

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR  
SEDE ECUADOR

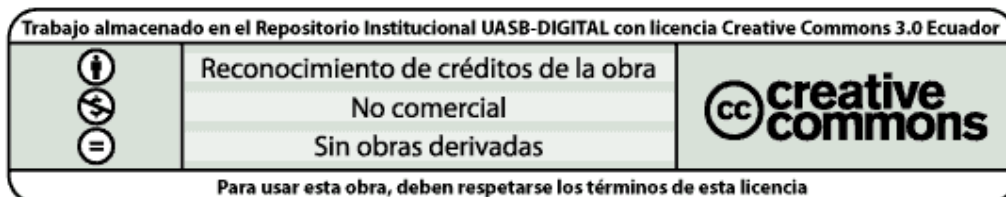
ÁREA DE COMUNICACIÓN

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN

Diseño de las ilustraciones e imágenes en los afiches culturales de  
Quito antes y después de la digitalización

VERÓNICA LÓPEZ Y.

2012



**CLAUSULA DE CESION DE DERECHO DE PUBLICACIÓN DE  
TESIS/MONOGRAFÍA**

Yo, **VERÓNICA PAULINA LÓPEZ YÁNEZ**, autor/a de la tesis intitulada **DISEÑO DE LAS ILUSTRACIONES E IMÁGENES EN LOS AFICHES CULTURALES DE QUITO ANTES Y DESPUÉS DE LA DIGITALIZACIÓN** mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de **MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN** en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en Internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

Fecha. Noviembre del 2012

.....  
Verónica López Yánez

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR  
SEDE ECUADOR

ÁREA DE COMUNICACIÓN

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN

Diseño de las ilustraciones e imágenes en los afiches culturales de  
Quito antes y después de la digitalización

VERÓNICA LÓPEZ Y.

TUTOR: EDGAR VEGA

QUITO

2012

## RESUMEN:

La presente investigación es una reflexión técnica de lo analógico y digital dentro del área del diseño gráfico, tomando como referencia los afiches culturales de Quito. Se inició con la descripción de estos términos en base a la situación actual de la digitalización en el área. Posteriormente se seleccionaron afiches culturales de la ciudad de Quito en donde se observaron distintas aplicaciones tecnológicas, principalmente después de la digitalización. Mediante entrevistas a profundidad a diseñadores profesionales y no profesionales de la ciudad de Quito, se concluye que a partir de la era de la digitalización surgieron cambios en el perfil profesional del diseñador gráfico, que actualmente prioriza el manejo de programas mas no las estrategias comunicacionales del producto visual. Estos cambios afectan al proceso creativo del diseñador y a la estética de sus productos. El proceso creativo ha pasado de basarse en un proceso netamente manual (era analógica) a un proceso que depende del uso de la máquina y que por tanto se basa en la selección de herramientas ya creadas (era digital). En cuanto a la estética del producto, se encontró que en la actual era digital, se tiende a utilizar un gran número de efectos, en muchos casos innecesariamente. En la pasada era analógica, esto no era posible. Finalmente se concluye que aún en la era digital, lo analógico sigue teniendo un papel importante, pero en clara dependencia de lo digital.

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS:

*Agradezco a todas  
las personas que me  
ayudaron y colaboraron  
para poder  
desarrollar esta tesis.*

## Tabla de contenido

|   |     |
|---|-----|
| INTRODUCCIÓN .....  | 8   |
| CAPITULO I: LO ANALÓGICO Y LO DIGITAL.....  | 16  |
| 1.1. De lo analógico a lo digital. ....;Error! Marcador no definido.  |     |
| 1.2 Analógico y digital en el diseño gráfico.....;Error! Marcador no definido.                                      |     |
| 1.2.1 La formación del diseñador gráfico antes y después de la digitalización<br>.....;Error! Marcador no definido. |     |
| 1.2.2 El proceso creativo del diseñador antes y después de la digitalización<br>.....;Error! Marcador no definido.  |     |
| CAPÍTULO II .....   | 377 |
| DISEÑO DE LOS AFICHES CULTURALES. DE LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA A LA<br>IMAGEN DIGITALIZADA .....                       | 37  |
| 2.1 Los afiches .....   | 37  |
| 2.2 La ilustración gráfica y digital.....   | 38  |
| 2.3 La imagen .....   | 42  |
| 2.3.1 La digitalización y la imagen.....  | 44  |
| 2.3.2 El color y la digitalización en la imagen .....   | 48  |
| CAPÍTULO III: SITUACIÓN ACTUAL DE EL DISEÑO DE LOS AFICHES CULTURALES<br>DE QUITO .....                             | 51  |
| 3.1 Factores identificativos de las creaciones de los afiches culturales de Quito<br>en la “era digital” .....      | 51  |
| 3.2 La estética en el diseño gráfico actual .....   | 56  |
| 3.3 El futuro del diseño gráfico.....   | 60  |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....   | 63  |
| Bibliografía .....  | 65  |
| ANEXOS .....  | 68  |

LISTA DE ANEXOS:

IMÁGENES

ENTREVISTAS A DISEÑADORES GRÁFICOS

ENTREVISTAS A TRABAJADORES EN IMPRENTAS

ENTREVISTA A GESTOR CULTURAL

AFICHES ANTES DE LA DIGITALIZACIÓN

AFICHES TRAS LA DIGITALIZACIÓN

## INTRODUCCIÓN

Esta investigación nace de la curiosidad y de experiencias personales en el ámbito del diseño gráfico. La expresión en forma gráfica ha sido una parte importante en mi vida personal y profesional. Desde que inicié con los estudios del diseño gráfico lo primero que me llamó la atención y que a la vez me cautivó por completo es la posibilidad del uso de programas de diseño en el computador. Antes de ingresar a la universidad, el diseño para mí había sido una experiencia empírica y completamente manual. Sin embargo, el uso de programas con características innovadoras y asombrosas como efectos y herramientas concretas me impresionó debido a que realizarlas manualmente me era imposible. Actualmente como docente dentro del área de diseño observo el mismo asombro que mis estudiantes tienen con respecto a la tecnología, incluso en un mayor grado por los avances y actualizaciones que ha habido en cada uno de los programas. Conforme avanza el tiempo el uso de la tecnología es cada vez mayor en el área y a pesar de intentos aislados de dar importancia al trabajo manual, la tecnología ha logrado cautivar a los estudiantes casi por completo. El problema de la situación actual del diseño observada en la investigación, es la importancia que se le da al uso del computador.

Por estos motivos la pregunta central de esta investigación es: ¿De qué manera ha repercutido el paso de lo analógico a lo digital en el diseño gráfico? Se ha pretendido responder a estas preguntas a través de un estudio exploratorio realizado en base a ocho entrevistas a profundidad a diseñadores gráficos profesionales, docentes y directores de agencia y siete entrevistas a profundidad a trabajadores de imprenta (seis de estos no realizaron estudios de diseño gráfico). Además, se realizó una selección de 18 afiches de eventos culturales de la ciudad de Quito a partir del año 1900 hasta la actualidad. En estos afiches se pudo observar la diferencia entre un afiche realizado “a mano” y uno con ayuda



del computador.

Dentro de la investigación se utiliza el término “tecnológico” debido a que culturalmente es una palabra común relacionada con el diseño gráfico; sin embargo, está estrechamente vinculada al uso del computador, es decir a la solución de un problema mediante el uso de la máquina.

Esta investigación parte de una reflexión sobre el antes y después de la digitalización, tomando como elementos de análisis los afiches culturales de Quito. Dicha reflexión gira alrededor de los cambios tecnológicos y la influencia que han tenido en el diseño gráfico, para luego analizar la situación del diseño gráfico actual. Las categorías que he tomado en cuenta para esta reflexión son lo analógico y lo digital.

He partido de una descripción y diferenciación de términos y significados dentro de la técnica. Posteriormente procedo a realizar un análisis de la influencia que ha tenido la tecnología en el área del diseño gráfico a través de entrevistas realizadas a expertos y docentes. Dentro de este análisis, he tomado en cuenta en primer lugar la formación del diseñador gráfico en el país desde el inicio de la profesionalización del diseño. Después la influencia de la digitalización en la creatividad, y por último la estética. Este análisis lo he realizado mediante la exposición de ejemplos de afiches culturales de Quito en las dos etapas (analógica y digital), que comprenden desde el año 1900 hasta la actualidad. Se debe tomar en cuenta que el computador en el Ecuador aparece aproximadamente entre los años 1990 y 2000. Este último análisis abarca principalmente el cambio del diseño después de la aparición y uso del computador, es decir en la era digital.

Para iniciar con el análisis de analógico y digital cito a Otl Aicher quien en su obra *Analógico y Digital*, señala lo siguiente: El ser humano, es un ser cultural con determinación para la alternativa crítica: en la comparación con las tradiciones, con otros sistemas, con otros seres humanos, toma él su posición. Es un ser humano analógico no digital (Aicher, 2001: 83).

Para Aicher lo analógico se observa en la capacidad de comparación que posee el ser humano. Al comparar existe una valoración, una crítica y por lo tanto la persona toma una posición. Además adquiere un conocimiento. En la misma obra el autor señala un ejemplo de un mapa: si una persona tiene la oportunidad de trazar una ruta en un mapa, tendrá la opción de comparar y valorar rutas, tomando una decisión. Pero si por otro lado la misma persona tiene un mapa con rutas ya trazadas, ésta no tendrá la opción de seleccionar la ruta, por lo tanto no podrá comparar ni valorar, no será libre (Aicher, 2001: 81).

A lo digital se lo relaciona con lo preciso, pero además con la pérdida de libertad, debido a la automatización de limitarse a la selección de algo ya creado. Por otro lado, lo analógico se relaciona directamente con la analogía, que es una comparación.

Situando este texto en el diseño gráfico, el uso del computador puede llevar a una actividad automática. Sin embargo, al seleccionar una herramienta o efecto de los varios que se pueden encontrar en un programa de diseño, se está comparando y por consecuencia valorando entre las herramientas ya existentes. La selección automática se podría observar en determinados casos, en donde se graban las acciones que se pueden aplicar en varias ocasiones. Esto se puede realizar en el programa Photoshop.

Por ejemplo, para retocar el color de una imagen, existen herramientas específicas que asignan valores para cumplir ésta acción. Sin embargo, al momento de que la persona aplica este efecto automático, no existe la oportunidad de realizar un análisis del proceso de cambio de luz, colores, etc., anulando así la capacidad de valoración y en muchos casos de entendimiento y aprendizaje, de la que habla Aicher. Por ende, esta acción se transforma en algo automático. No obstante, para retocar el color de una imagen existen varias herramientas que logran resultados semejantes y se puede observar la comparación y valoración en la selección entre estas herramientas. Por otro lado, si el proceso se hace en

forma manual sin la utilización del computador, a pesar de que el grado de dificultad y el tiempo empleado es mayor, tal proceso tendría connotaciones valorativas y de comparación, se podría seleccionar y valorar los pasos, la intensidad, etc. De esta forma, dentro de la valoración está el entender el cómo se realiza el proceso y la consecuencia de éste. Así, el trabajo manual en el diseño se refiere a la realización de bocetos manuales que ayudan a construir una idea previa del diseño antes de utilizar el computador. En muchos casos el boceto manual relacionado con lo analógico ayuda a tener en forma clara la idea o mensaje que se quiere plasmar. Sin embargo, en la actualidad he observado que al boceto manual se le resta importancia, sobre todo por el tiempo invertido.

Se afirma que el proceso manual es un esfuerzo lento y que resultaba apropiado en la época de la cultura artesana preindustrial (Manovich, 2005:179).

El proceso automático dado por el computador en ciertas ocasiones puede ser positivo, pero en otras la consecuencia es la saturación de efectos que genera una estética distinta a la observada antes del uso del computador. La lógica de la selección se refiere a una nueva lógica de la cultura del ordenador, en donde la auténtica creación se ha visto sustituida por la selección a partir de un menú (Manovich, 2005: 178).

Sin embargo la intención de este trabajo no es ubicar ningún término sobre otro. Al contrario, se parte de la posibilidad de que lo analógico esté de la mano con lo digital.

La saturación de efectos aplicados a las imágenes tiene que ver con la rápida llegada y actualización de la tecnología. La llegada de la tecnología trae cambios en procesos y resultados. En la obra *Velocidad de escape* se afirma que nos dirigimos a velocidad vertiginosa desde la tranquilizadora edad del hardware hacia la desconcertante y espectral edad del software, en la que el mundo que nos rodea está cada vez más controlado por circuitos demasiado pequeños para ser vistos y códigos demasiado complejos para ser completamente entendidos (Dery, 1998:11).

Al Igual que el autor anterior, opino que la tecnología no está completamente entendida, que su llegada ha sido a una gran velocidad. En el país la llegada del computador, internet y software llegó en forma rápida y en muchos casos no ha sido completamente entendida, lo que influyó en la formación del diseñador, la actividad creativa, la producción y el consumo. Aproximadamente en 1980 se empezó a hablar de una profesionalización del diseño en el país y en el año 2000 aproximadamente un gran número de ecuatorianos tenían ya acceso a un computador (Historia del Diseño Gráfico del Ecuador, 2010).

La profesionalización del diseño gráfico con un enfoque tecnológico se relaciona con la importancia que se le da al uso del computador en la actualidad. Cabe mencionar que los inicios del diseño gráfico como profesión en el país, coinciden con la aparición del computador en el Ecuador, lo que pudo llevar a una gran utilización de las herramientas del diseño, que influyen en la creatividad, producción y consumo.

Los diseñadores profesionales y en un mayor grado los estudiantes se dejan llevar por las herramientas que en cierta forma seducen:

La seducción que ofrecen las nuevas tecnologías, su carácter mágico, el hecho de que cada cinco años sus capacidades aumenten y los precios disminuyan y el carácter lúdico de su utilización, hace que comprendamos el encanto que logra desprender sobre una buena parte de la juventud (Wolton, 2000: 99).

Las consecuencias que ha traído el uso de lo digital se observan en las piezas gráficas. La tecnología, además de cautivar ha generado una disminución de actividades y división del trabajo. Existe una mayor cantidad de universidades e institutos que ofrecen títulos de Diseño solamente por dominar los programas de computación. Además, un

diseñador es valorado por la cantidad de conocimientos sobre los programas de diseño. Por otro lado, antes de la digitalización había personas que hacían trabajos manuales, y en la actualidad una persona con una computadora hace lo que antes involucraba a varias personas sin computadoras.

