



Facultad de Diseño

Proyecto Final de Grado

**Portafolio Gráfico Visual del pintor
ecuatoriano Camilo Egas**

Autora: Lisette Gardenia Sarango Navarro

Tutores:

Ing. Mariana Lozada
MSC.Lcdo. Mauro Ruiz

Quito - 2010



AGRADECIMIENTOS

Agradezo a mi padre Dios quien me ha bendecido con el regalo de la vida, por entregarme días llenos de enseñanza y retos que me permiten ser una mejor persona, por conocer lo que es la tristeza y la alegría, por permitirme equivocarme para entender lo que significa ser humano.

Mi agradecimiento a mis profesores que gracias a su paciencia, dirección y valiosos consejos me permitieron culminar satisfactoriamente mi Proyecto Final de Grado.

Por último mi mayor agradecimiento a mi amiga Vero, que me apoyó cuando más lo necesité permaneciendo incondicional conmigo en todo este tiempo.

GRACIAS.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mi madre, por ser una mujer admirable siendo el pilar de mi vida, por estar siempre conmigo y brindarme su cariño. A mi padre por ayudarme a cumplir mi sueño de ser una profesional y preocuparse siempre de mi futuro.

A todos los que creyeron en mi, a mis hermosas amigas que compartieron conmigo todos los años de educación profesional brindandome su cariño y amistad.

En el presente Proyecto Final de Grado se hace mención a una propuesta gráfico visual del pintor ecuatoriano Camilo Egas que es uno de los grandes expositores pictóricos del indigenismo ecuatoriano, siendo un referente de nuestra historia.

Se ha planteado una problemática, objetivos, justificación y una sistematización para desarrollar con ayuda del diseño gráfico un producto multimedia, encontrándose el usuario con un soporte informacional que permita conocer su trayectoria artística.

En el marco de referencia del Proyecto Final de Grado se encuentra el capítulo I referente a la comunicación, en este capítulo se analiza que es la comunicación y sus elementos para pasar al capítulo II refiriéndose al Diseño Gráfico en el que se encuentra la historia basada en la evolución del diseño y la responsabilidad social en la actualidad del diseñador; en el capítulo III se encuentra la Identidad, en este capítulo se encuentra la función que cumple el logotipo y el imagotipo, en el capítulo IV la multimedia con sus aplicaciones principios y elementos para entender las mejores herramientas al realizar el producto. Una vez analizada la parte

visual se encuentra toda la trayectoria pictórica del pintor Camilo Egas, información primordial para sustentar el proyecto. Finalizando se encuentra la fundamentación del producto con todos los pasos, selecciones, aplicaciones y justificación de diseño de la elaboración de todo el portafolio gráfico visual de Camilo Egas.

ABSTRACT

This Final Project Grade referred to a proposal visual Graphic of Ecuadorian painter Camilo Egas, is one of the great Ecuadorian indigenous pictorial displays, being a reference of our history.

It has posed a problem, objectives, justification and systematization to develop graphic design using space virtual, finding the user with an multimedia product with an informational support as to show his artistic career.

In the theoretical part of the Final Project Grade in the chapter I is about communication with the meaning of communication and the elements. The chapter II referring to Graphic Design which is the story until the evolution design at present, in chapter III is the Identity, this chapter is about role of the imagotype and the logotype, in the Chapter IV talk about multimedia with the principles and applications to understand the best elements tools to make the product.

After analyzing the visual part is the pictorial part of Camilo Egas painter, this is a very important information to support the project. Finishing is the fundamentation of the product with all steps with the selection, application and the justifi-

cation design and the development of all visual graphic portfolio Camilo Egas.

ÍNDICE

1.INTRODUCCIÓN	1
1.1 Problema investigado	1
1.2 Justificación	1
1.3 Objetivos	2
1.4 Premisa	2
1.5 Metodología	2
1.6 Presupuesto	7
2. MARCO DE REFERENCIA	11
CAPÍTULO I: Comunicación	11
2.1 La comunicación	11
2.1.1 Elementos de la comunicación	11
2.1.2 Comunicación gráfica	12
2.1.3 Comunicación visual	13
CAPÍTULO II: Diseño Gráfico	14
2.2 Referencia histórica del diseño	14
2.3 Definición del Diseño Gráfico	15
2.3.1 El mensaje visual	17
2.3.2 El proceso de diseño	18
2.3.2.1 Metodología general del diseño	19
2.3.3 Diseño Gráfico en la actualidad	21
2.3.4 El Diseño Gráfico como actividad profesional	22
2.3.4.1 Responsabilidad social en el Diseño Gráfico	24
2.4 Diseño editorial	26
2.4.1 Referencia Histórica	26
2.4.2 Estructura y elementos en el Diseño Editorial	26
2.5 Diseño de Identidad	30
2.5.1 El identificador	30
2.5.1.1 Imagotipo	31
2.5.1.2 Logotipo	31
CAPÍTULO III: Multimedia	31
2.6 Multimedia	31
2.6.1 Principios de diseño multimedia	33
2.6.2 Elementos básicos de diseño	34
2.6.2.1 Hipervínculos o enlaces	34
2.6.2.2 Estructuración	35
2.6.2.3 Especificaciones	39
2.6.3 Las aplicaciones multimedia en la actualidad	41

CAPÍTULO IV: La Cultura	42
2.7 Referencia de la cultura	42
2.7.1 Referentes artísticos culturales	44
2.8 Vanguardias	46
CAPÍTULO V: Pintor ecuatoriano Camilo Egas	50
2.9 Biografía	50
2.9.1 Premios otorgados en su trayectoria artística	51
2.9.2 Exposiciones colectivas	52
2.9.3 Exposiciones individuales	52
2.9.4 Nombramientos en su trayectoria artística	52
2.10 Etapas pictóricas de Camilo Egas	53
2.10.1 El indigenismo pictórico de Egas	53
2.10.2 El expresionismo pictórico de Egas	54
2.10.3 El surrealismo pictórico de Egas	55
2.10.4 La abstracción pictórica de Egas	56
3.FUNDAMENTACIÓN DEL PRODUCTO	59
3.1 Introducción	59
3.2 Justificación	59
3.3 Objetivos	59
3.4 Método creativo de diseño	60
3.4.1 Diagrama causa - efecto	60
3.4.2 Matriz de viabilidad	62
3.4.3 Lluvia de ideas	63
3.4.4 Definición de diseño	64
3.5 Identificador	65
3.5.1 Justificación del identificador	65
3.5.1.1 Imagotipo	65
3.5.1.2 Logotipo	66
3.5.1.3 Justificación del color	66
3.5.1.4 Niveles de concepto y principios	67
3.5.1.5 Niveles de efectividad	69
3.5.1.6 Sistema reticular del identificador	70
3.6 Manual de uso del identificador	70
3.6.1 Estilo de diseño del manual	70
3.6.2 Esquema de contenido	71
3.6.3 Estructura y elementos de diseño	72
3.6.2.4 Aspecto legal	74
3.7 Multimedia	74
3.7.1 Introducción	74
3.7.2 Justificación	75

3.7.3 Características	75
3.7.4 Estrategia de transmisión	75
3.7.5 Plataforma de usuario	77
3.7.6 Mapa del sitio	78
3.7.7 Mapa de enlaces	79
3.7.8 Retícula multimedia	80
3.7.9 Disposición de los elementos	81
3.7.10 Parámetros de diseño en el multimedia	81
3.7.11 Pantallas	83
3.8 Aplicaciones	92
3.8.1 Colgapuertas	92
3.8.1.1 Módulo reticular	93
3.8.2 Separadores de libros	94
3.8.2.1 Módulo reticular	96
3.8.3 Flyer	96
3.8.3.1 Módulo reticular	97
3.8.4 Afiches	98
3.8.4.1 Diseño afiches	99
3.8.5 Anuncio de revista	100
3.8.5.1 Módulo reticular	101
3.8.6 Inserto de revista	102
3.8.6.1 Módulo reticular	103
3.8.7 Díptico	104
3.8.7.1 Módulo reticular	105
3.8.8 Postales	107
3.8.8.1 Módulo reticular	108
3.8.9 Banner	109
3.8.10 Empaque	110
3.8.11 Presupuesto	112
Conclusiones y recomendaciones	115

Introducción

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Problema investigado

El pintor ecuatoriano Camilo Egas posee una gran trayectoria artística que exalta y dignifica nuestras raíces siendo uno de los más grandes representantes de la pintura ecuatoriana del siglo XX, a pesar de ello es poco conocido, no contando con información fácil y accesible para las personas que desean conocer sobre este gran personaje.

No existen actualmente productos visuales informativos sobre el pintor ecuatoriano que contengan su trayectoria como artista, existen pocos sitios on line con información superficial no siendo confiable la información para el que desee investigar sobre este tema, además la información existente en libros no es unificada no permitiendo encontrar en un sólo producto la información necesaria con las obras pictóricas sobre Egas. Por ello se convierte en una necesidad la creación de un portafolio gráfico visual de Camilo Egas para posibilitar y facilitar mayores alcances de información sobre el pintor.

El diseño gráfico tiene varias formas y medios para solucionar este problema, por eso en esta ocasión se implementó

un producto que no sea tradicional y tampoco actué de forma lineal sino innovar con la ayuda de la tecnología en la creación de un soporte gráfico visual que contenga la trayectoria artística de este gran pintor ecuatoriano.

1.2 Justificación

Camilo Egas es uno de los más grandes representantes pictóricos en el Ecuador del siglo XX, sin embargo es poco conocido en la actualidad siendo preocupante para la cultura ecuatoriana que debe conocer a sus grandes representantes; durante toda su trayectoria artística obtuvo grandes reconocimientos nacionales e internacionales convirtiéndose en un gran exponente de la cultura ecuatoriana mediante la pintura, por ello nace la idea de crear un portafolio gráfico visual al precursor de la pintura indigenista que transmita su vida artística.

El diseño gráfico puede lograr diferentes alcances comunicacionales permitiendo llegar a las personas de diferentes formas ya sea cultural, educacional o informativa trascendiendo e influyendo en las personas; con la creación de un portafolio gráfico visual del pintor ecuatoriano Camilo Egas mediante la ayuda del diseño gráfico se podrá

acceder y tener diferentes alcances de información teniendo la oportunidad de aportar de una forma cultural e informativa a la difusión de este personaje.

1.3 Objetivos

Objetivo general

Diseñar un portafolio gráfico visual del pintor ecuatoriano Camilo Egas mediante un producto multimedia para la difusión y conocimiento de su trayectoria artística.

Objetivos específicos

- Investigar conceptos de diseño que fortalezcan los conocimientos adquiridos durante la carrera de diseño gráfico.
- Determinar los diferentes métodos y técnicas que ayuden en la fundamentación del proyecto.
- Utilizar las herramientas tecnológicas de diseño en la elaboración de las diferentes aplicaciones gráficas.

1.4 Premisa

El portafolio gráfico visual del pintor ecuatoriano Camilo Egas permite

conocer la trayectoria artística y obras que realizó en el siglo XX, presentando a las personas una unidad de información mediante un producto multimedia permitiendo ser observado por diferentes destinatarios convirtiéndose en una cadena comunicacional que ayuda a difundir al pintor ecuatoriano.

1.5 Metodología

En el presente proceso de investigación del Proyecto Final de Grado se utiliza una tendencia cualitativa y cuantitativa descritos por Carlos Sabino en su libro “El proceso de la investigación” mencionando también los diferentes momentos de la investigación, teniendo así que la tendencia cualitativa se la emplea para interpretar las opiniones y pensamientos de un grupo de personas en este caso sobre el pintor Camilo Egas y realizar así el proyecto, mientras la tendencia cuantitativa es utilizada para obtener datos cuantificables sobre un tema, permitiendo en este proyecto tener datos que ayudaron a cuantificar el interés de las personas sobre la trayectoria artística, es decir, si conocen al pintor, si desearían conocer más sobre su trayectoria artística y si este es el caso en que medio les gustaría tener información, para con estos datos

obtener resultados y emplear estrategias gráficas y visuales que ayuden a la creación del producto.

Considerando la Guía del Proyecto Final de Grado de la Facultad de Diseño de la Universidad Israel esta investigación corresponde al área de multimedia, que desde lo gráfico visual propone crear imágenes sincronizadas con sonido, construyendo narrativas visuales uniformes bajo un predeterminado esquema, y en lo conceptual, brindar una solución visual con composición para integrar de esta forma la información sobre Egas.

En el proceso de la investigación del presente proyecto se encontraron diferentes momentos:

El momento proyectivo que permite conocer y determinar los elementos del problema, por lo que se realizó un ante proyecto en el último semestre de la carrera de diseño gráfico, constituyendo el punto de partida en la investigación sobre el tema, es decir, revisando lo que se conocía sobre el problema visual planteado y definiendo e investigando la situación del proyecto.

El siguiente momento fue el metodológico, el cual ayudó a formular y encontrar

métodos para el mejor entendimiento de la investigación, teniendo en el presente proyecto la utilización del método etnológico y el método positivista; el método etnológico descrito por Anthony Giddens en su libro “Sociología” que indica que en este método se pretende mostrar las representaciones culturales de las sociedades y el estudio de las mismas a fin de proporcionar conclusiones y formas para resolver un problema, en este caso el problema gráfico visual del proyecto a través de las opiniones vertidas de las entrevistadas, además de que busca y pretende reconstruir un pasado como la biografía y obras del pintor ecuatoriano Camilo Egas. El método positivista que enuncia Arnal, Latorre y del Rincón en su libro “Investigación educativa, fundamentos y metodologías” afirma que este método es imparcial, neutral y objetivo, permitiéndome este proceso obtener datos cuantificables y reales sobre el problema del proyecto.

En la investigación se contempla también un momento técnico en el cual se emplearon técnicas como: las encuestas y la entrevista.

Por medio de las encuestas y las entrevistas se conocen las opiniones de las personas del medio cultural y sus

intereses obteniendo datos cuantificables utilizando como instrumentos un cuestionario, elaboración de mapas conceptuales, fotocopias y un programa que permita tabular los datos.

Finalmente en la investigación se llegó al momento de la síntesis, una vez obtenido todos los datos del proceso de la investigación se realizó un análisis sobre la definición del diseño para la aplicación del producto, sistematización de la investigación y redacción final.

Grupo objetivo

El portafolio gráfico Visual ha sido elaborado para las personas del Distrito Metropolitano de Quito siendo hombres y mujeres mayores de dieciocho años que poseen un interés pictórico sobre la pintura ecuatoriana con un sentido pleno en el terreno educativo, cultural y tecnológico.

Aplicación de encuestas

La aplicación de las encuestas fue realizada para definir las falencias en el museo Camilo Egas en la parte informativa sobre el pintor y así tener datos cuantificables sobre la posibilidad de creación de un producto informacional mediante la multimedia.

Para ello se realizó una encuesta a veinte visitantes del museo Camilo Egas siendo este el máximo de visitantes adultos en una semana, la información de los visitantes del museo fue proporcionada por las personas encargadas del mismo, se escogió este grupo de personas porque al visitar el museo Camilo Egas desarrollan un criterio sobre el conocimiento e información sobre el pintor y pueden dar su opinión en la parte informativa y comunicacional que posee en la actualidad, además que son personas que poseen interés pictórico y pueden llegar a ser posibles difusores del producto gráfico visual de Camilo Egas.

Prueba piloto

La prueba piloto (anexo1), se realizó a cinco personas que visitaron el museo, en la encuesta se nombraba en la pregunta número tres como opción de respuesta un talvez cuando lo que en realidad lo que se deseaba conocer como respuesta es un si o un no de que si es necesario rescatar la trayectoria pictórica de Egas por lo que este resultado no era favorable y hubo que sacar ese talvez de la encuesta, quedando la encuesta final (anexo 2).

Resultados obtenidos en las encuestas

Las encuestas (anexo3), dejaron ver que a los visitantes del museo si les faltó información sobre Camilo Egas dando una respuesta positiva a la propuesta gráfica visual, además que prefieren un cd multimedia y que casi la mayoría estaría dispuesto a pagar un valor por el cd multimedia, finalmente que se podría difundir al pintor Camilo Egas no sólo por el cd multimedia sino también por la vía web. Estos resultados dan positiva la investigación para la implementación del producto.

Aplicación de entrevistas

La entrevista se aplicó como técnica para obtener una información más adecuada y de forma directa con los involucrados siendo de gran aporte al proyecto, para ello se empleó instrumentos como una grabadora, cámara, fichas y un cuestionario dirigido que permitió estar previamente preparada con las preguntas.

Resultados obtenidos en las entrevistas

Para reforzar la investigación de mercado se realizó dos entrevistas (anexo 4), la primera fue realizada al ex

director cultural del Banco Central del Ecuador Carlos Landázuri que además es historiador, y a la Lcd Ana María Armijos, siendo ella quien organizó el museo Camilo Egas, además que se contactó a Nicolás Svistoonof el cuál ha realizado un estudio sobre Camilo Egas durante ocho años y proporcionó todos los datos técnicos de las pinturas.

Los dos entrevistados concuerdan que es necesario la implementación de la tecnología para insertar nuevas formas de conocimiento en la parte cultural, están de acuerdo que sería una propuesta interesante la cual tiene la posibilidad de expandirse a otros sectores si se presentar la oportunidad y fuera requerido, además que los dos entrevistados apoyan la propuesta de la creación de un producto gráfico visual para difundir al pintor Camilo Egas.

Soportes tecnológicos

Los soportes tecnológicos que se emplearon en la realización para el portafolio gráfico visual del pintor ecuatoriano Camilo Egas fueron:

Adobe Illustrator



Adobe Photoshop



Adobe InDesign



Adobe Flash



1.6 Presupuesto

1. Servicios

Energía Eléctrica	\$90
Teléfono	\$70
Copias	\$30
Internet	\$80
	<hr/>
Subtotal	\$270

2. Gastos de oficina

4 Resmas de papel	\$16
6 cartuchos de tinta	\$45
2 cajas de lápices	\$10
2 Paquetes de cds	\$10
5 libros	\$40
	<hr/>
Subtotal	\$121

3. Gastos de Derechos y aranceles

Derechos de Grado	\$850
	<hr/>
Subtotal	\$850

4. Servicios Profesionales

Corrector de Estilo	\$150
Diseñador	\$600
Traductor	\$40
Programador	\$60
	<hr/>
Subtotal	\$850

5. Equipos

MacBookPro	\$1,600
	<hr/>
Subtotal	\$1,600

6. Gastos de Transporte

Transporte Urbano	\$80
	<hr/>
Subtotal	\$80

7. Imprevistos

Otros	\$200
Subtotal	\$200
	<hr/>
TOTAL	\$3,121

Elaborado por Lisette Sarango

Marco de Referencia

2. MARCO DE REFERENCIA

CAPÍTULO I: Comunicación

2.1 La comunicación

La comunicación surge de la necesidad de interrelación entre las personas para desarrollarse, es un proceso en el que se debe utilizar un mismo lenguaje para poder entenderse, este parte de una idea en común para producir diferentes significantes, es decir, a partir de una idea o un tema, cada persona tiene una diferente opinión y visión siendo estos los diferentes significantes que aportan a la comunicación.

“La palabra Comunicación viene del latín *Comunis Comunicare* y hacer *Común*. Es la utilización de un código específico para la transmisión de un mensaje o bien de una determinada experiencia en unidades semánticas con el objeto de permitir a los hombres relacionarse entre si”¹.

Como plantea Quintana en su *Introducción al estudio de la comunicación*, es el único proceso de recepción y transmisión de la información que tiene el hombre para poder interactuar ante la sociedad, sin ello jamás avanzaría y es más no existiría la sociedad.

1 Lic. Quintana, Rafael. *Introducción al Estudio de la Comunicación*. Universidad de Londres, pág 7.

Se ha visto en la sociedad que es fácil relacionarse con otras personas al tocar diferentes temas pero el encontrar una buena comunicación que lleve a un acuerdo mutuo es mucho más difícil, teniendo así la dificultad de la comunicación.

“En algunas ocasiones lo comunicado tiene el mismo sentido para los que comunican, y en otras tiene sentidos diferentes pero entendibles para los que participan de la relación comunicativa. Si no hay aunque sea un mínimo de sentido comprensible para los sujetos, no hay comunicación”².

La comunicación permite conocer diferentes puntos de vista de un mismo tema y exponer ideas diferentes o comunes por el contexto social en el que vivimos ya que la interpretación de la realidad es vista de diferentes formas influenciada por nuestras costumbres, historia y actos sociales que nos producen diferentes significados de una misma cosa, pero si no existe un sentido comprensivo entre las personas la comunicación no funciona.

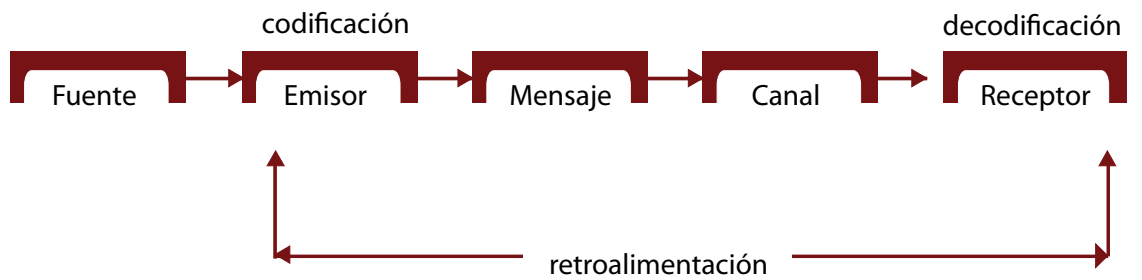
2.1.1 Elementos de la comunicación

Para que exista comunicación hay ciertos elementos que ayudan a que el mensaje pueda ser enviado con

2. Paoli, Antonio. *Comunicación e información*. México, editorial Trillas, 1997, pág 14.

factibilidad y logre existir una comunicación no interrumpida, siendo Rafael Quintana quien plantea los siguientes elementos de la comunicación:

- *Receptor*: la persona que asimila el mensaje o la información.



Elaborado por Lisette Sarango

- *La Referencia o la fuente*: Aquí se propone el tema que se va a comunicar o también es la información más importante seleccionada de la que se empieza la comunicación.

- *El emisor*: es la persona que tiene una necesidad de transmitir el mensaje ante los demás.

- *Mensaje*: se refiere al contenido de la información decodificada según el emisor.

- *Canal*: es por que manera va a ser enviado el mensaje.

- *Decodificación*: es la interpretación del mensaje que envió el emisor.

Una vez entendidos los elementos de la comunicación y la necesidad de la misma, existen diferentes formas de comunicación en el diseño según algunos autores, y en este caso se mencionan dos tipos de comunicación, la gráfica y la visual que se presentan a continuación.

2.1.2 Comunicación gráfica

Haciendo referencia a lo que nos menciona Russel Arthur, en su libro de *Comunicación Gráfica*, el emisor al transmitir la información mediante mensajes de una forma visual en superficies planas es la comunicación gráfica, es decir en dos dimensiones,

con la implementación de gráficos, ilustraciones y textos. La combinación de imágenes y texto fomentan u aportan a una mejor comunicación para el receptor, ya que el receptor además de leer el texto también lee el gráfico mejorando o a veces entorpeciendo la comunicación y su entendimiento, por lo que la información del emisor falla al llegar el receptor.

Es trascendental en la comunicación gráfica el adecuado posicionamiento del texto e imágenes para atraer al receptor de primera vista, ya sea que se sitúe su mirada en el texto o en el gráfico para engancharlo en seguida en el tema.

“Las palabras – símbolos son más básicas para una comunicación gráfica efectiva. El lenguaje es, después de todo, el medio principal de comunicación humana, y las palabras desempeñan un papel importante en la acción de pensar y en la toma de decisiones. Esto no quiere decir que sea imposible pensar sin la palabras; es más correcto decir que el lenguaje facilita el pensamiento”³.

La comunicación gráfica se la encuentra actualmente en todo lugar y es innegable que existe ya sea para una buena comunicación o no, encontrándola fácilmente en libros, periódicos,

revistas, cuadernos, etc., logrando y permitiendo constante intercambio de información. Entrando en el diseño gráfico, la comunicación gráfica es la clave para la resolución de problemas gráficos en la sociedad, siendo el diseñador gráfico el eje facilitador de la comunicación buscando procesos que le ayuden a conceptualizar y diseñar de forma creativa e innovadora una idea para comunicar el mensaje y llegar a un grupo objetivo que serán los receptores del mensaje.

2.1.3 Comunicación visual

La comunicación visual a diferencia de la comunicación gráfica que es bidimensional sobrepasa esos límites, ya que incorpora el 3d y las percepciones sensoriales de nuevas tecnologías.

El diseñador gráfico en su constante inquietud de explorar nuevas formas de comunicación y ya no sólo el de comunicar sobre papel ha incorporado desde ya hace varios años con la ayuda de la tecnología la comunicación visual.

Según Fernández Coca Antonio plantea que el: “*Diseño Gráfico es comunica-*

3. Russel, Arthur. *Comunicación Gráfica*, México, editorial Trillas, 2001, pág 14.

*ción visual*⁴, sin embargo Joan Costa menciona que “*no todas la formas del diseño son comunicación ya que todo significa pero no comunica*”⁵; son contradicciones, pero concordando con Joan Costa es claro que no todo lo que se ve comunica algo necesariamente, puede significar algo pero no lograr comunicar nada, todo depende simplemente de la forma acertada de la comunicación visual mediante el diseño, en este caso para definir si significa o comunica.

Existen dos diferencias en la comunicación visual, la que es casual y la intencional según Bruno Munari en su libro *Diseño y comunicación visual*. La comunicación visual casual es la que tiene una libre interpretación y no pasa sin advertir algo en particular sin ninguna intención. La comunicación visual intencional es la que mediante la estética o la práctica intenta comunicar de forma anticipada hechos o situaciones que están sucediendo o sucedieron recientemente, construyendo premeditadamente una comunicación para ser informada al receptor.

4. Fernandez, Antonio, *Producción y Diseño Gráfico para la World Wide Web*, Barcelona, editorial Paidós, pág 143.

5. Costa Joan, *Imagen Global*, Barcelona, ediciones Ceac, 1987, pág 16.

CAPÍTULO II: Diseño Gráfico

2.2 Referencia histórica del Diseño Gráfico

Existen diferentes opiniones que hacen mención al nacimiento del Diseño Gráfico no existiendo una fecha determinada; haciendo una referencia a lo que menciona Ramírez Margarita, en la *Historia del Diseño Gráfico*, el mismo nace desde que existe la comunicación, es decir que siempre se ha existido del diseño, desde nuestros antepasados, ya sea en sus costumbres, con la elaboración de jeroglíficos, pinturas y colores en las vasijas etc.

“Tomando como punto de partida a los últimos sesenta años del siglo XV que enmarcaron el nacimiento y desarrollo de la tipografía, las secuelas de las iniciativas y experimentaciones gráficas surgen en el siglo XVI con la energía creadora con que se dieron origen a innovadores diseños de tipos, normas de composición, ilustraciones y encuadernaciones, conjuntamente con representaciones de gran prestigio”⁶.

Además que también con el nacimiento de la imprenta el diseñador gráfico incorpora formas para la comunicación teniendo que:

6. Saloma, Ramírez. Margarita, *Historia del Diseño Gráfico*, pdf universidad de Londres, pág 6.

“Fue en 1922 cuando William Addison Dwiggins acuñó el término diseñador gráfico para describir sus actividades, como las de un individuo que daba orden estructural y forma visual para la comunicación impresa”⁷.

En este paso de la historia se observa un claro nacimiento del diseño gráfico ya más estructurado y publicitario gracias a la tipografía y la imprenta. Fuentes Rodolfo en su libro *¿Qué es el Diseño Gráfico?* plantea que las nuevas formas de comunicación han cambiado al diseño, después de aparecer la tipografía existe un crecimiento en la innovación y creatividad en las formas de comunicación, teniendo una comunicación más llamativa y creativa, llegando así a implementarse en cierta forma el diseño gráfico, lo cual lleva a nuevas posibilidades de diseño más factibles, rápidas y con solución efectiva.

El diseño Gráfico en el Ecuador ha pasado por un proceso lento pero indudablemente ha existido un crecimiento por la diversas necesidades de comunicación competitiva en los negocios y las empresas.

“El Ecuador ha enfrentado la transculturización más grande de su historia desde

la llegada de otras formas de comunicación y expresión artística, transformando sus rasgos pictóricos y creativos en fusiones visuales complejas y algunas veces inconsciente”⁸.

De forma inconsciente se ha logrado una incorporación del diseño gráfico en el Ecuador, esta se la puede observar desde los gráficos en las vasijas y en los diseños de los elementos de los trajes de las diferentes culturas del país, los cuales ya han existido desde hace mucho tiempo atrás y sin el denominativo de “Diseño Gráfico”; actualmente desde hace varios años con la incorporación tecnológica el diseño ha logrado establecerse en el Ecuador como un medio primordial para la comunicación y destacarse en el mercado posicionándose poco a poco desde aproximadamente ya sesenta años.

