



ART

NEO

magazine
8

4

CARTA DE LA DIRECTORA

6

NEUROMARKETING

14

EL ARTE DE LA PREPRODUCCIÓN

18

DENTRO DE LA ESCUELA

36

OPINIONES

38

STAFF



Sara Abán

CARTA DE LA DIRECTORA

La importancia de las Artes Visuales es fundamental en nuestra sociedad, una herramienta poderosa en un mundo en el que la comunicación visual es clave. Su verdadero valor radica en esa capacidad que tienen para transmitirnos emociones, contarnos historias y provocar reflexiones. Estas cualidades se arraigan en la experiencia personal y única de cada artista, algo que es auténtico y significativo solo a nivel humano. Y es que, el arte es, y seguirá siendo, una expresión única de la humanidad. Alimentado por la creatividad, la imaginación, y la diversidad de lxs artistas que lo crean, tiene su origen en los sentimientos, las conexiones con lxs demás, la capacidad de emocionar, de interpretar, de explorar lo abstracto o lo espiritual... todo ello lo hace irremplazablemente humano, a medida que la tecnología se vuelve omnipresente en nuestras vidas. Los avances tecnológicos están transformando la forma en la que se crean, distribuyen y consumen las Artes Visuales. En este contexto de convivencia, nuestro valor como artistas es vital en la exploración de estas nuevas posibilidades y utilizarlas como herramientas sin alma que son. Somos los artistas quienes con esos utensilios

vamos a crear obras capaces de conectar a nivel emocional, de inspirar y de hacer reflexionar sobre la propia humanidad y su relación con el mundo que nos rodea; el papel de cada artista es clave para contextualizar y dar sentido a los rápidos cambios que estamos experimentando en la era digital.

En resumen, la función del artista en un mundo cada vez más tecnológico es multifacético y crucial. Dentro de nuestro contexto de enseñanza en Artes



Visuales, tenemos el privilegio y la responsabilidad de apoyar y nutrir el talento de nuestros estudiantes, la verdadera fuerza impulsora detrás de la innovación y el cambio en el mundo del arte para garantizar el futuro vibrante, dinámico y creador de las Artes Visuales. Me siento feliz de presentar, un año más, una pequeña muestra del trabajo de todos ellos en la nueva edición de nuestra querida Arteneo Magazine.

En un mundo cada vez más saturado de productos y servicios, las empresas buscan formas innovadoras de captar la atención de los consumidores y aumentar sus ventas. Una de las herramientas más poderosas es el neuromarketing, una disciplina que utiliza principios de la neurociencia para comprender cómo funcionan los procesos mentales y emocionales de los individuos en relación con el consumo porque es un hecho que parte de la toma de decisiones de compra se produce a nivel subconsciente, y el neuromarketing se centra en aprovechar este fenómeno.

Aunque los consumidores creen que toman decisiones de compra de manera consciente y racional, numerosos estudios han demostrado que gran parte de nuestras decisiones de compra están influenciadas por procesos inconscientes y emocionales.

**LA CIENCIA
DETRÁS DE LAS
ESTRATEGIAS
DE VENTA DE LAS
EMPRESAS**

NEUROMARKETING

Marta Peña

Diseño de Productos y Publicidad. Una de las aplicaciones más comunes del neuromarketing es en el diseño de productos y la publicidad.

Los estudios han demostrado que ciertos colores, formas y palabras pueden activar regiones específicas del cerebro asociadas con el placer y el deseo, lo que lleva a una mayor atracción hacia un producto o mensaje. Por ejemplo, el uso de colores cálidos y formas suaves puede evocar una sensación de comodidad y familiaridad en los consumidores, mientras que las palabras con connotaciones positivas como “nuevo” o “exclusivo” pueden activar centros de recompensa en el cerebro, aumentando la percepción de valor del producto.

Optimización de Precios y Promociones. Otro aspecto importante del neuromarketing es su aplicación en la optimización de precios y promociones. Los estudios han demostrado que los consumidores son más sensibles a ciertos tipos de precios y descuentos según cómo se presenten. Por ejemplo, un precio que termina en “99” puede parecer más atractivo que uno que termina en “00”, ya que da la sensación de ser más barato, incluso si la diferencia es mínima. Del mismo modo, las promociones que activan un sentido de urgencia, como “oferta por tiempo limitado” o “últimas unidades disponibles”, pueden aumentar la percepción de valor y motivar a los consumidores a realizar una compra impulsiva.

Un ejemplo: la Publicidad emocional de Budweiser.

