EXCLAMA

Propuesta Identidad Visual

Ensayos Sobre La Felicidad

Bienal Internacional de Arte y Ciudad

BOG25

CONTENIDO

00

01 Contexto
02 Inspiración
03 Identidad
04 Key Visual
05 Aplicaciones
06 Comunicación

Una historia moldeada por el agua.

Bogotá es un espacio en constante transformación, donde hay una historia moldeada por el agua. Su geografía, definida por ríos, lagunas y quebradas, ha dado forma a la vida de sus habitantes. Aunque gran parte de este sistema hídrico está oculto bajo la expansión urbana, sigue presente en la memoria de la ciudad.

Capturamos las líneas que dibuja el agua, la solidez de los cerros, el color de la calle y los elementos de su arquitectura. La paleta cromática y las formas evocan el contraste entre naturaleza y entorno urbano, la tierra fría, las huellas del tiempo y el optimismo para ser felices en la ciudad.



INSPIRACIÓN



IDENTIDAD

La propuesta de identidad visual de esta Bienal nace del encuentro entre la memoria y el presente, entre las capas invisibles del territorio y la experiencia cotidiana de quienes habitan la ciudad. Bogotá, con su geografía marcada por cerros tutelares, antiguos humedales, ríos y quebradas que aún fluyen en la memoria —aunque ahora ocultos bajo el asfalto—, se convierte en la materia viva de una narrativa gráfica que busca evocar lo que ha sido y lo que permanece.

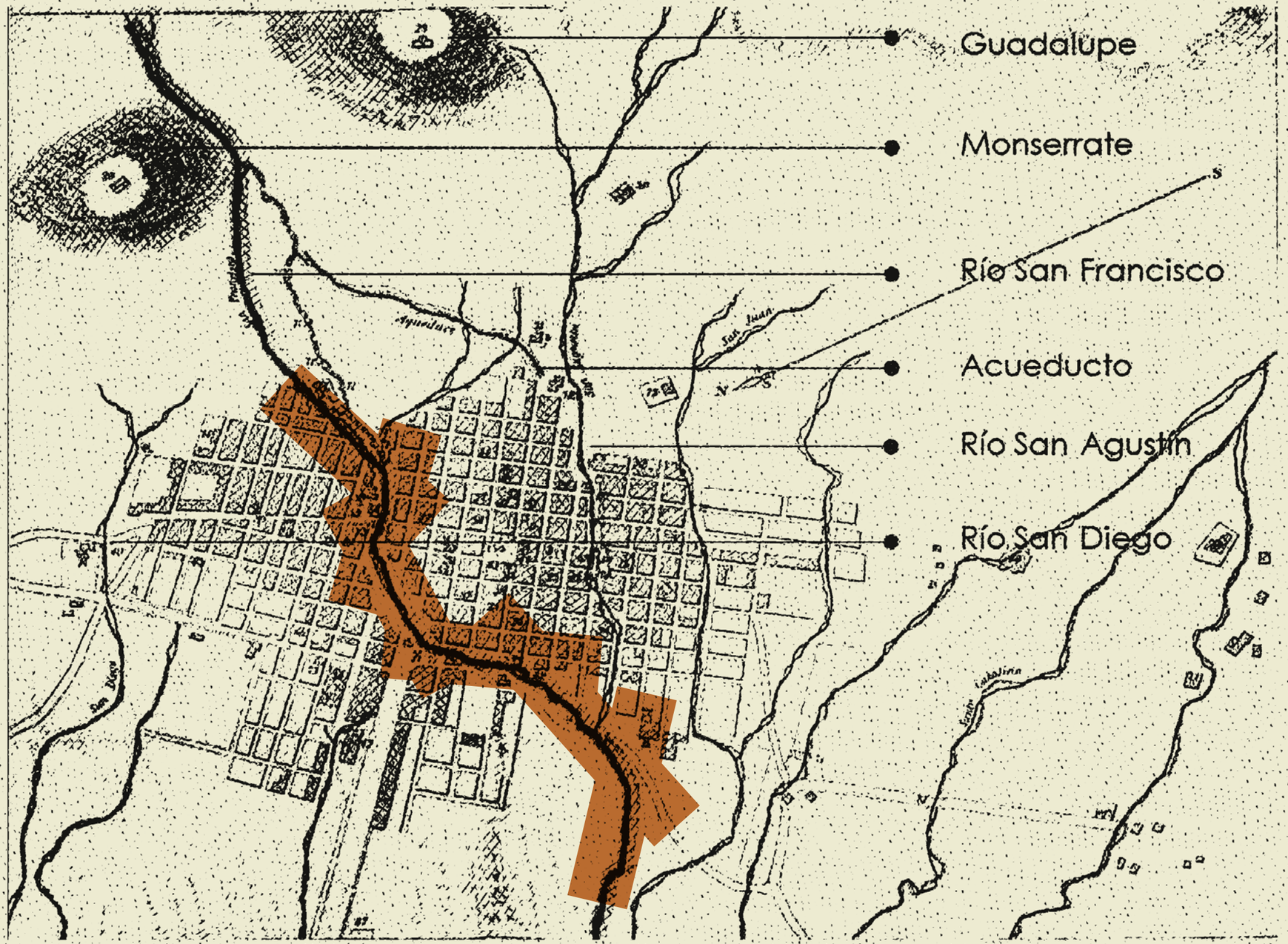
Esta propuesta retoma la relación íntima entre el agua, la arquitectura y la vida urbana, entre lo orgánico y lo construido. A través de formas geométricas que insinúan lo fluido, lo ondulante, lo que se adapta y resiste, se recrean las huellas de un paisaje hídrico que alguna vez definió la forma en que se fundaba y soñaba la ciudad.