2.3 Definición del Diseño Gráfico

La definición de diseño gráfico ha ido cambiando por los diferentes cambios en la sociedad en temas sociales y culturales y las nuevas implementaciones tecnológicas mencionando Norberto Chávez lo siguiente:

7. Bautista Castillo Raymundo, *Para una historia del diseño*, Internet. <http://www.eumed.net/eve/resum/07-mayo/rcb.htm>, Acceso: 04/08/10

8. Fuentes, Rodolfo. *¿Qué es el Diseño Gráfico?*, Barcelona, editorial Gustavo Pili, 2002, pág 13

“Ha transcurrido ya casi un siglo desde que se acuñara el término “diseño” para denominar a esa entonces nueva práctica productiva. A lo largo de ese período, el diseño ha ido sufriendo una serie de transformaciones que han incidido en la modificación de su propio concepto. Debido a ese dinamismo de cambio, también se ha ido generando una serie de errores de definición, agravados por los usos abusivos del término”⁹.

Con ello se han ido obteniendo ideas erróneas y des valorativas sobre lo que en realidad representa y significa el diseño gráfico.

Por ello partiendo del significado etimológico de la palabra “diseño”¹⁰ tenemos que viene del italiano “disegnare” que significa “designar”, la cual hace referencia al trabajo del diseñador en el que se le designa el trabajo para satisfacer necesidades de comunicación, sin embargo el término designar es muy limitado ya que puede referirse el diseño no sólo al encomendamiento de un trabajo sino a todo un proceso de representaciones gráficas en un sentido amplio, teniendo diferentes momentos de realización como la prefiguración que es la idea, la composición el bocetaje

9. Chávez, Norberto. *Que era, que es y que no es el diseño*, Actas de Diseño, Facultad de Diseño y Comunicación universidad de Palermo, Buenos Aires-Argentina, agosto 2006

10. Diccionario Etimológico, Internet <http://etimologias.dechile.net/>, Acceso 03/05/10.

y la representación del producto en sí, además existen personas que confunden el término de diseño como arte o una ciencia, pero el diseño es un proceso de comunicación.

“El diseño no es arte, por más que alguno de sus productos estén llenos de él, y el diseño no es de ninguna manera una ciencia, aunque puede recurrir a instrumentos científicos”¹¹.

El diseño gráfico permite, crear y comunicar algo en base a una necesidad de la sociedad, “*el diseño Gráfico es una clase de lenguaje que sirve para comunicar*”¹² esto mediante el envío de distintos significantes y significados a las personas que receptan el mensaje de diseño; encontrando al diseño gráfico en todo lo que vemos, en paredes, anuncios, propagandas, estampados, en la web, multimedia, etc.

“El diseño no nace como una “disciplina” sino como un puro instrumento de algo mucho más ambicioso: Una revolución en los estilos de vida”¹³.

El diseño gráfico ha ido incorporándose en diferentes necesidades, en diferentes contextos sociales, culturales

11. Idem Chávez.

12. Twemlow, Alice. *¿Qué es el diseño gráfico?*, Barcelona, editorial Gustavo Gili, 2007, pág 6.

13. Idem Chávez.

y también tecnológicos, permitiéndose evolucionar y crecer, convirtiéndose el diseño en parte de la sociedad.

Twemlow Alice plantea en su libro que el diseño es:

“Comunicar visualmente dando forma a un contenido ya existente (lo usual), editar o completar un contenido ya existente (de vez en cuando), y originar tanto la forma como el conocimiento (en contadas ocasiones)”¹⁴.

Es decir el diseño gráfico permite construir, realizar cambios o modificaciones en diseños ya elaborados y crear nuevos proyectos mediante la creatividad en contadas ocasiones teniendo diferentes posibilidades de comunicación.

“El acto de diseñar es convocado siempre por una necesidad de comunicación específica. La personalidad del diseñador determinará cuál es la impronta que llevará el proyecto y existen tantas formas de resolverlo como diseñadores”¹⁵.

Haciendo referencia a lo que menciona Fuentes Rodolfo, por la necesidad de comunicación entre las personas siempre existirá el diseño gráfico, y por ende cada diseñador tiene esa respon-

sabilidad de resolver esos problemas comunicacionales que existen y crear mediante la ayuda de la tecnología y la creatividad un producto diferenciador con estructura un claro y preciso mensaje resolviendo así la necesidad.

El diseño gráfico es un proceso con aspectos creativos, estratégicos, con análisis que fomentan la comunicación visual con responsabilidad, es plasmar gráfica y visualmente ideas con coherencia, significación mediante diferentes técnicas, dando un valor añadido de diferenciación en su trabajo.

2.3.1 El mensaje visual

Como se ha mencionado no existe comunicación sin mensaje, en este caso, el mensaje visual influye en cada receptor de diferente forma que percibe de distinta forma el mensaje con sus sentidos.

“El diseñador da forma visual a las comunicaciones. Éste no es un acto simple, donde las opciones posibles pueden alinearse de la mejor a la peor, los procesos de decisión en el diseño

¹⁴ Op cit Twemlow, pág 13.

¹⁵ Fuentes Rodolfo, *La práctica del diseño*, España- Barcelona, ediciones Paidós Ibérica S.A. 2005, pág 28

de comunicación visual se caracterizan por implicar muchas variables, y la información disponible acerca de ellas es siempre incompleta”¹⁶.

No siempre el diseñador posee todas las variables necesarias para realizar un diseño como nos explica Frascara Jorge, por lo que el diseñador debe hacer un estudio de todo lo que no le es proporcionado y lo que le fue proporcionado para lograr un buen diseño y dar forma visual a la comunicación.

Un tema muy importante es la interrupción de una comunicación como nos menciona Munari en su libro *Diseño y*

Comunicación Visual que nos explica, que esta se debe a algún factor que causa interferencia en el mensaje, o también existe la posibilidad de que una interferencia en el mismo logre que comunicación llegue equivocada al receptor, ocasionando una colisión en la información, siendo en todos los casos profesionales grave.

Cuando el mensaje llega en forma correcta pasa por diferentes filtros que pueden ser de “carácter sensorial”, “operativo o dependiente” y “cultural”; el sensorial se puede dar por enfermedad

ya sea en la vista, es decir una persona con una baja visión no va percibir igual que una persona con una buena visión, el operativo se basa en que un niño no percibe las cosas igual que un adulto, y el cultural cada persona tiene diferente educación haciendo que cada persona entienda y conozca sobre el mensaje visual de diferente forma que otras personas.

2.3.2 El proceso de diseño

En todo proceso de diseño se empieza en la búsqueda de la necesidad que conlleva a la realización del diseño, es decir viendo y conociendo las expectativas y alcances que se pueden realizar para satisfacer las necesidades del cliente, convirtiéndose esto en un vínculo entre el cliente y el diseñador, “*diseñar es un proceso*”¹⁷. El diseñador resuelve su trabajo a través de un proceso como enuncia Raúl Belluccia; nada surge de la nada, todo surge de algo; el proceso de diseñar no es un proceso como el de otros trabajos o productos de fábricas, en el diseño primero conocemos “*las prestaciones que deberá cumplir el producto final, pero no se sabe aún cómo será*” dice Belluccia, tan sólo el diseñador empieza

¹⁶ Frascara, Jorge, *Diseño Gráfico para la Gente, comunicaciones de masa y cambio social*, Argentina, ediciones Infinito, 2004, pág 33

¹⁷ Belluccia, Raúl. *Procesos vs resultados en la enseñanza de diseño*. Internet. http://foroalfa.org/es/articulo/68/Procesos_vs_resultados_en_la_ensenanza_del_diseno. Acceso: 02/03/09

en base a su creatividad a imaginar posibles soluciones para el problema y las plasma, es el resultado del producto en sí, es el último paso de un proceso del diseño en el que el llega el diseñador.

“El trabajo de diseño, en mayor o menor medida, siempre tiene un aspecto abierto, indeterminado, creativo; pues su tarea consiste en imaginar las cualidades de un objeto que todavía no existe en todo o en parte”¹⁸.

Es decir el proceso de creación de un producto o pieza gráfica de un diseñador no es siempre igual al proceso del otro diseñador, cada diseñador tiene su propio proceso en el que imagina, crea, le surgen nuevas ideas, cambia, vuelve a bocetar y comenta, es decir el diseñador está en la capacidad de crear su propio proceso de diseño según él y los parámetros impuestos por el cliente o el jefe, siempre con factores de tiempo, calidad y creatividad, el proceso de diseñar va cambiando nuestra experiencia aprendiendo más, y cuando vemos muchas veces el resultado de nuestro producto vemos en lo que hemos fallado y sabemos que esos errores no pueden existir, aprendemos de nuestros errores, y es que *“el aprendizaje principal se da durante*

¹⁸ Idem Belluccia

*el proceso*¹⁹, es necesario no olvidar que el resultado es el que es evaluado, los procesos de diseño no, el diseñador traspassa todo su conocimiento y proceso de diseño en el resultado, el mismo que es mostrado al cliente para ser evaluado.

2.3.2.1 Metodología general del diseño

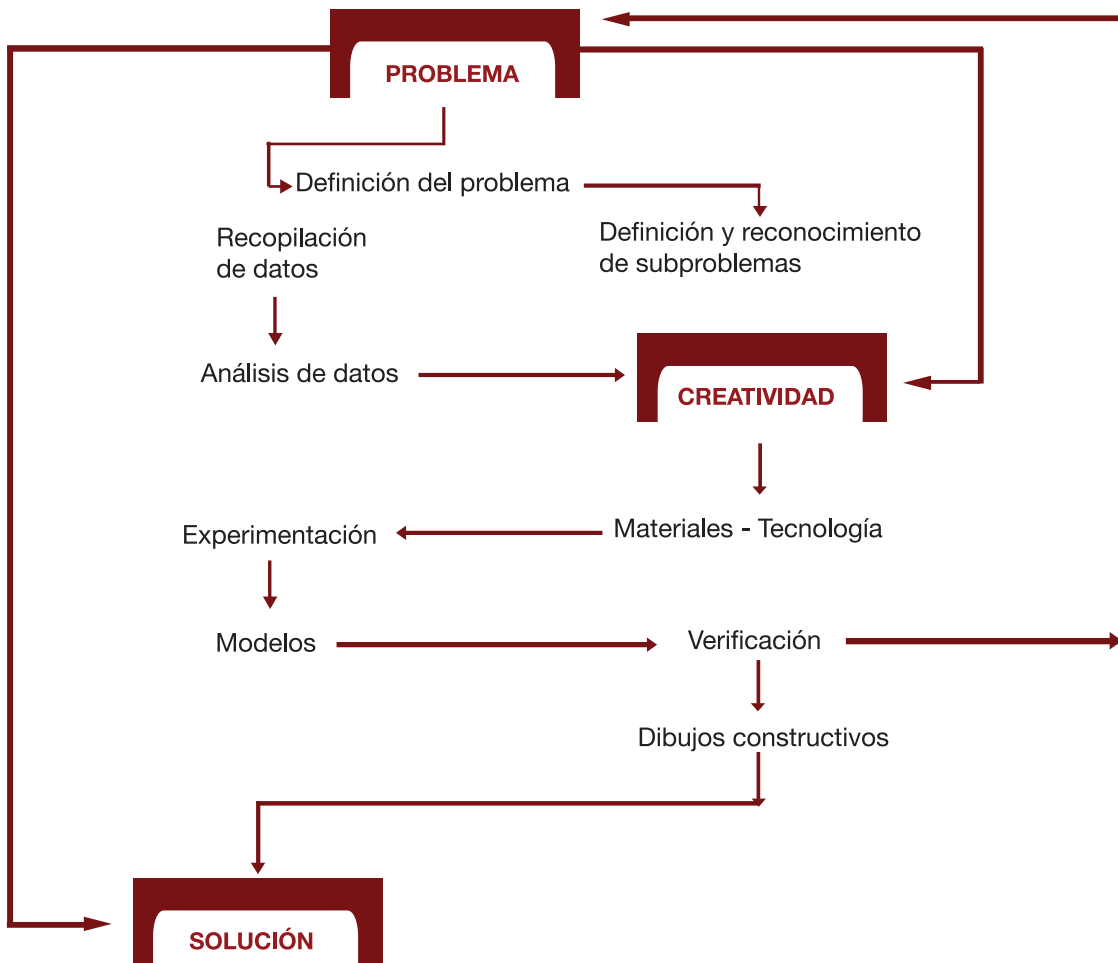
La metodología del diseño es una guía para todo proceso de investigación mostrándonos el camino idóneo para elaborar un buen producto, se define al esquema mediante proyecciones de las posibles actividades y a partir de esto intentar proyectar como va a ser tratada la investigación mediante un proceso de estudio e información, tomando como ejemplo al modelo de Bruno Munari, tenemos que propone un proceso de investigación que no pretende compliarse dando vueltas en la investigación sobre un mismo punto según nos menciona Fuentes Rodolfo en su libro *La práctica del diseño*, como paso inicial la definición del problema, es decir una necesidad, para luego buscar los diferentes elementos o causas del problema y realizar mediante una buena investigación una recopilación de datos

¹⁹ Idem, Belluccia

que ayuden a fundamentar el proyecto, esto puede ser realizado mediante encuestas, entrevistas, etc, mediante estos datos arrojados se puede realizar una análisis y ver los resultados, este proceso nos permite obtener una idea de la posible elaboración del producto y realizarlo después mediante la creatividad, para ello se requieren materiales tecnología que permitan diseñar el

producto y realizar una experimentación para detectar las posibles implementaciones del producto y descubrir nuevos usos de un material o de un instrumento; teniendo luego la realización de esbozos o bocetos del producto y pasar a la verificación para detectar posibles fallas o falencias y solucionarlas a tiempo y finalmente llegar a la solución que es en sí el producto.

Modelo de diseño según Bruno Munari



Elaborado por Lisette Sarango/ tomado del libro *La práctica del Diseño* de Rodolfo Fuentes

2.3.3 Diseño Gráfico en la actualidad

Piazza Jorge hace mención en su artículo, “*el perfil del diseñador está errado*”²⁰, que en la actualidad el diseño gráfico está caracterizado principalmente por no tener reglas de creación, ahora todo lo novedoso, lo creativo, y estratégico es válido mientras se vea agradable o estético al receptor, sin embargo durante años han existido estudios donde existen normas para determinar el sentido y posición de los objetos para que sea atractivo el diseño al cliente, como es en el caso del diseño editorial, la tipografía, los encabezados, márgenes, tienen que tener una proporción adecuada y claramente especificada por lo diferentes tipógrafos a lo largo de los años e incansable trayectoria; Rick Poynor plantea en el libro *About FACE: Reviving the rules of typography*, publicado en 2002 que “*las reglas pueden transgredirse pero no ignorarse*”²¹.

Es decir el diseñador puede crear sus propias normas o reglas al diseñar ya que la creatividad no posee límites, pero hay ciertos factores que no hay

que olvidar y que se pueden poner práctica para un buen diseño.

Más allá de las normas del diseño gráfico que no hay que ignorar o no, está el papel diseño gráfico en la sociedad, siendo la misma la que tiene una idea errónea del diseño, no entiende el grado de complejidad, estudio y esfuerzo que requiere realizar esta práctica como profesión, y es que con la aparición de los llamados según Poynor Rick “*diseñadores de tres meses con bajos costos*”²², la carrera de Diseño Gráfico es vista por la mayoría muy por debajo de lo que realmente representa, es tal vez por la ignorancia que muchas veces es tan superficialmente observada y comprendida esta profesión, y con esto no sólo se refiere a las personas que están ajenas al diseño, sino también a los que les interesa estudiar diseño sin conocer exactamente de lo que se trata o la expansión que puede tener, además de los alcances profesionales que ofrece el diseño gráfico.

En la actualidad está siendo afectado por la falta de capacitación del diseño en el tema como negocio, esto está siendo un obstáculo para que el

20. Piazza, Jorge. *El perfil del diseñador esta errado. El perfil del diseñador esta errado*. Internet. <http://foroalfa.org/es/articulo/188/> Acceso. 02/03/09.

21. Poynor, Rick. *No más normas: Diseño Gráfico Pos-moderno*, Barcelona- España, editorial Gustavo Gili pág 5.

22 Idem Poynor.

diseñador pueda emprender nuevas formas de conocimiento empresarial que le ayuden a su independencia y emprendimiento laboral, teniendo limitaciones en las nuevas oportunidades de crecimiento en la forma empresarial, con *“nuevas vocaciones empresarias”*²³.

Pero si se refiere a que falta capacitación en el diseñador sobre los negocios no es una cuestión enteramente de una mala educación, es más bien la falta de interés y aportación de temas del diseño de una forma más empresarial, ya no tan sólo ver al diseño como imágenes “bonitas” para el cliente negocio sino como un negocio.

Los diseñadores gráficos al encontrar información basada en la experiencia de otros diseñadores en la actualidad hacen comparaciones e hibridaciones para entrar en la modernidad con la ayuda de la tecnología.

“El objetivo es utilizar las nuevas tecnologías para acortar la distancia entre idea y artefacto permitiendo que la frescura y vivacidad de un concepto original sea transmitida a la audiencia”²⁴.

²³ Idem Piazza

²⁴ Biblioteca del diseño gráfico 1, editorial Blume, primera edición española, 1994

Además de ello existe una velocidad en la sociedad por hacer las cosas de una forma más rápida, esto en varios factores socioculturales de la sociedad, influyendo también en el diseño gráfico convirtiéndose en muchos de los casos en desechable la creación de los productos, la sociedad sólo tiene en mente la preocupación ya de sólo la producción de bienes de corta duración y desechables para estar en constante cambio con nuevos productos, sin importar ya si tiene o no justificación de creación y es que se está perdiendo el sentido de todo, estando el diseño gráfico sujeto a los cambios de la sociedad que se encuentra en gran velocidad y movimiento.

2.3.4 El Diseño Gráfico como actividad profesional

A través de los años el diseñador gráfico ha intentado ganarse un estatus ante la sociedad como nos dice Álvaro Magañas en su artículo de Educación creativa y estratégica del diseño ya que es desvalorada por desconocimiento a la actividad del diseño gráfico como profesión pero con

el incremento de buenos profesionales en esta rama esta creando una aceptación cada vez mayor a esta actividad como profesión en diferentes sectores.

“Una manera de considerar el diseño es no verlo como un resultado, como una pieza acabada, sino como un proceso en sí mismo”²⁵.

El diseño gráfico como actividad profesional ha venido desarrollándose en todos los espacios ya sean empresas u organizaciones donde el diseñador gráfico tiene una ardua labor de creatividad y buena implementación de todos sus conocimientos en un producto comunicacional eficiente, mediante el manejo de diferentes programas tanto bidimensionales como tridimensionales: en bidimensionales como: flyer, afiches, imagen corporativa, diseño editorial y en tridimensional como: animaciones en multimedia, en 3d, empaques etc, esto ya se a desempeñando trabajos en agencias de publicidad, agencias de diseño, instituciones públicas y privadas, ocupa actualmente el diseño gráfico

25. Wilde, Oscar. *¿Qué es el diseño Gráfico?*, México, editorial Gustavo Gili, 2002, pág 14.

todas las áreas e imágenes de las empresas, encontrándose el diseño gráfico en todo.

La buena preparación de un buen profesional influye directamente en la forma que trabaja, ser innovador para elaboración de cualquier producto de diseño y expandir su mente no sólo de forma local, sino pensar en forma global solucionar problemas comunicacionales.

“El Diseño como una actividad que se genera a través de un pensamiento creativo y un pensamiento estratégico, establece una relación directa con la expansión de la disciplina, considerando aspectos de gestión y planificación como conocimientos necesarios para el desarrollo profesional del diseñador, debido a la necesidad de las empresas de incorporar la creatividad, la innovación y la investigación como herramientas de competitividad”²⁶.

El diseño gráfico como actividad profesional es una decisión subjetiva ya que *“No existen decisiones correctas o erróneas: tan sólo existen aquellas que sirven al tema, al cliente y al propio juicio creativo”*²⁷, como plantea

26. Magañas, Álvaro. *Educación creativa y estratégica*, Internet. http://foroalfa.org/es/articulo/75/Educacion_creativa_y_estragetica_del_diseno, Acceso 02/03/09.

27. Swann, Alan. *Bases del diseño gráfico*, Barcelona, editorial Gustavo Gili, 1990, pág 63.

Swann el diseño va más allá de una actividad personal, es una actividad para un grupo determinado, para satisfacer las necesidades del cliente que busca por el diseño gráfico un medio de comunicación para llegar a sus receptores mediante el ingenio del diseño, adquiriendo una gran responsabilidad en la calidad de su trabajo y la exposición del mismo.

2.3.4.1 Responsabilidad social en el Diseño Gráfico

Todas las profesiones cumplen un rol en la sociedad siendo actores influyentes de la misma, sin embargo existen factores que llevan a un problema en cuanto a lo que se refiere la responsabilidad social.

“Las diversas crisis económicas, ecológicas y políticas contemporáneas, así como el desarrollo científico- tecnológico y las diferencias ideológicas, culturales y religiosas ponen nuevamente en discusión –de diversas formas y en diversos niveles- la problemática de la responsabilidad”²⁸.

Es por ello que toda profesión además de cumplir con su función debe tener una responsabilidad social en el medio, si toda profesión debe tener una respon-

28. Mothelet, Mónica. *Análisis del discurso visual*, Universidad de Londres, pág 3.

sabilidad social en el entorno social, el diseño gráfico no se queda de lado, ya que el cumple un gran rol en la sociedad, siendo un actor de responsabilidades.

“No basta solo tener buenas ideas para cambiar el mundo sino llevarlas a cabo de una manera práctica y eficiente”²⁹.

Con el implemento, crecimiento, evolución de nuevas tecnologías en nuestra sociedad se ha cambiado las formas de educación, de aprendizaje, de trabajo influyendo directamente en diferentes comportamientos sociales; algunos de estos medios tecnológicos han revolucionado en cierta manera al diseño gráfico, cambiando la forma de interpretación en lo que al diseño se refiere, teniendo y reforzando nuevas posibilidades de una comunicación más directa que influyen en el sistema social.

“El diseño sólo tiene función social allí donde el respectivo programa se la reclame; en la amplia mayoría de los casos, el diseño -en esta sociedad- carece de “función social” y en un extenso repertorio de programas cumple una función claramente antisocial.”³⁰

El diseño gráfico es un traductor de una comunicación de una forma efectiva, pero para ello debe conocer ampliamente el entorno cultural siendo impli-

29. Moreno de las Casas. *La responsabilidad social y la enseñanza del diseño gráfico*, Actas de Diseño, Facultad de Diseño y Comunicación Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina, Agosto 2006.

30. Idem Chávez

cito en lo social, entendiendo así que el diseñador gráfico realiza su trabajo entendiendo que debe cumplir con una responsabilidad social porque sus mensajes, conceptos, influirán de alguna manera en un determinado grupo social mediante el mensaje que envíe con sus técnicas de diseño utilizadas.

“La ética del discurso ha considerado también expresamente la problemática de la posible falta concreta de buena voluntad de algunos individuos para plantear y resolver dialogicamente los problemas (tanto en el mundo de la vida como en el de la economía y política), y las posibilidades de socavar el diálogo abierto y franco mediante la manipulación, el poder y la mala fe de los participantes”³¹.

Existen casos en los que se encuentran a diseñadores irresponsables que utilizan su imagen de diseñador para afectar a su cultura, no realizan sus diseños con un fin de beneficio cultural, social y comunicacional, sino que sólo por lo económico realizan sus trabajos sin importarles que son actores de un eje social que con lleva una responsabilidad como tal.

“No podemos evitar comportarnos como sujetos sociales cuando trabajamos, pues ello supone una acrobacia imposible:

restamos de la sociedad y la cultura que nos ha constituido, la cual le dice a nuestros ojos qué es visible y qué no qué es bueno, claro y correcto, cuál es la norma y cuál es el desvío”³².

Se requiere de una transparencia al momento de diseñar y en la información, ya que el Diseño Gráfico es una profesión que resuelve la forma de transmitir los mensajes comunicacionales influyendo en la sociedad.

Partiendo de que el Diseño Gráfico sigue siendo muy útil en la sociedad y en su contexto social que no sólo resuelve problemas de identidad, salud, educación, cultura, sino muchos más problemas del medio en que convive, *“debe estar enterado de las nuevas responsabilidades las cuales debe reconocer en la sociedad del conocimiento”*³³, para una producción de mensajes que hagan una contribución positiva a la sociedad.

“El trabajo comercial ha pagado siempre las cuentas, pero muchos diseñadores gráficos no han permitido que se convirtiera en gran parte de lo que hacen. Ésta es, en cambio, la manera en que el mundo percibe el diseño. El tiempo y la energía profesionales se usan para

31. Op cit, Mothelet, pág 4

32. Carpintero Carlos, *El diseño gráfico como agente de control social*, Internet. http://foroalfa.org/es/articulo/93/El_diseno_grafico_. Acceso 22/06/09.

33. Nava Courrech, Octavio. *El diseñador*. Internet. <http://mx.geocities.com/octavionava/conceptos/>. Acceso 28/06/09.

atender la demanda de cosas que, a lo mejor, no son esenciales ”³⁴.

Aquí Raquel Pelta menciona que no siempre se logra hacer trabajos de diseño que realmente sean importantes por el uso de ellos en el aporte a la sociedad en un nivel cultural destructivo, la gran saturación e influencia del marketing crea una mentalidad equívoca en las personas sobre el diseño gráfico por la gran cantidad diaria de mensajes banales hacia la sociedad que benefician sólo al cliente y no al entorno cultural. Existen más temas a tratarse que sólo la publicidad de negocio, como son los temas ambientales, culturales, campañas sociales, etc., que deben tener mayor atención y que gracias los conocimientos de diseño se los puede apoyar manteniendo así una responsabilidad social.

2.4 Diseño editorial

2.4.1 Referencia histórica

El diseño Editorial empieza gracias al inicio de la imprenta, así plantea Zanón David en su libro *Introducción al diseño editorial*, teniendo que sus inicios se:

34. Pelta Raquel, *Diseñar Hoy, First Things First Manifiesto 2000*, ediciones Paidós, 2004, págs 76 - 78.

“ remota al año 960 en China donde se usaron tipos móviles de madera. En Europa se trabajaba y buscaba una técnica para la producción de libros a partir de un molde con letras sueltas para evitar estamparlo en bloques de madera grabada ”³⁵.

Partiendo de ello las imágenes en los naipes y de santos fueron las primeras aplicaciones editorial mediante la imprenta, luego con los años se plasmaron mediante planchas texto gótico pero por su grado de lentitud en la impresión tuvo que ser modificada dicha forma.

“*Johannes Gutenberg*”³⁶ que fue un sacerdote de origen alemán se planteó una nueva forma de impresión mediante unas piezas con alto relieve de hierro llamados tipos móviles, logrando realizar varias copias de la biblia en la mitad de tiempo que todos los demás sacerdotes, así atribuyéndole la invención de la tipografía a Johannes Gutenberg.

2.4.2 Estructura y elementos en el Diseño editorial

Los siguientes elementos y estructuras editoriales a continuación son en base al

35. Zanón, David. *Introducción al diseño editorial*, Madrid- España, editorial Vsió net, pág 11.

36 Op cit Zanón pág 14

libro *Introducción al diseño editorial* de Zanón David.

Impresos

Existen varios documentos y productos editoriales que por sus características se los nombra de la siguiente manera:

- *Editoriales*: Son los libros, folletos etc. construidos en una editorial.

- *Paraeditoriales*: Revistas, diarios etc, que son realizados de forma periódica.

- *Comerciales*: Catálogos, afiches, flyer, este grupo es más publicitario.

Los márgenes

Para lograr una buena lectura y una buena proporción del texto e imágenes se debe analizar los márgenes para obtener a su vez una buena estética en el producto editorial, teniendo márgenes *uniformes* (medidas iguales), *especiales* (el contenido dentro de los márgenes o mancha se encuentra desplazada hacia arriba) y *tradicionales* (proporción entre el tamaño de la página y la mancha, esto según el planteo de Zanon David).

La retícula

Se dibuja una retícula sobre una página con el objetivo de buscar la mejor posición de los elementos como gráficos y textos de una forma ordenada, teniendo aquí la posibilidad de visualización de nuestra página con una colocación y diseño preciso de los elementos de la composición.

La composición

La disposición y coherencia entre el tema y los elementos al momento de diseñar es la composición basándose en este planteamiento según Zanon.

El diseñador gráfico para la composición utiliza diferentes elementos, formas, líneas, figuras, gráficos, fotografías con la finalidad de lograr un diseño basado en una técnica visual como, armonía, equilibrio, simetría, asimetría, etc.

La tipografía

Álvares Dalia en su *Introducción a la tipografía* de la Universidad de Londres hace una referencia a que el Diseño Gráfico, editorial y demás medios u formas

de comunicación la tipografía es uno de los elementos primordiales e imprescindibles para la transmisión de mensajes en la sociedad y en este caso hablando con relación a la parte editorial, la tipografía comunica a través de la letra impresa. Por ello en el diseño tipográfico cada elemento, fuente, familia, letra es un componente significativo siendo la tipografía por sí misma un elemento gráfico que aporta al diseño y composición de la comunicación, por ello en el aspecto visual de la tipografía la selección de la fuente es muy importante.

“La Tipografía como disciplina del Diseño Gráfico estudia los distintos modos de optimizar la emisión gráfica de mensajes verbales. El diseñador gráfico en su tarea cotidiana debe conocer las familias tipográficas para poder expresar correctamente la idea que requiere conceptuar”³⁷.