Budweiser es conocida por sus anuncios publicitarios emocionales que apelan a los valores y emociones de los espectadores. En su famoso anuncio del Super Bowl “Puppy Love”, la marca utiliza imágenes de cachorros y caballos para evocar sentimientos de afecto y conexión emocional en los espectadores. Estas emociones positivas están diseñadas para asociarse con la marca, creando una conexión más profunda y duradera con los consumidores.

Marina San Miguel

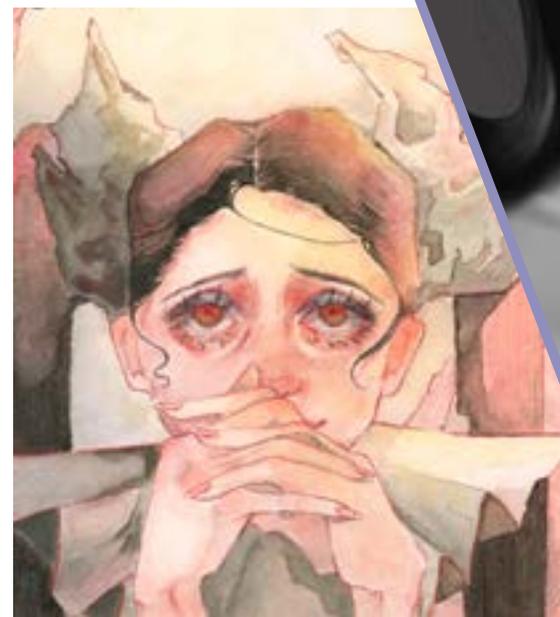
ARTÍCULOS

Silvana Torres

Alba Fernández



Sali Ahmed



Ernesto Alonso

Julia Longo



Vania Sanz

Jomar Lázaro

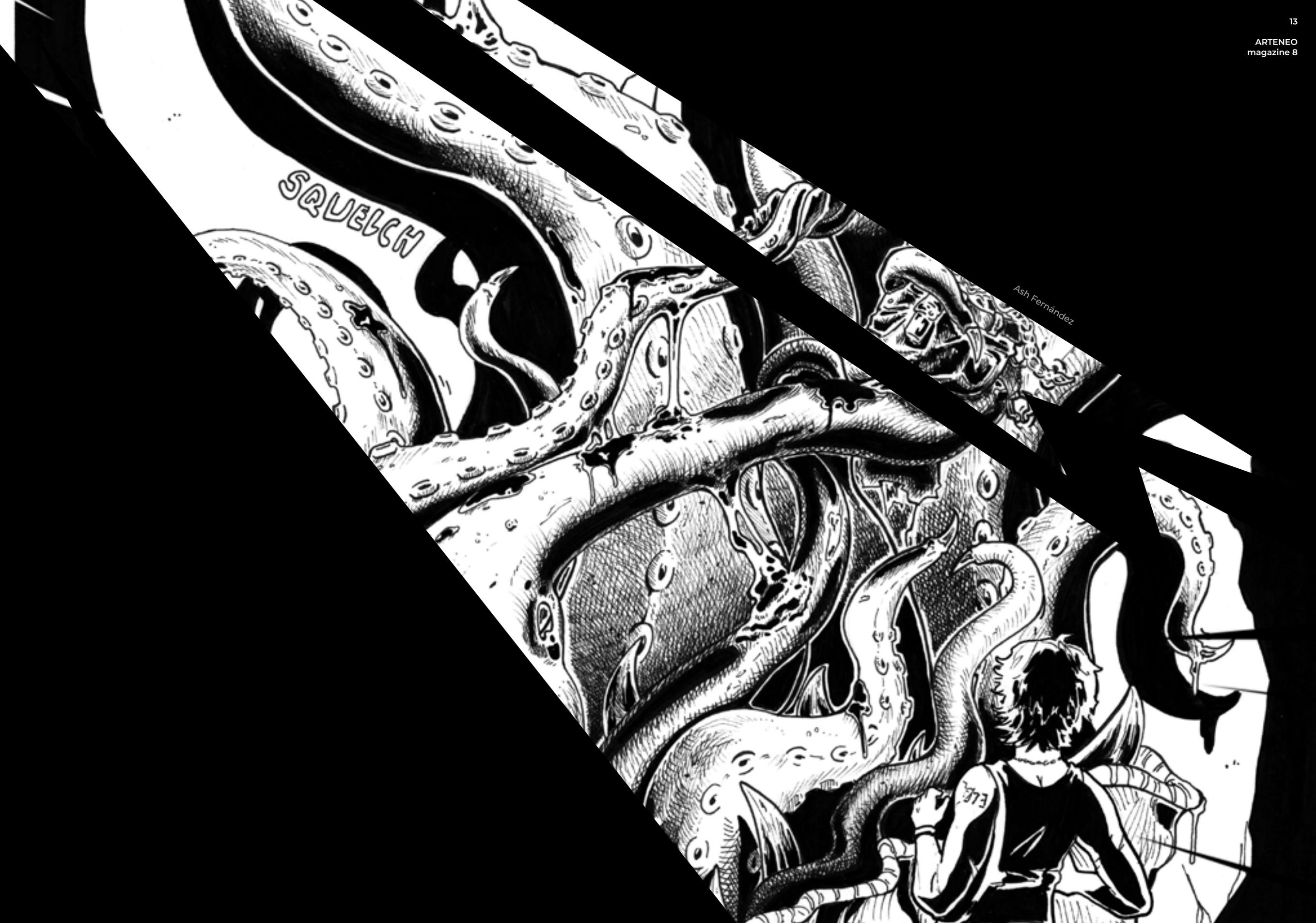
Alison Pamulski

Personalización y Experiencia del Cliente. El neuromarketing también se utiliza para mejorar la personalización y la experiencia del cliente.

Mediante el análisis de datos del comportamiento del consumidor, las empresas pueden identificar patrones y preferencias individuales, lo que les permite adaptar sus estrategias de marketing de manera más efectiva. Desde recomendaciones de productos hasta mensajes personalizados, estas técnicas pueden aumentar la relevancia y el impacto de las comunicaciones de marketing, fortaleciendo así la conexión emocional entre la marca y el consumidor.

Consideraciones Éticas y Responsabilidad. Aunque el neuromarketing ofrece a las empresas una ventaja competitiva significativa, también plantea importantes consideraciones éticas y de responsabilidad. El uso indebido de técnicas destinadas a manipular o explotar las vulnerabilidades de los consumidores puede socavar la confianza en la marca y tener consecuencias negativas a largo plazo. Por lo tanto, es fundamental que las empresas utilicen el neuromarketing de manera ética y transparente, respetando siempre la autonomía y el bienestar de los consumidores.

En resumen, el neuromarketing es una herramienta poderosa que las empresas utilizan para comprender y aprovechar los procesos mentales y emocionales de los consumidores con el fin de vender más. Desde el diseño de productos y la publicidad hasta la optimización de precios y la personalización, esta disciplina ofrece una serie de estrategias efectivas para mejorar el rendimiento de marketing y aumentar la fidelidad de los clientes. Sin embargo, es importante que su uso se realice de manera ética y responsable, garantizando siempre el respeto y la protección de los derechos de los consumidores.



