



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**TEMA: Breve aproximación sobre el Diseño Gráfico en
la ciudad de Quito, entre los años 1990 al 1999.**

AUTOR: Gabriel Ruiz

TUTOR: Mg. Dario Arboleda

2015



UNIVERSIDAD
ISRAEL

"Responsabilidad con pensamiento positivo"

SICE-PT05-R1-2013

Informe Final de Tutoría

QUITO 14 DE ENERO 2014

TUTOR:	MG. DARÍO ARBOLEDA JORDÁN
ESTUDIANTE:	RUIZ CELI GABRIEL ANGEL
TEMA:	BREVE APROXIMACIÓN SOBRE EL DISEÑO GRÁFICO EN QUITO, AÑOS 1990 - 1999
CARRERA / PROGRAMA	DISEÑO GRÁFICO

Yo, DARÍO ARBOLEDA JORDÁN, doy fe que el TT presentado por el estudiante en referencia ha cumplido con la metodología establecida, y está apto para continuar con el proceso de evaluación.

Atentamente,

Tutor: MG. DARÍO ARBOLEDA JORDÁN
CC: 1714907233



UNIVERSIDAD ISRAEL

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El abajo firmante, en calidad de estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, declaro que los contenidos de este trabajo de titulación, requisito previo para la obtención del Grado de ingeniería en Diseño Gráfico Empresarial, son absolutamente originales, auténticos y exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, Abril 2015

ESTUDIANTE

Firma:

Gabriel Ángel Ruiz Celi

C.I 1718907767



UNIVERSIDAD ISRAEL

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado, designado por la comisión Académica de la UISRAEL, aprueban el trabajo de Titulación de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad ISRAEL para títulos de pregrado

Quito, Abril 2015

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

FIRMA PRESIDENTE

FIRMA MIEMBRO 1

FIRMA MIEMBRO

Dedicatoria

A Dios, a mi familia y a mi esposa que con esfuerzo y dedicación, me apoyo todo el tiempo durante el proceso de esta investigación.

Agradecimientos

A Dios principalmente por hacerme formar parte de la aventura que es el conocimiento y descubriendo del vivir a diario.

A mi esposa por el esfuerzo mutuo y el apoyo constante.

Agradezco a mi Familia por el apoyo, y la constante ayuda económica, a todos los compañeros, profesores, y todo el personal de la universidad Israel por el conocimiento impartido y compartido, sin egoísmos y con toda la voluntad que merece el caso.

Resumen

El presente trabajo trata sobre una breve aproximación sobre el diseño gráfico en la ciudad de Quito, entre los años 1990 al 1999, el mismo que surge ante la necesidad de contar con un material gráfico que sintetice la producción realizada en este campo y en el mencionado tiempo; la necesidad de investigar esta temática surge después del proceso de recolección de información, que se realizó a los estudiantes de la carrera de diseño gráfico de la Universidad Israel. La investigación se basa en los principios del diseño, específicamente del diseño editorial, en las técnicas de ilustración, y en el análisis de los trabajos de los principales diseñadores de Quito, en dichos años. Una vez identificada la necesidad de contar con un material que recopile los trabajos más representativos de esta década, se procedió a recopilar información, tanto teórica como empírica, a través de la aplicación de observaciones, encuestas y entrevistas, para contar con los datos suficientes, que permitieron el diseño, diagramación y estructuración de un libro (producto final) que contiene la información necesaria sobre el diseño gráfico en Quito, entre los años 1990 al 1999.

Abstract

This paper deals with a brief reference on graphic design in the city of Quito, from 1990 to 1999, the same that arises from the need for a chart summarizing the production made in this field and the above time; the need to investigate this issue arises after the data collection process, which students of graphic design career University of Israel was made. The research is based on the principles of design, editorial design specifically in the techniques of illustration and analysis of the work of leading designers of Quito, in those years. Once identified the need for a material that collects the most representative works of this decade, we proceeded to collect information, both theoretical and empirical, through the application of observations, surveys and interviews, to have sufficient data that allowed the design, layout and structure of a book (final product) that contains the necessary information about the graphic design in Quito, from 1990 to 1999.

INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Portada	
Aprobación del tutor	i
Certificación de autoría	ii
Aprobación del tribunal de grado	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimientos	v
Resumen	vii
Abstract	vii
Índice general de contenidos	
Introducción	1
Planteamiento del Problema	2
Antecedentes	4
Causas y Diagnóstico	5
Problema Principal	5
Problemas Secundarios	6
Objetivos	7
Justificación	11
Metodología de la investigación	11
Momento Proyectivo	12
Momento Metodológico	12
Método	12
Método Histórico Funcional	12
CAPÍTULO I	
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	
Concepto de diseño gráfico	18
Concepto de Comunicación visual	20
Diseño Editorial	20
Retícula	21
Tipografía	22
Ilustración y Fotografía	23
Color	24
Imagen	24
Breve historia del diseño	25
Fundamentos del diseño gráfico	27
El signo en diseño (diseño y semiótica visual)	32
Definiciones de signo.	31
El símbolo.	34
Planteamientos de diferentes Autores	35
Diseño gráfico herramienta del bien social y aporte cultural	36
Responsabilidad social del diseño gráfico	38
Gestión del diseño gráfico	40
Diseño Gráfico en Ecuador	44
Breve reseña histórica del Diseño Gráfico en Ecuador	44

Inicios del diseño gráfico en Ecuador	44
El Diseño Gráfico en las Naciones Vecinas	47
Diseño Gráfico Ecuatoriano	53
El Boom del Diseño Gráfico en Ecuador	56
Relación del diseño Gráfico con la comunicación	57
Mayores representantes del diseño gráfico en Quito	60

CAPITULO II

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL EN

RELACIÓN CON LA EXISTENCIA DE MATERIAL GRÁFICO QUE ABORDE EL DESARROLLO DEL DISEÑO GRÁFICO EN LA CIUDAD DE QUITO ENTRE LOS AÑOS 1990 AL 1999.

Diagnóstico situacional	68
Diagnóstico externo	69
Diagnostico interno	69
Resultados de las encuestas aplicadas a estudiantes de la Universidad Israel	71
Resultados de la entrevista aplicada a María Luz Calisto	79

CAPITULO III

EL PRODUCTO

Justificación del producto.	82
Objetivos del producto general y específicos	83
Grupo objetivo.	84
Metodología del Diseño	84
Estructura Metodológica, Necesidad, Usuario, Creatividad	84
Tipo de investigación	85
Fundamentación Metodológica	85
Metodología de diseño propuesta por Bruce Archer	86
Fase analítica	87
Proceso creativo	89
Idea básica	89
Libro - Producto	90
Diagramación	90
Retícula	92
Retícula de las páginas internas.	93
Elementos de Creación de la Portada para el libro	96
Pantoma	98
Tipografía	102
Hojas Internas	103
Fase Ejecutiva	104
	105

VALIDACIÓN	106
CONCLUSIONES	109
RECOMENDACIONES	110
ANEXOS	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	71
Tabla 2.	71
Tabla 3.	31
Tabla 4.	74
Tabla 5.	75
Tabla 6.	76
Tabla 7.	77
Tabla 8.	78
Tabla 9.	107
Tabla. 10	107
Tabla 11.	108

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.	71
Gráfico 2.	71
Gráfico 3.	31
Gráfico 4.	74
Gráfico 5.	75
Gráfico 6.	76
Gráfico 7	77
Gráfico 8	78

INDICE DE IMAGENES

Imagen 1	103
Imagen 2	
Imagen 3	104
Imagen 4	
Imagen 5	109

Introducción

Este es un trabajo que nace de la necesidad de investigar acerca de los inicios de una breve aproximación al diseño gráfico en la ciudad de Quito, en el transcurso de los años 1990 al 1999, puesto que es una temática que deben conocer los estudiantes de diseño gráfico, donde el autor se ha visto interesado en conocer los acontecimientos de mayor interés en el lapso de tiempo antes mencionado.

En el primer capítulo se registran las temáticas que rodean al diseño gráfico, haciendo hincapié en el diseño gráfico en la ciudad de Quito, desde sus inicios hasta la actualidad; pero no de manera detallada, puesto que esta investigación no es un referente histórico cronológico; se abordan temas de gran importancia como: concepto de diseño y fundamentos desde el diferentes puntos de vista, para poder estructurar una cosmovisión más pertinente para el tema de investigación.

En el segundo capítulo se presenta el diagnóstico de la situación actual en relación con la existencia de material impreso que aborde el desarrollo del diseño gráfico en la ciudad de Quito, entre los años 1990 al 1999, el mismo que se realizó en las principales universidades de la ciudad, como: Universidad Israel, PUCE, UTE y UDLA. Para cumplir con este propósito se inició con un diagnóstico interno y externo de la situación antes mencionada; luego se aplicaron observaciones, encuestas y entrevistas que arrojaron importantes datos para la investigación y para la elaboración del producto final.

En el tercer capítulo se describe los pasos seguidos para la elaboración del producto propuesto, para lo cual se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

Justificación, fundamentación y estructuración del producto, con aplicación práctica de mismo. El producto (libro) presenta una breve aproximación al diseño gráfico en los años noventas, recopilando algunas de las piezas gráficas de mayor importancia, o que marcaron un punto de interés en el diseño gráfico en Quito en dichos AÑOS.

El material gráfico pretende llegar a los estudiantes de la universidad Israel, y a los catedráticos interesados en conocer los trabajos más destacados del diseño gráfico en la ciudad de Quito, buscando la oportunidad de contribuir a la historia de esta práctica, ya que las diferentes ramificaciones e investigaciones que aportan a su desarrollo son ejes importantes para completar la historia de la carrera de diseño gráfico en el país.

Finalmente se procede a la validación del producto, mediante la estrategia criterio de expertos, y se registran las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Planteamiento del Problema

Antecedentes

En la ciudad de Quito existe poco material editorial acerca de la cronología del diseño gráfico, o simplemente no está recopilado en un material editorial, situación que despertó en el autor del presente trabajo investigativo la necesidad de trabajar en una temática que abarque los antecedentes cronológicos de la evolución del diseño gráfico en esta ciudad, específicamente en la década de los años noventa.

En la Universidad Israel, es necesario captar el interés de los estudiantes, por conocer el desarrollo del diseño gráfico en la ciudad de Quito, entre los años 1990 al 1999, ya que sirve como punto de partida en su formación profesional.

Con la creciente evolución tecnológica (Internet) y con tantos temas de interés que invaden el entorno, puede originarse un posible descuido y dejar de lado lo que interesa al estudiante y futuro profesional de la imagen. A diario existe una completa relación con la imagen, ya que todo alrededor está compuesto de imágenes, pero se encuentra poco material informativo en un recopilado textual, construyendo un entorno alejado de lo local.

Es pertinente dar a conocer una breve aproximación al diseño en los años 1990 al 1999, para estructurar una idea mucho más específica y original.

Problema

A pesar de la importancia que implica el conocimiento de los principales momentos evolutivos del diseño gráfico en la ciudad de Quito, sobre todo en los estudiantes de las carreras de diseño, se verifica que existe muy poca información y la ausencia de un texto que presente una breve aproximación sobre el diseño gráfico en la ciudad de Quito, entre los años 1990 a 1999.

Causas y Diagnóstico

Se trata de erradicar una de muchas interrogantes teóricas que se encuentran envueltas alrededor del tema del diseño en la ciudad de Quito, el descuido de los estudiantes por conocer las posibles bases de la historia del diseño gráfico en la ciudad de Quito.

Las diferentes temáticas que se trabajan hoy en día no son las mismas que se trabajaron en un inicio en nuestra ciudad.

Buscar parámetros de diseño gráfico en Quito, con los que se trabajaba en los años 90.

Esta investigación busca un punto de inicio para configurar un imaginario propio del diseño gráfico en la ciudad de Quito años 1990-1999, para que todo futuro profesional que se relacione con el ámbito del diseño, sepa donde están sus bases, desde donde se fundamentan y cuáles son sus metas al momento de implementar el diseño gráfico en el ámbito académico en la ciudad de Quito, dando cabida abierta a las nuevas posibilidades que ofrece el diseño gráfico, que provocan segmentación de la información y una incógnita compleja del diseño en Quito, teniendo como distintivo un

carácter temporal y cultural, que busca el papel y la relevancia del diseño en nuestro medio.

Lo más importante es, contextualizar una breve aproximación sobre el diseño gráfico en la ciudad de Quito, para tener una idea más clara sobre el diseño gráfico en la ciudad de Quito en los años 1990 al 1999.

Problema Principal

- ☐ El problema que aborda este trabajo investigativo es que en la ciudad de Quito no existe un libro que recopile información sobre el desarrollo del diseño gráfico en esta ciudad, entre los años 1990 al 1999.

Problemas Secundarios

- ☐ Existe información desarticulada y anacrónica sobre el diseño en la ciudad de Quito entre los años 1990 al 1999.
- ☐ Ausencia de un material textual que aborde una breve aproximación sobre el diseño gráfico en la ciudad de Quito entre los años 1990 al 1999
- ☐ Insuficiente información sobre la evolución del diseño gráfico en Quito, entre los años 1990 al 1999.
- ☐ Limitaciones biográficas que ayuden a la investigación acerca del diseño gráfico en la ciudad de Quito, entre los años 1990 al 1999.

Objetivos

Objetivo general:

- ☐ Establecer una breve aproximación sobre el diseño gráfico en la ciudad de Quito, entre los años 1990 al 1999, y registrar en un libro impreso, para que sirva como un aporte académico y profesional.

Objetivos específicos:

- ☐ Estructurar una breve aproximación al diseño gráfico en la ciudad de Quito, años 1990 al 1999 para, conocer el proceso histórico del diseño gráfico en la ciudad.
- ☐ Diagnosticar la situación sobre una breve aproximación al diseño gráfico en Quito (1990-1999), de forma se obtenga mayor referencia acerca de la cultura visual en Quito.
- ☐ Desarrollar un producto gráfico, haciendo hincapié en los diversos estilos, tendencias y personajes, más representativos que surgen en Quito, durante los años 1990 al 1999.
- ☐ Validar el producto, mediante la estrategia criterio de expertos.

Justificación

Justificación cualitativa

El motivo o incentivo para realizar esta investigación, nace de la necesidad de información sobre una breve aproximación sobre el diseño gráfico en Quito años 1990-1999, recopilar la información necesaria para estructurar una aproximación sobre el diseño gráfico, investigación que se lleva a cabo con ayuda de expertos y conocedores, que se encuentran directamente relacionados con esta temática o pertenecieron a asociaciones en este lapso de tiempo.

Con esta investigación se trata de abordar o complementar el espacio vacío teórico y visual, que existe sobre la evolución en el diseño gráfico en la ciudad de Quito; dicha investigación sirve para desarrollar o apoyar a nuevas teorías, técnicas, temáticas, y fundamentos aproximados del diseño gráfico en la ciudad.

Además la elaboración de un material gráfico relacionado con el tema de estudio, permitirá a estudiantes, profesionales e interesados en el diseño gráfico, contar con una fuente de consulta idónea.

Justificación cuantitativa

La investigación sugiere plantear un entorno adecuado al diseño gráfico en los años 1990 al 1999, obteniendo resultados importantes de sus representantes principales, tendencias y estructuración del diseño dentro de este período.

Esta investigación sugiere exponer cuáles fueron los ejes que establecieron las carreras de diseño gráfico en la ciudad de Quito.

En segunda instancia propone señalar cuáles fueron los temas que impulsaron a componer la red de diseñadores gráficos en la ciudad, aportando a la historia del diseño gráfico en el Quito.

Justificación teórica.

Esta investigación responde a la ausencia de referencias teóricas acerca del diseño gráfico en la ciudad de Quito, entre los años 1990 al 1999, la misma que es un aporte importante a la profesión del diseño gráfico, donde el tema de investigación propuesto se encarga de subsanar esta problemática, que gira entorno al diseño en esta ciudad, la investigación basa su estructura en referentes teóricos relacionados con el diseño gráfico y con la historia.

Mismos referentes que son muy escasos puesto la temática utilizada en esta investigación, se está trabajando en diferentes entidades y planteada desde diferentes puntos de vista, bajo la perspectiva de sus autores.

Esta investigación comenzó abstrayendo información de los diferentes soportes. Artículos publicados por algunos actores importantes como la Sra. María Luz Calisto, personaje de gran importancia en el tema, ya que al momento se encuentra junto con un grupo de investigadores reconocidos en el medio gráfico, investigando y plasmando la historia del diseño gráfico en el Ecuador, al momento dichos investigadores han publicado artículos de gran importancia que han servido como referente para esta investigación, las mismas que se encuentran en sus blogs personales y en bibliotecas,

como lo son la de la Universidad Católica del Ecuador, abstracciones que se encuentran desglosadas en el desarrollo de esta investigación.

Justificación Metodológica

Desde el punto de vista aplicado a la investigación, este estudio se aporta al diseño gráfico en la ciudad de Quito, ya que es un tema poco explorado y dando como origen una descripción sistemática, que requiere un trabajo más profundo y extenso del tema.

Se utiliza el método histórico funcional, mediante el cual se aplican los principios descubiertos a casos particulares, el mismo que consiste en encontrar principios desconocidos, es decir, de la recopilación de información, mediante las técnicas de investigación, se obtienen datos concretos del diseño gráfico, a partir de la cual se estructuran los conceptos para el desarrollo del producto final.

Dentro de las técnicas de investigación se realizan entrevistas a profesionales del diseño, como es María Luz Calisto, Catedrática de la carrera de diseño gráfico de la Universidad Católica de Quito, quien aportó con datos más detallados sobre la evolución del diseño en Quito, dentro del período de 1990 al 1999; además se aplican encuestas, las mismas que están estructuradas con ocho preguntas, entre abiertas y cerradas, las mismas que están dirigidas a estudiantes y catedráticos de la carrera de diseño gráfico de la Universidad Israel, las mismas que se encuentran desarrolladas con mayor claridad en el capítulo II relacionado con la adquisición de información, mediante un cuestionario; estas se desarrollaron en la facultad de diseño, para

determinar la opinión, aceptación y factibilidad, acerca del producto a desarrollar como es el libro con toda la información recopilada.

Justificación práctica

Desde el comienzo de esta investigación se pone en práctica todos los conocimientos adquiridos, para estructurar una idea bien fundamentada en relación con el estudio del diseño gráfico en Quito.

Esta investigación expone una breve aproximación sobre el diseño gráfico en la ciudad de Quito años 1990- 1999, desde una perspectiva evolutiva en el desarrollo de la historia en nuestro medio, siendo conveniente como parte de la motivación del diseñador dentro de la realidad, en el dominio de la imagen en el planteamiento intercultural.

Esta breve aproximación sobre el diseño gráfico dentro del espacio social muestra una nueva percepción de los conocimientos en el contexto de formación, ya sean teóricos, prácticos y didácticos, reforzados con la base de la historia del diseño ampliando conceptos de los profesionales de la imagen.

Metodología de la investigación

Dentro del proceso de la investigación se inicia con la recolección de la información necesaria para la sistematización, desarrollo y fundamentación del trabajo, determinado por el tipo de investigación, dentro del enfoque de los momentos de la investigación descritos, por Carlos Sabino, en su libro "Proceso de la investigación" (1992).

La investigación, en su mayoría exploratoria, se fortalece con las entrevistas, realizadas a especialistas como María Luz Calisto, especialista del diseño gráfico ecuatoriano.

Una vez obtenida la recopilación de información necesaria se empieza el desarrollo y análisis de todos los elementos necesarios para el proceso creativo del producto final.

Este trabajo, conforme establece Carlos Sabino (2010), comprende 4 momentos.

Momento Proyectivo

La información se recopila mediante encuestas y entrevistas, para obtener datos relevantes que fundamentan el producto, dentro del proceso creativo, con los conocimientos recolectados en la investigación de la historia del diseño gráfico en Quito; se enfoca en las tendencias, representantes y procesos creativos, revisando y asimilando lo que ya se conoce respecto al problema que se ha planteado.

Momento Metodológico

La estrategia que se utiliza para esta investigación es de carácter recopilatorio puntual, puesto que se exponen las piezas gráficas más importantes o que resaltaron en los años noventas.

Del mismo modo en este segundo momento se exponen los autores y un breve proceso biográfico, para lo cual se determina el activador que llevo a los autores de dichos trabajos a realizarlos de esa manera, para lo cual se analiza entrevistas en algunos casos, y en otros casos se utiliza los archivos y documentos que se encuentran sobre dichos actores que abordan nuestro tema.

Método

El procedimiento que ayudó, a este trabajo es exploratorio, comenzando con la recopilación de información, mediante encuestas y entrevistas; luego se procedió a edificar estadísticamente los resultados de dichas encuestas. Posteriormente se aplicaron los resultados a la problemática de este trabajo.

Método Histórico Funcional

Este método ayuda en función histórica a exponer los años 1990 al 1999 del diseño gráfico en la ciudad de Quito, de forma que revele etapas de desenvolvimiento de este período gráfico.

Con este método se evalúa, los conocimientos pertinentes acerca del tema a resolver dentro de la investigación, datos de relevancia para el procesamiento en el desarrollo de una solución gráfica con las características visuales y conceptuales, que se representa en el producto final (libro).

Momento Técnico

En este momento se trabaja los datos que arrojaron las encuestas a los estudiantes en la universidad Israel y las entrevistas hechas a los profesionales.