La “seducción” antes mencionada es lo que me pasó al iniciar esta carrera y lo que mi sigue asombrando con los diseñadores gráficos actuales. El diseño en la actualidad en la ciudad de Quito no solamente en los afiches culturales sino en general en todos los medios, es el resultado primeramente de la rapidez y fuerza con que la tecnología y sus actualizaciones llegaron y cómo las personas recibieron y empezaron a utilizar la tecnología con una gran actitud de sorpresa que después llevó a una especie de adicción a esta.

Los empleos de las nuevas tecnologías en estas dos últimas décadas han pasado por tres etapas diferenciadas: automatización de las tareas, experimentación de los usos y reconfiguración de las aplicaciones. En las dos primeras etapas la innovación tecnológica, progresó mediante el aprendizaje por el uso. En la tercera etapa, los usuarios aprendieron tecnología creándola y acabaron reconfigurándola y encontrando nuevas aplicaciones (Castells, 2006: 58).

La rapidez de la llegada y de la actualización del computador, Internet y software ha traído consecuencias en la formación del diseñador gráfico como técnico, haciendo que este dé una gran importancia al uso del computador, lo cual ha influido en la actividad creativa del mismo.

En la actualidad, en vez de reunir nuevos documentos de la realidad, la cultura se encuentra de lo más atareada remodelando, recombinando y analizando el material mediático ya acumulado (Manovich, 2005:186).

En la era analógica antes del computador, la creación de un diseño era prácticamente desde cero. Ahora, a partir del uso del computador, la actividad creativa consiste en recrear lo existente, a través de la selección y la remodelación (Manovich, 2005:186).

Los afiches en la ciudad de Quito son medios que en algunos casos son utilizados para eventos culturales. Su bajo costo de producción, su familiaridad, la fácil colocación, son una de las varias razones por las que todavía es un medio que es bastante utilizado. Sin embargo, en ocasiones se puede observar que no cumple su función de comunicar. Un afiche debe ser visto, leído o por lo menos debe llamar la atención por causar impacto a una distancia mayor que otros medios. Si se encuentra pegado en una pared de la calle debe contener elementos altamente visibles y legibles. Esto se puede lograr dependiendo del uso de tipografías, colores, imágenes o ilustraciones.

Las ilustraciones las he relacionado con el dibujo manual y las imágenes con el uso de cámara fotográfica que pueda ser pasada a un computador. En la era analógica la ilustración era un elemento bastante utilizado en todos los medios debido principalmente a que las imágenes eran bastante difíciles de conseguir o manejar. En la era digital una imagen es bastante utilizada en la mayoría de los medios y cualquier persona tiene acceso a una cámara fotográfica sin necesidad de ser un profesional en el área, además de que se pueden bajar del Internet gran cantidad de fotografías e ilustraciones a muy bajo costo.

Personalmente, opino que a pesar de que la tecnología existe hace algunos años en la ciudad y que diariamente tenemos contacto con ésta, todavía no nos hemos detenido a pensar las consecuencias que ha traído en algunos procesos como el diseño. A pesar de que

no ha habido un análisis profundo sobre esta situación, los diseños, en este caso los afiches, son públicos, y se puede observar la saturación de imágenes y efectos antes mencionados que están incluidos dentro de la estética. El consumo de los afiches se relaciona con el excesivo uso de este como medio de información y publicidad.

En la actualidad hay una tendencia en regresar a lo simple, producto de un cansancio visual, de la saturación y repetición causado por el uso de efectos y herramientas del diseño, es decir por el excesivo manejo de lo digital.

## **CAPÍTULO I: LO ANALÓGICO Y LO DIGITAL**

Este capítulo analiza los significados de los términos analógico y digital partiendo de una reflexión técnica con una introducción de la influencia de la digitalización en áreas como el diseño gráfico. Además se analizan los efectos de la digitalización en la imagen y color para posteriormente identificar las consecuencias y la situación actual del diseño gráfico en Quito.

### **1.1. De lo analógico a lo digital.**

El término digital es utilizado en varias áreas de la vida cotidiana, relacionado generalmente con aparatos electrónicos. Del mismo modo, tanto el término como los aparatos digitales son relacionados con la época actual. Antes del auge de lo digital existía una menor variedad de dispositivos digitales y las actividades eran prácticamente en su mayoría desarrolladas en forma manual. Esto último se relaciona con lo analógico.

El ser humano es un ser analógico, debido a que le permite comparar y valorar y por ende tomar una posición. El ser humano se caracteriza por su sentido crítico y lo analógico, es decir, la comparación, le permite desarrollar y expresar su crítica. Así, se separa completamente lo analógico de lo digital al relacionar lo digital con lo automático y con la pérdida de libertad (Aicher...). Hay otros autores que manifiestan otro punto de vista:

La escritura analógica sigue teniendo vida y utilidad en un mundo eminentemente digital, como género manuscrito particular (tarjetas para regalos, dedicatorias, cheques, notas), como producto final de recepción (lectura de libros, cartas, etc.) y como herramienta complementaria para algunas subareas de la composición digital (anotar las ideas sobre



papel antes de introducirlas en la computadora, hacer esquemas gráficos sobre papel, revisar un borrador sobre una impresión, etc.). El tratamiento didáctico de la escritura tendría que seguir esta línea, poniendo énfasis en la complementariedad de ambos soportes (Cassany, 2000 :8).

De esta manera, por un lado, lo analógico es considerado como lo anterior a lo digital, es decir, a procedimientos realizados a mano sin la necesidad de máquinas. En la actualidad se toma a lo analógico como una actividad complementaria a lo digital. Como el ejemplo señalado, la escritura analógica se relaciona con la actividad basada en la escritura a mano. Por otro lado, lo digital está relacionado con un procesamiento de la información regido por números que vienen a producir una serie de elementos caracterizados por la exactitud. A continuación se señalan algunas definiciones y comparaciones entre analógico y digital:

Si caminamos por una montaña, podemos detenernos en cualquier punto de la montaña, esto es una actividad continua como la montaña y sus formas. En cambio, si caminamos por una escalera debemos detenernos en uno de los escalones, no podemos detenernos en el medio de estos, esto es una actividad discreta, más exacta, más medida como las escaleras (P. Angulo, comunicación personal, julio 2011).

En este ejemplo, Angulo (2011) identifica la diferencia entre analógico y digital con la que existe entre precisión o exactitud.

Por tanto, lo analógico se identifica con lo continuo y lo no exacto, y lo digital con lo discreto y lo exacto, que es dado por el código numérico. Aicher afirma que este código numérico hace que ciertos procesos se vuelvan automáticos y en cierto modo se pierda libertad separando lo analógico de lo digital, afirmando que el ser humano es un ser

analógico. Además, en el ejemplo del mapa, al que nos referíamos en la introducción, se concluye que en lo analógico existe una creación original. Por otro lado Durán y Cassany afirman que lo analógico está presente en la actualidad. Por ejemplo, en los relojes de agujas y ciertas actividades que complementan otras, como la escritura a mano, y que lo digital lo que trae es una mayor facilidad de almacenamiento, reproducción, recuperación, etc. Otro autor anteriormente mencionado, Lev Manovich, habla de una sustitución de la lógica de la creación por la lógica de la selección, esto como contraparte de Aicher. Esta lógica de la selección se refiere a la posibilidad de elegir por medio de menús distintas acciones que se pueden transformar en automáticas.

Se puede resumir en cinco principios las características principales de los medios digitales y se los puede denominar nuevos medios. Se afirma que son medios analógicos convertidos a una representación digital. Esta conversión se la conoce como digitalización que transforma los datos continuos en datos discretos (Manovich, 2005:96).

Los nuevos medios se componen de un código digital. Debido a que se crean en el ordenador son representaciones numéricas, es decir, que las imágenes, palabras, sonidos, etc. pueden ser traducidas a un código numérico, estas pueden ser manipuladas y programadas. Un dibujo hecho a mano, lo analógico, no está en un código numérico por lo que no puede ser programado ni manipulado en el computador (Manovich, 2005:73). El segundo principio es denominado modularidad. Este se da cuando un objeto de los nuevos medios consta de partes pequeñas e independientes que pueden ser modificadas por separado. Por ejemplo píxeles en las imágenes o las capas de Photoshop en donde los objetos dentro de cada capa son independientes y modificables por separado y se pueden combinar y formar otros objetos. Algo analógico como una fotografía sin digitalizar es un todo, no contiene módulos (Manovich, 2005:76). El tercer principio es el de la automatización. La automatización depende de que con el uso de los nuevos medios se

permita automatizar muchas de las operaciones implicadas en su creación, manipulación y acceso. Existe la automatización de bajo nivel y la de alto nivel. Un ejemplo de una automatización de bajo nivel es: En los programas de edición de imagen como el Photoshop pueden corregir de manera automática las imágenes escaneadas, mejorando su nivel de contraste y eliminando el ruido. También llevan filtros que pueden modificar una imagen de manera automática, hasta llegar a cambiar toda la imagen como si la hubiera pintado Van Gogh (Manovich, 2005:78)El cuarto principio es el de la variabilidad. Dicha variabilidad puede observarse en el formato de almacenamiento, concretamente en la capacidad múltiple de almacenamiento que dan los nuevos medios. Así, un objeto de los nuevos medios puede dar lugar a muchas versiones diferentes (Manovich, 2005:82).El último principio es el de la transcodificación. Este principio está relacionado con la cultura. Los nuevos medios identifican las imágenes a partir de códigos propios de dichos medios. Sin embargo, si hacemos una comparación con los códigos que las personas utilizan para identificar las imágenes, los cuales poseen relación con la cultura de las mismas, nos daremos cuenta de que en los ordenadores existe una dimensión, una cosmogonía, un diálogo, en dicho sentido diferente a la de la cultura humana (Manovich, 2005:94).

Concluyendo, lo digital es la conversión numérica de lo analógico. Esta conversión numérica permite que los objetos puedan ser manipulados, accedidos, modificados, almacenados en distintas formas y programados dependiendo del usuario. Principalmente existe una automatización en ciertos procesos que influye en la creatividad de la que se hablará más adelante. Sin embargo, no se puede separar lo analógico y lo digital debido a que hay una dependencia entre los dos: una fotografía para ser digitalizada debe ser analógica en primer lugar. Es decir, que lo analógico va de la mano con lo digital en el sentido de la comparación (analogía) de la que habla Aicher relacionada con la lógica de la

selección de la que habla Manovich. La pérdida de la libertad se transforma en una nueva capacidad de elección y creación.

## **1.2 Analógico y digital en el diseño gráfico.**

Para incluir estos dos términos en el diseño gráfico, primeramente se plantea una definición general de lo que es el diseño gráfico y por ende la función del diseñador gráfico. En la obra: *Historia del Diseño gráfico* se señala lo siguiente: En 1922 el destacado diseñador de libros William Addison Dwiggins acuñó la expresión «diseño gráfico» para describir sus actividades como individuo que aporta orden estructural y forma visual a las comunicaciones impresas (Meggs, 2009:8).

Un diseñador gráfico, como lo señala el Meggs (2009:8), da una orden y forma elementos visuales con el fin de comunicar. En la actualidad el uso del computador es imprescindible e inevitable para lograr desarrollar una pieza gráfica. En tiempos pasados, antes de la existencia del computador, el proceso de creación de piezas se realizaba en forma manual.

En el ámbito del diseño gráfico, como se mencionó anteriormente, se considera analógico cuando no hay de por medio el uso del computador, y digital cuando se usa el computador. De manera que para que hablemos de diseño gráfico digital es preciso que exista una conversión en términos digitales de una producción manual. Así, lo digital en el diseño gráfico es un término técnico para describir los sistemas y medios de comunicación dependientes de la computación electrónica, y lo analógico describe más un sistema proporcional de representación.

Por lo tanto, es evidente que actualmente no se puede hablar de diseño gráfico sin relacionarlo con la máquina. Sin embargo, antes de la llegada del computador el diseño gráfico existía, siendo su desarrollo muy distinto. Imágenes, textos y demás elementos eran

manipulados manualmente, no había una codificación numérica, no existía una automatización de procesos y no se podía modificar los formatos. Es lo que podríamos considerar como diseño gráfico analógico.

La escritura analógica tiene un procesamiento más lento y muchos menos recursos o apoyos. Si bien el nuevo verificador equivale al cuaderno de ortografía, el libro de gramática y el diccionario a los CD en línea, o las teclas de copiar y pegar a las tijeras, el pegamento y la goma de borrar, el entorno digital integra todos estos recursos en la computadora, con el fin de que el autor pueda usarlos simultáneamente y de modo casi automático (Cassany, 2000 :6).

Cassany (2000) habla de la escritura manual que al igual que las imágenes y el resto de elementos de composición dentro del diseño, en la actualidad se los manipula utilizando un computador. Además con la facilidad de acceso y uso de las cámaras digitales, el tomar fotografías es una actividad que se ha facilitado en gran medida. Por este motivo y en relación a la digitalización, las imágenes utilizadas en el diseño gráfico actual no necesariamente provienen de fotógrafos profesionales. Muchas veces son tomadas por el propio diseñador, por cliente o bajadas del Internet en forma doméstica.

Para aclarar estos dos términos dentro del diseño gráfico a continuación consta un ejemplo de una comparación entre una imagen digital e ilustración gráfica de dos afiches culturales basada en los principios de Manovich:

Digital:

Imagen digitalizada



Año:2001

Analógico:

Ilustración gráfica



Año:1998

- La codificación numérica permite la manipulación y la programación además la automatización de ciertos procesos por medio de la utilización de filtros. Debido a que una imagen contiene pixeles, estos pueden ser manipulados en forma separada.
- La imagen utilizada aquí tiene una manipulación en los rostros de las muñecas además del tono de color de fotografía.

- No tiene una codificación numérica lo que no permite la manipulación y la programación, los procesos no son automáticos debido a que son en forma manual. El dibujo es un todo, no se puede separar sus partes ni modificarlas.
- La ilustración tiene colores planos, sin sombras ni efectos, ni manipulación en el color.

De esta manera, y como se menciona anteriormente, en la actualidad está presente lo digital en el diseño gráfico. Sin embargo se necesita un análisis de las consecuencias que ha traído este cambio. Para responder a la pregunta central de esta investigación, se han tomado dos aspectos muy importantes relacionados con la repercusión del paso de lo analógico a lo digital: la formación del diseñador y el proceso creativo.

### **1.2.1 La formación del diseñador gráfico antes y después de la digitalización**

Antes de analizar el paso de lo analógico a lo digital en la formación del diseñador gráfico, es necesario conocer cómo se inició el diseño gráfico en el país.

