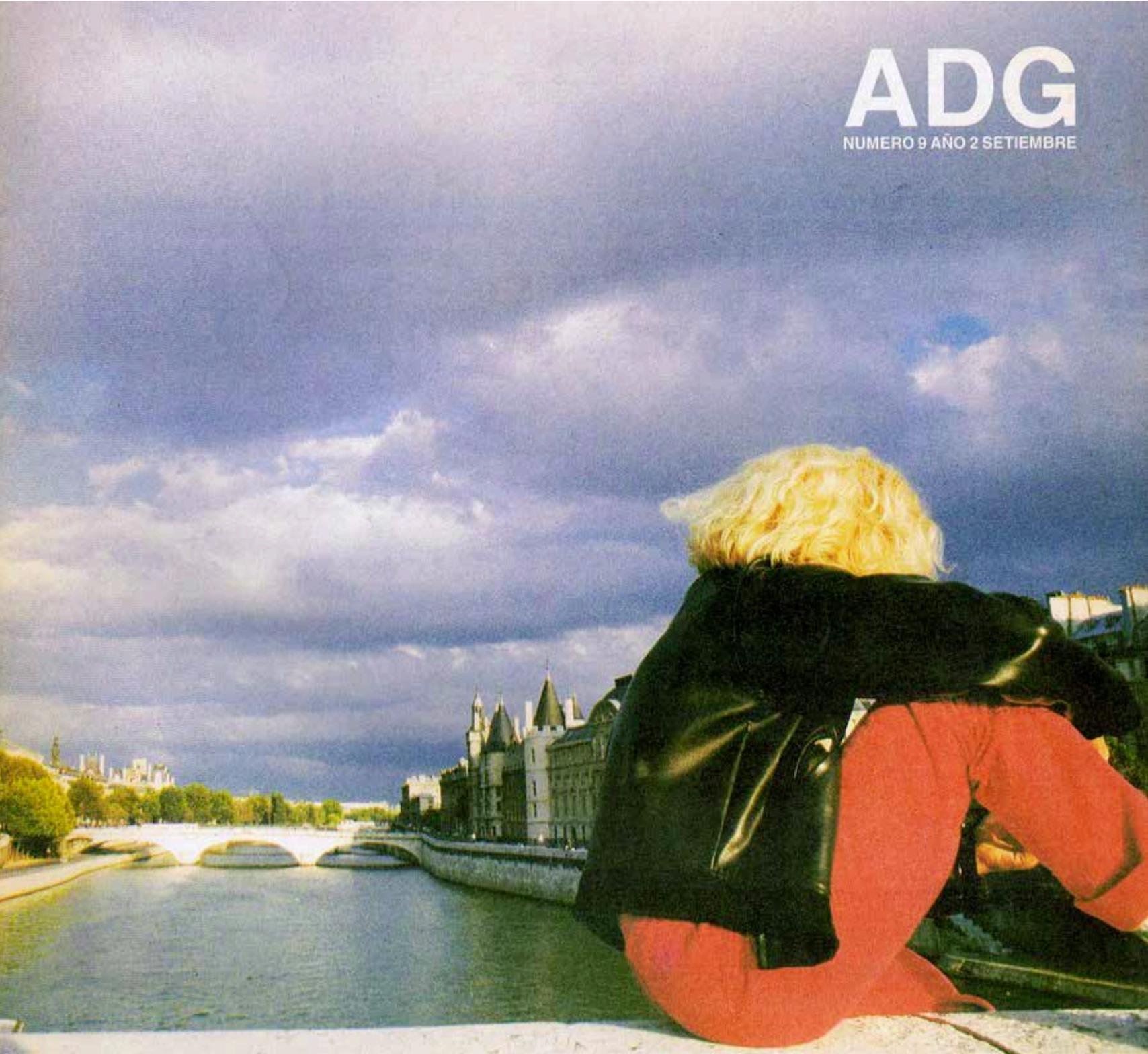


ADG

NUMERO 9 AÑO 2 SETIEMBRE





LASER *
LABORATORIO PARA ARTES GRAFICAS

AHORA LOS DISEÑADORES GRAFICOS PROFESIONALES TIENEN LA POSIBILIDAD DE PROCESAR SUS ARCHIVOS GENERADOS EN PC O MACINTOSH, ACCEDIENDO POR MEDIO DE DISKETTES EN FORMA DIRECTA, A LAS UNIDADES DE ANALISIS Y EXPOSICION DE NUESTROS SCANNERS DE ULTIMA GENERACION, EQUIPADOS CON LA MAS ALTA TECNOLOGIA EN AUTOEDICION, MANIPULACION, RETOQUE Y TRATAMIENTO ELECTRONICO DE TEXTO E IMAGEN.

