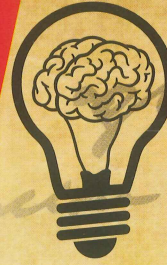


acta

Vola2



diseño & comunicación

Versatilidad

Inspiración

Visión

Conocimiento

Innovación

Creatividad

Pasión

Instinto

Curiosidad

¿Qué tan
Volado eres?



LA U QUE TE ENTIENDE

EDITORIAL

Los trabajos impresos en el acta, están basados en casos de productos o servicios reales que se pueden encontrar en el mercado y a la vez otros casos los cuales son ficticios. Los mismos no tienen ningún tipo de relación comercial con las marcas, servicios o productos de los que puedan asemejarse. El objetivo principal de estos proyectos es cumplir a plenitud los contenidos del plan de estudio de los diversos cursos que se imparten en la UAM. El contenido interno del Acta es estrictamente académico. Las ideas y visualizaciones de los trabajos originales, son derechos intelectuales de sus creadores, así como el deber y responsabilidad por la veracidad de su creación.

A partir de ésta octava edición, el nombre que recibirá la revista será "Acta Vola2 diseño & comunicación". Les invito a que conozcan los mejores trabajos de la Escuela de Diseño y Comunicación de la Universidad.

Director:
Lic. Adrián Gutiérrez

Coordinación de Proyecto:
Lic. Greivin Sánchez

Diseño y Diagramación:
Hormiguero In House

Octava Edición/
Primer Cuatrimestre 2012

CONTÁCTENOS:

adrian.gutierrez@uam.cr



Estudiantes Esc. Diseño y Comunicación
UAM (OFICIAL)

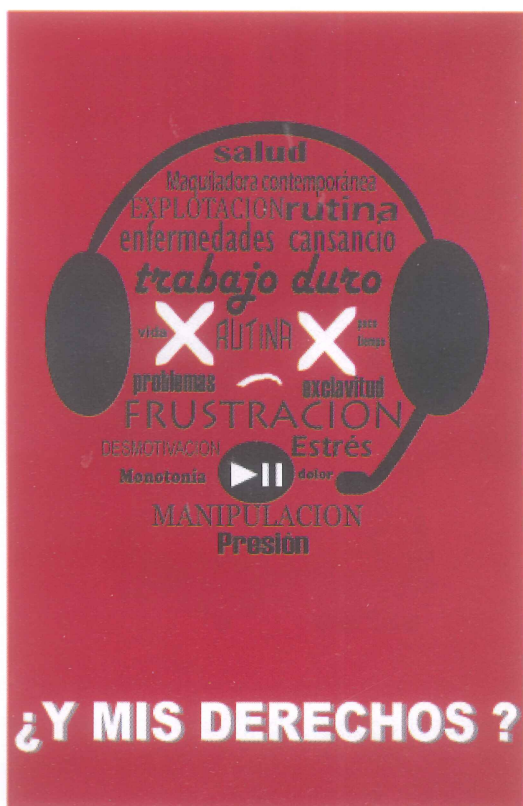
En esta revista coopera:



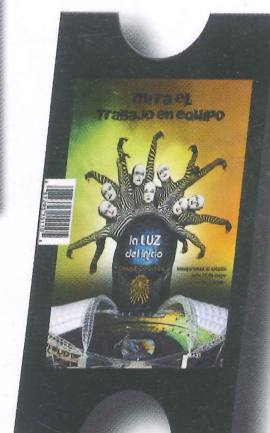
En esta categoría entran a concursar trabajos donde se realizan proyectos estratégicos de comunicación, con una logística y propósito definido en clase. Algunas de las clases que participan son: Campaña I y II, Estrategia Creativa y Publicidad, Técnicas de Análisis Conductual, Talleres Creativos, entre otras.

