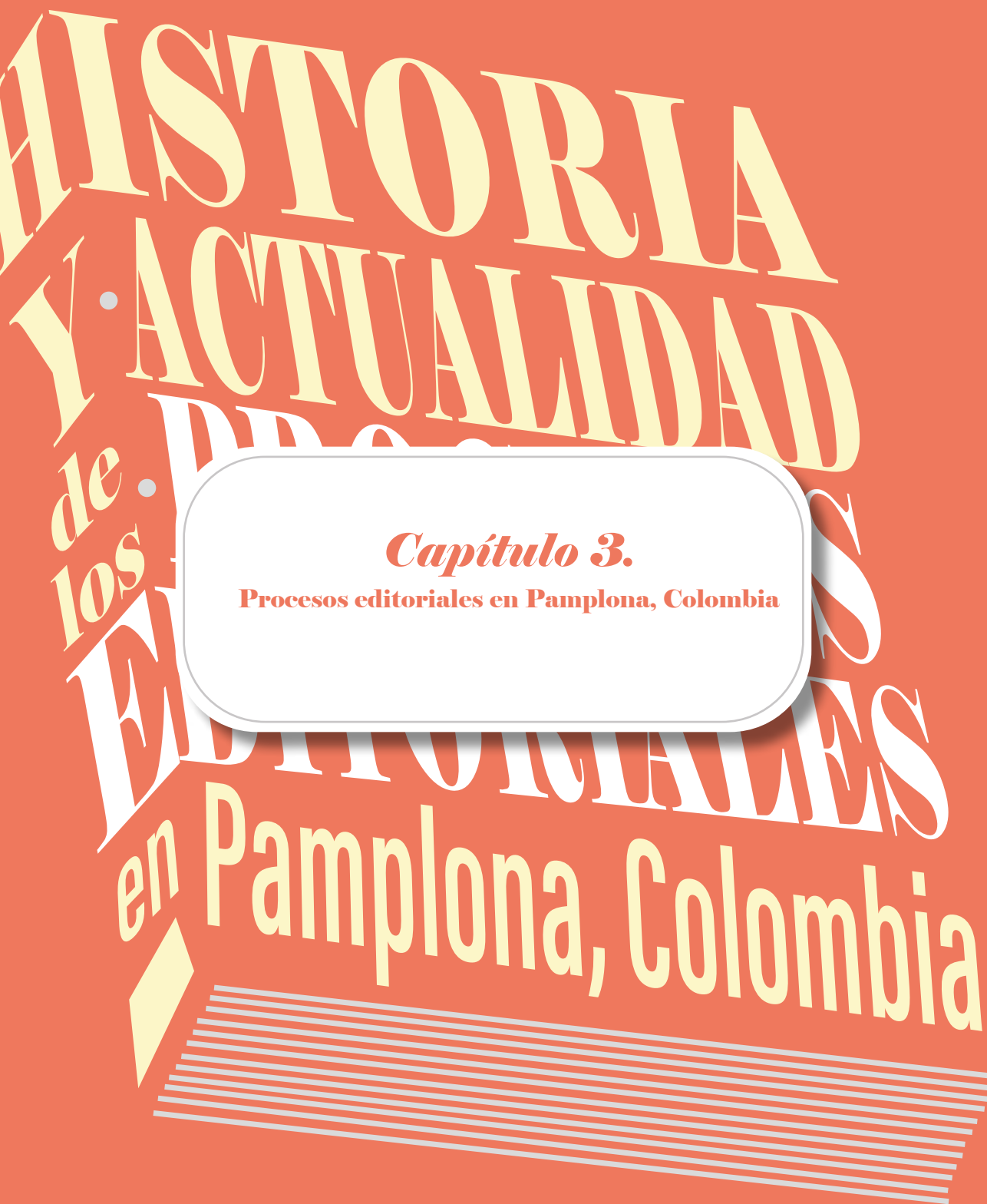




Capítulo 3.

Procesos editoriales en Pamplona, Colombia

Capítulo 3.

Procesos editoriales en Pamplona, Colombia

Andrea del Pilar Durán Jaimes

Especialista en Desarrollo Económico Regional

Facultad de Artes y Humanidades

Universidad de Pamplona, Colombia

andrea.duran@unipamplona.edu.co

<https://orcid.org/0000-0002-0327-1653>

Dentro de la historia editorial de Pamplona, las imprentas se gestaron como negocios familiares que construyeron legados, registraron los momentos más importantes para la comunidad pamplonesa y permitieron prácticas de tradición como las tarjetas y recordatorios de fechas específicas. En la educación también marcaron una época como apoyo en la elaboración y difusión de material educativo que no solo circulaba a nivel local sino nacional y en frontera.

Algunas de ellas han desaparecido por venta o fallecimiento de sus dueños; de igual manera, porque varias de sus generaciones, al ser negocios prósperos buscaban su proyecto de vida fuera de la ciudad e incluso del país, llevándose consigo el conocimiento, las experiencias y los relatos.