En 1970 el diseño gráfico en el Ecuador estaba en manos de arquitectos, dibujantes y artistas plásticos. Existía una necesidad de creación de logotipos y material publicitario, pero no había el diseño gráfico como profesión. Entre 1980 y 1990 es cuando se fundan los primeros institutos de enseñanza del diseño gráfico. El diseño editorial tiene un gran impulso con el nacimiento de las primeras editoriales, la circulación de revistas y con la aparición del primer periódico a color. Hay importantes avances tecnológicos en las áreas del diseño y en las técnicas de impresión, a raíz de la utilización de computadoras y programas específicos de diseño gráfico (Historia del Diseño Gráfico del Ecuador, 2010).

A partir del año de 1990 se puede hablar sobre el diseño gráfico como profesión. De esta forma, hacia el año 2000 la mayor parte de la población ecuatoriana ya tenía acceso a un computador.

En 1985 se crea el Instituto Metropolitano de Diseño con la oferta de tecnologías en todas las áreas del diseño, con una duración de tres años de estudio. En la actualidad ofrece dentro del área de diseño gráfico el título de tecnologías con materias divididas en tecnológicas, básicas y humanas. El área tecnológica o programas de diseño tienen una mayor carga horaria en el último semestre. La Universidad Tecnológica Equinoccial del Ecuador empieza a ofrecer la carrera de técnico en diseño gráfico publicitario en 1986. El título de técnico en diseño gráfico publicitario se obtenía después de dos años de estudios. En la actualidad, la UTE ofrece la ingeniería de diseño gráfico con cinco años de estudios, en donde se empieza con la enseñanza de programas de diseño a partir del primer nivel de estudios, dando énfasis a la parte publicitaria.

En 1994 la Pontificia Universidad Católica de Quito empieza a ofrecer la

licenciatura en Diseño Gráfico creando la Facultad de Arquitectura y diseño. En la actualidad, ofrece el título de Diseñador con distintas menciones como diseño visual en 8 semestres. Dentro del Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) creado en 1966 se empiezan a brindar cursos cortos en diseño gráfico a partir del año 2000 aproximadamente. Los cursos eran enfocados al aprendizaje de los principales software de diseño sin bases teóricas. En la actualidad existen dos tipos de diseño: el diseño digital y el diseño manual, el primero consta de 4 módulos cada uno de 45 horas designado a los programas: Illustrator, Photoshop, Indesign, Corel Draw. El segundo tiene 5 módulos destinados a distintas áreas manuales relacionadas con el diseño gráfico como: dibujo, pintura, etc.

Esta información fue obtenida de las páginas Web de cada institución. Se han tomado en cuenta las principales y más antiguas universidades e institutos.

Con respecto al tema, una de las personas entrevistadas, que lleva más de 20 años en el área del diseño gráfico, comentó algunos datos importantes de cómo inició en el país el diseño gráfico.

Hace 22 años, apenas estaba empezando el diseño gráfico. Aquí no había diseñadores formados. En 1987 aparecía la Macintosh aquí en Quito. Antes todo el diseño gráfico lo hacías a mano, los libros y revistas se hacían con maquetas absolutamente todo a mano. Solo había dos sitios donde levantaban textos. Era un trabajo de relojería el corregir los errores. Luego salió el computador a color primero de 40 MB, que te servía para el texto, pero las imágenes tenías que pegarle y el resto era trabajo de fotomecánica. Todo un trámite. En 1990 un cliente quería que se ponga una foto en transparencia al fondo. Aquí eso era muy difícil, recurrimos a otros diseñadores que habían estudiado en otros países, pero a la final, le solucionamos en forma manual. Teníamos que ser más creativos en ese entonces. Los afiches se dibujaban, no se podía usar fotos era muy difícil, había un scanner



en Quito, y era muy costoso y se demoraba mucho, y la calidad no era buena (F. Cárdenas, comunicación personal, julio 2011).

Por otro lado, el diseñador gráfico Silvio Giorgi (2008) opina que el boom del diseño gráfico en Ecuador ha sido durante los últimos diez años y comenta lo siguiente:

El resurgir del diseño se dio tal vez a partir de la aparición de escuelas de diseño en el país. Y fue a principios de los 90 que egresaron las primeras promociones de diseño sobre todo en Quito. Eran pocas las escuelas o institutos de diseño que ofrecían una profesión que no pasaba de un título tecnólogo. La mayoría de ellas en algunos casos contaban con personal docente extranjero o que había estudiado afuera, pero en otros los profesores dejaban mucho que desear. De todos modos eran las únicas con las que se podían contar para iniciar la carrera. Cuando los diseñadores se graduaban después de casi tres años de estudios las oportunidades de conseguir un trabajo con el cual se pudiera crecer en experiencia y profesionalismo, eran bastante limitadas (Giorgi, 2008).

Se puede observar que el inicio del diseño gráfico como profesión coincide con la aparición del computador. Antes el diseño gráfico estaba en manos de artistas plásticos que lo hacían en forma manual. La formación del diseñador gráfico inicia con una visión técnica que prioriza al uso del computador y sus herramientas sobre la parte comunicacional. En la actualidad están desarrollando cambios en el área con nuevas propuestas académicas que dependen de cada institución educativa. Sin embargo, no existe una propuesta clara de formación del diseñador gráfico como comunicador.

La profesionalización del diseño gráfico que se ha dado en países como Ecuador no habría podido darse sin el desarrollo tecnológico que ha experimentado el país en las últimas décadas. Desarrollo tecnológico que ha modificado también el perfil de los

diseñadores gráficos, puesto que al contrario de lo que ocurría antes de la existencia del computador y programas del diseño, hoy en día cualquier persona que quiera desempeñar esta profesión debe tener principalmente conocimientos avanzados de informática.

En el anexo 1 se puede observar el perfil de diseñador que la mayoría de empresas solicitan. Perfil basado principalmente en los conocimientos avanzados de programas de diseño. Esta es una de las consecuencias del paso de lo analógico a lo digital. Sin embargo, y teniendo en cuenta también algunas de las entrevistas efectuadas, ocurre que diseñadores llegan al área profesional con conocimientos básicos de los programas de diseño, puesto que parece ser que la demanda del cliente no es tan exigente, tal como se deduce del contenido de la siguiente entrevista, realizada a uno de los trabajadores de una imprenta en Quito:

El cliente dice cómo quiere el diseño, dice los colores, tipos de letras, etc. La mayoría de imágenes son bajadas del Internet, la mayoría de imágenes se recortan en Photoshop. Los colores son seleccionados por el cliente (Christian Mina, comunicación personal, mayo 2012).

Este entrevistado siguió un curso corto de programas de diseño que le permitió acceder a un trabajo, sin embargo por lo que señala se observa que no tiene los conocimientos suficientes de composición para poder desarrollar una pieza correctamente. En este sentido, Yáñez (2012) afirma:

Hay un movimiento de diseñadores y de arte que es necesario de que se tome en serio el diseño. En las imprentas no se regale el diseño. En las imprentas lo toman como un trabajo más, es un trabajo mecánico que lo hacen en forma rápida. Por ejemplo utilizan un mismo

logotipo para varios anuncios cambiándole algún detalle. Tratan de tener fórmulas para diseñar por la gran cantidad de volumen de trabajo. En las imprentas siempre ha sido así, es una producción masiva y muy similar , los diseños son rápidos y mal realizados. Pienso que el diseñador debe diseñar y que la imprenta debe imprimir, debe haber ahí una división clara del trabajo (S. Yáñez, comunicación personal, julio 2012).

Granda (2012) dueño de una imprenta en Quito y diseñador empírico por 15 años del Diario el Hoy señala que hay un grupo de personas a los que él denomina Imprintereros que trabajan solamente con conocimientos informáticos y no de composición y comunicación.

Hay muchos imprintereros que piensan que el diseño es manejar los programas. Diseño es crear, cuando un diseñador se sienta frente a una máquina y no hace un proceso de boceto manual significa que no está pensando, que está esperando a que la máquina, los programas y sus efectos le van a dar. Todo diseñador está obligado por ética profesional a desarrollar un boceto manual para que plasme una idea y después utilice la herramienta (Rubén Granda, comunicación personal, julio 2012).

Concluyendo, en la formación del diseñador gráfico, se da una mayor importancia al dominio del programa que a conocimientos básicos sobre comunicación visual. Es decir, se impone la tecnología sobre la comunicación, que viene a ser la parte principal de un diseño. Además, el paso a lo digital influyó en la definición del perfil profesional del diseñador gráfico, puesto que las empresas buscan profesionales señalando una gran importancia en conocimiento informáticos más que en la parte comunicacional. Por otro lado, se pueden encontrar diseñadores creando piezas comunicacionales con conocimientos básicos de diseño y que no aplican las teorías de composición y comunicación como se

observó en la entrevista de Christian Mina (2012) y en el comentario de Rubén Granda (2012).

El resultado final de cualquier pieza gráfica depende de un proceso creativo que todo diseñador sigue. Cabe resaltar que con el uso del computador, este proceso ha cambiado. Según las entrevistas realizadas, se puede afirmar que antes de la llegada del computador, aproximadamente en el año 1987 (Freddy Cárdenas, comunicación personal, julio 2011), el diseño gráfico era un trabajo manual y bastante laborioso. Sin embargo, a partir de la llegada del computador los procesos de diseño e impresión se fueron simplificando hasta el año 2000 aproximadamente, donde el auge de la tecnología, es decir del uso del computador influyó de una gran manera en el diseño gráfico.

### **1.2.2 El proceso creativo del diseñador antes y después de la digitalización**

La creatividad de una persona radica en la conjunción de una actitud, un conjunto de aptitudes y una manera de trabajar siguiendo un conjunto de reglas, técnicas y métodos. La creatividad de un resultado del proceso de creación (pensamiento, objeto o servicio) radica en la consecución de determinadas características (Guilera, 2011:17).

Todos los seres humanos tenemos una capacidad creativa y en el caso del diseño gráfico esta creatividad debe ser utilizada para realizar una pieza gráfica emitiendo un mensaje por medio de elementos visuales. A diferencia del arte, el diseño gráfico debe cumplir una función, la de comunicar. Precisamente por este motivo el proceso creativo influirá en la producción y en el consumo. Cada diseñador tiene un proceso creativo que puede ser similar o diferente.

Las etapas del proceso creativo consisten en: 1) detectar un problema, una necesidad, una insatisfacción, una insuficiencia o una molestia; 2) presentarlo a la mente con claridad (ya

sea imaginándolo, visualizándolo, suponiéndolo, meditándolo, analizándolo o contemplándolo) y luego 3) originar una idea, concepto, noción o esquema para solucionarlo según acciones nuevas no convencionales. Supone estudio y reflexión seguidos de una evaluación y una realización final (Guilera, 2011:41).

El proceso creativo dependerá de varios factores, entre estos: la formación y la experiencia. En el caso del diseño gráfico y relacionado con el proceso anteriormente mencionado, el primer paso es la detección de un problema comunicacional, como por ejemplo la difusión de un evento cultural. El segundo paso sería el pensar en la mente o a través de un boceto los elementos de composición que se van a utilizar: tipografía: arial black; colores: tonos marrones; imágenes: del artista principal, ilustraciones, mensaje, etc. El tercer paso es el origen de la idea o concepto y su realización final, es decir, en la actualidad la digitalización de la imagen y su diagramación en los programas de diseño para posteriormente llegar a la impresión.

El paso de lo analógico a lo digital influye también en el proceso creativo. Así, antes de la digitalización el proceso creativo dependía totalmente del trabajo humano. Antes de la existencia del computador era un proceso largo y manual.


El diseñador de esa época tenía que preocuparse por todo, sobre todo por el hecho de que no debían ser diseños complicados, ya que el imprimir era otro problema, había que hacer todo a mano, en el caso de utilizar imágenes había que dejar un espacio y en el lugar donde imprimían colocaban la imagen y le daban color. Por esto yo prefería dibujar a mano todo (JL. Barragán, comunicación personal, mayo 2011).

Antes, no habían las máquinas de ahora, se hacían los trabajos en clichés (moldes de metal), tipografías. Antes se trabajaban con películas, se tapaban, se destapaba, habían degrados de distintas tramas pero eran limitados. Había que hacer artistas para sacar los tonos exactos (Freddy Cárdenas, comunicación personal, julio 2011).

Antes de la digitalización el proceso creativo se realizaba en base a bocetos, pruebas de color, pruebas de tipografía, etc. El primer paso era igual que en la actualidad pero había una clara separación y diferenciación entre el segundo y tercer paso, es decir entre la selección de elementos y visualización del trabajo antes de la producción final. La visualización del trabajo generalmente se la realizaba a través de bocetos manuales. El diseñador se veía obligado a buscar soluciones con los recursos existentes con limitaciones tecnológicas. Todo era realizado manualmente, debido a que las piezas gráficas no estaban digitalizadas, es decir que no contenían códigos numéricos. La modificación, almacenamiento, etc era un trabajo largo y complicado. Por ejemplo, si existía un error era muy difícil de corregirlo, tomaba mucho tiempo. Sin embargo, en la actualidad se puede hacer de una forma sencilla con la utilización de pocas teclas. Antes de la digitalización se puede decir que el proceso creativo partía desde cero. Ahora hay otro proceso u otra lógica. En la actualidad la creación ha sido sustituida por la selección, de filtros, efectos, plugins encontrados en los menús del programa. Aunque el software no impide a los usuarios a crear desde cero, su diseño, a todos los niveles, hace natural seguir una lógica diferente, que es la de la selección (Manovich, 2005: 184).

La creatividad y la inspiración no ha cambiado, pero por ejemplo ahora con el Internet, se puede meter a un banco de imágenes, se observa y a veces sale una idea. Por un lado es una ventaja, sin embargo es una herramienta poderosa, Tu vas a regenerar y apropiarte y generar otro. Pero yo siempre les digo a los diseñadores jóvenes que trabajan conmigo, que si encuentran algo, no usen la imagen, que se obliguen a hacer, y si van a copiar, copien bien, es decir que saquen lo mal y lo mejoren malo al final, toda creación está inspirada en algo que ya esta hecho (JL,Barragán, comunicación personal, mayo 2011).