La identidad se convierte así en un mapa poético, donde confluyen historia, territorio y afecto. Una invitación a mirar la ciudad con ojos atentos, a descubrir en sus grietas y sus reflejos la posibilidad de imaginar nuevos futuros colectivos.

ENSAYOS SOBRE LA FELICIDAD



BIENAL INTERNACIONAL DE ARTE Y CIUDAD 2025



El río San Agustín, también conocido como canal de Los Comuneros, es un río que forma parte del eje ambiental en el centro de Bogotá.

El desarrollo iconográfico de la identidad visual se construye a partir de una reinterpretación geométrica del antiguo cauce del río San Agustín —hoy conocido como el Eje Ambiental—, un afluente que alguna vez atravesó el corazón de la ciudad y que ahora persiste en forma de corredor urbano, cargado de memoria y transformación.

Esta geometría fluida pero fragmentada, que traza curvas, quiebres y recorridos, se convierte en la base estructural del sistema gráfico. No es solo una alusión estética al pasado hídrico de Bogotá, sino una metáfora visual del desarrollo urbano.

La iconografía retoma entonces la lógica del mapa, del tejido y del flujo. La estructura geométrica se entrelaza con la arquitectura patrimonial del centro, los ritmos de la calle, y las formas de habitar que dan vida a Bogotá.

De esta manera, la identidad no solo comunica, sino que narra: transforma el espacio gráfico en un territorio simbólico que invita a recorrer, redescubrir y resignificar la ciudad.

ENSAYOS SOBRE LA FELICIDAD

La tipografía principal retoma la estética de los anuncios populares de minutos y fotocopias que habitan el paisaje visual del centro de Bogotá. Su forma alargada y condensada evoca ese lenguaje gráfico espontáneo y funcional del comercio informal, al tiempo que dialoga con la verticalidad de la ciudad y la memoria arquitectónica del lugar. Esta elección tipográfica no solo hace eco del ritmo urbano cotidiano, sino que conecta lo popular con lo simbólico, integrando el carácter vivo y contradictorio de Bogotá a la identidad de la Bienal. Así, lo que suele pasar desapercibido en el espacio público se transforma en un elemento de valor visual y narrativo.

Tipografía principal

Digging BT
Regular

AaBbCcDd2025

BIENAL INTERNACIONAL DE **ARTE Y CIUDAD**

Tipografía secundaria

Nunito
Light / Regular / Medium

AaBbCcDd2025
AaBbCcDd2025
AaBbCcDd2025



La paleta de color de la Bienal se construye como una cartografía sensible del territorio bogotano, recogiendo matices que dialogan con su geografía, su arquitectura y su cotidianidad. Cada tono evoca un fragmento del paisaje urbano y natural, trazando un puente entre la memoria del agua, los cerros orientales, y la vitalidad de la vida popular en el centro de la ciudad.