Se utilizo las siguientes técnicas de investigación:

- Entrevista en profundidad a expertos en el tema del diseño gráfico ecuatoriano.
- Encuestas a estudiantes y profesionales del diseño gráfico ecuatoriano.

Instrumentos

- Cuestionario: con preguntas cerradas y acerca del tema propuesto.
- Cuestionario para expertos con preguntas pertinentes acerca del tema

Encuesta

El sentido de la encuesta es obtener información sobre puntos importantes que posee la investigación y desarrollo de una breve aproximación sobre del diseño gráfico en la ciudad de Quito, entre los años 1990 al 1999, dentro de un grupo objetivo conformado por estudiantes de diseño gráfico de la Universidad Israel; fue necesario diseñar un instrumento que consta de ocho preguntas, con una lista formal de preguntas estructuradas para indagar aspectos como: ... (Ver Anexo 1).

El número de preguntas que se utilizo en la encuesta es un numero de ocho, puesto que se trata de obtener datos precisos y contundentes para estructurar la problemática de esta investigación, a continuación se tomaron en cuentas aspecto importantes como: el conocimiento de diseño gráfico en la ciudad de Quito, el nivel de conocimiento que posee el encuestado acerca del tema investigado, pertinencia en el tema abordar, aceptación de un producto gráfico contextualizado.

Población y Muestra

Población

Estuvo conformado, por los estudiantes y catedráticos de la carrera de diseño gráfico en la universidad Israel, en un total de 600 personas entre hombres y mujeres comprendidos entre 18 a 40 años de edad.

Muestra

Fue necesario calcular una muestra, por lo extenso de la población, dando como resultado un total de 100 personas, entre estudiantes y catedráticos de la carrera de diseño gráfico de la universidad Israel. Entre hombres (66 hombres) y mujeres (34 mujeres), calculado de la base de datos de la UISRAEL. Batería creada en las instalaciones de la universidad, en edades entre 18 y 40 años, estudiantes y catedráticos.

El criterio fundamental para la selección de las personas a encuestar es, que estén relacionados directamente con la carera de diseño gráfico de la Universidad Israel, y que estén interesados en la realización del presente tema de estudio.

“Breve aproximación sobre el diseño gráfico en la ciudad de Quito años 1990 al1999”.

Se estima que con las encuestas totales se alcanza una confiabilidad del 85%, la muestra es suficientemente representativa debido a que el beneficiario directo de este proyecto serían los estudiantes y profesionales del diseño gráfico como soporte a la base del desarrollo gráfico en Quito.

El objetivo es identificar la importancia de obtener información relevante sobre la aproximación del diseño gráfico para fortalecer los conocimientos y bases teóricas de cada uno de los que conforman la profesión del diseño gráfico.

Para el cálculo de la muestra se utiliza la aleatoria simple, donde se toman los siguientes datos para el cálculo del tamaño de la muestra.

Fórmula

n	Muestra poblacional	100
p	Probabilidad de que pase	0,5
q	Probabilidad de que no pase	0,5
e	Margen de error	0,10
z	Nivel de confianza	1,962
N	Universo	600

$$n = \frac{N * p * q}{E^2 / Z^2 * (N - 1) + (p * q)}$$

$$n = \frac{150,00}{1.55}$$

$$n = 96,35$$

$$// 100$$

Una vez que hecha la encuesta al grupo objetivo se realiza un análisis de los resultados obtenidos para determinar características específicas para la solución gráfica.

Momento de la síntesis

Una vez obtenidos los datos se pudo pasar a la construcción de nuevos conocimientos; planteados de los hechos a la teoría, del objeto al sujeto, cerrando el ciclo del conocimiento, aunque no definitivamente, pues la nueva teoría alcanzada sólo puede concebirse como un superior punto de arranque para el desenvolvimiento de nuevas investigaciones.

El propósito final de este proceso de investigación fue la obtención de un producto visual que sea efectivo, de una breve aproximación sobre diseño gráfico en Quito, entre los años 1990 a 1999, donde se logre brindar información a los estudiantes interesados en este tema.

Soportes Tecnológicos

Dentro de los soportes tecnológicos se utiliza programas de diseño como son Adobe Ilustrador, Photoshop, Macromedia Flash e Indesign, programas necesarios para el desarrollo de los productos gráficos dentro de la desarrollo del proyecto.

Cada uno de estos programas permite el desarrollo técnico de los conocimientos obtenidos a lo largo de la carrera, el mismo que son parte importante en la implementación gráfico de este producto.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Para fundamentar la presente investigación se han considerado las siguientes teorías y criterios de autores:

En cuanto a principios del diseño se tomaron en consideración los criterios de Claude de Levi-Strauss, quien plantea:

El formalismo existe como una doctrina. Independientemente de la que, sin renegar lo que se debe, el estructuralismo se paga en razón de las actitudes muy diferentes de las dos escuelas hacia lo concreto. A la inversa del formalismo, el estructuralismo se niega a oponer lo concreto o lo abstracto, y de reconocer el segundo valor privilegiado. La forma se opone por oposición a una materia que se le es ajena, pero la estructura no tiene contenido distinto: es el contenido mismo aprehendido en una organización lógica concebida como propiedad de lo real. Aplicando este referente a nuestra investigación.

En segunda instancia se aplica "El método sistemático para diseñadores", desarrollado por Bruce Archer', fue publicado durante 1963 y 1964 por la revista inglesa **Design**. En este método. Archer propone como definición de diseño: "...seleccionar los materiales correctos y darles forma para satisfacer las necesidades de función y estéticas dentro de las limitaciones de los medios de producción disponibles", lo que implica reconciliar un amplio rango de factores. El proceso de diseño por lo tanto, debe contener fundamentalmente las etapas analíticas. Creativa y de ejecución.

Por último aplicando a nuestro producto basándose en las bases de diagramación del Sistema de retículas de Josef Müller, se propone una diagramación de manera que todos los elementos mantengan equilibrio, como diseñadores se debe encontrar un equilibrio

entre la retícula diseñada y el material (texto o ilustraciones), que busca las principales fortalezas que ofrece una retícula bien diseñada y estructurada indicando tres puntos importantes: "repetitividad, composición y comunicación

Además el trabajo se complementa con recopilados informativos que existen en diferentes plataformas, archivos bibliotecarios, artículos relacionados con el tema, archivos y artículos digitales, recopilaciones básicas que se encuentran en la red.

Toda esta información se encuentra con dificultad puesto hasta ahora los interesados en este tema, están tratando en una manera emergente de recopilar y contextualizar la verdadera historia y las raíces del diseño gráfico en el país.

Al momento se encuentran realizando investigaciones similares que se aplican en las diferentes ramas del diseño gráfico, para completar la historia en este campo en el Ecuador.

Toda la información que se utilizó para realizar el presente trabajo esta, respaldada por su autoría, para dar mayor veracidad a la investigación, razón por la cual abstracciones textuales de la información se encuentran con la cita pertinente para respetar a su definitivo autor y evitar procesos de plagio.

Los temas y subtemas considerados para respaldar la investigación se registran a continuación:

Diseño gráfico

El diseño gráfico implica organizar la información de los distintos elementos que componen la expresión visual, tratando de hacer comprensible el mensaje a la vez atractivo. En diseño hay que estar familiarizado con los principios universales que rigen la organización espacial. Todo este proceso garantiza el buen funcionamiento de la composición con el fin de conseguir los propósitos básicos de la comunicación visual: captar la atención y comunicar el mensaje con claridad y sin interferencias.

El diseño gráfico se puede definir en términos generales como la ordenación, composición de formas y figuras, mediante los procesos técnicos. El prestigioso diseñador Milton Glaser: "En el diseño hay un cuerpo dado de información que debe comunicarse para que el público experimente. Este es el objeto primario en la mayoría de las actividades del diseño."¹

Comunicación visual

La comunicación visual en el diseño gráfico puede adoptar numerosas formas de expresión en donde los elementos básicos de la forma, el color, la organización y composición de los componentes del mensaje se convierten en actores de la comunicación.

Diseño Editorial

El diseño editorial es el área del diseño gráfico especializada en la maquetación y composición de diferentes publicaciones como revistas, periódicos, libros y folletos,

¹Dalley, Terence, Guía completa de Ilustración y Diseño, Edición Hermann Blume, EEUU, 1980.

que se encarga de organizar los espacios de textos, imágenes en busca de un equilibrio estético y funcional, diseñando obras o ideas que funcionen eficientemente con cada uno de los elementos que forman la composición como son tipografías, cromática, formas, entre otros elementos.

El formato, las dimensiones y las estructuras de la página, los márgenes y la retícula son parte esencial de una publicación, donde la elección de los elementos determinará la perfección en el diseño editorial.

Retícula

Todo trabajo de diseño se debe regir por una estructura previamente estudiada. Esto permite obtener claridad, legibilidad y funcionalidad a la composición, además de facilitar el trabajo creativo.

Con la retícula, una superficie "bidimensional o tridimensional se subdivide en campos o espacios más reducidos modo de reja. Los campos o espacios pueden tener la mismas dimensiones" esto determina la disposición del texto para que sea sistemática y lógica del material ilustraciones y texto de una manera compacta que mantenga una estructura perfecta.

Como diseñadores se debe encontrar un equilibrio entre la retícula diseñada y el material (texto o ilustraciones), que busca las principales fortalezas que ofrece una

retícula bien diseñada y estructurada indicando tres puntos importantes: "repetitividad, composición y comunicación." (Muller, 1992:13)

En si se define que lo importante en el diseño editorial con diferencia de contenido, todas utilizan un método común, una plantilla o maqueta para todas sus páginas, de esta forma cada publicación presenta el mismo estilo en todas sus páginas y ediciones.

La plantilla no es más que un instrumento para medir y organizar los espacios y los elementos de la composición de una forma coherente y equilibrada.

Las partes básicas para la creación de la maquetación de la retícula:

- Número de columnas en cada página y dimensiones de las mismas.
- Tamaño del medianil. El medianil es la distancia que existe entre las columnas.
- Color que se le aplica a los titulares y a otros elementos de la publicación.
- Tipografía estándar y tamaños utilizados en el diseño, (párrafo)
- El estilo de portada, contraportada, secciones, encabezados, paginación.

Tipografía

La tipografía son los distintos tipos de voz al lenguaje hablado, que influyen directamente en el mensaje, los criterios estéticos donde debe predominar la legibilidad es importante porque se aprovecha este elemento como parte fundamental de la composición.

Ilustración y Fotografía

Son por lo general los elementos que más llaman la atención y es la parte de la composición que seguro se observa en primera instancia. La imagen hace que el diseñador y el espectador por así nombrarlo observa una variedad de opciones, ya que hacen que la información que se brinda sea mucho más real, verificable, además que expresan sensaciones de lo que podría representar la imagen ya sea fotográfico o publicitaria. La fotografía en el diseño gráfico es utilizada en dos aspectos: “como registro documental o como ilustración fotográfica.” (Fuentes, 2005:103)

La fotografía, aporta realismo y constituye en la mayoría de los casos un modelo de la realidad, por tanto, debe tener fuerza y un sentido específico y claro, se procura que las fotografías utilizadas no contengan información innecesaria, ya que esto puede provocar confusión y desinterés.

Hay que tener una idea clara de lo que se quiere comunicar por medio de la fotografía para que el contenido de esta sea exactamente el que se busca. Una imagen puede constituir la representación de las características de una empresa o institución mostrando todo lo que desea representar ante un público. La fotografía puede identificarse por la atención, por su interés, por la interpretación que puede llegar a tener con el mensaje con la que se la utilice.

La ilustración, “es otra forma de transmitir una idea, un concepto” (Martinez, 1993;45.), partir de una elemento real, simplificado, creado o simplemente una imagen diseñada para determinar un concepto. Vale indicar que tanto la ilustración como la

fotografía pueden representar sensaciones, lógicamente con la variación de composición, o estructuras que las confirmen.

Dentro de las ilustraciones cada uno de los elementos como rectas, curvas, líneas creadas con un grosor mayor o menor, variación de cromática pueden definir la imagen con una direccionalidad, belleza flexibilidad dependiendo de lo que se diseñe.

La ilustración dentro de un diseño, no es una parte independiente, sino un elemento que forma parte de una composición, es decir de un todo y de su estética como tal, la ilustración sobre fondos y elementos deben ser agradables, además se debe tener un aspecto atractivo y llamativo representando, es decir de lo que quiere comunicar.

Color

Aunque no sea fácilmente apreciable, el color en el diseño gráfico también tiene textura visual, pero se debe más al proceso fotomecánico y de impresión que a las características propias el color.

El color es una sensación visual producto como respuesta a una simulación de los foto receptores de los ojos.

Imagen

La imagen es un:

“soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del entorno óptico (universo perceptivo), susceptible de subsistir a través de la duración y constituye uno de los componentes principales de los medios masivos de comunicación”. (Moles, 1991:24)

Las representaciones visuales de toda índole se articulan, en el interior de las dinámicas del mundo contemporáneo, como un lenguaje universal capaz de establecer procesos de interacción simbólica entre actores de los más diversos orígenes étnicos, culturales, políticos y sociales.

La imagen en el mundo contemporáneo se deifica convirtiéndola en objeto fetichizado alrededor del cual se desarrollan y establecen una serie de paradigmas bajo los cuales funcionan los procesos de interrelación humana.

La imagen se constituye como el medio idóneo de interrelación social, es por ello que forma parte integral dentro de los motivos con los cuales se construyen las prendas de gran parte de la industria de la moda, a través de diferentes procesos de impresión como el dibujo a mano, transfer o serigrafía.

La imagen es si busca representar ante todo un idea que mediante el diseño gráfico permite representar mediante una forma una figura visual, sonora, material, de un modelo original, es si la imagen es fiel a lo original, lógicamente dependiendo de la forma en que el mente de la persona lo entienda o lo perciba.

Breve historia del diseño

El diseño comenzó oficialmente en 1919 cuando Gardel propios abrió el Bauhaus. Lo que tenía nuevo y específico este instituto legendario, era el hecho de que por primera vez se considera el entorno humano total como objeto de diseño.

Por primera vez se formuló la amplia tarea de humanizar el entorno humano basada en la tecnología y la industria moderna. Los impulsos de la gente del diseño se encaminaron a mejorar el entorno a través del uso de la tecnología del programa del Bauhaus contenía características político y en medios sociales.

Por supuesto, el bauhaismo arrancó de ser si no que los orígenes de su filosofía datan de mediados del siglo XIX. Bruce King John, aterrado por la devastadora estética y las consecuencias sociales de la industrialización.

Afirmó hace aproximadamente 100 años: “la vida sin industria es culpa, y la industria sin arte es brutalidad”². Pero los que no sólo aborrecían estéticamente la desenfrenada expansión del mundo de las máquinas sino que se había impulsado a buscar precauciones y remedios para la barbarie técnica. Más bien sentía que la miseria estética era una expresión de la miseria social y, al mejorar el mundo estéticamente, esperaban mejorar el mundo social. Bien pudo haber dicho Ruskin que “los derechos humanos incluían el derecho de un entorno humano, a un entorno ordenado y funcional en la actualidad se veía posible tachar estas ideas con cinismo de ideologías falseada e ingenua.”³ Sin embargo, no debemos olvidar que el anclaje de la estética en la sociedad evitó que se mastiquen hasta convertirse en un elemento de embellecimiento abstracto y anémico o en un instrumento de explotación comercial como en el diseño.

²Biurut M, Helfant J, Heller S y Poyner R, *Fundamentos del diseño gráfico*, Edi. Infinito, 2005, primera edición, pag 200

³Biurut M, Helfant J, Heller S y Poyner R, *Fundamentos del diseño gráfico*, Edi. Infinito, 2005, primera edición, pag 200

Fundamentos del diseño gráfico

El arte pictórico renacentista de 400 años llegaría a su fin con la creación de un concepto de diseño independiente de la naturaleza, el cubismo comienza una nueva tradición artística. El génesis de este movimiento es en 1907 cuando Pablo Picasso, un pintor español, realiza su obra Las Señoritas de Avignon, que actualmente se encuentra en el Museo de Arte Moderno de la ciudad de Nueva York.

Esto daría una nueva puerta hacia los avances del diseño y de cómo conceptualizar algo natural o humano de manera distinta y hacer hincapié en lo abstracto, tratando a la naturaleza en términos cilíndricos, cónicos y esféricos, y por lo tanto daría infinitas posibilidades de inventar formas. Dos años después, el 20 de febrero de 1909 cuando La Figuro publicó las fuertes palabras del Manifiesto of Futurism, el poeta italiano Filippo Marinetti estableció el futurismo como un movimiento revolucionario para todas las artes, para probar sus ideas y formas contra las nuevas realidades científicas y la sociedad industrial. El manifiesto voceaba entusiasmo por la guerra, la era de las máquinas, la velocidad y la vida moderna. Atacaba museos, librerías, moralismos y feminismos.

En 1913 un seguidor de Marinetti, Giovanni Papini empezó la publicación del diario Lacerba en Florencia, y el diseño tipográfico fue llevado al campo de la batalla artística, entonces el Junio del mismo año Marinetti llama por una revolución tipográfica contra la tradición de lo clásico. Entre las impresiones y diseños famosos de Marinetti esta Las palabras de la libertad, en donde el ruido y la velocidad que eran dos condiciones dominantes de la vida del siglo XX, eran expresadas por medio de esta poesía futurista.

Desde el invento de Gutemberg de sus tipos móviles, los diseñadores tenían una vigorosa estructura vertical y horizontal. Los poetas futuristas lanzaron las bases al aire. Liberados de la tradición, ellos animaban sus páginas con dinámica composición no lineal.

Así pasó también el grado en que los pintores futuristas estaban fuertemente influenciados por el cubismo, pero al mismo tiempo atendían una expresión de movimiento, energía y una secuencia efervescente de su trabajo.

Después le sigue el movimiento Dadá, que se desarrolló espontáneamente como un movimiento literario después de que el poeta Hugo Ball abrió el Cabaret Voltaire en Zurich, como un lugar donde se reunían jóvenes independientes poetas, pintores y músicos. El guía espiritual del Dadá era un joven poeta húngaro, Tristan Tzara quien editaba la publicación DADÁ, esto comenzó en Julio de 1917. Junto con Ball, Hans Arp, y Richard Huelsenbeck, Tzara exploró el sonido de la poesía, poesía sin sentido y poesía de oportunidad.

Escribió manifiestos en contra del mundo que estaba volviéndose loco, Dadá demandaba ser antiartístico y tenía un fuerte y negativo elemento. Rechazando todas las tradiciones, buscaba completar la libertad. Los dadaístas no aceptaban tampoco los orígenes del nombre Dadá, que era la anarquía de su movimiento.

Una historia dice que el movimiento fue nombrado al azar abriendo un diccionario francés y rápidamente apuntando a una palabra “Dadá”, el caballo de juguete de un niño. Estos artistas estaban sorprendidos, protestaban y hacían cosas sin sentido.

Edward J. Sullivan, Arte Latinoamericano En El Siglo Xx/Latin American Art in the Twentieth Century, EdiNoreal, 1996, edición Edward Sullivan, pag 43

Su rechazo hacia el arte y las tradiciones permitió al dadaísta enriquecer su vocabulario visual del futurismo. También siguieron las formas cubistas como formas visuales concretas, no sólo como símbolos fonéticos.

Algo importante sucede después, el pintor francés Marcel Duchamp se unió al movimiento Dadá y se convirtió en su más prominente artista visual. Con su pintura *Desnudo descendiendo una escalinata*, (Museo de Arte de Filadelfia), empujó los límites de la habilidad de una imagen estática y expresó movimiento. Pero sin duda uno de sus actos que dejó sorprendida a la audiencia al pintar bigotes en una reproducción de la *Mona Lisa*, este acto no fue un ataque contra la obra, sin embargo, fue un ingenioso modo de mostrarse en contra de la tiranía de la tradición y a un público que había perdido el espíritu humanístico del Renacimiento.

Este movimiento se empezó a esparcir por todo Europa, y muchos dadaístas crearon un magnífico arte visual que contribuyó al diseño gráfico. Habiendo heredado de Marinetti su retórica contra todas las tradiciones sociales y artísticas, Dadá fue un gran movimiento de liberación que sigue inspirando innovación y rebelión. Pero a finales de 1922, después de que la guerra acabara, (ya que de aquí surgió esta corriente), el Dadá empezó a ser absurdo y sinsentido alguno, se buscó un líder pero se fraccionó y cesó como un movimiento cohesivo. En 1924, con las raíces del Dadá y el grupo de literatura de jóvenes poetas y escritores franceses, el SURREALISMO aparece en la escena de París, su objetivo es buscar “algo más real que el mundo real detrás de lo real”, las intuiciones del mundo, sueños y el reino del inconsciente explorado por Freud.

Andre Breton, fundador del surrealismo, mezcló la palabra con toda la magia de los sueños, el espíritu de la rebelión y los misterios del subconsciente en 1924 con

manifiesto del surrealismo. Tristán Tzara fue desde Zurich para unirse a Breton, Luis Aragón y Paul Eluard. Él llevó el grupo hasta el escándalo y la rebelión. Estos jóvenes poetas rechazaban el racionalismo y el convencionalismo formal que dominaban las actividades creativas en la posguerra de París. Ellos buscaban formas de revelar “el lenguaje del alma”. Surrealismo no era un estilo o una materia de estética, era una manera de pensamiento y conocimiento, una manera de sentir, y una forma de vida. Breton y sus amigos habían especulado acerca de la pintura surrealista.