A partir de este planteamiento el diseñador gráfico debe crear estrategias mediante conceptos y definiciones de diseño en la elaboración del producto editorial sin olvidar una armonía entre el texto, imágenes y la diagramación, por ello en la utilización de la tipografía se encuentran algunas

fuentes tipográficas que nos ayudan a resaltar el producto editorial.

Fuentes y familias tipográficas

Las fuentes tipográficas poseen un tipo de características en común manteniendo el estilo o apariencia de un grupo completo de letras, números, símbolos y signos, como nos plantea Álvares Dalia, mientras la familia tipográfica hace mención a que pertenece este término a un conjunto de varias fuentes con diferentes variaciones en sus terminaciones o en la forma de sus caracteres pero manteniendo una integración y unidad en sus rasgos.

Serif y Sans Serif

Las tipografías con serif pertenecen a las tipografías que poseen serifas, es decir poseen astas en sus terminaciones mostrando una apariencia formal que facilita la lectura.

“Son muy apropiadas para la lectura seguida de largos textos –impresos– ya que los trazos finos y los remates ayudan al ojo a fijar y seguir una línea en un conjunto de texto, facilitando la lectura rápida y evitando la monotonía”³⁸.

37 Lcda. Álvares, Dalia. *Introducción a la tipografía*, Universidad de Londres, pág 6.

38 Martínez Castillo, Giovanni. *Fuentes Tipográficas*, Internet. <http://clasificaciontipografica.blogspot.com/>. Acceso 04/11/10.

Por esta razón son tipografías muy utilizadas en libros, revistas, medios gráficos permitiendo una buena legibilidad. Mientras las tipografías Sans Serif o sin serifas son muy recomendadas para ser observadas en la pantalla de un computador ya que al no poseer terminaciones no se mezclan y se confunden en la visualización, las mismas que:

“Fueron ganando terreno a las serif quizá porque la ausencia de remates y sus trazos finos las hacían muy apropiadas para letras grandes usadas en unas pocas palabras para ser vistas a distancia— como es el caso de rótulos, carteles, y sobre todo en medios electrónicos como la televisión y las presentaciones digitales”³⁹.

Este tipo de tipografía al no ser complicadas en su trazo se presentan con mayor naturalidad brindando un estilo sobrio al diseñador que las utiliza en sus diseños.

El color

En todo proceso al diseñar el color es influyente en la transmisión de los mensajes teniendo cada color su significado en la parte psicológica de las personas, así nos menciona Trillas

Georgina en su libro *el significado de los colores* además menciona que:

“El color tiene en muchas ocasiones un significado fácilmente reconocible, sobre todo si está asociado con imágenes familiares”⁴⁰.

Entre las percepciones y sensaciones de calor y frío de las personas al visualizar ciertos colores se encuentran dos tipos, los colores cálidos y fríos. Los colores cálidos son aquellos que van en una secuencia del rojo al amarillo “*son asociados a la luz del sol y al fuego siendo colores estimulantes, alegres*”⁴¹ y los colores fríos van en secuencia del azul al verde, relacionados con la tranquilidad, delicadeza, frescura y frialdad.

Colores aditivos

Los colores primarios, rojo azul y verde al producirse por la luz de una pantalla se mezclan y forman una luz blanca y su unión en forma parcial brindan los colores visualizados en el monitor siendo este proceso de adición Rgb (red, green, blue), por ello es recomendado la utilización del sistema Rgb sólo para la visualización en pantalla.

39 Idem Martínez

40 Ortiz, Georgina, *El significado de los colores*, México, editorial Trillas, 1992, pág 74

41 Moreno, Manuel. *Psicología del color y la forma*, Universidad de Londres, pág 12.

Colores sustractivos

En este caso los colores sustractivos son la mezcla del Cyan, Magenta, Yellow, y Black que al unirse pueden generar cualquier color permitiéndolo este proceso obtener los colores de impresión llamado cuatricomía, utilizado para todos los medios impresos.

Las imágenes

En producto editorial las imágenes juegan un papel importante, deben poseer una concordancia con el texto, además de parámetros de edición como el color debe encontrarse en Cmyk y además a una buena resolución, generalmente a 300 dpí.

2.5 Diseño de identidad

2.5.1 El identificador

El identificador es sólo una parte de todo lo que conforma la identidad de una empresa o una organización, es un *“sello, un nombre, alias o rótulo”*⁴² de a quién se va a representar, mientras que si hablamos de la identidad corporativa se está refiriendo no sólo a las reglas

y normas del identificador sino a toda la imagen de la empresa a proyectarse con su público, teniendo así la creación de papelería, aplicaciones gráficas y multimedia, uniformes, publicidad etc.

“Sea cual sea la clase de información que las empresas y personas transmitan, utilitaria, didáctica o persuasiva, los mensajes incluyen sistemáticamente, unos signos de identidad que son la firma del emisor”⁴³.

Un identificador puede ser creado por diversos elementos los cuales pueden ser o sólo letras, o diferentes figuras geométricas, lineales, etc, pero la diferencia entre tantos identificadores que existen es su funcionalidad, ejemplo un identificador que si funciona tiene que poder ser bien distinguido y ser leído fácilmente en tamaño grande o pequeño, que funcionen en blanco, negro u color y finalmente que logre crear pregnancia con facilidad.

“Los signos y los sistemas de identidad no transmiten otra información que la que le es propia. La marca, el símbolo o logotipo suscitan en el público receptor, el reconocimiento consciente del emisor (función de identificación), y reconstruyen en su espíritu - instantánea, subliminalmente, un sistema de asociaciones

42. Newark, Quentin. *¿Qué es es Diseño gráfico?*, México, ediciones Gili, 2002, pág 1.

43. Costa Joan. *Imagen Global*, Barcelona-España, ediciones Ceac, 1989, pág 20.

de ideas y “valores” en una estructura psicológica de atributos ””⁴⁴.

a una empresa, producto o servicio: disparan emociones, generan deseos e incluso forjan comunidades ””⁴⁶.

2.5.1.1 Imagotipo

El imagotipo es un conjunto de elementos gráficos que de una u otra forma se asocian con el nombre de una empresa logrando permitir la identificación de la misma para poder darse a conocer antes sus clientes y sus nuevos clientes.

“ Es aquella imagen que reconocemos sin necesidad de leer algún cuerpo verbal adjunto a la imagen, es a lo que también podemos llamar símbolo dentro de las familias de los signos ””⁴⁵.

El imagotipo funciona como imagen para reforzar un identificador esto generalmente sucede cuando el identificador es sólo un logotipo y no es muy bien conocido por ello requiere de un gráfico que permita distinguirse entre el medio, por ello el imagotipo se puede decir que es un refuerzo de imagen del al logotipo.

2.5.1.2 Logotipo

“ Los logotipos más eficaces en la actualidad hacen mucho más que representar

El logotipo viene de la palabra griega “logo” la cual significa “palabra” es la parte del identificador escrita nombrando a la empresa o a la persona que se le identifica, la misma que se utiliza una tipografía distintiva que lo convierte en la representación única de una empresa.

CAPÍTULO III: MULTIMEDIA

2.6 Multimedia

La palabra “multimedia”⁴⁷ etimológicamente significa “multi: varios” y “media: medios” por lo tanto multimedia significa múltiples medios por las diferentes posibilidades de interacción con el usuario mediante texto, sonidos, imágenes en gráficos estáticos o en movimiento.

Con la aparición de Macintosh creada por Apple Computer en el año de 1984 se incorpora también la multimedia ya que este computador contó con un sistema operativo y diferentes

44. Op cit, Costa, pág 21

45. Dueñas, Miguel. *¿Qué es el logo?*. Internet. <http://isopixel.net/archivo/2005/08/que-es-logo/>. Acceso 06/08/09.

46. Silver, Lisa. *Diseño de Logotipo*. Barcelona, editorial Gustavo Gili, 2001, pág 11.

47. Colegio de la Asunción, *Introducción a la multimedia y conceptos básicos*. Internet. <http://colegiolaasuncion.e.telefonica.net/Departamento/NNTT/2E/Multimedia.pdf>. Acceso 03/04/10.

programas para la edición y desarrollo del Diseño Gráfico con interacción, sonido, nueva implementación del video, el gráfico y los textos teniendo así una comunicación en diferentes aspectos ya sean culturales, de entretenimiento, negocios, siendo una fácil manera de informar y entretener con las nuevas tecnologías de información.

Vaughan Tay nos menciona que la multimedia crea una actividad entre el hombre y la máquina, ocupando el hombre lugares que no había podido ocupar antes y en diferentes campos, desligándose de la limitación de la localidad.

“El Multimedia se compone de combinaciones entrelazadas de elementos de texto, arte gráfico, sonido, animación y video”⁴⁸.

Siendo estos los que llegan a través de la computadora o algún medio electrónico. Estos componentes logran persuadir los sentidos del receptor, ocupando la multimedia un lugar esencial en el diseño gráfico para la efectiva y fácil transmisión de información por la forma atractiva en que se la observa y el diseñador gráfico la proyecta, su interacción y la libertad de navegación que brindan al usuario

48. Vaughan, Tay. *Todo el poder de multimedia*, México. Segunda edición McGraw-Hill, pág 2.

en muchos casos, permiten aportar soluciones factibles y ventajas por el rápido acceso sin mayores costos, además de permitir grandes alcances de información.

Tay plantea que la interactividad no tiene que ser llamado un “multimedia” ya que existen diversos multimedia, interactivos y no interactivos dependiendo de la necesidad, es decir puede existir un multimedia que sea lineal con un inicio y un fin y otros que le permiten al usuario navegar libremente y cuantas veces lo desee visitar el enlace que más le agradó, para ello se debe desarrollar la forma en cómo interactuará el usuario con el multimedia, estudiando su contenido, su interfaz, y la programación a utilizar, sin embargo en cualquiera de las dos formas lineal o no lineal el multimedia es un canal de fuente de información.

La multimedia es un camino en la que se puede llegar a las personas de una forma no acostumbrada ni tradicional como el texto impreso, despertando mayormente el interés y la atención en el usuario o visitante.

El cd-rom “(compact disc-read-only memory, o memoria de solo lectura en disco compacto)”⁴⁹, comenzó como

49. Op cit Vaughan, pág 3

un medio de transmisión más económico en distribución de los productos multimedia, siendo fáciles de utilizar, almacenan gran cantidad de información, y además su reproducción es muy rápida, logrando sacar varios multimedia en un mismo instante.

Ahora el gran interés está por la multimedia que cada vez se posiciona más inclusive en varias empresas están ven la posibilidad de ingreso a la multimedia para la imagen de sus empresas, cambiando así la forma de comunicación no sólo nacional sino también pensando en el la internacional adaptándonos cada vez a la rápida evolución tecnológica.

2.6.1 Principios de Diseño en aplicaciones multimedia

La multimedia posee principios que ayudan al producto final a ser funcional y entendible además de atractivo para el usuario o visitante, con ello se puede analizar y lograr que un producto sea adecuado satisfaciendo una necesidad de información con principios básicos en funcionalidad y diseño; tomando como guía del seminario guión multimedia de la Universidad Israel se plantean los siguientes:

Principio de entrada múltiple el cual:

“ Implica generar una serie de mensajes sincronizados con diferentes lenguajes, viajando por un mismo canal con el objetivo de generar un impacto múltiple de tres niveles en el perceptor ”⁵⁰.

En lo cognitivo teniendo esquemas mentales, afectivo influyendo en las emociones del usuario y en lo empírico mostrando experiencias o referencias previas del tema mencionado, esto mediante imágenes, fotografías, videos, textos, etc.

Principio de libertad: el usuario puede navegar libremente por el multimedia y no de forma lineal, logrando retroceder y avanzar por todo el sitio como él crea conveniente de acuerdo a su interés.

Principio de retroalimentación: este principio es muy aplicado en los sitios web siendo utilizado en foros de opinión y conteo de números de visitas.

“ El objetivo de la retroalimentación, es recuperar la mayor cantidad de datos a través de interacciones que nos permitan observar el correcto funcionamiento de la aplicación ”⁵¹.

A través de ello se recogen datos para conocer el interés del multimedia y datos estadísticos de opinión.

50. Seminario de guión multimedia, apuntes de trabajo, Universidad Tecnológica Israel, 2006, pág 1

51 Op. Cit, Seminario de guión multimedia, pág 3

Principio de necesidad: es simplemente en el que para todo lo que hacemos debe existir una razón es decir una necesidad de creación del multimedia, tiene que ayudar, aportar o transmitir algo que sirva a un tercero.

Principio de atención: ayuda a mantener una atención sostenida con los sentidos del usuario, ya sea con la vista, el oído, o inclusive en lo afectivo.

Principio de vitalidad: es cuando la pantalla tiene vida propia, es decir actúa de forma autónoma sin la necesidad de que un usuario interactúe, siempre algo en la pantalla estará sucediendo.

Principio de captación: para lograr la captación de los usuarios mediante el diseño se crea elementos diferenciadores despertando el interés sobre uno o varios elementos referentes al tema.

Principio de aprehensión: la información ofrecida al usuario debe constituir un punto de análisis para que el mismo logre convertir la información en un conocimiento propio adquirido por las imágenes y elementos expuestos.

Principio de simplicidad: este principio se refiere a que no exista una demasiada carga de pantallas que compliquen al usuario en su búsqueda de información en el multimedia necesaria y no demasiada carga de textos para no aburrir al usuario.

Principio de Autonomía: la estructura del multimedia logra que el usuario sienta que posee control total sobre el producto.

2.6.2 Elementos básicos de diseño en proyectos interactivos

2.6.2.1 Hipervínculos o enlaces

Los hipervínculos o enlaces permiten al usuario moverse en la pantalla de un lugar a otro, pero para ello existen tres tipos de enlaces según Ramírez Riquelme.

- *Enlaces Estructurales:* Estos enlaces siguen una misma estructura de la información y tienen relación al mismo tema que se está hablando.

- *Enlaces Incrustados:* los enlaces incrustados son los que no tienen nada

que ver con el tema y se los pone para visitar temas diferentes o realizar compras por web, jugar etc, caracterizándose estos enlaces por encontrarse en un lugar no adecuado y tener un poco de información descriptiva del enlace.

- *Enlaces Asociativos:* "Son palabras o imágenes vinculadas a otros nodos que proporcionan información relativa al tema"⁵², es decir son enlaces que nos llevan a otra pantalla con un tema asociado con el tema central.

2.6.2.2 Estructuración

La estructura de un proyecto depende generalmente para quien está dirigido y la necesidad, por ello existen cuatro principales estructuras que plantea Riquelme Ingrid en su estudio del desarrollo de productos interactivos:

- *Estructura Secuencial o Lineal:* esta estructura es la más básica y simple para organizar la información o la investigación, se rige por ir paso por paso sin saltarse una ventana porque se perdería la secuencia, generalmente

es utilizada para las presentaciones educativas o institucionales, siendo restringida la interactividad.

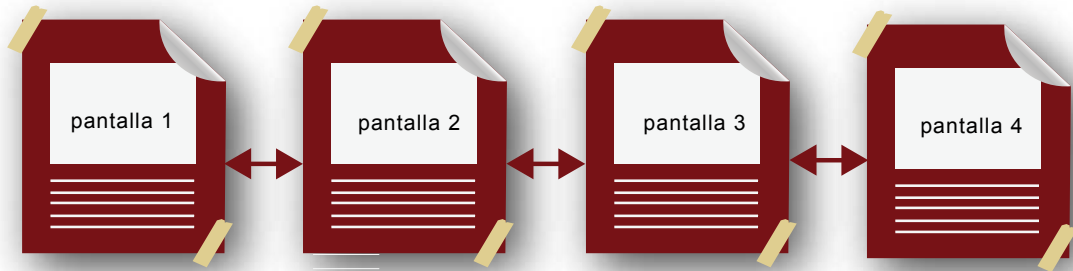
- *Estructura Jerárquica:* Tiene una página principal y de ella se desglosan los demás temas, su orden va en forma jerárquica.

- *Estructura Reticular:* Es la combinación de la estructura secuencial y la estructura jerárquica, es un desglose de la información por categorías.

- *Telarañas:* La navegación es totalmente libre, no tiene orden en jerarquía, se encuentra por categorías y se puede navegar desde la última pantalla hasta la primera y viceversa, es un poco confusa este tipo de navegación para los que no la conocen, pero el usuario tiene total libertad.

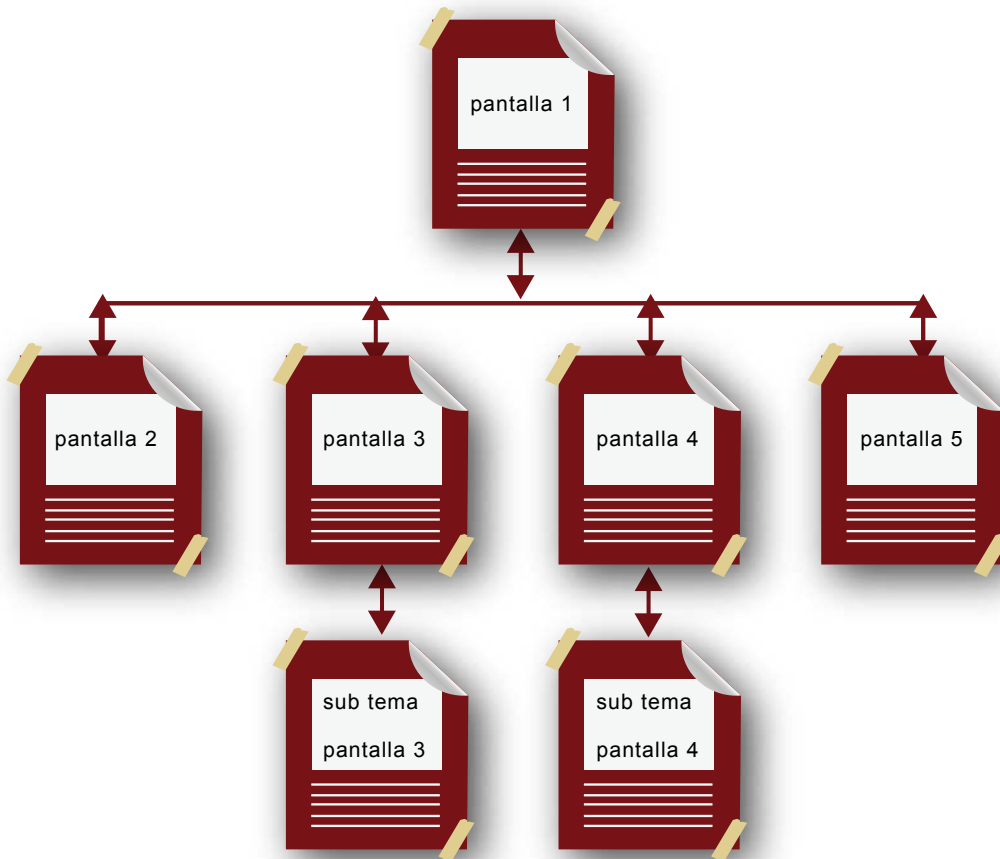
52. Riquelme, Ingrid, Desarrollo de productos interactivos. Internet: <http://www.scribd.com/doc/6691068/F009-Desarrollo-de-Proyectos-Interactivos>. Acceso: 02/06/10, pág 9.

Estructura secuencial



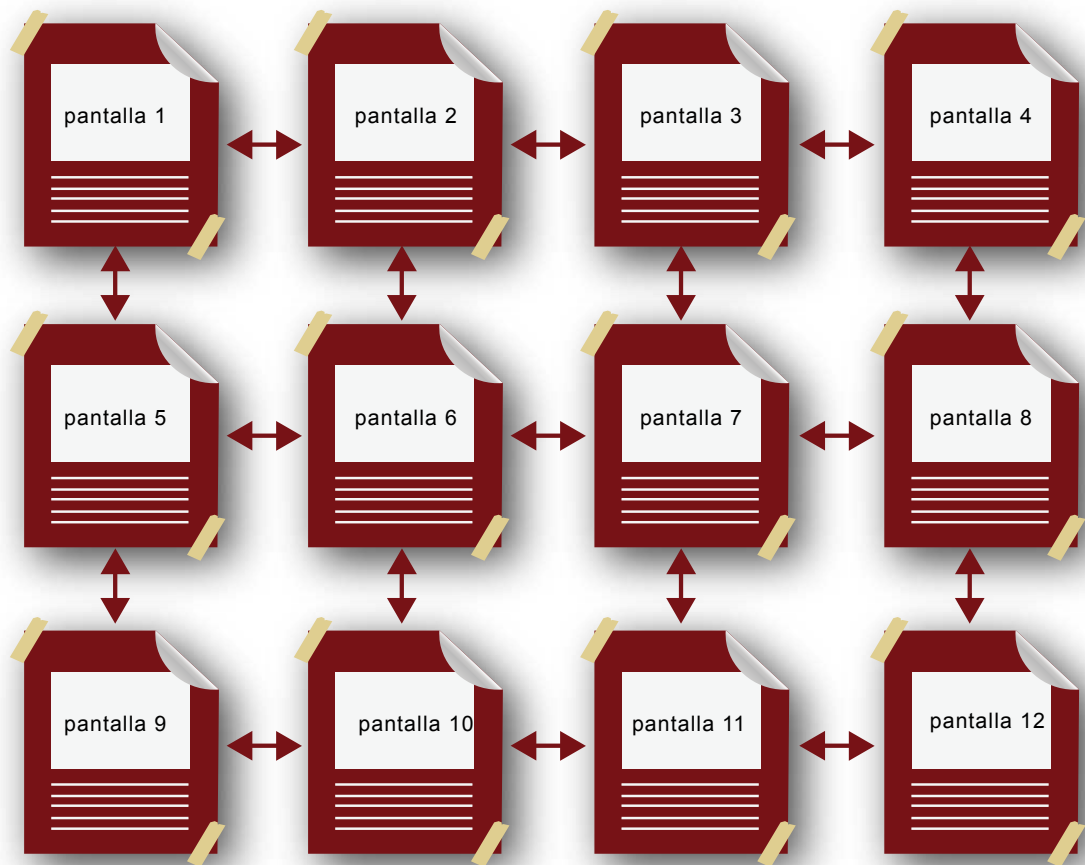
Elaborado por Lisette Sarango

Estructura jerárquica



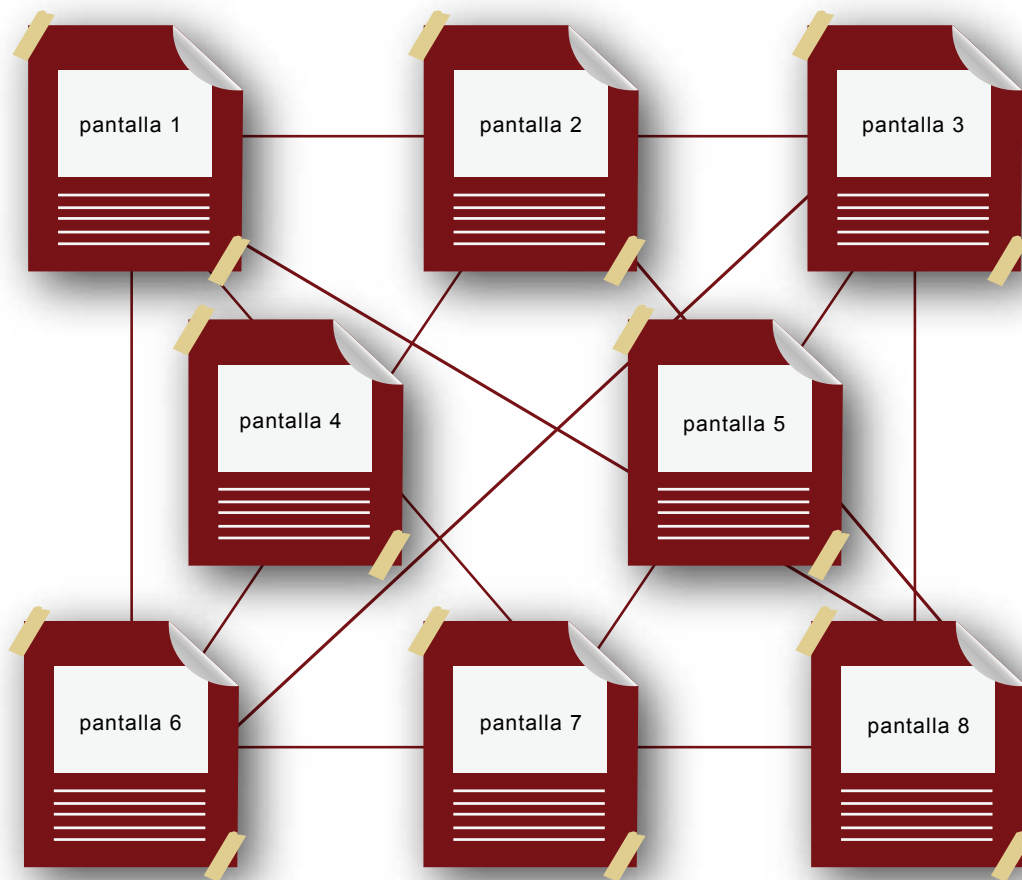
Elaborado por Lisette Sarango

Estructura reticular



Elaborado por Lisette Sarango

Estructura telaraña



Elaborado por Lisette Sarango

2.6.2.3 Especificaciones

Tipografía en un multimedia

En un multimedia las tipografías idóneas para ser visualizadas en la pantalla según “López Guede Alfredo”⁵³ son las sans serif o sin serifas ya que las tipografías con serifas son más legibles pero para medios impresos por sus remates en los extremos permitiendo visualizar de mejor manera cada palabra; al ser puestas en el multimedia se confunden unas con otras por sus diferentes terminaciones entorpeciendo la lectura; el tamaño recomendado para la visualización del texto en el multimedia varía dependiendo de su función entre títulos y demás textos, pero los más usados se encuentran entre los 10 y 13 puntos, deben tener brevedad empelando la menor cantidad de texto, sólo el necesario omitiendo palabras repetitivas e innecesarias. El uso de las mayúsculas sólo es recomendado en las palabras sueltas del multimedia y no para textos largos, permitiendo así llamar la atención en lugares específicos del mismo, además que “un documento

53. López, Guede Alfredo. Introducción a la tipografía para diseñadores gráficos, editorial digicromo, pág4

*no debería utilizar más de dos fuentes diferentes.*⁵⁴ para no confundir y no alterar visualmente a la persona que se encuentra observando el multimedia.

Según “Cristian Ordóñez”⁵⁵ de la revista digital universitaria menciona las siguientes especificaciones recomendadas para el multimedia a continuación.

Tamaños

El tamaño de un multimedia es relativo ya que puede depender de la resolución de la pantalla u del diseño que se desee darle pero las medidas deben encontrarse en pixeles y como medidas referenciales existen la de 800 x 600 pixeles, 1024 x 768 pixeles y 1280 x 960 pixeles.

Formatos de imagen

En un multimedia se observan imágenes y datos que refuerzan el mensaje de comunicación, por ello estos aspectos deben considerarse según “Bianchini Adelaide”⁵⁶ mediante la:

54. Idem Manchón

55. Ordoñez Cristian, *Formatos de Imagen digital*. Internet. http://www.revista.unam.mx/vol.6/num5/art50/may_art50.pdf, Acceso: 22/10/10.

56. Bianchini, Adelaide. *Metodología para el desarrollo de aplicaciones educativas en ambientes multimediales*. Internet. <http://www ldc.usb.ve/~abianc/Ade-laide/mmm.pdf>, 1992. Acceso: 22/10/10.

- *Consistencia*: todo el producto debe poseer una relación entre sí con todas sus imágenes perteneciendo a un mismo estilo:

“el estilo visual de los gráficos debe mantenerse consistente y encajar de una manera adecuada en toda la aplicación, si la aplicación se mueve en un contexto histórico, los gráficos deben tener un estilo capaz de representar, informar y comunicar al usuario el contexto dado”⁵⁷.

Por ello el contenido debe permanecer a una sólo temática y con elementos de acuerdo al grupo objetivo.

- *Calidad de elaboración*: los diferentes elementos del multimedia deben encontrarse con las mismas especificaciones en resolución y calidad, ya que al variar la calidad de las imágenes y presentación puede generar en el usuario molestias y no querer observar todo el producto.

Un multimedia posee diferentes imágenes que pueden encontrarse en diferentes formatos dependiendo de su función, dependiendo de ello el archivo funcionará de forma más rápida o lenta, por ello cuantos más píxeles posea una imagen se la verá de forma más nítida pero ocupará mayor tamaño; depen-

diendo del uso la imagen utilizara los siguientes formatos:

Formato Bmp (bitmap): este formato se lo utiliza para no perder la calidad de las imágenes manteniendo una alta resolución convirtiéndose en un archivo mucho más pesado, es generalmente utilizado por los programas de Microsoft Windows.

Formato Gif (graphic interchange Format): es utilizado para realizar animaciones sin pérdida de calidad pero debe mantenerse en el formato de 256 colores, siendo preferible para las imágenes de tonos no continuos o cuando hay grandes áreas de un mismo color.

Formato Jpg (join photographic expert group): es el formato más común para las fotografías y demás imágenes, puede comprimirse de forma libre lo que ocasiona la alteración de la calidad en su resolución.