Selva Oriental y Musgo Andino remiten a la vegetación espesa y húmeda de los cerros, mientras que Bruma Sabana captura la atmósfera fría y nublada que caracteriza la altitud bogotana. Arenisca y Tierra Altiplano hacen alusión a los sedimentos y a la riqueza de los suelos, y Ocre Salmona rinde homenaje a la arquitectura en ladrillo, tan distintiva del paisaje construido.

Finalmente, Alegría Popular irrumpe con la energía del color callejero: carpas, frutas, tiendas y sombrillas, que dan forma al ritmo vivo y cotidiano de la ciudad. Esta paleta no solo pinta Bogotá, la interpreta y la celebra.

SELVA ORIENTAL

Inspirado en la vegetación de los cerros orientales de Bogotá

MUSGO ANDINO

Evoca la humedad y los tonos musgosos de los cerros

BRUMA SABANA

Remite al clima nublado y la luz fría de la sabana

ARENISCA

Alude a los tonos de la piedra y sedimentos del Eje Ambiental

ALEGRÍA POPULAR

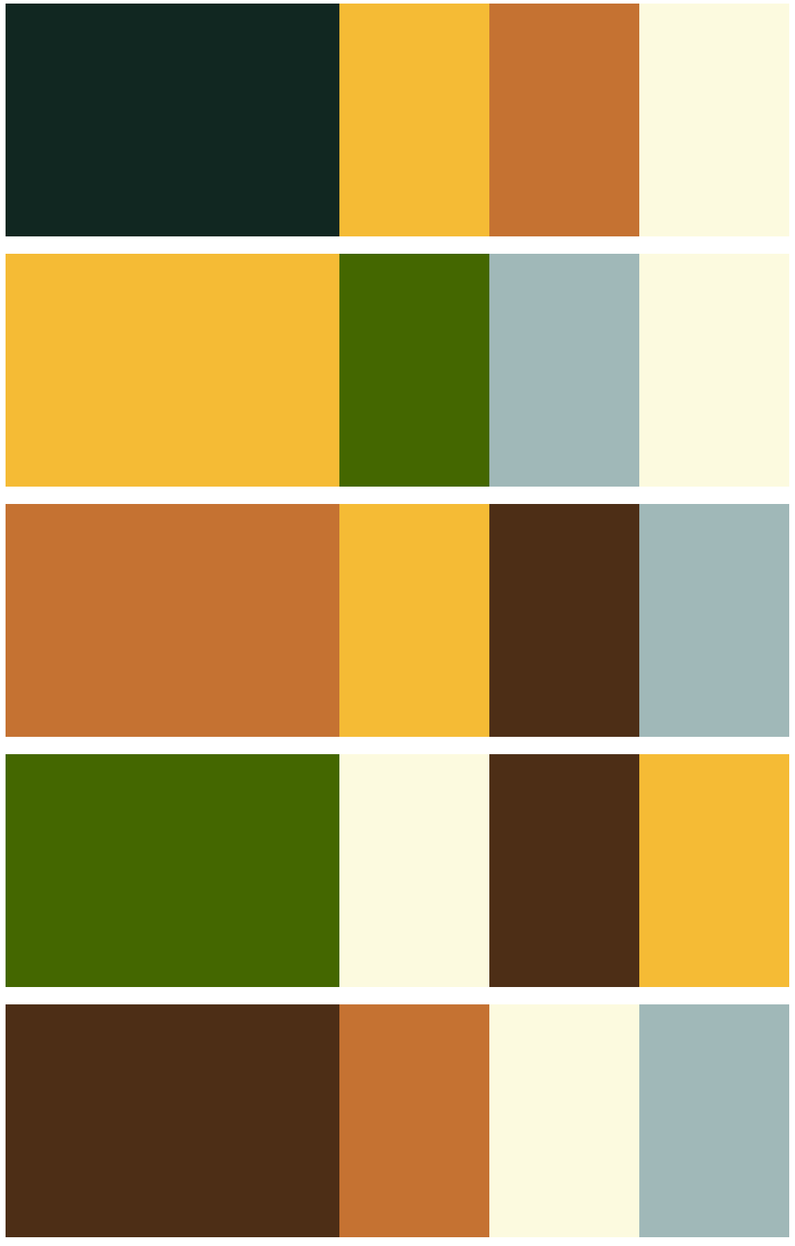
Un guiño a las carpas, las sombrillas, frutas y tiendas