EG
ESTRATEGIA

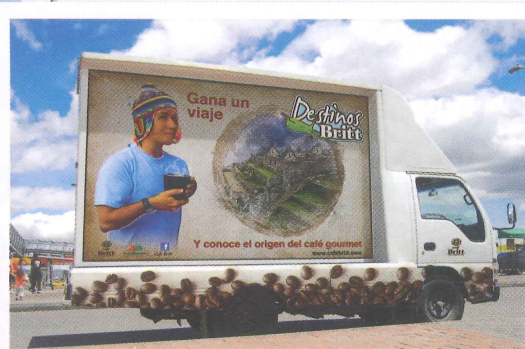
David Sanabria
Campaña II



Katherine Anchia Barrios
Sociología aplicada a la publicidad



Stanley Fernández Obando
Diego Zamora
Cindy Brenes Fernández
Campaña II



DD

DISEÑO DIGITAL

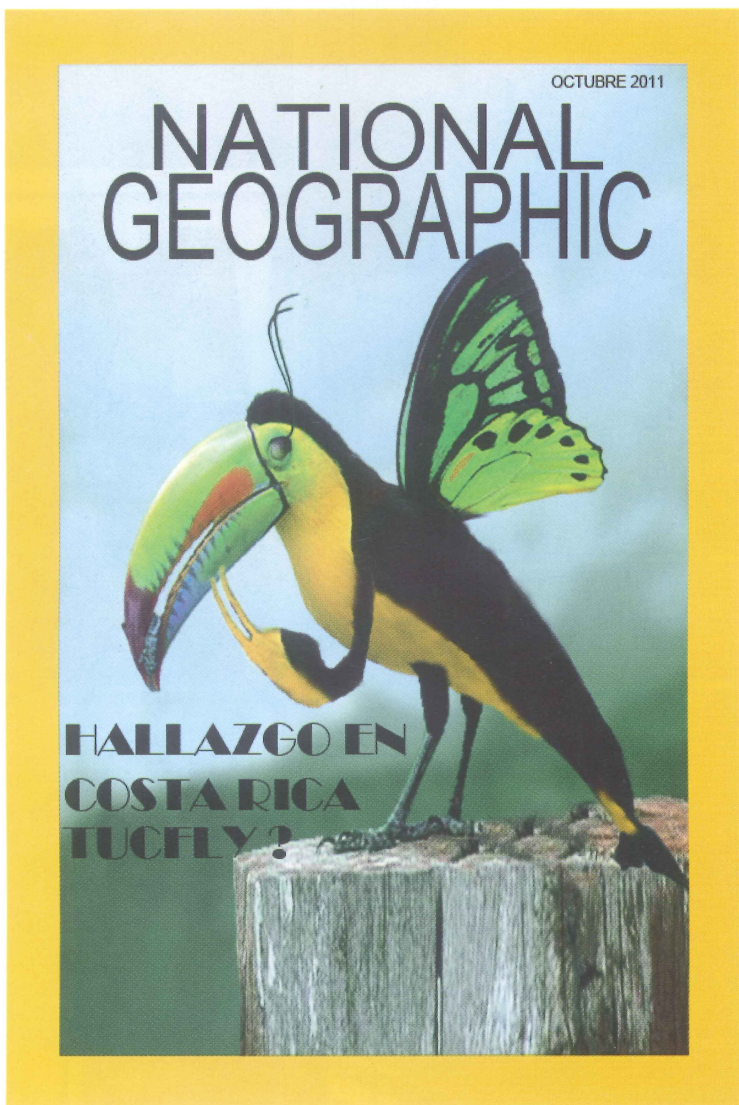
En esta categoría, cuatro cursos de segundo y tercer año de la carrera entran a participar. Desde ilustraciones, fotomontajes, hasta trabajos de diagramación y arte final, son elegibles para concursar.