Otras han logrado sobrevivir adaptándose a las nuevas tecnologías e incorporado otros servicios de acuerdo a las necesidades actuales. Ya casi nadie imprime invitaciones o recordatorios y gran parte del material educativo se ofrece de manera virtual, por lo que la labor de las que se mantienen abiertas y aquellas que han ido apareciendo se enfocan en el diseño gráfico.

3.1 Tipografía ideal, el omnipresente arte de la tipografía¹

Durante los años cincuenta y sesenta predominaban los trabajos tipográficos para todo tipo de publicaciones e impresos.

Las costumbres, tradiciones y prácticas de la ciudad de Pamplona, se han enmarcado dentro del ámbito religioso, donde predomina

Figura 8

Tipografía Ideal atendida por Juan Pablo Leal.



Fuente: Jhon Alexander Vera Granados (2023)

la religión católica y celebraciones propias de la ciudad reconocidas a nivel nacional y departamental, las cuales congregan miles de feligreses año tras año, generando un gran impacto no solamente a nivel cultural sino en el comercio local.

Esto sin lugar a dudas ha provocado un cambio cultural en el municipio: negocios, almacenes y empresas familiares que han aportado significativamente a su desarrollo económico y evolución, de hecho, las comunicaciones y la divulgación de textos como lo conocemos hoy en

día, es uno de esos aspectos que ha obtenido un trasiego importante durante los últimos años, gracias a espacios de renombre, como la “Tipografía Ideal”.

Una empresa familiar que lleva más de 67 años de servicio a la comunidad, luego de ser fundada por Juan de Jesús Leal Gamboa, quien inició su labor como arrendatario durante los años cincuenta pasos arriba del parque principal de la ciudad de Pamplona. En aquel entonces, los procesos tipográficos estaban en ‘boga’, por eso después de algunos años dedicado a esta actividad adquiere una propiedad y se traslada sobre la carrera quinta (donde funciona actualmente); acondiciona varias máquinas y expande su portafolio de servicios, incluyendo la venta de artículos de papelería.

Juan de Jesús Leal estuvo casado con Beatriz Hernández, fruto de esa unión nacieron sus cinco hijos quienes, en su mayoría, continúan con el legado familiar, manteniendo el compromiso, la labor y dedicación que los caracteriza. Juan Pablo Leal Hernández, es uno de los hijos que aún conserva gran pasión por la manera en que se realizaban estos procesos, tanto manuales como artesanales:

Nosotros nos pusimos en la tarea con mis hermanos de mantener y conservar la parte tipográfica del negocio, siendo el distintivo con respecto a los trabajos realizados hoy en día. Queremos preservar el

recuerdo de mis padres y de su labor hasta cuando más se pueda. (J. P. Leal, comunicación personal, julio 2023)

El negocio empezó como tipografía, siendo ésta una labor dedicada al manejo y la selección de tipos para crear diversos trabajos de impresión; se ocupa de la elección y el uso de letras diseñadas con unidad de estilo para desarrollar las impresiones, haciendo referencia a elementos como letras, números y símbolos que son incluidos en contenidos físicos o digitales. Un negocio con grandes ganancias porque a través de los productos tipográficos se invitaba a celebrar momentos especiales como grados, bautizos, bodas y otras festividades.

Figura 9

Sellos para impresión tipográfica.



Fuente: Jhon Alexander Vera Granados (2023)

El sueño de un negocio propio, llegó a Juan de Jesús Leal durante la prestación de su servicio militar en la ciudad de Bogotá. Al regresar nuevamente a la ciudad, se le presentó la oportunidad de trabajar por varios años en la imprenta que manejaba la Arquidiócesis de Nueva Pamplona, donde queda actualmente la sede de la DIAN, junto al museo Arquidiocesano de Arte Religioso y con Carlos Duarte (otro tipógrafo reconocido) como jefe de talleres. Allí, Juan desempeñó varios cargos hasta que tomó la decisión de probar suerte de manera independiente con el oficio que ya conocía a la perfección.

Pasaron varios años y después de un tiempo en funcionamiento, la imprenta de la Arquidiócesis cerró sus puertas, vendiendo gran parte de sus insumos, materiales y maquinarias, de ellas algunas pasaron

Figura 10

Plancha de impresión donde se aprecia la organización de tipos.



Fuente: Jhon Alexander Vera Granados (2023)

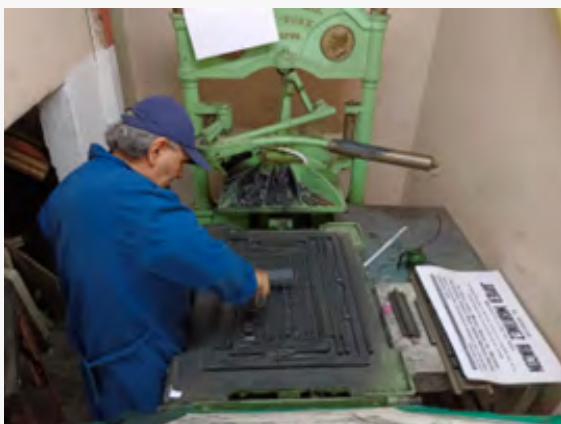
lugares se distribuían los trabajos de impresiones en Pamplona, atrayendo a clientes de otros municipios de la provincia, siendo estos: colegios, entidades, la administración municipal y pequeños negocios o empresas locales.

a ser propiedad de la Tipografía Ideal, adquiriendo otras cuantas en diferentes partes de Colombia; Cúcuta, Bucaramanga y Bogotá, para poco a poco ir construyendo su propia empresa.