A continuación se detallan ejemplos de un proceso creativo en la actualidad con el uso del computador:

|   |   |
|---|---|
| <p>Afiche cultural realizado para Casa de la Cultura. Año: 2010</p>               | <p>Proceso creativo:</p>  |
|  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Entrevista con cliente: Casa de la Cultura y determinación del problema: difusión de evento de danza.</li> <li>2.- Selección de imagen: bailarina, colores, tipografía, mensaje.</li> <li>3.- Utilización de computador: Retoques de color en imagen. (programa Photoshop). Digitalización de imagen e ilustración en computador. (Aplicación de filtros y efectos en Illustrator)</li> <li>4.- Prueba de varios colores y tipografías en programa Illustrator.</li> <li>5.- Prueba de ubicación de elementos.</li> <li>6.- Aprobación cliente</li> <li>7.- Impresión</li> </ol> |

Otro proceso creativo es el que a nivel académico yo como docente enseñé a los estudiantes de diseño gráfico. Sin embargo mediante la observación que he realizado a mis estudiantes al momento de desarrollar piezas gráficas, he observado la existencia de los mismos pasos mencionados por Guilera pero en un orden distinto.

Por ejemplo: En clases de Photoshop les envié a realizar un afiche de un concierto, les doy el nombre del grupo artístico, datos principales del evento y otras particularidades como: formato, herramientas recomendadas, etc. Este sería el primer paso. Después los estudiantes ingresan directamente el programa de diseño y a la vez que se descargan imágenes y tipografías, van probando colores, otras tipografías, ubicación de elementos, texto, etc.


En este ejemplo se observa que los pasos dos y tres se mezclan y muchas veces cambian de orden o se los realiza al mismo tiempo. Como mencioné anteriormente no todos los diseñadores gráficos tienen el mismo proceso creativo. Sin embargo, el uso del computador ha traído como consecuencia la modificación de estos procesos creativos,

tomando en cuenta que en el segundo y tercer paso señalado por Guilera se observa la automatización de los procesos. Cada diseñador puede tener un distinto proceso creativo.

A continuación está un ejemplo de un proceso creativo distinto al anterior en donde se observa la importancia que se le da al trabajo manual antes del uso del computador. Este proceso ha sido y es actualmente utilizado.

Actualmente yo sigo pensando que debe haber un proceso creativo largo, generalmente en mi taller para el diseño de un afiche hacemos entre 40 a 50 bocetos, después nos reunimos y de esos seleccionamos 30, de los 30 seleccionamos 10 y de ahí tres. Las tres opciones le presentamos al cliente, y seleccionamos al mejor. Después de todo este proceso habiendo seleccionado ya colores, tipografías e imágenes, se comienza a digitalizar. Ósea, el computador es al final, para mí es solamente una herramienta y cada vez que me siento tentado a exprimirle todo el jugo a la tecnología, prefiero alejarme, frenarme y regresar a la base (JL. Barragán, comunicación personal, mayo 2011).



| Afiche cultural realizado por: JL Barragán  | Proceso Creativo   |
|---|--|
|  <p>The poster features a central image of a dagger with a red stain at its tip. The background is black with white handwritten text in Spanish. At the bottom, the word 'Hamlet' is written in a large, white, cursive font. Below it, smaller text reads 'Adaptación libre sobre la obra de William Shakespeare'. On the left side, there are two columns of text: 'Actuación: Antonio Camacho' and 'Escrito en español: Susana Portales'. On the right side, there is another column of text: 'No voy a olvidar, de pronto, cómo, o de qué forma, Camacho, Humboldt, Portales y Camacho son'.</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Realización de 20 bocetos a mano</li> <li>2.- Selección de mejor boceto</li> <li>3.- Toma de fotografía con cámara</li> <li>4.- Digitalización de imagen y texto</li> <li>5.- Composición en computador</li> <li>6.- Impresión</li> </ol> |

Con estos ejemplos se observa que los procesos creativos antes y después de la digitalización varían dependiendo de cada diseñador. En la era analógica sin el uso del computador, por obligación el proceso creativo era más largo y se debía tomar en cuenta en mayor medida la preselección de elementos debido a la dificultad de modificación. En la actualidad existe en algunos casos una menor distancia entre la selección de elementos previos al uso del computador. En Diseño confluyen arte, ciencia y tecnología, con la cual tenemos conjunción de los tres aspectos mencionados. Un objeto bien diseñado se volverá obsoleto si sirve a funciones tecnológicas ya superadas, pero su belleza puede ser imperecedera (Guilera, 2011:23).

Además se debe tomar en cuenta que a pesar de las diferencias entre los procesos creativos el resultado o producto final es lo importante, en el caso del diseño gráfico el

comunicar el mensaje en forma acertada es lo primordial.

Por estos motivos el diseñador tiene una gran responsabilidad al crear un diseño porque la composición de elementos visuales debe cumplir con un objetivo comunicacional, pues estos mensajes pueden llegar a formar lentes que configuran la cultura y pueden predecir e inventar el futuro (Pelta, 2004:193). De esta manera el diseñador es un comunicador que, por medio de elementos visuales, es capaz de crear un mensaje que puede trascender en el tiempo al momento de seleccionar imágenes, texto, colores y demás elementos visuales para emitir de forma correcta un mensaje al público logrando que la connotación de estos elementos sea lo más cercano al mensaje que se quiere expresar.

El diseñador, al momento de crear mensajes, está sujeto a otros factores, como es el caso de los gustos del cliente y del modo de ver de las personas a quienes va dirigido el mensaje, factores que influyen también en su responsabilidad de comunicador y que se relacionan a lo ya mencionado sobre la connotación de los elementos. Un elemento visual puede tener un número infinito de connotaciones a lo que Berger llama distintos “*Modos de Ver*”. Berger señala que toda imagen encarna un modo de ver, pero nuestra percepción o apreciación de una imagen depende también de nuestro modo de ver (Berger, 2010:13).

Para Berger la percepción de algo, que puede ser un afiche y sus elementos, dependen de la percepción que tenga la persona. Esta percepción estará influenciada por otros factores y características como, por ejemplo, el contexto en el que se desarrolla la persona, el lenguaje, el nivel de educación, etc. Es por esto que se recalca en la idea de que el crear un diseño es un proceso que debe ser planificado y correctamente desarrollado para emitir claramente el mensaje.

Los elementos del proceso que está detrás de un diseño son desconocidos por algunas personas, por lo que, en algunos casos, se piensa que es una tarea fácil que no

requiere mucho esfuerzo. Por otro lado, con el desarrollo tecnológico y la facilidad de acceso a las herramientas de diseño, existe una tendencia a crear diseños sin tener un conocimiento previo sobre la teoría del diseño y se enfatiza en utilizar las herramientas, colocando los elementos intuitivamente y logrando resultados, que en la mayoría de los casos, no cumplen el objetivo (Costa, 2008).

La realización de un diseño consiste en un proceso que es determinado por el diseñador. Sin embargo, algo que sucede en todo proceso es el acto creativo que está detrás del producto final. La creatividad es una característica propia del ser humano y es utilizada en varias formas, en el caso del diseñador, es utilizada para componer un objeto comunicacional en base a la composición de elementos visuales.

En otras palabras y en base a lo dicho por Costa, este proceso creativo depende del contenido y fuerza comunicativa y no solamente de los elementos que la componen. Es decir, se depende del proceso creativo para poder lograr el objetivo de comunicar en una forma clara y de esta manera captar la atención del público.

Resumiendo, puede decirse que antes de la aparición del computador y de la tecnología en general, los diseños tomaban más tiempo, se utilizaban mayor cantidad de recursos físicos, la reproducción dependía de muchos más elementos y principalmente todo era realizado manualmente (el bocetaje manual era imprescindible antes de la presentación del diseño final). Ahora, con el desarrollo tecnológico la producción de elementos del diseño es realizada de manera más rápida, con una enorme facilidad de manipulación, corrección, reproductibilidad y en general, con una gran dependencia de aparatos tecnológicos. Con las nuevas tecnologías el diseño gráfico se ha transformado, existiendo mayores facilidades en muchos aspectos y una gran variedad de opciones de herramientas.

En lo que se refiere al proceso creativo, se puede hablar de una mezcla dentro de los procesos creativos, al igual que la mezcla en la producción, en la actualidad ya no se

puede hablar de la creación desde cero, sino de una modificación de algo que ya está creado (Manovich, 2005: 84) .

La originalidad del diseño dependerá de la recreación de elementos ya creados en la mayoría de casos y no de la invención de algo totalmente originado desde cero.

Personalmente pienso que el proceso creativo debe dar la importancia necesaria a la selección de elementos y principalmente a la difusión del mensaje, previo al uso de efectos, filtros, etc. de un programa de diseño. También hay que tomar en cuenta la formación del diseñador y la llegada de la tecnología al país como una causa para el origen del diseño actual Manuel Castells menciona que hay tres etapas de la adaptación al uso de las nuevas herramientas tecnológicas (Castells, 1999: 59).

Finalmente, por observación realizada, debido a que el diseño gráfico es una profesión y actividad relativamente nueva en el país, comparado con el resto del mundo, quizá todavía estamos en la segunda etapa, la de experimentación de los usos, en donde la seducción y experimentación de estas herramientas son una parte principal en el proceso creativo (Wolton, 2000: 99).

## **CAPÍTULO II**

### **DISEÑO DE LOS AFICHES CULTURALES. DE LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA A LA IMAGEN DIGITALIZADA**

#### **2.1 Los afiches**

El afiche nace como un medio comunicativo eficaz. Los anuncios y programas de teatro, con su contenido predominantemente tipográfico, fueron una versión primitiva del cartel, que ganó popularidad después de inventarse la litografía. Posteriormente se usaron afiches para la propaganda política, durante la revolución francesa, después y durante los últimos 30 años el arte del afiche ha progresado aún más (Dalley, 1980:13).

Afiche es un término que proviene del vocablo francés *affiche* . Es una lámina de papel o de otro material en la que hay textos o figuras que se exhiben con diversos fines. Puede ser una lámina que promociona un producto, un servicio o un evento. En este caso, los afiches buscan atraer la atención de los potenciales consumidores o clientes. El afiche es una forma de publicidad. No es un libro, no trata de explicar o desarrollar un tema, pretende más bien crear un impacto emotivo que reviva o instale ideas, o que ayude a crear ambiente o inquietud por el tema. Las cualidades que debe tener un buen afiche son: ser llamativo; debe entenderse a primera vista; comunica un mensaje de interés; se grabará en la memoria.

El afiche no es solo el anuncio más difícil de hacer, como dicen los publicitarios, debido al escaso tiempo que tiene el mensaje para atraer y seducir a los peatones y automovilistas que no se detienen para contemplarlo, sino que también representa, en relación con los elementos que básicamente son los mismos que desde hace cien años atrás, uno de los mayores logros artísticos de la publicidad y el diseño gráfico (Borrini, 2006:119).

El afiche es algo que forma parte de nuestro mundo visual diario. El afiche ha creado su propio lenguaje, su estilo aceptado por todos.

En Quito, una ciudad donde durante todo el año, al igual que en otras ciudades del mundo, se dan diferentes tipos de eventos culturales, el afiche ha sido y es actualmente utilizado para la difusión de estos eventos. Es así como en Quito se pueden encontrar varios afiches de todo tipo de eventos culturales que reflejan la realidad cultural de una sociedad. Los afiches observados se encuentran en sitios públicos, calles, paredes de edificios en construcción, paradas de buses y sitios de eventos culturales, restaurantes, etc.

Como ocurre con los afiches culturales de cualquier sociedad, el afiche cultural en Quito refleja a la sociedad quiteña, puesto que todas las manifestaciones culturales tienen elementos propios, rasgos que a la vez son utilizados por los diseñadores para crear afiches y difundir sus eventos.

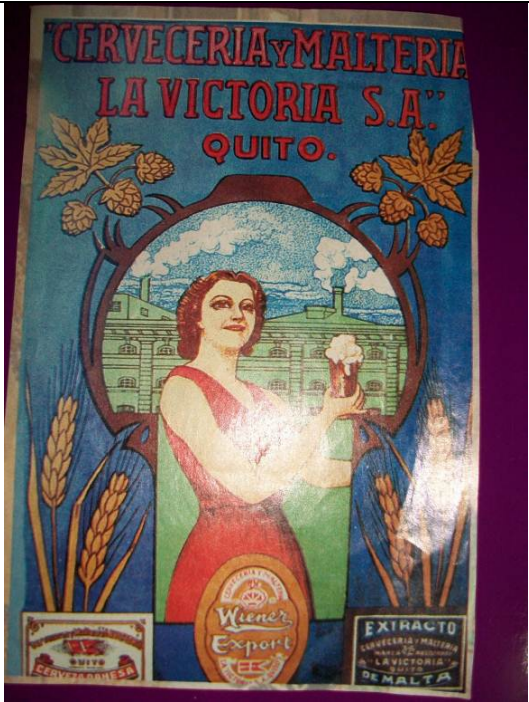

Los elementos de un afiche son principalmente las ilustraciones, las imágenes, el texto o tipografía y el color.

## **2.2 La ilustración gráfica y digital**

La ilustración gráfica es uno de los elementos del afiche. Antes de la digitalización, las ilustraciones junto con la tipografía eran los elementos primordiales. Los afiches eran obras de arte, ya que estaban realizados en su mayoría por artistas plásticos y con distintos materiales como pluma, tinta, óleo, etc. En la actualidad la ilustración realizada a mano se digitaliza a través de un escáner o directamente con el uso del ratón en programas como Illustrator. En este caso las ilustraciones son formadas por vectores. Como se mencionó anteriormente, la digitalización consiste en pasar lo analógico, que será una ilustración gráfica, a lo digital, que sería una ilustración digital. Las líneas continuas realizadas a

manos son remplazadas por los vectores, que son puntos que forman líneas a través del uso del computador.


A continuación se observa un afiche con ilustración digital y otro con gráfica:

| Ilustración a mano: gráfica  | Ilustración digital  |
|--|--|
|    |   |
| <p>Año 1900.<br/>Afiche promocional de cerveza.</p>  | <p>Año: 1991</p>   |
| <p>Fuente: “Quito, año 1900. La Cervecería La Victoria abrió sus puertas en la zona quiteña conocida como la Quebrada de Jerusalén sector próximo a El Panecillo” (María José Játiva)<br/><a href="http://mjativa.blogspot.com/2011/04/antiguo-afiche-promocional-de-la.html">http://mjativa.blogspot.com/2011/04/antiguo-afiche-promocional-de-la.html</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Influencias gráficas de Art Nouveau.</li> <li>- Ilustración a mano, colores planos. Sin efectos.</li> <li>- Al parecer la técnica utilizada es la serigrafía (técnica manual de impresión)</li> </ul> | <p>Fuente: <a href="http://www.azucaingenio.com">http://www.azucaingenio.com</a>. Agencia de diseño gráfico “AZUCA INGENIO GRAFICO”<br/>- Ilustración, colores planos sin efectos.</p> |

En estos dos ejemplos se observa la diferencia entre los dos tipos de ilustración mencionados anteriormente. Realizando un análisis general la ilustración gráfica en el caso

del afiche de cerveza tiene líneas menos precisas comparadas con la ilustración digitalizada del otro afiche. Cabe recalcar que una ilustración realizada a mano podrá tener una gran precisión en sus trazos. La diferencia radica primeramente en que la una se compone de líneas y la otra ilustración de vectores que facilitan la modificación.