Izquierda:
José María Retana Araya
Diseño por Computadora I



Mauricio Pérez Sánchez
Diseño por Computadora III

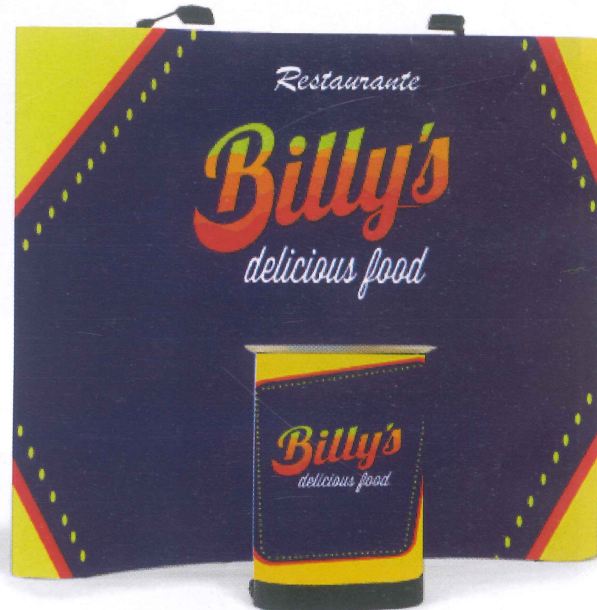


Katherine Anchia Barrios
Diseño por Computadora II



Katherine Anchia Barrios
Diseño por Computadora I

Kaffa Café
 Jéssica Arias V.
 Mauricio Fernández L.
 Bryan García J.
 Stephanie Gómez R.
 Katherine Quesada C.
 Paola Ramírez V.



Billy's Delicious Food
 Mailine Araya G.
 Oscar Brenes Z.
 Ileana Carranza Q.
 Pablo Quesada C.
 Catherine Rojas C.
 Patricia Zúñiga G.

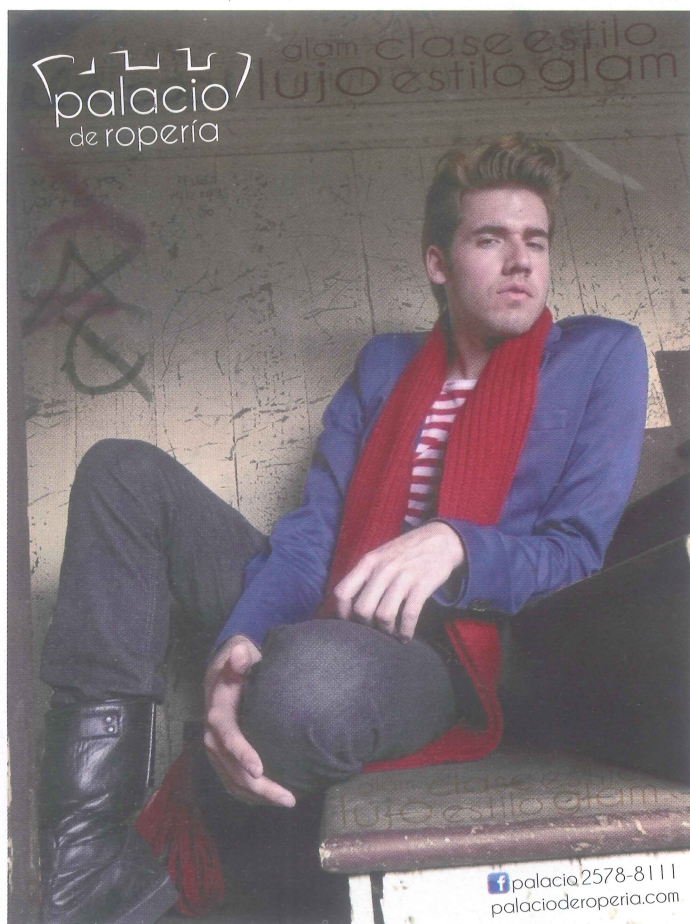


Gitana
 Adrián Acosta V.
 Dennis Cedeño A.
 José María Chacón H.
 Sofía Hernández V.
 Joshua Muñoz R.
 Diana Navarro C.

