gráfico



MIRAR, PENSAR

Este artículo tiene como base un trabajo de investigación planteado a los alumnos de segundo curso de Gráfica Publicitaria. La investigación consistía en reconocer y datar los iconos empleados en tres obras realizadas por Equipo Crónica, y descubrir los escenarios donde se desarrollan.

Como si de una investigación policial se tratara, partimos de una serie de datos, ecuanímenes, relativos y personales otros, desordenados todos ellos. Los apretamos con chinchetas unos junto a otros en el panel de corcho. Los relacionamos mediante trazos de rotulador hasta encontrar un posible orden que acabara, al fin, desmarañando las incógnitas.

PRIMEROS DATOS. UN POCO DE HISTORIA

Nombre (o Alias): Equipo Crónica

En 1964, año del nacimiento de Crónica, Robert Rauschenberg recibe el Gran Premio de la Bienal de Venecia. Es el paso del centro mundial de las artes de París a Nueva York, como afirmaba Alan R. Solomon, comisario del Pabellón norteamericano en la bienal.

Desde el primer momento, y en un sentido parecido al formulado por el Pop Art inglés y norteamericano, el Equipo Crónica consideró que las imágenes que venían de la historia de la pintura y de la cultura de masas, eran básicamente un vehículo de comunicación. Coincidieron con los otros modos del Pop Art en su reacción

contra el informalismo y el lirismo, pero sus intenciones y objetivos eran distintos. Su programa tenía un componente claramente político, pues muchas de sus obras criticaban la política española y cuestionaban la historia del arte en un estilo que a veces se hacía autobiográfico. Sus obras obligaban al espectador a reinterpretar la historia del arte y contrastar las diferentes formas de hacer tomando imágenes de la historia del arte. Experimentan con técnicas y recursos propios del Pop Art, como son las tintas planas y la utilización de referentes tomadas de los medios de comunicación de masas. Sus cuadros y objetos obtuvieron amplia difusión en los años 60 y 70.