A continuación algunos ejemplos de afiches realizados con ilustración gráfica e ilustración digital:

|  |  |
|--|--|
| <p>Año: 1993</p>   |    |
| <p>Fuente: Bar- Restaurante: Pobre Diablo<br/> Técnica: oleo<br/> Ilustración manual</p>                                   |  |
| <p>Año: 1988</p>   |  |
| <p>Fuente: Fotografía tomada Bar Restaurante "Pobre Diablo"<br/> Ilustración digitalizada, colores planos, sin efectos</p> |  |

La ilustración gráfica tiene su total participación a partir de la creación del libro. Ha



servido como complemento narrativo en libros y manuscritos, desde los más antiguos pergaminos ilustrados como es “El libro de los muertos” que data aproximadamente del año 1900 A.C. Por otra parte, la invención de la imprenta con tipos móviles a finales del siglo XV, amplió las posibilidades de la ilustración y su reproducción (Dalley, 1980:10).

La ilustración gráfica se refiere a la ilustración realizada a mano. Como se menciona anteriormente, antes de la existencia del computador, el trabajo del diseñador era realizado a mano, por medio de varios materiales que se utilizaban para la ilustración gráfica, como por ejemplo el lápiz, la pluma, óleo, acuarela.

Hasta la primera mitad del siglo XX, la ilustración había sido uno de los principales elementos del diseño gráfico y a partir de la década de 1950 fue perdiendo terreno frente a la fotografía. En la década de 1990, con el software de tratamiento de imágenes y la fiebre tipográfica, la obsesión colectiva con la palabra como imagen, la ilustración, que consiste en gráficos, quedó prácticamente arrinconada (Pelta, 2004:115). En cuanto a la publicidad y la ilustración, fue en la segunda mitad del siglo XIX cuando la publicidad en revistas, periódicos y carteles adquirió categoría propia (Dalley, 1980:12).

Es claro que la ilustración gráfica hoy en día se digitaliza para poder modificar y colocar en una composición visual. La ilustración digital usa herramientas digitales, comúnmente una computadora y diversos software o programas que ayudan a generar, retocar o complementar imágenes y archivos digitales bajo sus propias formas de trabajo o que imitan a la ilustración tradicional y sus técnicas.

El momento determinante en el nacimiento de la ilustración digital es a finales de los años ochenta, cuando la compañía Adobe Systems implementa el uso del formato Postscript como base de los sistemas de Autoedición o "edición de escritorio", un formato que traslada y traduce los pixeles y vectores en puntos de impresión.

En este sentido, el uso de la ilustración gráfica fue remplazado por la ilustración digital. Sin embargo, en la actualidad se ha observado que en los afiches, además de la ilustración digital, predomina la imagen fotográfica que al igual que la ilustración, pasó de ser una fotografía analógica a una digitalizada, es decir, transformada en píxeles.

### **2.3 La imagen**

Actualmente, el uso de imágenes dentro de la comunicación ha aumentado en gran medida. Es muy difícil encontrar un anuncio que no utilice imágenes como un elemento principal dentro de la composición del anuncio.

El número de publicaciones plagadas de imágenes es el resultado de meras propuestas estéticas dirigidas a lo que algunos autores han llamado la generación visual (Pelta, 2004:141).

Para Pelta (2004:141) este aumento del uso de la imagen como ícono dentro de la comunicación se relaciona con el cambio generacional. Antes de la TV y de otras tecnologías, el uso de imagen en anuncios era escaso. La digitalización trajo consigo la rapidez y facilidad de colocar una imagen en un papel, teniendo la opción de modificarla.

Las personas también se acostumbraron a la imagen de forma rápida debido a su contenido icónico y la cromática. De esta manera, la imagen fue introduciéndose poco a poco en la mente del público lo que justifica que actualmente se utilicen una gran cantidad de imágenes.

Una imagen es una visión que ha sido recreada o reproducida, es una apariencia, o conjunto de apariencias que han sido separadas del lugar y del instante en que aparecieron por primera vez y es preservada por unos momentos o unos siglos (Berger, 2010:15).

Esta actividad creativa compleja, primeramente es captada por el sentido de la vista, es decir, tiene una base sensorial. Además, es una representación visual

representada a través de diseños, pinturas, grabados, cine, etc. En este caso las imágenes son objetos materiales que representan el mundo visual.

La imagen puede estar en la mente, es decir, se manifiesta a través de visiones, sueños, es decir, puede ser inmaterial. Sin embargo estos dos tipos de imágenes siempre están relacionados entre sí. Para la creación de una imagen material, se necesita haber tenido algún tipo de representación mental.

La imagen es un signo visual que representa la realidad y comunica. Además, la imagen, es una acción creativa sensorial, es decir, un objeto material. Tiene un complicado proceso subjetivo desde su creación, representación mental y material, cuyo objetivo es comunicar; pero también sirve como un reflejo de las sociedades, su situación actual, que en muchos casos altera pensamientos y emite emociones. La imagen así concebida, y principalmente cuando se la utiliza con el fin de comunicar, no es simplemente un objeto seleccionado al azar, sino que es un importante elemento dentro de la comunicación visual que, como se mencionó anteriormente, impacta, comunica y preserva.

La característica principal de la imagen actual, digital, es la posibilidad de modificación. Los códigos numéricos representados por píxeles son los que contienen la información necesaria para su modificación.

En este sentido, Pelta propone que el diseñador se ocupe de todo lo que tiene que ver con la recepción del diseño, en este caso si el público pertenece a una generación visual. El diseñador debe utilizar elementos que atraigan a la vista, lo que justifica el uso de la imagen en la actualidad. Otro punto importante es que en la actualidad cualquier persona tiene acceso a una cámara fotográfica y puede obtener una imagen en segundos y digitalizarla y muchas veces modificarla sin necesidad de ayuda profesional. En la

antigüedad para colocar una imagen en un afiche se necesitaba de ayuda de un fotógrafo profesional.

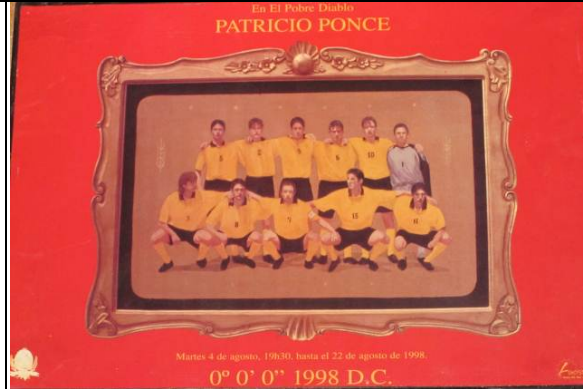
### 2.3.1 La digitalización y la imagen

Uno de los elementos observados en los afiches actuales es la fotografía, como una imagen digital. Por experiencia personal, en algunos casos la imagen es el elemento visual que se utiliza como llamado de atención para el público sobre el mensaje que se quiere comunicar, dependiendo de la cromática, ubicación y formas, esta imagen se relacionará directamente con el mensaje. Una imagen puede tener distintos significados y connotaciones que dependerán de factores externos distintos a los del creador de ésta.

A continuación se exponen ejemplos de fotografías en afiches culturales:

|   |   |
|---|---|
| Año: 1997   |  <p><b>SANDRA CORREA</b><br/>MI PODER EN LA REPRODUCCION</p> <p>Presentación del cofre de 10 discos compactos<br/>Obra de apropiación de textos visuales de Alexis Moreano Banda</p> <p>Jueves 16 de enero de 1997 a las 20h30<br/>Bar EL POBRE DIABLO (Santa María 335 y Juan León Mera)</p> <p>Diciembre 1997</p> |
| Fuente: Bar- Restaurante: Pobre Diablo; Fotografía con efectos; Influencia estilo Pop Art |   |

Año: 1998



Fuente: Fotografía tomada Casa de la Cultura Ecuatoriana  
- Fotografías sin efectos insertada en un marco clásico (montaje)

A pesar de que la imagen existe y está presente desde hace varios años, en la época actual se observa una utilización constante de imágenes estáticas y dinámicas generadas por diseñadores o personas comunes utilizadas como medio de comunicación o simplemente de representación. En efecto la utilización de imágenes se generaliza y, ya sea que las miremos o que las fabriquemos, a diario nos vemos llevados a utilizarlas, a descifrarlas, a interpretarlas (Joly, 2009:14).

Esta saturación de imágenes tiene varias causas, principalmente, como se mencionó anteriormente, es el aumento a la accesibilidad y uso de una cámara fotográfica. Ahora, cualquier persona puede captar una imagen digital desde una cámara portable o desde un teléfono celular, computador, etc. Esta accesibilidad es una característica de la época actual. Ya sea para uso personal o para comunicación la captura de imagen está al alcance de todos. La imagen es una herramienta de comunicación entre las personas, puede servir también para interceder entre el ser humano y el mundo mismo. En este caso, no se considera tanto el aspecto comunicativo de la imagen sino como producción humana que tiende a establecer una relación con el mundo (Joly, 2009:67).

La accesibilidad que antes se menciona tiene que ver con esta relación que una imagen da con el mundo. Las personas, en general, utilizan las imágenes para poder

obtener un recuerdo de momentos específicos que formaría una relación con el mundo y el instante preciso en el que se captura la imagen. En este caso, las imágenes, como bien dice la autora, no dan mucha importancia a la parte comunicativa. Sin embargo, imágenes que se observan en la ciudad en anuncios publicitarios, entre estos los afiches, deben cumplir una función totalmente comunicativa debido a que son expuestas al público en general y de una u otra forma emiten un mensaje.

Generalmente, las imágenes son manipuladas en el programa de computación Photoshop en donde las imágenes son distribuidas en capas a las que separadamente se pueden aplicar distintos efectos y modificar a libre elección.

Antes de la existencia de estos programas y del computador la técnica del collage era utilizada a niveles artísticos manejando una gran variedad de materiales, sin embargo dentro del diseño se aplicaba en forma manual pero su impresión era compleja. Es por esto que en un inicio la utilización de texto predominaba sobre la utilización de la imagen.

A pesar de que el texto es otro elemento importante dentro de lo que es la comunicación y composición visual, se ha demostrado que la imagen y el texto son complementarios. En este trabajo se pretende analizar la imagen antes y después de la digitalización, debido a que la imagen es el elemento predominante en cuanto a su uso y manipulación en los anuncios que se observa en la actualidad. La complementariedad de las imágenes y de las palabras reside también en el hecho de que se alimentan unas de otras. No hay necesidad de una co-presencia entre imagen y texto para que éste fenómeno exista. Las imágenes engendran palabras que engendran imágenes en un movimiento sin fin (Joly, 2009:133).

En lo que se refiere a las imágenes, al poder aplicar cualquier efecto, se está manipulando una representación de la realidad que en muchos casos y dependiendo quien esté a cargo del diseño no logra comunicar un mensaje claro. Es importante recalcar que

con la digitalización, la manipulación y repetición de imágenes es más fácil de lograr.

En el área del diseño cuyo fin es el comunicar un mensaje, las imágenes deben al igual que el texto y otros elementos connotar el mismo mensaje. No obstante, se puede hablar sobre una minimización del aura al encontrar repetición de estilos y de imágenes por distintos motivos.

El nuevo *sensorium* es el que se expresa y materializa en las técnicas que como la fotografía o el cine violan, profanan la sacralidad del aura —“la manifestación irrepetible de una lejanía”—, haciendo posible otro tipo de existencia de las cosas y otro modo de acceso a ellas. De lo que habla la muerte del aura en la obra de arte no es tanto de arte como de esa nueva percepción que, rompiendo la envoltura, el halo, el brillo de las cosas, pone a los hombres, a cualquier hombre, al hombre de la masa en posición de usarlas y gozarlas (Barbero, 1987:9).

Martín Barbero reflexiona sobre la desaparición de ciertas características de la imagen en el arte a partir de la repetición, ocurriendo lo mismo en las imágenes utilizadas en el diseño gráfico a partir de la digitalización y de usos de software de diseño. La reproducción a través del uso tecnológico hace que una obra pierda su valor, al no ser una obra que ha tenido un contacto físico con el autor. Esta idea se puede aplicar también al diseño. Específicamente los programas de diseño han reemplazado el trabajo manual del diseñador. Como ya se mencionó anteriormente, antes de la digitalización los afiches eran considerados obras de arte, únicas e irrepetibles,. Actualmente, una de las características de afiche es su facilidad de reproducción y su acogida radica en la producción en serie del afiche con el objetivo de llegar a la mayor cantidad de personas.

### **2.3.2 El color y la digitalización en la imagen**

Al igual que las imágenes, los colores son importantes en el diseño gráfico. Del color depende la percepción que va a tener la persona sobre el mensaje a comunicar. Cada color tiene una connotación distinta al otro. Es por esto que para realizar un anuncio se deben tener claras las características de cada color y cómo influye este al momento de ser observado y lo más importante, su relación con el mensaje. La interpretación de los colores es antropológica, su percepción como toda percepción es cultural, pero quizá nos parece más natural y obvia que cualquier otra. Sin embargo esta misma naturalidad puede ayudarnos en el proceso de interpretación (Joly, 2009:110).

Todo color depende de la interpretación de las imágenes que a su vez va a depender de factores externos que influyen en las personas. Un ejemplo puede ser el excesivo uso del color negro que se utiliza en afiches de conciertos de rock. El negro como color característico de este género musical es algo que se encuentra ya posicionado en la mente de las personas, al igual que las imágenes de tipografía y distintas formas utilizadas. Sin embargo, el color negro también es utilizado como fondo de otro tipo de anuncios.

En lo que se refiere al color aplicado a la imagen, antes de la digitalización las imágenes dependían del color captado por la cámara que a su vez dependía de la luz y otros elementos. Sin embargo con la digitalización, a una imagen se le puede aplicar infinita cantidad de ajustes y de esta forma lograr un gran cambio en lo que se refiere al color. En esta época digital es posible realizar, con programas específicos de gran diversidad, operaciones que van desde mejorar los tonos de una imagen hasta el cambio completo del color de toda o una parte de la imagen.



Otra característica del color en la digitalización es la infinita variedad de tonalidades que existen en el computador. Los programas de diseño tienen herramientas propias del color en donde se observan paletas distribuidas por carpetas muchas veces clasificadas por temáticas en donde se encuentran miles de colores que pueden ser aplicados al diseño.