OCRE SALMONA

Un guiño a la arquitectura en ladrillo de Bogotá

TIERRA ALTIPLANO

Reflejando la riqueza de la tierra en la sabana bogotana



01

02

03

04

05



01

02

03

04

05

Variaciones cromáticas
Combinaciones de color

La paleta cromática parte del diálogo entre tierra y agua: cerros, clima, piedra y ladrillo se combinan con colores que evocan humedad, memoria y vitalidad urbana.
Cada tono es una huella del paisaje bogotano, entre lo natural, lo construido y lo popular.

KEY VISUAL

Los key visuals de la Bienal Arte y Ciudad: Ensayos sobre la Felicidad establecen un diálogo sensible y crítico entre la identidad gráfica —tipográfica, colorimétrica e iconográfica— y una selección de imágenes que retratan la cotidianidad del centro de Bogotá. Esta propuesta visual busca no solo comunicar el evento, sino activar una narrativa expandida sobre la ciudad como un espacio de tensiones, afectos y posibilidades.

Las imágenes que acompañan estos elementos gráficos se componen de fotografías contemporáneas de escenas urbanas —vendedores ambulantes, fachadas de locales, encuentros entre personas, sombras, texturas, mobiliario— combinadas con imágenes de archivo en blanco y negro o tonos sepia, que evocan la memoria visual del centro de Bogotá. Esta convivencia de tiempos genera una tensión entre lo histórico y lo presente, lo oficial y lo informal, activando la ciudad como un archivo vivo de afectos, luchas y formas de habitar.

En conjunto, estos key visuals funcionan como fragmentos narrativos que componen una identidad visual flexible, sensible y situada, que interpela a los públicos desde la cercanía y el reconocimiento de lo cotidiano como un espacio donde también se ensaya la felicidad.

