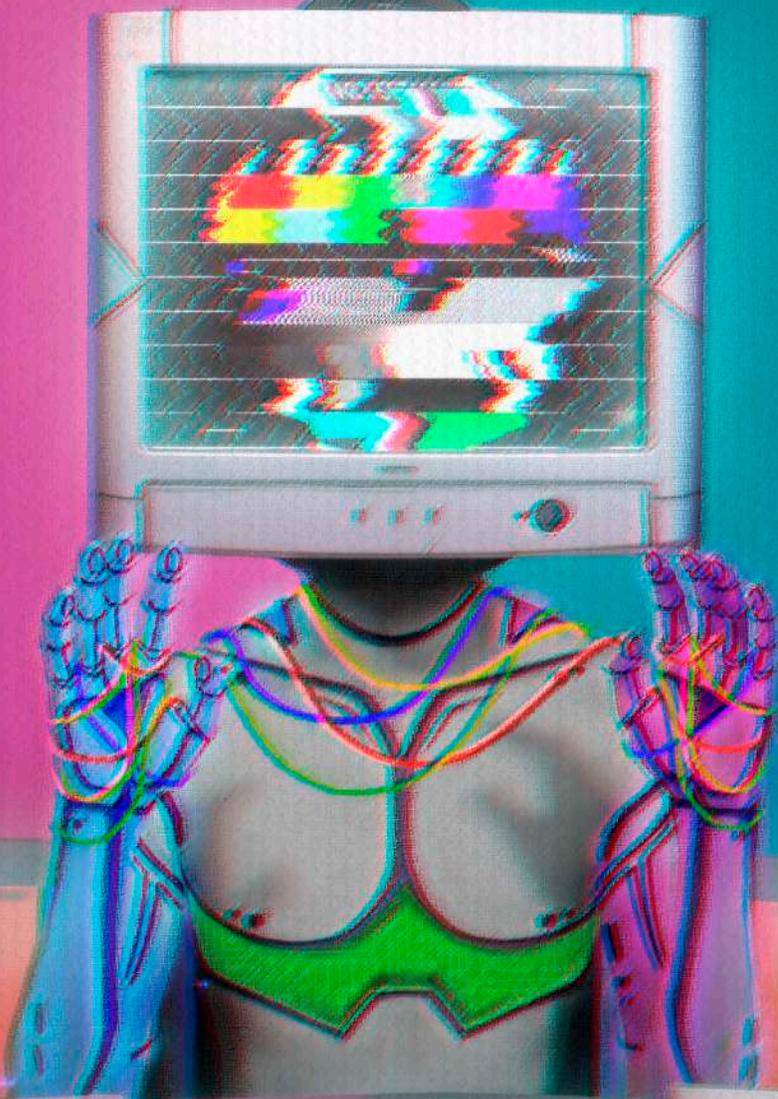


CROMA



LuisxFarah

LA VISUALIDAD EN LA ERA DIGITAL

No: 1
Noviembre



Luis Farfán

ÍNDICE

- 4 Detrás de cámaras
con Bere Jaramillo
- 7 Cumpliendo un sueño
con Ángela Rubio
- 10 Tridente Brand Firm
con Rodolfo Ramírez Morales
- 12 Marketing Digital
- 20 CONARTE: Beca por el “Impulso
Artístico y la Creación 2019”
- 22 El Instituto de Artes Gráficas de
Oaxaca en Mederos
- 24 Comex Trends 2019

Créditos

Dra. Verónica Lizett Delgado Cantú
Directora de la Facultad de Artes Visuales

M.A. Eva Julia de la Cerda Cruz
Secretaría Académica

Dra. Sandra Guadalupe Altamirano Galván
Lic. Alejandra Gabriela Martínez Carrasco
Lic. Manuel Sancho González
**Coordinadores y Editores de la Revista
Croma**

Sara Gabriela Barcenás Solís
Karina Alejandra González Céspedes
Flor Isela Islas Rodríguez
Naomi Nicole Castro García
Paola Alejandra Martínez Escalante
Melissa Ondarza Escalante
Alba Alejandra Pecero Reyes
Arantxa Olíblish Rivadeneyra Gonzaga
Yaire Atzhiri Ivana Rodríguez Espinosa
Jesús Alberto Suárez Bernal
Luis Cecilio Treviño Farah
Citlali Eunice Zeledón Aguilar
Estancia de producción





CON BERE JARAMILLO

por Jesús Suárez

Crear en ti es una parte esencial en todo aspecto, ejemplo de ello es Berenice Jaramillo, egresada de la Facultad de Artes Visuales, quien nos platica sobre su experiencia en la fotografía y los retos de empezar a darse a conocer como profesional de esta área. Platicaremos de algunos de sus trabajos y el proceso que conllevan, además de conocer cómo se ha mantenido en el mundo del freelance a lo largo de los años.



“ LO QUE HE DEDUCIDO ES QUE NO ME GUSTA HACER SIEMPRE LO MISMO, SI SE PUDIERA DECIR ESE ES MI ESTILO. QUE CADA SESIÓN SEA UN GRAN RETO ”

Yo soy Berenice Jaramillo, estudié en la Facultad de Artes Visuales, en la generación 2004-2008. Desde pequeña me gustó la fotografía, pero donde realmente aprendí a fondo de ella fue en la preparatoria. Podría decir que me enamoré de la fotografía y después de esta experiencia tomé la decisión de querer dedicarme a ello.

Ya estando dentro de la carrera también descubrí mucho el gusto por el cine y se combinaron el cine, la fotografía y la postproducción, pero yo no era muy buena fotógrafa y por eso me fui adentrando a la postproducción. Cuando me gradúo y me dedico a eso, me doy cuenta de que no me apasionaba, entonces regreso a la fotografía, que fue volver a los primeros pasos de creérmela y que me crean como fotógrafa.

Nos hablaste de ti y vemos que desde antes ya tenías un gusto por la fotografía, ¿a qué crees que se debía este gusto?

Fue mucho por la nostalgia, creo que para mí siempre fue muy importante cuidar mucho las fotografías pues cuando era pequeña mi papá falleció y cuando crecí cuidé mucho esas fotos, su valor era demasiado grande. Cuando descubrí todo lo que implicaba la fotografía me enamoré mucho más de esta.

¿Cómo hiciste para perder el miedo a que los demás vean tu trabajo?

Sí es un proceso, la verdad yo sí batallé un rato en creérmela como fotógrafa porque de algún modo buscas la aceptación de la gente, pero al final del día lo que más valor tiene es ver tu trabajo y decir: esto me gusta, sé que no es lo mejor pero estoy contenta con lo que estoy haciendo, ahora sí empiezas a creértela y eso te empuja para aprender más técnicas de todo lo que implica la fotografía.

Cada artista tiene su método de trabajo, ¿nos podrías decir cómo es el tuyo?, ¿Tus ideas para los proyectos suelen ser muy trabajadas o son la inspiración del momento?