Las pantallas del computador contienen píxeles en donde cada uno está dividido en tres subpíxeles con los colores rojo, verde y azul. Es por esto que el modo de color de las pantallas se conoce como RGB, a partir de la mezcla de estos tres colores se consiguen miles de distintos tonos que son generalmente clasificados por códigos.

En cuanto al manejo del color antes de la digitalización, se trabajaba con los colores pantone, había una guía en la que nos basábamos tratábamos de cuadrar el color o mezclar los colores, específicamente con tintas en la imprenta. Los imprenteros eran personas muy expertas, era muy difícil lograr el color exacto del diseño original. Era un trabajo muy artesanal. Ahora se puede tratar de cuadrar los colores en RGB. Recomiendo que los diseñadores gráficos deberían tener una experiencia en imprenta conociendo el trabajo que se hace ahí (C. Laramurillo, comunicación personal, julio 2012).

“El color es uno de los puntos en los que más se ha destacado lo que es la digitalización. Antes éramos limitados, no todos tenían la posibilidad de tener los colores pantone para poder ilustrar. Ahora tienes todos los colores posibles, hacer combinaciones, te dan las triadas, los colores complementarios, antes tenías que hacer manualmente todo. Muchas veces trataba de poner un color pero no existía en la guía. Ahora existen todos los colores. Hay la posibilidad de que podamos utilizar todos los colores sin embargo el

problema está en que se utilice bien el color” (S. Yáñez, comunicación personal, agosto 2011).

“En el manejo de color antes había poca gama de color, se trabajaba con colores puros. No existía la cuatricromía más se utilizaba colores planos (tintas planas) ahora se puede tener varias texturas, degradados (Y. Landívar, comunicación personal, mayo 2012).

Resumiendo, el afiche es un medio que ha existido varios años y que en la actualidad todavía tiene su propósito. Dentro del afiche existen varios elementos que se utilizan antes y después de la digitalización. Antes de la digitalización los afiches contenían ilustraciones realizadas a mano. El color y su producción también era un trabajo manual, las ilustraciones dependían en muchos casos de artistas plásticos y el color dependía de la mezcla de tonalidades. Después de la digitalización la ilustración es digitalizada y también se empieza a popularizar el uso de fotografías y la facilidad de modificación y reproducción es la principal característica de estos elementos.

En cuanto al color, antes de la digitalización la mente humana percibía miles de colores. Sin embargo, al momento de plasmar estos colores con distintos tipos de materiales era una tarea imposible. En la actualidad, con la digitalización y la utilización de programas específicos, se pueden encontrar y aplicar distintos colores e inclusive crear tonalidades. No obstante, muchas veces el color visto en la pantalla difiere del color impreso. Además, el uso del degradado, es decir, la transición de uno o varios colores a otros, es posible con este tipo de programas.

## **CAPÍTULO III: SITUACIÓN ACTUAL DE EL DISEÑO DE LOS AFICHES CULTURALES DE QUITO**

### **3.1 Factores identificativos de las creaciones de los afiches culturales de Quito en la era digital**

Para la creación de un afiche básicamente se utilizan dos tipos de software. El primero, llamado Illustrator, se utiliza para la creación de ilustraciones y texto y el otro, denominado Photoshop, se utiliza para el trabajo en imágenes. Adobe Illustrator se inició en 1986, como el programa de diseño gráfico, para el desarrollo de aplicaciones vectoriales. La plataforma original y efectos para Adobe Illustrator fue integrar el uso de ecuaciones matemáticas de líneas suaves y curvas y formas en un sistema conocido como las curvas de Bézier. Para enfatizar esta idea de ser capaz de producir, editar y guardar las líneas curvas y fluidas, Adobe seleccionó Venus de Botticelli, de “El nacimiento de Venus” para convertirse en su imagen comercial. Iniciando con la Versión 1.0 hasta la versión CS 6 utilizada en la actualidad, cambió para destacar las nuevas características y mejoras de Adobe había hecho, y pudimos contemplar en su belleza hasta la creación de la Creative Suite en 2003 (De los Santos, 2012).

Photoshop se originó en 1987, por John y Thomas . Mientras John trabajaba para los estudios ILM de Lucas Film, Thomas estudiaba procesamiento de imágenes en la universidad de Michigan ayudándose con una Apple Mac Plus para realizar su tesis y se vio en dificultades cuando se dio cuenta de que no podría exhibir imágenes en greyscale (escala de grises) teniendo un monitor monocromático. Así pues, escribió su propio código para hacer el trabajo. Este fue el principio de lo que sería toda una revolución para la edición y retoque digital de imágenes, pasando sus primeras versiones exclusivamente para Mac a las versiones para Windows (Israel, 2009).

Estos programas son los que la mayoría de diseñadores utilizan actualmente en Quito. Photoshop es el software que más acogida ha tendido debido a la variedad de opciones que este contiene para el manejo de la imagen. Entre las opciones están la corrección de la imagen, montaje entre varias imágenes, transformación de tamaño y proporción, etc. Con relación a este aspecto, una parte de los miembros de la generación de diseñadores que tienen acceso a la tecnología sucumben a lo que ella ha llamado la tiranía del software (Pelta, 2004:192).

En el país, a finales de los 90's se empieza el trabajo de diseño en computadores Apple en las imprentas. Este proceso inicia con lo que es la maquinaria G3 en el 2000. La primera era la Classic en 1995. El primer maquetador era Quarkexpress, este permitió hacer trabajos en red que aceleraba la producción del diseño. Además, bajó la mano de obra. Antes habían armadores, diseñadores, fotomecánicos y también diagramadores. Ahora tenemos solamente el diseñador gráfico que hace todo este trabajo. Todos los procesos se han ido disminuyendo y hay menos personal (R. Granda, comunicación personal, julio 2012).

Con el avance tecnológico se creó una generación digital de diseñadores, quienes en algunos casos utilizan y aplican todo lo que los programas (*software*) ofrecen, por ejemplo: el último filtro, truco, sombreado, etc (Pelta, 2004:192) .

Las herramientas de diseño fueron desarrolladas para expresar un estilo creado por el diseñador, pero en este contexto, si varios diseñadores utilizan todos los trucos y efectos que ofrecen estos programas, se estaría de cierta manera generalizando un estilo entre todos los diseñadores de este grupo, lo que conduce a una falta de originalidad en ciertos casos. En otros casos puede haber una recreación de la creación como lo manifiesta Lev Manovich. Además del software, que en la actualidad la mayoría de diseñadores utilizan de

una u otra forma, también el Internet se ha transformado en una herramienta importante para el diseñador.

Hoy en día las herramientas tecnológicas son utilizadas en todas las áreas, transformándose, en un medio cada vez más utilizado en toda realización humana. En el caso del diseño, las herramientas tecnológicas incluirían el computador, el software de diseño y el Internet. Frente a esto, la tecnología ha iniciado un debate en lo que tiene que ver con la influencia que han tenido en la creatividad del ser humano.

Al tener la posibilidad de observar trabajos ya realizados en el Internet, los diseñadores gráficos jóvenes que están empezando pueden tener una idea de estilos, distintas composiciones y elementos que están siendo utilizados. Sin embargo, el riesgo que se corre es la utilización de esto para crear un nuevo diseño, cayendo posiblemente en la copia de diseños o en el mal uso de elementos visuales. Por ejemplo, al utilizar imágenes con derechos reservados en un afiche cultural o cualquier tipo de anuncio que estará expuesto al público.

La tecnología, más que en el proceso de creación, lo que hizo es acortar procesos, si antes era todo a mano ahora todo es en computadora. Antes para hacer un cambio, te demorabas todo un día ahora te demoras dos minutos. Antes mucha gente que se dedicaba a una sola cosa. Por ejemplo, antes había una persona que se dedicaba a la ilustración, otra a los textos, otra a la parte de impresión. Cada persona tenía su función. Ahora una persona puede hacer todo junto. En las agencias mucho personal salió, se quedaron personas que tenían conocimientos de la tecnología actual. Las nuevas herramientas aportaron a que la capacidad creativa tengan otras herramientas para poder plasmar las ideas (S. Yáñez, comunicación personal, julio 2012).

El entrevistado señala la importancia que existía antes en la división del trabajo. Antes cada persona según sus conocimientos o experiencia tenía un trabajo propio ya sea dentro de una agencia o una imprenta. Además recalca la relación entre tecnología y tiempo, al facilitar trabajos que antes de la digitalización tardaban mucho tiempo.

Los profesionales nuevos generalmente se sientan al computador y comienzan a diseñar, lo manual lo dejan a un lado, en segundo plano. El proceso debe ser iniciar en lo manual, luego pasar al computador. El concepto espacial dentro de la parte manual es diferente a iniciar en el computador. En el computador se pueden mover las herramientas y con mayor facilidad. Esto no te da el proceso manual, que es más rígido y te obliga a desarrollar otras cosas. El cerebro va haciendo nuevas conexiones, en el computador se tiene un formato en el que tratas de que cuadren todos los elementos y sobre eso trabajas, si te equivocas solo mueves elementos o borras y sigue siendo el mismo diseño. En el manual debes hacer otro y de esta forma vas desarrollando nuevas ideas y sobre todo completas y entiendes el porqué, el proceso. En el computador todo es más automático. Lo que hace la tecnología es que el diseñador se vuelva facilista, coloca efectos, hay una retórica de efectos, es decir un repetición constante sin un objetivo claro del uso de estos efectos que generalmente no aportan en nada a la comunicación, simplemente quieren demostrar que saben el uso del programa. No debe ser así, el diseño debe ser algo que comunique, así no tenga ningún solo efecto pero que tenga el mensaje claro. Hay un montón de efectos que a veces no tienen un uso claro y se los coloca por colocar. (S. Yáñez, comunicación personal, julio 2012).

En lo que se refiere al diseño en Photoshop, hay técnicas que permiten arreglar una fotografía automáticamente. Aspectos como el tono, el contraste, la luz, generando en

muchos casos un trabajo automático por parte del diseñador sin una evaluación previa a la aplicación de efectos o herramientas.

Con las nuevas tecnologías, las herramientas tecnológicas, los distintos modos de ver de la sociedad influenciada por el aumento de la rapidez del tiempo y la saturación de anuncios con el distinto manejo de los elementos visuales, el diseñador tiene una gran responsabilidad. Frente a esto, el diseño es una de las disciplinas más poderosas de la cultura moderna y en la forma de cómo se utilizan las herramientas tecnológicas radica la gran responsabilidad del diseñador (Pelta,2004:292).

La evolución de la tecnología tiene dos lados. Por un lado, tiene la facilidad de usar varios procesos. Por otro lado, esta facilidad de utilizar imágenes o ingresar a bibliotecas del Internet, quita originalidad, mucho puede ser plagiado. Antes si había plagio tenían que hacer todo el proceso, ahora se puede descargar y ya. Antes, era importante el boceto manual. Ahora se puede realizar un boceto directamente en el computador con un lápiz digital que vendría a remplazar al lápiz manual. Nos da la ventaja de obtener un arte final, ya no se debe bocetear en un papel. Hoy en día ya no le veo distinto el boceto manual ni el boceto digital (S. Lucano, comunicación personal, julio 2012).

Lucano (2012) señala la posibilidad actual de que exista una copia entre diseños, el tener la facilidad de observar diseños en Internet una tendencia cercana puede ser el plagio, sin embargo también reconoce que esto ha llevado a que las grandes marcas patenten sus diseños. Por otro lado, afirma que el boceto manual es remplazado por el boceto digital al tener la posibilidad de conectar un lápiz digital a una tabla que transmite los datos del diseño a la pantalla. En este aspecto a diferencia de Samuel Yáñez, Lucano (2012) opina que el es lo mismo el boceto manual que el digital. Sin embargo, la cuestión del espacio es

imprescindible para Yáñez (2012), el no estar limitado por el espacio del formato que impone el computador.

En estas entrevistas se observa una clara diferencia de opiniones en cuanto a la situación actual del diseño en el país relacionada con las tecnologías. Cabe recalcar que entre estos dos diseñadores hay una diferencia generacional. Sin embargo, al tener mayor acceso a las herramientas y a la modificación de elementos visuales puede suceder que haya una sobreutilización de estos elementos que se incluyen en una nueva estética del diseño.

### **3.2 La estética en el diseño gráfico actual**

En la estética de Benedetto Croce, se describe a la estética como pura y simplemente la ciencia de la expresión; una expresión como idéntica a toda forma de percepción, intuición, o síntesis imaginativa. Se relaciona con el habla y la percepción activa, sin tener que ver particularmente con la belleza (Santayana, 2006).

Mucho de lo que es estético en la práctica son fenómenos del arte y del gusto; como el diseño gráfico, pero también es ideal, como el propósito de la composición poética, una obra de arte, o la interpretación de la música, todo lo cual se relaciona solamente a satisfacer la intención y establecer valores. El diseño gráfico en parte tiene las características artísticas, sin embargo no hay que olvidar que siempre cumple una función comunicativa.

En la actualidad se observa una nueva estética en cuanto al diseño de afiches, creada por la posibilidad de modificación y aplicación de distintas herramientas de diseño en forma fácil y casi automática.



Lo que reconocemos como imagen sobre una pantalla consiste únicamente en una simulación gráfica. Esta simulación es esencial en la imagen electrónica. Las imágenes se presentan tanto para el autor como para el usuario como un especie de “*work in progress*” infinito, abierto siempre a la intervención, el retoque, la reutilización y la metamorfosis más radicales. La virtualidad y la simulación se entrelazan en la estética digital. Con las imágenes electrónicas y digitales, la distancia entre lo real y el modelo comunicativo difundido se desvanece (Alberich, 2003).

La tecnología digital expuesta a la manipulación de las imágenes produce gráficos inestables, frágiles, indefinidos, extremadamente adaptables y variables. El retoque y la manipulación voluntaria de las imágenes digitales se desarrollan a partir de que no hay diferencia esencial entre el original y la copia.

En los afiches culturales, al seleccionar o crear elementos visuales se está creando una forma de que las personas identifiquen al evento. Al utilizar elementos estéticos, las marcas y los productos construyen estéticas que los identifican. La identificación profunda se produce más fácilmente cuando se genera emoción (Puig, 2011).


La publicidad construye personalidades identificadoras para sus productos y marcas. La proyección de esta personalidad se produce mediante el despliegue de imágenes del producto configurando una imagen mental en la mente del consumidor. La imagen visual opera básicamente en un plano afectivo. La imagen visual se manifiesta en la sensación y ella dibuja la figura global de conjuntos relacionados, y apenas atraviesan el nivel racional o consciente, puesto que la imagen opera sobre todo en el plano afectivo, estimulando situaciones, estados anímicos de predisposición o de indiferencia, rechazo, etc (Costa, 2008).