BB
AC 25

BIENAL INTERNACIONAL DE ARTE Y CIUDAD

2018

ENSAYOS SOBRE LA FELICIDAD

ENSAYOS SOBRE LA FELICIDAD

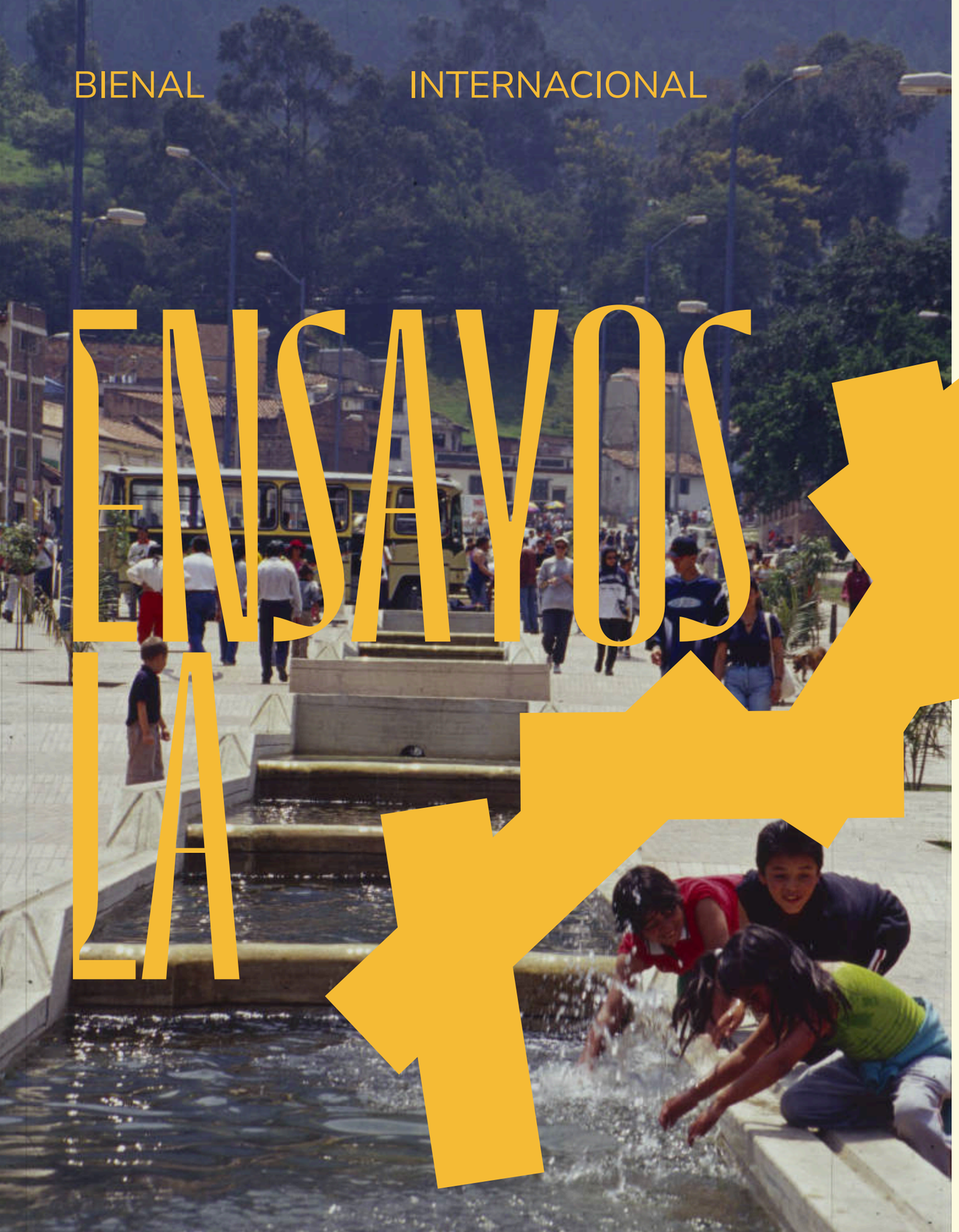
BIENAL INTERNACIONAL
DE
ARTE Y CIUDAD

BB
AC 25

2025

BIENAL INTERNACIONAL DE ARTE Y CIUDAD

BB
AC 25



ENSAYOS SOBRE LA FELICIDAD

2025

APLICACIONES

Las aplicaciones de marca de la Bienal están pensadas para adaptarse a diferentes espacios y formatos, tanto físicos como digitales, manteniendo una identidad clara y coherente. El diseño se basa en una combinación de imágenes de la vida cotidiana en el centro de Bogotá, fotografías de archivo e intervenciones gráficas que permiten conectar con públicos diversos.

El sistema visual se implementa en soportes impresos, digitales y urbanos, buscando presencia en lugares clave del centro de la ciudad y en las plataformas donde circula la conversación pública. La identidad gráfica se adapta de forma flexible a cada uso, manteniendo siempre un lenguaje visual accesible, llamativo y cercano.

Estas aplicaciones permiten que la bienal se haga visible y reconocible en distintos entornos, generando un vínculo directo con la ciudadanía y ampliando su alcance más allá de los espacios expositivos.