Ash Fernández

La Industria del Cine y la Televisión forma un universo donde la imaginación cobra vida, y detrás de cada producción se encuentra un equipo de creativxs que colaboran para dar vida a mundos fantásticos y personajes memorables.

En la fase de preproducción, ilustradorxs y concept artists son figuras clave pues su misión es transformar las ideas de lxs directorxs en imágenes concretas y detalladas que sirven como punto de partida para la realización visual de una película o serie de televisión. A través de su habilidad técnica y creatividad, estxs artistas desempeñan un papel crucial en la definición del estilo visual, el diseño de personajes y escenarios, y la planificación de la producción.

¡Vamos a acercarnos al trabajo de algunxs ilustradorxs y concept artists que han dejado huella en la preproducción de películas emblemáticas!

1. Diseño de Personajes: Doug Chiang en "Star Wars"

El diseño de personajes es un aspecto fundamental de la preproducción, ya que los personajes son la columna vertebral de cualquier historia. Doug Chiang, conocido por su trabajo en la franquicia "Star Wars", es un ilustrador y concept artist renombrado que ha contribuido significativamente a la creación de nuevos personajes y criaturas en la saga. Sus diseños han sido fundamentales para establecer el aspecto visual único de la galaxia de "Star Wars", desde los icónicos androides hasta las poderosas criaturas alienígenas.

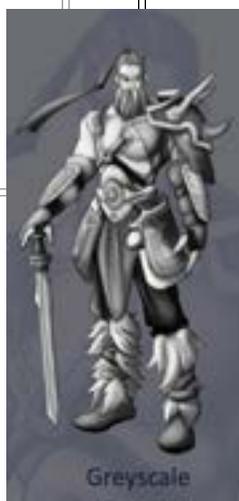
2. Creación de Mundos Fantásticos: John Howe en "El Señor de los Anillos"

La creación de entornos ilusorios es otro aspecto importante de la preproducción, especialmente en películas de género épico y de fantasía. John Howe es un ilustrador y concept artist conocido por su trabajo en la trilogía cinematográfica de "El Señor de los Anillos". Sus dibujos y pinturas detalladas han ayudado a dar vida a los paisajes épicos y los reinos mágicos de la Tierra Media, desde los picos nevados de las Montañas Nubladas hasta las vastas llanuras de Rohan.