Formato Png (portable network graphics): es un formato que no pierde calidad, posee mayor profundidad de color que el formato Gif, sirve para crear transparencia en ciertos casos pero es

57 Idem Bianchini

utilizado en la mayoría para la web, no es recomendado para fotografías.

Formato Swf (shockwave flash): es el formato de publicación de película de Adobe Flash.

Estos son algunos formatos para imágenes en la pantalla siendo recomendable la utilización de los mismos, obteniendo el png opcional por su calidad y resolución, el gif para animaciones y JPG que para modificar su calidad de visualización.

Audio

Los archivos multimedia deben ser tomados en cuenta igual que las imágenes, manipulándolo y aplicarlo en la presentación, entre formatos comunes de audio se tiene:

Aiff (audio interchange file format): este formato almacena el sonido en mono es decir un solo canal de audio siendo no comprimible reproduciendo grandes archivos.

Midi (interfaz digital de instrumentos musicales): existe un intercambio de información entre los equipos de sonido.

Mp3 (Mpeg audio): es un formato de archivo totalmente comprimible es decir editable.

Wav (forma de onda): este formato de archivo de audio almacena los sonidos como formas de onda es decir se guarda el sonido mediante micrófono y la frecuencia en diferentes períodos de tiempo.

Estos son los elementos básicos que deben ser utilizados para crear una unidad entre todos los elementos visuales, auditivos y formatos permitiendo transmitir un mismo mensaje; partiendo de ellos la creatividad del diseñador será primordial creando una idea clara y representativa del producto final.

2.6.3 Las aplicaciones multimedia en la actualidad

Las aplicaciones multimedia en la actualidad han influido en la cultura, educación, las formas de interacción mediante la tecnología hacen una renovada visión del mundo, siendo aplicada la multimedia para varios aspectos socioculturales llegando a

diferentes lugares sin la necesidad de ser presencial.

La multimedia es utilizada en varias aplicaciones por la gran utilidad social que brinda, en inicios era sólo utilizada para el entretenimiento por los juegos de video, a partir de allí se la ha implementado en aplicaciones de información y educación para incursionar en los negocios, ofertas de productos y demás.

En la actualidad las aplicaciones de la multimedia son variadas como hace referencia Riquelme Ingrid utilizándola para la diversión y el entretenimiento, la multimedia en los negocios, en publicidad y marketing, además para difundir alguna o grandes cantidades de información y ser manejado con facilidad, la multimedia se encuentra ya en nuestro medio, con la incorporación de la World Wide Web es imposible no ver en todo lo que está involucrada la multimedia.

CAPÍTULO IV: La cultura

2.7 Referencia sobre la cultura

La cultura es todo lo que el ser humano a incorporado a la naturaleza como

nos menciona Beldarrín Enrique en su tema “*en torno al término cultura*”⁵⁸, es decir que el hombre ha sido el creador de la cultura mediante sus modos y formas de vivir desde siempre, generando comportamientos en el medio que le rodea creando situaciones y pensamientos que conforman la cultura. El hombre es el actor de las sociedades, quien domina a la naturaleza y transforma al mundo para establecer relaciones mediante la comunicación y entender su rol en la sociedad reafirmando la cultura en sus acciones cotidianas.

“El tema del origen del hombre se encuentra presente en las más variadas y remotas culturas, pues el hombre siempre se ha interrogado sobre su procedencia, su formación y su finalidad, y sobre toda la realidad que lo circunda”⁵⁹.

Existen diversos conceptos sobre la cultura sin embargo haciendo referencia a un término empleado desde el siglo XVII en Francia e Inglaterra por varias investigaciones la palabra cultura es utilizada de una forma metafórica haciendo referencia a los cultivos de tierra con el cultivo del conocimiento.

58. Beldarrín, Enrique. *En torno al término cultura*. Internet. <http://www.pucpr.edu/hz/013.html>. Acceso 06/11/10

59. Lerma, Martínez. *La cultura y sus procesos*, ediciones Laborum, colección encuentro de culturas, pág 70.

Además en este siglo la cultura empieza a tener una definición con un acercamiento a lo que significaba ser educado y con intelecto mediante los conocimientos en el arte, separando a las clases altas de las bajas, ya que se pensaba que entre mayor status económico mayor cultura poseía.

Actualmente hablando de una forma globalizada la cultura es todo lo que las personas poseen o reciben de la sociedad desde su pasado ya sea en los hábitos, costumbres y experiencia, siendo estas manifestadas de diferente forma como en la vestimenta, en rituales, arte, creencias, en la educación, religión, etc.

En la sociedad existen varias culturas teniendo así una confrontación cultural en las diferentes actividades cotidianas siendo esto denominado según Beldarrín Enrique como cultura viva ya que al estar en constante contacto con otras culturas existe una evolución, *“hay que confrontarse para poder seguir el desarrollo”*⁶⁰ porque al estar la cultura en constante confrontación influye de forma inevitable

en la sociedad, interceptando nuevas formas de pensamiento e hibridación; estas hibridaciones y fenómenos que ocurren en la cultura se las denomina según el enunciado de Beldarrín Enrique en:

Sub culturas: las sub culturas nacen a raíz de factores geográficos por las regionalidades en un mismo país.

Aculturación: cuando una persona deja o abandona su lugar de origen para involucrase y convivir en otro lugar con diferentes culturas se llama aculturación, teniendo como ejemplo a los emigrantes.

Transculturación: es un proceso en el que una cultura asume o incorpora a otra cultura como parte de la suya, muchas veces esto ocurre de forma inconsciente y como ejemplo es la tecnología que se ha incorporado en todas las culturas y países a nivel global.

La gran diversidad cultural que posee el Ecuador viene relacionado por elementos de la cultura como, la geografía, etnias,

⁶⁰ Idem Beldarrín

político, artístico y económico, es decir la cultura no sólo se basa en un tema en específico sino que sale de la influencia de un conjunto de comportamientos y acciones de la población. En relación a las diferentes etnias, costumbres y culturas se muestra al Ecuador como un país culturalmente multiétnico y pluricultural teniendo en un mismo país diferentes representaciones culturales, observando a mestizos, afroecuatorianos e indígenas con características sociales, físicas, culturales que logran transmitir la esencia y origen del pueblo mediante su historia y tradiciones enriqueciendo a la población ecuatoriana con pensamientos y costumbres diferentes.

Entrando en el tema del arte en la cultura, existen personajes que hacen representaciones de la cultura mediante la implementación de lo artístico siendo esto parte de la cultura, analizando así el siguiente tema a continuación.

2.7.1 Referentes artísticos culturales

La cultura contiene varios referentes en la sociedad como ya se ha mencionado sin embargo existe una rama en el tema de la cultura en el que se encuentra

al arte y como referentes artísticos culturales se mencionan en base al texto de Fraticola Paola los siguientes :

- **Las artes auditivas:** *“incluyen todas las artes del sonido que, para todas las finalidades prácticas, utiliza la música”*.⁶¹ son representaciones no visuales que ocupan un tiempo determinado.

Como ejemplo tenemos a la *música* siendo el arte de unificar y ordenar los sonidos a tiempo o predisponerlos de forma arbitraria. La música transmite experiencias sensoriales hacia el oyente además de proporcionar emociones.

- **Las artes visuales:** son las artes de percepción visual, *“su reclamo se dirige de forma primaria a la vista, aunque no exclusivamente, porque algunas pueden también estimular el sentido del tacto.”*⁶²

Teniendo en el grupo de artes visuales a *la pintura*, siendo el arte de representación de objetos, elementos, circunstancias, emociones, etc, mediante colores sobre un soporte de diferentes texturas y técnicas manteniendo un sentido pleno en lo artístico.

61 Fraticola, Paola. *Clasificación de las artes*. Internet. <http://www.imageandart.com/tutoriales/estetica/filosofia4.html>. Acceso: 07/11/10

62 Idem Fraticola

En este grupo se encuentra también a *la escultura*, comprendiendo un proceso de expresión mediante el modelaje de una o varias imágenes con volumen con barro, piedra, arcilla u otros materiales.

La arquitectura se encuentra al igual que la pintura y la escultura en el grupo de artes visuales, siendo la misma el arte de proyección y construcción de espacios para la sociedad.

- **Las artes mixtas:** este tipo de artes son las que combinan unas artes con otras formando así un conjunto, es decir como ejemplo tenemos a la música que sirve como acompañante con una obra de danza, el teatro emplea obras de literatura, etc.

El arte en Ecuador

Antes del siglo XX, el arte en el Ecuador se distinguía claramente en las vasijas siendo estos trabajos con minucioso cuidado en sus colores, escultura y detallado, los artistas de dichos elementos se vió reflejada como influencia en la cultura de Quito apreciada en la escuela quiteña.

En el Ecuador, el inicio de una nueva etapa en el arte se da a partir de la creación de la Escuela de Bellas Artes el 24 de mayo de 1904 por iniciativa del ministro de la Instrucción pública Luis Martínez enunciando ese dato por Vargas José María en el libro *Historia de la cultura ecuatoriana*.

Al intentar actualizar a la escuela de bellas artes en el siglo XX propusieron realizar becas con destino a Europa además de traer de este continente a nuevos profesores para la enseñanza de técnicas desconocidas en el Ecuador, a partir de ello surge una nueva evolución en el arte ecuatoriano con nuevas técnicas de creación, teniendo en el caso de la pintura la implementación de la pintura hacia el aire libre para plasmar la naturaleza de los hechos del medio exterior.

Con estos nuevos conocimientos en trazos y vanguardias de Europa de los profesores de este continente, los artistas empiezan a plasmar la realidad de la sociedad, empezando en este siglo XX a pintar al indio en su contexto social y al mismo tiempo a exaltarlo.

Actualmente en el Ecuador y en todos los lugares el artista expone sus pensamientos y su forma de entender al mundo mediante el arte basándose en la cultura, estilos, pensamientos que le ayuden a contextualizar su idea.

“Para el artista actual se han convertido en mito el yo del artista, o sea que el artista es el centro del mundo y nada tiene que ver con los otros hombres, y el arte puro, es decir, el artista nada tiene que ver con la sociedad ni con la política”⁶³.

El artista no intenta involucrarse o crear un conflicto en lo económico, político y social, simplemente busca plasmar la realidad de los hechos según su creatividad, por ello el artista busca centrarse en sus ideas observando al mundo y todas sus expresiones y no el mundo a él.

2.8 Vanguardias

Las vanguardias artísticas nacen como una liberación de las normas del arte intentando una liberación en la expresión artística de lo denominado bello. El siglo XX ha sido una época con constantes cambios refiriéndose en este caso en el tema de lo artístico incluyendo así una sucesión de corrientes artísticas.

63 Idem Fraticola

Partiendo de ello en base a los textos “*Historia del arte*”⁶⁴; “*El arte a través de la historia*”⁶⁵ e “*Historia del Diseño*”⁶⁶, se ha realizado un extracto de las vanguardias artísticas nombrando así las siguientes a continuación.

Art Nouveau

El Art Nouveau estuvo contemplado entre el año 1890 al 1910 aproximadamente, siendo este estilo el más moderno desarrollado hasta su época, fue manifestado no sólo en las artes plásticas sino en el diseño gráfico, arquitectura y objetos de decoración desarrollándose en varios países europeos y en Estados Unidos.

Siegfried Bing 1895 abrió una tienda de arte llamada Art Nouveau en París teniendo como interés la venta de arte moderno que brindara un espacio de buen gusto y distinción entre sus objetos de arte llenos de decoración. Aún así la tienda no tuvo mayor trascendencia pero al permanecer abierta durante diez años dió nombre a este movimiento teniendo exposiciones con grandes artistas como Edvard Munch. El Art Nouveau buscó

64 Gonzales, Martín. *Historia del arte*, Madrid- España, ed. Gredos, págs 234-565.

65 Piojoá, José. *El arte a través de la historia*. Barcelona- España,ed. Savat, págs 122-368.

66 Saloma, Margarita. *Historia del Diseño Gráfico*, Universidad de Londres.

crear una nueva estética con la inspiración en la naturaleza, recurriendo al diseño de las hojas, flores y la silueta de la mujer, también se incorporó a la ilustración alcanzando gran reconocimiento por la litografía, teniendo así en el Art Nouveau las formas blandas y redondas, ornamentales influyentes para la decoración en motivos decorativos.

Como ejemplos más conocidos en este movimiento se encuentran carteles franceses de Toulouse Lautrec y de Alphonse Mucha, con formas de la naturaleza, con líneas onduladas y con una característica adicional como los grabados japoneses teniendo una visualización sin profundidad, además que la diagramación es mucho más libre teniendo un dinamismo entre los títulos y los textos.

Art Deco

Se manifestó entre el año de 1920 a 1939, es decir entre el período de las dos guerras mundiales.

Este movimiento se basó en la utilización de la geometría basándose en tres elementos principales, la línea, el cubo y la esfera, apoyándose en elementos

y objetos de las culturas antiguas que poseían también temas de interés decorativo esto a diferencia del Art Nouveau donde la influencia de lo modernismo fue muy imprescindible no pretendiendo buscar elementos del pasado.

Como ejemplos de artistas representantes están Maurice Dufrene, Jean Dunand y André Groult.

Futurismo

Esta vanguardia comenzó por el año de 1909 por el poeta italiano Filippo Marinetti quién fundó esta vanguardia como un movimiento de revolución que fue en contra de lo científico y lo industrial.

“Desde la invención del tipo móvil de Gutenberg, la mayor parte del diseño gráfico había tenido una vigorosa estructura horizontal y vertical. Los poetas futuristas lanzaban al viento estas restricciones”⁶⁷.

Logrando el futurismo una liberación de las normativas en la composición siendo un movimiento considerado violento agresivo que fue en contra de las tradiciones, lo académico y lo continuo

67 Idem Saloma pág 54

incluyendo una visualización en el futuro y la productividad.

El futurismo se produce en un momento en la historia de toda Europa en el que se encontraba atravesando por las diferencias y potencialidades con los países internos del continente y del continente Asiático que después de unos años origino la primera guerra mundial y con ello terminó el futurismo.

Los representantes futuristas emplearon la utilización de planos, porque la idea era lograr la síntesis de tiempo, lugar, forma y color pensando que los objetos no tiene una realidad definida, no poseen forma.

Entre varios de los representantes del futurismo se encuentran Giacomo Balla y Humberto Boccioni quienes firmaron el Manifiesto técnico de los pintores futuristas que constaba de la idea de liberación del pasado y acoger al mundo moderno.

Cubismo

El cubismo en las artes plásticas nace por el año de 1907 hasta 1914, su representación es en base a las formas de la naturaleza en figura geométricas plasmando así diferentes

partes de un objeto en un mismo plano haciendo un sólo objeto. Como iniciador o claro representante de esta vanguardia es Picasso quien además con Georges Braque un colaborador suyo desarrollaron el cubismo como un movimiento artístico el cual eliminaba la apariencia de las formas, además de incorporar como técnica el collage brindado libertad de composición en un objeto bidimensional.

Paul Cézanne considerado padre del arte moderno mostró que los artistas pueden plasmar a la naturaleza y el cuerpo del hombre mediante cuadrados, cilindros, esferas y conos.

Este paso a las figuras geométricas en la pintura mediante el cubismo permitió dejar el realismo de muchos años del renacimiento dejando atrás a la representación idéntica de los objetos.

Dadaísmo

El dadaísmo tiene sus inicios después de la primera guerra mundial de 1914 en Suiza como un movimiento literario, este término fue implantado por Tristan Tzara siendo el principal expositor de este movimiento que además se caracterizó por poseer

sentimientos de protesta que iban en contra de las convenciones literarias, rechazando todo lo estético y deseando la independencia del artista respecto a la sociedad, además de hacer burla de todo lo aceptado en la en la misma. Para ello utilizaban métodos artísticos y literarios que no llegaban a entenderse porque creaban conceptos, imágenes incoherentes, en muchos casos con la ayuda de un montaje en las imágenes o realizaban diferentes actos teatrales que impactaban al público.

Expresionismo

El expresionismo se desarrolla en Alemania desde 1905 hasta finales de 1920, representado por el belga Ensor siendo un pintor que plasmaba en sus obras pictóricas figuras fantasmales, enmascarados y de personajes en caricatura expresando de esta forma sus sueños, sentimientos y miedos.

También Edvard Munch es un claro representante del expresionismo en el que simplificaba sus obras para transmitir soledad, tristeza y angustia teniendo problemas psíquicos que fueron influyentes en su forma de pintar siendo en este caso de una manera expresionista, además que

le obsesiona la muerte teniendo una visión negativa sobre la vida.

En sí el expresionismo fue un movimiento que se encontraba en una búsqueda constante de expresividad en las emociones del pintor, para ello se planteaba la exageración de los elementos distorsionando e intensificando mediante los trazos el tema.

Surrealismo

Como movimiento artístico nace en Francia por el año de 1920, su representante o fundador fue André Breton que fue un poeta y crítico francés.

Por medio de la pintura los pintores creaban imágenes muy personales que no todas las personas podían entender pero que en muchos casos la fantasía, el sentimiento o los símbolos crearon pensamientos y análisis en la sociedad.

El surrealismo a través de la pintura creó una nueva visualización de la realidad permitiendo una nueva formade comunicación visual mediante la capacidad imaginativa de los pintores o con construcciones mentales que planteaban una nueva forma de la interpretación onírica mediante diferentes

técnicas al pintar, aunque los surrealistas a menudo creaban imágenes tan personales que la comunicación se volvía imposible.

Indigenismo

El indigenismo es un movimiento cultural y político que buscaba un nuevo pensamiento o forma de ver a los indígenas con una revalorización de su cultura, mostrando también un problema social en el tema del indio con características de discriminación y desempleo.

Este movimiento que estuvo presente entre finales del siglo XIX y de ahí continuó en el siglo XX fue una representación del tema cultural de un país que pudo ser mediante las artes plásticas, en este caso refiriéndose a la pintura ya que los artistas indigenistas generalmente salían de su propio contexto social o de vivencia mostrando con claridad sus costumbres o en ciertos casos mostrando al indígena de una forma idealista y altiva.

Como representantes en el Ecuador se encuentran a Kigman, Camilo Egas y Oswalo Guayasamín,

CAPÍTULO V: PINTOR ECUATORIANO CAMILO EGAS

2.9 Biografía

Uno de los grandes artistas ecuatorianos del siglo XX es Camilo Egas, Sus inicios empiezan en la infancia siendo un dibujante que plasmaba todas sus creaciones en sus cuadernos, libros, rayando hasta los periódicos de su padre con sus dibujos. Este es el inicio a una gran trayectoria con reconocimientos y premios a lo largo de toda su vida no sólo en el Ecuador sino en Norte América y Europa convirtiéndose en un maestro de la pintura.

La presente Biografía fue tomada del libro “Egas” del museo Camilo Egas del año 1977 escrito por Magdalena Gallegos de Donoso y Carmen Rosa Ponce Leiva.

1889: Camilo Alejandro Egas silva, nace en Quito el 01 de diciembre. Sus padres fueron Camilo Egas Caldas y Zoila Silva Larrea. Durante su infancia vivió en el barrio de San Blas.

1895: Inicia sus estudios primarios en la escuela de el Cebollar,

más tarde los secundarios en el seminario y los colegios san Gabriel y Mejía sin terminar el bachillerato.

1905: En este año Ingresa en la Escuela de Bellas Artes de Quito donde tiene como profesores a Raúl María Pereyra y a León Camarero. Luego recibiendo la influencia en la pintura de Paúl Bar y Luiggi Cassadio.

1922: Viaja a Paris y estudia en la Academie Colarrosie. Es discípulo y amigo de Picasso, conoce también a Modigliani y Miró. Se casa por primera vez con Margaret Gibons. Por encargo de su propietario, decora con catorce cuadros de escenas indígenas la biblioteca Jacinto Jijón y Caamaño.

1926: Edita la revista “Hélice” en la que junto a jóvenes inquietos, critica a una sociedad pasiva y apática.

1927: Decepcionado ante la indiferencia por las manifestaciones artísticas del medio, viaja a Nueva York y se radica en el barrio bohemio de Greenwich Village.

1937: Como rechazo a los regimenes totalitarios en Europa pinta alusiones al fascismo y al nazismo.

1962: El 18 de septiembre del mismo año muere a sus 72 años en Nueva York.

2.9.1 Premios otorgados en su trayectoria artística

1909: Obtiene una medalla de oro en el concurso Nacional del Centenario de la Independencia. Más tarde recibe la medalla de oro en el concurso universitario del Cartel.

1911: El Gobierno le otorga una beca de estudios en la Real Academia de Roma, donde viaja con otros artistas. Antes de la primera guerra mundial, regresa al Ecuador ganando el concurso para la Cátedra de pintura en la Escuela de Bellas Artes de Quito.

1918: Primer premio, pintura. Salón Mariano Aguilera.

1923: Gana el primer premio en el concurso Mariano Aguilera de Quito.

1962: Premio de la American Academy of Arts and Letters y the Nacional Institute of arts and Letters, New York.

2.9.2 Exposiciones Colectivas Más Reconocidas De Sus Pinturas

1918: Desde este año Varias exposiciones en los Salones Mariano Aguilera.

1920: Recibe nuevamente una beca para la academia san Fernando en Madrid y expone en el palacio de Cristal del parque del Retiro, de Madrid.

1925: Expone su obra indigenista en Le Salon d'Automne, salon des Independents, Musée Galliera y galerie carmine, en Paris.

Desde 1935: Importantes exposiciones colectivas en Estados Unidos y en Europa.

1967: Quito, Testimonio plástico del Ecuador, exposición en su nombre.

1981: Después de su muerte, exposición permanente en Quito, Banco Central del Ecuador.

2.9.3 Exposiciones individuales más reconocidas de sus pinturas

1926: Nuevamente en Quito, frente a la Alameda abre la "Galería Egas", que rápidamente se convierte en el sitio de

reunión preferido de los intelectuales más avanzados de la época.

1956: Quito, Museo de Arte Colonial.

1957: Expone en el museo de Bellas Artes de Caracas.

1962: Quito (Primera Retrospectiva)

2.4 Nombramientos en su trayectoria artística

1923: El gobierno lo nombra comisionado a cargo de la muestra del Ecuador en la exposición des Arts décoratifs en Paris.

1930: Es nombrado profesor de pintura en la prestigiosa New school for social Research (Nueva investigación Social). Se casa con Virginia Eufild.

1938: El gobierno ecuatoriano le nombra comisionado para le feria mundial de Nueva York. Para este acontecimiento decora el pabellón ecuatoriano y su frente con pinturas murales. La Alcaldía de nueva York le declara Ciudadano de honor y le impone la condecoración correspondiente.

1957: El gobierno ecuatoriano le nombra agregado cultural viajero.

1962: El 5 de junio la New school for social Research le confiere el título de Doctor Honoris Causa en Bellas Artes en reconocimiento a su trabajo.

Con todos estos años de trayectoria artística hay que señalar que Egas en sus pinturas tuvo varios movimientos pictóricos influenciados por sus estados de ánimo y la visión de la crisis económica, social y de poder en que vivió, siendo estos movimientos los que se mostrarán a continuación en la siguiente cronología artística.

2.10 Etapas pictóricas De Camilo Egas

Tras estudiar en la escuela de Bellas Artes se observa que:

“Egas se apropia del tema indígena, lo convierte en el eje de su creación artística, y dignifica al indio representándolo bello y altivo, noble, fuerte e indomable, porque esa fue su percepción histórica”⁶⁸.

Así es como empieza su gran trayectoria artística con el indigenismo que de una forma u otra siempre fue involucrado en sus diferentes obras y etapas.

2.10.1 “El Indigenismo pictórico de egas” 1920-1930

La incursión de Egas en pintar su visión realista del indio en un Ecuador muy conservador y provinciano como dice Manuel Mejía escritor del catálogo del museo Camilo Egas no fue muy aceptado ni entendido para muchos, pero el deseo de plasmar sus orígenes y mostrar al indio de forma diferente ante los ojos de su país y el exterior fue su mayor reto. Sus inicios la etapa indigenista se encuentra dividida en dos fases según Manuel Mejía, en la primera fase Egas aún no con muchos estudios sobre la pintura:

“Se vincula con el descubrimiento del indio como imagen pictórica y con una especie de romanticismo formalista. Egas desnuda al indio en cuerpo ya que no en alma, lo idealiza, es como si Egas quisiera idealísticamente reconocerlo. Paisajes y atmósferas son predispuestos para eso, y el resultado son obras en que predomina un ímpetu formal que decididamente contribuye a esta concepción indígena”⁶⁹.

Pinturas que se destacan en esta fase son “Procesión”, “Fiesta Indígena”, “Indígenas con Vasijas”, “Camino al Mercado”, “Ritual” del año 22, y ya con más claridad en “Siembra” y “Danza Ceremonial”.

⁶⁸ Rodríguez, Antonio. *Grandes del siglo veinte*. Quito primera edición, 2002, pág28

Después de unos años empieza su segunda fase de pintura indigenista ya con la adquisición de más experiencia en cuanto a pintura hay un gran cambio en sus cuadros buscando descubrir en esta ocasión el alma de sus modelos, claro ejemplo es “indio Mariano”.

“Egas comienza a desentenderse de lo puramente formal para adentrarse al espíritu de lo humano. Lo indígena sigue siendo una razón de significación para su pintura y su visión de la vida y el hombre, pero accede por motivaciones propias a vincularlo con una realidad social, económica y hasta política existente en el país. Su miseria, su ignorancia, el despojamiento de su humanidad a que había sido sometido a través de más de 400 años se vuelve evidente”⁷⁰.

Mejía nos dice que en esta fase Egas es criticado y juzgado de ser comunista por sus pinturas porque en esta época de 1920 y 1930 cualquier alusión a la conciencia social eran consideradas *“peligrosa y políticamente negativa”*⁷¹ por los diferencias entre estados y políticas diferentes, la ambición del poder que se mostraron con el fascismo y el franquismo en esa época.

Sin embargo la pintura de Egas en esta fase no se concentraba en lo político sino en mostrar la injusticia y miseria en que vivía el indio en el Ecuador *“que*

*segregaba a una buena parte de la población ecuatoriana, pero no tratándose el suyo de un discurso político sino de lo artístico”*⁷².

Ya con mayor madurez pictórica y con estudios en el exterior, Egas se vincula con la etapa expresionista no dejando de lado el tema del indio sino incorporándolo a muchos de sus cuadros, mostrándolo no sólo con una visión exterior del indio sino también con una visión interna que se explica continuación.

2.10.2 “El Expresionismo pictórico de Egas” 1930-1940

Cuando Egas llega a Nueva York se encuentra con una sociedad diferente en su conformación física, siendo altiva con sus edificios imponentes y con una crisis que *“tenía el peso de un descrédito de la realidad y de un descalabro económico insoportable para muchos.”*⁷³

Se convierte el pintor ecuatoriano en esta ciudad en su propio testimonio pictórico ya que tras su viaje a este lugar queda en la ruina y empieza a ver al mundo de forma diferente y sentir la miseria lejos de su país. Aquí es cuando empieza nuevamente su creatividad a florecer y su incremento en la expresividad

70. Op cit, Mejía Manuel, pág 36

71. Idem Mejía

72dem Mejía

73Op cit mejía, pág 37

“Lo que impacta y no solo sorprende de ellas es la profunda capacidad expresiva que poseen. Expresividad que está marcada por la concepción compositiva como por el dibujo recio, escueto, y el color de tonos ocres y oscuros”⁷⁴.

En esta etapa las obras más destacadas son “Trabajadores sin hogar de 1933”, “Desocupados” del mismo año y “Calle 14” de 1937 siendo esta su obra mayor o más la famosa y reconocida por su gran expresividad en la temática, su contenido, definiéndose aquí Egas como artista.

Todas sus obras expresionistas muestran la realidad en la tristeza, en el desempleo, desocupación, desolación que se vive en el propio país y en el ajeno, pero Egas no deja de lado el tema indigenista para solo mostrar la realidad en la que vivió en Nueva York, también incorpora en algunas de sus pinturas indigenistas la expresividad en los rostros y posturas del cuerpo como en “Indios a la lumbre” de 1937, “Cosecha de Maíz” del mismo año”, y “Cosechadora” de 1938.

Luego de esta etapa llena de expresividad, Egas no deja de lado la expre-

74. Op cit Mejía, pág 38

sividad en sus pinturas por los inicios de 1940, incorpora lo expresionista con lo surrealista buscando “una realidad soñada.”⁷⁵

2.10.3 “El Surrealismo pictórico de Egas” 1940-1950

“Los óleos y dibujos de esta etapa pueden percibirse no sólo como búsqueda de un nuevo lenguaje artístico, sino como superación de una realidad brutal y frustrante que había dominado su capacidad expresiva”⁷⁶.

En los cuarenta se inicia su etapa surrealista, muy poco conocida y estudiada, aquí Egas explora con trazos sin mucho cuidado, libres, fuertes un conjunto de sueños que idealizaba mostrando lo no visible de la realidad. Un ejemplo es “Dual” del año 1940 e “Infierno” de 1943. Además que experimenta pintar varios autorretratos para liberar “sus demonios interiores” según nos dice Mejía Manuel.

“En 1946 pinta “Autorretrato” que muestra un trabajo minucioso en torno a la cabeza del retrato, resolviendo la base de la pintura con trazos vigorosos y manchas de color, ya en 1953, Egas parece concluir con su experiencia surrealista y retomar con soltura su gestualidad, con figuras más acabadas e imágenes fuertes”⁷⁷.