Depende a dónde van dirigidos o con qué intención. A mí siempre me gusta saber qué es lo que quiere el cliente, qué mensaje quiere transmitir, qué colores le gustan, tratar de sacarles la mayor información posible, aunque ellos no tengan idea de qué quieren, siempre van a saber qué no quieren y eso te va a ayudar a saber por dónde no irte y ya en base a eso te puede inspirar cualquier cosa, ellos mismos, una película, etc.

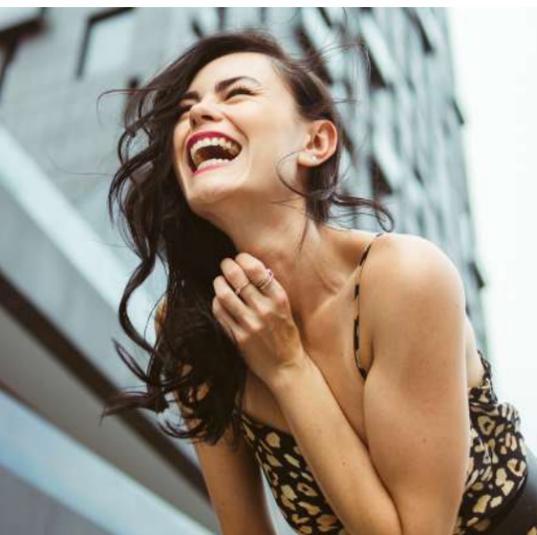
¿Sigues algún proceso para conocer las bases del proyecto?

Bueno, cada proyecto es diferente, pero para poner un orden es fundamental la entrevista presencial con el cliente y después una lluvia de ideas o moodboard para soltar las ideas de formas, paleta de colores, encuadres, etc.

SOBRE SER FREELANCER

Una pregunta muy frecuente cuando se comienza a hacer freelancer es el equipo de trabajo, ¿tienes algún consejo para saber con cuál comenzar?

Para comenzar, les diría que se compren la cámara que puedan. Vayan descubriendo qué tipo de fotografía les gusta hacer y cuando lo descubran compren el equipo adecuado a la necesidad. Nosotros usamos cámara réflex y con el tiempo invertimos mayormente en lentes que creemos que son la mejor inversión.



Fotos por Bere Jaramillo

Aparte del talento y de las capacidades para realizar tu trabajo, ¿crees que exista otra característica para satisfacer al cliente?

La atención, la gente lo valora mucho. Recuerdo que mis primeros clientes me seguían contactando en parte por el trato con ellos, la entrega a tiempo, la importancia que les das, sin duda es un punto a favor.

¿Cuál fue el detonante para que tomaras la decisión de que tu camino sería como freelancer aunque esto costara un poco más de trabajo?

Desde el principio, cuando me gradué, me involucré en cortometrajes durante un año. Poco tiempo después, trabajé durante cuatro meses para una empresa en la cual editaba y grababa los videos, pero me di cuenta de que eso no era lo que yo quería, tanto en la carga de trabajo, como en los horarios de oficina. A partir de entonces tomé la decisión de ser freelance, llevo más de 10 años así y créanme, se puede vivir de esto, aunque mucha gente les diga lo contrario.

“ME SIENTO UNA PERSONA EXITOSA, ME SIENTO BIEN PORQUE VIVO DE ESTO Y ME GUSTA LO QUE HAGO”

Con la experiencia que tienes siendo freelance, ¿podrías dar un consejo a quienes tienen una idea, pero se desaniman o están indecisos?

Tienen que ser perseverantes. Obviamente no llega de un día para otro; si te apasiona lo que haces, valdrán la pena los años que le hayas invertido. Me siento una persona exitosa, me siento bien porque vivo de esto y me gusta lo que hago.

Para ver más de su trabajo:

www.paralelostudio.mx

@berejaramillo.foto

PARALELO

Sabemos que el trabajar en equipo siempre es muy difícil, ¿cómo es la química que tienes con tu pareja, Nau, a la hora de trabajar un proyecto?

Siempre ha sido de gran ayuda, desde que éramos novios siempre nos hemos apoyado, él se encarga de la parte de efectos especiales y yo de editar. Desde hace 2 años empezamos a hacer una unión mucho más marcada con la especialidad de cada uno. Nuestro proyecto en puerta es formalizar la empresa, pues por lo regular nos relacionan solo con nuestros nombres por separado y no en conjunto, entonces la intención es establecerlo como un solo negocio que llevará el nombre de "Paralelo" y estamos a solo unos pequeños detalles para que pueda ya salir a la luz.

¿Algo que identificará a PARALELO?

Estudio creativo que ofrece diferentes técnicas; que sepan que no estamos casados con un estilo de fotografía o video, nos interesan marcas tanto pequeñas como grandes.



Fotos por Bere Jaramillo

DOCENTE

CUMPLIENDO UN SUEÑO

por Gema Espinoza Palomares

De la mano de Angélica Rubio y su negocio 'la libretería', adentrémonos a conocer un poco de su perspectiva respecto a lo que implica el cumplimiento de 'un sueño'. De aquella idea, que un día, llega a nuestra mente y queremos volverla una realidad.

¿Cómo fue su comienzo en 'la libretería'?

Primero me fui de maestría, y cuando regresé del intercambio fue cuando decidí salirme de mi zona de confort, y aventarme de 100% a mis 3 proyectos; a empezar 'la libretería', a dedicarme 100% a los clientes de mi estudio de diseño y a seguir con 'pin factory'. El mismo trabajo fue el que me orilló a ello, ya no tenía tiempo, así que tenía que trabajar para alguien o bien, dedicarme a mis emprendimientos, ahí fue cuando decidí emprender al 100%.

la
libre
tería
.mx

“TÚ ERES EL PROPIO CREADOR DE TUS SUEÑOS, MIENTRAS MÁS LO DESEAS, MÁS ES LA MOTIVACIÓN POR CUMPLIRLO. LLEGA A TU META Y SIEMPRE DA TU 100”



¿Qué la inspiró a formar 'la librería'?

Yo siempre he sido muy amante de tener sketchbook, y estando precisamente de intercambio, mi socia y yo entramos a unos cursos de encuadernación. Siempre buscaba el sketchbook a un precio justo, con los materiales que quisiera, pero además que lo pudiera customizar. Así que, como no había eso en Monterrey o en México, entramos a cursos, ya que en España se da la mata de encuadernación; entramos a muchos cursos, y fue cuando compartí con ella la idea de hacer un producto mínimo viable cuando regresáramos, un producto para testear si le gusta o no al mercado. Llegamos, hicimos todo: marca, página de Facebook, compramos dominio, hicimos todo como si la empresa existiera, y empezamos a hacer dummies, y no los vendíamos, los regalábamos a quien quisiera probar las libretas. Después que vimos que sí les gustaba y nos daban feedback; nos decían: 'ay pues pónganle esto', 'quítenle esto', lo que hicimos después fue empezar a vender. Por lo tanto, primero testeamos el producto y viendo que sí había una respuesta, decidimos por ya empezar a hacerlo.

¿Qué fue lo que les motivó para hacer este proyecto?

Encontrar un producto que no existiera y ofrecerlo en el mercado, ya que antes ni en Monterrey ni otro lugar de la República Mexicana, había quien los produjera. En cambio, ahorita ya hay muchas opciones.