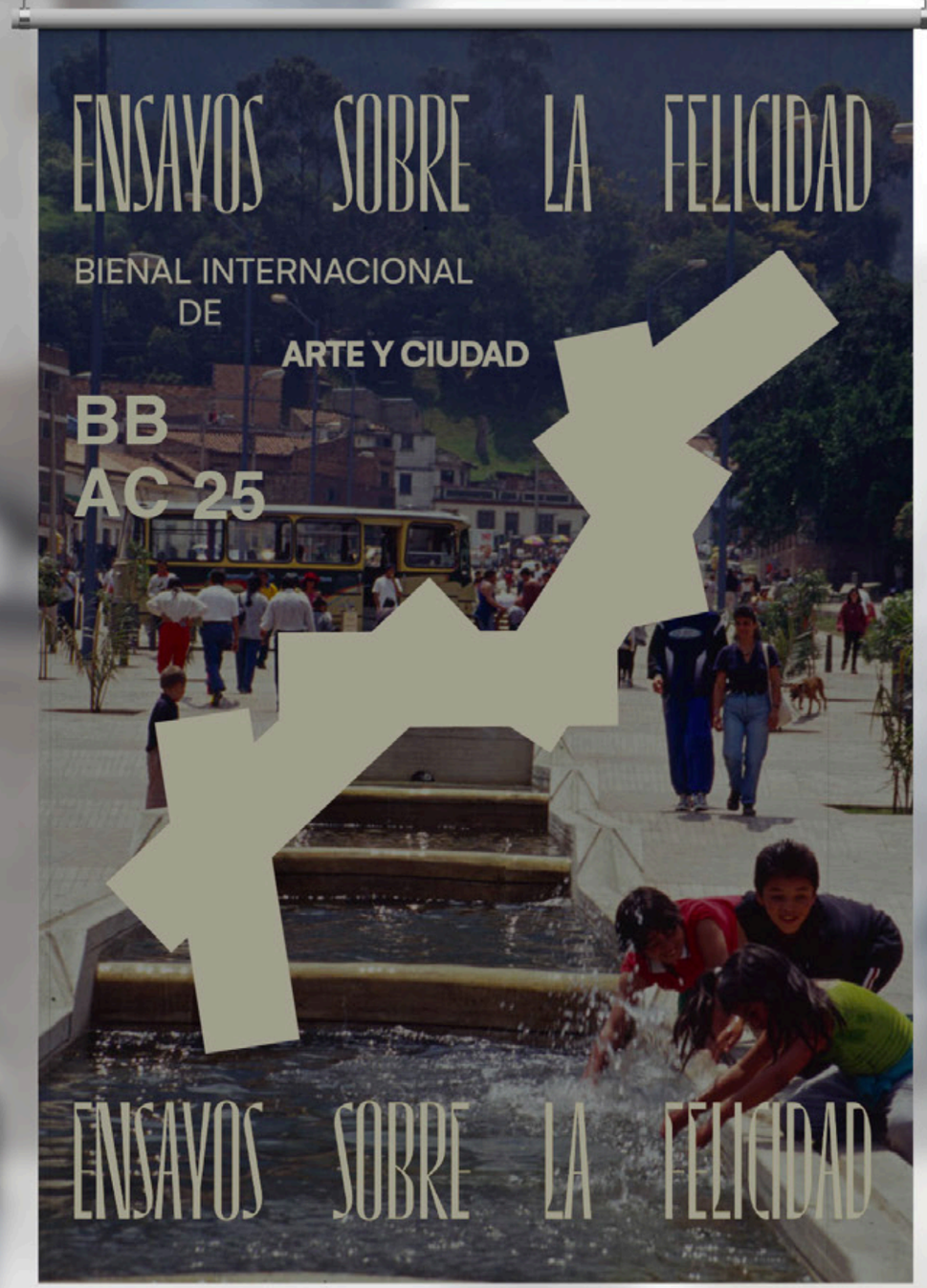
BIENAL INTERNACIONAL
DE
ARTE Y CIUDAD

ENSAYOS SOBRE LA FELICIDAD

2025

BB
AC 25

BB
AC 25
ENSAYOS SOBRE LA FELICIDAD
BIENAL INTERNACIONAL DE ARTE Y CIUDAD


ENSAYOS SOBRE LA FELICIDAD
BIENAL INTERNACIONAL
DE
ARTE Y CIUDAD
BB
AC 25
ENSAYOS SOBRE LA FELICIDAD


BB
AC 25
BIENAL INTERNACIONAL
DE
ARTE Y CIUDAD
ENSAYOS
SOBRE
LA
FELICIDAD


ENSAYOS
SOBRE
LA
FELICIDAD
BIENAL INTERNACIONAL
DE
ARTE Y CIUDAD


BIENAL INTERNACIONAL
DE
ARTE Y CIUDAD
ENSAYOS
SOBRE
LA
FELICIDAD

ENSAYOS SOBRE LA FELICIDAD

BB
AC 25

BIENAL NTERNACIONAL
DE
ARTE Y CIUDAD

ENSAYOS SOBRE LA FELICIDAD

BB
AC 25

BIENAL INTERNACIONAL
DE
ARTE Y CIUDAD


ENSAYOS SOBRE LA FELICIDAD
BIENAL INTERNACIONAL
DE
ARTE Y CIUDAD
BB
AC 25


BB
AC 25
ARTE Y CIUDAD
BIENAL INTERNACIONAL DE


BIENAL INTERNACIONAL
DE
ARTE Y CIUDAD
ENSAYOS SOBRE LA FELICIDAD
VOLUNTARIO
2025
BB
AC 25


ENSAYOS
SOBRE
FELICIDAD
BB
AC 25


BB
AC 25
BIENAL INTERNACIONAL
DE
ARTE Y CIUDAD
ENSAYOS
LA
SOBRE
FELICIDAD


INTERNACIONAL
DE
ARTE Y CIUDAD
BB
AC 25
SOBRE
FELICIDAD


SOBRE
FELICIDAD

COMUNICACIÓN

La estrategia de comunicación de la Bienal parte del reconocimiento de la ciudad como un espacio vivo, en constante transformación, donde lo cotidiano se convierte en un escenario privilegiado para el arte, la imaginación y el encuentro. Su objetivo principal es activar el espacio público, generar vínculos significativos con la ciudadanía y amplificar los contenidos y mensajes de la bienal de una forma cercana, participativa y accesible para todos los públicos.

Esta propuesta se aleja de los modelos tradicionales de difusión unidireccional y apuesta por una comunicación viva, situada y en movimiento. A través de una serie de acciones gráficas, recorridos urbanos y dispositivos presenciales en el territorio, la estrategia busca que la bienal no solo se comunique, sino que se viva y se reconozca en el cuerpo mismo de la ciudad: en sus calles, plazas, comercios, estaciones y trayectos cotidianos.

La comunicación se convierte así en una herramienta de mediación, escucha y activación: un puente entre las obras, los espacios, los artistas y las personas que habitan o transitan el centro de Bogotá. Cada acción está pensada para provocar preguntas, estimular la participación, despertar la curiosidad y generar una apropiación colectiva del evento. En este sentido, comunicar no es solo informar, sino crear experiencias compartidas que amplíen el alcance y el sentido de la bienal más allá de los espacios expositivos formales.