El arte de la **preproducción**
artística para cine y TV



Sketch

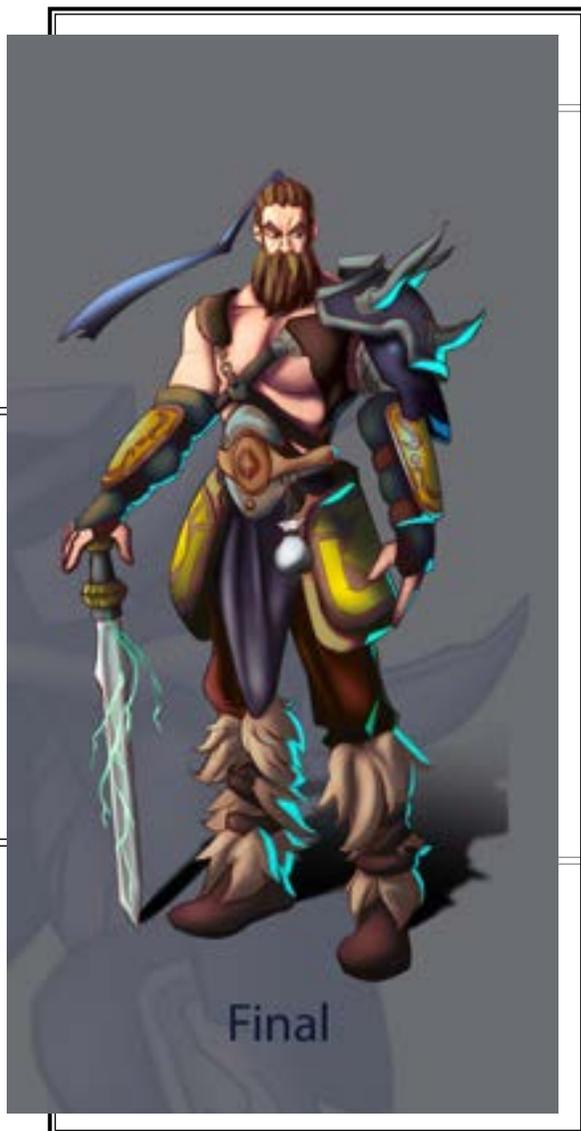


Greyscale

Iñaki Rabadán

3. Diseño de Personajes: Mary Blair en "La Cenicienta"

Mary Blair fue una ilustradora y concept artist que dejó una marca indeleble en la industria de la animación de Disney. Su trabajo en películas como "La Cenicienta" ayudó a definir el estilo visual único de las películas de animación de Disney. Sus diseños de personajes y escenarios aportaron un sentido de magia y fantasía a las películas, capturando la imaginación de generaciones de espectadores.



Final

4. Establecimiento del Estilo Visual: Syd Mead en "Blade Runner"

El estilo visual de una película es un elemento distintivo que contribuye a su identidad y reconocimiento. Syd Mead, conocido por su trabajo en "Blade Runner", es un ilustrador y concept artist cuyo estilo futurista y visionario ha dejado una marca indeleble en la ciencia ficción cinematográfica. Sus diseños de vehículos, arquitectura y tecnología han ayudado a establecer el icónico aspecto visual de "Blade Runner", influyendo en generaciones de cineastas y artistas visuales.

5. Creación de Mundos Fantásticos: Tasha Sounart en "Monsters, Inc."

Tasha Sounart es una ilustradora y concept artist conocida por su trabajo en películas de animación de Pixar, incluida "Monsters, Inc.". Su talento para crear mundos imaginarios y dos personajes entrañables ayudó a dar vida a la ciudad de Monstrópolis y sus habitantes. Sus diseños coloridos y detallados contribuyeron al aspecto visual distintivo de la película y ayudaron a establecer su atmósfera única.

6. Planificación de la Producción: Ryan Meinerding en el Universo Cinematográfico de Marvel

Además de su función creativa, los ilustradores y concept artists también desempeñan un papel práctico en la planificación de la producción. Ryan Meinerding, conocido por su trabajo en el Universo Cinematográfico de Marvel, es un concept artist cuyos diseños han ayudado a dar forma a la apariencia de los superhéroes y supervillanos de Marvel en la gran pantalla. Sus dibujos y bocetos conceptuales son utilizados como referencia visual durante la filmación para garantizar la coherencia visual y la fidelidad al material de origen.

7. Planificación de la Producción: Gemma Jackson en "Game of Thrones"

Gemma Jackson es una diseñadora de producción y concept artist conocida por su trabajo en la serie de televisión "Game of Thrones". Su habilidad para crear mundos visualmente impresionantes y detallados ayudó a dar vida a los Siete Reinos de Westeros. Sus diseños de escenarios y vestuario fueron fundamentales para establecer el tono y la atmósfera de la serie, transportando al espectador a un mundo de intriga, traición y fantasía.