FF

FOTOGRAFÍA

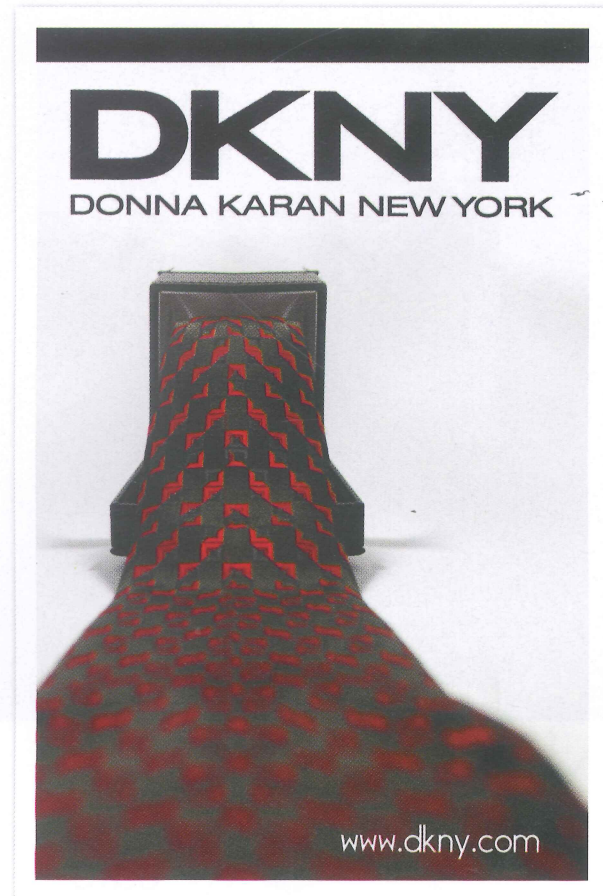
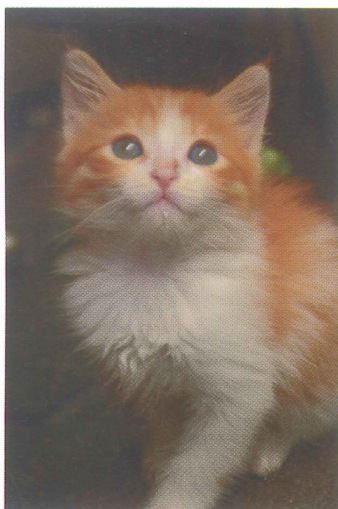
Es uno de los cursos de Publicidad y Diseño donde el alumno visualiza su creatividad gráfica a través del lente. Algunas de las fotografías pueden ser modificadas para dar conceptos semánticos distintos.



Izquierda:
Estefanía Martínez
Fotografía Publicitaria



Javier Alemán
Fotografía Publicitaria



Jorge Guillén
Fotografía Publicitaria

Carlos Russel
Fotografía Publicitaria



Izquierda:
Iván Solano
Fotografía Luces



Claudia Solano
Fotografía Luces



María Fernanda Chaves
Fotografía Urbanismo



Mauricio Pérez
Fotografía Artística

Comunicación verbal y no verbal desde el hombre arcaico hasta nuestras aulas

El origen de la Comunicación Verbal fue producto de la eminente necesidad del hombre primitivo para poder comunicarse; los primeros arcaicos tuvieron que acostumbrarse a vivir en grupos familiares en las planicies de África, dada su extrema debilidad y fragilidad frente otros animales africanos, adoptó una forma de vida colaborativa que lo obligó a ir más allá de la simple actividad innata e intuitiva. De manera que, para cooperarse mutuamente, tuvieron a la vez que desarrollar formas de comunicación, y así transmitir lo que el pensamiento daba lugar, y es por eso que el lenguaje puede tomar sentidos en masa.

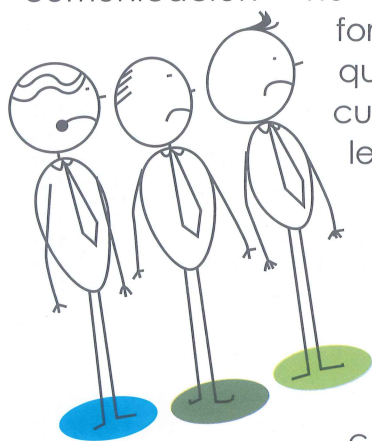
Así, el lenguaje humano propiamente dicho puede contar con 30 000 o 40 000 años de existencia.