Si Ud. quiere recibir información sobre las características del nuevo servicio de Cromo's llene y envíe la ficha de datos que aparece al pie de la página.

Nombre:	Dirección:	Tel.:	Fax:	
Empresa:	Dirección:	Tel.:	Fax:	
Actividad:							
Equipamiento:	Propio:	<input type="checkbox"/>	Empresa:	<input type="checkbox"/>				
Hardware:	Mac	<input type="checkbox"/>	PC	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>	Ninguno	<input type="checkbox"/>
Software:	Page Maker:	<input type="checkbox"/>	Versión:	<input type="text"/>	QuarkXPress:	<input type="checkbox"/>	Versión:	<input type="text"/>
	FreeHand:	<input type="checkbox"/>	Versión:	<input type="text"/>	Illustrator:	<input type="checkbox"/>	Versión:	<input type="text"/>
	Photoshop:	<input type="checkbox"/>	Versión:	<input type="text"/>	Corel Draw:	<input type="checkbox"/>	Versión:	<input type="text"/>
Otros (indicar nombre y versión):							
Observaciones:							
Cromo's S.A. - Juan Paullier 1932 - Teléfonos: 48 06 74/75 - 41 12 16 - 41 12 22 - Fax.: 48 06 76								

ADG

Asociación
de Diseñadores
Gráficos
Profesionales
del Uruguay

**Miembro Corresponsal
de ICOGRADA**

Nº 9 AÑO 2 SETIEMBRE 1992

Plaza de Cagancha 1356/204
CP 11100, Montevideo - Uruguay
Casilla de Correo 945
Tels.: 90 42 56 - 90 23 38
Fax: (5982) 90 33 39

Consejo Editor: DG Domingo Ferreira
DG Marcos Larghero
Secretario de Redacción: Juan Prieto
Impreso: Intergraf, DL: 249700/91
Autoedición: TypeWorks
Fotomecánica: Cromo's

Los editores no se hacen responsables
por las opiniones vertidas por los
autores de las notas firmadas.

En tapa: fotografía inédita, Rodolfo Fuentes,
1992

Entre el 8 y el 30 de junio se realizó en los
salones de la Intendencia Municipal de
Montevideo, en calle Soriano, una doble
exposición.

Allí se presentaron, a la vez que en 35
galerías y museos de todo el mundo, 30
afiches realizados por diseñadores gráficos
de todo el planeta. Relacionados con el
tema de Desarrollo y Medio Ambiente,
dichos trabajos se presentaron en el marco
de la Conferencia de Naciones Unidas
Río'92.

Simultáneamente exhibieron sus obras 12
diseñadores gráficos uruguayos.

La muestra, organizada por ADG, contó con
el patrocinio de importantes empresas del
país y el auspicio de la Intendencia de
Montevideo.

trecinta + doce

REPORTAJES

RODOLFO FUENTES



Fotografía: Patrick Jhon Buffie

Nació en Santa Lucía, Canelones en 1954. Es uno de los más conocidos profesionales en la Fotografía y en el Diseño Gráfico uruguayos desde mediados de la década del 70.

A quienes no conozcan al "gordo" Fuentes les pedimos disculpas pero, en lugar de recorrer su voluminoso currículum, optamos por dar más espacio a lo que él mismo cuenta sobre su vida profesional, sus inquietudes vitales y su participación en el proyecto "30 posters on environment and development".

Como se recordará dicho evento se realizó con motivo de la Conferencia de Naciones Unidas "Río 92" y allí estuvo Rodolfo defendiendo el Diseño Gráfico Celeste.

-Rodolfo, vos sos originalmente fotógrafo ¿cómo te orientaste hacia el Diseño Gráfico?

-En realidad es al revés, comencé por el dibujo, pero ante mis dificultades con esto, me dediqué a la fotografía, ya que la luz dibuja sola y lo hace muy bien; más tarde uní ambas cosas, sumé otras, y empecé a hacer diseño gráfico.

-¿Qué significan el Diseño Gráfico y la Fotografía en lo que te es personal?