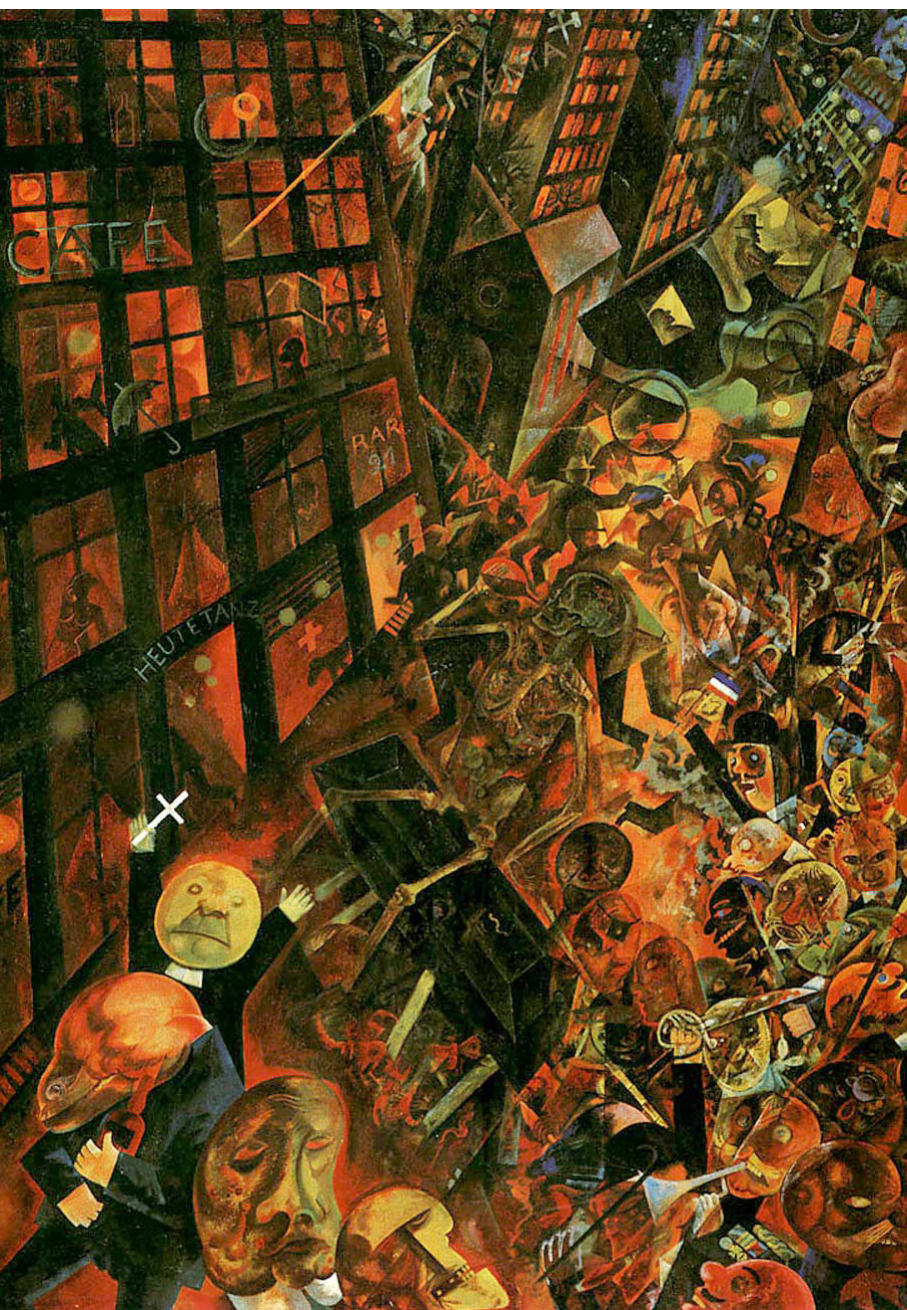
CRÓNICA DE INVESTIGACIÓN. LA SERIE NEGRA

Con estos datos, da comienzo la investigación de esta Crónica. A partir de ahora, es el propio espectador quien debe MIRAR-PENSAR para leer entre líneas y reconocer los iconos colectivos que se ocultan tras cada composición de esta “serie negra”.

Alguna pista: Estas obras pertenecen a la “Serie Negra”, que realizaron en 1972.

Según datos publicados por el propio Equipo Crónica, con la “Serie Negra” iniciaron una nueva experiencia, tratando de articular varios niveles temáticos que ya se dieron en otras series y explorando nuevos lenguajes.

En un primer estadio se sitúa la violencia y acción que la iconografía del cine negro



"El funeral del anarquista Óscar Panizza" 1917 | Georg Grosz

americano y la novela policíaca poseen, y que tanta influencia ejercieron en su generación.

Otro aspecto que la serie contiene es la referencia al interrogante sobre la propia actividad creadora, al proceso mismo de esa convención llamada "pintura". Por último, el tema hace referencia a los años de la posguerra, vagamente recordados a través de imágenes típicas de aquel período.

Estos tres aspectos se articulan en cada cuadro y conservan, por otra parte, su autonomía. El tono empleado es autobiográfico, de ahí su carácter subjetivo e íntimo, como memorizado.

El Pop ya había analizado el uso de objetos no artísticos. Las imágenes de Oldenburg, Lichtenstein, Mel Ramos, Hamilton, Blake, Kitaj y muchos otros fueron claves para el surgimiento y desarrollo del Equipo Crónica. A este respecto hay que señalar que la obra "Just what is it makes that today's homes so different, so appealing?" (¿Exactamente qué es lo que hace a los hogares de hoy en día tan diferentes, tan atractivos?) que Richard Hamilton presentó en 1956 en la exposición "This is tomorrow" en el Institute of Contemporary Arts (ICA) de Londres y que se considera la primera obra de arte Pop. Esta obra, junto con otras del denominado Independent Group, contenía algunas de las claves de este movimiento artístico caracterizado por el cuestionamiento de la alta cultura con los mecanismos y técnicas de la cultura popular.

La componente irónica permitía poner en cuestión el tratamiento de la realidad por parte de los media. Técnicamente, en la elaboración de sus obras, Crónica se mantuvo siempre en la pintura. Simulaba la mirada a las técnicas de los media. Una mirada del mundo como un mundo de imágenes, un mundo interpretado,

no natural. Se trabajaba entre diversas manipulaciones plásticas, entre referentes que remitían a otros previos, y en esa acción, con frecuencia dramática, consiste su ardid y, a la vez, su esclarecimiento.