Ellos descubrieron el trabajo de Giorgio de Chirico, y lo declararon como el primer pintor surrealista. De Chirico pintaba vistas vacías de palacios italianos renacentistas, cuadros que poseían inmensa melancolía. Edificios vacíos, fuertes sombras, perspectivas demasiado inclinadas e imágenes enigmáticas combinadas para comunicar sentimientos muy lejanos a una experiencia ordinaria. Un claro ejemplo de lo anterior en Chirico, es su obra *La partida de el poeta*, (Museo de Arte de la Escuela de Diseño de Rhode Island).

De los muchos artistas que se unieron al movimiento surrealista, la mayoría influyó significativamente las comunicaciones visuales. Los pintores figurativos surrealistas fueron llamados naturalistas de lo imaginario. El espacio, el color, la perspectiva y las figuras son dadas de una manera cuidadosamente natural, pero la imagen es un paisaje de sueño irreal.

El surrealista belga, René Magritte usó las mezclas irreales y cambios con escalas ambiguas, desafió las leyes de la gravedad y de la luz, creó inesperadas yuxtaposiciones, y mantuvo el diálogo poético entre la realidad y la ilusión, la verdad y la ficción.

Demostrando que se adelantó a su época, este gran expositor en su obra *El espejo falso* deja al espectador incapaz de reconocer la contradicción de la imagen y el espacio; esta obra actualmente está en el Museo de Arte Moderno en la ciudad de Nueva York.

El pintor español Salvador Dalí influenció el diseño gráfico de dos maneras. Sus profundas perspectivas han inspirado a dar profundidad a lo plano, su aproximación realista a la simultaneidad ha sido usada para dar impacto a carteles y portadas de libros. La magia capturada por Dalí y su manera de plasmar utopías e irrealidades es bellamente expuesta en *Le Grand Paranoiac*, 1936, que se encuentra en el Museo de Boymans-van Beuningen, en Róterdam; aquí podemos admirar simultáneamente figuras surgiendo de un paisaje e incluso formando entre ellas enormes cabezas humanas.

Otro grupo de pintores, los emblemáticos, trabajaban con puro vocabulario visual. El Automatismo Visual es usado para crear expresiones espontáneas de la vida interna en el trabajo de Joan Miró, él exploró un proceso de metamorfosis a través del cual el intuitivamente convirtió sus motivos en formas orgánicas. Las formas orgánicas de este artista y su composición tan abierta han sido incorporadas al diseño gráfico, particularmente durante 1950. El impacto del surrealismo en el diseño gráfico ha sido diverso. Esto nos da un ejemplo poético de la liberación del espíritu humano. Fue pionero de las nuevas técnicas y demostró como la fantasía y la intuición puede ser expresada en términos visuales.

Desafortunadamente, las ideas e imágenes del surrealismo han sido explotadas y trivializadas frecuentemente en los medios masivos de comunicación.

(Meggs, Philip B. 1983: 274,)

Signo en diseño (diseño y semiótica visual)

Se piensa como una unidad mínima de significación donde se busca entender lo complejo del mensaje para decodificar las distintas manifestaciones culturales sobre todo en cada caso particular en el campo del diseño, la semiología supone un pensamiento para lo cual el lenguaje oficializa el medio o instrumento a la interpretación que se le da en la realidad a través de los signos es diferente para cada situación específicamente.

En el diseño gráfico existe una infinidad de signos con diferentes significados en la imagen dentro la representación.

Concepto e imagen son dos nociones de interés ligadas que se implican y no denominan el signo con el significado al concepto que incide a la imagen. Entonces el signo queda definido como un cuerpo que posee dos partes el significado y el significante.

Un diseño es comunicable cuando su signo es relacional, dar concepto o significado de un diseño es la cualidad del diseñador para fundamentar la idea que quiere expresar el modo de pensar del diseñador de una u otra forma dentro de la cotidianidad es un diseño que sólo puede ser valorado cuando es ingenioso y estándar u original.

Definiciones de signo.

El signo es una cualidad que se aplica de un modo demostrativo y que tiene la función de representar. Para sintetizar más estas definiciones podríamos decir que un signo es la representación de un objeto en la realidad.

El símbolo.

En su signo que se constituye por el simple hecho de ser utilizado como tal etimológicamente la palabra símbolo designa cosas puestas juntas la palabra griega symbalein significa “convención” o hacer contrato el símbolo es aquel signo que no es similar y no es continuo al objeto por lo tanto su razón de ser estará en el otro lado relación que existe entre el signo y el diseño. El diseño requiere estar compuesto tanto de un carácter simbólico como material.

Es por esta razón el diseño es comunicable cuando su signo es relacional, esta estructura consiste en un diseño comunicacional, un diseño bien estructurado, es con el signo que se analiza lo importante de diseñar estructurando desde la conceptualización del signo donde la relación del signo en el diseño es muy importante porque un diseño sin signo simplemente se cae o no comunica.

En cuento la verdad surge más fácilmente del error de la confusión, un buen diseño obliga al diseñador a investigar alguna parte de la nueva naturaleza de una manera más detallada y profunda que sería inimaginable e incontable la idea de revolución en el diseño que plantearía y arrojaría de este tipo de estudio la lógica del diseño nos plantea que no simplemente hay que diseñar sino también hay que comunicar, un

diseño bien planteado para el diseñador es que el conocimiento de diseño pueda captar la intención del diseño para comunicar.

Según Carolina Cádiz de Chile el signo de permitir la imagen mental a una tercera donde hay un puente entre la simbología y la comunicación material a imagen mental, complejidad que puede generarse en el proceso comunicativo cuando uno de sus dos aspectos falla proviene sin capaz de llevarse a cabo en una solución comunicativa, nos provoca el error más común en nuestra profesión. El diseño es comunicable cuando su signo es relacional respecto del significado inmaterialidad con la unidad entre ambos establece la comunicación; no cada uno por su cuenta como bien dice Néstor Sexe en su libro Diseño.com "el significado sin el significante o viceversa es un diseño a conceptual."⁴

Planteamientos de diferentes Autores

Saussure plantea:

La lengua es "un sistema de signos que expresan ideas y por esta razón es comparable con la escritura, el alfabeto de los sordomudos, los ritos simbólicos, las formas de cortesía, las señales militares etc. simplemente es el más importante de los dichos sistemas"⁵. Así es pues podremos concebir una ciencia que estudia la vida de los sismos en el marco de la vida social podría formar parte de la psicología social y por lo consiguiente de la psicología general; nosotros la vamos a llamar semiología.

Podría decirnos en qué consisten los sismos, que las leyes los regía. Como todavía no existe, no podemos decir cómo será; no obstante, tiene derecho a exigir y su lugar está

⁴ Sexe Nestor, Diseño.com, Paidós Ibérica, 2001, pag.35

⁵Niño Victor, Fundamento de Semiótica y lingüística, editorial EcoBogotá, 2007, pág. 15.

determinados de antemano, la lingüística no es más que una parte de esta ciencia genera.

Según Sanders Pierce:

Por semiosis entiendo una acción, una influencia que sea o suponga una cooperación de tres sujetos (como por ejemplo, un signo, un objeto y su interpretante; una influencia tri-relativa que en ningún caso puede acabar en una acción entre parejas)

Según Roland Barthes:

La semiología es un discurso general cuyo objeto no es tal o cual sentido si no la pluralidad misma de los sentidos del texto.

Según Julien Greimas:

La semiótica es el de mostrar al mundo y como lo organiza al humanizar. Su dominio abarca todos los universos significantes en cuanto que tienen sentido para el hombre, debido a que están formados por una estructura, la cual es necesaria dilucidar. El mundo es un lenguaje y no una colección de objetos.

Según Humberto Eco

La semiótica se ocupa de cualquier cosa que puede considerarse como signo aunque esa cosa no exista.

En este sentido estudiar todo lo que puede usarse para medir la cultura produce signos o atribuye los significados de los signos dependiendo de la cultura en la que nos desenvolvamos.

Diseño gráfico herramienta del bien social y aporte cultural

El diseño es un factor del bienestar humano porque contribuye a la calidad de los productos y servicios en los que se integra, desde los procesos productivos hasta los de comercialización, formando parte de la vida cotidiana e integrando en ella valores de uso y valores simbólicos que constituyen la cultura contemporánea.

Para el desarrollo de su trabajo, el diseñador considera factores productivos, tecnológicos, materiales, ecológicos, humanos, perceptuales, culturales, artísticos y de innovación, entre otros elementos para generar el espacio artificial en el que se desenvuelve el ser humano.

Por lo mismo los diseñadores no diseñamos objetos, sino las formas en que las personas lo relacionan entre sí, que son el resultado de las dimensiones simbólicas del diseño. El diseño es entonces una estrategia cultural, que comunica identidad y se manifiesta como un valor constitutivo de los productos, servicios y organizaciones. En efecto, el diseño es un valor constitutivo y no un valor agregado, como generalmente se le presenta, porque forma parte del ser de los productos y servicios desde el momento de su creación.

En el mundo global en que el intercambio de productos y servicios crece, para los países emergentes, el diseño debe formar parte del discurso político del desarrollo, es decir, que cuando se hable de desarrollo, la palabra diseño debe estar presente. Principalmente porque los productos que se integran al intercambio internacional deben ser capaces de

comunicar identidad y deben adquirir sentido desde lo local, para tener una oportunidad en el mundo global que busca lo único, lo diferente, lo que puede crear identidad para quien lo usa.

Al igual que la palabra ecología se reconoce hoy como un factor cultural es necesario que la sociedad en su conjunto (particularmente de países emergentes o en desarrollo) comprenda y valore el diseño como un componente fundamental de la cultura, de su calidad de vida y de la calidad de sus productos. Para ello es necesario que los diseñadores seamos capaces de crear un discurso que permita instalar el valor del diseño en la esfera cultural de nuestras comunidades nacionales.

Hacer conciencia que el diseño es una disciplina transversal que utilizada sistémicamente articula y da sentido a las acciones cotidianas y permite el desarrollo estratégico de las organizaciones, las empresas, las instituciones y cualquier grupo humano que demande identidad y requiera un desarrollo inteligente.

Al analizar cómo las grandes corporaciones utilizan el diseño en sus estrategias de comunicación y producto, nos damos cuenta de lo poderosa que puede ser la creación de un sistema producto coherente con la marca y con las estrategias de marketing.

Los diseñadores latinoamericanos hemos sido un importante factor de modernización de nuestros países al integrar inteligencia en el desarrollo de productos y servicios, y contribuir en la creación de discursos formales y estéticos, coherentes y significativos, que aportan identidad y calidad a bienes y servicios, generando condiciones para el desarrollo cultural y mejorando las condiciones de vida de nuestros pueblos.

Como diseñadores el tema de la cultura a sido más un tema de espacio, utilizada bajo los parámetros del cliente, valores estéticos, donde se busca encontrar soluciones positivas y la relación entre experiencia, estética y composición de cada unos de sus elementos, "el diseño gráfico es una manera global de intervenir en el debate de lo cultural que se desarrolla permanentemente en la sociedad."⁶ donde la responsabilidad cultural del diseñador es producir comunicaciones que comuniquen, que desarrolle las nuevas necesidades que se incrementan por la gran cantidad de nuevas soluciones visuales que emergen del ambiente cultural.

Responsabilidad social del diseño gráfico

Existen caminos alternos el diseño gráfico en la responsabilidad social, la imagen es un eje moderador de la sociedad, ya que pertenecemos a la sociedad de la imagen según Norberto Chávez "el diseño gráfico es sólo un oficio al cual no se puede juzgar como disciplina en crisis por falta de temática social dentro de su práctica académico profesional, como tal, está sujeto a la trayectoria marcada por qué lo ejecute o demande, y en todo caso es la sociedad que orienta sus servicios quien representa tal crisis."⁷ Forma sobre función, función sobre mensaje, mensajes sobre idea; si de algo parece adolecer nuestro actual papel de comunicadores visuales dentro de la sociedad, es de una posición crítica participativa. No obstante, con respecto a esto un último, de manera irónica y brusca, hoy tenemos centenares de ejemplos relacionados a la participación pública general como respuesta a nuestra actual desestabilidad política, económica o social con ambiente dentro del cual el diseño gráfico parece haber comenzado a gestar

⁶Frascara Jorge, Diseño para la gente, Ediciones infinito, Buenos Aires, 2004, pág. 65

⁷Chaves, Norberto. El oficio de diseñar. Propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan. Ed. Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 2001. pp. 13, 89.

una nueva y biología correspondiente sus principios como disciplina nuevas controversias han surgido al respecto, sin embargo parece ser otro llamado a la conciencia digno de analizar si la modernidad buscó lo general, lo socializador y lo internacional, la posmodernidad miró hacia lo individual, lo nacional y lo identificable por pequeños grupos de personas.

La pluriculturalidad y el multitecnicismo de nuestro país nos convierte en personas multidisciplinarias no nos limitamos a ser simples diseñadores sino al contrario expandimos nuestra mente a formar parte de los espectadores la responsabilidad social en nuestro país se extiende a innumerables ramas, una de las más importantes que se va a trabajar es la comunicación, puesto que la estructuración del mensaje es una contribución positiva a la sociedad la creación de objetos visuales que contribuyan al desarrollo cultural alcanzarían niveles de expectativa bastante altos ni no se terminaría a un diseñador como un simple profesional, sino que forma parte de una clara reflexión respecto al medio gráfico en el que nos desenvolvamos el vínculo que tiene la responsabilidad social con el diseño gráfico no están armonizado porque valga la redundancia la complejidad de estructurar un mensaje que sea bien acogido por la sociedad tiene un nivel de dificultad bastante alto puesto que es una sociedad cambiante según Joan Costa, el rol del diseñador es, en síntesis, el convertir unos datos simbólicos en un proyecto funcional, y este en un producto o un mensaje para lo cual se requiere talento especial, una seria formación técnica, flexibilidad psicológica, sensibilidad y un sentido creativo pero lo más importante todo este mensaje estructurado con responsabilidad social, es por esta situación que se transformara en una formación técnica comunicacional con el propósito donde todo el conjunto estructurado del mensaje es la reflexión social.

El diseño gráfico es una parte de lo que cada uno quiere representar son ideas dentro de una cultura social, que lleva consigo un proceso creativo que construye una cultura, el diseñar busca plasmar las ideas del creador en un orden estético simbólico que contemple el mensaje dentro de la estructura visual.

Gestión del diseño gráfico

El diseño puede ayudar a las empresas a lograr sus objetivos estratégicos aportando la diferenciación, concepto del producto o servicio, coherencia y eficacia en la comunicación y en la imagen además colaborar a la solución de los malos hábitos y las rutinas que inevitablemente se generan en todo lugar de trabajo.

A medida que las empresas sean capaces de asimilar gradualmente el diseño, estará introduciendo innovación en la organización ya que para trabajar con diseñadores enriquece la visión estratégica del negocio desde muchos puntos de vista, que van desde la propia identidad de la empresa hasta poner en venta un producto.

El diseño no puede aportar todo su valor si no participa desde el principio de una forma integradora; si sólo se piensa superficialmente el resultado será inconsistente, perdiendo el objetivo inicial de ayudar a identificar problemas, focalizar los he ido depurando soluciones hasta el final la gestión de un proyecto de diseño requiere el desarrollo de varias actividades que necesitan ciertos tiempos asignados; entre esas labores están: la administración de recursos humanos y tecnológicos, planificación, reuniones de trabajo, presentación del proyecto, gestión productiva que tiene que ver con la transparencia

tecnológica con control de calidad, control de producción de acuerdo al tiempo, desarrollo de actividades de supervisión de los procesos productivos y finalmente a actividades creativas que son básicamente las etapas dedicadas a la investigación análisis y síntesis de la información existen procesos de creación del concepto, desarrollo de alternativas de solución y comunicación de diseño seleccionado.

La gestión de diseño lucha por crear entendimiento y conciencia entre el personal y todos los niveles cuyas acciones, aunque sea en la mínima decisión, son el núcleo de la gestión de diseño.

La gestión de diseño funciona en todos los lugares y exhortaciones en las cuales la organización, a través de su estructura, productos y empleados, tomar decisiones sobre experiencias de consumidor y calidad de sus productos.

El diseño debe estar desde la génesis hasta el resultado final-según Mónica González la gestión del diseño gráfico en un artículo de la Universidad de Londres.

Que cuando nos comunicamos con alguien no solamente emitimos un mensaje sino también recibimos una respuesta y nuevamente comunicamos ante esa respuesta. Todo ello se realiza con palabras, gestos, pensamientos y sentimientos las comunicaciones comprenden un conjunto de actividades que se desarrollan con el propósito de informar y persuadir, en el determinado sentido, a las personas que conforman los mercados objetivos de la empresa.

En términos generales podemos agrupar dos tipos de comunicación: la comunicación verbal es la que expresa mediante el uso de la voz saludar al cliente con calidades es

para que cliente se siente bienvenido es muy importante pensar antes de hablar cuando más sepamos acerca del cliente mejor lo vamos atender.

Pensar en lo que se va decir antes de comenzar a hablar nos dará la posibilidad de transmitir nuestro mensaje con claridad y con fluidez la expresión gestual es mucho más que las palabras que utilizamos constituye un canal relativamente débil o menos importante para dar y recibir el mensaje pero no por esto quiere decir que la gestualidad no es una comunicación una buena gestualidad para que la comunicación sea de nivel alto de entendimiento.

En todos los casos hay que escuchar lo que el cliente dice pero también lo que no dice muchas veces los clientes tienen dificultad para expresarse, nuestra responsabilidad es llegar al verdadero asunto pero de qué forma indagando formulando, preguntas abiertas o generales establecer necesidades, definir problemas, comprender pedido obtener más información, clarificar lo que se ha dicho, resumir una conversación o confirmar un pedido.

Consumidor es un mundo diferente, cada vez que quiere el producto si es posible a su medida ya sus exigencias; en la medida que la competencia se incrementa en los mercados creen, la necesidad básica de posicionarse claramente la mente del consumidor potencial va resultando mucho más importante.

En los tiempos actuales, en el mundo sobre comunicado, el enfoque de la comunicación celebrada ha dado el nombre de posicionamiento; es decir se trata de una forma de comunicación: publicidad, que desde el punto de vista de receptor a veces goza de poca estima.

En el diseño gráfico no sólo se venden proyectos gráfico, si no proyectos integrales que van más lejos que una simple propuesta gráfica.

El mercado ya no se asemeja en nada al de los años pasados, que eran tan previsibles y entendibles. La preocupación era producir más y mejor porque había suficiente demanda para atender.

La gestión del diseño gráfico es estar al tanto de la situación que ha cambiado de forma drama con la presión de la oferta de bienes y servicios y la saturación de mercados obliga a los diseñadores de distintos sectores a actuar con criterios distintos para captar y retener a esos clientes escurridizos porque no mantienen lealtad Nicolás ni con los diseñadores ya que éstos son los creadores de la imagen puesto que con las nuevas tendencias de diseño la oferta y demanda del diseño gráfico hoy en día es mucho más grande que la oferta y demanda de la publicidad.

En la gestión del diseño gráfico que tener en cuenta las siguientes características:

No ponerse a la defensiva

No involucrarse en las emociones

No provocar situaciones más irritantes

Calmar el enojo

No hay que prometer lo que no se puede cumplir

Analizar a fondo el problema

Hay que ser solidario

Negociar la solución

Diseño Gráfico en Ecuador

Breve reseña histórica del Diseño Gráfico en Ecuador

Han pasado muchos años desde que en Ecuador se inició la profesión del Diseño Gráfico, lo que también significó que se establecieron nuevas líneas de pensamiento artístico, técnico y gráfico filosófico. Fue ésta una suma por demás creativa que ofreció, ante todo, un nuevo profesional adecuado a las nuevas tecnologías, que avizoraba un mundo industrializado con nuevos retos y, sobre todo, con un estilo de vida innovador.

Si bien es cierto que el diseño gráfico es el arte y la técnica de la comunicación, está siempre detrás la voluntad y vida de personas que, quiéralo o no, se retratan en su propia obra. Prácticamente no se puede separar el diseñador del diseño, forman parte de la comunicación que va a dar siempre las claves precisas de su autor, su región y su cultura.

Este llamado Boom del diseño gráfico en el Ecuador, es una manera de rescatar el perfil y trabajo gráfico de un creciente grupo de personas que conjugan el verbo "comunicar" en nuestro propio país. Y este resurgir del diseño se dio tal vez a partir de la aparición de escuelas de diseño en el país.

Inicios del diseño gráfico en Ecuador

En gran parte de los registros investigados nos reseñan una especie de olvido o eslabón perdido acerca de los orígenes del diseño gráfico en Ecuador, los indicios más destacados nos mencionan a Colombia, México, Brasil y Argentina como los grandes referentes del diseño gráfico en Latinoamérica, mayormente por nuestra responsabilidad, puesto que no existen mayores registros, estudios, análisis, reseñas históricas o reflexiones sobre este tema, proyectando una imagen errónea acerca de la historia del diseño gráfico y su desarrollo en el Ecuador; este análisis planteado no tiene afanes de inventar lo que existente y aún menos distraer en conocimientos es sencillamente un enlace lógico – científico de hechos e indicios que catalogan orgullosamente al diseño gráfico en Ecuador como un digno referente latinoamericano, no hay que olvidar que el diseñador para la Bauhaus, no era artista pero era un profesional formado en el conocimiento de las ciencias, materiales y praxis de la artes, antes reconocido empíricamente como artesano, y si de las bases e influencia de las artes - artesano hablamos que mejor riqueza hereditaria tiene a seguir el contemporáneo diseñador andino y Ecuatoriano.