Es de suponer que en estos tiempos la comunicación no sólo se refería a las formas habladas, sino que, hace muchos años cuando apenas existía el lenguaje, los humanos se comunicaban no verbalmente, aunque muchas veces inconscientes, a través de un lenguaje rudimentario, conceptualmente pobre y vinculado con otras formas de emisión: tipos de adornos, arreglos u ornamentos especiales en las armas e instrumentos musicales, los cuales tuvieron significado para implicar mensajes hacia otros grupos del clan. Esto, evidentemente, como

parte inherente al proceso de evolución del hombre y de sus diferentes manifestaciones, tanto artísticas como de comunicación, da origen al concepto de comunicación verbal (lenguaje hablado) y no verbal del hombre moderno, entre los que hoy día se destaca el teatro y por ende, diferentes estudios de las desiguales habilidades histriónicas del hombre actual.

Así, contextualizando el concepto teatro en el ámbito contemporáneo y para nuestros intereses en el campo de la educación, se puede mencionar que el teatro forma parte de las técnicas pedagógicas utilizadas para desarrollar las capacidades de expresión y comunicación de los alumnos y las alumnas concentrándose no sólo en habilidades lingüísticas (leer, escuchar o hablar) sino, sobre todo, en la habilidad de comunicar. Cabe mencionar que, por definición, el teatro del griego Theatron es la rama del arte escénico relacionada directamente con la actuación y que, como es sabido, representa historias frente a una audiencia usando como medios de expresión, discursos, gestos, escenografías, mímicas, sonidos y espectáculos.

Por otra parte, el desarrollo de habilidades histriónicas y expresivas fomenta el lenguaje corporal verbal y no verbal como forma de creación, mediante la acción práctica, que le facilita al estudiante su



desenvolvimiento en cualquier experiencia de su diario quehacer. Relacionado, además, con procedimientos de autodisciplina, tolerancia, colaboración, creación, respeto, comprensión, diálogo, y la sana convivencia, valores fundamentales en el trabajo en equipo al cual, el futuro profesional del diseño publicitario y la publicidad, deberá enfrentar en su quehacer profesional.



Lo anteriormente expuesto me lleva a la obligación de contextualizar esta ponencia en el ejercicio diario del proceso de enseñanza-aprendizaje para así establecer un vínculo con las necesidades educativas de nuestros estudiantes y entender la importancia de incluir estos contenidos en su proceso de formación, ante esto, es trascendente mencionar que el desarrollo de habilidades histriónicas permite al educando el manejo de su corporeidad, con una cualidad expresiva que le consiente su pericia en el manejo del lenguaje en cualquier proceso de comunicación, ya sea de carácter histriónico interpretativo o bien, en cualquier tipo de relación interpersonal y multicultural. Es por lo anteriormente escrito y fundamentados en una visión integral del proceso de formación que, La Universidad Americana en su escuela de Diseño y Comunicación, procura una formación integral de los estudiantes incluyendo en el currículo el curso Desarrollo de las Habilidades Artísticas.

Lic. Pablo Jara
Arte y Comunicación Visual
Universidad Nacional Autónoma



ESCUELA
DISEÑO & COMUNICACIÓN
 UNIVERSIDAD AMERICANA

Revista Volados

Proyecto de estimulación académica profesional en donde los alumnos pueden imprimir sus mejores trabajos de Publicidad y Diseño o Comunicación, los profesores deben escoger, mínimo un trabajo que consideren destacado por cuatrimestre, para ponerlo a participar en la revista. El alumno llena la boleta de inscripción, da su trabajo al profesor para ser llevado a dirección.

Encuentro Volados (Noviembre)

Encuentro donde profesionales nacionales e internacionales destacados del campo, brindan charlas gratuitas a los alumnos de la escuela y a particulares interesados.

In House (Prácticas)

Proyecto académico-comercial: Implementa trabajos de comunicación en la Universidad y de publicidad interna. El proyecto funciona con 5 alumnos becados por cuatrimestre, los cuales pasan por la estructura y ganan experiencia. Tanto publicistas como diseñadores son preseleccionados por su nivel de calidad en la escuela. Encargado del proyecto Prof. Greivin Sánchez.

El Hormiguero In House

Proyecto de estimulación hacia los alumnos destacados en la Cátedra de Diseño y Publicidad. Cinco alumnos son elegidos cada cuatrimestre para realizar una pasantía, desarrollando trabajos internos de gran importancia para la Universidad; brindando experiencia profesional a los mismos.