Como vemos, a través del trabajo artístico multidisciplinar se establece el tono, el estilo y la estética de una producción, creando una base sólida para la realización visual de la historia en la pantalla grande o pequeña.



Victoria Olivieri



Jesús Martínez

Nuestro objetivo en este apartado de la revista es mostrar, a través de los trabajos de nuestros alumnxs, una variedad de estilos, técnicas y medios para ofrecer una visión general de la creatividad que fluye en la escuela. Cada trazo, cada pincelada, cada idea, cada hora de trabajo en clase y en casa, son demostraciones de talento, implicación y valía y ¡no podemos sentirnos más orgullosxs!

Las limitaciones de espacio en nuestra publicación no nos permiten incluir todos los trabajos, ¡aunque quisiéramos!, y nos vemos obligadxs a exponer solo una muestra representativa de las obras creadas durante el año Académico 2023-24, pero queremos hacer hincapié en que todos los trabajos son una pieza esencial en nuestra comunidad artística. ¡Enhorabuena por vuestro esfuerzo y dedicación!

Margarita Leño



DENTRO DE LA
ESCUELA

DENTRO DE LA ESCUELA



Mara Peña



Sara Giménez



Ane Pulido



Marcela Paredes



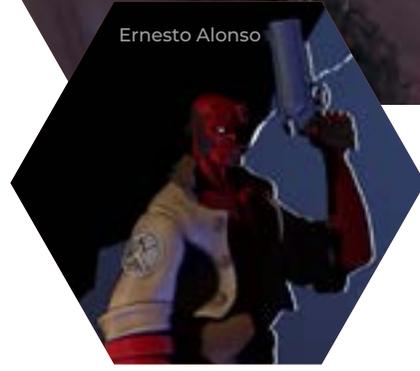
Victoria Regules



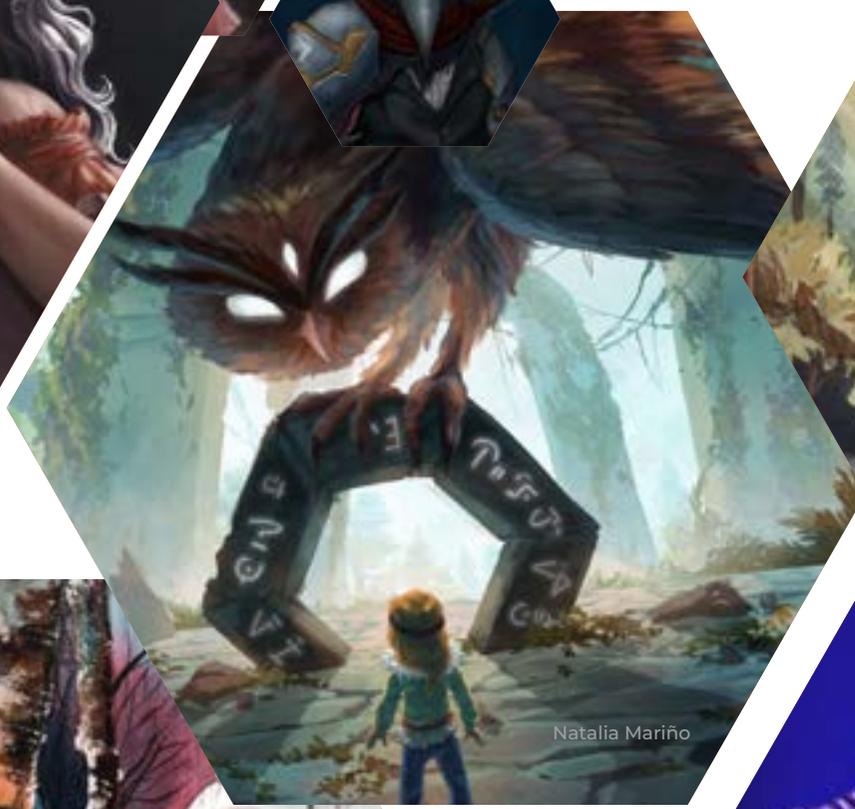
Miguel Gómez



Nuria Díaz



Ernesto Alonso



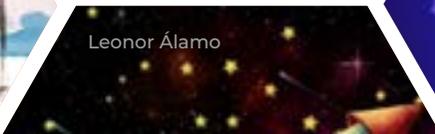
Natalia Mariño



Victoria Regules