Al adentrarnos en este tema podemos mencionar que los orígenes del diseño gráfico en Ecuador están ligados a las artes heredadas del mestizaje cultural de las épocas pre colombianas y coloniales teniendo como entidad referente a la Escuela Quiteña de Artes, puesto que si aplicamos la teoría y bases del diseño propuesto por la Bauhaus, esta escuela forma sus bases de expresión en conceptos relacionados a esta teoría, sin olvidar que el diseño es las artes y ciencias integradas para la reproducción industrial o gran escala; así la Escuela Quiteña es como se ha llamado al conjunto de manifestaciones

artísticas y de artistas que se desarrolló en el territorio de la Real Audiencia de Quito, durante el periodo colonial (segunda mitad del Siglo XVI, XVII, XVIII y primer cuarto del Siglo XIX) es decir durante la dominación española (1542-1824). Se considera que su origen es la escuela de Artes y Oficios, fundada en 1552 por el sacerdote franciscano Jodoco Rieke, quien junto a Fray Pedro Gocial transforma el colegio San Andrés, en el lugar donde se forman los primeros artistas indígenas.

Como expresión cultural es el resultado de un dilatado proceso de transculturación entre lo aborígen y lo europeo y es una de las manifestaciones más ricas del mestizaje y del sincretismo, en el cual aparentemente la participación del indígena vencido es de menor importancia frente al aporte europeo dominante.

Al tomar estos referentes dictaran y remembrarán grandes discusiones que se mantienen aún en la actualidad, por lo abstracto y extensible en el proceso del diseño gráfico, pero de igual forma que el diseño europeo se nutrió de las vanguardias artísticas, el diseño gráfico Ecuatoriano tiene grandes bases sólidas - artísticas para proyectar y basar su proceso.

El siguiente indicio para formar esta reflexión es el mencionar que la primera imprenta en llegar a nuestro país es en 1750 a la ciudad de los Juanes, Ambato, traída por los padres jesuitas y operada por el tipógrafo alemán Johannes Schartz. Esta imprenta fue trasladada el año 1670 al seminario de San Luis en la ciudad de Quito.

El primer periódico se editó el año 1835 y desde esa época Ambato ha sido un gran centro de difusión del pensamiento escrito por medio de periódicos, revistas y libros, es decir diseño editorial. Pasando luego al primer periódico del Ecuador editado por

Eugenio de Santa Cruz y Espejo en esta imprenta, este criollo e ilustrado Ecuatoriano que cambió sus nombres y títulos para acceder a la educación, aparte de ser médico puede figurar como el primer editor, cronista y diseñador gráfico, siempre y cuando no olvidemos sus escritos críticos y cargados de expresión en fachadas y muros con el origen de una tipografía propia.

Mientras en occidente hoy se preocupan de sus orígenes en Ecuador no nos preocupemos de identidad, nuestra riqueza identitaria esta allí solo hay que recordarla, por lo que el diseño gráfico Ecuatoriano no carece de proceso u origen, al contrario lo tenemos y tiene una gran riqueza ideológica, conceptual y formal; por lo que no hay de que sorprenderse al conocer que nuestros estudiantes, docentes, profesionales y personas afines al área de la comunicación visual y el diseño en general se encuentran representando al Ecuador prestigiosamente en certámenes internacionales, dejando muy en alto a nuestro país.

Cabe hacer un reconocimiento a aquellas personas e instituciones que velan por mejorar y desarrollar la imagen y gráfica Ecuatoriana aunque somos un espacio pequeño de territorio, nuestro pensamiento y creatividad trasciende realidades, a ti futuro estudiante, estudiante de diseño o diseñador que quemas tus pestañas detrás de computador y día a día desgastas tus manos tras los carbones, pinceles, pasteles, el lápiz óptico o el mouse recuerda que el diseño gráfico en Ecuador es grande como Tú y tiene historia.

El Diseño Gráfico en las Naciones Vecinas

Colombia es uno de los países con mayor tradición histórica en el campo de las artes gráficas, la obra impresa más antigua del país data del siglo XVII. La figura colombiana más relevante es David Consuegra (1939), quien fundó un grupo en la Universidad de Bogotá brindando su experiencia y talento. Otros representantes del diseño en Colombia son Marta Granados, Antonio Grass y Dicken Castro.

En Perú el verdadero pionero del diseño gráfico peruano moderno es Claude Dieterich (1930), quien después de trabajar en París en diversas agencias de publicidad y en el diseño de revistas, se establece en Lima implementando las influencias europeas en el diseño gráfico contemporáneo de América Latina.

El primer periódico editado en Venezuela en 1808, marca los orígenes de la imprenta en este país, y la iniciativa de mejorar el diseño de los sellos de la Administración de Correos se debió a un grupo de diseñadores y artistas venezolanos en la que mejoró notablemente la calidad del diseño venezolano.

Cabe destacar a GerdLeufert quien se estableció en Caracas y fue autor de 26 sellos para la Administración de Correos y es calificado como el padre del diseño gráfico venezolano. Y M.F. Nedo es el segundo pionero moderno del diseño venezolano quien inició su larga e intensa colaboración con GerdLeufert en la agencia de publicidad McCann Erickson.

En México se establece la tipografía en 1539, fray Juan de Zumarraga es el autor del primer libro impreso en América, casi doscientos años antes de la famosa Biblia de Gutemberg de América Latina impresa en Argentina. Durante el siglo XVIII se ocuparon básicamente de reproducir imagerie religiosa, poco después en 1830, la litografía se ocupó también de esos menesteres añadiendo sátiras de costumbres y caricaturas políticas en periódicos similares a los europeos.

Otros artistas gráficos de gran relevancia además de José Guadalupe Posada, fueron: Trinidad Pedroza, Orozco, Diego Rivera, Leopoldo Méndez, Julio Ruelas, Miguel Cobarrubias, entre otros.

En Cuba se disponía de una larga tradición en diseño gráfico aplicado al consumo, probablemente la más antigua de Latinoamérica, antes de mediar el siglo XIX disponía de talleres litográficos y de una práctica aceptable en el procedimiento inventado en Alemania, acercando por primera vez a un país sudamericano a uno de los países más desarrollados de la vieja Europa.

Indudablemente la historia del diseño cubano en litografía la escribió Francisco Murtra, la de la tipografía José Mora y la del cartelismo (y por extensión, de todo el diseño gráfico) Félix Beltrán.

En Argentina prevalece una fuerte influencia francesa, los mejores cartelistas argentinos de la historia son Arnaldi y Valerian Guillard. En los años sesenta este país era la primera potencia de América Latina en la edición de libros y otros materiales de lectura como por ejemplo, los diarios. Sin embargo, la ilustración es la especialidad en la que

los argentinos han tenido mayor proyección, destacándose Castagnino, Sabat, Quino, Mordillo y Tomás Maldonado.

La tipografía llega tarde a Brasil, a pesar de esto el establecimiento de las sucursales de las grandes agencias de publicidad americanas, que coincide con el primer gran desarrollo industrial y mercantil del Brasil, permite la introducción de las más modernas formas de producción industrial, con lo que los brasileros aprenden a diseñar anuncios publicitarios en 1940.

El origen del diseño gráfico brasilerero puede determinarse por medio de los pioneros Aloisio Sergio Magalhaes y Alexandre Wollner. En 1962 se inauguró en Río de Janeiro la primera Escuela Superior de diseño Industrial, la cual ha contado con profesores de altísimo nivel como Guibonsieppe.

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; sólo se podía contar con pocas agencias

especializadas de diseño como: Azuca, Max Benavides, Mac Generación, Matisse, Versus, Magenta, Iconosgraph, etc., que no llenaban la creciente generación de diseñadores recién graduados y que se debatían algunas de ellas entre la continuidad o el cierre de sus servicios.

Esto hizo que muchos de estos diseñadores buscaran trabajo en las agencias de publicidad o en los periódicos. Aunque estos últimos medios cumplían el hecho de adquirir experiencia, era muy claro que no era el lugar idóneo para el desarrollo de un diseñador gráfico.

Es por esta razón y al popular auge tomado por el uso de la computadora en el diseño a principios de los 90 que empezaron a surgir nuevas empresas de diseño o diseñadores que simplemente trabajaban a modo freelance para clientes en el país.

La mayoría de ellos carentes de una educación que estuviera al nivel de países con tradición de diseño y con un mercado inculto sobre la materia, esta nueva sangre de diseñadores se lanzaron casi de una manera autodidacta a demostrar que sí se podía hacer diseño en el país.

Comenzar una empresa de diseño o dedicarse a la área de la comunicación gráfica no era una tarea fácil en este medio; además de ser una carrera relativamente nueva, empresas o instituciones estaban acostumbradas a lo que ofrecían las agencias de publicidad, no entendían a estos nuevos talleres de comunicación que conformados con poco personal querían competirles al monopolio publicitario.

Al pasar los años las empresas se dieron cuenta de que un trabajo especializado era el más adecuado y brindaba mejores resultados mostrando de esta manera a las agencias de diseño o diseñadores, un interesante futuro en el área.

El auge de las agencias y diseñadores produjo un tipo de servicio de comunicación que no rechazaba ningún tipo de trabajo; estos ofrecían desde hacer la identidad gráfica de una empresa hasta la publicidad de la misma pasando por diversas piezas como ilustraciones, páginas web o hasta fotografía.

Aunque esto creo tipos de agencia híbridas, era bastante razonable debido al poco mercado que se podía encontrar y a la necesidad de facturar. Era muy difícil que una agencia o diseñador se especializara en un área específica y de la cual ofreciera su mejor calidad, porque simplemente el mercado lo exigía.

Encontrar proveedores de servicio gráfico como imprentas, separadoras de color, impresiones a color o gigantografías de buena calidad era una odisea; pocas empresas notaban el creciente campo del diseño y la comunicación, lo que le dejaba al diseñador un pequeño abanico de opciones.

Las agencias y diseñadores saltaban de imprenta en imprenta para ver cuál de ellas le cumplían su trabajo con buena calidad y tiempo dando como resultado en la mayoría de casos una descompensación en el trabajo final.

Los diseñadores gráficos tenían que luchar para ser reconocidos y diferenciados de los fotocomponedores y los impresores que habían convertido el trabajo del diseño gráfico como un pequeño "valor" dentro del costo de un trabajo de impresión.

Aunque estos problemas aún se mantienen, el reconocimiento justo que tiene un trabajo profesional de diseño ha sido uno de los temas más polémicos de los últimos años debido a que no existe una correcta cultura sobre cómo se debe cobrar un trabajo de diseño.

Las profundas crisis por las cuales ha venido pasando el país han repercutido considerablemente en la profesión, cerrando estudios de diseño y provocando la emigración de los diseñadores a otras tierras con mejores expectativas; además de experimentar una serie de gobiernos que no buscaban reflejar una imagen gráfica y coherente del país y que no acudían a empresas o diseñadores especializadas sino a proyectos desorganizados y palanqueados. Aunque pareciera un panorama desolador esto ayudo a forjar el carácter y la piel de los diseñadores que han tenido que surgir en un medio con muchas limitaciones.

Diseño Gráfico Ecuatoriano

A partir de mediados de la década de los 90 hasta ahora los diseñadores gráficos entendieron que para ser una carrera reconocida había que unirse, así la profesión se vio beneficiada por distintos eventos como concursos o conferencias que permitieron un mejor conocimiento de lo que estaba ocurriendo en el medio.

La Asociación de Diseñadores Gráficos creó un lazo de unión entre los profesionales del mismo al formar un gremio que inició la concientización interna y hacia el público de una profesión que crecía cada vez más y deseaba una posición en el ambiente nacional.

Los concursos como Las Bienales del Afiche, El concurso de diseño sobre Papel Kimberly, El libro por el País del Sol, El libro Logos, La Bienal del diseño, El 1er. Concurso de Logos organizado por la revista Papagayo, las conferencias que realizaron reconocidos diseñadores internacionales como Dicken Castro de Colombia, Kari Pipo de Finlandia, Pepe Menéndez de Cuba, LexDrewisky de Alemania, Roberto GarcíaBalza de Argentina, David Carson de Estados Unidos, entre los más importantes, enriquecieron al ya significativo grupo de diseñadores.

Para los que habitamos en este lugar del mundo, esta influencia de buen diseño internacional y el aporte de muchos de los diseñadores que iniciaron esta profesión, se hace perceptible sobre nuestro trabajo.

Es innegable la influencia norteamericana que constantemente bombardea a Ecuador, un país que aunque pequeño es la suma de varias razas, de climas variados, de una biodiversidad asombrosa y rítmica, y sobre todo de una rica tradición cultural indígena, ha derivado de alguna manera en una incipiente pero interesante identidad que pelea por salir a la luz al ámbito internacional.

Ojalá en un futuro podamos conversar los comunicadores de imagen sobre esta identidad, contarnos nuestras experiencias, criticar, discutir, o valorar aquello que esta

bien hecho, analizar conceptos, revisar tipografías o simplemente calificar la interpretación estética de algunas formas.

Resulta anecdótico como los profesionales del diseño en Ecuador no sólo tienen que competir, creativa y comunicacionalmente al realizar un trabajo de diseño, con imágenes nacionales sino que también hay que sumar a las internacionales.

Cuando un estudio o un diseñador tiene que realizar por ejemplo el diseño de un proyecto de identidad de una pizzería, restaurante, o empresa telefónica, tiene que enfrentarse al dilema de competir con imágenes tan posicionadas en el mundo como Domino's pizza, Pizza Hut, Bellsouth, etc.

Las nuevas políticas económicas y los acuerdos de libre comercio son ejemplos de que estamos en un gran cambio mundial y latinoamericano en el diseño, este es cada día más universal. Los diseñadores ecuatorianos no son ajenos a esto y desean enfrentar el hecho de ser reconocidos con su propio diseño en un país en vías de desarrollo donde el concepto "buen diseño, y diseño nuestro" no han sido lo suficientemente posicionado en la mente de los empresarios, los gobiernos y el público en general.

A principio de este siglo el país ha experimentado el gran crecimiento de estudiantes y diseñadores recién egresados que forman micro empresas donde varias de ellas trabajan para un mismo cliente sin una identidad o propósito fijo.

Pero esto es causado por la proliferación en los últimos años de institutos de diseño y universidades en Quito, Guayaquil y Cuenca, que han visto en este ramo de la

comunicación un foco ideal para hacer negocios y gradúan diseñadores creando una sobresaturación en el medio de una manera inconsciente.

Sin embargo en estos últimos años han aparecido nuevas agencias y diseñadores que marcan un nuevo rumbo del diseño ecuatoriano como Anima, La Naranja Mecánica, Querraya, Pixel, Aquellarre, Dúo comunicación, Soho, Tribal, Ajedrez o diseñadores como Santiago Crespo, María Loor, Connie Hunter, Fabián Álvarez, entre los más destacados.

Es un hecho cierto, el diseño en Ecuador no ha alcanzado el desarrollo de otros países.

"El subdesarrollo y la dependencia ya no son suficiente argumento para su justificación". El diseño es joven, todavía tiene un largo camino recorrer pero se alcanza a ver una luz al final del túnel; corresponde a esta nueva generación de diseñadores organizarse y coordinar con los empresarios, gobiernos y académicos, trabajar para el país; la globalización es un proceso irreversible y el diseño tendrá un rol preponderante en este nuevo escenario.

El Boom del Diseño Gráfico en Ecuador

Simplificando, podemos afirmar que comunicación visual es aquella en la que predominan las imágenes en la construcción de los mensajes. Como se ve, una definición ambigua, que utiliza una palabra «acotadora»: predominan. Y otra polisémica: imágenes.

En términos generales, es verificable que es muy pequeña la comunicación basada exclusiva- mente en imágenes. En la mayor parte de la comunicación visual tienen

preponderancia las imágenes, pero se complementan con textos, sonidos, locuciones, que acotan y precisan su sentido, su significación.

Sobre el concepto de imagen nos detendremos, brevemente, en el apartado siguiente.

Interesa puntualizar que la comunicación visual comparte los mismos mecanismos que la comunicación en general, aunque la decodificación de imágenes presente una especificidad importante. Pero hay un emisor, hay códigos, hay un receptor, hay procesos de codificación y decodificación. Hay (o no) eficacia. Hay ruidos.

TRAMA REVISTA DIGITAL Fundada en 1977 / Premio Nacional Teoría, Historia y Crítica de la arquitectura BAQ 2004 / Mención de Honor BAQ-04 / Mención de Honor, mejor sitio web XIII BAQ, 2002 / Premio Nacional Teoría, Historia y Crítica de la arquitectura BAQ 2002 / Mención de Honor X BAQ. 1996 / Primer Premio III Bienal de Arquitectura de Quito. 1982 / Mención de Honor I BAQ. 1978.

Relación del diseño Gráfico con la comunicación

Perspectivas desde el análisis de diferentes Pensadores y Comunicadores

La comunicación visual está íntimamente ligada al diseño gráfico.

...la palabra «diseño» se usará para referirse al proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos con miras la realización de objetos destinados a producir comunicaciones visuales...La palabra «gráfico» califica a la palabra diseño y la relaciona con la producción de objetos visuales, destinados a comunicar mensajes específicos.

...el diseño gráfico, visto como actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados.

(Frascara, 1996:18)

Recordemos que el diseño gráfico presta mucha atención al manejo visual de textos. Las imágenes no son dueñas absolutas de la comunicación visual. El diseño gráfico acorta

las aparentes y normalmente exageradas distancias entre discurso textual y discurso icónico.

El diseño en computadora es esencialmente multimedial, y usaremos a lo largo de estos textos diseño multimedia como abarcatorio del diseño en computadora. La revolución informática e hipermedial vendrá a saldar la vieja polémica entre la primacía de lo textual o de lo visual, creando entre ambos una fructífera hibridación.

De hecho, el hipermedia permite la utilización del texto y de la imagen, del audio y de la grafía, estableciendo la base de la solución de la vieja dicotomía y primacía entre lo visual y lo textual, y creando una relación dinámica entre ambos.(Colorado Castellary :1997).

La comunicación multimedia es, entonces, comunicación audiovisual. Y eso incluye el texto, con su doble sistema de códigos, ya que es simultáneamente texto y forma.

Todos tenemos una concepción intuitiva de qué es una imagen. Pareciera que definirla debería ser algo simple. Pero no. Las polémicas sobre qué es y qué no es una imagen son muchas y su revisión excede los objetivos de este material, más orientados a esbozar criterios de trabajo con imágenes, y, sobre todo, comprender los procesos de comunicación visual.

Pero, ¿qué es la imagen? Nuestro diccionario la define como «figura o representación de una cosa» y, por extensión como la «representación mental de alguna cosa percibida por los sentidos». En realidad, esta palabra, derivada del latín (imago: figura, sombra, imitación), indica toda representación figurada y relacionada con el objeto representado por analogía o su semejanza perceptiva. Fornasari de Menegazzo quien acota a continuación:

...cuando hablamos de una teoría de la imagen o de la civilización de la imagen, nos referimos básicamente a toda representación visual que mantiene una relación de semejanza con el objeto representado.

Lo de «relación de semejanza» es un concepto que aparece en muchas de las definiciones, siguiendo la línea de Morris, quien planteaba que es icónico el signo que posee algunas de las propiedades del objeto representado (citado por Umberto Eco)

Esta idea es demolida por Eco (1970), quien demuestra con variados argumentos que los signos icónicos reproducen algunas condiciones de la percepción del objeto, pero después de haberlos seleccionado según códigos de reconocimiento y haberlos registrado según convenciones gráficas.

Las imágenes, entonces, no se asemejan al objeto, sino a las condiciones de percepción del objeto. Y su lectura está muy fuertemente condicionada por el lenguaje verbal.

El carácter convencional de los signos icónicos es un elemento esencial en la comprensión de la problemática de la comunicación visual. En el trabajo citado, Eco analiza la percepción de un dibujo de un caballo, una silueta realizada en línea continua, puntualizando que no tiene ninguno de los atributos de un caballo, ni siquiera de la forma en que lo percibimos.

Cada uno ve lo que sabe: afirma (Munari; 1979), introduciendo el sistema de códigos en la lectura de lo visual, la que, lejos de la inmediatez que se le atribuye, requiere el manejo de esos códigos, como cualquier otro lenguaje. Desde luego que el lenguaje visual pertenece al género de los no estructurados, por lo que, por ejemplo, hablar de una gramática de la imagen es sólo una metáfora. Ni existe tal gramática, ni el lengua-

je visual es susceptible del grado de formalización del lenguaje verbal o escrito.

Tal vez uno de los motivos fundamentales por los que lo audiovisual ha entrado con un mal pie en la escuela es su aparente transparencia, la sensación que provoca en el receptor, a menudo de manera inadvertida, de que no es lenguaje y, en consecuencia, de que no necesita ser aprendido.

