

Diseño de visuales para artistas o shows

Esteban Luis Chacin Oviol

El diseño de visuales, es un campo que ha ido creciendo con la ola tecnológica de los eventos en vivo, para públicos cada vez más exigentes, para artistas cada vez más sofisticados, en un mundo globalizado, que encuentra shows y conciertos por doquier, de cualquier tamaño y en cualquier formato.

Integrar una escena, donde el protagonista siempre va a ser el artista, consiste hoy, en agrupar las diferentes áreas en una idea visual y sonora, que puede llegar a superar la composición de la misma canción. Las visuales, se han convertido en narradores de historias en la tarima, en presentadores virtuales, en acompañantes inseparables de cantantes, en escenografía móvil y hasta en sistemas de luces.

El diseñador gráfico, se ha visto envuelto en este mundo, que lo ha convertido en traductor visual de canciones o de momentos, con una narrativa especial, para un público o audiencia también especial. Más allá de las especificaciones técnicas (las cuales tienen gran importancia) el concepto de diseño, se hace de manera general y luego más específica, teniendo en cuenta el formato del espectáculo, las etapas y el estilo del mismo. Aplicando los mismos principios, que cualquier proyecto de diseño gráfico audiovisual, se componen cada pieza, como notas en una partitura en la ejecución de un instrumento musical.

Una de las grandes ventajas del diseño de visuales, es que son ejecutadas en vivo, lo que permite y exige una sincronía con el momento, la música, el performance, el público. Crear piezas manipulables, tiene un proceso diferente a aquellas que son proyectadas o transmitidas automáticamente en otros medios.

La ponencia, se basa en como se plantean estos proyectos, como adaptarse a cada uno luego de un análisis del caso respectivo, porque podemos considerar esta tendencia como parte del diseño gráfico y dentro del diseño audiovisual como tal, porque es tan particular con sus propias definiciones que podemos hablar de él como una rama del diseño, como se puede organizar un paquete de visuales, las diferentes piezas que pueden surgir dentro de un proceso de diseño (intro, *loops*, etc.), el tipo de determinantes a tomar en cuenta para las composiciones, recursos tecnológicos para proyección, usos interactivos, y manipulación en vivo que también es llamado Programación de Video (Programadores de Video) o Video Jockeys (VJs).

El impacto del diseño urbano en la moda del Perú

Lucía Cuba Oroza

El contexto del surgimiento del diseño urbano y “alternativo” en el Perú:

El Diseño urbano, si bien no responde a un momento particular (o un solo momento), se ha expresado en los últimos 30 años en el país, principalmente desde las artes plásticas y visuales a través del: Graffiti, Pintura, Escultura, Fotografía, Iconografía, Diseño de Moda y Textil, Arquitectura, Publicidad, etc.

La construcción actual del diseño urbano no es ajena a los acontecimientos políticos y sociales ocurridos en el país: entre ellos, (1) el impacto de una marcada época de violencia y sus desencadenantes migraciones y cambios en el comportamiento social (delincuencia, agresión, resiliencia), (2) el impacto de una marcada época de opresión y poca libertad de expresión, (3) el impacto en el nuevo comportamiento económico del país (MYPES-PYMES); entre otros.

Surge en el país, coincidiendo con la salida del régimen “Fuji- Montesinista”, una generalizada idea/percepción de “esperanza”, que, movilizada por un fuerte deseo de libertad, retoma espacios sociales de expresión, esta vez, de libre expresión.

En el 2002, un grupo de artistas plásticos y visuales (entre otros) inspirados también en el contexto socio político peruano, empieza a trabajar piezas de arte utilizando prendas de vestir.

Casi de manera instantánea, y sin la intención inicial de “hacer ropa”, la demanda hacia estas prendas diferentes a las que ofrecía el mercado local (principalmente estampadas) empieza a crecer.

Se abren también las primeras tiendas de ropa “alternativa” concentrando a por lo menos 5 marcas de ropa y accesorios que empiezan a liderar en esta novedosa tendencia en moda.

El fenómeno Gamarra, es un factor complementario que permite el boom del sector.

En menos de 5 años, las tiendas de ropa y accesorios alternativos ascienden a más de 50; solamente en Lima zonas Centro, Norte y Sur, y balnearios se encuentra más del 50%, mientras que en otras ciudades del país como Cusco, Arequipa, Trujillo y Chiclayo, no solo existen tiendas de diseño, también se desarrollan ferias y exhibiciones relacionadas. Algunas de las marcas peruanas de diseño urbano han logrado la exportación internacional.

El fenómeno de la moda alternativa y de la ropa de diseñador/a y diseños alternativos, ha fomentado también la creación de nuevos servicios educativos. Espacios en diseño de moda locales, en donde la selección de las prendas y de las marcas que las representan ahora demandan a su vez la formalización de estas pequeñas empresas con trascendencia en el mercado local e incluso internacional (siendo al menos dos de estas conocidas marcas las que ya exportan a Colombia y España).