75. Op cit Mejía, pág 45

76. Idem Mejía

77. Echezuría G. César, Michelena Xavier, 200 Años de pintura quiteña, Primera Edición, Quito 2007, pág 85

2.10.4 “La abstracción pictórica de Egas” 1950-1962

La abstracción es su última etapa pictórica que va desde el año 1950 hasta los últimos días de su muerte sin abandonar lo expresionista, su expresividad siempre fue notoria en cada una de sus etapas, *“Por mediación de ella, sus experiencias abstractas adquieren la conciencia de la búsqueda.”*⁷⁸

Camilo Egas busca en los primeros años de 1950 las formas flexibles en la abstracción, la representación del cuerpo en formas verticales para lograr una figura dinámica con la incorporación del tema indigenista, omitiendo el detalle y *“concediendo gran preponderancia al color”*⁷⁹ haciendo rítmicas sus obras, como en “Indios a la luz de la luna” y “viudas” del año 57.

*“Esta búsqueda entraña la simplificación de la forma y, en más estricto sentido, de la figura humana, en la primera de sus direcciones”*⁸⁰.

A partir de los últimos años de su vida la abstracción es más definida ya que la fuerza del color es más notoria por su grado de expresividad junto con las

diferentes texturas en un mismo cuadro, obviando la figura.

*“A través de estas formulaciones abstractas, al desentenderse de la figura, lo esencial cobra importancia como elemento último de un viaje inagotable hacia sí mismo”*⁸¹.

Siendo como si Egas hubiera sido consciente de que su vida llegaba a su final pintando sus últimas obras lejos de la realidad.

78. Op cit Mejía pág 40

79. Idem Echezuría G. César

80 Idem Mejía

81 Op cit Mejía, pág 48

Fundamentación del producto

3. FUNDAMENTACIÓN DEL PRODUCTO

3.1 Introducción

El portafolio gráfico visual de Camilo Egas es la creación de un cd multimedia con datos sobre el pintor que permite informar a las personas sobre su vida y trayecto pictórico el mismo que ha logrado ser muy reconocido en el extranjero.

Para dar a conocer a las personas sobre la existencia de este multimedia se implementaron diferentes aplicaciones que promocionan al cd mostrando los diferentes datos donde se puede adquirir este producto.

3.2 Justificación

La creación de un Portafolio gráfico visual del pintor ecuatoriano Camilo Egas se genera tras la falta de productos visuales que permitan mayor accesibilidad y conocimiento sobre la trayectoria artística y pictórica de uno de los grandes pintores del siglo XX en el Ecuador y en el exterior, el cual se ha mantenido en el olvido y desconocimiento de las personas, por ello el integrar en un solo multimedia la biografía, información pictórica y sus obras se convierte en un espacio de comunicación visual que permite llegar

a las personas en una sociedad ya digital para conocer y explorar más sobre la pintura permitiendo llevar a sus hogares un soporte informativo que al igual que un libro puede ser guardado y abierto varias veces para conocimiento de otras personas convirtiéndose en una cadena informativa.

3.3 Objetivos

Objetivo General del producto

Contribuir al conocimiento pictórico sobre la trayectoria artística de Camilo Egas con sus diferentes etapas pictóricas mediante el diseño de soportes gráficos y visuales.

Objetivos Específicos

- Aplicar los conocimientos teóricos aprendidos sobre el diseño gráfico para la creación del producto.
- Diseñar productos gráficos empleando diferentes programas de diseño siguiendo los parámetros de Diseño Gráfico.
- Analizar la información para fomentar la línea gráfica.

3.4 Método creativo de Diseño

Para la elaboración de todo el proyecto de grado como método creativo de diseño se aplicó el que propone Bruno Munari.

Como punto de partida se inició con la definición del problema en la que en base a una necesidad informativa se lo obtuvo, en el siguiente paso de elementos del problema se analizaron los sub problemas mediante la ayuda del diagrama causa-efecto y entender las posibles razones del problema.

Con ello se pasó a la realización de una recopilación de datos mediante técnicas de investigación como las encuestas y entrevistas además de la elaboración de la matriz de viabilidad y esbozos o bocetos del producto permitiendo llegar a un análisis de datos y conocer cuál era la forma idónea de solución del problema y su viabilidad mediante la ayuda del diseño gráfico en función de la creatividad, para lo cual se partió de una lluvia de ideas para obtener un concepto; a partir de ello se buscaron los posibles materiales- tecnología, es decir los programas que ayudaron en la elaboración de todo el proyecto, para así entrar a la experimentación y detectar posibles fallas del producto y solucionarlas a tiempo mediante la verificación con pruebas de color y funcionamiento

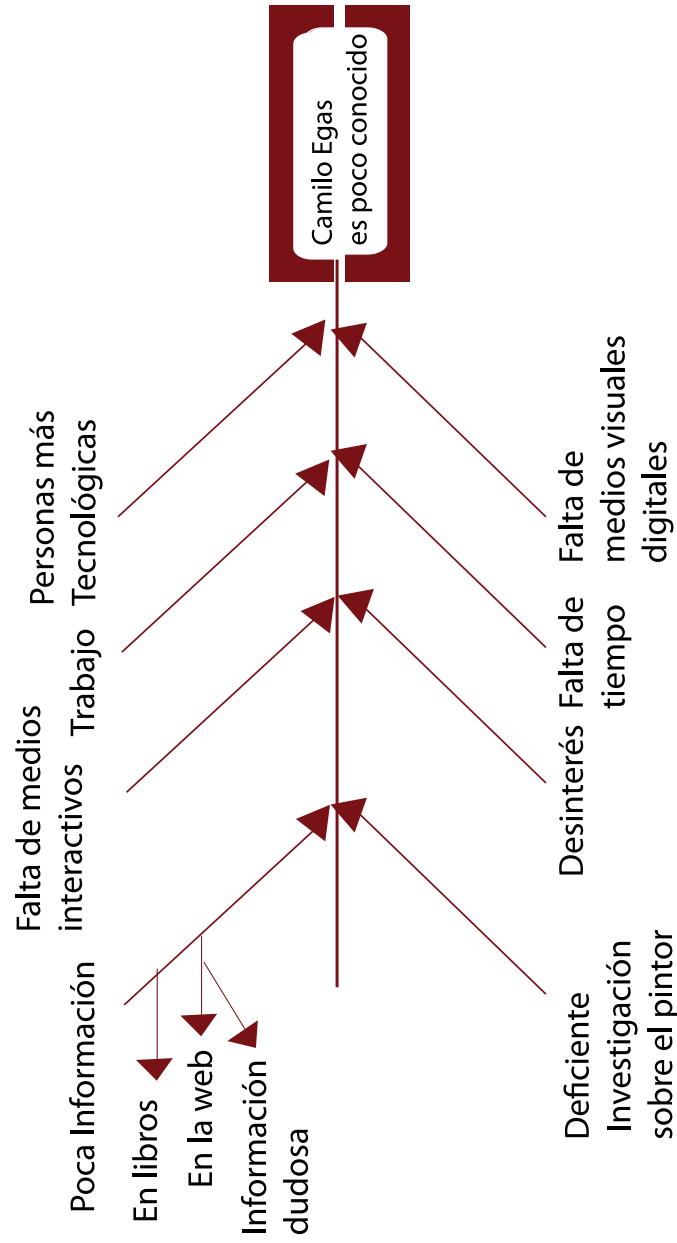
de software, y finalmente llegar a la solución, el producto final.

3.4.1 Diagrama causa – efecto

Análisis:

La poca información en diferentes libros e información dudosa en la web y otros medios causa una deficiente fuente de investigación sobre el pintor, las personas al estar en constante contacto con la tecnología que ayuda a permitir diferentes alcances de información buscan facilidades de información mediante medios visuales por el tiempo que demanda ir a una biblioteca, lo que no permite conocer a Camilo Egas de una forma diferente mediante un medio multimedia.

Diagrama causa-efecto



Elaborado por Lisette Sarango

3.4.2 Matriz de viabilidad

ACTIVIDADES	RECURSOS TÉCNICOS	RECURSOS TECNOLÓGICOS	RECURSOS HUMANOS	RECURSOS ECONÓMICOS	TOTAL
Investigación Encuesta	9 8	9	9	8	8,75
Entrevista	8 8	8	9	8	8,25
Recopilación de material bibliográfico	6	8	8	7	7,25
Diseño de la propuesta para el portafolio Visual Bocetos	9	9	9	9	9
Diseño del portafolio visual Identificador del pintor Camilo Egas Multimedia	8 8	8 6	8 7	8 7	8 7
Productos gráficos	8	8	8	7	7,75
Referencia Excelente 10 Muy bueno 9 Bueno 8 Regular 7 Deficiente 6 -0	TOTAL				8

Elaborado por Lisette Sarango

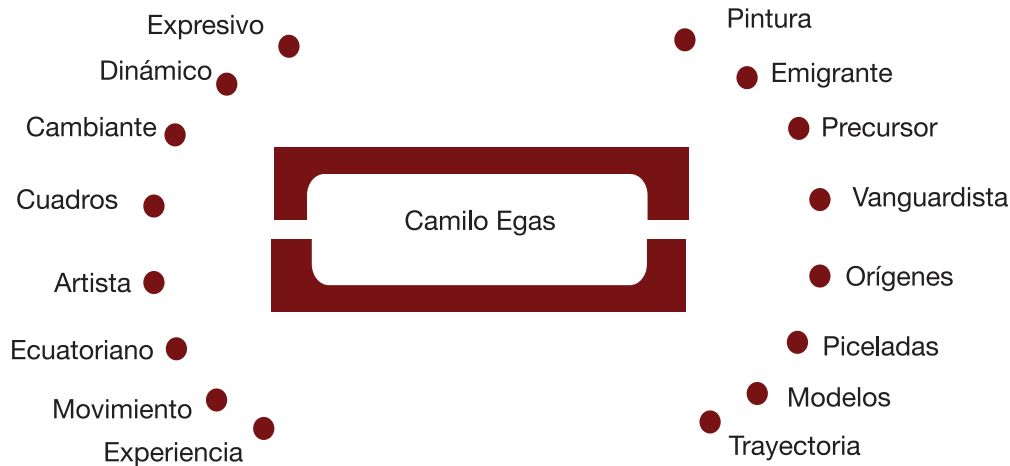
Análisis de la matriz de viabilidad

La matriz de viabilidad permitió analizar las actividades en los procesos de la investigación, en el diseño de la propuesta y en el diseño de todo el contenido del portafolio, para calificar si el proyecto es viable o no siendo esto analizado por los siguientes factores mediante los recursos técnicos, tecnológicos y recursos económicos, obteniendo un total de 8 como puntuación total del proyecto calificándola como *bueno*, es decir el producto es realizable

3.4.3 Lluvia de ideas

Cultural	compromiso	descubrimiento	vanguardista
Pintura	color	artista	trayectoria
Reconocimiento	viajero	obras	orígenes
Experiencia	emigrante	etapas	pinceladas
Indigenismo	representante	diferente	ecuatoriano
Técnicas	humano	trazos	miseria
Pictórico	espíritu	movimientos	pobreza
indio	alma	digno	expresividad
Creatividad	empeño	emprendedor	naturaleza
Cuadros	modelos	precursor	dinámico

Sistema Radial



Elaborado por Lisette Sarango

Unión de las palabras

Pintura humana y expresiva de los indios ecuatorianos. Pintor ecuatoriano representante del alma del indio. Espíritu emigrante de la pintura ecuatoriana. Experiencia emigrante con pinceladas de lo humano del indio.

Concepto: expresivo, dinámico y cambiante.

Mensaje Creativo: Espíritu emigrante de la pintura ecuatoriana.

3..4.4 Definición de Diseño

En la elaboración de todas aplicaciones para el portafolio gráfico visual

de Camilo Egas se han analizado los siguientes factores al momento de diseñar.

Contraste: Al intentar buscar el elemento que sea visualizado de forma principal y se contraste con las imágenes y texto, se utilizó al identificador, el mismo que permanece sobre una mancha de pintura resaltándose en todas las aplicaciones permitiendo un contraste visual entre el identificador y el fondo.

Equilibrio: El equilibrio está enmarcado estrictamente en el peso visual, por lo que se buscó mediante diferentes elementos un mismo peso visual en

la composición pero con diferentes puntos de atención.

Proporción: La proporción en tamaño y formas mediante figuras geométricas simples ayuda a la fácil recordación de los elementos permitiendo obtener pregnancia de lo visualizado y memorización fácil de la localización de los elementos visualizados.

Ritmo: En las diferentes productos del portafolio se emplea un ritmo simple ya que posee los mismos elementos para una misma composición, ejemplo el identificador y figuras geométricas están constantemente en todas las aplicaciones.

Armonía: Todos los elementos son similares al mismo tema en este caso sobre pintura permitiéndonos así tener armonía entre unos elementos y otros en la composición.

Movimiento: El movimiento se produce mediante el recorrido visual el mismo que empieza por elemento principal o más llamativo para el ojo, en el caso de las diferentes piezas gráficas y visuales del portafolio se encuentra el recorrido visual que es de arriba- debajo de izquierda a derecha, teniendo como punto de partida el

identificador de Camilo Egas en la parte superior izquierda.

Unidad: En toda composición debe existir un orden que unifique a un todo por ello todos los elementos están distribuidos de forma adecuada para tener una adecuada organización y combinación teniendo como finalidad un ordenamiento compositivo, por ello la tipografía e imágenes han sido predisuestas en espacios de la composición que no alteren a la visibilidad.

3.5 Identificador

3.5.1 Justificación del identificador

La elaboración de un portafolio gráfico visual del pintor exige la creación de un identificador para poder distinguirlo y que así su portafolio pueda ser reconocido ante las personas, para lo cual en la búsqueda del identificador que representará a Camilo Egas y todos los productos visuales y gráficos se analizó los siguientes elementos del imagotipo y del logotipo.

3.5.1.1 Imagotipo

En el imagotipo:

- **Las Etapas Pictóricas:** Camilo Egas tuvo en su trayectoria artística

cuatro etapas pictóricas muy definidas como son: la indigenista, expresionista, surrealista y abstraccionista por lo que se escogió diseñar cuatro elementos en el identificador que las represente.

- **Las formas:** en los elementos se plantea las formas geométricas, basándose en la forma que tienen los cuadros como soportes en los que se enmarca a la pintura, y también en los trazos fuertes y ondulantes al pintar.

- **La unidad:** para crear una unidad se utiliza la intersección de los elementos, teniendo así la unificación de las cuatro etapas de Camilo Egas en su vida artística.

Imagotipo



3.5.1.2 Logotipo

Para el logotipo se utilizó la tipografía “Poor Richard regular”, la cual por sus terminaciones en onda y encontrarse en minúsculas permite mayor movimiento y fluidez, dando mayor interés en el impacto visual siendo muy legible y de fácil recordación que es lo principal. Por esto, resulta ser la tipografía adecuada para el identificador y dar a conocer al público.

Logotipo

camilo
egas

3.5.1.3 Justificación del color

En la cromática del identificador se pensó en colores cálidos y acogedores que representen cuatro diferentes estados de ánimo y sensaciones por las cuatro etapas pictóricas de Egas, las mismas que según su situación emocional y económica fueron reflejados en sus pinturas.

- **Anaranjado:** da una sensación de calor, representación idealista, fuerza, energía, ambición, determinación, alegría y triunfo, relacionando todos estos factores con las pinturas de Camilo Egas que pintó sobre los indígenas.

- **Rojo:** es un color más agresivo evocando sensaciones extremas de pasión o desenfreno dando gran rango de dignidad y seriedad, este color es relacionado con la fuerza expresiva que pintó en su etapa expresionista.

- **Rojo en su valor hacia el negro:** este color se desglosa del color rojo, pero el bajar su intensidad provoca inestabilidad, intransición e incoherencia por lo que fue seleccionado para representar la etapa surrealista.

- **Marrón oscuro:** en lo psicológico este color puede causar ensombrecimiento, tristeza por lo cual fue escogido para representar su etapa final pictórica de Camilo Egas la cual fue abstraccionismo con la cual terminó su vida pictórica y concluyó su vida. Sin embargo el color café también evoca dignidad, fuerza vigor y confianza.

Identificador con color



3.5.1.4 Niveles de concepto y principios de elaboración

Joan Costa menciona los niveles de concepto y principios para elaborar una marca en este caso el identificador siendo analizados a continuación:

Nivel etimológico: El nivel etimológico nos permite conocer si el identificador tiene un significado similar a la actividad que realiza la empresa, significando lo mismo. En este caso el identificador que fue creado para Camilo Egas que permita representar sus aplicaciones de productos gráficos y visuales posee el mismo nombre que el pintor para tener un fácil y rápido reconocimiento de su nombre.

Nivel conceptual: en los nombres de marca según Joan Costa el identifi

gador corresponde al de analogía por lo que se crea una comparación o relación entre los elementos del imago-tipo con los cuadros de la pinturas de Egas mediante las formas geométricas del mismo.

Nivel formal o morfológico: en este nivel formal se encuentran tres subniveles para analizar al identificador, el “semántico: que dice” el “estético: cómo lo dice y el “psicológico: lo que evoca”, teniendo:

- **Semántico:** el significado del identificador es el nombre del pintor en este caso “Camilo Egas”, el cual se encuentra con mayor peso visual permitiendo así visualizar con claridad el nombre y entender de quién se habla.

- **Estético:** el imago-tipo posee formas geométricas que ayudan a dar la idea de cuatro cuadros sobrepuestos los cuales conforman las cuatro etapas pictóricas de Camilo Egas permitiendo obtener con figuras básicas una imagen no sobrecargada y estética. En la tipografía se empleó como factor principal la legibilidad empleando una fuente con serifas para dar mayor predominancia al mismo, al mismo

tiempo que se emplean letras minúsculas para buscar la informalidad pero con buena visibilidad en lo estético para poder acoplarse el imago-tipo con el logotipo.

- **Psicológico:** en el factor psicológico se hace uso de la cromática, la misma que está basada en cuatro colores para diferenciar las cuatro etapas pictóricas de Camilo Egas., teniendo el naranja, rojo, café y vino.

El significado psicológico de los colores según Georgina Ortiz del libro “Significado de los colores” nos dice que:

Anaranjado: fuerza, energía, triunfo.

Rojo: evocando sensaciones extremas de pasión o desenfreno.

Rojo en su valor hacia el negro: inestabilidad, transición.

Marrón Oscuro: dignidad, fuerza vigor y confianza.

Los cuatro colores representan a Camilo Egas por sus diferentes comportamientos, transiciones y estados de ánimo al pintar sus cuadros.

Nivel creativo: el concepto que evoca el identificador por sus formas, colores y tipografía es: expresivo, dinámico y cambiante.

Nivel estratégico: el identificador para ser conocido y entendido se lo emplea en aplicaciones gráficas para difundir el portafolio gráfico visual que contiene toda la información del pintor.

Nivel económico: la incursión en un identificador permite dar a conocer al pintor Camilo Egas permitiendo incorporarlo a las diferentes aplicaciones gráficas brindando la oportunidad de difundir el portafolio gráfico visual y tener mejor acogida del público permitiendo incorporar y apoyar económicamente en un futuro a nuevos productos visuales que difundan a la cultura.

Nivel legal: la identidad debe ser legalizada para ser uso exclusivo de su beneficiario en el IEPI (Instituto ecuatoriano de propiedad intelectual).

Nivel funcional: según Joan Costa en este nivel se debe “conocer, reconocer y memorizar” por ello al realizar la aplicación visual y las gráficas se da a

conocer, reconocer y memorizar quien es Camilo Egas.

Nivel sociológico: Para ser fácil entendido el identificador con lleva un lenguaje simple para ser fácil entendido por el grupo objetivo.

3.5.1.5 Niveles de efectividad

Al analizar el identificador bajo los niveles de efectividad según Joan Costa tenemos que:

- **Sintético:** el identificador cumple con lo sintético por lo corto de su nombre.

- **Pregnante:** la facilidad de lectura y elementos se mantiene en la mente de las personas.

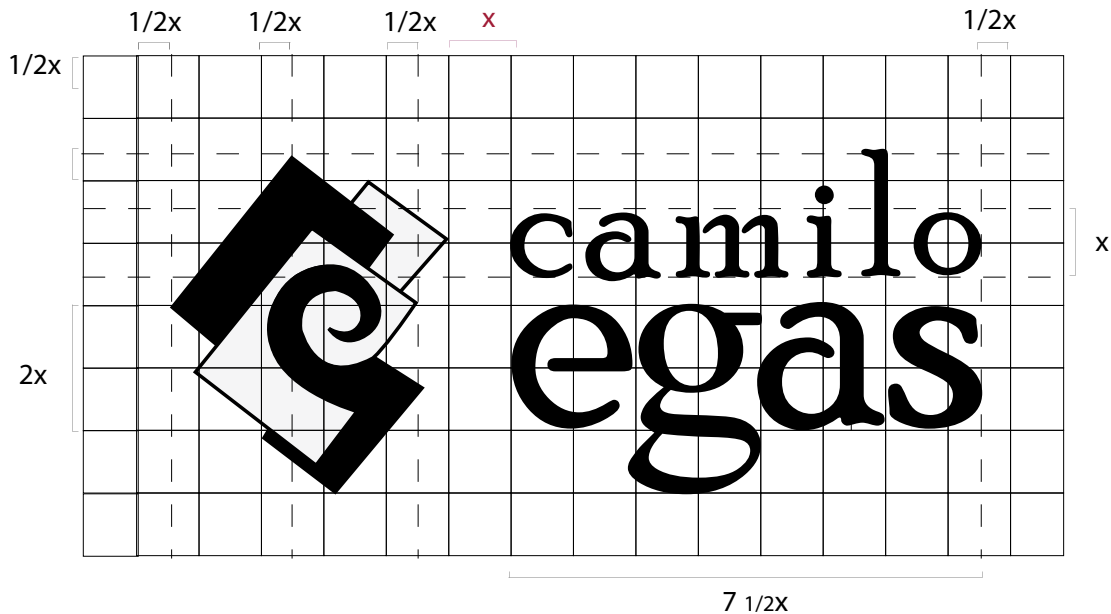
- **Claro:** no se confunde con otros identificadores.

- **Original:** en su buen manejo de analogía logra que sea original.

- **Potente:** la cromática influye en lo psicológico y emocional por sus colores cálidos.

- **Adaptable:** la adaptación es fácil y efectiva para sus diferentes usos.

3.5.1.6 Sistema reticular del Identificador



Como medida guía para la creación del identificador se ha tomado “x” siendo esta la separación entre el imago tipo y el logotipo.

El ángulo de inclinación es de 51 grados dando movimiento al imago tipo y en general al identificador

3.6 Manual de uso del identificador

El Manual de uso del identificador constará de cuatro capítulos siendo el primero “la Introducción”, segundo “elementos de la identidad”, tercero “normas de construcción” y cuarto

“aplicaciones”, los cuales permiten conocer las normas y reglas del uso del identificador para el diseño de diferentes soportes permitiendo conocer al diseñador sus posibles opciones de diseño sin irrespetar lo descrito en el manual.

3.6.1 Estilo de diseño del manual

Las medidas del manual son 20.5 cm de ancho y 15.5 cm de alto, siendo estas medidas escogidas para mostrar al usuario un manual con un formato diferente que ayuda a ser llevado con facilidad por su pequeño tamaño.

El manual está dividido en cuatro secciones o capítulos que son las especificaciones y reglas a seguir sobre el identificador, cada sección está definida con un color diferente para diferenciarlas siendo estos los colores del identificador:

-Introducción: Color anaranjado

-Elementos de la Identidad: Color rojo

-Normas de construcción: Rojo en su valor hacia el negro

-Aplicaciones: Color Marrón oscuro

El identificador se basa en las líneas rectas y figuras geométricas rectangulares siendo una analogía con la figura geométrica de los marcos de las pinturas, por ello el diseño del Manual mantiene este estilo de diseño permitiendo ser sobrio y uniforme.

3.6.2 Esquema de contenido del manual

- Introducción

Justificación
Objetivos
Vocabulario

- Elementos de Identidad

Concepto
Identificador

- Normas de creación del identificador

Normas de construcción
Retícula de trazo
Elaboración de Identificador
Tamaños
Escalas
Distancias de repetición
Área autónoma
Transparencia

- Normas cromáticas

Escala de grises
Positivo y negativo
Usos cromáticos para reproducción rgb, cmyk y tintas directas pantone
Fondos

- Normas tipográficas

Tipografía

- Aplicaciones

Colgapuertas
Separadores de libros
Flyer
Afiches
Anuncio de revista

Inserto de Revista

Díptico

Postales

Multimedia

Banners

Las aplicaciones mencionadas fueron escogidas por ser medios de comunicación conocidos además funcionales permitiendo informar en distintos lugares y ser observados en diferentes momentos, como es en el caso de los banners y los anuncios de revista; sin embargo se decidió emplear en algunas aplicaciones una forma utilitaria de información, permitiendo ser llevada a los hogares y que puedan ser utilizados u obsequiados los cuales son, los separadores de libros, colgaduras y postales.

3.6.3 Estructura y elementos de diseño del manual

Tipografía

Dentro del Manual la tipografía empleada es “Century Ghotic” que corresponde al grupo de las tipografías de “palo seco” o sin serifas que por su ausencia de remates y trazos finos permiten un diseño limpio u oxigenado haciéndola apropiada para una buena legibilidad en todo el manual.

Cromática

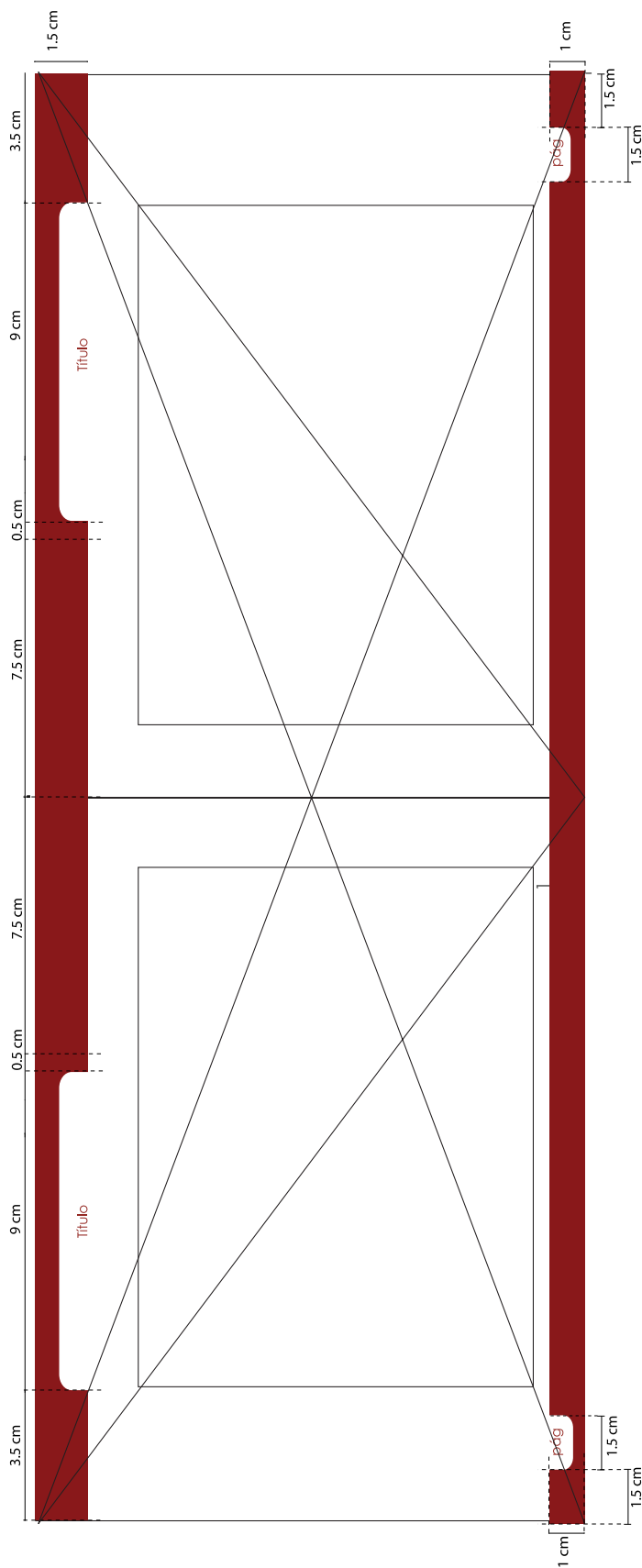
La cromática del manual está basada en los colores del identificador, anaranjado, rojo, Rojo en su valor hacia el negro y Marrón oscuro para generar una unidad cromática con todas las aplicaciones.

Medidas: 20.5 cm de ancho x 15.5 cm de largo

Programa utilizado: Indesign.

Sistema Reticular Manual

Para la creación de una malla base en el diseño del manual se utilizó el sistema de Van Graaf, determinado el espacio de área de trabajo mediante diagonales en doble página y trazando un cuadrado que tope las mismas, obteniendo así la siguientes medidas y proporción.