¿Cuánto tiempo le dedica a la realización del producto que ofrece? (libreta)

Depende bastante del proyecto, por ejemplo, tenemos unas libretas con la técnica de impresión digital, la impresión es muy rápida. Una libreta, con todo su proceso: la impresión, armado de la libreta, cosido, doblado, el prensado y cortado, porque se tiene que refilar, se lleva como 4 minutos más o menos. Pero si la técnica no es de impresión digital, y es serigrafía, el tiempo de producción se extiende, porque hay que mandar a hacer placas, mandar a serigrafar, o si es un alto o bajo relieve



Ángelica Rubio y su socia. Juntas fundadoras de 'la librería'.

u offset, pasa exactamente lo mismo, depende mucho de la técnica.

¿Qué técnicas de diseño se utilizan para la realización de las libretas?

Las técnicas de diseño gráfico que se utilizan en las libretas son más artesanales; hablando en términos de diseño gráfico propio de las libretas, lo que hacemos es ver un proceso de diseño, el entendimiento de lo que el cliente necesita, después de que el cliente nos dice cómo quiere o qué es lo que busca en la libreta, lo diseñamos. En 'la librería' muchas de las veces, nosotros tenemos que proponer el diseño y otras veces el cliente es quien nos envía su diseño. Independientemente de que el cliente nos mande su diseño, nosotros a veces le damos recomendaciones, algunos son otros estudios de diseño que mandan a hacer libretas con nosotros, y otros son empresas a las que nosotros brindamos recomendaciones, y a base de esas recomendaciones ya ellos nos dicen qué sí y qué no quieren.

¿Cuántos y cuáles son los tipos de papeles que se utilizan?

Papel bond blanco, es un papel con un sello de FCC (responsabilidad social por el medio ambiente).

Un consejo con experiencia...

Para mí, sirvió un montón el hecho de trabajar para alguien, si pueden empezar a trabajar antes de salir de la carrera, háganlo, es súper, súper bueno. Si están estudiando todavía, evidentemente, mi consejo sería que toda la parte teórica que puedan aprender ahorita en la facultad, apréndanlo; todos los libros que puedan leer de su carrera, apréndanlos, porque luego el tiempo se te va a hacer como agua entre los dedos, nada, y no vas a tener tiempo para eso. Trabajen para alguien, trabajen para distintas personas, aprendan a ser mandados para después tú saber mandar, aprendan a ser bien receptivos a feedback, eso es vital en la parte del diseño, a ser súper 'open mind' a las críticas que te den, nunca dejen de aprender, tomen la cantidad de certificados que sean posibles, y atrevanse, da miedo sí, pero una vez me dijeron esto y creo que fue lo que me hizo darme cuenta, que puedo perder; "Dicen que atrás del miedo, está el éxito", pues nos da mucho miedo perder esa certidumbre que te da al tener un sueldo, pero cuando te das cuenta que eres capaz de producir no tú sueldo, si no el sueldo de más personas, está bien padre, entonces hay mucha responsabilidad, sean responsables, cumplan con sus tiempos, cumplan con sus pagos, si ganas \$3.00 no gastes \$6.00, eso es muy importante en un emprendedor, si ganas \$3.00, gasta \$.50, nunca puedes rebasar, y si vas a rebasarte no lo hagas con tu dinero, háganlo con el de alguien más, es decir, con un inversionista o con el dinero del banco, con un préstamo, pero nunca con tu capital. Entonces atreverse, perder el miedo, y de ahí todo se va acomodando.

Mandamos a imprimir 3 diferentes tipos de papel: con rayas, de cuadros y con puntos, para las diferentes necesidades de los clientes, pero por lo general es Bond Blanco, Bond Ahuesado y el Bond impreso en los 3 diferentes modelos que son raya, cuadro y puntos. Los papeles de las libretas tienen diferentes los covers, son un papel que se llama ibayme que es ecológico, y otros papeles que son papeles regulares y con el tratamiento que le damos lo convertimos en algo mucho más padre.

¿Cuál es su experiencia en este proyecto?

Pues la mejor experiencia de todas en estos 5 años ha sido de aprendizaje y de dolor, porque crecer duele un montón; tomar decisiones arriesgadas que a lo mejor ponen todo tu capital en juego porque no sabes cómo va a resultar. En realidad estamos como en expectativa y a ciegas, pero la experiencia ha sido de aprendizaje 100% y bastante enriquecedora, se traduce en un montón de felicidad, porque de a poco ves como el proyecto va siendo más fuerte. En temas de diseño ha sido bien enriquecedora porque el hecho de tener como el estudio de diseño al

mismo tiempo está boxeando a 'la librería' lo que ha proyectado en mi carrera profesional es como tener conciencia del valor de cómo se diseñan los márgenes, las columnas, por los tipos de impresión, y por la forma en cómo se produce una libreta. En términos de emprendimiento, fuera de que yo también soy diseñadora gráfica, ha sido súper satisfactorio con mi propio capital sin tener que pedir recurso económico de nadie y empezar auténtica y sencillamente desde cero. Y la otra que es más personal tiene que ver con que me encanta la parte de toda la papelería, entonces digamos que tiene mucho de mi espíritu del tema de diseño pero les voy hacer completamente honesta, toda la parte de calidad y de muy buena ejecución no es por parte mía, es también por parte de mi socia y yo pongo esta parte mía, como esta parte de business core, de estrategias y de diseño gráfico, pero ella pone todo su saber, su conocimiento en el desarrollo del producto que hacemos, entonces si soy justa, y puesto el éxito de la librería no depende del 100% de mí, depende del equipo de trabajo y de las personas que nos ayudan a materializar el producto, entonces una experiencia personal y profesional súper enriquecedora.

TRIDENTE

BRAND FIRM



“NO PIERDAS EL TIEMPO, APROVÉCHALO Y NO LO DESPERDICIES EN COSAS QUE NO VALEN LA PENA, OBSERVA, EXPERIMENTA COSAS NUEVAS Y SIGUE TUS CORAZONADAS SIEMPRE CON CUIDADO ”

ACONSEJA RODOLFO RAMÍREZ

Te traemos lo que implica emprender tu propio negocio de la mano de uno de los expertos en el tema.

Hay personas que deciden iniciar su negocio, sin embargo cuando esto sucede, se presenta el miedo a la pérdida de la inversión inicial, o a fracasar. Es claro que emprender no es para todos, entrar en el mundo de los negocios por tu propia cuenta no se trata sólo de tener una buena idea, sí, es una de las bases, pero se necesita capitalizarla.

Por este motivo decidimos acudir a un diseñador experto en ésta área, Rodolfo Ramírez Morales, egresado de la Facultad de Artes Visuales, Director de Tridente Brand Firm, agencia en San Pedro, que inició como un proyecto escolar para pasar a ser un estudio de diseño que busca favorecer los gustos de los clientes. “Como negocio somos como un camaleón que se va adaptando al ecosistema de los negocios y las tendencias de comunicación”, expresó Rodolfo. Esto los hizo crear estrategias, implicando los temas de la comunicación para llegar a ser la agencia que son en la actualidad, establecieron sus pilares de servicio como el ‘branding’, la estrategia y la multimedia. Esto los llevó a trabajar para empresas importantes, como lo son algunos de los más famosos festivales de música que s que el miedo lo controlara.