-La Fotografía es mi medio de expresión personal, lo que no quita que la ejerza profesionalmente. El Diseño Gráfico en cambio, es mi forma de desenvolverme profesionalmente en el medio. Más allá de que el Diseño Gráfico puede ser expresión personal, la Fotografía muestra quizás lo más propio e interno de mí.

El Diseño Gráfico, que es más racional, debe ser comunicador, de lo contrario no sirve, no existe como tal. La Fotografía puede optar por la otra cara de la comunicación, la que pasa por dentro de uno y se manifiesta sin obligación de ser comprendida por los demás.

-Hace pocas semanas de tu regreso de Río, allí representaste a Uruguay en el encuentro de diseñadores gráficos en defensa de la ecología. ¿Qué espíritu



encontraste entre los colegas en cuanto a enfrentar esta problemática?

-El espíritu general es el de aprender a mejorar las cosas. En lo que me es personal, y esta posición es la que expuse en Río, pienso que la mayor parte de nuestros problemas, los de tercer mundo, se debe a los productos elaborados por los diseñadores del primer mundo. En ese sentido les dije que era necesario que pensarán en lo que hacían pues ellos, más que cualquiera, tienen la posibilidad de influir sobre sí mismos y sobre nosotros, que al fin y al cabo somos quienes más cargamos con las consecuencias.

-¿En qué cosas puede un Diseñador Gráfico influir para proteger al medio ambiente?

-En Río comenzó a esbozarse una declaración acerca de la responsabilidad de los diseñadores para con la sociedad. Las responsabilidades incluyen:

-El conocimiento de los materiales utilizados y cómo estos afectan al medio ambiente.

-El conocimiento de las reales necesidades del cliente al realizar un trabajo. Por ejemplo, un cliente pide un folleto impreso en 10.000 ejemplares y, quizás, una vez que desarrollando el trabajo de otro modo alcance con 2 mil. Esto no le hará gracia a los impresores pero sí a los árboles que no serán cortados si todos comprendemos el problema.

-Otro tema importante es el de la contaminación visual. Nuestra vida se está llenando de imágenes, muchas veces superpuestas. Con frecuencia no tenemos la capacidad de darles un valor verdadero, en cuanto a su contenido y en cuanto a su forma, para que no ensucien nuestro espacio.

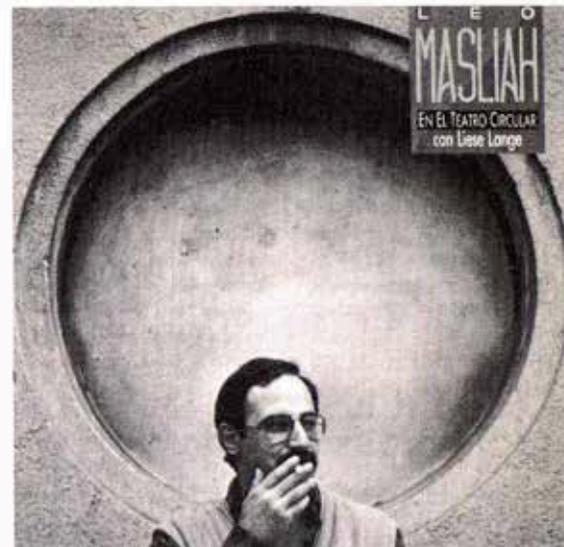
-¿Podemos entonces esperar grandes cambios a partir del encuentro?

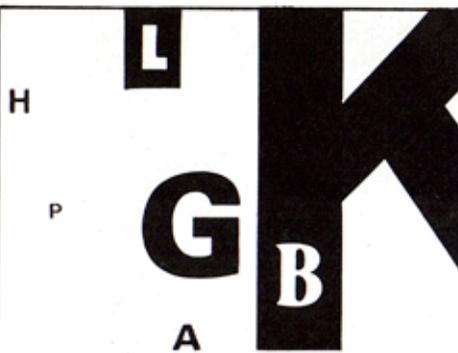
-Nadie es Quijote en este momento. Ojalá pudiéramos no arriesgar nuestra supervivencia negándonos a promocionar un pesticida tóxico o un medicamento prohibido en otros países por sus efectos secundarios y que acá se vende. Sería deseable hacerlo pero es difícil que alguien arriesgue su trabajo por ello. En todo caso es importante que el tema se conozca lo más posible y que cada uno ponga un poco de esfuerzo para que estas cosas sucedan cada vez menos. Si logramos fuerza dentro de la profesión podremos, en algún momento, negarnos totalmente a hacer algo que violente nuestra ética y nuestra conciencia.