En los años sesenta, la oferta de publicaciones se mantenía en manos de solamente tres imprentas: Centenario, La Comercial y una última que se ubicaba pasos arriba de la Catedral Santa Clara en el parque principal (No registra nombre). Entre estos cuatro

Figura 11

Máquina Washington Press, utilizada para la impresión de afiches.



Fuente: Jhon Alexander Vera Granados (2023)

“Cuando empezó labores la Universidad de Pamplona también estaba iniciando la tipografía, por eso nosotros alcanzamos a suministrarle gran parte de los recursos impresos que requerían, estableciendo convenios y alianzas para la realización de diferentes trabajos gráficos”, (J.P. Leal, comunicación personal, julio 2023).

Para dichos trabajos era primordial tener claro lo que se quería comunicar, cuál

era su objetivo y a qué público estaba dirigido, de esta forma sería más fácil definir qué tipología era la más idónea o representativa para la intención buscada. En ese entonces el negocio inició con la impresión de factureros, talonarios, afiches, recibos, diplomas, boletas e invitaciones para toda ocasión, fue por esto que a nivel municipal y regional la tipografía se hizo de un buen nombre, convirtiéndose en punto de referencia para propios y visitantes en Pamplona.

Normalmente se recibía el trabajo para hacer el montaje, luego se imprimía, se dejaba secar, se hacía la enumeración, se perforaba si era el caso combinando original y copia, para posteriormente armar, engrapar y entregar. En el caso de afiches u otro tipo de impresiones se debían seleccionar los tipos de acuerdo al trabajo, se armaba línea por línea, letra por letra y las palabras debían organizarse al revés, es decir, en sentido contrario, un trabajo que requería de uno a dos días, para posteriormente pasar a impresión, revisión y corrección. (J.P. Leal, comunicación personal, julio 2023)

La tipografía alcanzó su esplendor como empresa entre los años sesenta y ochenta

Anteriormente se necesitaban hasta cinco personas para realizar un solo trabajo, invirtiendo mayor tiempo y espacio, además los costos eran mayores, mientras que ahora una sola persona y en menos tiempo puede desempeñar las mismas funciones. Se han dejado los procesos manuales y artesanales para dar paso a la era digital. (J.P. Leal, comunicación personal, julio, 2023)

Posteriormente y hasta el año 2000, la llegada de la litografía significó una innovación en el negocio de las impresiones para permitir la transición tecnológica hacia el diseño digital y sistematizado, con la inserción de nuevos avances y tecnologías para las artes gráficas.

Figura 12

Máquina utilizada para la impresión de tarjetas.



Fuente: Jhon Alexander Vera Granados (2023)

Con 14 años, Luis Alejandro Flórez Jaimes, empezó a trabajar en la imprenta de la Arquidiócesis de Nueva Pamplona, sin saber en aquel entonces que lograría construir todo un legado familiar a partir de las letras o tipos que relatan el paso del tiempo.

En aquella época la Arquidiócesis contaba con maquinaria y tecnología de impresión, bastante avanzada para su tiempo. Luis Alejandro y otros jóvenes pamploneses encontraron la oportunidad de vincularse en diferentes áreas, siendo para él la mensajería su primer cargo.

Posteriormente, ascendió para operar máquinas, logrando aprender la técnica de la tipografía cuyo impacto significaba para Pamplona, ser el artífice del registro minucioso y elegante sobre las experiencias evangelizadoras, los acontecimientos locales y la difusión del conocimiento.

Transcurría el tiempo y así mismo, las expectativas de un joven trabajador que ya conocía las artes gráficas correspondientes al oficio tipográfico. Esa inquietante disposición por el trabajo, escribió otro capítulo en la historia de Luis Alejandro, que para el año 1955 parte a Venezuela para trabajar en el Diario “La Hora”.

En el entretanto, Pamplona continuaba transformándose; no pasó la misma con la imprenta de La Curia porque está desapareció. A su regreso, Luis Alejandro no encontró el lugar en el que dio los primeros pasos para lo que sería su actividad económica familiar, pero sí halló en Leonor García el amor y el apoyo para forjar juntos la Litografía Flórez, en pie todavía como empresa pamplonesa.

Ya de vuelta, casado y establecido en Pamplona, Augusto Ramírez Villamizar lo contacta para operar las máquinas de la tipografía que había adquirido y ubicado en el sótano del entonces colegio Gimnasio del Rosario. Posteriormente, con la oferta de compra de quien sería su empleado por espacio de seis meses, el negocio tipográfico pasa a manos de Luis Alejandro Flórez a partir del año 1961 con operación en la Plazuela Almeyda.

Cinco años después se trasladan a la carrera quinta, donde actualmente funcionan, para conformarse un equipo de trabajo en primera medida con los tres hermanos de su dueño “mi papá les enseñó y cada uno también tuvo sus tipografías, una en San

Cristóbal y las otras dos en Cúcuta. Además, en el día trabajaban con sus máquinas y en las noches en el Diario La Opinión” (N. J. Flórez, comunicación personal, julio, 2023), cuenta Nelson Javier Flórez, hijo y quien se encuentra al frente del legado de su padre.