El público meta de Tridente se divide en dos segmentos, uno de ellos son los “followers” quienes, como lo dice la palabra, siguen su trabajo porque les gusta y la otra parte son los clientes, que van desde empresas hasta personas que necesitan

una identidad gráfica. Debido a su amplia oferta de servicios, eligen estos estratégicamente junto con los elementos gráficos adecuados para cada uno de sus clientes y así cubrir sus necesidades.

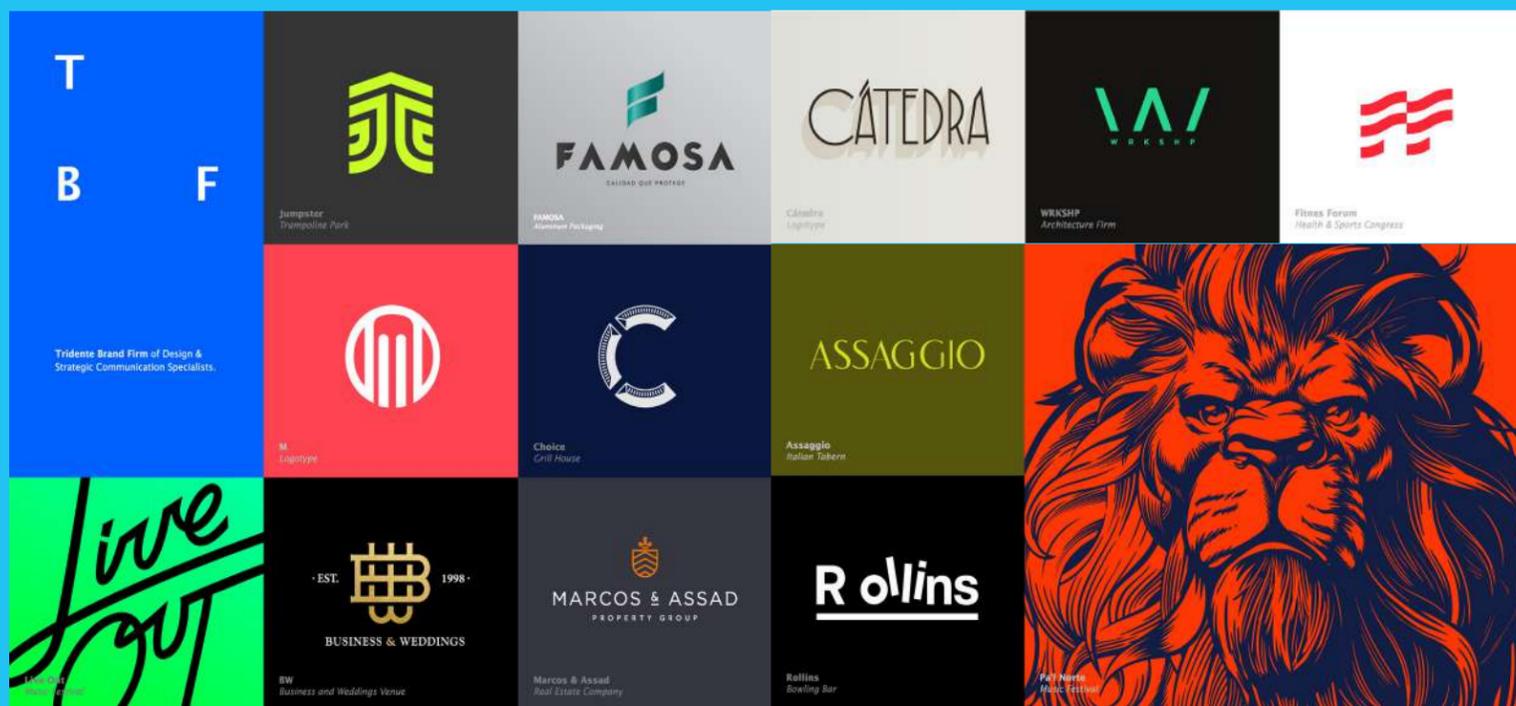
En esta empresa lo que los compete es que cuentan con especialistas para cada uno de sus servicios y estos están capacitados en los medios sociales, esto crea una oferta de calidad para los clientes, además de que realizan experiencias de consumo buscando trasladarlas al consumidor final y cuentan con la herramienta de la innovación tecnológica.

Nuestro experto nos comentó que una de sus principales motivaciones para llevar a la realidad este proyecto fue la ambición por superarse y tener un mejor estilo de vida para compensar lo que había pasado durante su época de estudios. Una de las actitudes que lo llevó al lugar donde se encuentra ahora fue su atrevimiento para hacer las cosas y no dejar que el miedo lo controlara.

Las cosas que más aprecia de haber elegido este camino dice, “con base en dedicarse a hacer lo que realmente te gusta, son los momentos en los que las personas se interesan por tu trabajo, cuando llegan a agradecerte por compartir tus experiencias o cuando te retribúan tu trabajo”.

Actualmente un aumento salarial y un ascenso ya no es suficiente motivación para los jóvenes, la alternativa del emprendimiento ofrece una perspectiva diferente, que lo convierte en una opción más atractiva y es más común encontrar que los estudiantes quieran emprender un negocio, pero no siempre cuentan con el apoyo necesario, por esta razón gracias a su experiencia, Rodolfo Ramírez nos dice algunos consejos que te podrían ayudar si buscas seguir este camino.

Es primordial que busques dedicarte a lo que te gusta, lo que realmente te apasiona, teniendo siempre las bases para fundamentar tus conocimientos para poder salir al mundo laboral. Cuando haces algo que en verdad te gusta no se ve como un trabajo, una forma de aprovechar esto es con las herramientas que tenemos a la mano como las revistas, libros o apps para ver los trabajos de los demás, observando las tendencias para llenarte de información y crear tus propias inspiraciones.





MARKETING DIGITAL



EL MARKETING 360

EL SOBREVIVIENTE DEL CAMBIO TECNOLÓGICO

por Melissa Ondarza y Atzhiri Rodríguez

Tras el avance de los medios digitales, las empresas han tenido que adaptarse a estos nuevos reglamentos que en un principio no les afectaban, pero ahora pueden llegar a cambiar el significado de las cosas.

“ ANTES LA PUBLICIDAD SE BASABA EN CARTELES O COMERCIALES, PERO AHORA, GRACIAS A LAS REDES SOCIALES, SU MERCANCÍA PUEDE LLEGAR HASTA LUGARES FUERA DE SUS FRONTERAS, ”

Lo que uno pagaba para que su anuncio estuviera en un cartel publicitario ahora es lo mismo que pagar para ponerlo en internet y llegue por sí solo a millones de personas. Era cuestión de suerte que tu anuncio fuera visto por muchos, pero ahora las empresas saben la cantidad de espectadores que día con día ven sus anuncios, cosa que antes era imposible saber.