Las imágenes y el lugar donde se encuentran, el escenario, donde no existen las leyes de la física, se convierten así, en símbolos y emblemas de un modo de entender la realidad. Se utiliza un lenguaje extraído de ámbitos populares como leif motiv. El puzzle y el ensamblaje como recursos plásticos: la descomposición de imágenes, recontextualización, metamorfosis, deformación, a veces, verdaderas sombras chinescas.

Bebiendo de las fuentes de sus raíces y de sus apropiaciones, el Equipo Crónica empareja referentes antagónicos, lo popular y lo culto, lo real y la ficción, adopta sistemas duales como las constantes y las variaciones, los funde en una homogeneidad plástica y conceptual donde se asoman la ambigüedad, el humor y la ironía. El drama como escenario.

Bajo el pretexto plástico y narrativo, se plantean todos los problemas fundamentales del arte, desde los aspectos meramente técnicos hasta los más trascendentales: cuestionar la perspectiva, el trompe-l'oeil, las posturas convencionales, revelar los medios con los que se trabaja, unificar imágenes de distintas procedencias, conjuntar figura, texto o paisaje. En definitiva: diseccionar.

DATOS Y CRÓNICA DE INVESTIGACIÓN SOBRE LA "SERIE NEGRA".

1972. Serie negra: Esta serie pretende realizar un acercamiento al cine negro americano y a la novela policíaca que tanta influencia ejerció en la generación de Equipo Crónica. Gamás



Serie Negra "Con Bandera" 1972 | Equipo Crónica

mínimas de color, en los que abundan las grisallas de negros y grises, que aparecen difuminados realizados con rayas de pluma y de carboncillo. Ruptura de límites de las tintas planas mediante esfumatos. Utilizan con frecuencia la técnica del trampantojo.

En una de las imágenes de la “Serie Negra”, el escenario está basado sobre un fondo de Roy Lichtenstein, utilizando un fotograma de la película *The Roaring Twenties* de Raoul Walsh (1939).

Otra de las imágenes titulada “Refugio”, el escenario donde se desarrolla es un óleo sobre lienzo del pintor alemán Georg Grosz (1893-1959), titulado “El funeral del anarquista Óscar Panizza”, y realizado en 1917, que se encuentra localizado en Staatsgalerie Stuttgart, Alemania. Esta obra tiene su referente a su vez en el lienzo titulado “El Funeral del Anarquista Galli”, que el artista italiano Carlo Carrà, realizara en 1911, y que actualmente se encuentra en el Museum of Modern Art de New York City.

La palabra “Refugio”, hace referencia a la guerra civil española.

La última imagen de la “Serie Negra” es titulada “Con bandera”. Es la única obra cuyo caso no ha sido resuelto en el desarrollo de la investigación por parte del alumnado.