En apariencia lo audiovisual no supone una mediación entre la realidad y el receptor de los mensajes. Aparenta ser la propia realidad misteriosamente presente. Lo audiovisual produce la sensación de que no precisa codificación ni decodificación. De la imagen de una casa, por ejemplo, decimos que es una casa, mientras que de la representación escrita de la misma realidad (casa) decimos que es una palabra. Lo audiovisual tiende a escamotear su realidad de signo, para presentarse fraudulentamente como la realidad a la que representa. (Ferrés Prats: 1996)

Mayores representantes del diseño gráfico en Quito

María Luz Calisto

El proceso creativo de María Luz Calisto no empezó con sus estudios universitarios, sino que es producto de toda una vida anterior de observación y fascinación con los más mínimos detalles que no todos percibimos. Por ejemplo, cuando de niña veía los vestidos y las artesanías de los indígenas de la Sierra ecuatoriana, quedaba fascinada. Le encantaba ver a los indios otavaleños que transitaban por los caseríos y haciendas, cargando bultos llenos de telas de los más variados diseños y colores y, como fondo, parches de diversos sembríos que destellaban gamas pardas y verdes. Seguramente fue entonces cuando, sin pensarlo, el diseño empezó a formar parte de su historia. Este gusto por colores y trazos le conduciría, no solo a dedicarse al diseño académico, sino a

sumergirse en los diseños de cada cultura de los países que ha visitado y a nutrirse de ellos en cada paso de su vida.

Así, María Luz Calisto no solo tuvo la oportunidad de visitar, sino que tuvo siempre como prioridad conocer museos en Estados Unidos y Europa y admirar productos de otras culturas ancestrales como las de África, Japón, China, entre otras, además del arte de artistas mundialmente conocidos.

Esta fascinación se profundizó en 1977, cuando María Luz Calisto tomó su mochila y partió hacia México, en un viaje que la llevaría a visitar también diversas comunidades y mercados indígenas de Colombia y Centroamérica, donde descubrió sus expresiones de gran colorido y síntesis formal. Este viaje incluyó visitas a museos de arte y exposiciones de fotografía latinoamericana que La formación académica de María Luz Calisto empezó en las facultades de Sociología y Arquitectura, pero fue en Ciudad de México donde decidió estudiar diseño en la Escuela de Diseño y Artesanías del Instituto Nacional de Bellas Artes (EDINBA). Allí, obtuvo la beca Lincoln-Juárez de la Secretaría de Relaciones Exteriores de México. Una vez egresada y mientras realizaba su tesis para la Licenciatura —la investigación Consideraciones generales sobre el curso básico de Diseño en México—comenzó a estudiar diseño textil y teoría del diseño en los posgrados de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), estudios que quedaron inconclusos, pues María Luz Calisto se vio obligada a regresar al Ecuador en 1984.

Experiencia profesional en el Ecuador, inició su actividad profesional como diseñadora independiente, en una época en que el diseño no era muy conocido en el medio. Eran

pocos los profesionales que, luego de estudiar en el extranjero, se habían instalado en la ciudad. Aún no se inauguraban las escuelas de diseño de Quito.

Enfocó sus actividades profesionales en proyectos de desarrollo socio-cultural y en lo académico, y alternaba su quehacer entre el diseño gráfico y el textil. En 1992, se asoció con Gabriela Borja y fundaron Punto Diseño, en donde trabajaron para diversos organismos nacionales e internacionales y empresas locales. Entre las más importantes tenemos: The Nature Conservancy (TNC), UNICEF, Bird Life, Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), UNIFEM, Fundación ESQUEL, FAO, Holt International, Municipio de Quito, Facultad de Ciencias Humanas de la PUCE, FLACSO, Fundación Natura, Fundación Darwin, Fundación Sinchi Sacha, Fundación Grupo RANDI, Cooperación Española, Universidad Salesiana, ONU, Ricerca e Cooperazione, Banco Central del Ecuador, Mudanzas, algunos grupos de teatro, música y danza.

Paralelamente, realizó varias consultorías en proyectos de desarrollo textil artesanal con indígenas en las provincias de Imbabura, Chimborazo y Bolívar. También impartió talleres de capacitación en desarrollo de la creatividad para jóvenes de la provincia de Bolívar y otros para mujeres artesanas del barro en Honduras.

Trabajó en el campo institucional y, de 1988 a 1992, fue consultora de Comunicación en el Instituto Nacional del Niño y la Familia (INNFA), en donde se desempeñó como asesora de la imagen institucional y de su representante, la esposa del Presidente de la República.

Más tarde, de 2000 a 2004, María Luz Calisto trabajó como Coordinadora de Comunicación del Museo de la Ciudad de Quito y, en su último año en el Museo, llevó a cabo una investigación sobre las artes y oficios en el Centro Histórico de Quito. En el 2005, mediante una consultoría con la Fundación Natura, elaboró la conceptualización, diseño y montaje de la sala interactiva sobre el Parque Nacional Sangay en el Museo de la Ciudad de Riobamba.

En el campo académico María Luz Calisto comenzó su carrera docente en 1985, dictando clases en el Instituto Metropolitano de Diseño, primera escuela de diseño fundada en Quito; y en la Universidad Católica de Ibarra, primera universidad que implementó la carrera de diseño. Más adelante, seguiría impartiendo clases en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Artes (FADA), desde su fundación en 1994. Sus materias han incluido Diseño básico, Teoría del color, Taller de diseño I y II, Historia del diseño gráfico, Taller de textiles y Asesoría de tesis.

Conjuntamente con sus actividades de docente, María Luz Calisto no ha dejado de actualizar sus conocimientos a través de diversos cursos, seminarios y estudios superiores. En 2001- 2002, agregó a su currículo una especialización en Gerencia social en la Universidad Andina Simón Bolívar y, desde 2002, se encuentra realizando su doctorado en Estética, Valores y Cultura, con la Universidad del País Vasco. El tema de su tesis doctoral es la Historia del diseño gráfico en el Ecuador.

Otras actividades María Luz Calisto fue miembro de la Asociación de Diseñadores Gráficos del Ecuador (ADG) desde 1991, y fungió dos años como vicepresidenta y dos años como Secretaria de la misma. Participó en la producción y organización de la

Primera y Segunda Bienal del Afiche en Ecuador y colaboró en la edición de las publicaciones de la ADG, en los números 1 al 8 de su boletín informativo y en la Revista #1: “Diseño Gráfico en el Ecuador.

Memorias de la primera semana del diseño gráfico del 4 al 11 de marzo de 1994”. Algunos de sus trabajos y artículos de diseño han sido publicados en estos espacios y en Diseño Ecuador y Logos. Logotipos e Isotipos Ecuatorianos publicados por Trama, en 1988 y 1977, respectivamente. También fue miembro fundador de la Fundación Familiar de Desarrollo (FADES) en donde desarrolló algunos proyectos sociales y de Música Fusión Artes Fundación, donde produjo y asistió en la dirección de obras de música y danza.

Ha obtenido algunos premios y menciones, entre los que destacan el I Premio (colectivo) en la categoría de Empaque de CD Divas de la Tecno cumbia en la V Bienal del Afiche de la ADG, proyecto desarrollado en el Museo de la Ciudad de Quito; Mención de Honor en la categoría Expresión Gráfica del Concurso “Para que no se olvide”, Jornadas Cívicas de 5-6-7 de febrero de 1997, organizado por la ADG, Asociación Cristiana de Jóvenes, Asamblea Permanente de los Derechos Humanos y FLACSO. Mención de Honor en la II Bienal del Afiche en Ecuador, en la categoría Inéditos, con el tema “El SIDA”; y en el Concurso Kimberly de Diseño Gráfico en la categoría Calendario; Segundo Premio en el Concurso de Diseño de Afiche sobre “La no violencia contra la mujer” organizado por la Dirección Nacional de la Mujer (DINAMU) del Ministerio de Bienestar Social del Ecuador.

La mayor preocupación de María Luz Calisto es el desarrollo y posicionamiento del diseño gráfico ecuatoriano, un campo que, a pesar de tener algunos años de vida, aún no cuenta con una reflexión suficiente, análisis y reflexión. Por este motivo, aún continúa con sus estudios, investigación y docencia, además de su práctica en el diseño gráfico y textil.

Con el objeto de aunar esfuerzos, hace dos años Punto Diseño se asoció con Magenta Diseño Gráfico, de Gisela Calderón. Juntas, iniciaron una nueva aventura en Punto y Magenta con el fin de realizar proyectos de diseño e investigación. Actualmente, trabajan en la Colección Ecuador, un proyecto apoyado por la Corporación Ecuatoriana para la Promoción de las Exportaciones (CORPEI), para la realización de objetos de diseño inspirados en las culturas precolombinas ecuatorianas y en la Historia del Diseño Gráfico en Ecuador, 1970-2005, una investigación sobre los principales actores y eventos en la evolución del diseño ecuatoriano, con miras a la conformación de un centro documental sobre el diseño en el Ecuador.

Gisela Calderón

Estudió diseño en la École Supérieure des Arts Modernes, París, Francia, 1981. Trabajó en varias agencias de publicidad: Roux, Ceguela, Cayzac&Goudard, París, Francia. Vip Publicidad, McCann Erickson y Andina BBDO, Quito, Ecuador. En 1991 fundó Magenta Diseño Gráfico. Fue socia-fundadora de la Asociación de Diseñadores Gráficos del Ecuador (ADG), 1991 y Presidenta de la Asociación de Diseñadores Gráficos del Ecuador (ADG), 1996-1998 Enseñó en el Instituto de Artes Visuales, (IASVQ), Quito, Ecuador, 1999 Es licenciada en Diseño Gráfico, Comunicación Visual

y Docencia, Escuela de Diseño Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Ibarra, Ibarra, Ecuador, 2009.

Actualmente es docente en la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (FADA-PUCE).

Esteban Salgado

Estudió en School of Visual Arts, NY. Se ha desempeñado como director de arte en diferentes empresas en EEUU, el Caribe y Ecuador. Colaboró diseñando la revista y anuarios en Graphis NY. Sus clientes incluyen: Harry Winston, Beverly Hills Hotel, BabyPhat, SaksFifthAvenue, Ralph Lauren, Revista ESPN, St. Regis Hotel, Dorchester Europe, Fox RiverPaper, NeenahPaper, Apple (EC), entre otros.

Su trabajo ha sido publicado en TaschenLatin American GraphicDesign, TaschenPackagingNow, Taschen Logo 2, Bastardised (Made in Bunch), Zeis, Kak Rusia, entre otros. Ha participado en exhibiciones en Quito, Nueva York, Ljubljana, Florencia, España y Londres.

Sus alfabetos participaron en la exhibición Type Con 05 - NYC / Type Directors Club y la Bienal Iberoamericana de Diseño 08 – 10, Madrid. Ha trabajado como gestor cultural dirigiendo en Ecuador la Bienal del afiche, Bienal de Diseño Gráfico, Bienal Tipos Latinos y exhibición Poster for Tomorrow. Jurado en la tercera bienal del cartel en Bolivia y Poster for Tomorrow 2010. Ha dictado talleres sobre el proceso creativo, tipografía y branding; catedrático en la USFQ. Actualmente es director creativo de

Velesi Branding, director de arte Ayblu Ediciones. Dirige Grafitat.com, la primera y más importante organización de gestión cultural en comunicación visual de Ecuador.

Fue Presidente de la Asociación de Diseñadores Gráficos del Ecuador 1999-2000. Es miembro de AIGA. Organizó las bienales de diseño gráfico y cartel en Ecuador. Su trabajo ha sido exhibido en Quito, Nueva York, Ljubljana, Florencia, Londres, Madrid y Bolivia; ha sido reseñado en Graphis, Taschen Logo 2, TaschenLatin American Graphic Design, TaschenPackagingNow!, Made in Bunch, Trama Latin American Graphic Design, Trama Logos Ecuador, Zeis, Kak-Rusia.

Recibió la medalla Silas H. Rhodes, premio Club de Publicidad de Nueva York, beca al mérito School of Visual Arts Alumni entre otros. Actualmente es propietario de Velesi Branding Consultancy y dirige Grafitat.com organización dedicada a generar intercambios educativos con diseñadores de todo el mundo como Karlssonwilker, Ale Paul, Luba Lukova, David Carson, entre otros.

Es profesor de branding y talleres de experimentación en comunicación en la Universidad San Francisco de Quito. Asesora a instituciones educativas locales. Recientemente anexó a Ecuador como sede a la Bienal Latinoamericana de Tipografía “Tipos Latinos” y generó en el país la exhibición internacional Poster4Tomorrow.org (2009).

CAPÍTULO II

DIAGNOSTICO DE LA SITUACION ACTUAL EN RELACION CON LA EXISTENCIA DE MATERIAL GRÁFICO QUE ABORDE EL DESARROLLO DEL DISEÑO GRÁFICO EN LA CIUDAD DE QUITO ENTRE LOS AÑOS 1990 AL 1999

La universidad está realizando diferentes trabajos investigativos sobre el diseño gráfico en la ciudad de Quito y el país.

Hoy en día los estudiantes han encontrado gran importancia en la investigación sobre los temas que estudia el diseño gráfico.

Este trabajo pretende aportar académicamente a este proceso investigativo, para que la universidad Israel complemente o engrandezca las bases que ya tiene de diseño gráfico en Quito y de ser posible en Ecuador.

Diagnóstico situacional

Resultado arrojado por las encuestas aplicadas a los estudiantes de diseño gráfico de la UISRAEL.

El diagnóstico particular plantea según encuestas es que, el 85% de encuestados no tiene conocimiento acerca del tema antes mencionado.

Existen documentos que contiene poca información acerca de este tema se vuelve un producto de interés para los estudiantes y catedráticos interesados en el tema de la carrera de diseño gráfico de la universidad Israel.

Aceptación por parte de los estudiantes de diseño y los interesados en el tema acerca breve aproximación sobre el diseño gráfico en la ciudad de Quito años 1990-1999, porque existe escasa información acerca del tema planteado.

Desarrollo de productos gráficos similares al trabajado en esta investigación

Estructuración de herramientas de investigación con soporte web que contengan información similar a la de este trabajo

Constante evolución de tecnologías que facilitan a cualquier usuario a convertirse en técnicos gráficos.

Constante reestructuración el medio publicitario

Estructuración de herramientas de investigación con soporte web que contengan información similar a la de este trabajo

Diagnóstico externo

Paralelamente a este trabajo investigativo especialistas en el tema se encuentran realizando un proceso de rescate de diseño en general como es: el diseño gráfico, el diseño de interiores, el diseño industrial, el diseño de modas; con centro de recopilación informativa en la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay en colaboración de profesionales que fueron tomados en cuenta para este proyecto investigativo, dicho estudio se llama, DISEÑO, HAREMOS HISTORIA, desde junio 2014.

Diagnóstico interno

Los estudiantes de la carrera de diseño de la universidad Israel, tienen en estimado de 600 personas entre estudiantes y catedráticos interesados en el tema en los diferentes semestres, cursados en las secciones matutina y nocturna.

Es importante resaltar que con el sistema investigativo que plantean las nuevas normas universitarias, se está aportando a la carrera de diseño y por ende ayudar en su categorización a la universidad Israel

Explicación de la Encuesta

Es importante resaltar que las preguntas utilizadas en esta entrevista, forman parte de un universo de cuestionamientos que se formulan los interesados en este tema de diferentes semestres en el transcurso de la carrera de diseño gráfico en la universidad Israel, semestres 2012-2013.

Para la obtención del tamaño de la muestra se obtiene mediante la fórmula aplicada que determina la cantidad de las personas encuestadas que da un resultado aproximado de un total de 100 entre estudiantes y catedráticos interesados de la carrera de diseño gráfico de la universidad Israel.

El criterio fundamental para la realización de la encuesta es que estén relacionados directamente con la carrera de diseño gráfico de la universidad Israel y que estén interesados en el tema de estudio: Breve aproximación sobre el diseño gráfico en la ciudad de Quito años 1990-1999.

Resultados de las encuestas aplicadas a estudiantes y profesionales de la carrera de Diseño gráfico de la UISRAEL

Pregunta 1 ¿Tiene conocimiento sobre el diseño gráfico años 1990- 1999 y los representantes más importantes en la ciudad de Quito?

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes y profesionales del diseño gráfico
Elaboración: El autor

Respuesta	Total Rpta.	Porcentaje
Si	15	15%
No	85	85%
Total	100	100%

Tabla 1



Gráfico 1

Análisis e interpretación: el 15% de los estudiantes encuestados tienen conocimiento acerca del tema antes mencionado, y el 85% de los estudiantes encuestados carecen de conocimiento acerca del tema.

Razón por la cual es un favorable para que inicie este proceso investigativo, ya que el índice de desconocimiento es mayor que el conocimiento de los estudiantes.

Pregunta 2¿Si su repuesta en SI, cual es su nivel de conocimiento sobre el diseño gráfico en Quito años 1990-1999? (Si su respuesta es NO pasar a la pregunta 4) - (5 como la calificación de más importancia, 1 como las menos importanciasimportancia, 1 como las menos importancias)

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes y profesionales del diseño gráfico
Elaboración: El autor

Respuesta	Total Rpta.	Porcentaje
Cinco	0	0%
Cuatro	0	0%
Tres	8	53%
Dos	4	27%
Uno	3	20%
Total	15	100%

Tabla 2

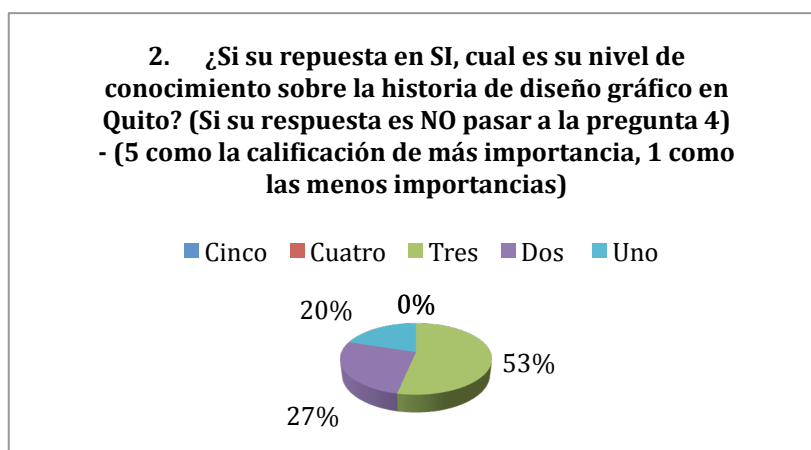


Gráfico 2

Del total de las personas encuestadas (15 personas) los que afirmaron que tienen conocimiento sobre la historia del diseño gráfico la valoración sobre el nivel de conocimiento es de 3 a 1, siendo el intermedio (3) el valor más alto, con esto se determina que los conocimientos adquiridos mínimos o mediocres acerca del tema por la falta de información. Con esto se determina que es factible realizar el producto.

Pregunta 3 Indicar porque medio obtuvo esta información.

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes y profesionales del diseño gráfico
Elaboración: El autor

Respuesta	Total Rpta.	Porcentaje
Revista	0	0%
Internet	3	20%
Universidad	1	7%
Investigación con profesionales del diseño gráfico	9	60%
Otra (Seminario)	2	13%
Total	15	100%

Tabla 3

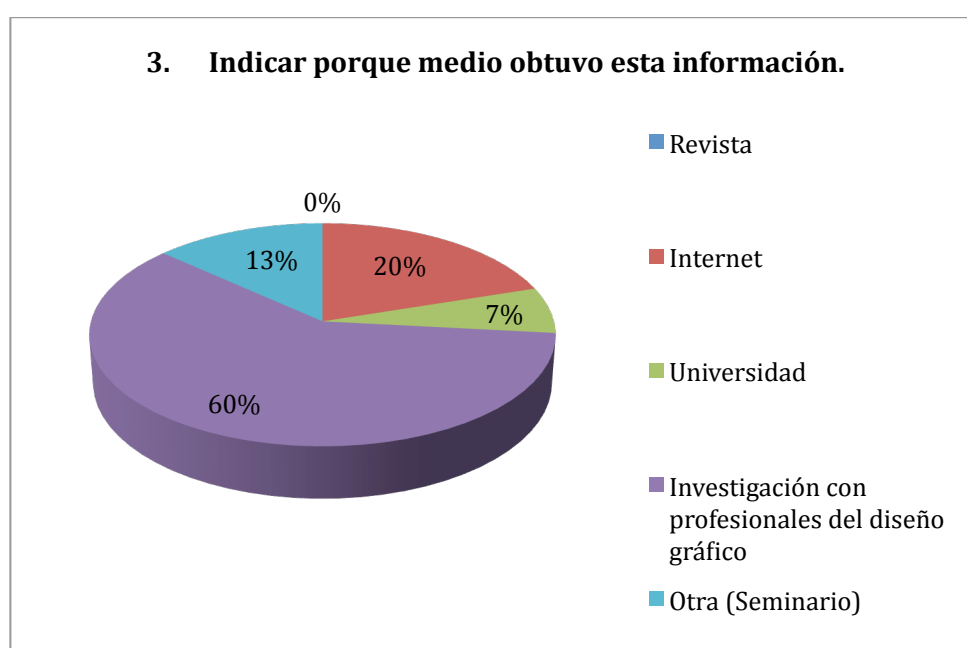


Gráfico 3

La fuente para obtener información sobre la historia del diseño gráfico, se obtiene por parte de los encuestados considerando solo a 15 personas, mediante el 60% por investigación personal, el 1% por temas universitarios es su mayoría por proyectos de Tesis, en un 20% en seminarios y el 20 % por información en internet. Como se observa en el tabla el tema es considerado por interés del encuestado, aunque existe cierta información no es completa a detalle como se espera se trate la historia del diseño gráfico en Quito.