Las marcas tenían su propio logotipo establecido, pero hasta hoy saben que deben acoplarse y cambiarlo, pero conservando su significado. Los medios digitales les abren las puertas a muchos emprendedores ocasionando que haya más competencia, por lo que las empresas existentes, que antes estaban en la cima, deben adaptarse para no quedarse atrás. Tanto los precios como el material han cambiado en esta nueva era digital.

Las empresas ya no tienen que preocuparse por invertir dinero en imprenta o en un comercial, ya que ahora la cantidad que pagaban para eso puede esparcir su publicidad. El pagar por un comercial o un cartel solo te permitía darte a conocer en cierta área. Gracias al marketing digital, ya **las empresas no temen en invertir dinero porque, sin importar dónde esté su publicidad, puede llegar hasta lugares que ni ellos esperaban.**

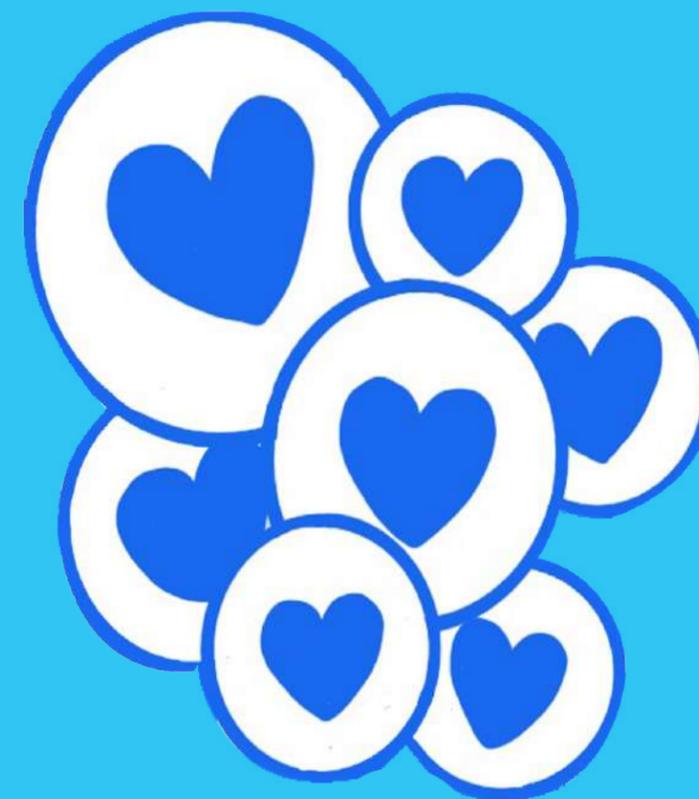
La creatividad también es un punto a favor. El ser formal lo ha vuelto aburrido, hoy en día uno tiene que ser creativo para tener más atención y que el mundo sepa quién eres; es una forma más eficiente de dejarle tu marca al mundo y sea más fácil recordarte.

El marketing, hoy más que nunca, es regulado por la tendencia social y tecnológica más que por la clásica mezcla de las 4P (Producto, Precio, Promoción y Plaza). Hoy existen un par de variables más que tenemos que considerar a la hora de modelar un negocio, ya sea de producto o servicio. Algunos referentes contemplan la **EXPERIENCIA** como el nuevo factor X del éxito a la hora de desarrollar una estrategia de marketing. Otro factor contemporáneo es la diversificación del segmento o nicho de mercado, tal como lo menciona Seth Godin (Tribes), la segmentación tradicional de género, edad y ubicación ha sido reemplazada por las TRIBUS (Brand Tribe). Un mundo interconectado y global ha desembocado en subgrupos aglomerados por intereses mutuos y coincidencias, es así como la estrategia más sensata de marketing empleará una segmentación por nichos de interés y consumo diversos e incluso transversales de un grupo a otro.

Con el tiempo las redes sociales fueron posicionándose y otras desvaneciéndose, **Facebook y Twitter** fueron las más persistentes y evolutivas al grado que, como la regla de oferta y demanda exige, llegó el toque lucrativo de estas. Ahí comenzó el atractivo mundo de pautar para negocios en estas redes sociales. En un principio bastaba un buen diseño para anunciarse y esto nos abrió las puertas para un nuevo modelo de negocio que no tardó en ser cautivado por los freelancers y agencias publicitarias convertidas más tarde en

agencias de marketing digital. Pero al pasar de los años, comenzamos a ver políticas y ajustes de estas redes que han ido evocando mayor producción y creatividad a un nivel estratégico a un sin fin de ofertas desde freelancers, Community Managers, Agencias de Marketing digital, Influencers, etc. **Las redes que actualmente mucha gente usa para el Marketing son Facebook e Instagram** aunque depende mucho tu empresa o negocio para ver cuál de las dos te funcionaría más.

Para poder darte a conocer, lo principal es analizar el mercado en donde se dará a publicitar aquel producto de manera local o a nivel nacional. La publicidad en las redes tiene dos segmentos: uno es la parte orgánica, que son todas las publicaciones y mensajes que no llevan presupuesto publicitario; la otra son las publicaciones pagadas o publicaciones pautadas con Facebook Ads y Google Ads.





LAS REDES SOCIALES COMO NEGOCIO

Facebook Ads es el área comercial y publicitaria de Facebook.

Está principalmente gestionada a través de herramientas como Administrador de Anuncios o Facebook Business Manager.

Es la oportunidad de sistematizar un canal de prospección de clientes, posicionar tu marca o generar ventas directas a través de una serie de campañas publicitarias mediante la audiencia de esta red social.

Facebook distribuye los anuncios entre su audiencia según una serie de variables y algoritmos basados en segmentación de *big data* desde áreas geográficas, género, comportamientos, gusto e intereses, en una semejanza análoga a lo que sería repartir volantes casa por casa en sentido figurado, esto en diferentes zonas de la red social.

Dentro de las limitantes que Facebook Ads establece, está la reducción de publicidad con mucho texto en la imagen, la publicidad que pueda resultar engañosa como la típica de “antes y después”, las promesas de enriquecimiento, fortuna al azar, así como publicidad que atente contra la integridad como discriminatorias o aquellas que evoquen temor y miedo, principalmente en temas de salud y estética.

En la actualidad la interacción es una fuente

de éxito para una campaña, ya que permite elevar el rendimiento de alcance y conversión de prospectos de manera orgánica (sin costo) y, en un futuro, te da la posibilidad de activar campañas de remarketing.

Google Ads posiciona tu negocio en la web.

Pero, ¿cómo funciona? Google Ads usa palabras clave de búsqueda, de esta manera, cuando un usuario introduzca en el buscador la palabra que haz elegido les aparecerá la publicidad. Está basada en campañas de PPC (pago por clic) donde tienes que pagar por cada clic que reciben tus anuncios por parte de los clientes, es decir, te cobrará cada vez que alguien haga clic en el anuncio.

Carla Morales (Asesora en redes sociales) ha trabajado en campañas de festivales y conciertos de la empresa Prime Entertainment. Ella participa en dar a conocer todo lo que comunica en las redes sociales, páginas web, entre otras más. Aunque por su cuenta da cursos y talleres sobre las redes sociales.