Algunos de los afiches culturales que se observan en la actualidad cumplen una estética distinta basada en el uso y aplicación de efectos y colores.

|   |  |
|---|--|
| <p>Año: 2010</p>  |  |
| <p>Fuente: <a href="http://www.parroquianuevoquito.blogspot.com">http://www.parroquianuevoquito.blogspot.com</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografías full color</li> <li>- Fotomontaje y collage</li> <li>- Degradados de color y utilización de varios colores</li> <li>- Varios tipos de Tipografía</li> </ul> |  |

|  |  |
|--|--|
| <p>Año: 2010</p>   |  |
| <p>Fuente: <a href="http://miespacio.bandasdemarcha.com">miespacio.bandasdemarcha.com</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografías full color</li> <li>- Fotomontaje y collage</li> <li>- Degradados de color y utilización de varios colores</li> <li>- Varios tipos de tipografía</li> <li>- Utilización de imágenes con efectos de ilustración</li> </ul> |  |

|  |  |
|--|--|
|  |  |
| <p>Fuente: Fotografía tomada Casa de la Cultura Ecuatoriana<br/>- Fotografías sin efectos , ilustraciones de fondo</p> |  |
| <p>Año: 2012</p>   |  |

|   |  |
|---|--|
| <p>Fuente: Fotografía tomada Casa de la Cultura Ecuatoriana<br/>- Fotografías con efectos. Fotomontaje.</p>   |  |
| <p>Fuente: promoción de servicios profesionales.<br/><a href="http://www.olx.com">www.olx.com</a>. Agencia de Publicidad</p> <p>En este anuncio se observa la aplicación de varios efectos y fotomontaje.</p> |  |

Los afiches expuestos reflejan que conforme ha pasado el tiempo, a partir del uso del computador, los efectos aplicados que permiten la manipulación de la imagen han aumentado, generando una nueva forma de diseñar, una nueva estética, unida a un nuevo proceso creativo.

Se observa el cambio en la composición y principalmente en el manejo de ilustraciones, imágenes y color. En algunos afiches se nota claramente la aplicación de efectos a imágenes e ilustraciones realizadas con el uso del computador. Además la selección

tipográfica que aumenta a partir del acceso a Internet influye en el aumento de varias tipografías en un solo anuncio como una mezcla de estilos.

### **3.3 El futuro del diseño gráfico**

Pero ¿cuál es el futuro del diseño? La tecnología seguirá avanzando, al igual que el desarrollo de software y junto con esto las expectativas de la sociedad. Por otro lado, el diseñador tendrá que avanzar igual y ser un intermediario entre los anunciantes y el público, ajustándose a las transformaciones de la época, además de tener la difícil tarea de comunicar a diferentes tipos de públicos.

La tecnología sigue avanzando, los programas de diseño se siguen desarrollando y hay un fácil acceso a todos estos elementos. En este punto, se debe preguntar ¿hasta qué punto esta saturación de elementos visuales podrá seguir?

Las tendencias de diseño de Estados Unidos y otros países, nos dan una idea de lo que está sucediendo con el diseño actualmente en estos países y que posiblemente puede pasar aquí también (Pelta, 2004:192).

Existe un regreso al diseño imperfecto, relacionando con la idea de que los seres humanos somos imperfectos y, de esta manera se retornan al humanismo y así, los diseñadores emplean las herramientas tecnológicas para imitar el trabajo manual (Pelta, 2004: 109). Ejemplos de este diseño imperfecto o este regreso al humanismo es la superimpresión de colores realizada en Photoshop, que al final viene a ser un error en el uso del color. Por otro lado y enfocado más a la cercanía del hombre con la naturaleza, es el uso de texturas con apariencias naturales y orgánicas. Otro punto importante es la tendencia actual de utilizar a la ilustración en lugar de la imagen. Art Spiegelman señala que esto se debe a que el Photoshop ha dejado por embustero, a la fotografía, y esto ha hecho que el diseñador vuelva a su función original (Spielgmen en Pelta, 2004: 117).

Principalmente lo que se vive actualmente es un retorno a la simplicidad, o lo que se ha llamado la nueva simplicidad, que es lo que más llama la atención. La base de la nueva simplicidad se refleja en el retorno a la ilustración, el uso de tipografías sin serifas y el uso armónico de colores básicos debido a una tendencia a que todo el mundo entienda todo, es decir una tendencia a crear un lenguaje universal.

A pesar de que en Quito todavía no se observa este retorno a la simplicidad en el diseño, quizá es una buena perspectiva, principalmente el hecho de que sea dirigido para todos, y que todos lo entiendan. Esto se puede relacionar con uno de los principios del Internet, que es el libre acceso para todos.

La situación actual que se observa en el área del diseño gráfico en Quito es el hecho de que el diseño gráfico es poco valorado por los clientes en general. Primeramente en varias imprentas se puede observar que ofrecen el diseño gratuito a partir de una determinada cantidad de impresiones. En otros casos se ha observado que diseñadores gráficos independientes jóvenes que recién están empezando tienen que recibir pocas cantidades de dinero. Se observa que existen dos tipos de imprentas que obviamente están relacionados con el tipo de clientes a los que ofrecen su trabajo. Por un lado, están imprentas donde el diseño es parte de un paquete de impresiones y por lo cual no cobran nada o en cantidades mínimas (C. Mina, comunicación personal, mayo 2012).

En las imprentas te dan el acceso a un diseñador gráfico gratis, es un trabajo muy básico, elemental y muy barato que algunas imprentas ofrecen. Los clientes aprovechan el servicio gratuito que generalmente es hecho por una persona que aprende por el Internet o es totalmente empírico pero que no tiene las nociones teóricas de la comunicación en el diseño. Hacen cosas básicas con faltas de ortografía sin conocimientos de tipografía, colores, etc. Entonces abrirse campo a un diseñador gráfico profesional que ha pasado por

un proceso académico distinto y más completo es más difícil debido a esta situación (C. Laramurillo, comunicación personal, julio 2012).

La formación del diseñador gráfico está sufriendo transformaciones, aunque en la actualidad no esté claro el perfil del diseñador como profesional, esto se deberá ir clarificando conforme pase el tiempo. La tecnología ha influido en el proceso creativo del diseñador gráfico como ha influido en varias actividades de la vida cotidiana. Probablemente la estética observada en la actualidad va a variar y por intuición quizá se comience a buscar nuevamente la simplicidad.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Lo digital es la conversión numérica de lo analógico. Esta conversión numérica permite que los objetos puedan ser manipulados, accedidos, modificados, almacenados en distintas formas y programados dependiendo del usuario. Existe una automatización en ciertos procesos que influyen en la creatividad. Sin embargo no se puede separar lo analógico de lo digital debido a que hay una dependencia entre los dos. Lo analógico va de la mano con lo digital en el sentido de la comparación (analogía) relacionado con la lógica de la selección . La pérdida de la libertad se transforma en una nueva capacidad de elección y creación.

Para responder a la pregunta central ¿De qué manera ha repercutido el paso de lo analógico a lo digital en el diseño gráfico?. El paso de lo analógico a lo digital ha influido en varias formas en el diseño gráfico. Sin embargo en esta investigación he tomado las siguientes pautas: la formación del diseñador gráfico, el proceso creativo y la estética.

En cuanto a la formación del diseñador gráfico, la profesión de diseño gráfico se origina en la misma época que aparece el computador en el país y se le da una noción de técnica por lo que prioriza el uso de la tecnología antes que la parte teórica de la comunicación. Esto a su vez trae como consecuencias la creación de un perfil profesional del diseñador gráfico en donde las empresas buscan diseñadores priorizando los conocimientos informáticos.

En cuanto al proceso creativo, el uso del computador y sus programas dan una mayor libertad para la modificación. Existen distintos procesos creativos. Principalmente,, la creación ya no es desde cero, se crea a partir de otros elementos ya creados.

La estética responde al proceso creativo, en algunos casos hay una gran aplicación de efectos, colores e imágenes manipuladas que se relacionan con el acceso a cámaras

fotográficas, internet y programas de diseño. Además hay una diferencia entre el uso de las ilustraciones y fotografías.

Quito es una ciudad donde los afiches han llegado a una saturación total de imágenes que muchas veces ya no comunican ni representan lo que deberían. Son imágenes completamente retocadas y filtradas con miles de efectos que muchas veces se observan como collage realizados al azar, que responden a una nueva estética.

Se recomienda profundizar la investigación de la relación entre tecnología y cultura a través de elementos visuales del país.

Dentro de la profesionalización del diseño gráfico en el país, se sugiere dar la importancia necesaria a la utilización de la tecnología como herramienta de apoyo sin llegar a la automatización de procesos de diseño.



## Bibliografía

- Wolton, D. (2000). *Internet, ¿Y después qué?* Madrid: Gedisa.
- Yáñez, S. (julio de 2012). Paso de lo analógico a lo digital, el color, la creatividad. (V. López, Entrevistador)
- Vilém, F. (1999). *Filosofía del Diseño*. Madrid: Editorial Síntesis, S.A.
- Alberichi, J. (2003). *En tránsito 7.0: Apuntes para una estética de los entornos digitales*. Recuperado el 28 de diciembre de 2012, de Artnodes N. 2: <http://artnodes.uoc.edu/ojs/index.php/artnodes/article/viewArticle/686>
- Ángulo, P. (julio de 2011). Analógico y digital. (V. López, Entrevistador)
- Barbero Martín, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Barragán, J. L. (mayo de 2011). Paso de lo analógico a lo digital, proceso creativo.
- Berger, J. (2010). *Modos de Ver*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Borrini, A. (2006). *Publicidad, diseño y empresa*. Buenos Aires: Infinito.
- Castells, M. (2006). *La Sociedad Red*. Madrid: Alianza Editorial Ensayo.
- Cárdenas, F. (julio de 2011). Paso de lo analógico a lo digital. (V. López, Entrevistador)
- Costa, J. (2008). *10 Años de pensamiento esquemático*. Obtenido de Joan Costa: [http://www.joancosta.com/comunicacion\\_texto12.htm](http://www.joancosta.com/comunicacion_texto12.htm)
- Durán. (01 de 01 de 2007). *Analógico y digital*. Recuperado el 01 de 2011, de Unicrom: [http://www.unicrom.com/Tut\\_analogico\\_digital.asp](http://www.unicrom.com/Tut_analogico_digital.asp)
- Dalley, T. (1982). *Guía Completa de ilustración y Diseño*. New Jersey: Blume Ediciones.
- Daniel, C. (2000). *Construir la escritura*. Barcelona: Ediciones Páidos.
- De los Santos, A. (22 de octubre de 2012). *La historia de Illustrator*. Recuperado el 28 de diciembre de 2012, de Anibal Design: <http://anibaldesigns.com/2010/10/22/la-historia-de-adobe-illustrator>
- Dery, M. (1998). *Velocidad de Escape*. Madrid: Siruela.
- Guilera, L. (2011). *Anatomía de la creatividad*. Recuperado el 28 de diciembre de 2012, de ESDI: <http://www.esdi.es/public/docs/zjqbvkem.pdf>

Giorgi, S. (septiembre de 2008). *El Boom del diseño Gráfico en Ecuador*. Recuperado el julio de 2011, de Trama, Arquitectura y Diseño desde Ecuador: <http://www.trama.ec/espanol/revistas/articuloCompleto.php?idRevista=29&numeroRevista=73&articuloId=174>

Granda, R. (julio de 2012). Paso de lo analógico a lo digital. (V. López, Entrevistador)

Iván, T. (1991). *Dibujando Carteles*. Barcelona: Ediciones Ceac, S.A.

Israel. (28 de junio de 2009). *La Historia de Photoshop*. Recuperado el 28 de diciembre de 2012, de Bitsignals: <http://bitsignals.com/2007/06/28/la-historia-de-Photoshop/>  
*Historia del Diseño Gráfico del Ecuador*. (enero de 2010). Recuperado el julio de 2011, de Historia del Diseño Gráfico del Ecuador: <http://www.historiadisenio.ec/historia.php?c=1281>

Joly, M. (2009). *Introducción al Análisis de la Imagen*. Buenos Aires: La marca editora.

Lucano, S. (julio de 2012). Paso de lo analógico a lo digital. (V. López, Entrevistador)

Landívar, Y. (Mayo de 2012). Paso de lo analógico a lo digital, proceso creativo. (V. López, Entrevistador)

Laramurillo, C. (julio de 2012). Paso de lo analógico a lo digital, formación. (V. López, Entrevistador)

Lev, M. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de Comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Levis, D. (01 de marzo de 2005). *Diego levis*. Recuperado el 05 de julio de 2011, de Comunicación y Educación: [http://www.diegolevis.com.ar/secciones/Articulos/BellasArtes\\_UNLP.pdf](http://www.diegolevis.com.ar/secciones/Articulos/BellasArtes_UNLP.pdf)

Maeda, J. (2006). *Las leyes de la Simplicidad*. Masachussets: Institue of Technology.

Meggs, P. (1990). *Historia del diseño Gráfico*. Madrid: Trillas.

Mina, C. (mayo de 2012). Paso de lo analógico a lo digital. (V. López, Entrevistador)

Otl, A. (2001). *Analógico y Digital*. Barcelona: Gustavo Gili.

Puig, N. (31 de octubre de 2011). *Emociones, arte y estética en la publicidad*. Recuperado el 28 de diciembre de 2012, de Lecciones del portal: [http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/67\\_esp.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/67_esp.pdf)

Pelta, R. (2004). *Diseñar Hoy*. Madrid: Páidos.

Santayana, G. (Mayo de 2006). *¿Qué es estética?* Recuperado el 28 de diciembre de 2012, de La estética: <http://institucional.us.es/fedro/uploads/pdf/n4/santayana.pdf>

Rosano, F. (1998). *Tecnología: Conceptos, problemas y perspectivas*. Ciudad de México: Siglo XXI Editores.

## ANEXOS

### ANEXO 1

Perfil solicitado:

- Saber manejar muy bien paquete Adobe, preferiblemente Illustrator, photoshop, dreamweaver, Excel.
- Manejarse muy bien en el campo impreso, coordinar con las imprentas el trabajo a entregarse.
- Realizar propuestas de publicidad para la venta, manejar bien la página web y el e-commerce de nuestras redes sociales.

Experiencia: Con o sin experiencia.

Los postulantes deberán traer el curriculum, y si tienen, algunas muestras de trabajos realizados anteriormente.