Esta casa representa también un trabajo mancomunado, construido poco a poco por ellos mismos y adecuado al tiempo, para iniciar con las labores propias de la tipografía.

Ya para la transición de 1979 y 1980, con la posibilidad de adquirir una empresa tipográfica completa, las máquinas que se venían utilizando se venden para invertir en aquellas que, para esos años, eran las más innovadoras, pero preservando una que desde el inicio de su empresa familiar los acompañó y todavía funciona en las instalaciones de la tipografía, aun cuando han pasado por ella tantos años de servicio.

En el relato Nelson Flórez manifiesta “Yo hago ahí repujados especiales para tarjetería; es costoso el proceso, pero se hacen cosas bonitas todavía” (N. J. Flórez, comunicación personal, julio, 2023); además agrega como las jornadas de trabajo iniciaban a la 8 de la mañana y por cuenta de la escasa luz de la noche, culminaban luego de 12 horas. La dificultad para trabajar sin luz natural la constituía que “en la tipografía antigua eran tipos de letra de 6 puntos o dos milímetros y medio de altura o, incluso un milímetro y medio” (N. J. Flórez, comunicación personal, julio, 2023), por lo que la capacidad visual no alcanzaba en la jornada nocturna a percibir las medidas con certeza.

La labor era intensa y requería precisión para lograr los finos detalles que solicitaba el cliente, tanto en tarjetería como en libros, por ejemplo, la pintura a mano de los bordes de las páginas en tono dorado. Cada hoja era calculada a través de planchas de impresión cuyo mínimo error debía replantear nuevamente el diseño en estos elementos.

De igual manera, se requería limpieza para que las impresiones no terminaran con manchas o riego de tinta. Era importante que los trabajadores de la tipografía contaran con fuerza para ubicar y manipular el papel en las máquinas, cuyo peso era verdaderamente considerable. Así mismo, el uso de palancas en las cortadoras que también implicaban gran esfuerzo físico. También señala Nelson que

“para hacer un libro eran moldes pesados porque estaban fabricados con plomo, acero. Eran máquinas muy grandes, cargar y cortar el papel era pesado” (N. J. Flórez, comunicación personal, julio, 2023).

Figura 13

Máquinas Litografía Flórez



Fuente: Mario Enrique Gutiérrez (2023)

Este proceso lo aprendían de cerca Nelson, sus hermanas Nieves y Sonia Patricia, incluso en conjunto con el hijo de una de las trabajadoras de la casa, que terminó aprendiendo sobre el arte. En ocasiones, ya siendo un hombre visita a la familia que le enseñó las artes gráficas tipográficas.

Nelson, segundo de los tres hermanos, también encontró en la labor de su papá, el interés de profesionalizarse en el diseño y la impresión e, inclusive, en el uso de las últimas tecnologías para aplicarlas en el negocio de la familia. Rememora fechas especiales que poco a poco iban consolidando el naciente emprendimiento:

La historia de nosotros ha sido muy familiar; mi mamá al frente de lo administrativo y mi papá produciendo. En las épocas de noviembre y diciembre la cantidad de bachilleres que mandaban a hacer tarjeterías o los escudos grabados implicaban 8 o 10 días seguidos que pasaban hasta las 11, 12 de la noche y se levantaban a las 5 de la mañana. (N. J. Flórez, comunicación personal, julio, 2023)

Adicionalmente, su dueño compraba y vendía insumos constantemente para brindarles mejores acabados a los diseños editoriales, sin que esto significará mayor facilidad, pero sí elementos más finos que cautivaban a instituciones de educación y a particulares. Nelson recuerda los rudimentos del arte tipográfico que implicaban tiempo y control de calidad al estar en contacto directo con los materiales de impresión,

...por ejemplo, los escudos debían montarse primero un color, luego otro color y en eso se iba un día. Los grabados tipográficos eran una impresión directa del tipo de plomo que bajaba un rodillo, lo untaban de tinta lo mismo en el grabado- y se prensaba el papel como si fuera un sello. (N. J. Flórez, comunicación personal, julio, 2023)

Pronto comenzó la expansión; la empresa crecía y los clientes se extendían a otros municipios nortesantandereanos, así lo narra Nelson:

Mi papá viajaba a Cúcuta porque teníamos clientes como el Ministerio de Obras Públicas, Trasan, almacenes, los primeros cafeteros que mandaban a hacer los formatos. Se vivieron tiempos de bonanza y crecimiento tecnológico, Arauca y Venezuela complementaban el nuevo mercado para laborar.