3.6.4 Aspecto legal

El Aspecto Legal se basa en la constitución del Ecuador siendo los artículos

Art.16.-Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada,

oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

3.7 Multimedia

3.7.1 Introducción

En el producto multimedia se han definido los contenidos de interés para

seleccionar el formato más apropiado con la incorporación de las herramientas necesarias para ser visualizado sin complicaciones aplicando un sistema de programación y código compatible para ser visualizado de forma rápida y en cualquier computador.

3.7.2 Justificación

La creación del multimedia sobre Camilo Egas es una nueva incorporación para la información y conocimiento cultural sobre el pintor mediante la ayuda de la tecnología teniendo la oportunidad de que pueda ser visto más fácilmente por otras personas convirtiéndose en una cadena informativa.

3.7.3 Características

El presente proyecto cuenta con información más destacada del pintor en su trayectoria artística para ser entendido y conocido de una forma fácil y entretenida. La estructura que se observa en el multimedia es jerárquica permitiendo ordenar los temas y subtemas de forma que el usuario pueda dirigirse en un orden secuencial hacia las pantallas recorriendo así todo el multimedia de una forma ordenada, aunque el usuario también tiene la posibilidad de poder

visitar las pantallas como bien creyere conveniente. Todo el cd multimedia se encuentra en dos idiomas español y en inglés esto debido al público objetivo descrito en el marco de referencia .

3.7.4 Estrategia de transmisión

Para lograr una mejor transmisión del cd multimedia y fácil captación y navegación se ha basado toda la elaboración partiendo de los principios multimedia del libro “Principios de diseño básico para la creación de web y multimedia”, teniendo así la:

Percepción: el lenguaje empleado logra una fácil y rápida percepción del contenido del multimedia contribuyendo a una rápida comprensión de los usuarios.

Representación: al ver la diferente información y los diferentes elementos representativos del multimedia el usuario puede sacar su propia interpretación.

Captación: para lograr la captación de los usuarios hacia el multimedia se ha diseñado elementos basados en la pintura, además de aplicar colores cálidos siendo estos los colores del identificador, además de que las panta-

llas son diferentes entre sí para no aburrir al usuario.

Apreensión: tras la información que se le brinda al usuario se intenta que logre analizarla y la convierta en un conocimiento propio adquirido por las imágenes y elementos expuestos.

Simplicidad: las pantallas del multimedia poseen la información necesaria.

Navegabilidad: el multimedia puede ser explorado fácilmente ya que no posee excesivas ventanas de navegación por lo que no es necesario dar varios clics para regresar o avanzar, teniendo así una navegación des complicada.

Autonomía: la estructura del multimedia permite que el usuario tenga total control del producto.

Legibilidad: la tipografía empleada es sin serifas “Century Ghotic” que es ideal para textos de pantalla para realizar una fácil lectura y obtención de información.

Rapidez: el multimedia por el tamaño y resolución de sus imágenes que son para pantalla 72 dpi permite que

el cd pueda cargarse rápidamente en cualquier computador tanto mac como pc.

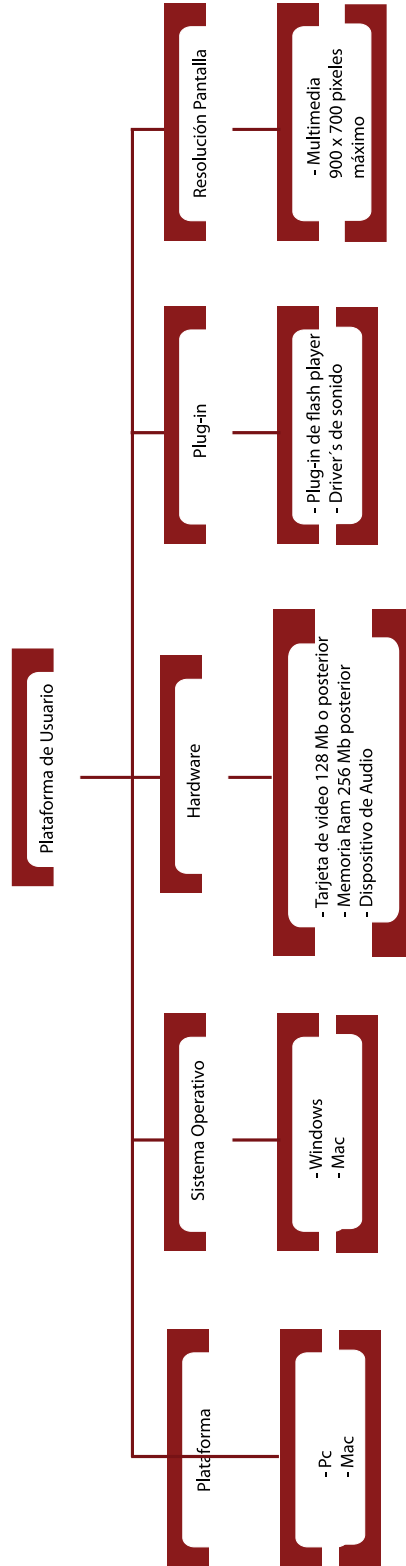
Entrada múltiple: el principio de entrada múltiple se emplea en tres factores, lo cognitivo, lo afectivo y lo empírico, tenido así:

- **Cognitivo:** con la ayuda de los textos y las imágenes se permite que el usuario tenga esquemas mentales de información.

- **Afectivo:** la influencia del sonido y el contenido de las galerías influye en las emociones del usuario.

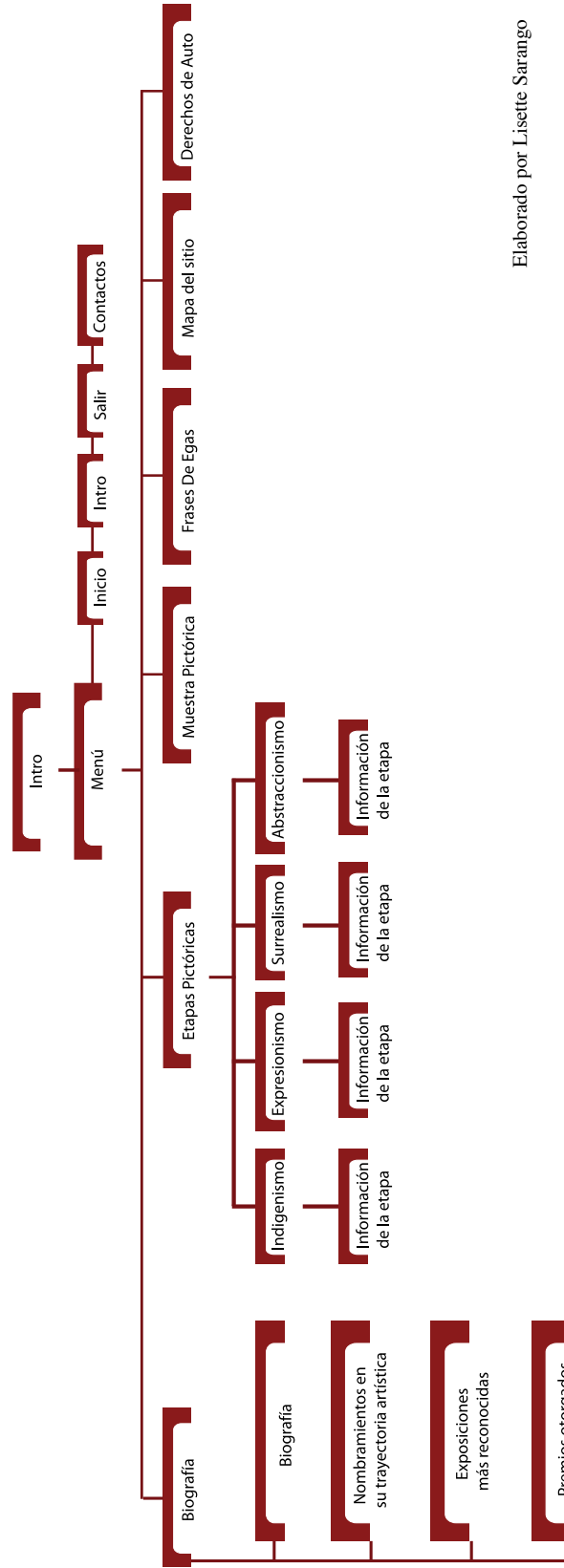
- **Empírico:** Tras las diferentes experiencias de las personas y referencias sobre el tema pictórico pueden entender que el multimedia es un producto sobre pintura mediante las imágenes y textos.

3.7.5 Plataforma de usuario



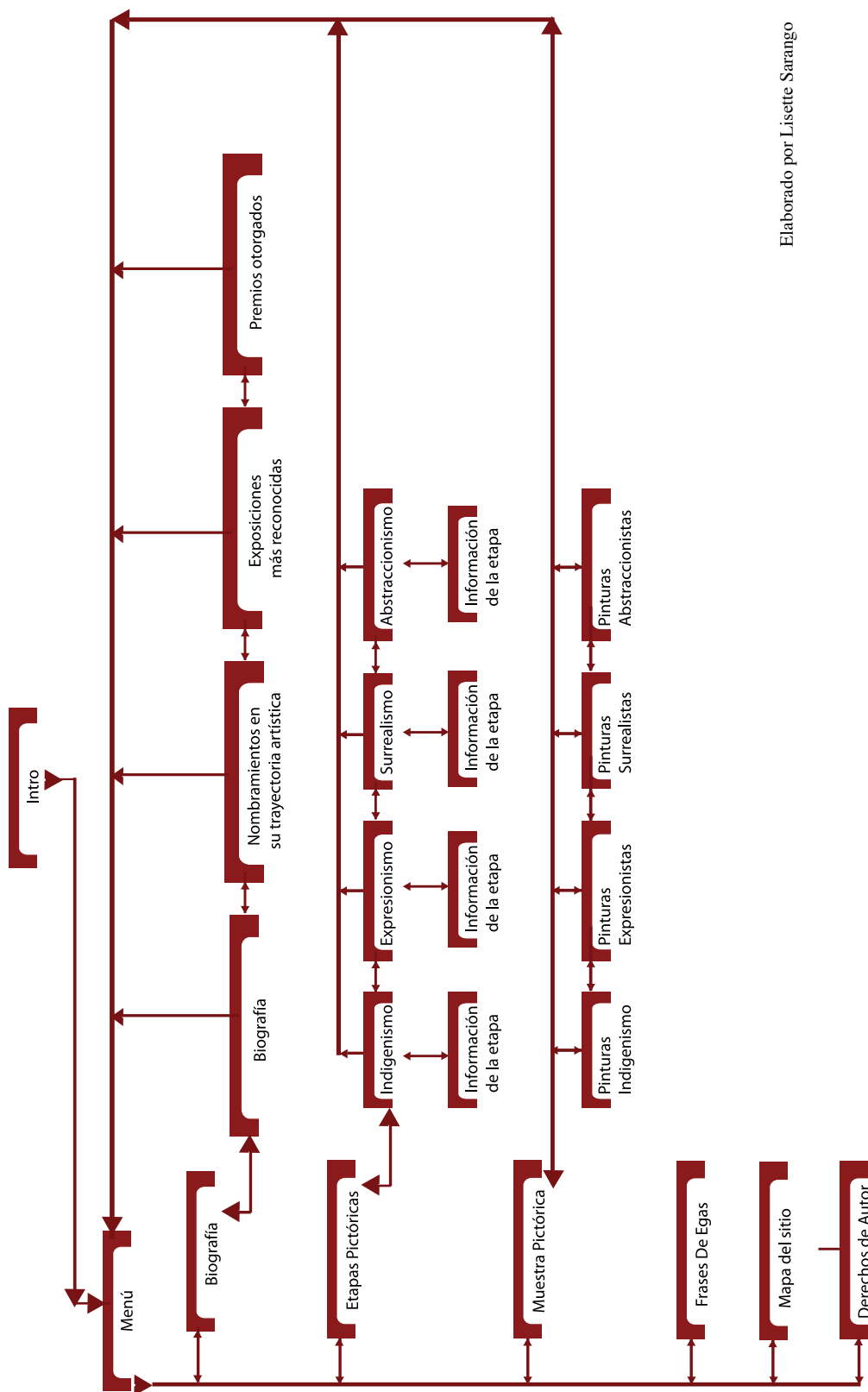
Elaborado por Lisette Sarango

3.7.6 Mapa del sitio



Elaborado por Lisette Sarango

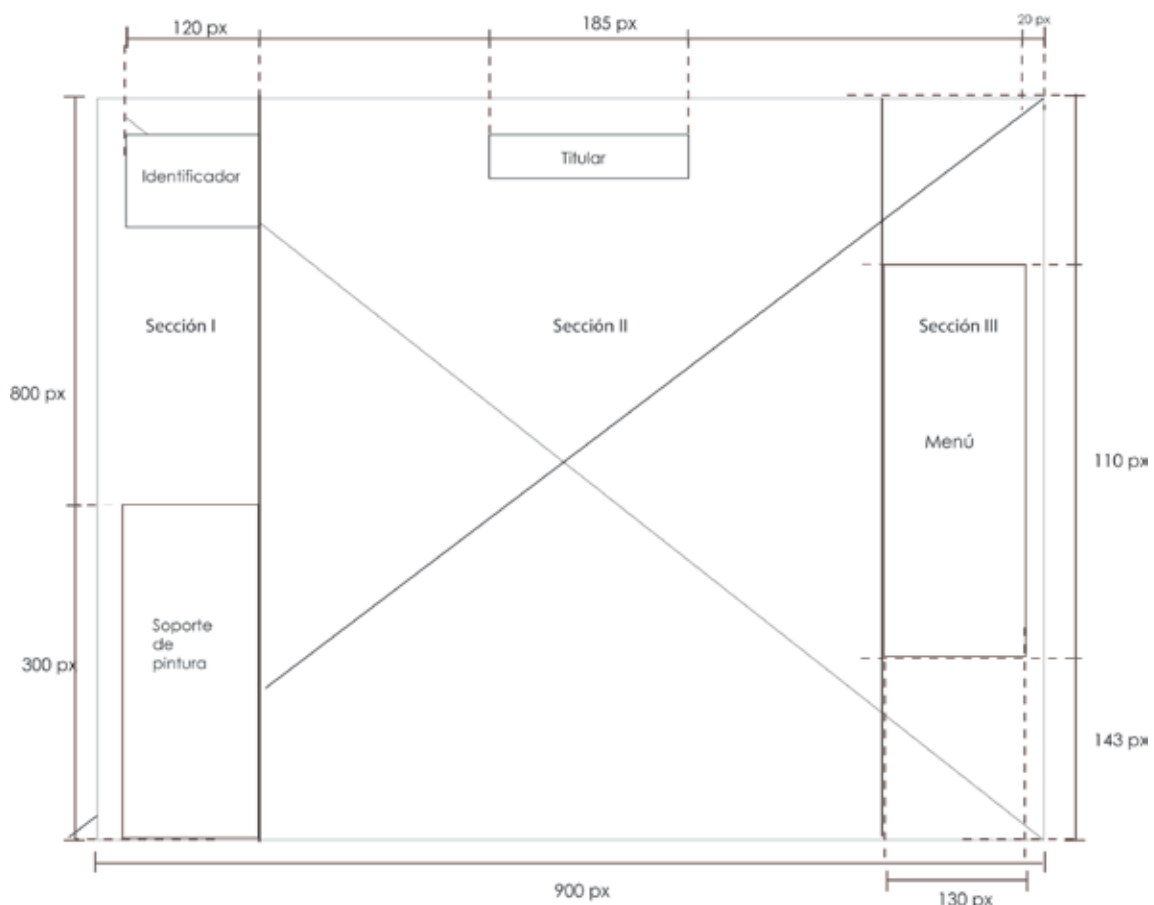
3.7.7 Mapa de enlaces



Elaborado por Lisette Sarango

3.7.8 Retícula del multimedia

Para formar la retícula del multimedia se dividió a la pantalla en tres secciones o espacios con la intención de que la información se encuentre en la zona central siendo fácil de observar y distinguirse manteniendo así un mismo peso visual, los puntos que generan movimiento se los ubicó a los lados laterales siendo estos los elementos principales del multimedia, teniendo a los botones del menú principal, el soporte de pintura y el identificador.



3.7.9 Disposición de los elementos

Tomando como base a la retícula del multimedia se dispondrá al identificador en la parte superior izquierda sobre una mancha de pintura, se ha tomado esta disposición por que la lectura será de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo.

El menú que contiene los botones de “Biografía”, “Etapas pictóricas”, “Muestra Pictórica”, “Frases de Egas”, “Mapa del sitio” y “Derechos de autor” se encontrará en la parte derecha de cada pantalla exceptuando en la galería de cada etapa pictórica para ahorrar espacio y visualizar mejor a la galería.

Como parte del diseño se encuentra en la parte izquierda inferior de la pantalla un soporte de pintura en el que aparecerán elementos de acuerdo a la posición del mouse sobre los botones del menú.

En cada pantalla siempre se encontrará el titular de lo que se observa en la parte central superior, el copyright se encontrará siempre visible en cada una de las pantallas en la parte central inferior.

3.7.10 Parámetros de diseño del multimedia

Resolución

Las imágenes que se encuentran en el multimedia son en formato jpg las cuales fueron modificadas de 300 dpi a 72 dpi bajando así su resolución ya que el estándar para las imágenes que van a ser observadas en la pantalla tienen que ser de 72 dpi, esto es a razón de que entre mayor tamaño de la imagen mayor demora en la visualización, por ello se hizo el respectivo retoque mediante el programa Photoshop.

Tipografía

La tipografía utilizada en el multimedia es “Century Ghotic” como tipografía principal; fue escogida una tipografía sin serifas por que como nos menciona López Guede Alfredo en su libro de introducción a la tipografía se deben utilizar de este tipo para tener mejor visualización en la pantalla, ya que las tipografías con serifas al verse en la pantalla se hacen confusas por sus diferentes terminaciones entorpeciendo la lectura.

Cromática

El multimedia posee colores cálidos basados en los colores del identificador, que son: anaranjado, rojo, rojo en su valor hacia el negro y Marrón oscuro creando así una unidad cromática para no confundir al usuario lográndose identificar con el producto y lo que desea transmitir. El concepto que se seleccionó para la cromática de todo el producto es en base a colores cálidos los cuales reflejan una sensación de actividad, dinamismo y confianza según expresa Gerogina Ortiz en el libro de significado de los colores brindando una calidez subjetiva siendo esto lo que se buscaba en el producto, partiendo de ello se procedió a conocer cuáles son los colores cálidos para luego seleccionarlos siendo los colores cálidos los que van en una secuencia del rojo al amarillo, partiendo de ello se seleccionó, el anaranjado, el marrón oscuro, el rojo y Rojo en su valor hacia el negro, siguiendo la secuencia de colores y el significado de cada uno.

Audio

Para el audio se pensó en música instrumental andina que representen

nuestro folcklor, principalmente con instrumentos ecuatorianos que resalten y reflejen nuestras raíces, teniendo un sonido instrumental cálido y acogedor mediante el rondador, charango, flautas y bombos. Para la reproducción de cd se tramitarán los permisos de derechos de autor debidos.

Elementos en el diseño multimedia

Botones: siendo un multimedia debe poseer un menu principal que permita al usuario llevarlo por las diferentes pantallas con facilidad sin la necesidad de regresar a un inicio, por ello se han predispuesto seis botones como principales los cuales poseen la la biografía, etapas pictóricas, muestra pictórica, frases de Egas, mapa del sitio y derechos de autor, los mismos que han sido diseñados sobre pedazos de hojas de papel.

Formas de los elementos: Camilo Egas al pasar en su trayectoria artística por varias influencias pictóricas no mantuvo un estilo determinado al pintar en trazo y formas, por ello en cada pantalla aparecen diferentes elementos con diferentes formas y trazos, permitiendo así visualizar un

elemento nuevo con diferente textura forma y trazo en cada pantalla pero con una similitud en los elementos principales, como botones, identificador, fondo y el soporte de pintura d siendo esta la idea de diseño en la creación del multimedia.

Color: toda la cromática del multimedia al igual que en todas las aplicaciones fue en base a los colores cálidos basándose en los colores del identificador, manteniendo así una unidad en cromática.

3.7.11 Pantallas

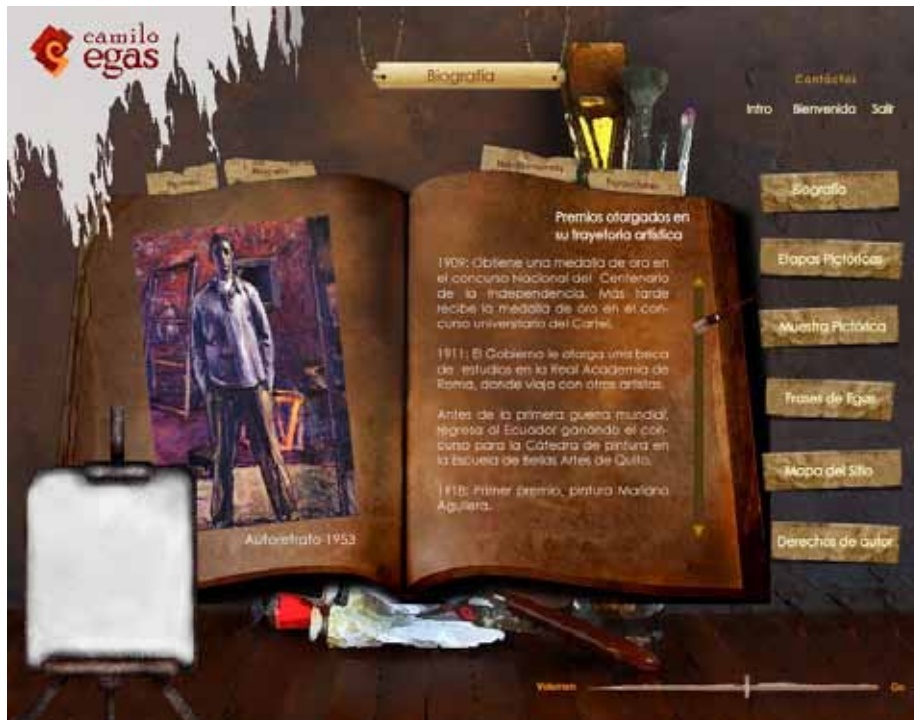
- Bienvenida



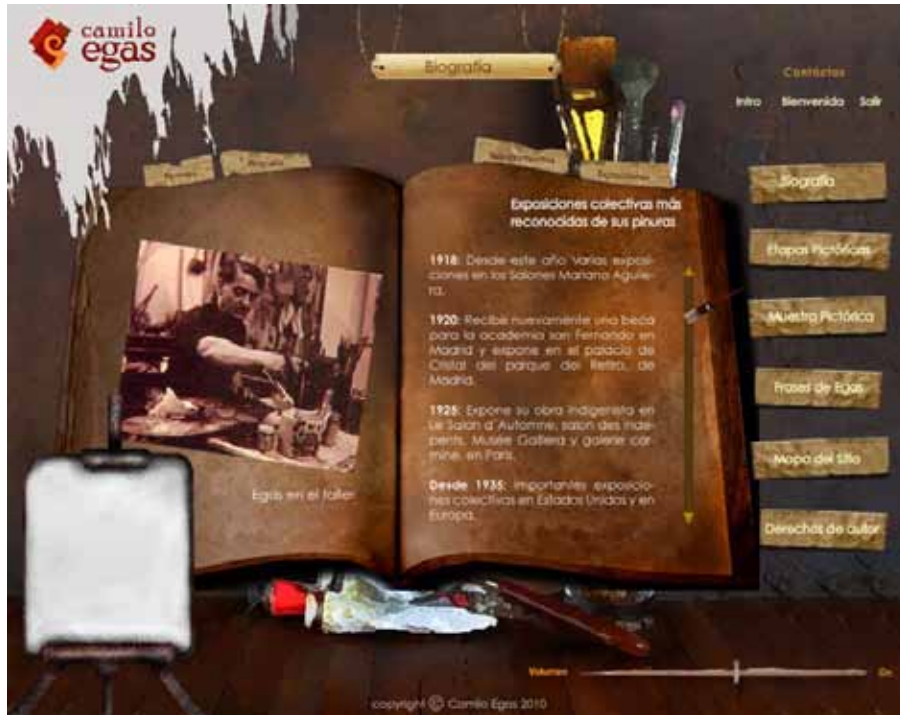
- **Biografía**



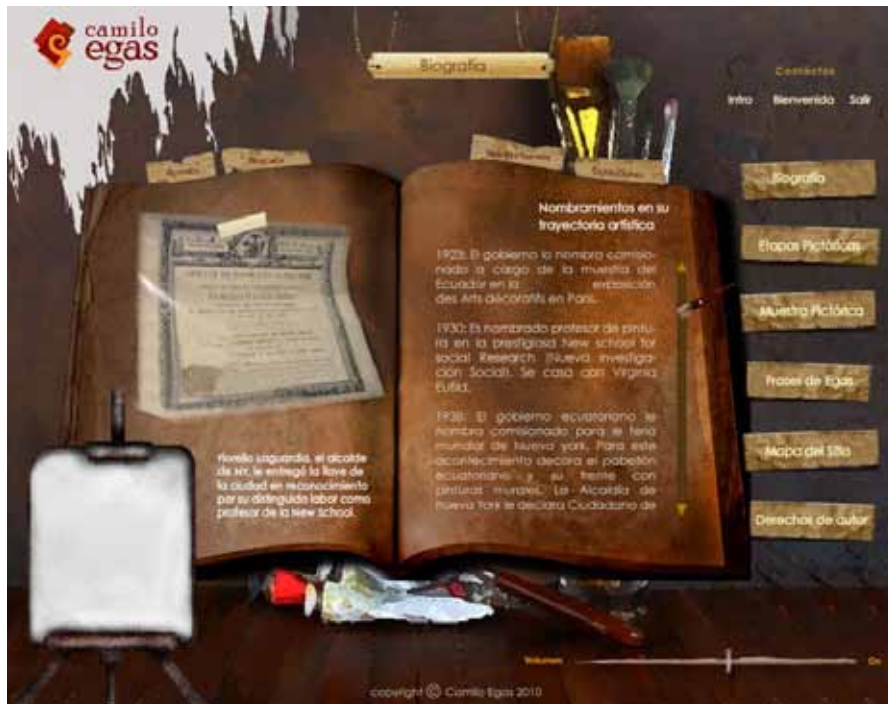
- **Premios Otorgados**



- **Exposiciones más reconocidas**



- **Nombramientos**



- **Etapas Pictóricas/ Indigenismo**



- **Etapas Pictóricas/ Expresionismo**



- Etapas Pictóricas/ Surrealismo



- Etapas Pictóricas/ Abstraccionismo



- **Muestra pictórica**



- **Galería etapa indigenista**



- **Galería etapa expresionista**



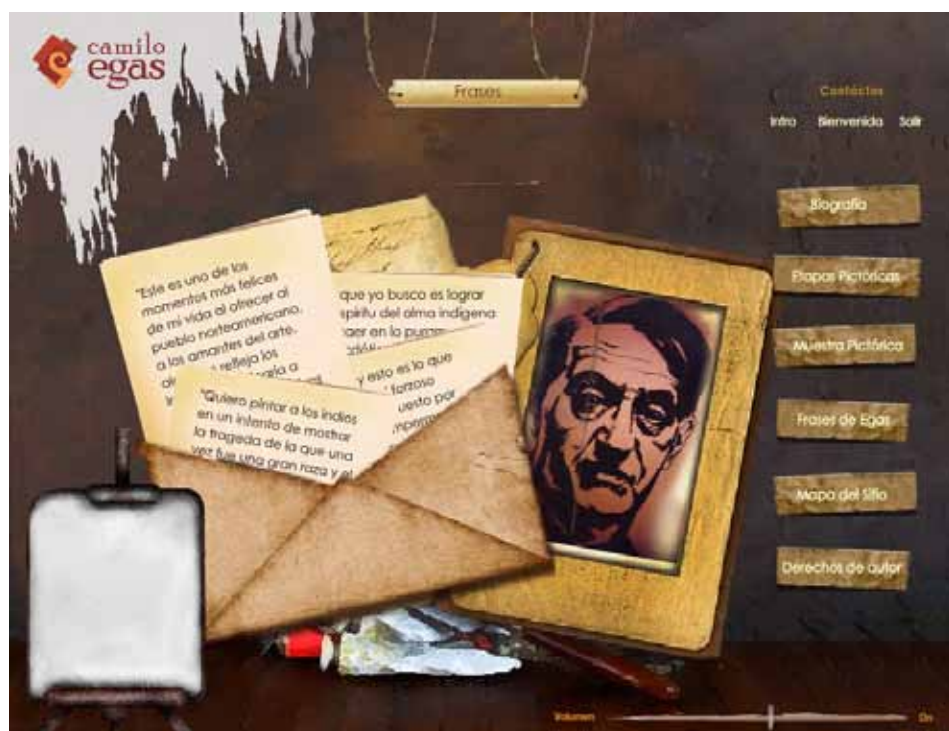
- **Galería etapa surrealista**



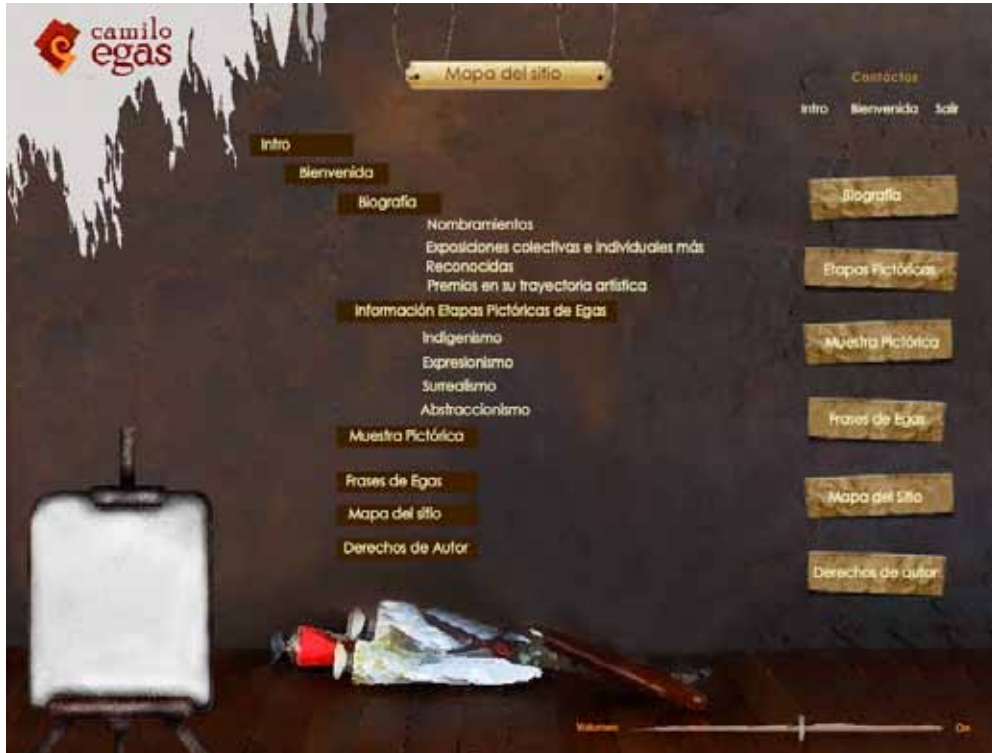
- Galería etapa abstraccionista



- Frases de Egas



- Mapa del sitio



- Derechos de Autor



3.8 Aplicaciones

Como medios de soporte que promocionarán al multimedia se han creado los siguientes: afiches, flyer, colgapuertas, separadores de libros, postales, un díptico, anuncio de revista y banners convirtiéndose en un refuerzo para dar a conocer a Camilo Egas.