**Dirección:** Francisco García N71-118 y Enrique Guerrero

**Ciudad:** Quito

**Provincia:** Pichincha

**Pais:** Ecuador

**Telefono:** 022807120

**Publicado el:** 27 marzo, 2012 21:12

**Termina en:** 107 días, 2 horas



[http://quito.anunico.ec/anuncio-de/publicidad\\_marketing/se\\_busca\\_disenador\\_grafico-2173737.html](http://quito.anunico.ec/anuncio-de/publicidad_marketing/se_busca_disenador_grafico-2173737.html)

Fecha de acceso: 09/05/2012

### ANEXO 2

#### ENTREVISTAS DISEÑADORES GRÁFICOS

##### 1. Carlos Laramuriilo

Artista – Docente diseño gráfico Publicitario

- Ilustraciones a manos, pocas computadores, trabajos en cartulinas a mano. Era mejor porque un diseñador tenía que ser un buen dibujante, , muy creativo BUSCAR RECURSOS, Ahora se han facilitado las cosas con la tecnología.

- La tecnología ha influenciado en la comunicación, rapidez, pulcritud, la contraparte ahora muy difícilmente se pueden motivar a los jóvenes, estudiantes para que hagan trabajos manuales, artísticos que vengan de los propios recursos físicos. Quieren estar delante de la computadora, aprender programas 3D, Photoshop, ilustrador, etc.

- Los diseños ya no son tan originales, los diseñadores entran al Internet y sacan cualquier Didea, afiches, cualquier tipo de ilustración gráfica o material visual. El docente tiene que estar al tanto de las nuevas tecnologías y el material que existe en el Internet para poder guiar al estudiantes, de las nuevas ideas en el mundo. La situación es complicada

- En el manejo del color antes se trabajaba con los colores pantone, había una guía en la que nos basábamos tratábamos de cuadrar el color o mezclar los colores, específicamente con tintas en la imprenta. Los imprenteros eran unas personas muy expertas, era muy difícil que salga el color exacto del diseño original. Era un trabajo muy artesanal. Ahora se puede tratar de cuadrar los colores en RGB . Recomiendo que los diseñadores gráficos deberían tener una experiencia en imprenta conociendo el trabajo que se hace ahí.

- La tecnología ha influenciada en todas la áreas. En el cine por ejemplo se deben usar imágenes y para esto las facilidades que dan los programas de diseño son de mucha ayuda un afiche de cine sería muy difícil trabajar con ilustración, en otras áreas como teatro, música se puede trabajar con la ilustración. Pero siempre se debe dejar un espacio para trabajar con el arte y el trabajo manual.

- En las imprentas te dan el acceso a un diseñador gráfico gratis, es un trabajo muy básico, elemental y muy barato que algunas imprentas ofrecen. Los clientes aprovechan el servicio gratuito que generalmente es hecho por una persona que aprende por el Internet o es totalmente empírico pero que no tiene las nociones teóricas de la comunicación en el diseño. Hacen cosas básicas con faltas de ortografía sin conocimientos de tipografía,

colores, etc. Entonces abrirse campo a un diseñador gráfico profesional que ha pasado por un proceso académico distinto y más completo es más fácil debido a esta situación.

2. Samuel Yáñez. 25 años trabajando en el área de publicidad y diseño.

- Es una profesión nueva no tiene más de treinta años. El trabajo anterior era artesanal, trabajaban en esto los arquitectos, o la gente que venía de estudios de artes de la Central o de Ibarra. La tecnología más que en el proceso de creación, lo que hizo la tecnología es acortar procesos, si antes era todo a mano ahora todo es en computadora, . Antes para hacer un cambio, te demorabas todo un día ahora te demoras dos minutos. Acorta los tiempos, mucha gente que se dedicaba a una sola cosa , por ejemplo antes había un apersona que se dedicaba a la ilustración , otra al copy o textos, otra a la parte de impresión, arte finalista. Cada persona tenía su función.

- Ahora una persona puede hacer todo junto, en las agencias mucho personal salió, se quedaron personas que tenían conocimientos de la tecnología actual. En la capacidad creativa, las nuevas herramientas aportaron a que la capacidad creativa tengan otras herramientas para poder plasmar las ideas. Antes para trabajar con fotografías tenías que ser un fotógrafo, tener mucha experiencia, saber trabajar en laboratorios, hacer retoques. Ahora cualquier persona puede tomar una foto todo se puede hacer en la computadora. Las herramientas ayudan al proceso creativo, sin embargo las herramientas solas no fomentan la creatividad. Aporta a que le desarrollo creativo sea más amplio, le da otras aristas ala parte creativa gráfica.

- Los profesionales nuevos generalmente se sientan al computador y comienzan a diseñar, lo manual le dejan a un lado, en segundo plano. El proceso debe ser iniciar en lo manual, luego pasar al computador. El concepto espacial dentro de la parte manual es diferente a iniciar en el computador. En el computador tu puedes mover las herramientas y con mayor

facilidad. Esto no te da el proceso manual, que es más rígido y te obliga a desarrollar otras cosas, el cerebro va haciendo nuevas conexiones, en el computador tienes un formato en el que tratas de que cuadren todos los elementos y sobre eso trabajas, si te equivocas solo mueves elementos o borras y sigue siendo el mismo diseño, en el manual debes hacer otro y de esta forma vas desarrollando nuevas ideas y sobretodo completas y entiendes el porqué, el proceso, en el computador todo es más automático. Lo que hace la tecnología es que el diseñador se vuelva facilista, coloca efectos hay una RETÓRICA DE EFECTOS, es decir un repetición constante sin un objetivo claro del uso de estos efectos que generalmente no aportan en nada a la comunicación, simplemente quieren demostrar que saben el uso del programa. No debe ser así, el diseño debe ser algo que comunique, así no tenga ningún solo efecto pero que tenga el mensaje claro. Hay un montón de efectos que hay veces no tienen un uso claro y se los coloca por colocar .

- El color es uno de los puntos en los que más se ha destacado lo que es la digitalización antes éramos limitados, no todos tenían la posibilidad d tener los colores pantone para poder ilustrar. Ahora tienes todos los colores posibles, hacer combinaciones, te dan las triadas, los colores complementarios, antes tenías que hacer manualmente todo. Muchas veces trataba de poner un color pero no existía en la guía. Ahora existen todos los colores. Hay la posibilidad de que podamos utilizar todos los colores sin embargo el problema está en que se utilice bien el color.

- Hay un movimiento de diseñadores y de arte es necesario de que se tome en serio el diseño. Que en las imprentas no se regale el diseño. En las imprentas lo toman como un trabajo más, es un trabajo mecánico que lo hacen en forma rápida. Por ejemplo utilizan un mismo logotipo para varios anuncios cambiándole algún detalle. Tratan de tener fórmulas para diseñar por la gran cantidad de volumen de trabajo. En las imprentas siempre ha sido así, es una producción masiva y muy similar , los diseños son rápidos y mal realizados.

Pienso que el diseñador debe diseñar y que la imprenta debe imprimir, debe haber ahí una división clara del trabajo.

- Los afiches deben comunicar, los carteles tienen más una idea artística y son hechos por artistas pero no comunican. Los afiches deben comunicar. Cuando los afiches culturales son populares se observa mucho el collage. Tratan de ocupar todos los espacios disponibles, se debe ocupar lo indispensable.

3. Santiago Lucano. 7 años diseñador gráfico. Diseño Web objetos entrelazados.

- La evolución de la tecnología tiene dos lados. Por un lado tiene la facilidad de usar varios procesos. Por otro lado esta facilidad de utilizar imágenes o ingresar a bibliotecas del Internet, quita originalidad, puede ser plagiado. Antes si había plagio tenían que hacer todo el proceso, ahora se puede descargar y ya. Antes era importante el boceto manual. Ahora se puede realizar un boceto directamente en el computador con un lápiz digital que vendría a remplazar al lápiz manual. Nos da la ventaja de obtener un arte final, ya no se debe bocetear en un papel. Hoy en día ya no le veo distinto el boceto manual ni el boceto digital.

- La tecnología quita la originalidad, por eso actualmente algunas grandes marcas patentan los colores. Ejemplo: Coca Cola patentó su tono de rojo, no se puede utilizar en otro tipo de marca. Ahora todo está en la red y obliga a patentar para evitar el plagio. No solamente en color sino en tipografía, imágenes, etc.

-Cada persona debe dedicarse a un tipo de trabajo. El diseñador debe diseñar y la imprenta debe imprimir. Los diseñadores de imprentas que no han tenido un proceso académico trabajan con vectores descargados y me parece que no realizan un buen diseño.

4. Renato Barros. Diez años en el diseño gráfico.

- Aquí recién se está siendo la formación profesional del diseño. Antes era más empírico.



- Ahora no tenemos un diseño propio, todo es copiado. La tecnología facilita la copia, por eso no tenemos un estilo propio. La gente copia y lo acentúa. Lo bueno es que se puede conocer más tendencia y nutrirte de información.

- El cambio se ha dado en que la facilidad de efectos y manipulación crea cosas impactantes. Visualmente la gente busca cosas impactantes, los software te ayudan a crear impactos. Hay una tendencia surrealista.

-El valor del diseño depende del área y el campo en el que te desarrolles, depende mucho del tipo de cliente.

#### 5. Fernando Zuñiga.

- El diseño gráfico es nuevo aquí antes todo lo de diseño se hacían en las imprentas.

- Al momento que aparecieron los software lo que paso es que las instituciones buscaron a personas que sepan el uso de estos programas, sin embargo donde más se desarrolló fue en las imprentas. Por la necesidad se fue implementando lo que es diseño en las universidades.

- Ahora la gente piensa que la computadora hace todo, se debe comenzar desde haciendo bocetos manual. El boceto manual te ayuda a expresar la idea y a aclarar el proceso para lograr plasmar la idea mental.

- Hoy en día la gente es más visual busca imágenes, se buscan cosas reales. Las imágenes llaman más la atención. La ilustración se utiliza en un campo más conceptual.

- Los afiches populares utilizan muchos cuerpos desnudas para llamar la atención.

#### 6. Tatiana Cabrera. 12 años en e diseño gráfico.

- El diseño se originó con textos escolares. Los primeros afiches fueron hechos a manos con técnicas de pinturas.

- Un software no es la solución creativa para el diseñador. Primero tenemos que pensar en el proceso creativo para utilizar la herramientas y después llevar el proceso al área digital.

La solución no está en la computadora sino en el pensamiento humano. A pesar de que tenemos todo la tecnología, primero pensamos en el cómo hacer.

- El diseño aquí esta prostituido, e hecho de dar gratis el diseño no toman en cuenta el proceso que uno tiene para llegar al diseño. Utilizan imágenes creadas, el diseño es pagado por horas y las personas que no cobran no tienen un proceso de desarrollo serio al momento de diseñar.

#### ANEXO 4

##### ENTREVISTAS A TRABAJADORES DE IMPRENTAS.

1. Imprenta. Cristian Mina. Estudió 4 meses diseño

Hay dos personas que están encargados del diseño. Todo era manualmente. El cliente dice como quiere el diseño el cliente dice los colores, tipos de letras, etc.

Otras veces los clientes vienen solo con información, vienen aprueben dicen los cambios. La mayoría de imágenes son bajadas del Internet, a mayoría de imágenes se recortan en Photoshop. Los colores son seleccionados por el cliente.

2. Sr. De la Torre. . Midia. Medios Impresos. Ha trabajado en imprentas 37 años

- No habían las máquinas de ahora, se hacían los trabajos en clichés, tipografías. La tecnología ha ayudado y cambia rápidamente.

- Antes se trabajaban con películas, se tapaban, se destapaba, Habían degrados de distintas tramas pero eran limitados. Había que hacer artistas para sacar los tonos exactos. Ahora sale como está en la computadora y hay muchas más opciones de colores y de mezclas.

3. Yolanda Landivar. Estudió 5 años diseño.

- Antes se hacían montajes manuales y se quemaban películas para sacar placas.

- La tecnología ha ayudado a facilitar para que exista un mecanismo que sea más fácil para trabajar. Sin embargo eso ha dado lugar para que no exista una verdadera

conceptualización de diseño y eso da lugar a personas que dicen ser diseñadores por manejar un programa a medias.

- Siempre se trabaja desde cero. Se hace un boceto, se hace un estudio de lo que necesita el cliente.

- En el manejo de color antes había poca gama de color, se trabajaba con colores puros. No existía la cuatricromía más se utilizaba colores planos )tintas planas= ahora se puede tener varias texturas, degradés.

4. Rubén Granda. 1995 a lo que es imprenta. 15 años periódico hoy. La primera imprenta digital tenía el periódico HOY. Los técnicos se ingeniaron la forma de que el computador esté conectado con la televisión y así trabajábamos

- No había el desarrollo de la tecnología. A finales de los 90 empieza el trabajo en computador de diseño en las imprentas con Apple. Empieza con lo que es la maquinaria G3 en el 2000. La primera era la classic en 1995 El primer maquetador era Quarkexpress, este permitió hacer trabajos en red que aceleraba la producción del diseño. Además, bajó la mano de obra, antes habían armadores, diseñadores, fotomecánicos y también diagramadores. Ahora tenemos solamente el diseñador gráfico que hace todo este trabajo. Todos los procesos se han ido disminuyendo y hay menos personal.

- Con la digitalización se hace una manipulación de imágenes a través del Photoshop. Antes teníamos que hacer máscaras manuales de color en color de las caras y poner tramas. Era un trabajo manual bastante largo. Ahora se puede hacer todo esto en Photoshop con efectos que ya tiene el programa. Hoy es más fácil con lo que es la tecnología porque al mismo tiempo se puede desarrollar y manipular los diseños Es importante que los diseñadores deben entender que son solamente programas no es la creatividad. Hay muchos imprenteros que piensan que el diseño es manejar los programas. Diseño es crear, cuando un diseñador se sienta frente a una máquina y no hace un proceso de boceto

manual significa que no está pensando, que está esperando a que la máquina, los programas y sus efectos le van a dar. Todo diseñador está obligado por ética profesional a desarrollar un boceto manual para que plasme una idea y después utilice la herramienta.

- Antes existía bastante lo que es el collage manual. Con esto se trabajaba con procesos manuales. Salpicados de tintas, etc. Hoy para desarrollar cualquier afiche se utiliza bastante el Photoshop es importante que se conozcan las técnicas artísticas para poder plasmar esto con el uso de los programas. El sepia se trabajaba con máscaras y se podía dar distintos tonos. Ahora se llaman monótonos.. La técnica del collage se maneja bastante ahora se hacen con fotografías digitales.