-El tema ecológico pasa pues por la actitud de negarse a mentir...

-En este momento queda bien y es toda una onda la de promocionar un producto diciendo que no daña el ecosistema. En un mundo donde la publicidad tiende a engañar a la gente, es muy difícil para los diseñadores gráficos comunicar correctamente lo que debe comunicarse. Deberíamos poder realizar nuestro trabajo sin engañar a nadie; cumplir una tarea educativa y ayudar a un mayor entendimiento entre la gente sin caer en la mentira.

-Vos has estado en el exterior en varias oportunidades y has tenido contacto





ENCUENTROS CERCANOS CON CUALQUIER TIPO

Encuéntrese con nuestros tipos, desde el cuerpo 1 hasta el 180.
Una definición de 1.000 puntos por centímetro.
Condensados hasta el 30%, expandidos hasta el 400%.
Textos en diapo directo.
Una rapidez mucho mayor y lo más increíble: a menor costo.

M&S Métodos & Sistemas
Cosas de otro mundo.

CIUDADELA 1418 - ESC.6 P.B.
TELS. 98-2065 / 98-2226 / TEL./FAX : 90-2337
11100 MONTEVIDEO / URUGUAY

con colegas ilustres. ¿En qué difieren los diseñadores del desarrollo de los de aquí?

-La diferencia no es metodológica. Nosotros podríamos hacer lo mismo que hacen ellos.

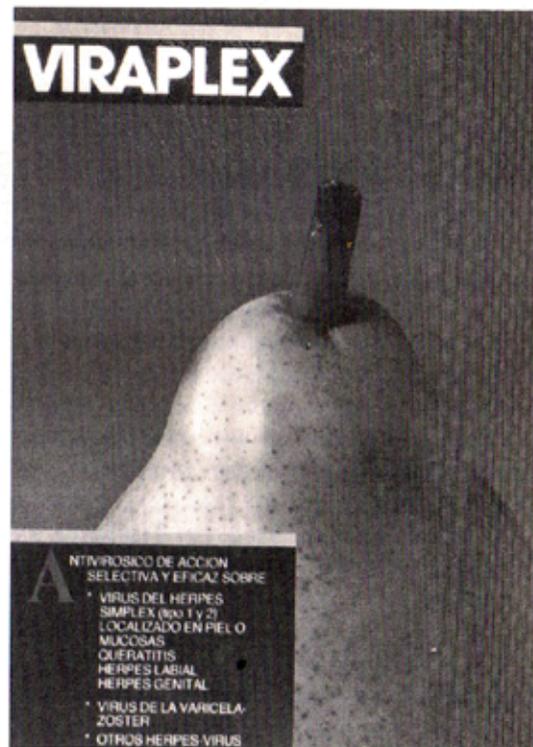
Sin embargo, ellos tienen recursos y tiempo para sus experiencias personales. Realizan algunos trabajos comerciales muy bien pagos y eso les permite vivir sin problemas. Luego pueden financiar sus propias ediciones de posters o libros donde manifiestan sus inquietudes culturales o ideológicas. En esto tienen la independencia de quien puede pagar sus propios proyectos. Nosotros carecemos de esa posibilidad. Los proyectos personales son aquí muy difíciles de concretar. Esto explica a veces la falta de identidad reconocible de nuestro Diseño Gráfico.

-¿Hay alguna dificultad compartida por todos los diseñadores gráficos y que sea digna de mencionar?

-Los colegas de los países que llamamos desarrollados se encuentran con dificultades similares a las nuestras en cuanto al reconocimiento de la profesión; en todo caso existe allí una conciencia mucho más clara de la importancia del buen diseño gráfico ya que se lo ve en toda su dimensión comercial.

Está claro que el Diseño Gráfico es un argumento fundamental en la venta de cualquier producto o servicio y esta conciencia hace que los diseñadores gráficos estén muy bien conceptuados y remunerados.

-¿Están los diseñadores gráficos uruguayos en condiciones de ocupar un lugar en el mercado internacional?



ANTIVIRUSO DE ACCION SELECTIVA Y EFICAZ SOBRE

- * VIRUS DEL HERPES SIMPLEX (HSP 1 y 2)
- * LOCALIZADO EN PIEL O MUCOSAS
- * QUIFRATITIS
- * HERPES LABIAL
- * HERPES GENITAL
- * VIRUS DE LA VARICELA-ZOSTER
- * OTROS HERPES VIRUS

-Pienso que en nuestro medio hay profesionales con capacidad para trabajar para cualquier parte del mundo.