La **Ruta de la Felicidad** es una propuesta de mediación urbana que articula una red de espacios cotidianos del centro de Bogotá como puntos clave dentro de la experiencia de la Bienal. A través de una cartografía participativa, se identificarán y activarán lugares significativos —como cafés, tiendas, peluquerías, bibliotecas, plazas, pasajes peatonales, locales comerciales o estaciones de transporte— que no solo hacen parte del tejido urbano, sino también del imaginario afectivo y social del territorio.

Cada uno de estos espacios será intervenido sutilmente con elementos gráficos de la Bienal: señalizaciones, afiches, marcadores visuales o pequeños dispositivos que, sin alterar su funcionamiento habitual, los integren a la narrativa general del evento.

Además de visibilizar lugares que son parte esencial de la vida urbana, esta ruta permitirá comunicar la experiencia de la Bienal y conectar con estos espacios donde hay memoria y comunidad. La Ruta de la Felicidad se convierte en unas estaciones de comunicación funcionales y puntos de encuentro para la Bienal.

BB
AC 25

RUTA DE LA FELICIDAD

06

05

04

03

02

01

Calle 18
Carrera 5
Carrera 3
Carrera 1ª
Diagonal 20A
Carrera 7
Carrera 4
Calle 16
Carrera 8a
Carrera 8
Calle 15
Calle 17
Calle Real
Museo del Oro
Plazuela de Las Aguas
Eje ambiental
Universidad de los Andes
Iglesia de San Francisco
Parque de los Periodistas Gabriel García Márquez
Plazoleta del Rosario
Universidad del Rosario - Sede Claustro
Carrera 6
Calle 12b
Calle 12c
Calle 12d
Calle 12d Bis
Carrera 1 Bis
Carrera 1a
Calle 16a
Calle 12f
Transversal 1
Torres Gonzalo Jiménez de Quesada
La Casona de la Danza
Centro Cultural Gabriel García Márquez
Google


12b2 Cra. 3
Bogotá
Google Street View
jul 2024
Ver más fechas
Compartirla
BB
AC 25
ENSAYOS SOBRE LA FELICIDAD
Calle 12b
a Casa Amarilla Hostal
Google
Captura de imágenes: jul 2024
© 2025 Google
Colombia
Condiciones
Privacidad
Informar un problema

Publicidad de la Buena es una serie de intervenciones gráficas y artísticas diseñadas para transformar el paisaje urbano del centro de Bogotá en un territorio de preguntas, afecto y pensamiento colectivo. Esta línea de acción busca sustituir temporalmente los mensajes comerciales que normalmente habitan las calles, muros y vitrinas, por una comunicación visual que invite a la pausa, al juego, a la reflexión y a nuevas formas de mirar y habitar la ciudad.