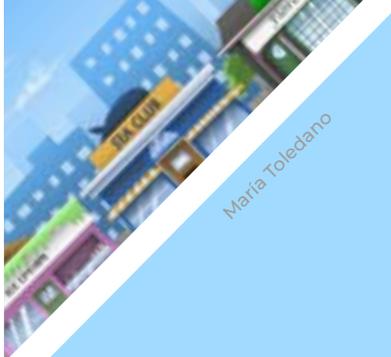
Victoria Regules



Leonor Álamo



Alba Fernández



María Toledano

Almudena Conzález



Elia Jade

Yo
otras

Elisa L

DENTRO DE LA ESCUELA



Álvaro Gómez

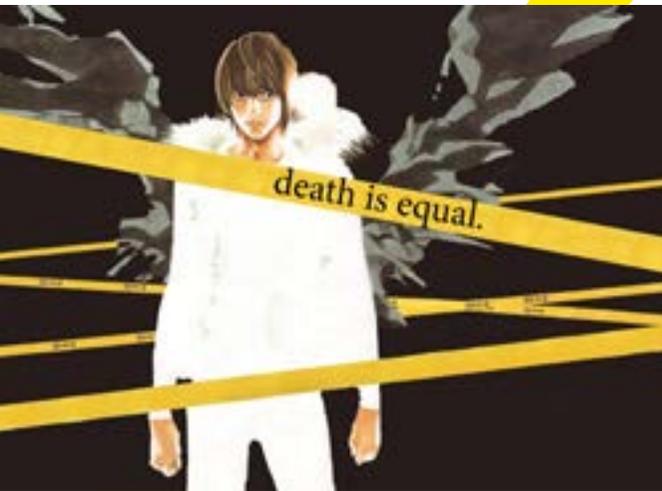


Sara Rico



Esmeralda Sánchez





Susana Mora



Valle García

DENTRO DE LA ESCUELA

Un ramito de violetas

Manzanita



Carmen Bobes

Victoria Regules



Gabriel Esteve



Victoria García



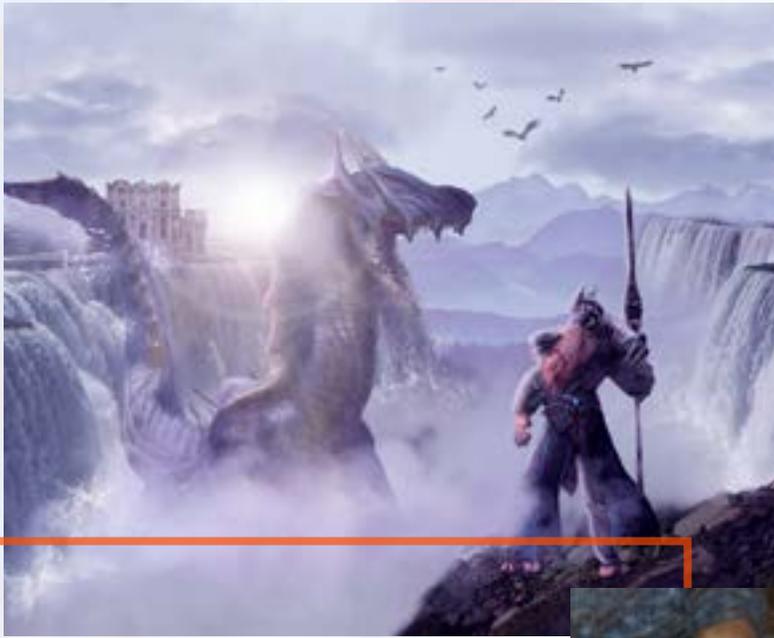
David Garzás



Alek Giménez



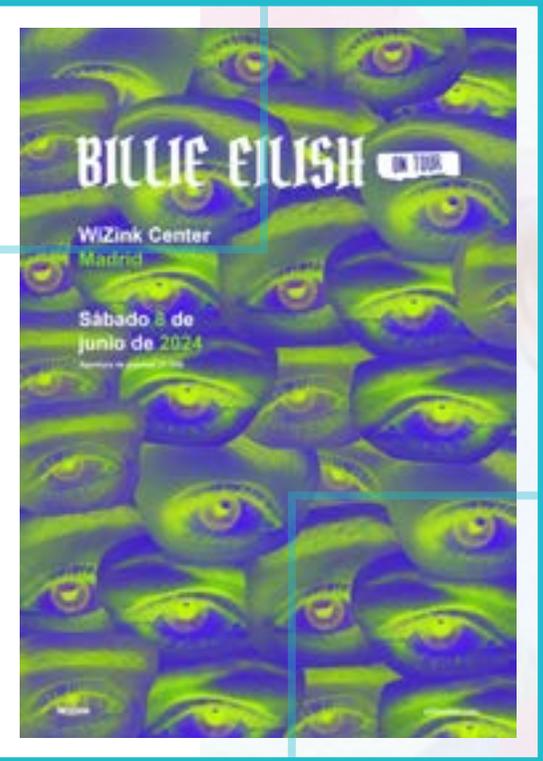
Elia Jade



Laura Pérez



Carmen Bobes



Lucía de la Fuente



Leonor Álamo





Sara Nieto



DENTRO DE LA ESCUELA

Victoria Regules



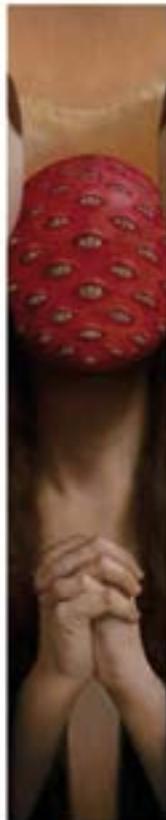
Alison Pamulski



Vania Sanz



Sanae Cuezva



Sara Abán

DENTRO DE LA ESCUELA



David Garzás



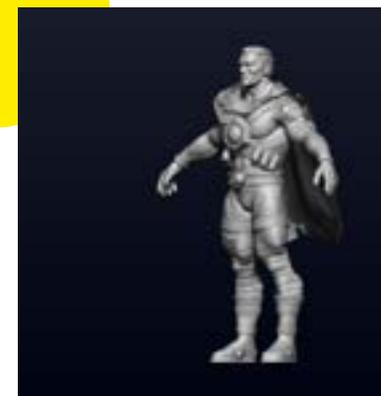
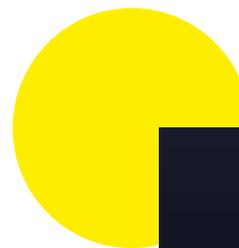
David Garzás



Alejandro García



Elena García



Ernesto Alonso



Ane Prillido

Sara Giménez

OPINIONES

Alison Pamulski
Grado Profesional de
Ilustración 2°

"Me ha encantado el conocer tantas técnicas en el campo de la ilustración, para saber hacia que campo dirigirme. También por las recomendaciones de los profesores y en que mejorar. El trato es muy cercano, y se aprende mucho. Una siempre necesita conocimiento de este tipo."

Hernán Rodríguez Morales
Máster de Ilustración y
Escultura Digital