Nelson Flórez conserva con nostalgia y orgullo parte de las máquinas importadas adquiridas en ferias de Europa; un cuarto oscuro para negativos, cortadoras, perforadoras y repujadoras. También, recuerda que con estos instrumentos trabajaron para la Universidad de Pamplona con su fundador el Presbítero Rafael Faría; los trabajos son recordados con detalle por el litógrafo:

Se le empezaron a imprimir los papeles membrete y los sobres, ya después mandaba a hacer folleticos". Continúa su testimonio diciendo que asistió a rectores posteriores que han sido insignia del alma mater: "cuando inició Eduardo Villamizar se hacían muchos pergaminos, pero él les daba trabajo a todos: a Juan Leal, Manuel Ramón, a Carlos Duarte y a mi papá, antiguamente para todo lo que se utilizaba en contabilidad. (N. J. Flórez, comunicación personal, julio, 2023)

Figura 14

Nelson Javier Flórez García.

Fuente:

Durante
aportó
distan
Cúcuta



Flórez
ción a
as en
to del

volumen de encargos y optimización en los tiempos de producción y entrega: “Para esa época nosotros estábamos más tecnificados y se podían sacar esos módulos rápido. Empezaron a hacerse muchos y los estudiantes de esta modalidad incrementaron. Entonces, era bastante trabajo y se hacía manual, con planchas” (N. J. Flórez, comunicación personal, julio, 2023). En esta labor, fue necesario que la tipografía buscara alianzas fuera de la ciudad para agilizar la impresión, sin embargo, una vez se contaba con ellas regresaban a la Tipografía Flórez y se hacían los acabados, la compaginación y el terminado de encuadernación.

En las siguientes administraciones continuaron trabajando con la Universidad de Pamplona y para el periodo de Álvaro González Joves, se diversificó la oferta agregando souvenirs y pines. Pero la tecnología también tiene su costo humano, con la incursión de la era digital la mano de obra comienza a reducirse, “aquí donde ahora guardo los carros eran puros mesones y gente trabajando y compagine y saquen el libro, ahora no porque las máquinas ya imprimen el libro completo” (N. J. Flórez, comunicación personal, julio, 2023).

Los empleados que habían laborado, por varios años para la familia Flórez García, decidieron abrir sus propios negocios, sin embargo, no estudiaron ni se tecnificaron y por lo tanto como sentencia él entrevistado: “no se jubiló ninguno porque se iban, aunque se les pagaba todo” (N. J. Flórez, comunicación personal, julio, 2023).

Con el transcurrir del tiempo, el liderazgo y la sucesión en el negocio se dan en forma natural, los problemas de salud de su padre llevan a Nelson asumir el legado familiar convirtiendo la tipografía en litografía como resultado de la ampliación de sus servicios. Esto sucede hace alrededor de tres décadas; sus estudios fueron el soporte para asumir los nuevos retos:

Yo estudié Diseño Gráfico y me especialicé en tipografía antigua y en nuevas tecnologías en el Centro don Bosco en Bogotá y en León XIII, donde nos llevaban a hacer prácticas a El Tiempo y a la Imprenta Nacional y a la del Banco de la República. (N. J. Flórez, comunicación personal, julio, 2023)

Igual que su padre, Nelson ha posicionado su nombre y la Litografía, pero no existe “*relevo generacional para la empresa*” porque los tres nietos han emprendido otros caminos, espera su jubilación y estudia la posibilidad de cerrar las puertas para gozar del descanso y compañía de su familia, así como lo hacen ya sus progenitores de 89 y 88 años, respectivamente.

En la actualidad, continúa trabajando para la Universidad de Pamplona, a través de contratos con la Vicerrectoría de Investigaciones.

Así como los libros han consignado la historia de la humanidad, a lo largo de los años, así también dan cuenta de los relatos familiares que forjaron los legados. Para el caso de Pamplona, cuenta varias historias de los negocios familiares que han aportado al desarrollo económico.

3.3 Los Villamizar y el arte impreso

Pamplona siempre ha sido un municipio de cultura y tradición, además, su trayectoria comercial se centró por muchos años sobre estos dos elementos característicos que gestaron importantes

negocios familiares. Los legados de estos establecimientos que imprimían los gustos y preferencias de las familias más cultas o con mayores ingresos, continúan escuchándose entre los historiadores.

Personas como Emiliano Villamizar Jaimes, artista y gestor cultural de Pamplona, hijo del célebre Víctor Manuel “Toto” Villamizar, cuenta que entre los años 30 y 40 en la ciudad, los servicios de impresión eran un factor de reconocimiento y elegancia entre la comunidad pamplonesa y, que incluso, en las imprentas de la ciudad se generaron billetes de la época. De este último dato no se tiene certeza más allá de la tradición oral.

Cuentan que en Pamplona existió la imprenta de los hermanos Dámaso y Felipe Zapata, abierta en el año de 1849, cuyos únicos registros dan cuenta de que su ubicación fue en los alrededores del parque principal del municipio. Entre los siglos XIX y XX, circularon varios periódicos que poco a poco fueron desapareciendo. En la ciudad la dinámica informativa y publicitaria impresa tomaba forma y se visionaba como un gran negocio. El mismo que diversas familias identificaron como oportunidades, ubicándose entre ellas la de “Toto” Villamizar, quien contaba con la facultad de encontrar oportunidades de trabajo atendiendo diferentes necesidades.