Facebook Escuela

Estimula a los alumnos que usen esta vía de comunicación e información para ver horarios, fechas importantes y demás, así es como lo pueden buscar en el Facebook (Estudiantes Esc. Diseño y Comunicación UAM).

Lic. Greivin Sánchez S.
Dirección InHouse - Universidad Americana

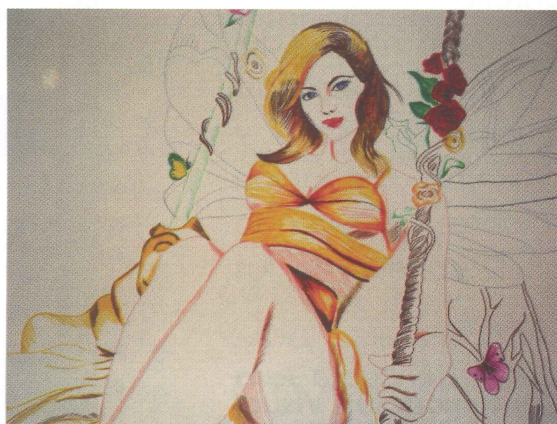
Derecha:
José Alberto Ramírez Serrano
Dibujo I



Lucia Amador Jiménez
Dibujo II



Minor Loaiza Vargas
Dibujo I



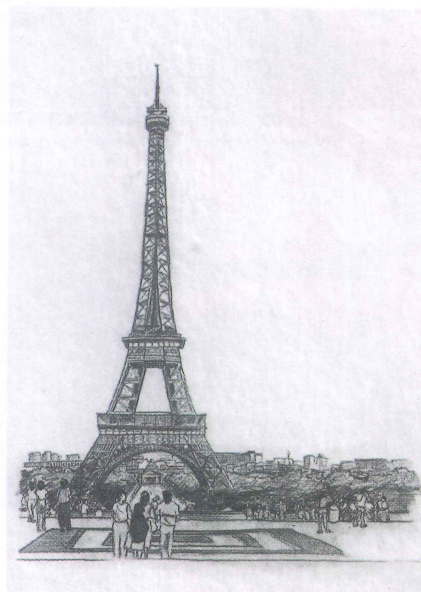
Alba Cordero Arias
Dibujo I



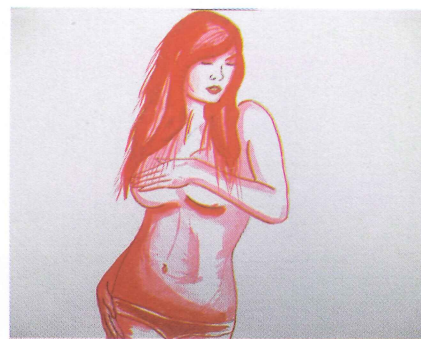
Andy Mejías Murillo
Dibujo II



Izquierda:
Andy Mejías Murillo
Dibujo II



Dustin Martín Quirós Raírez
Dibujo I



Andy Mejías Murillo
Dibujo I



Gabriel Quirós Villalobos
Dibujo II



Andy Mejías Murillo
Dibujo II

DP

DISEÑO PUBLICITARIO

Son cursos que se imparten en el primer año de carrera en Bachillerato en Diseño Publicitario. Éstos tienen el objetivo de enseñar técnicas manuales de diseño así como los conceptos y tendencias básicas en la composición, color, estilo y creatividad para desarrollar proyectos completamente hechos a mano.