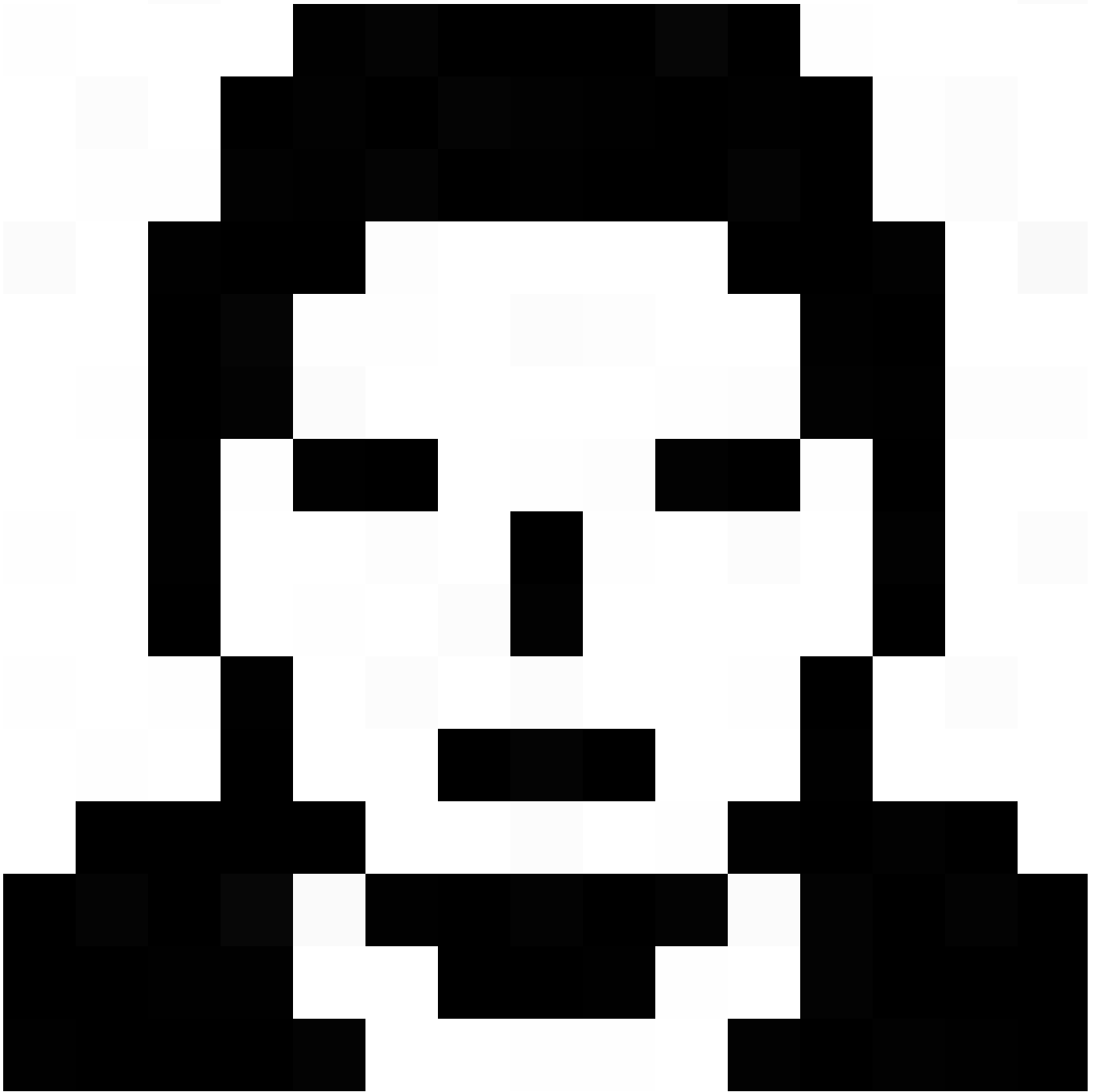
El escenario donde se desarrolla es una pintura de Juan Gris (1887-1927). Su título es “El violín”. Y su año de realización 1916. Un óleo sobre tabla, que se encuentra en Basilea en el Kunstmuseum. Durante los años de la Primera Guerra Mundial en París resultaba difícil conseguir lienzos para pintar. Por este motivo, en numerosas ocasiones, Juan Gris recurrió a otros soportes para pintar, como la madera.

Existe un acrílico del Equipo Crónica, titulado “Bodegón nacional” o “Personaje con soda”, en el que utilizan el mismo escenario y personaje. La iconografía es más compleja en esta obra.

Crónica expresa con claridad ese “mirar y pensar” sobre el que gira toda su obra.

Caso cerrado.



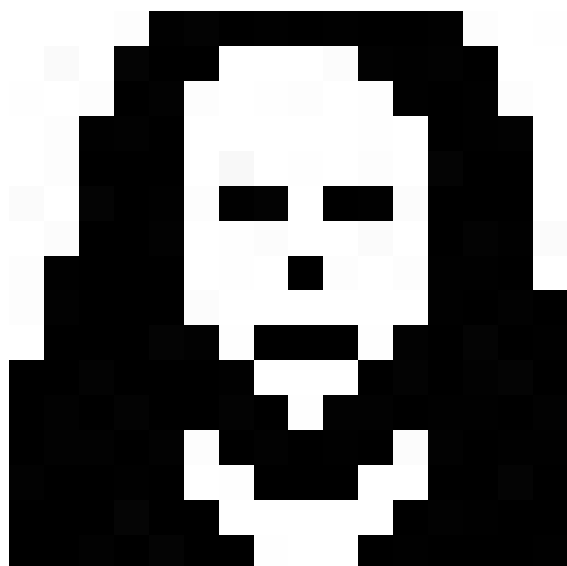


Adrián Buendía Rienda

PIXELPORTRAIT

LUIS SÁNCHEZ MARAIA | Profesor de Diseño Gráfico

Ejercicios de autorretrato pixelizado de rostro y cuerpo entero realizados por los alumnos y alumnas de Gráfica Publicitaria en el módulo de Técnicas de Expresión Gráfica.