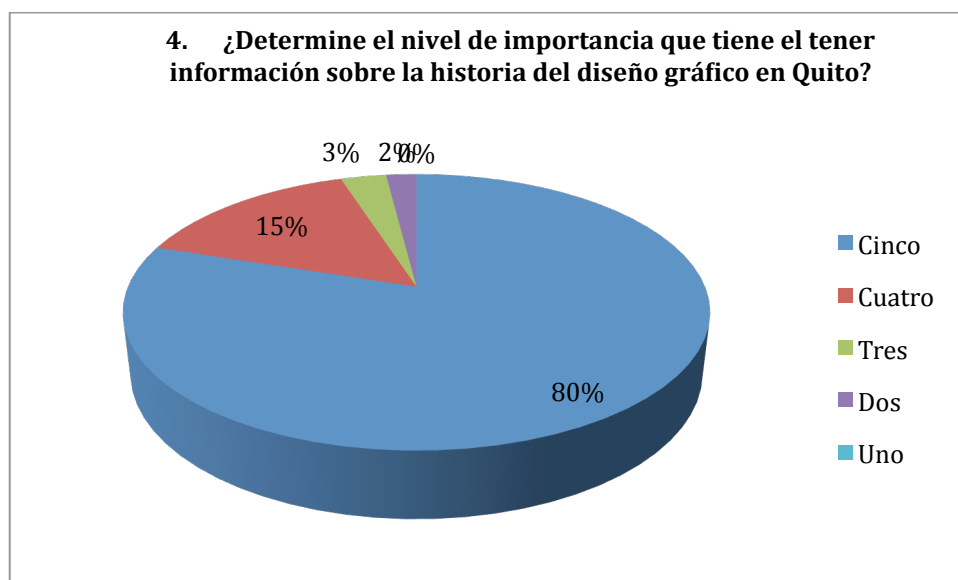
Pregunta 4¿Determine el nivel de importancia que tiene el tener información sobre el diseño gráfico en Quito años 1990- 1999? (5 como la calificación de más importancia, 1 como las menos importancias)

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes y profesionales del diseño gráfico

Elaboración: El autor

Respuesta	Total Rpta.	Porcentaje
Cinco	80	80%
Cuatro	15	15%
Tres	3	3%
Dos	2	2%
Uno	0	0%
Total	100	100%

Tabla 4



El 80 % de los encuestados determina como nivel de importancia 5 como el más alto porcentaje, con este resultado se observe que los encuestados están a favor de tener conocimiento sobre el tema, con lo que es apropiado que se realice el proyecto que contenga esta información.

Pregunta 5 ¿Qué información cree importante encontrar acerca del diseño gráfico en Quito años 1990- 1999?

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes y profesionales del diseño gráfico
Elaboración: El autor

Respuesta	Total Rpta.	Porcentaje
Mayores exponentes del diseño gráfico	38	38%
Tendencias utilizadas en este período	35	35%
Proceso creativo utilizado	16	16%
Otra (Proyectos realizados)	11	11%
Total	100	100%

Tabla 5

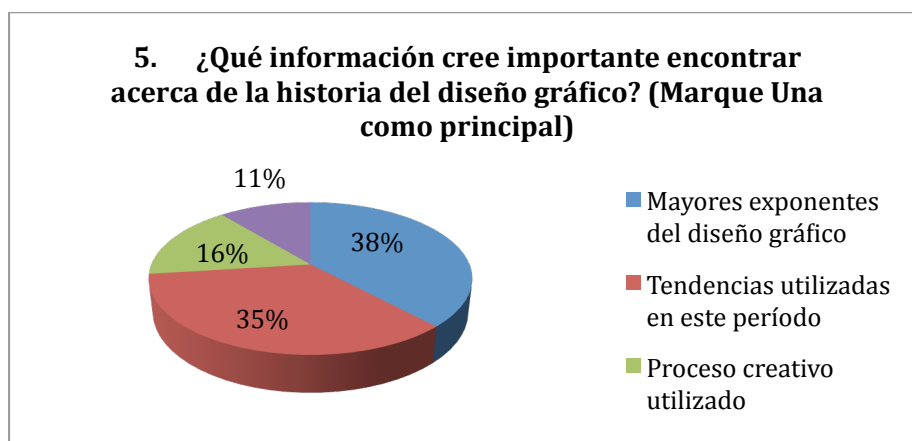


Gráfico 5

La información de mayor importancia sobre la historia de diseño gráfico en el período 1990-1999, en un 38% y 35 % es tendencias y exponentes utilizados, determinar estos puntos son de total importancia ya que definen exponentes, cultura, punto de vista de cada diseñador en ese período, temas que se incluyen en el contenido del producto final libro

En un 11% y 16% tienen mayor interés proceso y proyectos realizados en este período, aunque se encuentra en menor porcentaje, indica que también deben considerarse para el contenido del producto.

Pregunta 6 Si el producto gráfico editorial estuviera disponible hoy mismo, ¿qué probabilidades habría de que lo use como base teórica para su conocimiento como estudiante y profesional del diseño gráfico?

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes y profesionales del diseño gráfico
Elaboración: El autor

Respuesta	Total Rpta.	Porcentaje
Extremadamente probable	73	73%
Muy probable	25	25%
Ligeramente probable	1	1%
Para nada probable	1	1%
Total	100	100%

Tabla 6

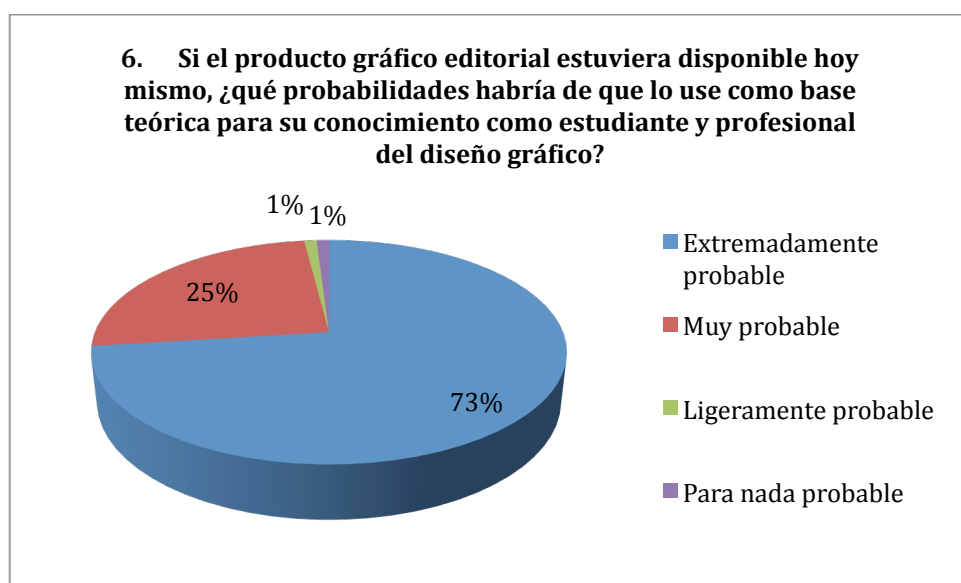


Gráfico 6

Esta es una de las preguntas fundamentales de la encuesta ya que define el interés del proyecto en la aproximación en la historia del diseño gráfico en los años 1990-1999, ya que el 73 % y el 25% se encuentra en la mayor cantidad en tener el libro con esta información como la opción extremadamente y muy probable, con estos datos se muestra por los encuestados el interés del tema.

Pregunta 7 ¿Piensa usted que obtener esta información, forma parte la formación profesional dentro de la cultura gráfica en nuestra ciudad?

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes y profesionales del diseño gráfico
Elaboración: El autor

Respuesta	Total Rpta.	Porcentaje
Si	97	97%
No	3	3%
Total	100	100%

Tabla 7

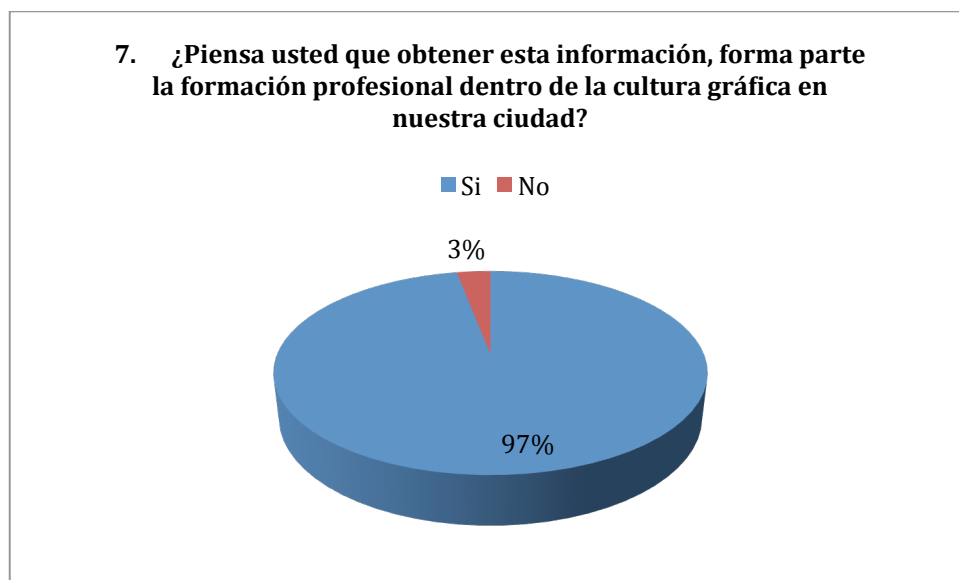


Gráfico 7

El 97% de los encuestados determina que es importante tener conocimientos sobre la breve aproximación del diseño gráfico en los años 1990-1999 en Quito, se define el interés puntual sobre el tema como parte de conocimiento académico y profesional de los involucrados en el área del diseño gráfico.

Pregunta 8¿Dentro del ámbito académico cree usted que debe impartirse una cátedra de Diseño gráfico ecuatoriano como parte de la malla curricular?

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes y profesionales del diseño gráfico
Elaboración: El autor

Respuesta	Total Rpta.	Porcentaje
Si	97	97%
No	3	3%
Total	100	100%

Tabla 8

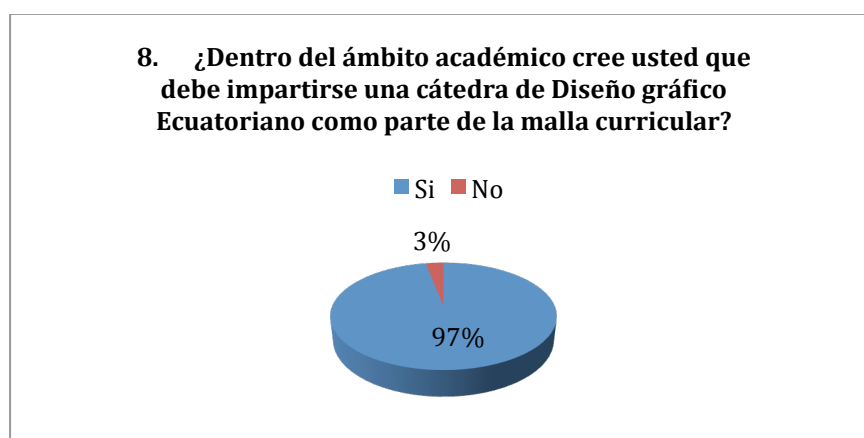


Gráfico 8

Como aporte académico el 97 % de los encuestados determina la importancia de que se imparta como materia el tema de la historia del diseño gráfico, por tal razón el producto final – libro es un aporte positivo para los involucrados en el área del diseño gráfico.

Al analizar cada una de las preguntas de la encuesta definen como punto importante el interés sobre el tema sobre su historia y exponentes principales, los proyectos realizados en este período 1990-1999. También se concluye que en gran parte la mayoría de los encuestados no tienen conocimientos sobre la historia del diseño gráfico en los años de 1990-1999.

Resultados de la entrevista aplicada a la SRA. MARIA LUZ CALISTO

Pregunta 1 ¿Qué tan importante determina usted que es tener conocimientos sobre la historia del diseño gráfico en nuestra ciudad?

Se determina que es muy importante tener conocimientos sobre la historia de diseño en nuestra ciudad puesto que, esto ayudaría a completar la cosmovisión que como diseñador se tiene.

Pregunta 2 ¿De qué forma influenciaría a los profesionales del diseño gráfico obtener dicha información?

Influenciaría académica e intelectualmente para que el profesional tenga un conocimiento mas nacional de diseño gráfico

Pregunta 3 ¿Cuáles serían para usted lo que determinó la tendencia de diseño en el periodo del 1990-1999 en Quito?

La asociación de diseñadores gráficos del Ecuador ya que en este medio se llevaron a cabo, muchas bienales del diseño gráfico lo que ocasiono un auge representativo de la comunidad gráfica en la ciudad capital

Pregunta 4 ¿Cuáles serían las piezas gráficas más impactantes en este período?

En general todas puesto que la preocupación por presentar buenos trabajos era bastante alta en ese tiempo, ahora bien las que se presentaban y se premiaban en las bienales de diseño, causaron un poco mas de relevancia, puesto que se exponían con los diferentes clientes a los que se satisfacía sus requerimientos.

Pregunta 5 ¿De qué manera podría realizar un aporte en la industria del diseño gráfico en nuestro medio?

Estructurando la historia del diseño gráfico del Ecuador y contextualizando en un libro.

Tema de la investigación:

Determinar inicios de tendencias locales dentro de la historia en el diseño gráfico en el período de 1990-1999, para obtener datos relevantes para el desarrollo del producto gráfico.

Objetivos de la investigación:

- ☐ Conocer la influencia que utilizan en el desarrollo de tendencias locales en el diseño gráfico en el período de 1990-1999.
- ☐ Determinar los soportes gráficos y técnicas representativas del diseño gráfico y sus mayores exponentes.
- ☐ Conocer la importancia de tener un soporte gráfico de la historia del diseño gráfico.

Temática investigativa:

Para el análisis del tema en general se toma en cuenta los siguientes temas como guía para el desarrollo de la investigación.

Como tema para el desarrollo de la investigación se obtendrá información sobre las tendencias que se utilizaron como parte del desarrollo efectivo en la creación de piezas gráficas, enmarcando cuales son las referencias que se utilizaron en el desarrollo de las mismas.

Con la información que se obtenga se podrá conocer las variables culturales que atraviesan en el desarrollo del diseño y la influencia que existió por parte de las tendencias internacionales en nuestro medio.

Los temas como la influencia local cultural en el desarrollo del producto, el diseño gráfico dentro del desarrollo de propuestas gráficas publicitarias y el aporte en el proceso de creación.

Resultados de Entrevista aplicada a la SRA. MARIA LUZ CALISTO

Después haber hecho las preguntas pertinentes sobre el caso abordado es itinerante acotar que la entrevistada, ha impartido mucha información para esta investigación, puesto que es una de las diseñadoras gráficas pioneras en el país, que aborda todo el tema del diseño gráfico en nuestro país.

Cabe recalcar que también comenta la posibilidad de formar parte en la construcción de este material didáctico para el estudio de la historia del diseño gráfico en nuestro país.

Puesto que esta investigación no abarca toda la historia sobre el diseño gráfico del país, es importante resaltar este proyecto sirve de punto de partida, para futuras investigaciones en las diferentes localidades de nuestro país, y con esto estar más cerca de completar la historia del diseño en Ecuador.

CAPÍTULO III

ELABORACIÓN DEL PRODUCTO

El diseño gráfico en la ciudad de Quito a tomado diferentes caminos desde sus inicios, razón por la cual este trabajo recopila la información más importante para que todos los diseñadores gráficos de la ciudad, construyan una idea más clara de una breve aproximación sobre el diseño gráfico en la ciudad de Quito años 1990-1999, no obstante la complejidad por la búsqueda de esta información, fue de alta dificultad dado que son pocos o muy escasos los conocedores del tema.

Justificación del producto.

Diseñar un recopilado informativo (Libro impreso) sobre una breve aproximación del diseño gráfico en la ciudad de Quito años 1990-1999, este material ayuda al medio del diseño gráfico en la Universidad Israel a establecer el inicio de la profesión que desarrollamos a diario.

Al saber cómo, cuándo y dónde evoluciona el diseño gráfico en nuestra ciudad estamos construyendo una breve aproximación del diseño gráfico en la ciudad de Quito años 1990- 1999.

El conocimiento y la aplicación sobre la aproximación sobre diseño gráfico en la ciudad de Quito años 1990-1999, hace de la carrera de diseño gráfico en nuestra ciudad específicamente en la universidad Israel, una profesión cambiante y re estructurable, puesto que como ciudad pluricultural y multiétnica estamos en una constante transformación cultural diaria.

Por qué al tomar como referente de una breve aproximación al diseño gráfico en la ciudad años 90s estamos creando una aproximación a la verdadera historia del diseño en el país ayudando de esta manera a la construcción de material informativo referente a nuestra carrera y que mejor aportando con el nombre de la universidad Israel.

Para qué con este aporte la universidad Israel y la carrera de diseño gráfico ocupen un lugar importante en la investigación acerca de la historia del diseño gráfico en el Ecuador

Objetivos Producto

Objetivo General

Elaborar un producto gráfico editorial (Libro) que posea la información: Breve aproximación sobre diseño gráfico en la ciudad de Quito años 1990- 1999, como aporte a los estudiantes y profesionales del diseño gráfico de la Universidad Israel, como apoyo académico e intelectual dentro de la cultura del diseñador.

Objetivos específicos

- ☐ Exponer a través de material editorial el trabajo realizado con relación al diseño gráfico en la ciudad de Quito años 1990-1999.
- ☐ Registrar las piezas gráficas trabajadas en los años 1990-1999 y que fueron de alto reconocimiento, para que los interesados en este material conozcan lo que se trabajó en este lapso de tiempo.

- Desarrollar una herramienta de estudio para el estudiante de diseño gráfico interesado en conocer acerca de una breve aproximación sobre el diseño gráfico en Quito años 1990-1999, a través de este recopilado informativo.

Grupo objetivo.

El grupo objetivo es de estudiantes de la Universidad Israel de la carrera de diseño gráfico de primero a tercer semestre, que reciban cátedras que aborden este tema.

Y para estudiantes de semestres posteriores y catedráticos que presten interés en el tema de la historia de diseño gráfico en nuestra ciudad.

Metodología del Diseño

Con esta investigación se trata se esquematizar una nueva tendencia de estudio en la ciudad de Quito, dando posibles soluciones a los problemas planteados, la relación que existe entre el sujeto (Diseñador Gráfico) y su Objeto (Entorno alrededor del diseño) es prácticamente o nula en nuestra ciudad. Es por esta circunstancia que el diseño gráfico está perdiendo valor, y se está desplazando hacia sub niveles investigativos.

Estructura Metodológica

Necesidad

Toda investigación parte de una necesidad. Esta investigación está fundamentada por la escasez de información acerca del diseño gráfico en la ciudad de Quito, dicha necesidad surgió de una hipótesis, tratada en clases en la facultad de diseño gráfico de la Universidad Israel, la cual estaba planteada de la siguiente manera "¿Cuál fue la primera

escuela de diseño en Quito?” Dado que todos asumían respuestas sin fundamento surge la necesidad de buscar información acerca de esta temática en esta ciudad.

Usuario

Esta investigación será de valor importante para todos los usuarios que no tengan conocimiento acerca del diseño y sus inicios en la ciudad de Quito.

Creatividad

Crear, según el Diccionario de la Real Academia, es 'producir algo de la nada'

Esta investigación pretende crear un factor de inicio, a la verdadera historia del diseño gráfico en Quito, fundamentando todo el recopilado, para estructurar la veracidad del caso estudiado.

Tipo de investigación

Esta investigación es de carácter exploratorio, puesto que la situación del diseño en nuestra ciudad es cambiante, porque no se ha logrado documentar una investigación bien fundamentada, que globalice a esta temática en nuestra ciudad.

Otro punto tratado en esta investigación, sería el ex post facto , porque en más de una forma se traslada a un plano explicativo, dado que se realiza posterior a los hechos y acontecimientos en el diseño gráfico en la ciudad, años 1990 a 1999 tiempo que fue relevante en el ámbito creativo de Quito.

Fundamentación Metodológica

Puesto que esta investigación es de carácter exploratorio se ha fundamentado en la metodología planteada a continuación:

Metodología de diseño propuesta por Bruce Archer

"El método sistemático para diseñadores", desarrollado por Bruce Archer', fue publicado durante 1963 y 1964 por la revista inglesa **Design**. En este método. Archer propone como definición de diseño: "...seleccionar los materiales correctos y darles forma para satisfacer las necesidades de función y estéticas dentro de las limitaciones de los medios de producción disponibles", lo que implica reconciliar un amplio rango de factores. El proceso de diseño por lo tanto, debe contener fundamentalmente las etapas analíticas. Creativa y de ejecución. A su vez estas etapas se subdividen en las siguientes fases:

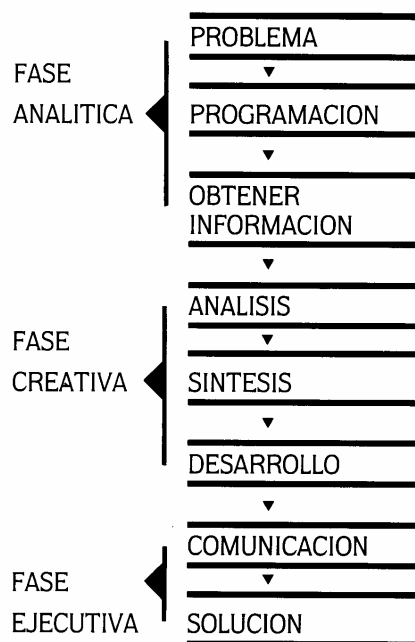


Fig.1: Esquema de Diseño Prescriptivo de Archer (1963) Fuente: Adaptado de Cross.