Andy Mejías Murillo
Diseño Publicitario II

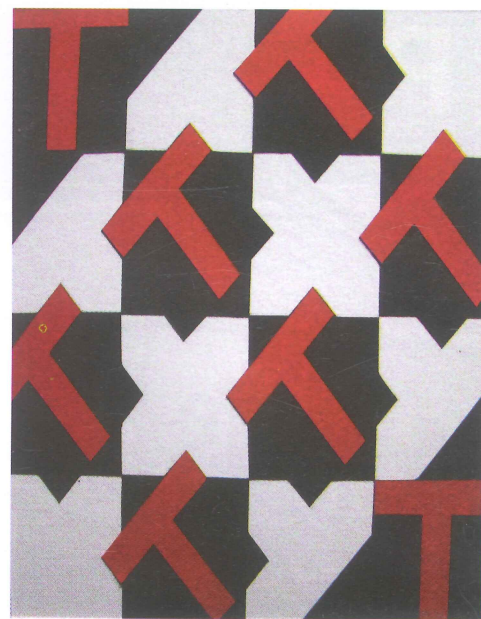


Alejandro Mena
Diseño Publicitario I





Julio González
Diseño Publicitario I



Daniel Delgado Arias
Diseño Publicitario I



Dustin Martín Quirós Ramírez
Diseño Publicitario II

PA

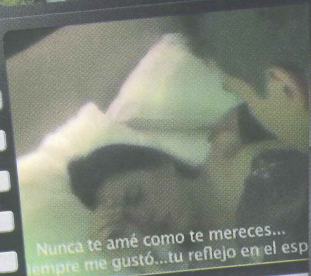
PRODUCCIÓN
AUDIOVISUAL

En esta categoría los trabajos finales del curso de Producción Audiovisual concursan, según ciertos criterios de calidad definidos por la Universidad.
Si deseas verlos conéctate a: www.youtube.com
buscalos con la palabra clave **uamcr-tv**

ARGOS (producciones)

Siéntate que el tiempo es tuyo

Jason Díaz Esquivel
Monzerrath Díaz Quesada
Pablo Flores Ramirez
David Fonseca Granados
Paola Mora Regueyra
Matilde Sánchez Hernández
Juan Gabriel Vega Mora



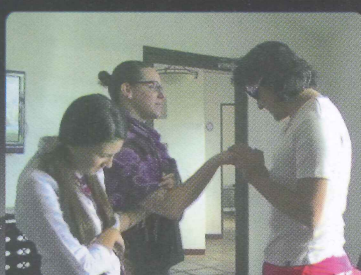
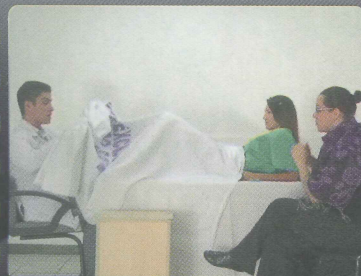
Nunca te amé como te mereces...
siempre me gustó...tu reflejo en el espejo



PALOGRADE STUDIOS

Falsa Alarma

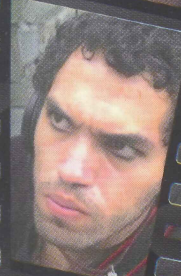
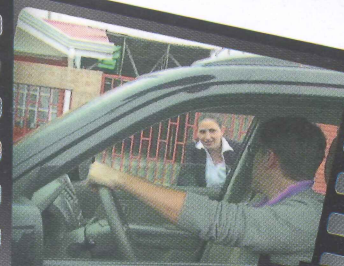
Rebeca Campos Varela
Hazel Carvajal Arguello
Juan Gabriel López Rocha
Ariana Pacheco Moya
Alexandra Phillips Murillo
Esteban Ruiz Monge
Natalia María Umaña Campos



ALTAMIRA PRODUCCIONES

Obsesiones Ocultas

Carlos Calderón
Silena Fonseca
Rodrigo Guerrero
Stephanie Solano
José Pablo Salas
Gretel Hidalgo
Claudia Solano



carrera PRODUCCIONES

Mano Criminal

Andrés Gómez V.
Iván Solano
Isaura Chaves
Ivannia Bravo
Daniela Gómez
Julissa Ramírez
Jesús Moreno