Una de ellas, quizás la más cercana al negocio tipográfico -porque como tal no crearon una infraestructura de imprenta o tipografía- fueron los “carteles y banderines”, que fabricaban de forma manual. “Toto” como dueño del negocio aprendió el arte de la tipografía y sus hijos quienes aprendieron el oficio y laboraban hombro a hombro con su papá, ayudaban en el diseño de los anuncios, el coloreado, el corte, la costura.

De igual forma, como las tarjetas, almanaques y demás impresiones que se generaban en las tipografías tradicionales de Pamplona, la familia Villamizar obtenía ingresos con otras labores, pero que requerían el desempeño, la delicadeza y los finos detalles de los trabajos hechos en tipografía. En ocasiones, también les resultaba necesario contratar los servicios de estos negocios, cuyos dueños eran grandes amigos.

Emiliano recuerda que, en muchas ocasiones necesitaban trabajar en pedidos de miles de banderines no solamente para clientes en

Pamplona sino también de Venezuela, dado el auge de venezolanos que se movilizaban entre la ciudad, Cúcuta y otros municipios fronterizos.

En esta parte especifica detalles de la labor, “Mi padre usó mucho las tipografías. Él hacía los dibujos a mano y se mandaban a imprimir en planchas para reproducirlos. Para ese trabajo llegó a tener hasta 17 personas como ayudantes, entre ellos la familia” (E. Villamizar, comunicación personal, julio 2023). Continúa relatando: “En este taller se hacían vallas, avisos para los negocios, material didáctico para las instituciones, disfraces, escenografías y se aportaba a las actividades literarias de los colegios” (E. Villamizar, comunicación personal, julio 2023).

Otro de los negocios que le permitían conexión con las tipografías fue la funeraria que funcionaba en su casa y, para la época, se imprimían los carteles informando sobre el fallecido y sus actos exequiales. Emiliano habla de la recursividad de su progenitor al utilizar los servicios tipográficos de la ciudad mitrada: “Mi papá llamaba a la Tipografía Ideal que era la de Juan Leal, a Carlos Viterbo Duarte (Tipografía Duarte) a Alejandro Flórez (Tipografía Flórez) para contratar los carteles de los servicios fúnebres” (E. Villamizar, comunicación personal, julio 2023). Estas impresiones hasta hace poco fueron tradicionales en el municipio; ubicados en las esquinas más representativas de la ciudad, que permitían a los dolientes invitar a familiares y amigos a los sepelios de sus seres queridos. De forma paralela, representaba una labor permanente para los locales tipográficos quienes, además, contrataban personas para fijarlos.

Entre lo que comenta Emiliano Villamizar, está que los hijos de los tipógrafos aprendían el oficio, pero al ser una labor con grandes ganancias, decidían salir de la ciudad con destino a Europa o Estados Unidos; por ello, parte de los posibles relatos sobre las historias de sus empresas se han ido perdiendo, al tiempo que varios de los dueños han fallecido.

Figura 15

Página del Periódico La Unidad Católica.



lica que se conserva en el Museo
te de Santander, Colombia.

La empresa familiar que gestó "Toto" le significó reconocimiento y representatividad como personaje pamplonés y hombre audaz para la puesta en marcha de varios negocios y, aunque su participación en el arte impreso se enfocó mucho más hacia lo anteriormente expuesto, sí alcanzó un logro editorial cuando la Universidad de Pamplona, a través del profesor José del Carmen Bolívar publicó un libro con sus relatos (Bolívar, 1999).

Esta obra que se produce en la institución forma parte de las diferentes publicaciones propias, inspiradas en Pamplona y escritas como producto de una labor editorial minuciosa para conservar la tradición oral.

El autor, docente ya fallecido, fue estudiante de "Toto" y amigo, por lo que decidió buscar apoyo al interior de la institución para la escritura,

impresión y publicación de 300 ejemplares entre los cuales la familia Villamizar conserva únicamente dos, porque los restantes fueron obsequiados a diferentes personas dentro y fuera de la ciudad.

El libro consta de varios capítulos referentes a la historia de Pamplona, mitos y leyendas, infraestructura pública, industrias, fiestas y tradiciones, anécdotas y personajes que conformaban los relatos de “Toto”, compilados y organizados por la Universidad de Pamplona.

La obra fue incluida en la colección denominada “La ciudad en los libros” que obsequió la institución a Pamplona en 1999 conmemorando los 450 años de su fundación.

Figura 16

Portada del libro Los cuentos que Toto cuenta.



Fuente: Cortesía Socorro Villamizar.

“Estos libros estaban en la casa, pero tuvimos que andar mucho trecho para poder llegar a ellos y ofrecerlos hoy con ternura y emoción a Pamplona en su añejo cumpleaños” (González, como se citó en López, 2011), escribió el exrector Álvaro González Joves en el libro “50 años de historia y vida 1960-2010” del autor Juan de Dios López Herrera.

3.6 Logoideas, una nueva generación del diseño y la impresión

Figura 19

Juan Pablo Caicedo Tafur, fundador de Logoideas.

3.5 Arquidiseños Pamplona, la imprenta en Pamplona durante el siglo XXI²

La Universidad de Pamplona y la Unidad de Medios fueron clave para el surgimiento de algunas empresas litográficas como Arquidiseños.