1. Definición del problema y preparación del programa detallado.
2. Obtener datos relevantes, preparar especificaciones y con base en éstas retroalimentar la fase 1.

3. Análisis y síntesis de los datos para preparar propuestas de diseño.
4. Desarrollo de prototipos.
5. Preparar y ejecutar estudios y experimentos que validen el diseño.
6. Preparar documentos para la producción.

Fase analítica

El problema central planteado en este proyecto es la ausencia de información sobre la historia del diseño gráfico y la importancia de que se conozca la base del diseño gráfico en nuestra ciudad como base de los conocimientos académicos de los estudiantes.

La escases información crea un vacío en el entorno del estudiante en diseño gráfico en la ciudad de Quito, es por este cuestionamiento que aparece la necesidad de crear, investigar y diseñar un medio impreso que cumpla con los requisitos e información; de una breve aproximación sobre el diseño gráfico en la ciudad de Quito años 1990-1999, como incentivo a realizar nuevos proyectos en base a la historia del diseño gráfico en Quito.

Luego de la investigación realizada mediante entrevistas a profesionales pioneros del diseño gráfico y encuestas, se determina que existe la necesidad de conocer sobre la historia, que es la esencia como diseñadores gráficos.

La propuesta que se quiere dar a través de esta investigación es buscar un punto de inicio para configurar un imaginario propio del diseño gráfico en nuestra ciudad, para que todo estudiante que se relacione con el ámbito del diseño, sepa donde se

ramificaron sus bases, desde donde se fundamentaron y cuáles fueron sus metas al momento de implementar al diseño gráfico, dando apertura a las nuevas posibilidades que ofrece el diseño en nuestro medio.

Dentro de la recopilación de información y de la investigación realizada se obtienen los siguientes datos relevantes para el proceso creativo:

Escasa información del diseño gráfico en Quito.

Poca explotación sobre la historia, los principales exponentes, estilos y tendencias de diseño gráfico a nivel local y nacional.

Abandono por parte del área académica al brindar esta tema como parte de la malla curricular.

Poco Interés por parte de los estudiantes y profesionales del diseño gráfico sobre el tema.

Necesidad por conocer los inicios de diseño gráfico en nuestra ciudad.

Existencia de trabajos y proyectos que determinan la cultura y tendencias en nuestra ciudad.

Conocer la evolución del diseño gráfico y cómo influye en nuestros proyectos.

Todos estos puntos detallados son el punto de partida, para el desarrollo del producto que tiene como resultado crear un producto con información relevante que cumpla con los requisitos y necesidad del público objetivo.

Proceso creativo

Después del estudio realizado en esta investigación se concreto que la mejor manera de exponer el material recopilado, es contextualizar un documento (libro objeto) que sirva de herramienta informativa.

Actualmente el diseño gráfico sigue la línea creativa determinada por el cliente, el diseñador y el público objetivo que debe seguir según sus requerimientos, dentro del proceso de creación del producto gráfico se determino que se debe cumplir con varias funciones en la fase del desarrollo creativo.

En la creación del producto el desarrollo comunicativo debe ser claro y conciso.

Idea básica

Surge de un debate realizado en clases cuando se puso a discusión el desconocimiento de las bases sobre el diseño gráfico en Quito.

La mayoría de diseñadores desconoce el comienzo creativo en esta ciudad, razón por la cual se da a conocer la idea básica de realizar un texto informativo con dicha información, para tratar de erradicar en un tanto por ciento esta problemática, puesto que proponemos que esta idea sea un activador para su posterior seguimiento de los interesados en completar a fondo la historia del diseño gráfico en la ciudad de Quito

Libro - Producto

El texto informativo es aquel escrito que da a conocer objetivamente la realidad, centrándose en transmitir algún conocimiento.

Este tipo de texto se caracteriza por un uso denotativo del lenguaje, que admite un solo significado, evitando las expresiones afectivas, emotivas y estéticas.

La objetividad es fundamental como actitud narrativa, manteniendo la divulgación de la información como intención principal del texto.

Siempre debe estar presente la coherencia y la cohesión, es decir, el texto debe mostrarse con lógica y consecuencia con lo planteado, recordando la correcta relación entre las palabras.

En cuanto a funciones del lenguaje, en estos textos predomina la función referencial.

Este texto posee una estructura organizativa simple de introducción breve - desarrollo razonablemente largo - conclusión breve.

Además el texto informativo debe ser claro a todo lector.

Diagramación

En el diseño del texto informativo es importante tomar en cuenta que la diagramación forme parte de la composición completa. Es por esto que basándose en las bases de

diagramación del Sistema de retículas de Josef Müller, se propone una diagramación de manera que todos los elementos mantengan equilibrio.

Se muestra a continuación la base del formato de la hoja maestra de la retícula y las variaciones de uso dentro del libro.

Retícula

El empleo de la retícula como un sistema de ordenación constituye la expresión del diseñador de forma que el trabajo se vuelve constructivo, claro, funcional y estético. Con la retícula como superficie bidimensional o espacio tridimensional se puede dividir en espacios que comprenda la idea general del diseño y lo que representa la estética de una imagen. Cada uno de los elementos como columnas, espacios, grilla entre otros son los que hacen que el resultado sea perfecto.

Se utiliza un formato de tres columnas misma que dispone el manejo de las imágenes y el texto dando versatilidad en el diseño del texto, se utiliza proporciones basados en la dimensiones áureas que emiten un manejo de la composición adecuada.

Esta retícula esta creada a 3 columnas de 6 cm cada, con un margen de 15mm.

Ejemplo.1

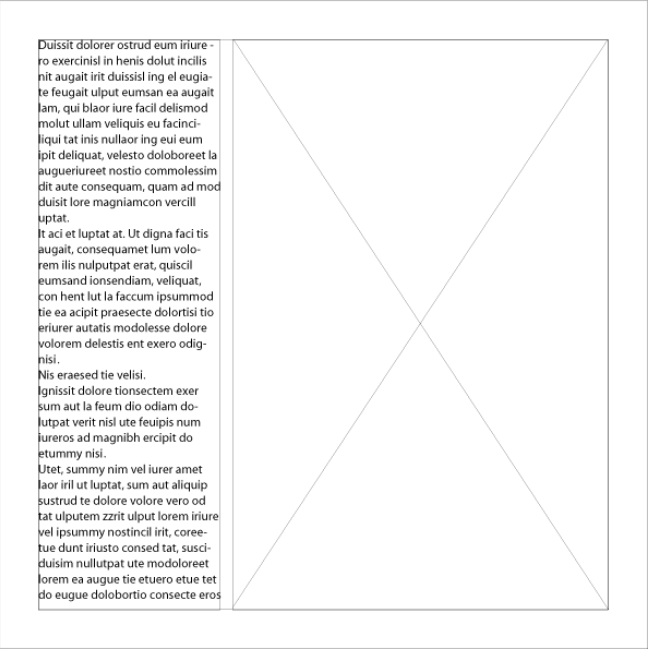
Réticula de diagramación a tres columnas creada por el autor.

15 mm																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
-------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Retícula de las páginas internas del libro.

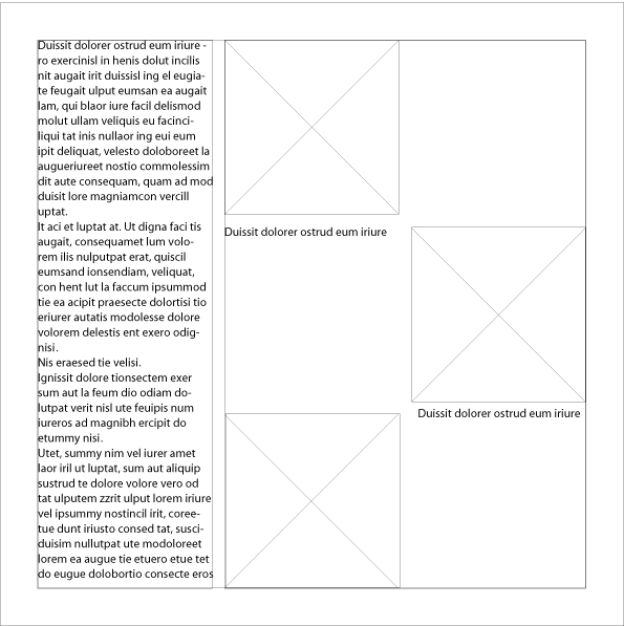
Ejemplo.2

Retícula de diagramación una columna de texto e imagen, creada por el autor.



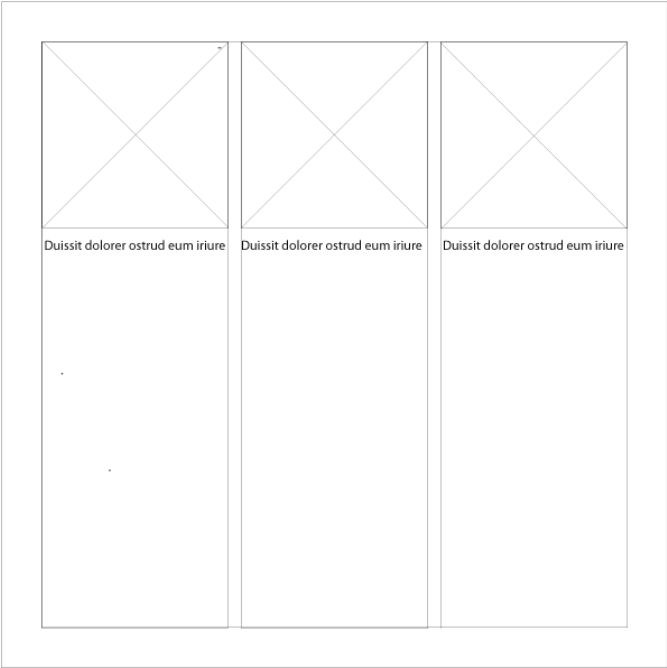
Ejemplo.3

Retícula de diagramación una columna de texto, 3 imágenes, creada por el autor



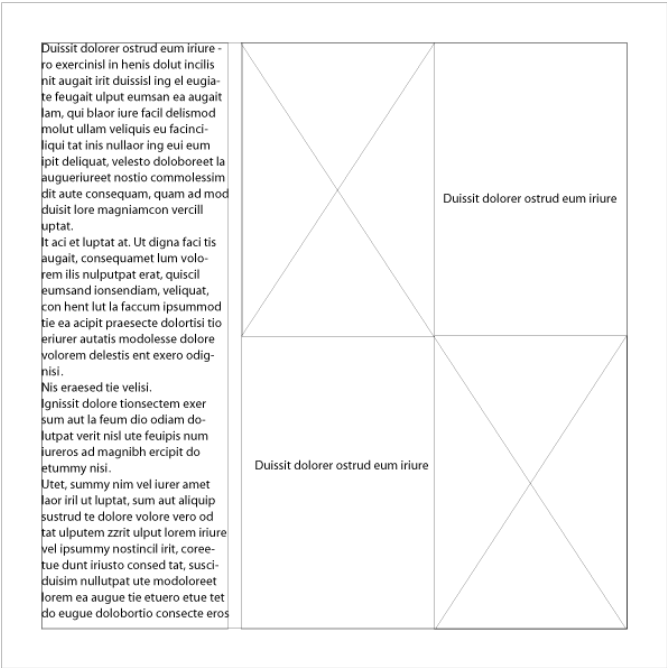
Ejemplo.4

Retícula de diagramación 3 columnas de texto, 3 imágenes, creada por el autor.



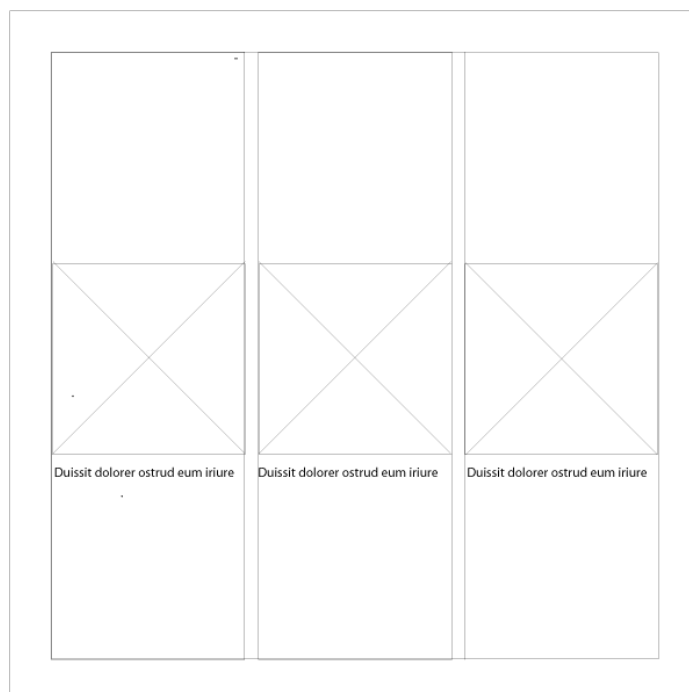
Ejemplo.5

Retícula de diagramación 3 columnas de texto, 3 imágenes, creada por el autor.



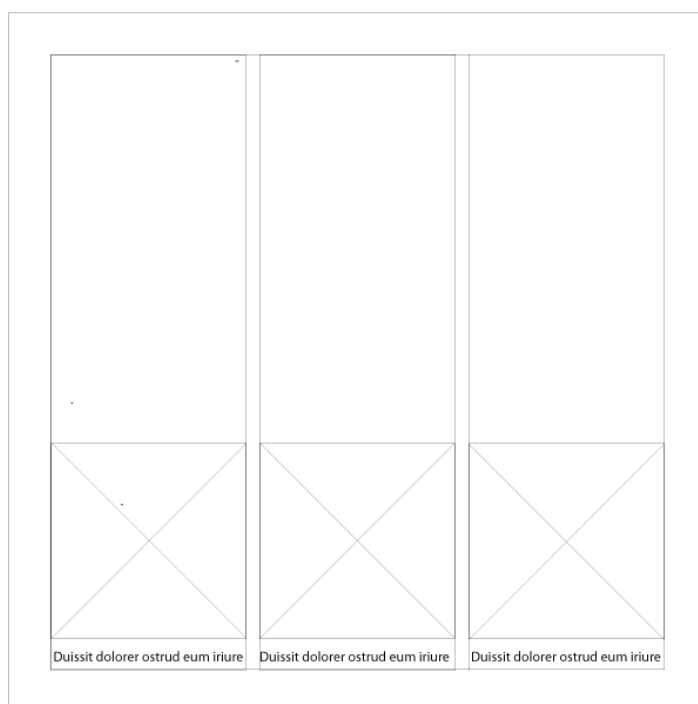
Ejemplo. 6

Retícula de diagramación 3 columnas de texto, 3 imágenes, disposición 3 espacios arriba creada por el autor.



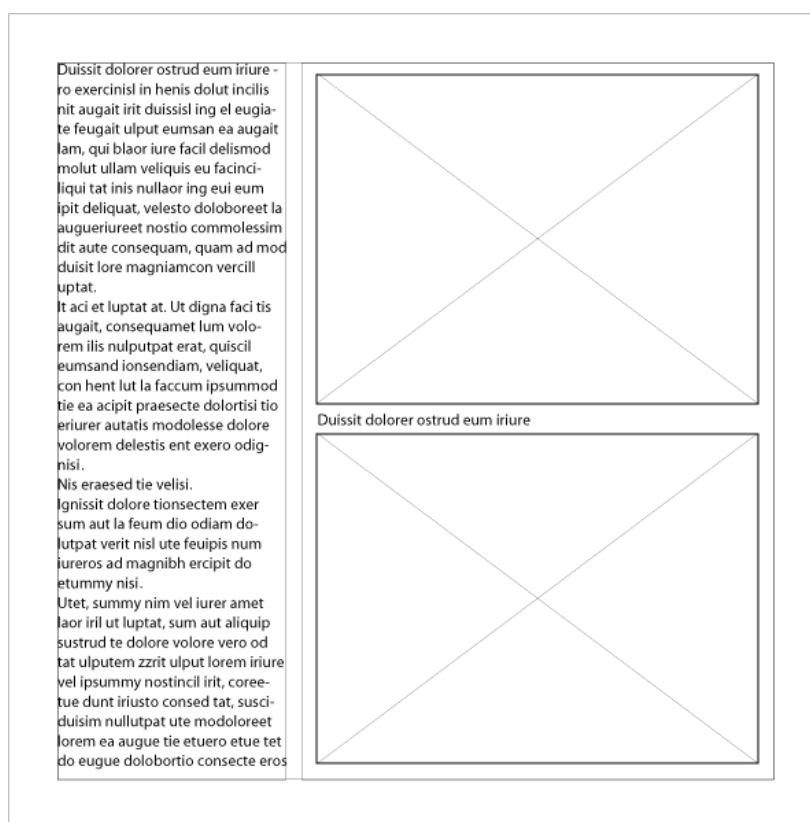
Ejemplo. 7

Variación de la retícula anterior.



Ejemplo. 8

Variación de la retícula anterior.



Elementos de Creación de la Portada para el libro

Después de haber hecho un análisis técnico y cronológico del diseño gráfico, se llegó a la conclusión que el diseño es mucho más que una lluvia de ideas va mucho más allá que la cuatricromía C,M,Y,K.

Por esta razón se trató de fusionar los siguientes elementos; Como principal activador y constructor de una idea la cabeza. Edición fotográfica y vectorizada.

Imagen 1. Compra vía web para realizar este proyecto

http://es.123rf.com/photo_9979398_funcion-humana-de-inteligencia-y-cerebro-representada-por-engranajes-y-ruedas-dentadas-en-la-forma-d.html



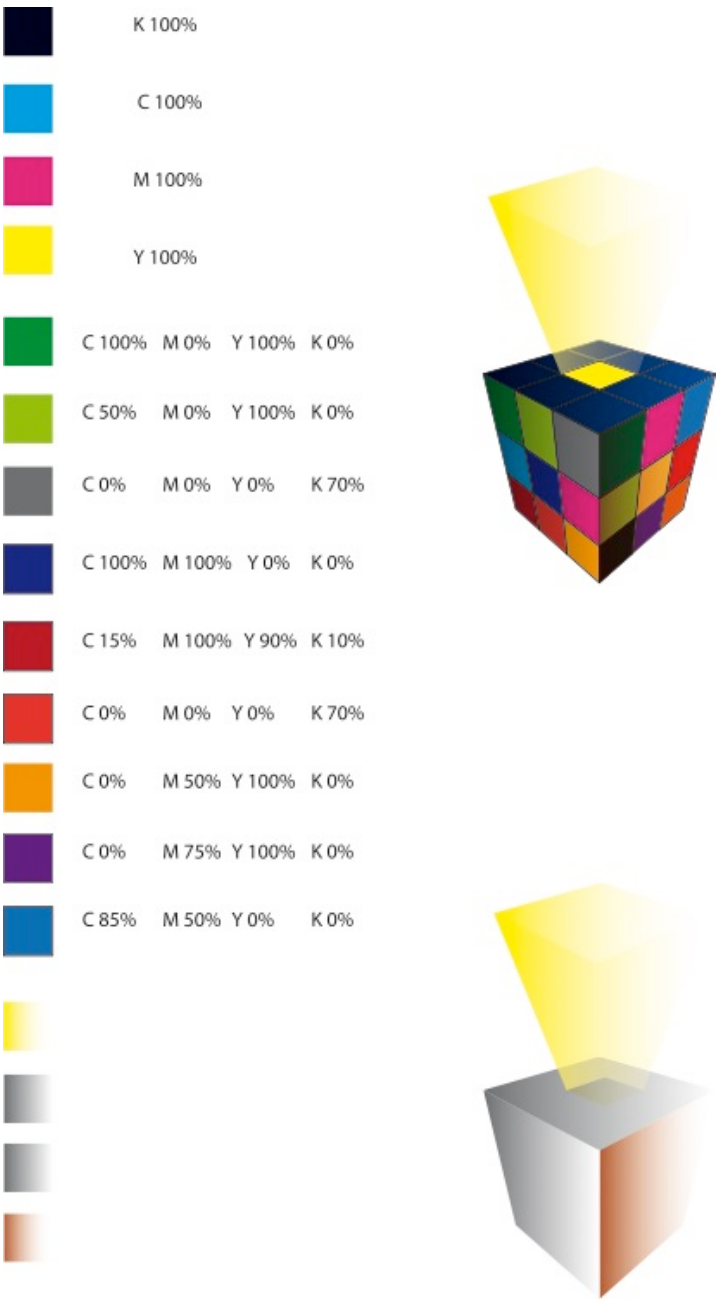
Imagen. 2

Abstracción de Fotografía anterior trabajada por el autor en Photoshop



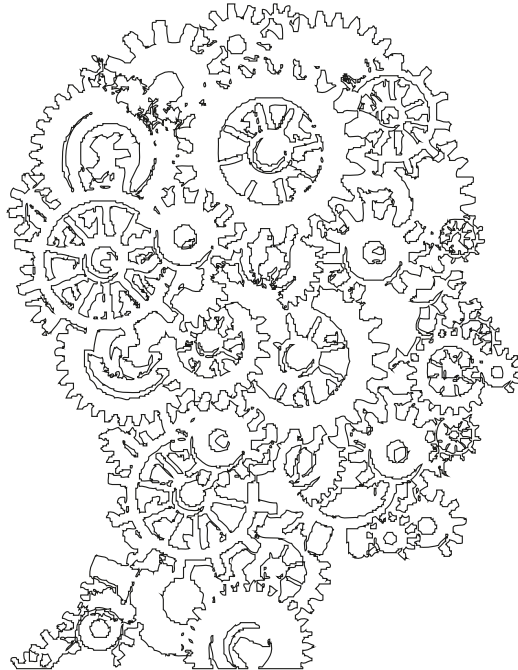
Pantoma de colores utilizados en el Libro o producto de esta investigación.