"He aprendido una gran variedad de recursos y herramientas muy útiles para el desarrollo de ilustraciones 2D y 3D gracias a la preparación que tienen los profesores y lo bien orientado que está el plan de clases. En el día a día tendrás que realizar un gran volumen de tareas, pero justo esto es lo que te dará la práctica y cuando acabes el curso, no creerás lo que has logrado hacer."

DE LOS

Carmen Bobes
Máster Avanzado de Dibujo
e Ilustración

"Encantada con la experiencia del máster de tradicional. Una pasada de profesores, siempre super disponibles además de un ambiente muy familiar y bueno en la escuela. ¡Nos vemos el curso que viene!"

Marcela Paredes Cisneros
Grado Profesional de
Ilustración 2°

"Arteneo me parece muy buena escuela tanto por el ambiente que hay, como por los profesores. Siento que he aprendido muchísimo y que me llevo bastante conocimiento, por lo que estoy muy satisfecha con la evolución que he tenido durante estos 2 años."

Ana Teira Oujo
Curso Online de Ilustración
Digital y Concept Art

"La dinámica se ha hecho amena, el profe prestó la atención necesaria a cada uno de los alumnos para corregir trabajos e incluso dudas de proyectos fuera de clase. Empecé este curso sin ningún conocimiento tanto en pintura como en arte digital y siento que en poco tiempo he aprendido mucho, veo un gran cambio en los trabajos que presentaba al principio con mis trabajos finales. "