ADG, con su trabajo y sus contactos será la vía para que lo hagamos, ya no lléndonos sino utilizando la tecnología de las comunicaciones para crear desde aquí. En esto debemos buscar a las empresas que junto a nosotros desean exportar trabajo y conocimiento.

Entrevista Juan Prieto

TEMAS

ACERCA DEL DISEÑO DE ENVASES...

Opiniones de diseñadores de primera línea a nivel mundial extraídas de artículos publicados en el libro "Label Design"- Lisa Walker, Steve Blount.

Milton Glaser:

El cambio más significativo en el diseño de etiquetas se produjo con el advenimiento de los supermercados, cuando la compra se hizo selectiva. Anteriormente, cuando los compradores iban al comercio y pedían al dependiente (p.ej. harina), éste le daba una bolsa de harina. La competencia entre productos prácticamente no existía.

Después que los supermercados se hicieron dominantes, las etiquetas y el envasado se transformaron en instrumentos de convencimiento. Hoy cuando el comprador camina entre góndolas siente el llamado de innumerables voces de productos.

Primo Angeli

Para mí, la representación visual que el diseñador crea para un producto, es el producto. Trato de ver a ambas no-separadas. Lo que el comprador ve en el estante -el material, la etiqueta, la gráfica- es la piel final del producto. Es lo que la gente compra. El rol del diseñador es el de crear un "look", una imagen que sea degustable para el comprador -sean alimentos u objetos- y que perdurará lo suficiente como para constituir un concepto del producto.

Esta es una diferencia esencial entre el diseño de envases y la publicidad. Esta última puede cambiar más a menudo; puede basarse en tendencias o ideas de corta vida. Por esa razón logra a veces crear una impresión de impacto. Los diseños aplicados a los envases en general deben ser más duraderos, pero deben situarse confortablemente en el entorno actual del consumidor. Aunque el producto debe ser "publicitable", el diseño no debe funcionar brevemente como un aviso promocional.

No significa esto que la gráfica del envase sea más o menos importante que la publicidad. Ambas lo son. Simplemente son dos medios diferentes de comunicación cada uno con sus únicas características, las que para ser aplicadas con efectividad deben ser justamente dosificadas.



Imagen remodelada de Coca Cola, Landor Asociados.

Etiqueta para Grand Union, Milton Glaser.

Marca para pastas alimenticias Lucca Delicatessens, Primo Angeli.



PAPELES Y CARTULINAS

PAPEL MONOCOTE Y SIMILCOTE IMPORTADO

PAPEL REPORT
BLANCO Y COLOR
PARA FOTOCOPIADORAS
E IMPRESORAS LASER

Distribución directa
en todos
los departamentos



Porongos 2929
Esq. Pedernal
Tels.: 207987 - 205248
Fax: 205248
Montevideo

Sucursal Rivera
José Enrique Rodó 1144
Tel/Fax: 4411

La publicidad puede seducir y atraer dramatizando un producto pero una vez que se llega al lugar de ventas y se comienzan a mirar todos esos estantes y etiquetas, ya no es más prisionero de la publicidad que le condujo hasta allí. La publicidad puede llamar la atención de un determinado sector del mercado sobre un producto: "si, yo reconozco ese producto, lo vi en la televisión". Pero esto sólo **no** concreta las ventas. El comprador puede reaccionar más favorablemente a otros productos en la misma categoría, porque su presentación visual tiene más integridad y por lo tanto mayor credibilidad.