PRÓXIMO

ENCUENTRO

NOVIEMBRE

2012

**CHARLAS DE PROFESIONALES
EN EL CAMPO**

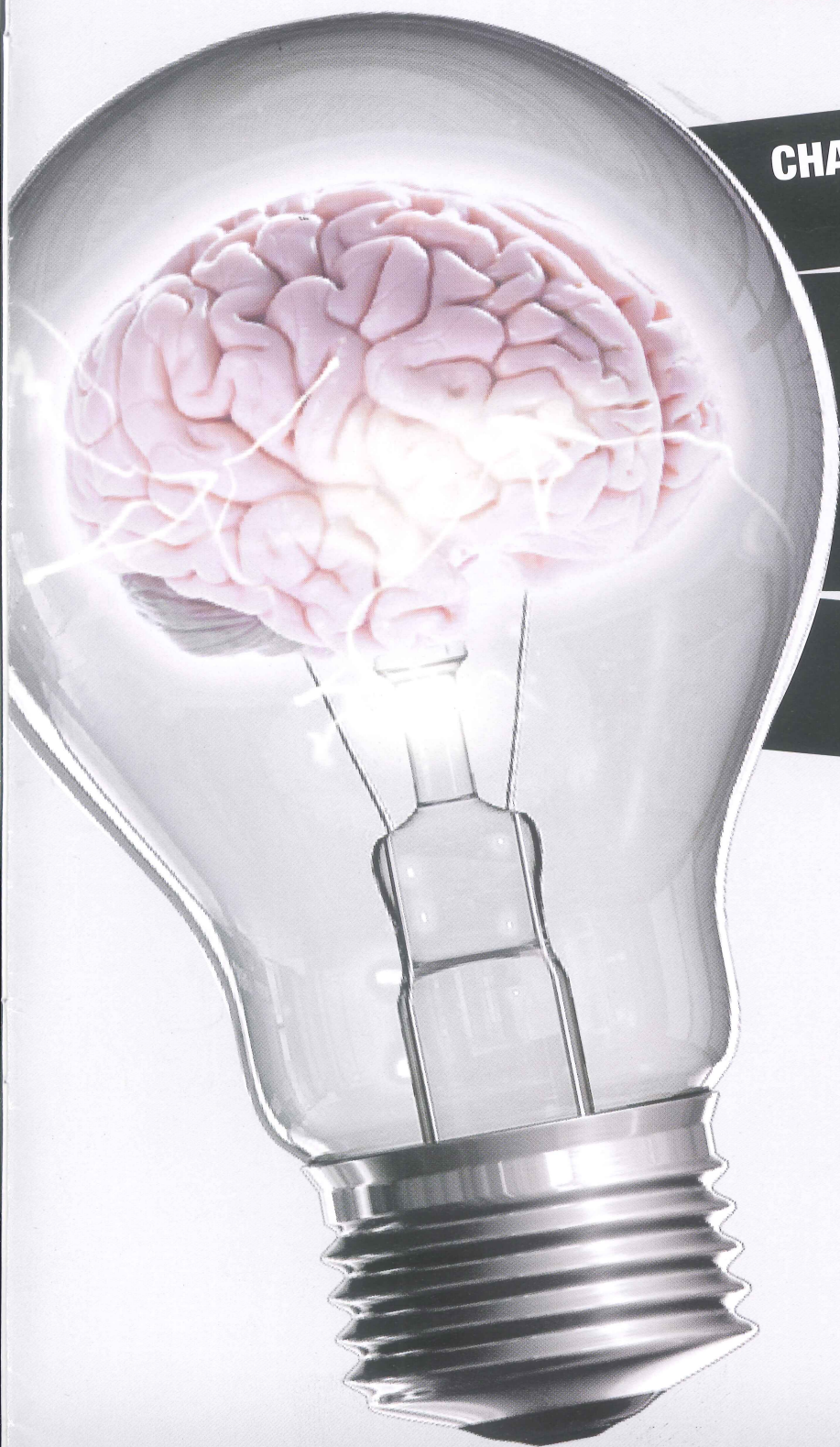
**EXPOSICIONES
CATEDRÁTICAS**

**EXPOSICIONES DE
ESTUDIANTES PREMIUM**

**EXHIBICIONES DE
MATERIAL DIDÁCTICO**

**TOTALMENTE
GRATIS**

Vola2
diseño & comunicación





ESCUELA
DISEÑO & COMUNICACIÓN
UNIVERSIDAD AMERICANA

Más información con nuestros asesores
de matrícula:

2207-7002

2207-7004

2207-7013

2207-7003

2207-7006

2207-7053

matricula@uam.cr

u m

LA U QUE TE ENTIENDE