Las intervenciones incluyen murales de gran formato en calles y avenidas, afiches pegados en serie, frases pintadas directamente en superficies visibles y stickers distribuidos en el mobiliario urbano que dialogan con la arquitectura o el tránsito peatonal. Algunas acciones serán permanentes durante toda la Bienal; otras, móviles o de corta duración, apostando por la sorpresa y la aparición espontánea.

El objetivo es que estas acciones se integren al ritmo cotidiano de Bogotá y lo alteren suavemente, generando nuevos puntos de contacto entre el arte y la vida diaria. Al apropiarse de muros, esquinas, pasajes, fachadas, vidrieras y otros soportes urbanos, esta estrategia activa una “publicidad no comercial” que no busca vender, sino proponer otros modos de estar y pensar juntos en el espacio público.

ENSAYOS SOBRE LA FELICIDAD

Los **activadores móviles** son mediadores profesionales que se desplazarán por puntos clave del centro de Bogotá llevando consigo elementos visuales y objetos promocionales de la Bienal —como camisetas, sombrillas coloridas, carritos intervenidos, mochilas gráficas o señalética portátil— para convertirse en presencias visibles, accesibles y cercanas dentro del espacio público.

Estas figuras actuarán como puentes entre la bienal y la ciudadanía, funcionando a la vez como mediadores culturales, guías informales e invitación ambulante. Su rol no se limita a entregar información: estarán formados para iniciar conversaciones, orientar sobre los recorridos, invitar a las actividades, distribuir mapas o postales, y motivar la interacción en redes sociales.

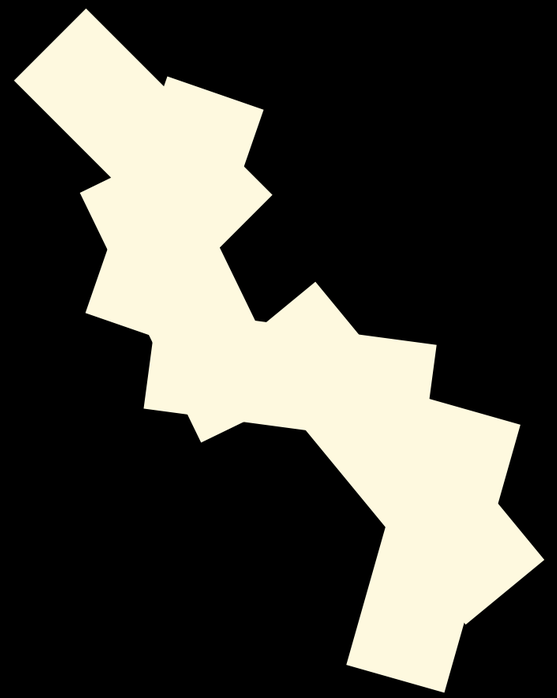
Ubicados en lugares estratégicos como plazas, entradas de estaciones, parques o corredores comerciales, los activadores estarán en constante movimiento, generando encuentros espontáneos y activando microexperiencias alrededor de la Bienal. Su presencia también permitirá recoger impresiones del público, conocer las reacciones frente a las obras o intervenciones urbanas, y fortalecer el componente participativo del evento.

ENSAYOS SOBRE LA FELICIDAD

BIENAL INTERNACIONAL DE ARTE Y CIUDAD

ENSAYOS SOBRE LA FELICIDAD

BB
AC 25



EXCLAMA

El presente documento es propiedad de la empresa EXCLAMA S.A.S. Esta propuesta es confidencial y puede contener información privilegiada la cual no puede ser usada ni divulgada a personas distintas de su destinatario. Está prohibida la retención, grabación, utilización, aprovechamiento o divulgación con cualquier propósito.

Fotografías: Biblioteca Virtual del Banco de la República y Juan José Ortiz Arenas