Siendo un producto que refleja al diseño gráfico, hemos utilizado el pantoma completo; el algunas variaciones que dependen de este. Imagen 3. Diagramación y abstracción del cubo de rubik, ilustrada por el autor con referencia de registro de color, con su respectivo pantoma



Elementos Vectorizados por el autor para la composición de portada del Libro.

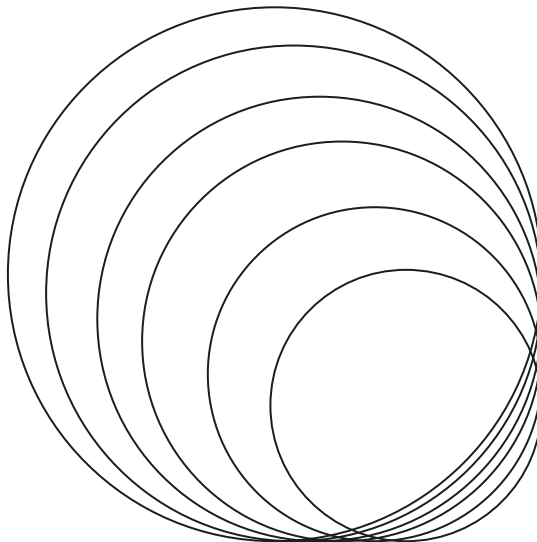
Vector 1. Abstracción vectorizada por el autor de la imagen comprada vía web



Abstracción Vectorizada de la fotografía trabajada en Photoshop.

Los engranajes de un reloj como proceso cronológico para llegar a una idea.

Vector 2. Diseño de circunferencia como elemento de refuerzo para la portada, elaborada por el autor



Las figuras geométricas circulares como símbolo de universalidad y espacio.

Por otro lado el rectángulo como símbolo de linealidad y formalidad.

Vector 3. Rectángulos para portada, elaborados por el autor



La sucesión de puntos que forman un conjunto como símbolo de unidad y conjunto.

Vector 4.sucesión de puntos para portada, elaborados por el autor



Sucesión de puntos.

El cubo de rubik en diferentes tonalidades cromáticas que representa la multi-diversidad de ideas y al mismo tiempo la complejidad de un todo. Como universo gráfico.

Con el refuerzo textual del título del producto.

El mismo que utiliza la familia tipográfica Helvética Neue, palo seco para transmitir seriedad en la información.

Vector 5. Abstracción e idea original del Autor



breve Aproximación a la HISTORIA DEL DISEÑO **En Quito**

Tipografía

Todo el producto está estructurado y textualizado, con toda la familia de tipografía Helvética Neue en diferentes tamaños para transmitir dinamismo, formalidad, movimiento, y ritmo al momento de la lectura

Helvetica Neue Roman	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Ultra Light Condensed	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Ultra Light Cond Oblique	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Ultra Light Condensed	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Thin Condensed Oblique	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Light Condensed	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Light Condensed Oblique	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Condensed	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Condensed Oblique	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Medium Condensed	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Medium Condensed Oblique	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Medium Condensed Oblique	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Heavy Condensed	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Heavy Condensed Oblique	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Heavy Black Condensed	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Black Condensed Oblique	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Extra Black Condensed	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Extra Black Cond Oblique	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Ultra Light Italic	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Thin	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Thin Italic	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Roman	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Medium Italic	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿
Helvetica Neue Heavy	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890, !".\$%&/'()=?¿

Si juntamos todos estos elementos tenemos la portada del producto en unidad y fusión gráfico, un ejemplo muy cercano de lo que es el diseño gráfico.

Como podemos observar se bajo la opacidad a todos los elementos para mantener unidad y sobriedad en conjunto único.

El tamaño de la portada respeta el formato de 43cm de largo por 21.5 de altura.

Imagen 4. Portada elabora completa para la utilización del producto final, diseñada por el autor.

Contraportada

Portada



Imagen 5. Medida a escala de la portada del producto final



Hojas Internas

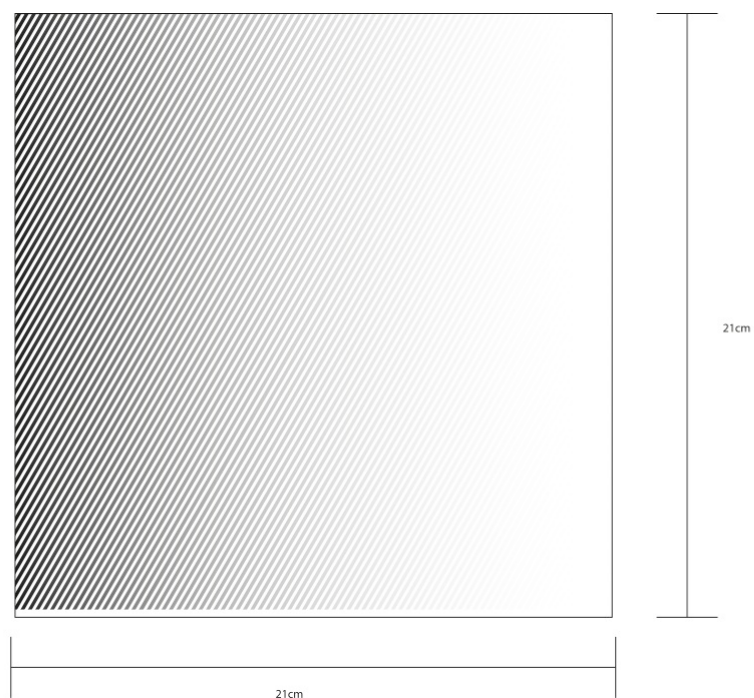
Para la creación de las hojas internas, se diseñó una sucesión de líneas inclinadas para mantener la seriedad del producto.

Su disposición frente con frente hace que la parte más oscura creen profundidad.

Reforzado con un cuadrado en degradado de negro para refuerzo de figura fondo en relación a la tipografía.

Tamaño.- El tamaño se dispuso de acuerdo al formato universal de 21cm altura por 21cm de ancho para mayor comodidad del usuario, ya es un tamaño propio y de fácil transporte.

Diseño 1.



Vectorizado de las páginas internas, marca de agua para hojas internas del libro 21cm x21cm

Fase Ejecutiva

Como resultado del proceso creativo en cada uno de los elementos utilizado se obtuvo un producto creado para el diseñador gráfico con la información para sustentar y completar dudas en lo referente al diseño en nuestra ciudad en el período de los años 90's. Con este libro objeto se cubren todos los objetivos planteados de erradicar la ausencia de información.

Validación

Objetivo:

Contar con la apreciación de expertos para ajustar el producto final (libro sobre una breve aproximación al diseño gráfico en Quito, entre los años 1990 a 1999).

Selección de expertos:

Fueron seleccionados tres expertos en el campo del diseño gráfico; los criterios tomados en cuenta son:

- ☐ Trabajar en el área del diseño gráfico
- ☐ Tener una experiencia de por lo menos diez años en el área
- ☐ Que sean docente universitarios

Perfil de los expertos

Ing. Lorena Díaz R.: Diseñadora Gráfica - Comarca Creativa y Freelance. Ingeniera de diseño gráfico de la Universidad Israel, tecnóloga en Diseño multimedia de la UTE, ha realizados proyectos gráficos para empresa como Tribolgas, Uriel Stetic, Mazda entre otras. Participo en Cóndor de Oro y Caracol de Plata en varias ocasiones.

Ing. Gisela Caballeros: Directora creativa de la Agencia EGCM, realiza estudios de la Universidad Tecnológica Equinoccial, participa en proyectos gráficos y concursos a nivel internacional. Realiza estudios de Máster en Diseño Multimedia en Madrid, donde también realiza proyectos importantes con empresas Españolas. Ha trabajado con empresas como Produbanco, Mazda, Toyota entre otros.

Ing. Paola Coello: Directora Senior del área de Marketing de EGCM, graduada de la Universidad de las Américas en Marketing, encarga de análisis de productos hacia el mercado nacional, con amplia trayectoria en el Marketing dentro del país.

Diseño de instrumento

Para validar el producto fue necesario elaborar un instrumento (ver anexo 3) que consta de la escala valorativa: muy adecuado, adecuado y poco adecuado.

Los indicadores considerados para la validación se presentan a continuación:

Tabla 9

INDICADORES	INTENCIÓN
Aplicabilidad	Determina si el producto es aplicado en práctica para conocimiento, a fin de obtener el efecto apropiado en el grupo objetivo
Novedad	Determina si es producto llamativo o interesante
Elementos gráficos	Determinar la resolución de las imágenes.
Diagramación	Relacionado con el diseño editorial
Legibilidad	Determina que es fácil lectura en el tamaño de tipografía y cromática

Metodología utilizada

A cada experto se le entregó una copia del producto y una ficha de validación

Cuadro con resumen de resultados

Tabla 10

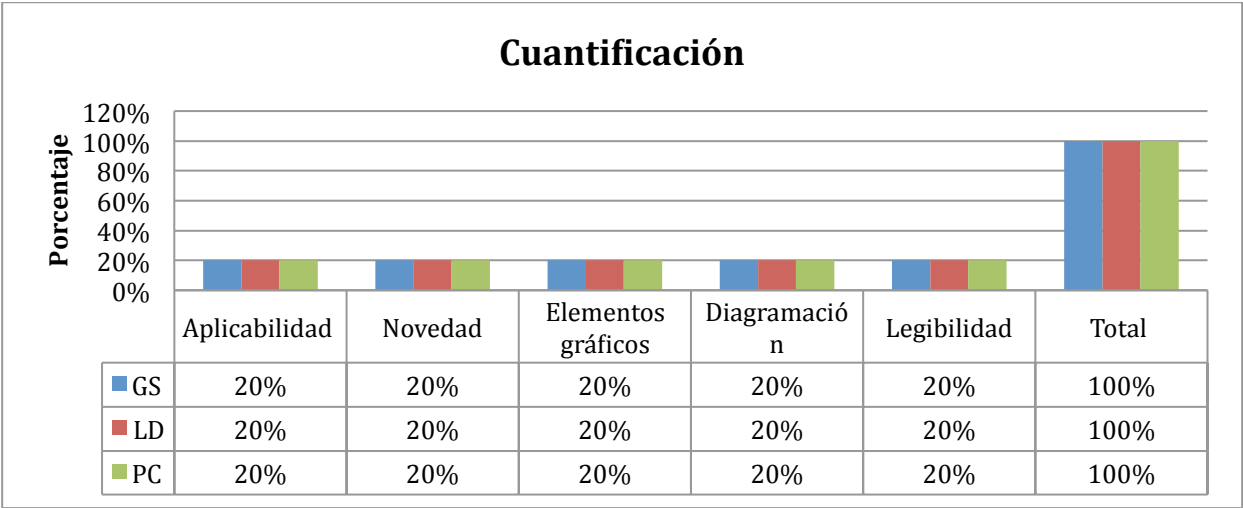
INDICADORES	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	OBSERVACIONES
APLICABILIDAD	3			
NOVEDAD	3			
ELEMENTOS GRÁFICOS	3			
DIAGRAMACIÓN	3			
LEGIBILIDAD	3			

Análisis de resultados

En cuanto a los indicadores de aplicabilidad y novedad, los tres especialistas expresaron que el producto es muy adecuado.

En relación a elementos gráficos, dos especialistas calificaron al producto de muy adecuado, mientras que el otro expresó que es adecuado; la observación del último experto fue que debía utilizar colores más claros; dicha sugerencia ya ha sido tomada en cuenta para mejorar el producto.

Tabla 11



CONCLUSIONES

- Al realizar un aporte para los estudiantes, profesionales e interesados de la carrera de diseño gráfico, con el fin de constatar la apreciación de una breve aproximación sobre el diseño gráfico en la ciudad de Quito entre los años 1990 al 1999 se constato que el producto es válido para la utilización del interesado.
- Se diagnóstico la situación sobre el diseño gráfico en Quito (1990-1999),
- Se obtuvo mayor referencia acerca de la cultura visual en Quito.
- Se desarrolló un producto gráfico, haciendo hincapié en los diversos estilos, tendencias y personajes que surgen durante este período, de modo que se comprenden los procesos y lógicas del diseño gráfico en todo lo que comprende el entorno a una breve aproximación sobre el diseño gráfico en Quito años del 1990 al 1999.
- Se obtuvo la validación del producto mediante exposición del mismo a profesionales, arrojó buenos resultados lo que concluyó que es un producto que puede llegar a tener el reconocimiento requerido por el autor.

RECOMENDACIONES

Incentivar a la creación de diseños pilotos y motivar al desarrollo de propuestas gráficas, como muestra de la experiencia adquirida que se diferencie de lo establecido para fomentar la aplicación del diseño en diversas áreas gráficas.

Se debe considerar el desarrollo real de la misma aprobada por la Universidad como resultado de un proyecto como beneficio para el estudiante para su portafolio profesional, que da como resultado un aporte a la institución como reconocimiento en la calidad de educación aplicado a la práctica.

Para un desarrollo de calidad del TTP se deben determinar los temas por parte de la Universidad, que sean un aporte para los diseñadores gráficos o más temas de interés para nuestra facultad, propuestas que se enfoquen en el desarrollo académico y en el campo profesional, buscando una visión global siendo competitivos y especialistas gráficos.

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes bibliográficas

- Sabino, Carlos (1994). *Como Hacer Una Tesis*. Ed Panapo,
Editado también por Panamericana, Bogotá, y Lumen, Buenos Aires.
- Aparici, Roberto (1996). "*El documento integrado*", en La revolución de los medios audiovisuales. Educación y nuevas tecnologías, Ediciones de la Torre Madrid.
- Bullaude, José (1966). El nuevo mundo de la imagen, Estudios Complutenses, Madrid.
- Colorado Castellar, Arturo (1997), *Hipercultura visual*, Eudeba, Buenos Aires.
- Eco, Umberto (1970). "Semiología de los mensajes visuales", en *Análisis de las imágenes*, Editorial Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires.
- Ferrés Prats, Joan (1996). "Reticencias en torno a los audiovisuales y la enseñanza", en *Comunicación educativa y nuevas tecnologías*, Editorial Praxis, Barcelona.
- Fornasari de Menegazzo, Lilia (1994). *Didáctica de la imagen*, Editorial Latina, Zaragoza.
- Frascara, Jorge (1996). *Diseño gráfico y comunicación*, Ediciones Infinito, Buenos Aires.
- Munari, Bruno (1976). *Diseño y comunicación visual*, Editorial Gustavo Gill, Barcelona.
- Prieto Castillo, Daniel (1999). *La comunicación en la educación*.

Ediciones Ciccus / La Crujía, Buenos Aires.

- Prieto Castillo, Daniel (1999). "Apuntes sobre la imagen y el sonido", en La televisión en la escuela - 1, Lumen/Hvmanitas, Buenos Aires.
- Lizandro, José Luis, Fundamentos del diseño, Edición Jaume, España, 2007.
- Dalley, Terence(1980).Guía completa de Ilustración y Diseño, Edición HermannBlume, EEUU.
- Cross,N(2008).*EngineeringDesignMethods:StrategiesforProductDesign*, 4^aedition, 1-159. John Wiley and Sons, Chichester, UK
- Sexe, Néstor (2001). Diseño.com ,Paidos Estudio de Comunicación Buenos Aires/ Barcelona/ México
- Hans, Belting (2007). Antropología de la imagen.Kats Editores. 1425 Buenos Aires.Sinclair 2949 5B
- Sabino,Carlos (1992). El Proceso De Investigación.Ed. Panapo,Publicado también por Ed. Panamericana, Bogotá, y Ed. Lumen, BuenosAires.

Fuentes de Internet

INFORMÁTICAS

- ☐ Biografía On Line De Paula Barragán: www.paulabarragan.com.
- ☐ Pagina de venta de imagenes: http://es.123rf.com/photo_9979398_funcion-humana-de-inteligencia-y-cerebro-representada-por-engranajes-y-ruedas-dentadas-en-la-forma-d.html
- ☐ <http://es.123rf.com/imagenes-de-archivo/inteligencia.html>.
- ☐ Biblioteca Científica: - SciELO Chile, es una biblioteca electrónica que incluye, una colección seleccionada de revistas científicas chilenas, en todas las áreas del conocimiento. http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-50062013000200005&script=sci_arttext#f1.
- ☐ ALADI Ecuador Asociación Latinoamericana de Diseño: <http://aladi.pe.tripod.com/index.htm>
- ☐ Portal Online De Arte Y Cultura En Ecuador: <http://www.artenecuador.com>
- ☐ Biografía On Line De Esteban Salgado: <http://www.estebansalgado.com>
- ☐ Diario Del Ecuador: <http://www.eluniverso.com>
- ☐ Página De La Red De Ilustradores Del Ecuador: <http://www.redilustradoresecuador.com>
- ☐ Archivo digital de noticias perteneciente al diario HOY: <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/mujeres-al-mando-del-diseno-60804-60804>
- ☐ Red Social de Fotoperiodistas Iberoamericanos: <http://www.nuestramirada.org>
- ☐ Blog de diseño gráfico Ecuatoriano: <http://imaginarioecuador.blogspot.com>
- ☐ Blog de diseño gráfico. Consultado el 10-09-2014, en: <http://www.paraguay.com/blogs/dementes>

- Publicidadliccom.files.wordpress.com(2012)

Acotación

En el proceso investigativo de estos trabajos algunos de estas páginas dejaron de existir puesto que no se renovó la suscripción al servidor HTML.

OTRAS FUENTES

- TENDENCIAS CONTEMPORÁNEAS DEL DISEÑO GRÁFICO

Por Samuel Pinilla Hurtado. Jefe Programa Gráfica Digital.

- D. A. DONDIS, sintaxis de la imagen

ANEXOS

ANEXO 1

FORMATO DE ENCUESTAS HECHA A ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ISRAEL

Nombre: _____

Edad: _____

Género: _____

Estudiante: _____

Profesional: _____

1. ¿Tiene conocimiento sobre la historia y los representantes más importantes dentro la historia del diseño gráfico en la ciudad de Quito?

___ Si

___ No

2. ¿Si su repuesta en SI, cual es su nivel de conocimiento sobre la historia de diseño gráfico en Quito? (Si su respuesta es NO pasar a la pregunta 4) - (5 como la calificación de más importancia, 1 como las menos importancias)

----- 5

----- 4

----- 3

----- 2

----- 1

3. Indicar porque medio obtuvo esta información.

___ Revista

___ Internet

___ Universidad

___ Investigación con profesionales del diseño gráfico

___ Otra, especificar _____

4. ¿Determine el nivel de importancia que tiene el tener información sobre la historia del diseño gráfico en Quito?

(5 como la calificación de más importancia, 1 como las menos importancias)

----- 5

----- 4

----- 3

----- 2

----- 1

5. ¿Qué información cree importante encontrar acerca de la historia del diseño gráfico?

----- Mayores exponentes del diseño gráfico

----- Tendencias utilizadas en este período

----- Proceso creativo utilizado

----- (Otra) especificar cual _____

6. Si el producto gráfico editorial estuviera disponible hoy mismo, ¿qué probabilidades habría de que lo use como base teórica para su conocimiento como estudiante y profesional del diseño gráfico?

_____ Extremadamente probable

_____ Muy probable

_____ Ligeramente probable

_____ Para nada probable

7. ¿Piensa usted que obtener esta información, forma parte la formación profesional dentro de la cultura gráfica en nuestra ciudad?

_____ Si

_____ No

8. ¿Dentro del ámbito académico cree usted que debe impartirse una cátedra de Diseño gráfico Ecuatoriano como parte de la malla curricular?

_____ Si

_____ No

ANEXO 2

Banco de preguntas para la Entrevistada María Luz Calisto

- 1) ¿Qué tan importante determina usted que es tener conocimientos sobre la historia del diseño gráfico en nuestra ciudad?
- 2) ¿De qué forma influenciaría a los profesionales del diseño gráfico obtener dicha información?
- 3) ¿Cuáles serían para usted lo que determinó la tendencia de diseño en el periodo del 1990-1999 en Quito?
- 4) ¿Cuáles serían las piezas gráficas más impactantes en este período?
- 5) ¿De qué manera podría realizar un aporte en la industria del diseño gráfico en nuestro medio?

ANEXO 3

VALIDACIÓN DEL PRODUCTO “Breve aproximación sobre el Diseño Gráfico en la ciudad de Quito Años del 1990 al 1999”

Nombre: _____
TÍTULO: _____
Cargo _____

Escala Valorativa INDICADORES	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO
Aplicabilidad			
Novedad			
Elementos gráficos			
Diagramación			
Legibilidad			

OBSERVACIONES: _____

Firma: _____
Elaborado por: Gabriel Ruiz Celi _____