Alberto Ojeda Carretero



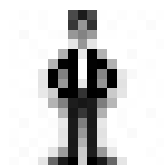
Belén Vargas Gómez



Alberto Ojeda Carretero



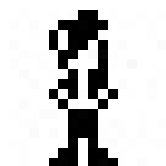
Patricia Oliva Galiano



José Luis Calvo Joya



Mª del Pilar López Fernández



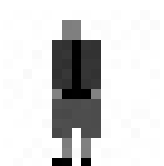
Elena Antzoulis Vázquez



Francisco Caballero Izquierdo



Aida Guillén Izaguirre



Adrián Buendía Rienda

En el universo de 16 x 16 píxeles es todo un reto seguir siendo uno mismo. Cada gesto cuenta, cada decisión es definitiva y no existen los términos medios ni las medias tintas.

Aquellos que no consiguen condensar su esencia en 256 cuadrados corren el riesgo de confundirse con otros, de perderse en el laberinto de las posibilidades infinitas, en definitiva de pixelizarse en el peor sentido del término.



JUAN JESÚS BARRAGÁN

Ganador del Concurso de la portada de la Revista EAA!

Por qué estudias fotografía?

La afición a la fotografía me vino de forma tardía y circunstancial, desde niño he sido muy aficionado al cine, y he tenido inquietudes cinematográficas, pero por circunstancias personales, nunca tuve la oportunidad de hacer estudios relacionados con el tema. Empecé de forma autodidacta por lo más básico del cine y a medida que iba aprendiendo sobre fotografía, más me iba gustando.

¿Qué te gustaría hacer después de tu paso por la escuela?

No se, me queda otro año, como poco y si todo va bien. No quiero plantearme nada ya que nunca se sabe que puede ocurrir de aquí a entonces. Una de las cosas que mas me apasionan es aprender, así que voy a seguir disfrutando de mi formación en la escuela y después ya veremos. Algo que me gustaría es seguir estudiando que esté relacionado con la fotografía y el arte, quizás cinematografía.

¿Qué te gusta y qué no te gusta de la Escuela de Arte de Algeciras?

Mis compañeros, poder contar con ellos. Siempre hay algún compañero dispuesto a colaborar cada vez que necesitamos alguien para posar o ayudar con algún trabajo. Me encanta el buen ambiente que hay en la escuela. Desde el primer día me he sentido integrado y muy cómodo, tanto con los compañeros como con los profesores que me han facilitado mucho la adaptación al mundo de la educación.

Otra cosa que he echado un poco en falta y que me hubiera gustado, es hacer mas actividades extraescolares y visitar exposiciones o museos. Las aulas y los recursos materiales que disponemos están muy deterioradas, en invierno hace un frío tremendo y no contamos con persianas o cortinas para proyecciones. Me esperaba que la escuela estuviera en mejores condiciones, apenas contamos con materiales para poder trabajar, tenemos que traerlo nosotros.

¿Qué querías representar en la portada de la revista?

El tema que yo elegí esta relacionado con el módulo de “diseño de interiores” y lo que intenté representar es que para los chicos que estudian diseño de interiores no hay límites y que serían capaces de diseñar hasta el interior de un caracol. Por otro lado la idea de incluir un caracol (por cierto caracol autóctono) es por que veo la escuela como el caparazón del caracol, no por la forma que eso es evidente, sino por que es como un hogar para todos los que estamos aquí.

¿Cómo se te ocurrió la idea?