Eva Rodríguez Velasco
Grado Profesional de
Ilustración 2°

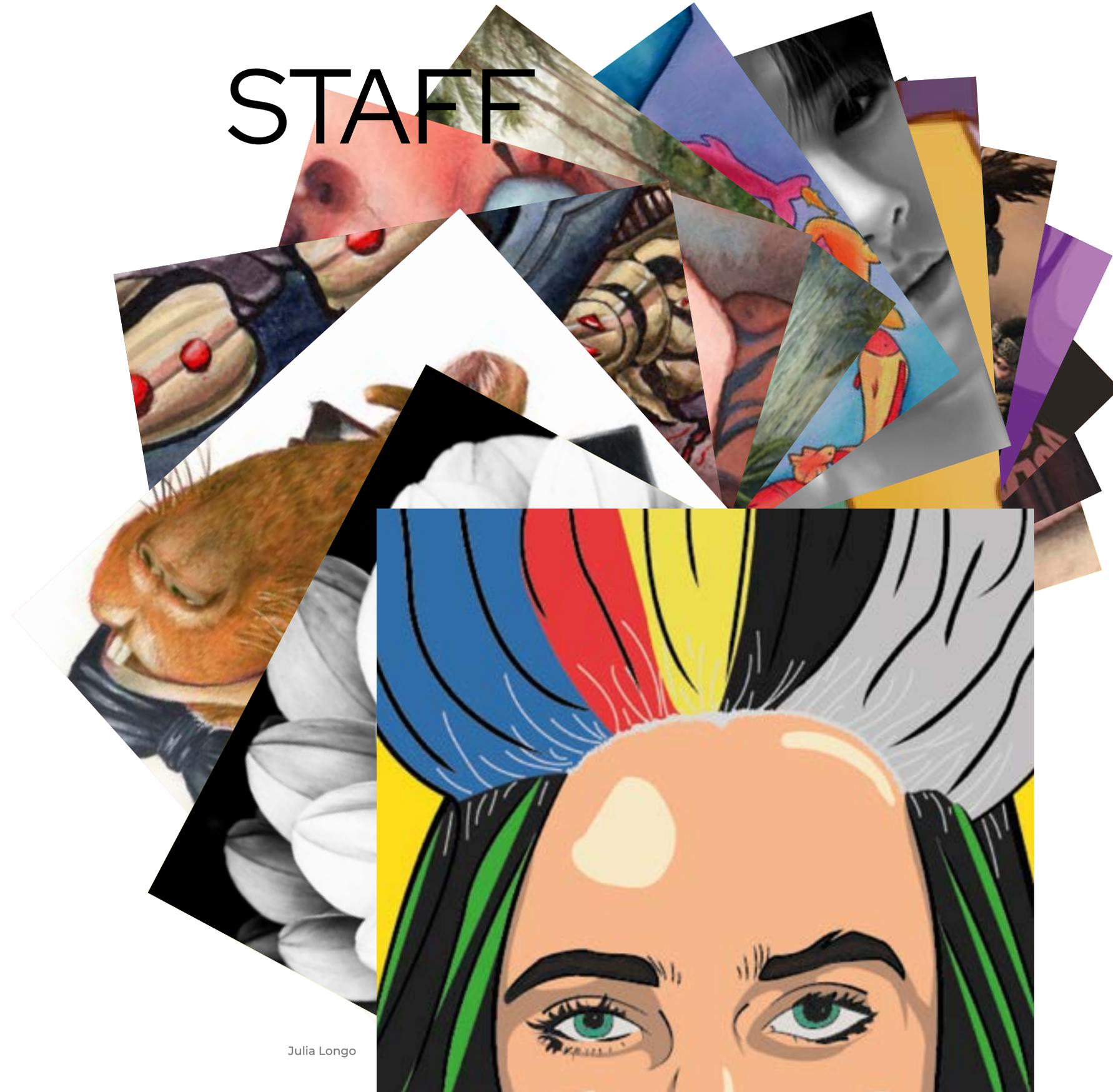
"Mi experiencia en Arteneo ha sido muy enriquecedora. Por un lado, se desarrolla una gran relación con el resto de lxs alumnxs. Tus compañerxs te motivan a ser mejor y aconsejan creando una rivalidad sana que ayuda a todxs a mejorar. Por el otro, los profesores tienen una amplia experiencia laboral y así lo reflejan en sus consejos."

ALUMNOS

Natalia Bravo Arruda
Grado Profesional de
Ilustración 2°

"Estos dos años han sido un crecimiento constante, he aprendido muchísimas cosas, y he crecido como artista. Se nota que tienen cariño a lo que hacen, y que le ponen todas sus ganas dando el 200%. "

STAFF



Julia Longo

Docentes

Anatomía: Alexander Lachhein
 Diseño Gráfico: Fidel López
 Ilustración Digital: Kike de Rivas,
 Carlos Romanos
 Ilustración: Juan Antonio
 Serrano, José Antonio Casal,
 Eduardo Rodríguez
 Zbrush Art 3D: Fernando
 A. Pernudo

Directora

Begoña C. Echave

Gestión Administrativa

Cristina Gómez

Técnica Audiovisual

Yordana Romero

Diseño y maquetación

Leonor Álamo
 Carolina Arauz
 Sanae Cuezva
 Nuria Díaz
 Ash Fernández
 Paula Fernández
 Lucía de la Fuente
 Alejandro García
 Elía Jade
 Julia Longo
 Susana Mora



ESCUELA ARTENEO
Raimundo Lulio, 9 · 28010 Madrid
91 445 37 01 / 648 802 811
informacion@arteneo.com