Su principal canal es Facebook en cuanto a su trabajo personal debido a que de ahí conoce a muchos de sus clientes por parte de recomendación. En cuanto a la hora de realizar una campaña para una empresa ella menciona:



“Primero analizo el mercado. Todo depende de la cuenta que uno tiene. Cuando se es una marca que nadie conoce, lo esencial es hacer un estudio de mercado en donde se dará a publicitar aquel producto local o nivel nacional. Realmente es conocer todo el entorno del negocio para así saber la estrategia digital que usarás”.

Google Ads y Facebook Ads también forman parte de la estrategia de mercado que utiliza. Siendo plataformas para realizar publicaciones pagadas con el beneficio de llegar más lejos dándose a conocer. La estrategia fundamental de cualquier negocio es tener presupuesto designado para dar a conocer tu marca en redes sociales.

“AMBAS PLATAFORMAS FUNCIONAN MUCHO PARA LA INVERSIÓN, ES DECIR, PARA LA PAUTA PUBLICITARIA. YO TRABAJO CON DOS SEGMENTOS, UNO ES LA PARTE ORGÁNICA QUE ES ASÍ COMO LE LLAMAMOS A TODAS LAS PUBLICACIONES Y MENSAJES QUE NO LLEVAN PRESUPUESTO PUBLICITARIO. LAS PUBLICACIONES PAGADAS O PUBLICACIONES PAUTADAS SON CUANDO SALEN A LA LUZ ESTAS APLICACIONES DE GOOGLE ADS Y FACEBOOK ADS. ME ENFOCO MÁS EN ESTAS PLATAFORMAS”.

Para las empresas representa un ahorro económico gigantesco. Antes se gastaba demasiado en anuncios panorámicos o en otros medios, que no dejan de estar vigentes. Pero ahora con lo digital conviene más, ya que lo que invertías para un anuncio panorámico ahora te puede ayudar a llegar a diez mil personas a nivel nacional o incluso más lejos. El marketing se ha vuelto medible.

“SI NO ESTÁS EN EL MUNDO DIGITAL, LITERALMENTE NO EXISTES PARA EL RESTO DEL MUNDO. SI UNO NO VE TU PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES LA PERSONA PENSARÁ QUE ES FALSO Y NO TE COMPRARÁ. HA SIDO UN GRAN ESFUERZO DE LAS EMPRESAS POR PERTENECER A LAS REDES SOCIALES PARA ASÍ DARSE A CONOCER”.

MARÍA FERNANDA JIMÉNEZ

por Gabriela Barcenas y Citlali Zeledón

María Fernanda Jiménez (ilustradora mexicana) cuenta con su marca “Amarillo pastel”, dedicada a hacer ilustraciones, comisiones, etc. Ella nos platica su experiencia sobre las redes sociales; su forma para llegar al público.

“LAS REDES SOCIALES SON UNA GRAN HERRAMIENTA QUE TODOS DEBERÍAMOS APRENDER A USAR AL 100% Y PARA EL BIEN, HAY MUCHAS OPORTUNIDADES AHÍ, BASTA CON EMPEZAR A HACERLO (COMPARTIR TU TRABAJO) PARA DARTE A CONOCER.”

Con la llegada de las redes sociales, es más fácil llegar a más público y la cantidad de gente que ve tu trabajo. “Instagram, en realidad es la única en la que comparto todo “oficialmente”, me gusta porque puede servir de inspiración, para conocer a gente que está en lo mismo que tú y no sólo para vender tu trabajo, también puedes saber qué están haciendo tus artistas favoritos”. Pero el éxito en redes sociales ¿Es suerte o esfuerzo?

María nos comenta puede ser subjetivo, esto debido a que para ella fue una gran cantidad de esfuerzo, constancia y paciencia.

“MIENTRAS MÁS PUBLICAS E INTERACTÚAS, MÁS RESPUESTA TIENES, PERO HE APRENDIDO QUE TAMPOCO PUEDES VIVIR AMARRADO A LAS REDES.”



Siendo influencer, contando con aproximadamente 28.4k de seguidores, nos cuenta que ha sido una gran experiencia, donde ella a lo largo del tiempo ha participado en eventos y conocido gente cuyos intereses o ámbitos son los mismos o, al ser diferentes, la inspiran. Aunque también tiene sus contras, como el no saber si el contenido que quieres subir será adecuado o si a tu público le agradará.

“EL TRABAJO TAMBIÉN HAY QUE DISFRUTARLO, NO SOLO HAY QUE PENSARLO PARA VENTAS O PARA COMPLACER A UNA AUDIENCIA, ESO MUCHAS VECES NOS FRUSTRAN Y HACE QUE PREFIRAMOS NO HACER NADA.”

Sin embargo, ella nos aconseja no vivir del like ni de la expectativa de la gente que te ve, por el contrario, tratar de mostrarte real siempre, eso es lo que hace auténtico tu trabajo y a ti.



DIANA DIAZ

Diana Díaz (ilustradora y youtuber mexicana) nos habla del cambio de lo tradicional que era el marketing a la actualidad. “Hoy en día, gracias a las redes sociales, podemos trabajar desde la comodidad de nuestro hogar y no necesariamente tenemos que estar pegados a una computadora para poder trabajar. Ha sido una gran estrategia que las empresas se adentren a la era digital, debido a que es lo que actualmente mueve mucho tanto a la juventud como a los adultos, además de que es una forma de dar visibilidad a tu marca internacionalmente”, menciona Diana.

“PARA MÍ FUE ALGO INGENIOSO Y SIRVIÓ PARA QUE SE DIERAN CUENTA DE LA IMPORTANCIA DE LAS ARTES Y EL DISEÑO DE TODO TIPO, CÓMO TIENEN UNA GRAN INFLUENCIA EN LA GENTE Y LA FORMA EN COMO VEN LAS MARCAS.”

En cuanto a las redes sociales más utilizadas para darse a conocer se encuentran Facebook, YouTube e Instagram. Diana nos cuenta que utiliza mucho más Instagram debido a que te permite conectar de manera más directa con el público, además de que encuentras una gran variedad de gustos, es agradable, visual, y es menos probable que las

personas puedan robar tu trabajo, contrario a otras redes sociales.

“POR EJEMPLO, FACEBOOK ES TODO UN MUNDO DE ROBO DE ARTE E ILUSTRACIÓN, LO CUAL AFECTA MUCHO A LOS ARTISTAS, YA QUE NO RECIBEN CRÉDITOS NI LINKS DIRECTOS A SUS PÁGINAS Y, POR ALGUNA RAZÓN, EN INSTAGRAM SI DAN CRÉDITOS A LOS ARTISTAS O AL MENOS ES MÁS FÁCIL QUE LOS DEN.”

“Yo siempre digo que existe un público para cada cosa. No todo le va a gustar a todos. Cada estilo tiene su público y su función, nunca debemos decir que algo es “malo” o “bueno”, todo es de cómo ve la gente cada cosa personalmente y los gustos de cada uno. Se debe respetar mucho todo eso.”

Para Diana es importante mantener una conexión con sus seguidores: “Uno muy importante fue empatizar con las personas. Siempre tratar de llegar a ellos de alguna manera, tratar de crear conexiones. La gente siempre busca una experiencia, algo que los haga sentir cosas al momento de interactuar contigo. En el marketing siempre busco dar más que un producto, trato de brindar una experiencia.”

Fotos por Yasodari Sánchez

Fotos por Lorena Estrada



Fotos por Melissa Ondarza

CONARTE: BECA POR EL “IMPULSO ARTÍSTICO Y LA CREACIÓN 2019”

por Alba Pecero

Dentro de la Facultad de Artes Visuales destacan los nombres de las artistas, y también profesoras, Lorena Estrada Quiroga y Yasodari Sánchez Zavala, quienes atendieron al llamado de la primera edición de la convocatoria “Impulso artístico y la creación 2019” por parte del Consejo para la Cultura y las Artes de Nuevo León; programa de reconocimiento

bianual/anual creado para el fortalecimiento de la trayectoria de artistas y creadores nuevoleonenses. En dicho evento se eligieron 10 proyectos, los cuales fueron merecedores de una beca económica de \$200,000.00 pesos. Al final se recibieron 83 postulaciones, de las cuáles se seleccionaron proyectos que pudieran lograr una intromisión de valor significativo con la sociedad y su alrededor.

Lorena Estrada (representando al Colectivo Estética Unisex) y Yasodari Sánchez participaron en la convocatoria de forma autónoma, con sus proyectos “La ciudad del trabajo” y “La Independencia en sintonía con ideas”, correspondientemente. Ambos proyectos podrían conectarse porque reflejan su deseo de que la sociedad se permita evaluar ‘en un espejo’ cómo es que forma parte de algo, y que esto mismo puede distinguirse para crecer como individuo y sociedad. Al darse a conocer los acreedores a beca, ambos proyectos salieron victoriosos, “La ciudad del trabajo” en el área de fotografía y “La Independencia en sintonía con ideas” en el área de las artes visuales.

El proyecto “La Ciudad del trabajo” de Lorena dió comienzo en Agosto del presente año; se adentra a visibilizar lo mencionado a través del tema del **empleo dentro del contexto del Capitalismo Neoliberal**, en su búsqueda a que se origine una introspección en la variedad existente de modalidad de trabajo, es decir, que observemos cómo el concepto de ‘empleo’ se ha ido transformando al paso del tiempo, e identificar en lo que se ha avanzado y falta por avanzar, así

como de la deficiencia que todavía persiste dentro de ello.

Para demostrar lo anterior, se está buscando seleccionar fotografías captadas en puntos clave dentro de México, que muestren la realidad de los empleados dentro de un espacio, así como la diferencia de una modalidad de trabajo a otra; por ejemplo, de un empleo asalariado a uno ‘freelancer’. Esencialmente, es un proyecto de investigación-creación; por lo tanto, se tomará en primera instancia la investigación y gestión, para que de esa forma se pase a la edición del material recolectado, pero también porque el proyecto es de largo aliento y se estima una duración en años antes de que finalmente concluya.

Mientras tanto, Yasodari se embarca en su proyecto “La Independencia en sintonía con ideas”, el cual comenzó en 2014, buscando evidenciar el **patrimonio, la identidad y la memoria de prácticas que han ido generando el presente tejido social**, esto para manifiesto en la importancia de las comunidades o grupos que en ocasiones se les tiene en una idea clasista, ya sea por el desconocimiento o ignorancia de estos. Al mismo tiempo, destaca la acción de generar cruces en distintas áreas del conocimiento en conjunto con las comunidades, tomando como ejemplo a la Col. Independencia, donde habitan ella y su familia, exponiendo que, así como esta comunidad, existen muchas otras, o lugares de los que se tendría que hablar y dentro de ello nosotros mismos deberíamos desarrollar acciones, ya sea como ciudadanos, artistas o profesionales. Parte del proceso que sigue el proyecto es generar un documental y a la par de su desarrollo se han agregado otras acciones que son de práctica artística con presencia audiovisual, tanto que se llegó a la preparación de un libro y a la idea de arrancar una intervención pública.

En ambos proyectos podemos identificar el propósito de generar resultados eventuales antes de lograr el resultado final. Entonces, a pesar de que la beca esté considerada para un año dentro de sus respectivos proyectos, esto no determina su finalización, puesto que se pretende indagar profundamente en los temas que trata cada uno. De esta manera, se vela por el cumplimiento del compromiso que se decretó cuando decidieron hacer un cambio con y para la sociedad.





"Escena Erótica" por Dr. Lakra

EL INSTITUTO DE ARTES GRÁFICAS DE OAXACA EN MEDEROS

por Arantxa Rivadeneyra

Una de las colecciones gráficas más importantes de Latinoamérica tuvo lugar los pasados tres meses en el nuevo Centro de Investigación, Innovación y Desarrollo de las Artes (CEIIDA) ubicado en nuestro campus universitario. Como celebración de su 30 aniversario, el Instituto de Artes Gráficas de Oaxaca exhibirá 189 piezas como una muestra de la riqueza que hay dentro del acervo artístico creado por Francisco Toledo.

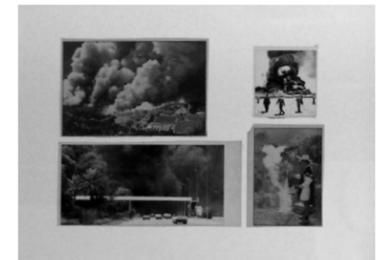
Esta exposición expuso un lado distinto del artista oaxaqueño quien, además de ser tal vez el pintor mexicano más reconocido de nuestros tiempos, era un coleccionista de arte apasionado. Esta exhibición llevó por nombre "IAGO, Instituto de Artes Gráficas de Oaxaca, tres décadas en la gráfica" la cual se concentraba en la revisión y reflexión de la gráfica como medio artístico. "Una de las grandes aportaciones de esta técnica dentro de las artes visuales es que difunde lo que sucede cotidianamente en la historia. Al final se vuelve un documento histórico", expresó Berenice Torres, museógrafa de la exposición.

La colección del acervo creado por Toledo durante 30 años, resguardado por el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA) y el IAGO, ha sido punto de convergencia para el resguardo de obras destacadas a nivel nacional e internacional.

“LAS PERSONAS QUE ASISTIERON PUDIERON ADMIRAR PIEZAS QUE PARA VERLAS JUNTAS TENDRÍAN QUE SALIR DE MÉXICO Y VISITAR VARIOS MUSEOS. ELLOS SOLO TUVIERON QUE IR AL CEIIDA PARA VERLAS TODAS JUNTAS Y DARSE UNA IDEA DE SU ALCANCE”

La primera parte de la exhibición reunía obras de artistas como Leopoldo Méndez, José Guadalupe Posada, Julio Ruelas, Manuel Felguérez, José Luis Cuevas, José Clemente Orozco,

David Alfaro Siqueiros, Pablo Picasso, Francisco De Goya, Joan Miro, Wilfredo Lam, el mismo Toledo, entre otros. La segunda parte llamada "Artistas de la gráfica contemporánea" está conformada por 139 obras, por primera vez exhibidas fuera de Oaxaca, de la autoría de los artistas Gabriel Orozco, Abraham Cruzvillegas, Berenice Torres, Dr. Lakra y demás autores coetáneos.



Fotos por Paola Martínez

Para la realización de este proyecto se contó con el apoyo de Sara López Ellitsgaard, hija de Toledo, quien es la Directora del Instituto de Artes Gráficas de Oaxaca, IAGO. Así como la colaboración de Inari Reséndiz, Gerardo Martínez, coordinador del cervo Toledo-INBA y Joushimar Mora coordinador de Exposiciones del Instituto de Artes Gráficas de Oaxaca.

Emilia
083-04

COMEX TRENDS 2019

por Flor Islas

Las tendencias 2019 que se dieron a conocer dentro del evento COMEX de este año fueron las siguientes:

Hiperlocal: Pretende honrar el pasado para crear un legado a través de colores neutros cálidos que evocan tonos de elementos de la naturaleza.

Accionismo: Se rige bajo un pensamiento revolucionario que invita a generar cambios y reafirmar el empoderamiento de la mujer; está llena de colores enérgicos que sin duda voltearás a ver, como los primarios, blanco, negro y tonos rosas.

Endémico: Su intención es reflejar tanto el poder como la fragilidad de la naturaleza, su crecimiento y el paso del tiempo que observamos a través de paisajes autóctonos; está conformada por verdes de todas las tonalidades, grises y un rosa sombreado.

Reflejo: Inspirada en el comportamiento del ser humano, su interacción con el entorno y la transformación de sus emociones, esta paleta está conformada por colores intensos, naranjas saturados que se equilibran con verdes, azules y tonos neutros.

El día 28 de Agosto de 2019 se llevaron a cabo los Macro talleres de #ComexTrends 2019 en nuestra Facultad de Artes Visuales. Este evento inició con algunas conferencias impartidas por la arquitecta

Elizabeth Gómez, el diseñador industrial Emiliano Godoy y los diseñadores Rodrigo Noriega y Ariel Rojo.

El equipo de Comex dio el pronóstico más inspirador y acertado sobre colores, materiales y superficies, analizamos las influencias culturales, ambientales y tecnológicas que determinarán los colores y tendencias del próximo año. El discurso vibrante y el debate apasionado revelaron un tema claro y unánime para el 2019: expresión.

El impulso básico por expresar nuestras creencias y nuestra pasión surge de tantas formas específicas como hay seres humanos en el planeta. No seríamos nada sin la expresión.

Finalmente, de entre la amplia variedad de tonos rosas que sobresalen en su gran colección, el color elegido fue Emilia [083-04] como el Color del Año, el cual representa a la humanidad como esencia del 2019.

Al final de esta gran conferencia se llevaron a cabo los talleres que dio este gran equipo.

Taller 1: Objetos
Impartido por el reconocido diseñador Emiliano Godoy.

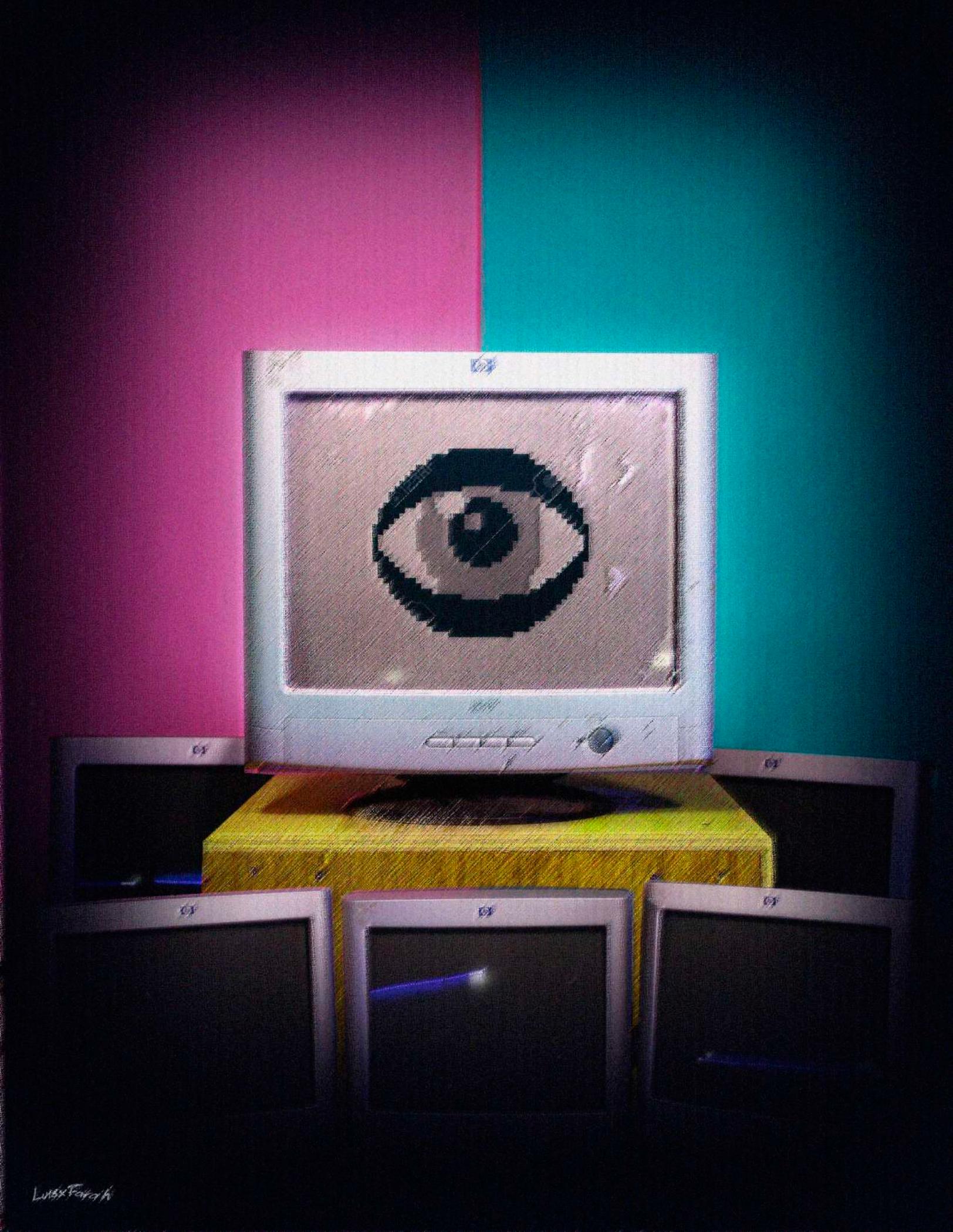
Taller 2: Objetos
Impartido por el reconocido diseñador Ariel Rojo.

Taller 3: Innovación
Impartido por el reconocido diseñador Rodrigo Noriega.

Taller 4: Espacios
Impartido por la reconocida diseñadora Elizabeth Gómez Coello.



Fotos por Paola Martínez



Luis Fajardo