Dichas aplicaciones fueron escogidas por ser conocidas por las personas permitiendo así una adecuada divulgación, además que se seleccionaron tres aplicaciones gráficas que cumplen un desempeño más funcionalista es decir que posee un uso, logrando ser utilizados por las propias personas u obsequiado a otras generando así una cada informacional yendo la información descrita en los soportes gráficos de unos a otros mediante todas las aplicaciones.

Todas las aplicaciones gráficas serán entregadas y colocadas en el mismo museo de Camilo Egas en las diferentes exposiciones de las obras y también en las exposiciones de otros artistas en el museo, además de existir la posibilidad de ser distribuidos en los diferentes museos

del Banco Central del Ecuador por pertenecer a esta entidad; también serán entregados en el Ministerio de Turismo y en el Ministerio de Cultura para ser obsequiados a las personas que visiten dichas entidades siendo ellos los que apoyan al proyecto para su realización; por último los flyer además de encontrarse en dichos lugares serán distribuidos en el centro histórico de Quito por la cercanía al museo Camilo Egas dando la oportunidad a las personas de interesarse en el tema, visitar el museo y adquirir su cd.

3.8.1 Colgapuertas

Medidas: 20.5 cm de largo x 7.5 cm de ancho

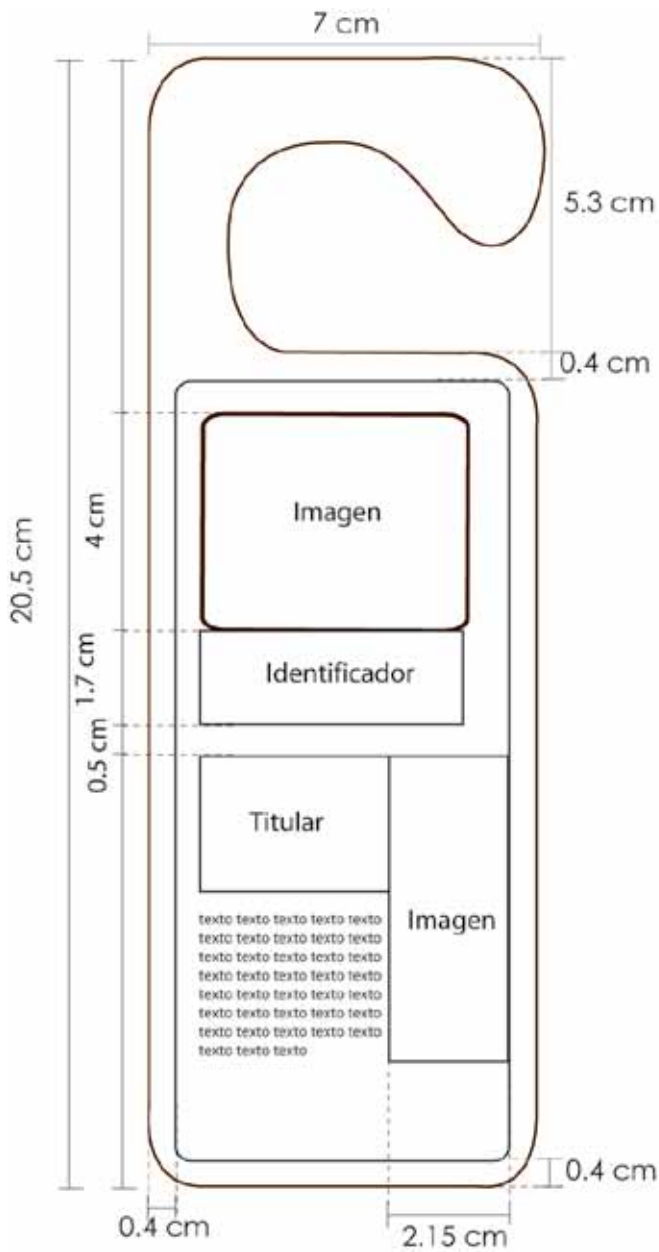
Material: plegable 200 gr.

Contenido: dirección, teléfono y correo electrónico de donde se puede adquirir el cd multimedia.

Tipografía: la tipografía es “Century Ghotic” de 14 puntos regular.

Cromática: a cromática utilizada es basada en los colores del identificador, colores que se contrastan entre ellos brindando calidez.

3.8.1.1 Módulo reticular



3.8.2 Separadores de libros

Medidas: 16 cm de largo x 3 cm de ancho.

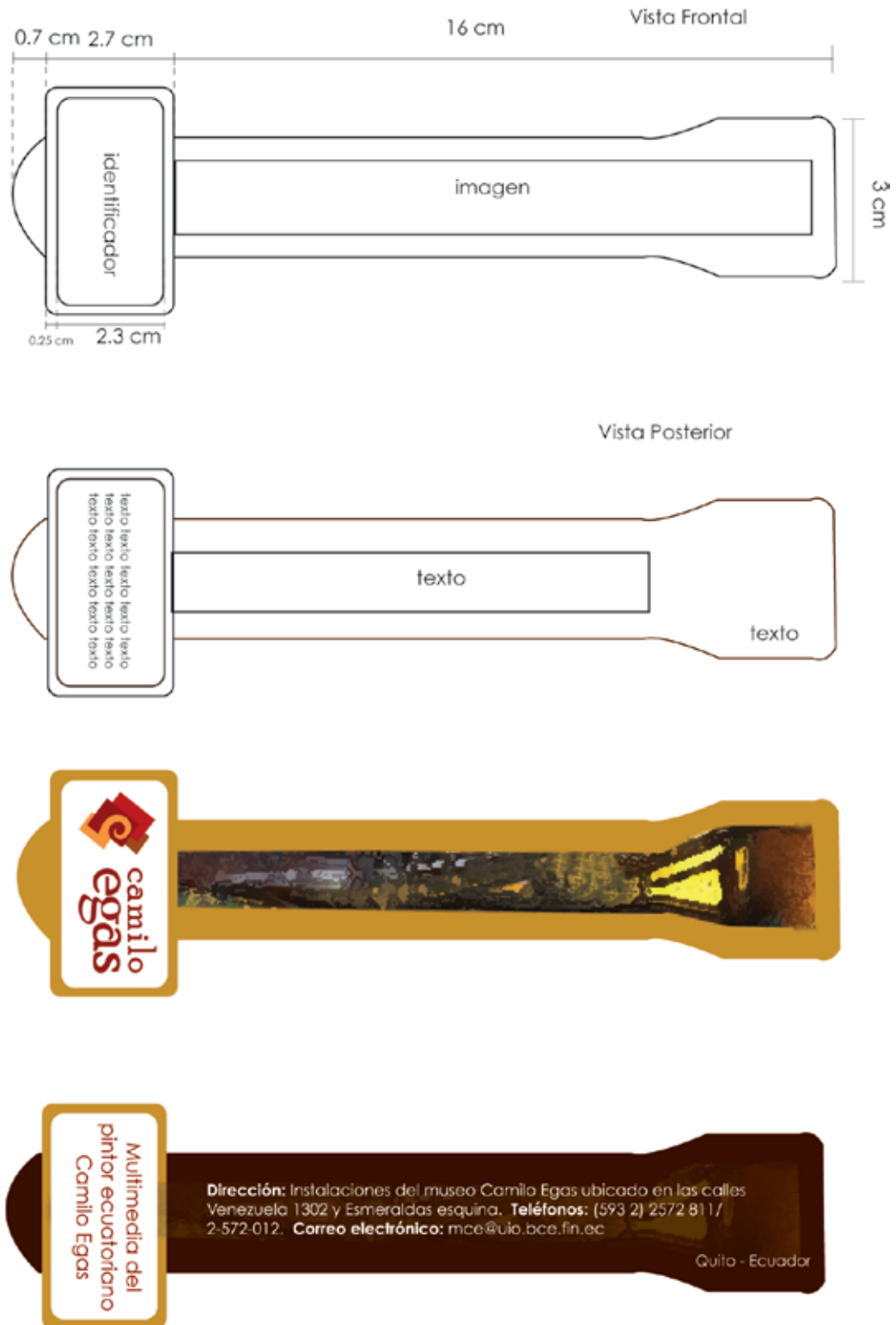
Material: plegable grueso 200 gr.

Contenido: dirección, teléfono y correo electrónico de donde se puede adquirir el cd multimedia.

Tipografía: la tipografía es “Century Ghotic” de 6 puntos regular.

Cromática: la cromática utilizada es basada en los colores del identificador, colores que se contrastan entre ellos brindando calidez.

3.8.2.1 Módulo reticular



3.8.3 Flyer

Medidas: 15 cm de largo x 10.5 cm de ancho.

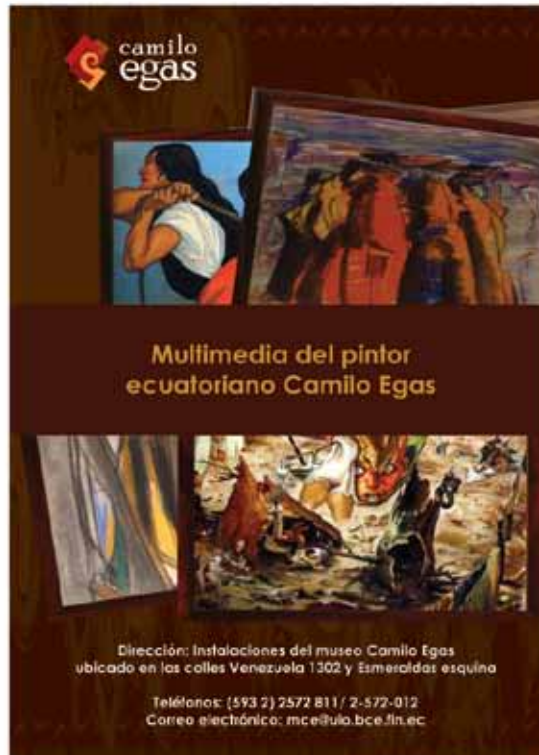
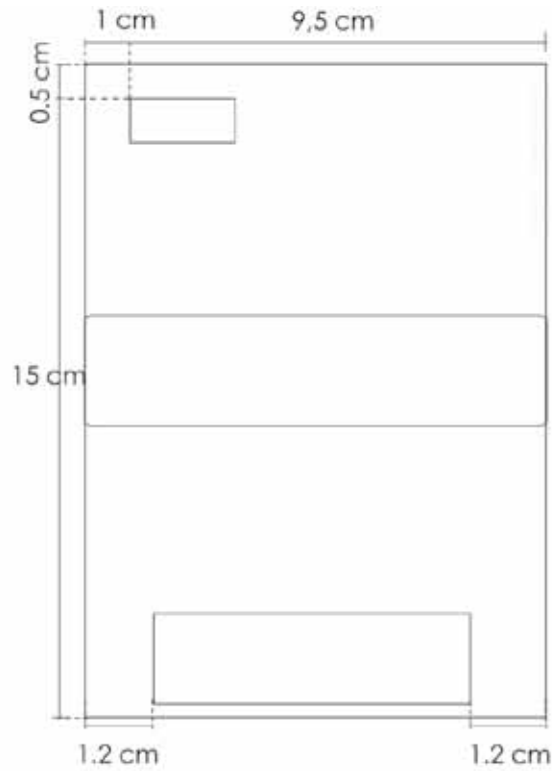
Material: couché grueso 110 gr.

Contenido: dirección, teléfono y correo electrónico donde se puede encontrar el cd multimedia.

Tipografía: la tipografía es “Century Ghotic” de 6 puntos regular.

Cromática: en base a los colores del identificador.

3.8.3.1 Módulo Reticular



3.8.4 Afiches

Medidas: 42 cm de largo x 29.7 cm de ancho.

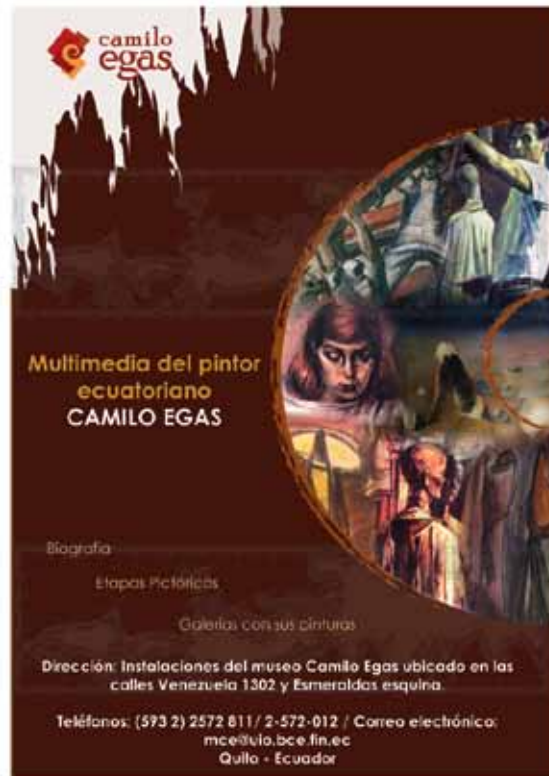
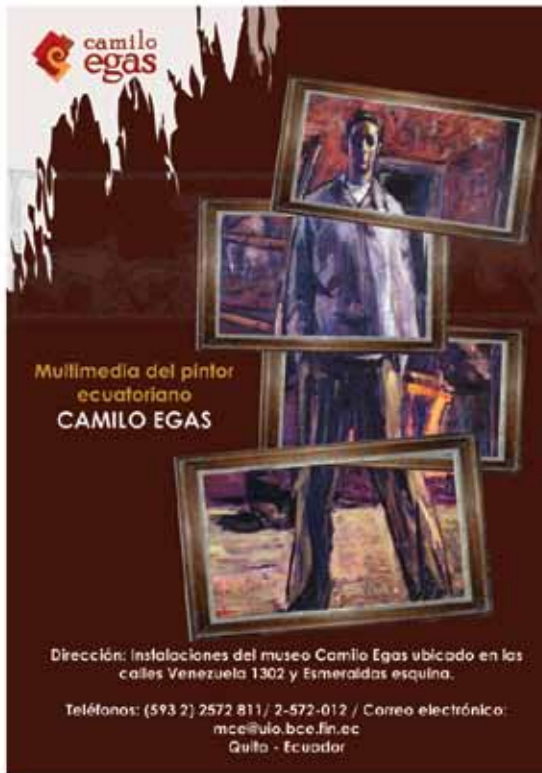
Material: couché grueso 200 gr.

Contenido: dirección, teléfono y correo electrónico donde se puede encontrar el cd multimedia.

Tipografía: la tipografía es “Century Ghotic” bold de 18 puntos regular.

Cromática: la cromática utilizada es basada en los colores del identificador,

3.8.4.1 Diseño de Afiches



- 3.8.5 Anuncio de revista

El Anuncio de Revista será publicado en la Revista Quitobicentenario con el costo de la media página de 210 dólares además de aparecer en la página web de la revista y enviar boletines informativos los cuales se envía a una base de datos de 1'000.000 de e-mails a usuarios del Ecuador (comerciales, industriales y particulares).

Medidas: 15 cm de largo x 10.5 cm de ancho.

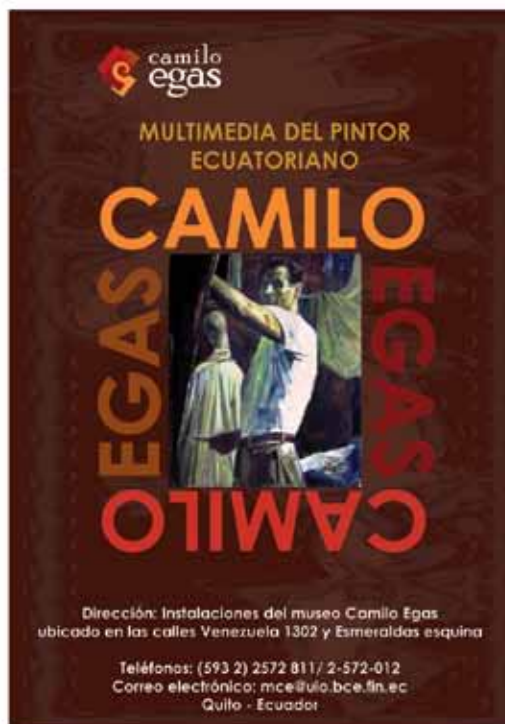
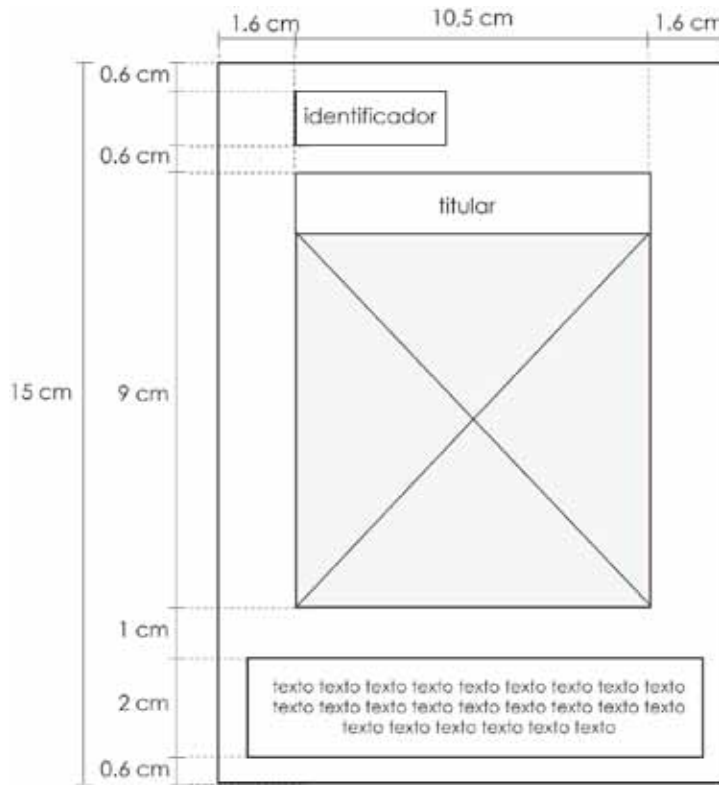
Material: couché grueso 110 gr.

Contenido: dirección, teléfono y correo electrónico donde se puede encontrar el cd multimedia.

Tipografía: la tipografía es “Century Ghotic” bold de 9 puntos regular.

Cromática: la cromática basada en los colores del identificador.

3.8.5.1 Réticula Modular



3.8.6 Inserto de Revista

El inserto de Revista será insertado en la Revista “Quito Q” del distrito metropolitano de Quito.

Medidas: 20 cm de largo x 14.5 cm de ancho.

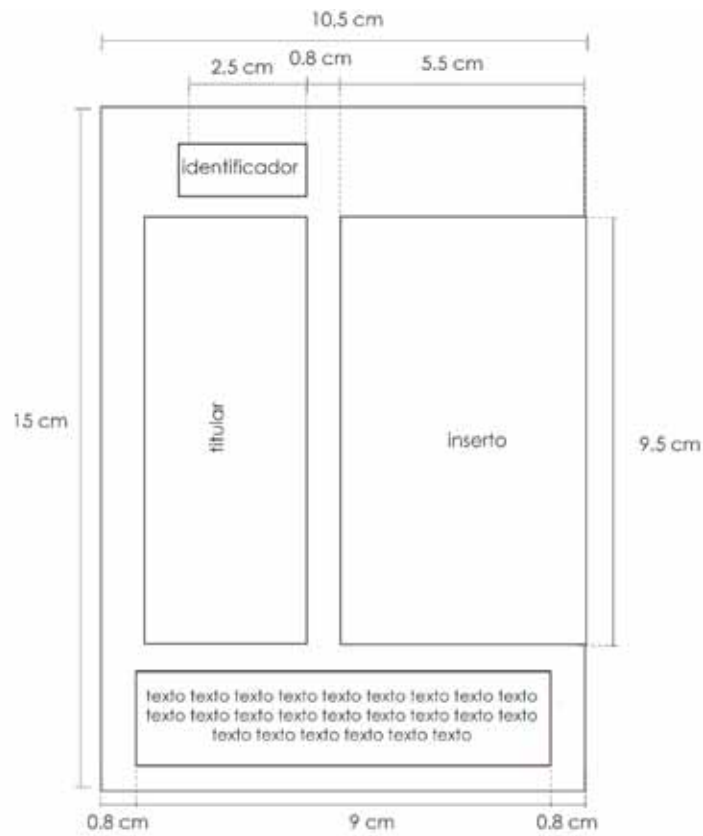
Material: couché grueso 200 gr.

Contenido: dirección, teléfono y correo electrónico donde se puede encontrar el cd multimedia.

Tipografía: la tipografía es “Century Ghotic” bold de 9 puntos regular.

Cromática: la cromática esta basada en los colores del identificador.

3.8.6.1 Retícula Modular



Inserto Cerrado



Inserto Abierto



3.8.7 Díptico

El díptico será repartido a las personas que busquen información en el museo.

Medidas: 30 cm de largo x 11 cm de ancho.

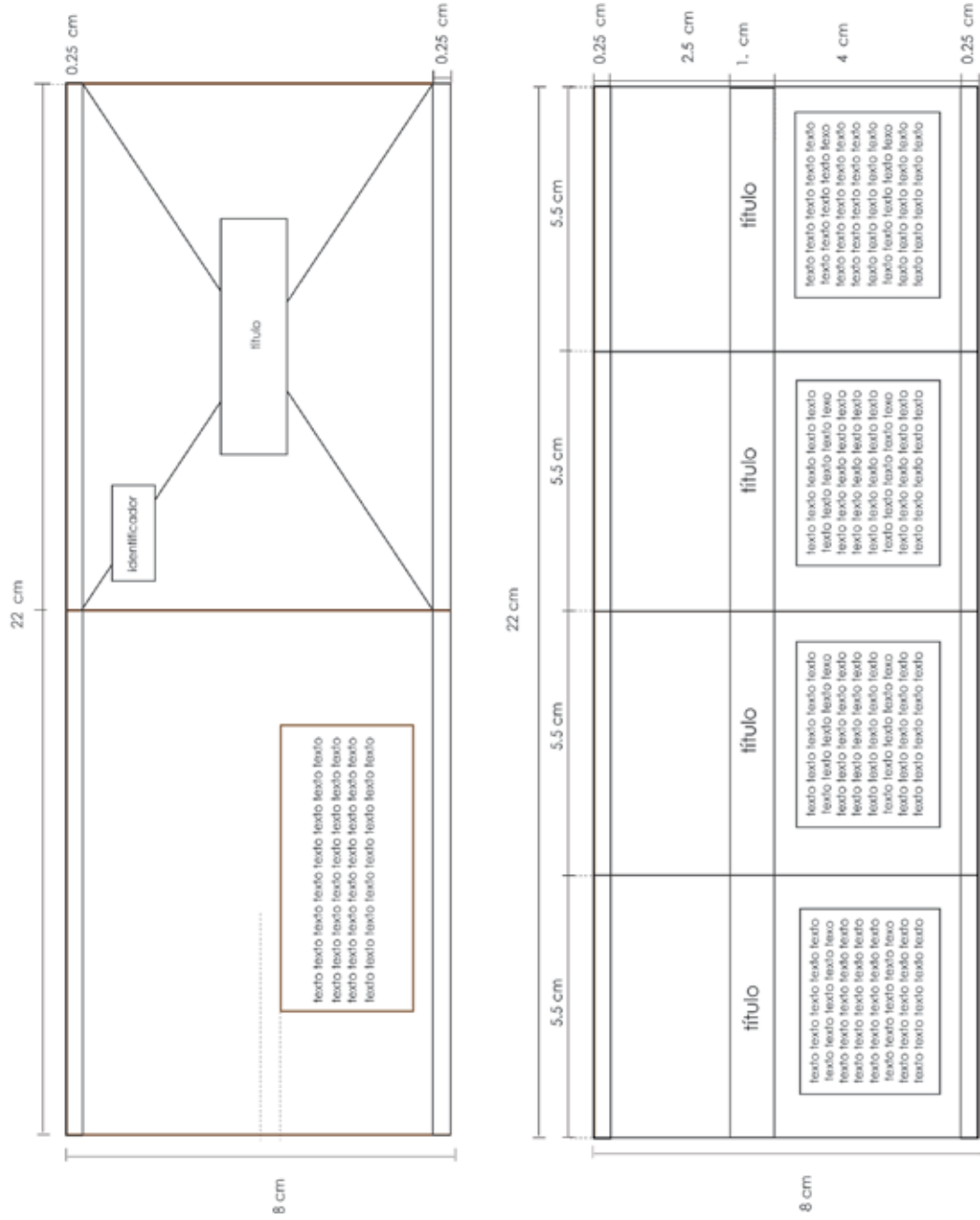
Material: couché grueso 200 gr.

Contenido: dirección, teléfono y correo electrónico donde se puede encontrar el cd multimedia.

Tipografía: la tipografía es “Century Ghotic” bold de 8 puntos regular.

Cromática: la cromática utilizada es basada en los colores del identificador, colores que se contrastan entre ellos brindando calidez.

3.8.6.1 Reticula Modular



Diseño de Díptico



camilo egas

Etapas Pictóricas en su trayectoria artística

Dirección: Instalaciones del museo Camilo Egas
ubicado en las calles Venezuela 1302
y Esmeraldas esquina.

Teléfonos: (593 2) 2572 811 / 2-572-012

Correo electrónico: mce@uio.bce.fin.ec

	<h3>INDIGENISMO</h3>	<p>La indigenista constituye la primera etapa de creación pictórica de Egas, vinculada con el abstraccionismo del indio, su representación en aspectos de la cultura popular indígena, luego influenciado por la fenomenología que sucede en la vida social, política y económica del país. Egas propone una revaloración de la sociedad en la que son marginados.</p>
	<h3>EXPRESIONISMO</h3>	<p>El expresionismo empieza por el año 1927 en que se trasladó a Nueva York y percibe con gran sensibilidad los efectos de la Gran Depresión—crisis económica—en el lenguaje del arte. Egas se separa—y anuncia el ser humano.</p> <p>Participa en la pintura de denuncia y el movimiento social realista.</p>
	<h3>SURREALISMO</h3>	<p>En este período surrealista—los y dibujos que pueden considerarse como la búsqueda de un nuevo lenguaje artístico.</p> <p>Egas abandona la realidad inmediata para trasladarse a una realidad soñada.</p>
	<h3>ABSTRACCIONISMO</h3>	<p>Egas culmina su carrera explorando las posibilidades expresivas de lo abstracto. Las obras de este período dejan en claro un excelente manejo de las superficies y las texturas.</p>

3.8.8 Postales

Las postales tienen el carácter de coleccionables, cada semana saldrán cuatro diferentes postales, cada una de ellas perteneciente a una etapa pictórica de Egas, es decir saldrá una de la colección de indigenismo, otra del expresionismo, surrealismo, y abstraccionismo, estas postales serán entregadas en los puntos de información de los museos del Banco Central del Ecuador incluido el museo Camilo Egas al indicar la cédula y el comprobante de adquisición del cd multimedia , esto será por un período de dos meses siendo una prueba para analizar el grado de aceptación de las personas sobre el producto e interés por conocer la trayectoria artística del pintor, las postales saldrán en orden cronológico.