Durante los últimos años en Pamplona surgieron empresas dedicadas a las artes gráficas que, apoyadas en el avance de la tecnología, permiten el acceso a un portafolio de servicios no solamente más amplio, sino más versátil para el público y adaptado a las exigencias actuales.

En Pamplona actualmente, existen varios establecimientos reconocidos por su labor en esta área, contribuyendo así a la historia y evolución de los procesos editoriales, tipográficos y litográficos de la ciudad.

Figura 17

Arquidiseños, sede Pamplona.



Fuente: Jhon Alexander Vera Granados (2023)

Arquidiseños es una de estas empresas, que surge desde el trabajo familiar en el 2008 por Gustavo Picón Moreno. Años más tarde su hermano Edwin abriría una sucursal en la ciudad de Cúcuta, alcanzando un impacto en la economía y el desarrollo del departamento, proyectándose además a largo plazo con otra sede en Bucaramanga.

Este negocio que ha crecido paso a paso, se encuentra ubicada en la Calle 4 #

4-50 y aunque en sus inicios empezó a operar en otro lugar, siempre ha procurado ubicarse en La Casona, sede de la Universidad de Pamplona, como punto estratégico.

Damos gracias a la Universidad de Pamplona porque hemos crecido de la mano de la institución; su demanda, sus requerimientos y necesidades, teniendo con nosotros una serie de profesionales que a su vez se han formado en esta casa de estudios. Contamos

con un talento humano excepcional, desde diseñadores gráficos e industriales, hasta comunicadores y arquitectos. La Universidad es un punto de referente único en la ciudad, liderando procesos y brindando grandes oportunidades para todos. (G. Picón, comunicación personal, julio, 2023)

Su labor comenzó con la impresión por medio de la tecnología inkjet que años atrás era la tendencia, adquiriendo maquinarias que a la fecha alcanzaron su obsolescencia, posteriormente se le daría paso a la impresión láser y digital. En Cúcuta por su parte, el negocio se ha enfocado en los temas de imprenta, contando recientemente con una máquina Speedmaster cuatro colores; para la realización de diferentes trabajos.

La historia de Arquidiseños guarda cercanía con la Unidad de Ediciones, Publicaciones y Medios Didácticos de la Universidad de Pamplona, porque los fundadores de la empresa familiar son descendientes de una de las operarias de esta dependencia que lideró por muchos años la actividad editorial en la ciudad.

Mi madre Marleny Moreno Villamizar, tuvo la fortuna de trabajar hace unos veinticinco años en la Unidad de Medios, donde se encontraban las máquinas litográficas, las máquinas RISO, así como las primeras fotocopadoras, allí se empezaron a realizar los primeros módulos de la institución (educación a distancia), teniendo la dicha no solamente de conocer, sino de compartir trabajos con Juan Leal de la Tipografía Ideal, el señor Carlos Duarte e incluso con Nelson Flórez, con quien mantengo actualmente una gran amistad. (G. Picón, comunicación personal, julio, 2023)

Marleny, ocupó en la dependencia diferentes cargos, operando la copiadora, la engomadora y también fue reveladora de planchas; conocimientos que compartió con sus hijos y ahora los apoya desde el área administrativa. En sus anécdotas recuerdan, además, a Alfonso Granados Conde, quien era el dibujante de la Universidad de Pamplona en aquel entonces y les permitía apreciar cómo se hacían las maquetas, los planos y los diferentes bocetos o diseños.

Figura 18

Impresora UV, modelo 2023.

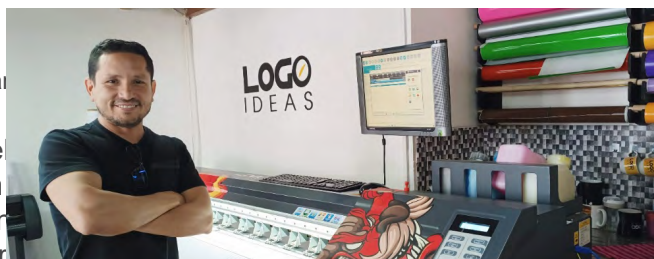


Fuente: Jhon Alexander Vera Granados (2023)

Esta aproximación a las labores editoriales los acompañó hasta la apertura de su propio negocio y de igual manera, los impulsó en la transición tecnológica del diseño, la diagramación y la impresión, para ofrecer otros servicios soportados en los instrumentos digitales, consolidándose ahora como fuente de empleo, “Pienso que la constancia ha sido el factor principal, he procurado ser perseverante en cada aspecto de mi vida, igualmente he buscado que la creatividad e innovación siempre sea el pilar de mi empresa”, (G. Picón, comunicación personal, julio, 2023).

Fuente: Ma

Luego de la ciudad como en diferentes instituciones y libros para la atención y principales, las dinámicas empezaron a cambiar a la par de los avances tecnológicos.



El internet jugó un papel primordial para el diseño y la agilidad en los tiempos de entrega, de igual manera, el alcance de productos con calidad en materiales nuevos y otras técnicas que empezaron a significar obsolescencia para las máquinas tipográficas.