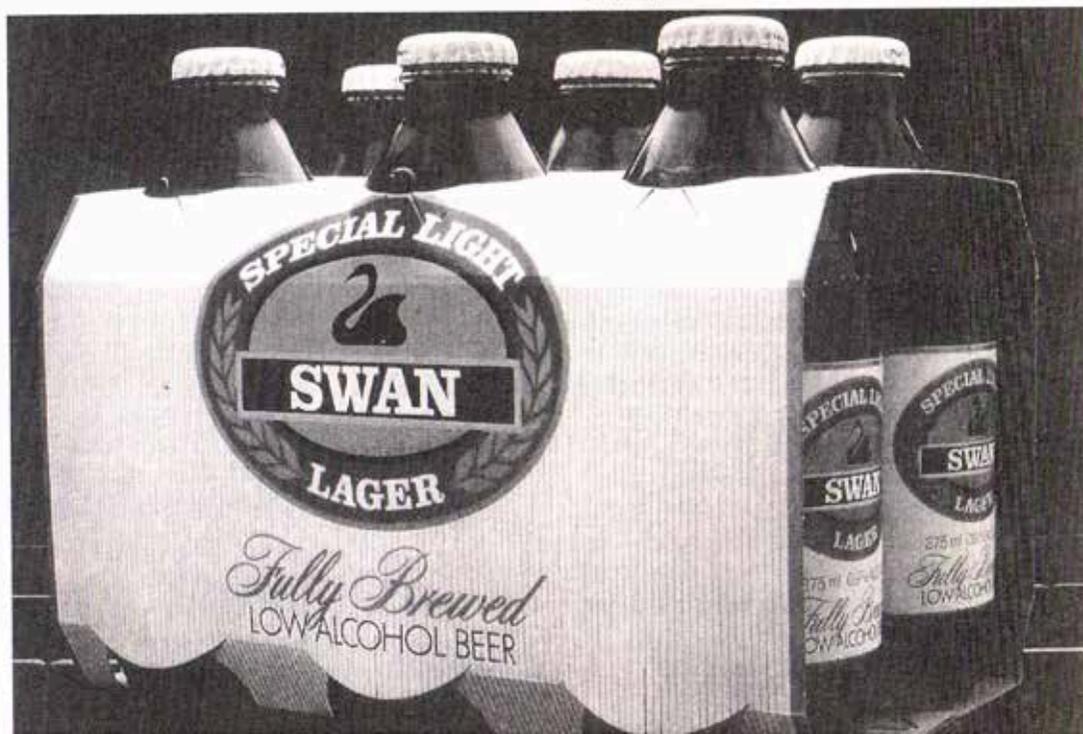
Milton Glaser

Dos cosas que ahora influyen en el diseño de envases son: el tiempo discusional del consumidor y su adecuación a un evidente crecimiento de estímulos visuales. La mayoría de la gente va al mercado a

comprar alimentos esenciales dentro de los límites de una compra específica. Esos esquemas de compra no parecen tender a cambiar, o no son muy susceptibles al cambio. Sin embargo hay un segmento de población que percibe el comprar, al menos parcialmente, como una actividad placentera oponiéndola a algo que se **debe** hacer. Este sector responde de otra manera a la experiencia de comprar. La televisión ha ayudado a cambiar la percepción visual y ahora puede la gente tratar con un fenómeno visual más complejo. Tienen idea más clara de como leer una presentación visual, están más abiertos a nuevos planteos gráficos y a aceptar la idea de que el envase no tiene porqué ser tan permanente como lo era. Esta apertura hacia nuevas ideas visuales ha abierto el camino para grandes cambios en el diseño de envases.

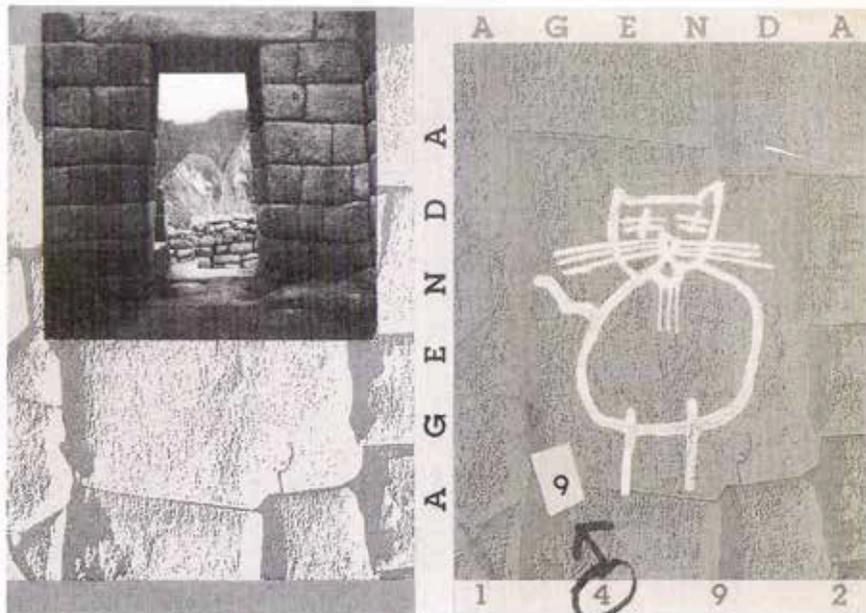
(continuará)

Empaque para cerveza, Ken Cato





Ilustraciones para el libro "El Huevo Redondo", realizadas por Fidel Sclavo.
Tapa de agenda 1992, Gustavo "Maca" Wojciechowski.