Todo surge de un ejercicio de clase de “expresión plástica”. En principio organizamos una lluvia de ideas con los compañeros, a título individual volvimos a hacer lo mismo y poco a poco fue surgiendo la idea del caracol. Más tarde después de hacer varios bocetos surgió lo de incluir un plano de diseño en su interior. Finalmente barajé varias opciones hasta elegir el diseño final. Durante todo el proceso estuvimos supervisados por la profesora que nos fue corrigiendo errores y nos aconsejaba como mejorarlo.

¿La idea surgió de la nada?

Si, la idea surgió de la nada. Fue como magia, un día me desperté y la idea estaba ahí [risas]
No, la idea no es más que el fruto del trabajo (mucho trabajo), de hacer pruebas y bocetos y darle vueltas a diferentes ideas, unas malas y otras menos malas y de ser capaz de admitir la críticas y consejos para mejorar la idea hasta darle el acabado. Es decir, trabajo y trabajo ese es el secreto.

¿Las imágenes cómo surgieron?

La imagen del caracol es una imagen que tenía en mente desde el principio. Hice los primeros bocetos, preparé el escenario para la foto. Sin embargo la parte del interior fue mas complicado para realizar lo que quería, así que tuve que buscar alguien que me pudiera proporcionar lo que buscaba. Hablé con algún alumno de diseño de interiores de la escuela por si me podrían hacer el diseño que yo tenía en la cabeza, pero por falta de tiempo no pudieron ayudarme. Busqué en internet paginas de diseñadores de arquitectura para encontrar alguien que me pudiera ayudar con mi idea. Finalmente fue un diseño de Francisco Gama Gózales el que mejor se adaptaba a la idea y utilicé la imagen para completar mi diseño.

Con las dos imágenes ya preparadas, realicé algunas manipulaciones en Photoshop para darle los efectos que deseaba, obteniendo el resultado que presenté para el concurso.



OFERTA EDUCATIVA



BACHILLERATO ARTE



DECORACIÓN CERÁMICA



FOTOGRAFÍA ARTÍSTICA



DISEÑO GRÁFICO



DISEÑO INTERIORES



EAS DISEÑO GRÁFICO

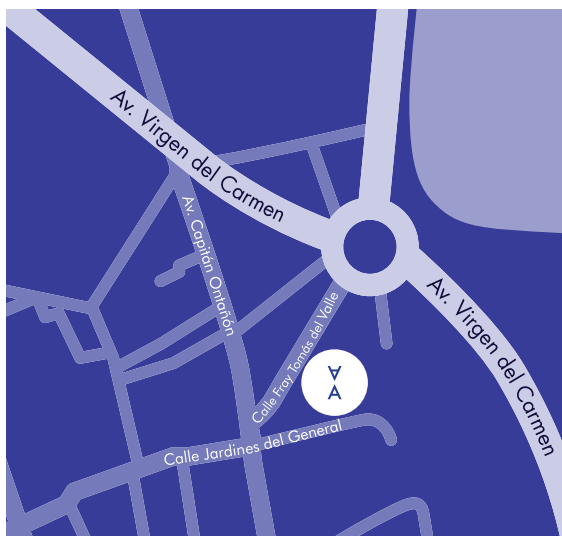


SÍGUENOS EN INTERNET

WEB: www.escueladeartealgeciras.es

BLOG ARTE Y DISEÑO: estaenelaire.wordpress.com

BLOG COEDUCACIÓN: proyectoeea.blogspot.com.es



ESTAMOS EN

Fray Tomás del Valle, 2
11202 Algeciras (Cádiz)
Tlfno.: 956 670 112
Fax: 956 670 116

HORARIO

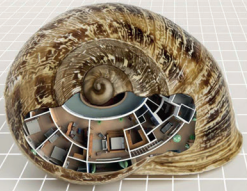
Clases: 08:15h. - 14:45h.

Secretaría: 10:00h. - 13:00h.



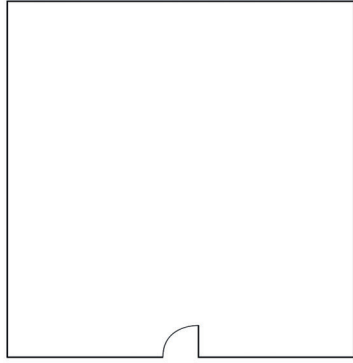
EAA!

REVISTA SOBRE ARTE, CERÁMICA, DECORACIÓN, DISEÑO Y FOTOGRAFÍA DE LA ESCUELA DE ARTE DE ALGECIRAS



EAA!

REVISTA SOBRE ARTE, CERÁMICA, DECORACIÓN, DISEÑO Y FOTOGRAFÍA DE LA ESCUELA DE ARTE DE ALGECIRAS



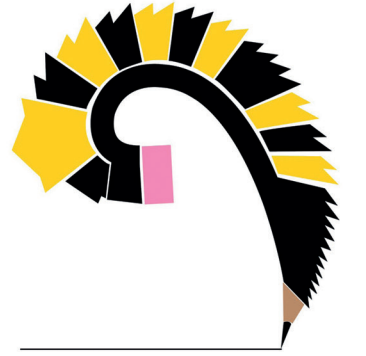
EAA!

REVISTA SOBRE ARTE, CERÁMICA, DECORACIÓN, DISEÑO Y FOTOGRAFÍA DE LA ESCUELA DE ARTE DE ALGECIRAS



EAA!

REVISTA SOBRE ARTE, CERÁMICA, DECORACIÓN, DISEÑO Y FOTOGRAFÍA DE LA ESCUELA DE ARTE DE ALGECIRAS



EAA!

REVISTA SOBRE ARTE, CERÁMICA, DECORACIÓN, DISEÑO Y FOTOGRAFÍA DE LA ESCUELA DE ARTE DE ALGECIRAS



EAA!

REVISTA SOBRE ARTE, CERÁMICA, DECORACIÓN, DISEÑO Y FOTOGRAFÍA DE LA ESCUELA DE ARTE DE ALGECIRAS



EAA!

REVISTA SOBRE ARTE, CERÁMICA, DECORACIÓN, DISEÑO Y FOTOGRAFÍA DE LA ESCUELA DE ARTE DE ALGECIRAS



EAA!

REVISTA SOBRE ARTE, CERÁMICA, DECORACIÓN, DISEÑO Y FOTOGRAFÍA DE LA ESCUELA DE ARTE DE ALGECIRAS



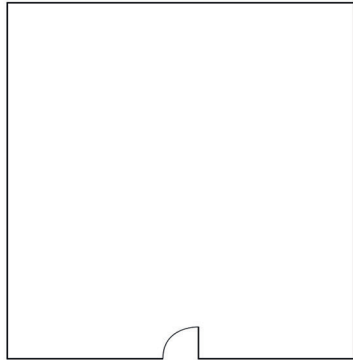
EAA!

REVISTA SOBRE ARTE, CERÁMICA, DECORACIÓN, DISEÑO Y FOTOGRAFÍA DE LA ESCUELA DE ARTE DE ALGECIRAS



EAA!

REVISTA SOBRE ARTE, CERÁMICA, DECORACIÓN, DISEÑO Y FOTOGRAFÍA DE LA ESCUELA DE ARTE DE ALGECIRAS



EAA!

REVISTA SOBRE ARTE, CERÁMICA, DECORACIÓN, DISEÑO Y FOTOGRAFÍA DE LA ESCUELA DE ARTE DE ALGECIRAS



EAA!

REVISTA SOBRE ARTE, CERÁMICA, DECORACIÓN, DISEÑO Y FOTOGRAFÍA DE LA ESCUELA DE ARTE DE ALGECIRAS



EAA!

REVISTA SOBRE ARTE, CERÁMICA, DECORACIÓN, DISEÑO Y FOTOGRAFÍA DE LA ESCUELA DE ARTE DE ALGECIRAS



EAA!

REVISTA SOBRE ARTE, CERÁMICA, DECORACIÓN, DISEÑO Y FOTOGRAFÍA DE LA ESCUELA DE ARTE DE ALGECIRAS



EAA!

REVISTA SOBRE ARTE, CERÁMICA, DECORACIÓN, DISEÑO Y FOTOGRAFÍA DE LA ESCUELA DE ARTE DE ALGECIRAS



EAA!

REVISTA SOBRE ARTE, CERÁMICA, DECORACIÓN, DISEÑO Y FOTOGRAFÍA DE LA ESCUELA DE ARTE DE ALGECIRAS