Otro elemento lo constituyen las nuevas generaciones de profesionales que, en sus pénsum veían diseño y nuevas tecnologías. En ese escenario y con la necesidad de emprender, surge una empresa a manos de un joven arriesgado y con visión de negocio; quien abrió las puertas a lo que hace algunos años también fue un negocio innovador que permitía a los pamploneses la interconexión: un café internet.

A partir de préstamos en bancos, Juan Pablo Caicedo Taffur ubicó un local donde ofrecía acceso a internet. Posteriormente y pendientes de las necesidades relacionadas que podían identificar en sus clientes, decidieron ofrecer servicios tipo café que complementarán la experiencia en el sitio, “como teníamos un segundo piso que estaba desocupado, surgió la idea de un internet inalámbrico” (J. Caicedo, comunicación personal, julio, 2023). Juan Pablo, a partir de otros préstamos financieros empieza a adquirir maquinaria de impresión para proporcionar servicios principalmente a los estudiantes universitarios.

Cada ampliación llevaba inmerso el uso de la tecnología, sin embargo, la demanda comenzó a ser limitada y se enfocaron a replantear sus servicios hacia un mercado más empresarial sin dejar de atender a los estudiantes.

En este punto nace Logoideas, ubicado actualmente en la carrera quinta de la ciudad de Pamplona, Colombia. Un local de dos pisos que ha alcanzado renombre en la ciudad e incluso, ampliado su equipo de trabajo con la particularidad de estar conformado por profesionales en diseño industrial y arquitectura. “Logoideas presta servicios con todo lo relacionado a diseño gráfico, publicidad POP (Point of Purchase), servicios de impresión a gran formato, señalizaciones, corte láser y diseños digitales” (J. Caicedo, comunicación personal, julio, 2023) comenta Juan Pablo.

En relación con aspectos editoriales, Logoideas continúa diciendo que: “hacemos la diagramación del libro también la impresión, el empastado que viene cosido, la solapa, la pasta dura y, el diseño de portada” (J. Caicedo, comunicación personal, julio, 2023) para ello se apoyan en última tecnología.

Con la alta demanda, han tenido también que invertir en otros elementos de trabajo que signifiquen innovación y diferenciación con otros negocios por el mismo estilo, que ya se han constituido en Pamplona.

En esencia, esta empresa familiar acredita a la tecnología como base y materia prima de su negocio, porque adicional a las herramientas que logran el producto final, también se apoyan en programas de diseño, otro aporte que para su dueño ofrece el avance tecnológico y facilita la labor diaria. Juan Pablo, indica: “El uso de la tecnología nos ha beneficiado mucho porque nos ha ayudado a mejorar mucho los procesos, a que los productos sean de mejor calidad (...) antes la impresión se hacía por colores, el secado se demoraba mucho más” (J. Caicedo, comunicación personal, julio, 2023).

Diferentes tipos de clientes buscan los productos de Logoideas dependiendo de la necesidad, ya sea empresarial, para instituciones educativas o particulares. El staff de la empresa busca a través de su personal atender la demanda propia del quehacer:

Somos cuatro personas en el negocio, tres diseñadores y la persona que está en el taller es arquitecta y aporta en la parte del armado y un estudiante de Arquitectura que trabaja en algunos momentos, cuando hay que hacer instalaciones o si tenemos mucho trabajo. (J. Caicedo, comunicación personal, julio, 2023)

Su fundador considera que el negocio es rentable porque le ha permitido crecer profesionalmente, generar empleo y brindar otros servicios a la población pamplonesa. Recuerda como inició una sola persona con esta idea y se han ido uniendo otras, hasta completar un equipo cuyas ganancias le permiten pagar lo exigido por la ley a sus trabajadores; “Nosotros llevamos mucho tiempo acá en el mercado. Gracias a Dios esta es una empresa que no se ha estancado; hemos ido adquiriendo nuevas tecnologías, hemos ido incluyendo nuevos servicios ampliados” (J. Caicedo, comunicación personal, julio, 2023), puntualiza Juan Pablo Caicedo T.

El auge de estas pequeñas empresas en la ciudad, representa una nueva generación en las labores de diseño e impresión, que hace décadas prestaban las tipografías; sin embargo, deben acogerse también al avance tecnológico para conservar su oferta y demanda.

¹ El texto del artículo fue investigado, recopilado y escrito por John Alexander Vera Granados, Comunicador Social, egresado de la Universidad de Pamplona, Maestrante en Comunicación de la UNAD, Universidad Nacional Abierta a Distancia. john.vera2@unipamplona.edu.co

² Ibid., p. 86.

La trayectoria académica de la Universidad de Pamplona le ha permitido abrir otros canales de gestión y difusión del conocimiento en diferentes áreas, a través de la producción editorial. Sus antecedentes se remontan prácticamente a la fundación de la institución por el

Referencias Bibliográficas

Bolívar, J. (1999). *Los cuentos que Toto cuenta: historias, leyendas, y cuentos de la Pamplona de antaño*. Diseño e Impresión Offset La Opinión. Editorial Universidad de Pamplona.

Peláez, J. de D. (2011). *50 Años de Historia y Vida-Universidad de Pamplona (1960-2010)*. *Revista Asociación de Jubilados Unipamplona*