NEW KIDS ON THE BLOCK

CONCURSOS

Felicitaciones a nuestros compañeros que participaron en el concurso internacional de afiches para el 18º Festival Iberoamericano de Cine de Huelva, España. Elbio Arismendi obtuvo el 1er lugar y con eso un cuantioso premio; Daniel San Román conquistó una mención en el mismo concurso. Esta es una demostración más de que el diseño uruguayo puede llevar a nivel internacional cuando se le permite.

ADG

AGRADECIMIENTO

Agradecemos la carta de nuestro colega **Andrés Oberti** que nos ha escrito desde Paysandú. La misma nos alegró doblemente, porque nos alienta a continuar y porque desde ahora tendremos un nuevo socio en el interior.

Quizás también motive a quienes, colegas o no, quieran escribirnos haciendo llegar sus puntos de vista sobre ADG, nuestro boletín o algún otro tema.

Aclaremos a Andrés que nuestra publicación se distribuye gratuitamente.

NUEVOS SOCIOS

Queremos dar la bienvenida a los nuevos socios que son:

- Cromo's
- Laura Severi
- Elbio Arismendi
- Alvaro Cal
- W. Carlos Wlasiuk
- Sofía Battegazzore

CARTAS

Sres. de Consejo Editor de "ADG" Asociación de Diseñadores Gráficos Profesionales del Uruguay.

De mi mayor consideración:

Con grata sorpresa he conocido vuestra publicación, a la altura de su N°7 (tarde, pero...). Demás está decir que los felicito, que es un trabajo hecho "en serio", como decimos, etc., etc.

El primer pensamiento que tuve fue un gran deseo de que ideas como ésta prosperen y no mueran a corta vida, como tantas antecesoras de ese tipo, no exactamente en el área del diseño gráfico que creo (tal vez ignorado) es inédito, sino que me refiero a publicaciones que "arrancan" con buena calidad en todo y luego por falta de recursos o por imponderables, mueren (caso de publicaciones sobre arte gráfico, publicidad, marketing, etc.).

Y luego, quinientos pensamientos más... Sentí algo así como que se dejaba entrever un verdadero y sano espíritu de comunicación con el diseñador gráfico, cosa tan necesaria. Ahí creo, está la clave de todo: la comunicación.

Y es con esa intención que les envío esta "lata", pretendiendo iniciar una comunicación lo más fluida posible. Por supuesto que antes que nada les estoy pidiendo me la manden de ahora en adelante siempre, indicando la forma de pago, etc.

Soy "diseñador gráfico" (por así llamarlo) de tierra adentro. Mi nombre es Andrés Germán Oberti Rual y soy, creo, igual que tantos del interior que andan por ahí, con la diferencia de que todavía no he "bajado" a la capital, y con otras tantas diferencias producto en parte justamente, por no haberme ido a Montevideo, por seguir queriendo pelearla aquí normas. Por avanzar, por mejorar el nivel del interior.

Es en base a este medio y condiciones en el que elegí desarrollarme, en base a esas intenciones que veo en ustedes, que pretendo comunicarme.

Seguramente ustedes sabrán bajo qué circunstancias hemos tenido y seguiremos teniendo que aprender a desarrollar nuestra profesión.

En el interior, hemos tenido que inventar el "título" de diseñador gráfico, sin "título", valga el juego de palabras. O sea, el 99% de quienes andamos "en la vuelta" por aquí adentro no tenemos estudios serios en el tema. Y desde que comenzamos a trabajar tenemos que aprender todo y nada a la vez. Hacer de diseñador, de componedor, de armador, y en muchos casos hasta de fotomecánico y de impresor, lo que nos lleva a saber un poco de todo, sin poder profundizar en áreas específicas.

Algo tenemos, algo con lo que se puede hacer algo, hay. Por ahí alguna Repromaster, por ahí algunas PCs, algún Corel, unos cuantos PM3 y algunos PM4.