Medidas: 15 cm de largo x 10 cm de ancho.

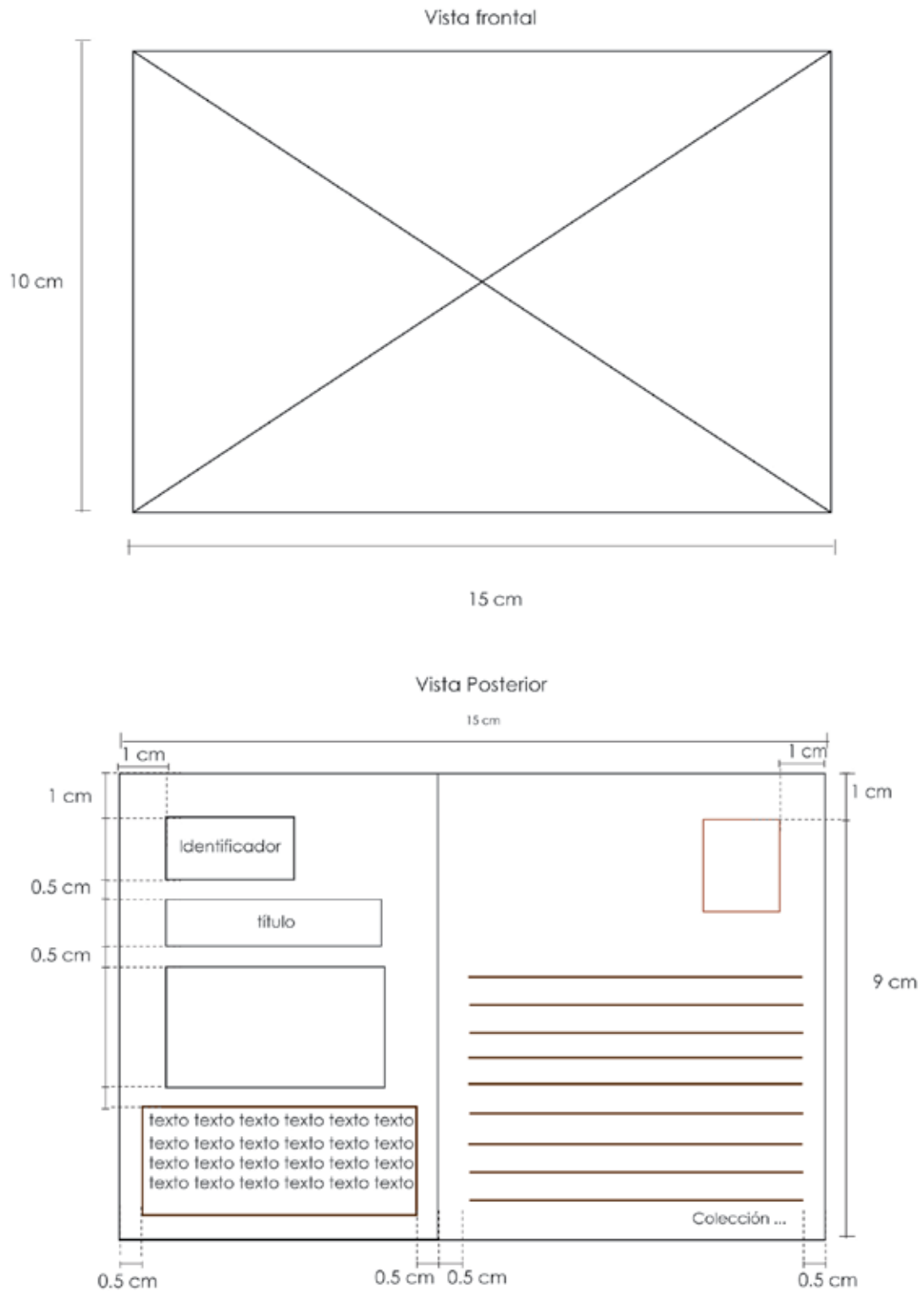
Material: plegable 200 gr.

Contenido: dirección, teléfono y correo electrónico donde se puede encontrar el cd multimedia.

Tipografía: la tipografía es “Century Ghotic” bold de 8 puntos regular.

Cromática: utilización de los colores del identificador

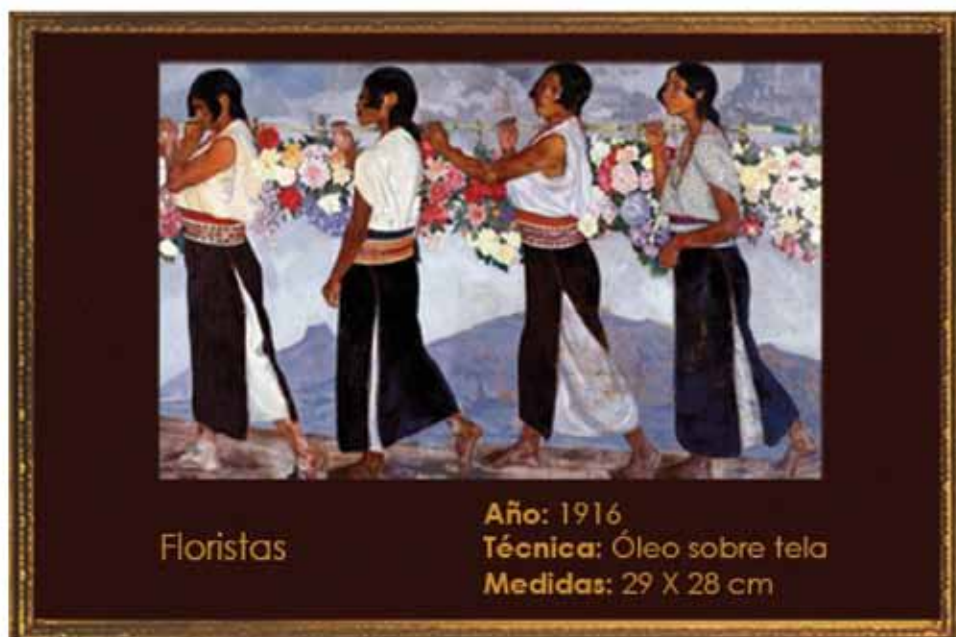
3.8.8.1 Retícula modular



Diseño postal



Vista frontal



Diseño Postal

Vista posterior



Vista frontal



Diseño Postal

Vista posterior

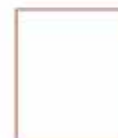


Vista frontal



Diseño Postal

Vista posterior



Colección

Vista frontal



3.8.9 Banners

Banner I

Uno de los banner será publicado en la página principal de Museosecuador.com y tendrá las medidas de 392 px de ancho y 82 px de alto, no poseerá ningún costo por pertenecer la página web al Banco Central del Ecuador, siendo ellos los que apoyan al proyecto.

esta entidad con un intro, el asunto, quien es el pintor, donde se presenta el cd, donde se consigue, y una certificación que el proyecto fue aprobado, teniendo estos datos proceden a subir el banner en la web sin ningún costo.



Banner II

El banner será publicado en la página principal de Ministerio de Turismo una vez aprobado el proyecto y tendrá las medidas de 317 px de ancho y 272 px de alto.

En el Ministerio de Turismo el Ing. Jorge Alvarado encargado de Marketing digital mencionó que es factible la colocación de un banner en la página web pero para ello se debe enviar todos los datos del proyecto a



3.8.10 Empaque

Medidas: 16.5 cm de largo x 12.5 cm de ancho.

Material: Plegable 200 gr.

Cromática

La cromática utilizada es basada en los colores del identificador, colores que se contrastan entre ellos brindando calidez.

Tiro: Se encuentra el nombre del multimedia, el identificador de Camilo Egas y en la parte posterior la dirección del museo.

Retiro: se encontrará el el cd multimedia y un díptico sobre la etapas pictóricas de este artista, haciendo una breve síntesis de el contenido de multimedia.






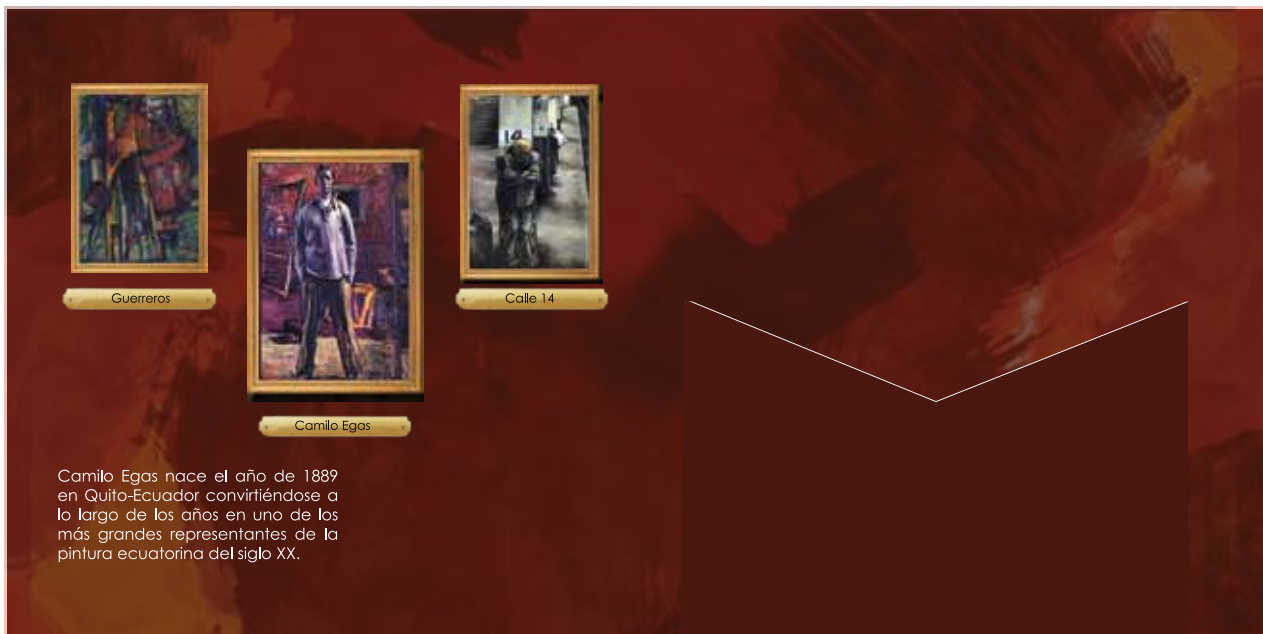
 camilo egas

Dirección: Instalaciones del museo Camilo Egas
ubicado en las calles Venezuela 1302 y Esmeraldas esquina


Teléfonos: [593 2] 2572 811 / 2-572-012
Correo electrónico: mce@uio.bce.fin.ec




MULTIMEDIA
del
Pintor Ecuatoriano
Camilo Egas



Guerreros



Camilo Egas



Calle 14

Camilo Egas nace el año de 1889 en Quito-Ecuador convirtiéndose a lo largo de los años en uno de los más grandes representantes de la pintura ecuatorina del siglo XX.

3.8.11 Presupuesto

Gastos de materiales	
Papelería	
3 Resmas de papel Bond	\$ 14
1 Caja de esferográficos	\$ 2
6 Carpetas	\$ 3
1 Caja de 24 cds	\$ 8
Subtotal	\$ 27
Gastos de oficina y servicios	
Servicio de Internet x 9 meses	\$ 460
Energía eléctrica	\$ 350
Teléfono	\$ 170
Subtotal	\$ 980
Trabajo Intelectual	
\$ 8 x hora (9 meses 3 horas días) 640 horas	\$ 4608
Subtotal	\$ 4608

Gastos de impresión	
Manual Uso de Identificador	
Formato 20.5 cm de ancho x 15.5 cm de largo 64 impresiones (full color) portada y contraportada	\$ 35
Subtotal	\$ 35
Aplicaciones	
Aplicaciones como soporte promocional del producto	
Flyer (500 unidades)	\$ 25
Afiches (15 unidades)	\$ 15
Dípticos (50 unidades)	\$ 60
Colgapuertas (50 unidades)	\$ 12
Separadores de libros (200 unidades)	\$ 15
Postales (200 unidades)	\$ 18
Empaques (100 unidades)	\$ 150

Impresión cd (100 unidades)	\$ 70
Anuncio de revista tamaño (10.5 cm de ancho x 15 cm de largo)	\$ 210
Inserto de revista tamaño (14.5 cm de ancho x 20 cm de largo)	\$ 370
Subtotal	\$ 945
Total	\$ 6595

Elaborado por Lisette Sarango

Conclusiones

Por medio del diseño de un Portafolio Gráfico Visual del pintor ecuatoriano Camilo Egas se obtuvo una unidad de información con interactividad, convirtiéndolo al usuario en un actor participante del proceso de información e investigación sobre la trayectoria artística del pintor siendo el multimedia el medio más atractivo e idóneo por implementar formas de conocimiento e información para la difusión del personaje.

El establecimiento de métodos y técnicas de investigación permitió un claro análisis de la situación actual del desconocimiento sobre el pintor Camilo Egas ayudando a la incursión, definición y fundamentación del multimedia y demás aplicaciones.

Las diferentes aplicaciones gráficas apoyaron como soporte de difusión al multimedia, siendo primordial su elaboración para la información de la existencia del cd.

Recomendaciones

Dada la importancia de la elaboración de productos multimedia en la actualidad por la implementación e innovación de nuevas tecnologías se recomienda usar y realizar estas aplicaciones multimedia para bienes culturales, educativos con información verídica que sirvan como un aporte beneficioso ante la sociedad.

Es recomendable que en el uso del cd multimedia en el computador del usuario disponga de los mejores recursos de hardware y además cuente con las últimas versiones disponibles de software.

Se recomienda el apoyo de instituciones públicas y privadas a productos multimedia que ayuden en la difusión de los grandes personajes y representantes de la cultura ecuatoriana que son desconocidos por la ciudadanía.

Biobliografía

Arnal, Latorre y Rincón, Investigación educativa; fundamentos y metodologías, ediciones Labor, Barcelona 1992.

Andrade Raúl , Egas, fondo cultural del Banco Central del Ecuador,

Bianchini Adelaide, Metodología para el desarrollo de aplicaciones educativas en ambientes multimedios, <http://www.idc.usb.ve/~abianc/Adelaide/mmm.pdf>, 1992

Biblioteca del diseño gráfico 1, editorial Blume, primera edición española, 1994

Carpintero Carlos, El diseño gráfico como agente de control social, http://foroalfa.org/es/articulo/93/El_diseno_grafico_como_agente_de_control_social

Colegio de la Asunción, Introducción a la multimedia y conceptos básicos, <http://colegiolaasuncion.e.telefonica.net/Departamento/NNTT/2E/Multimedia.pdf>.

Costa Joan, Imagen Global, ediciones Ceac, Barcelona, 1987

Chávez Norberto, Qué era, qué es y qué no es el diseño, pdf Actas de Diseño, Facultad de Diseño y Comunicación Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina, Agosto 2006

Diccionario Etimológico, <http://etimologias.dechile.net/>

Echezuría G. César, Michelena Xavier, 200 Años de pintura quiteña, Primera Edición, Quito 2007

Fernandez Coca Antonio, Producción y Diseño Gráfico para la World Wide Web, editorial Paidós, Barcelona

Fuentes Rodolfo, ¿qué es el diseño gráfico?, editorial Gustavo Pili, Barcelona 2002

Fuentes Rodolfo, La práctica del diseño, Ediciones Paidós Ibérica S.A. España-Barcelona 2005

Frascara Jorge, Diseño Gráfico para la Gente, comunicaciones de masa y cambio social. Ediciones Infinito, Buenos Argentina, 2004

Giddens Anthony, Sociología, editorial Alianza, cuarta edición, Madrid, 1997

Rodriguez, Casteló. Nuevo Diccionario crítico de artistas plásticos del Ecuador del siglo XX.

Rodriguez Hernán. Camilo Egas, artículo de revista dinners #137, año XIV

López Guede Alfredo, Introducción a la tipografía para diseñadores gráficos, editorial digicromo

Magañas Álvaro, http://foroalfa.org/es/articulo/75/Educacion_creativa_y_estrategica_del_diseno

Mejía Manuel, Banco Central del Ecuador, Catálogo Camilo Egas.

Mejía Manuel, Egas en el arte ecuatoriano, ediciones Banco Central del Ecuador, Quito, 2003

Moreno de las Casas, La responsabilidad social y la enseñanza del diseño gráfico, pdf Actas de Diseño, Facultad de Diseño y Comunicación Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina, Agosto 2006

Mothelet Gonzales Mónica, Análisis del discurso visual, pdf Universidad de Londres

Newark Quentin, ¿Qué es es Diseño gráfico?, Ediciones Gili, México 2002

Ordoñez Cristian, Formatos de Imagen digital, http://www.revista.unam.mx/vol.6/num5/art50/may_art50.pdf, Revista Digital Universitaria Coordinación de Publicaciones Digitales, DGSCA-UNAM

Paoli Antonio J, Comunicación e información, Editorial Trillas, México 1997
Pelta Raquel, Diseñar Hoy, First Things First Manifiesto 2000, ediciones Paidós, 2004, pags

Piazza Jorge, http://foroalfa.org/es/articulo/188/El_perfil_del_disenador_esta_errado

Poynor Rick, No más normas: Diseño Gráfico Posmoderno

Rafael Quintana Orozco, Introducción al Estudio de la Comunicación, pdf Universidad de Londres

Raúl Belluccia, http://foroalfa.org/es/articulo/68/Procesos_vs_resultados_en_la_ensenanza_del_diseno

Rodríguez Antonio Marco, Grandes del siglo veinte, primera edición, Quito, 2002

Russel Arthur, Comunicación Gráfica, Editorial Trillas, México 2001

Saloma Ramirez Margarita, Historia del diseño gráfico, pdf universidad de Londres

Seminario de guión multimedia, apuntes de trabajo, Universidad Tecnológica Israel, 2006

Silver Lisa, Diseño de Logotipo, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2001

Swann Alan, Bases del diseño gráfico, editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1990

Anexos

Anexos

Anexo 1 (Prueba Piloto)

ENCUESTA: Realizada en una semana a veinte personas mayores de 18 años visitantes del Museo Camilo Egas

Edad:

Sexo:

1 ¿Al finalizar su visita al Museo, siente que le faltó mayor información sobre el pintor Camilo Egas?

Si No

2 ¿Cree usted que el pintor Camilo Egas es poco conocido?

Si No

3 ¿Piensa usted que es necesario rescatar la trayectoria pictórica de Egas?

Si No Talvez

4. ¿ Le gustaría llevar a su hogar un soporte informacional sobre Camilo Egas?

Si No

5. ¿Qué medio de comunicación le parece más idóneo para conocer a Camilo Egas ? Elija una opción

Cd interactivo

Medios Impresos

Internet

6 ¿Si tuviera la oportunidad, pagaría usted por un CD Interactivo que contenga toda la información del pintor Camilo Egas?

Si No

7. ¿Varios artistas poseen su propio portafolio, cree que es necesario crear un portafolio del pintor Camilo Egas para ser mejor conocido y entendido?

Si No

8. ¿Comunicaría a las personas cercanas a usted de la existencia sobre este portafolio?

Si No

Anexo 2 (encuesta final)

ENCUESTA: Realizada en una semana a veinte personas mayores de dieciocho años visitantes del Museo Camilo Egas

Edad:

Sexo:

1 ¿Al finalizar su visita al Museo, siente que le faltó mayor información sobre el pintor Camilo Egas?

Si No

2 ¿Cree usted que el pintor Camilo Egas es poco conocido?

Si No

3 ¿Piensa usted que es necesario rescatar la trayectoria pictórica de Egas?

Si No

4. ¿ Le gustaría llevar a su hogar un soporte informacional sobre Camilo Egas?

Si No

5. ¿Qué medio de comunicación le parece más idóneo para conocer a Camilo Egas ? Elija una opción

Cd interactivo

Medios Impresos

Internet

6 ¿Si tuviera la oportunidad, pagaría usted por un CD Interactivo que contenga toda la información del pintor Camilo Egas?

Si No

7. ¿Varios artistas poseen su propio portafolio, cree que es necesario crear un portafolio del pintor Camilo Egas para ser mejor conocido y entendido?

Si No

8. ¿Comunicaría a las personas cercanas a usted de la existencia sobre este portafolio?

Si No

Anexo 3 (Encuestas Resultados)

ENCUESTA: Realizada en una semana a veinte personas mayores de dieciocho años visitantes del Museo Camilo Egas.

Edad:

Sexo:

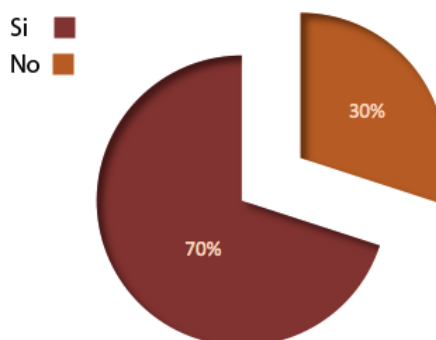
Preguntas

1. ¿Al finalizar su visita al Museo, siente que le faltó mayor información sobre el pintor Camilo Egas?

Si

No

El 70% de las personas respondieron que si les faltó información de Camilo Egas luego de visitar el museo es decir (14 personas) y el 30% es decir (6 personas) respondió que no, por lo que al no irse conformes sobre la información entregada en el museo Camilo Egas sobre el pintor se hace factible la posibilidad de realizar un soporte informativo.

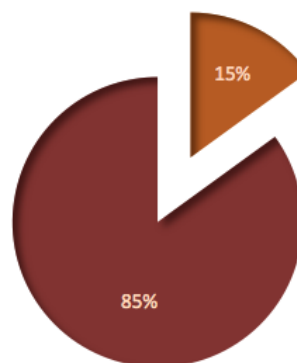


2. ¿Cree usted que el pintor Camilo Egas es poco conocido?

Si No

El 85% de las personas respondieron que Camilo Egas es poco conocido es decir (17 personas) y el 15% es decir (3 personas) respondió que Egas si es conocido, este dato permite aclarar que la mayoría no lo conocen en la actualidad.

Si ■
No ■

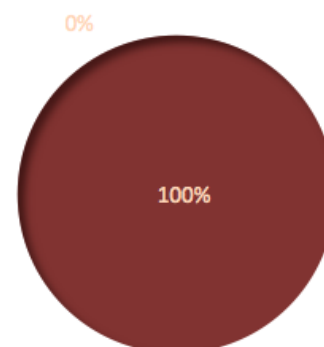


3. ¿Piensa usted que es necesario rescatar la trayectoria pictórica de Egas?

Si No

El 100% de las personas creen que si es necesario rescatar la trayectoria pictórica de Egas es decir (20 personas), dando esta pregunta una respuesta positiva en la creación de un portafolio para el pintor.

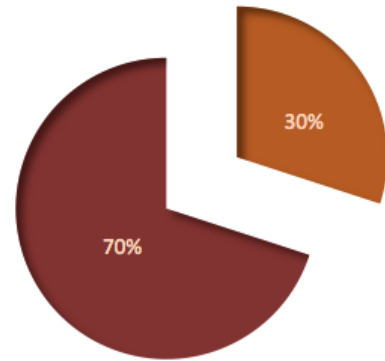
Si ■
No ■



4. ¿Le gustaría conocer al pintor Camilo Egas por otro medio de comunicación que no fuera un libro?

Si No

Si ■
No ■

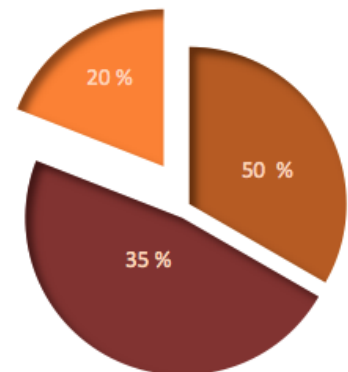


El 70% de las personas respondieron que si les gustaría conocer al pintor Camilo Egas de una forma diferente es decir (14 personas) y el 30% decir (6 personas) respondieron que no, este dato aporta al proyecto para implementar un nuevo producto visual.

5. ¿Qué medio de comunicación le parece más idóneo para conocer a Camilo Egas ? Elija una opción

Cd interactivo Medios Impresos
Internet

Cd Multimedia ■
Internet ■
Medios Impresos ■



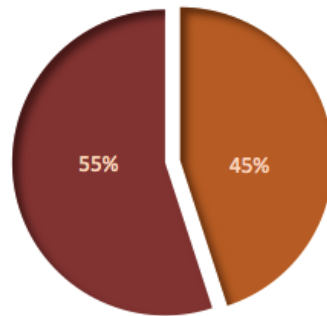
El 50% de personas es decir (10 personas) piensan que el Cd multimedia es una buena opción para dar a conocer a Camilo Egas con toda su trayectoria artística mientras el 35 % es decir (6 personas) respondió que en el Internet también se lo puede dar a conocer, y por último el 20% (4 personas) piensa que por medios impresos.

6 ¿Si tuviera la oportunidad, pagaría usted por un CD Interactivo que contenga toda la información del pintor Camilo Egas?

Si No

El 55% de las personas si pagarían por un cd multimedia es decir (11 personas) y el 45 % es decir (9 personas) no, por lo que al ser casi la mitad de personas si se obtiene la acogida de la mitad de las personas que apoyarían al proyecto.

Si ■
No ■

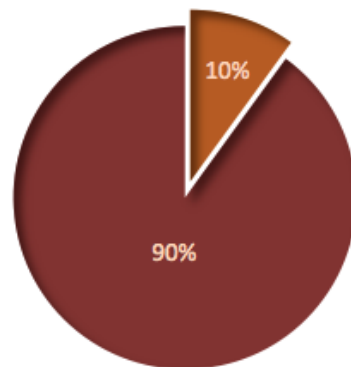


7. ¿Varios artistas poseen su propio portafolio, cree que es necesario crear un portafolio del pintor Camilo Egas para ser mejor conocido y entendido?

Si No

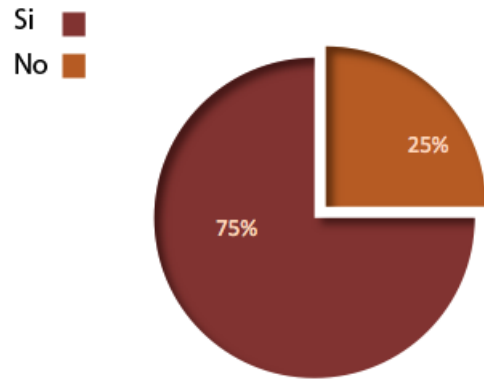
El 90% de las personas es decir (18 personas) respondieron que si es necesario un portafolio que unifique todo sobre la vida artística de Egas mientras que en contra sólo se obtuvo el 10 % es decir (2 personas)

Si ■
No ■



8. ¿Comunicaría a las personas cercanas a usted de la existencia sobre este portafolio?

Si No



El 75% de las personas respondieron que sí es decir (15 personas) dándose así un incentivo a otras personas a evaluar el portafolio de Camilo Egas y el 25% es decir (5 personas) opinaron que no.

Anexo 4

Entrevistas

Entrevista a Carlos Landázuri, Director Cultural del Banco Central del Ecuador e historiador.

1. ¿El museo Camilo Egas cuando fue creado?, ¿me puede mencionar la historia de este museo?

Fue creado entiendo en la década de los ochenta, y luego debió cerrarse, porque el banco perdió mucho personal, y entonces se cerró a los pocos años, se cerró en la primera década de los noventa y permaneció

cerrado varios años, las obras de Camilo Egas se reincorporaron a las reservas del museo y se las exhibió más bien dentro de todas las obras en el museo nacional en la Casa de la cultura.

Después en la década del año 2000 es decir en esta época debe haber sido como entre 2004 – 2005 se lo reabrió que es una casa del centro de Quito que esta en la Esmeralda y Venezuela, de paso no tiene nada que ver la casa con Camilo Egas, no es que era la casa de él si no que el Banco la adquirió la restauró e instaló aquí el museo, después cuando cerró la dio en comodato a una institución puntual, pero la trataron mal no la mantuvieron y entonces cuan-

do el banco la volvió a recuperar la restauraron y volvieron a poner allí el museo.

2. ¿Porque el nombre de Camilo Egas para el museo y no otro pintor?

Porque el nombre de camilo Egas y no otro pintor, porque el Banco adquirió una importante colección de camilo Egas, y en la investigación que se hizo mostró que Camilo Egas es un importante pintor del siglo XX en el Ecuador, que recorrió diversos estilos y que fue siempre un buscador estuvo más bien a la vanguardia de la pintura ecuatoriana, vivió mas bien bastante tiempo fuera del país, talvez la mayor parte de su vida creativa, entonces el banco trajo al país una serie de obras de Camilo Egas que es la más importante y valía la obra resaltar, trajo de afuera y recuperó, también compró las obras de aquí, y compro a perteneciente Don Jacinto Jijon y Caamaño parecía necesario destacar a este pintor tan importante y poco reconocido que tampoco es que tenía una obra enormemente grande y calzaba perfectamente en ese local , que es un local pequeño entonces se lo dedico a Camilo Egas.

3. ