

Fondo Nacional de las Artes. Creá el arte que querés ver

Indira Vega

Bold (N.º 3), pp. 84-89, octubre 2016

ISSN 2524-9703

Facultad de Bellas Artes. Universidad Nacional de La Plata

Taller de Diseño en Comunicación Visual 5D

DOCENTES

Julio C. Naranja, Iván Velázquez, María Gabriela López

Fondo Nacional de las Artes

Creá el arte que querés ver

Indira Vega - indiravega92@gmail.com

Facultad de Bellas Artes

Universidad Nacional de La Plata. Argentina

Una idea creativa en mente, y la iniciativa incontenible de querer hacerla realidad, casi siempre se encuentra con un obstáculo para poder llevarla a cabo: el dinero. ¿Y si una entidad del gobierno resolviera este problema?

El Fondo Nacional de las Artes (FNA) fue creado en la Argentina en 1958 con el objeto de instituir un sistema financiero para prestar apoyo y para fomentar las actividades artísticas, literarias y culturales de todo el país. El FNA constituye un mecanismo financiero especializado que actúa como un verdadero banco nacional de la cultura, a título de administrador y de redistribuidor de medios y de recursos adecuados de fomento para la promoción y para el desarrollo de las actividades vinculadas a la cultura del país.

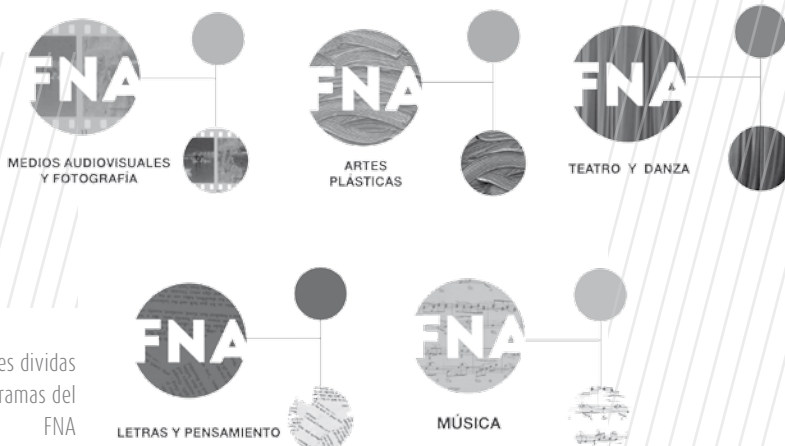
Sus tareas principales son promover la creatividad, contribuir a una mejor calidad de los bienes culturales, fomentar la apertura de nuevas fuentes de empleo cultural, estimular renovados modos de trabajo artístico y de relación con el público, apoyar la iniciativa de las instituciones culturales privadas, fomentar la mejor utilización y la adecuada retribución del talento, favorecer el acceso del mayor número de personas a los bienes culturales y al patrimonio común de todos los argentinos, estimular la excelencia, son algunos de los parámetros de acción de un sistema moderno de financiamiento cultural.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercialSinDerivar 4.0 Internacional



FONDO NACIONAL DE LAS ARTES



Logo y variantes divididas
en las cinco ramas del
FNA

Para ello, otorga préstamos y becas y organiza muestras, concursos y actividades relacionadas con el ámbito, siempre y cuando sea sin fines de lucro, como la publicación de un libro, la proyección de documentales, capacitación específica, abastecimiento de equipos, etcétera. Abarca las siguientes disciplinas: Arquitectura y Urbanismo (aspectos estéticos), Artes aplicadas, Artes Plásticas, Cinematografía, Danza y Ballet, Diseño Gráfico e Industrial, Expresiones Folklóricas, Fotografía y Audiovisuales, Letras e Industria Editorial, Música e Industria Fonográfica, Radiofonía, Teatro y otras artes del espectáculo, Televisión y Video.

El FNA cuenta con dos sucursales en la ciudad de Buenos Aires: la sede central que se encuentra en Alsina 673, San Nicolás, Ciudad Autónoma de Buenos Aires y luego está la Casa de la Cultura del FNA, que se encuentra en Rufino de Elizalde 2831, barrio de Palermo. Esta sede es una ex casa de la reconocida escritora Victoria Ocampo, que desde el 2005 funciona como La Casa de la Cultura, sede del FNA. En ella se organizan exposiciones de artes visuales, conciertos, ciclos de cine y conferencias. Los ciclos que se dictan son de entrada libre y gratuita y se realizan allí las más variadas actividades culturales.

Estrategia y plan de intervención

Luego de un extenso trabajo de investigación sobre la identidad visual actual del FNA, se identificaron graves problemas de comunicación, desde su logo hasta el funcionamiento y la maquetación de su página web, la cual en conjunto con las redes sociales son de principal importancia de acceso a información para los potenciales usuarios. No existe un sistema visual que funcione correctamente, hay muchas piezas realizadas pero no en todas se utiliza el diseño con la misma estructura, lo que genera un desorden visual de información tanto para los interesados como para la difusión de las actividades culturales que se realizan.

Para el desarrollo del trabajo de tesis se planteó una nueva imagen visual para el FNA y para la Casa de la Cultura. El público al que se dirigió fue joven, entre dieciocho y treinta y cinco años, con



Muestra de la utilización del sistema diseñado, en este caso, de Artes Visuales

la intención de generar una mayor participación en las actividades y en los servicios que brinda el FNA en todas sus ramas artísticas y, de esta manera, incentivar la creación y el emprendimiento en estos usuarios, quienes tienen un fuerte potencial creativo por desarrollar y no muchas veces se los impulsa o tienen las herramientas para realizarlo. La idea creativa parte de la frase «Creá el arte que querés ver» del libro *Roba como un artista* (2012), de Austin Kleon. Fue un concepto muy acertado y motivador para generar nuevos proyectos. También se tomaron como punto de partida diferentes frases motivacionales que se ven a lo largo del sistema, con la intención de despertar curiosidad en las personas que las lean y de generar interrogantes y ganas de obtener información sobre de qué se trata el FNA.



Afiche de promoción a inscripción de becas

El rediseño de la marca se centró en los conceptos *arte, dinamismo e improvisación* y se tomó como referencia la figura geométrica del círculo, sobre la cual se apoyan las siglas del FNA caladas. Esta figura circular tiene como característica una textura vectorial que semeja un bosquejo o un boceto realizado con lápiz o con algún objeto de escritura. La lección de esta textura partió del análisis sobre qué características unían a todas las ramas culturales que abraza el FNA, algo complejo y muy amplio, pero se llegó a la conclusión de que siempre existe un proceso creativo, el llamado *brainstorming*, que lleva a tener un lápiz y un papel para bajar esa idea a un boceto que luego concluirá en la obra final.



Stickers

Las ramas culturales que abarca el FNA se dividieron en cinco grupos: Medios Visuales y Fotografía, Música, Teatro y Danza, Artes Plásticas, y Letras y Pensamientos. Cada una de ellas fue identificada con un color y con una textura en la marca, que hace referencia a estas actividades.

El sistema se centró, principalmente, en la utilización de fotografías en blanco y negro, tomadas en plano pecho o en primeros planos, en las cuales no se observan rostros, ya que no se quiere mostrar a un personaje que represente al FNA, sino, más bien, que se vean varias personas en ámbitos culturales o realizando alguna actividad específica. Estas fotografías están intervenidas con una forma geométrica lineal, por lo general, trapecios o paralelogramos, que varían según la imagen seleccionada, que ingresan en la imagen y que dan una sensación de intervención planimétrica, pero con volumen generado por la fotografía. De esta manera, se logra una rápida identificación de las ramas que cambian según la fotografía que hace referencia a la actividad y al color de las líneas utilizado.



Render de uno de los stands

En cuanto a la página web, se buscó que fuera llamativa, de fácil acceso a la información básica necesaria y abarcada, en su mayor parte, por imágenes de gran tamaño y con cada sección identificada con los colores corporativos y con los recursos gráficos ya explicados. Se programó para que fuera *responsive* para otros dispositivos como celulares y *tablets*. Otro recurso que se desarrolló para las redes fue un *spot* publicitario bastante dinámico y atractivo, acompañado con música y con imágenes en movimiento.

Se realizó folletería, series de afiches, papelería institucional, *stickers*, *merchandising*, *banners* y, como una de las piezas principales, se creó un *stand* para cada una de las ramas, que serían utilizados como intervención o como participación en acontecimientos específicos o en entidades como universidades o institutos a modo de promoción o de informes.

Para finalizar, a lo largo del proyecto concluí en cuán hermanadas están todas las ramas del arte y de la cultura, y lo interesantes que se vuelven los proyectos en conjunto cuando se entrecruzan y se retroalimentan los distintos aspectos visuales y sensoriales. Para ello, es necesario entender que las ideas no surgen de la nada, todo tiene un disparador. Por esto cito nuevamente a Austin Kleon, quien dice que «Un buen artista debe entender que nada viene de la nada. Todo trabajo creativo surge de lo que ha existido antes. Nada es completamente original» (Kleon, 2012).

Referencia bibliográfica

Kleon, Austin (2012). *Roba como un artista*. México: Aguilar.