Actualmente trabajo en Diario El Telégrafo, lugar donde por suerte contamos con una infraestructura que a

Paysandú le da cierta ventaja con respecto a los demás departamentos, pero me refiero en general al interior. Pienso que es un campo enorme donde se puede desarrollar mucho... bastante más de lo que se puede uno imaginar. Se notan casos de querer mejorar, progresar, actualizarse. Falta, creo, quien oriente, quien estudie y detecte las dimensiones y los límites de la realidad y marque los posibles caminos... falta un montón de cosas.

No se trata simplemente de que algunas empresas vendedoras de hardware y/o software incursionen cada tanto en el interior y vendan o traten de vender sus productos con el fin simplemente de vender. No se trata de decirle a alguien que está trabajando "a lo indio": "aquí tiene su máquina marca "máquina" y su PageMaker "trucho" y los manuales (fotocopiados), y el trabajo tiene que estar pronto para mañana".

Ustedes saben de que les estoy hablando. Hay que enfocar los esfuerzos hacia la profesionalización, a emparejar un poco la capital con el interior. Cada uno en su correcta escala y posibilidades por supuesto, pero acortar un poco las distancias que, de no tomarse medidas, serán mucho más largas aún en un futuro no muy lejano.

El tema del interior da para mucho... Creo tener un conocimiento bastante aproximado a lo real de la situación gráfica de tierra adentro, y creo también tener mucho para discutir, mucho para aprender y algo para aportar a la ADG; para comenzar una relación fluida.

Si pensamos en la integración de los países en el Mercosur, cuanto antes debemos pensar y hacer la integración (en la medida de lo posible) entre nosotros, los uruguayos. Sería lo correcto. Que la ADG del Uruguay, esté integrada por profesionales de la capital y por gente también del interior (si es que aún no lo está).

Y la mayoría de las veces que criticamos constructivamente la falta de integración entre nosotros, la principal causa es que el interior espera sentado que Montevideo venga a integrarse y a "darle todo hecho", ofreciendo poco a cambio... en fin, el tema da para mucho.

En general, creo totalmente posible integrarnos, para lo cual me pongo a vuestra entera disposición y les pido me envíen los requerimientos necesarios para ser socio y además los estoy invitando a que cuando pasen por la zona se den una vueltila informal por Paysandú en algún momento a combinar, y charlar y ver lo que hay por aquí.

Basta por hoy. Me despido no sin antes decirles adelante con las tantas buenas ideas que tienen, como la Guía, la de no cobrar una cuota muy alta (¿cuánto es?) (tarifa para el interior), y demás. Felicitaciones y a las órdenes.

Andrés Germán Oberti Rual

ENCUENTRE LA DIFERENCIA

Estas dos ilustraciones de prensa son a primera vista idénticas, sin embargo cada una tiene una peculiaridad que la diferencia de la otra.

¿Se anima a encontrarla en menos de un minuto?



A - Compañía de extintores Noblex, aviso de prensa publicado en "La República" el 30/7/92, agencia: Ekypp Publicitario.

B - Aviso de prensa de la compañía Repro-Graphic, publicado en Novum Gebrauchsgaphik número 11 de 1982, Alemania Federal.

Aldus FreeHand

La herramienta
completa de diseño e
ilustración profesional.

Como diseñador gráfico, usted supera los límites de su creatividad cada día. No sólo necesita ofrecer a sus clientes un trabajo innovador y de la máxima calidad, sino que también debe producirlo rápidamente y con un costo competitivo. Aldus FreeHand puede ayudarle a permanecer en la primer línea proporcionándole una nueva dimensión en diseño, ilustración y producción. Esto le ahorra tiempo y dinero, sin limitar su pulso creativo. En realidad, nunca ha sido más fácil experimentar. Puede probar nuevas ideas y ver los resultados inmediatamente, en pantalla o en pruebas en blanco y negro o color. El software de diseño gráfico proporciona a su computador los recursos de un departamento de arte, en su propia mesa. Puede que nunca haya creído necesario el software de diseño gráfico. Después de ver lo que puede hacer Aldus FreeHand, creemos que cambiará de idea, ya que combina la elegante simplicidad con unas posibilidades extraordinarias, y le ofrece una flexibilidad y un control sobre sus trabajos que colocan el diseño en una perspectiva completamente nueva.

Para cambiar el curso de su vida en diseño gráfico, con PCs o Mac, comuníquese con **NAMER**.

NAMER
REPRESENTANTE
EXCLUSIVO ALDUS
Plaza Cagancha 1368/802
Tels.: 923371 - 924220
Fax: 924219

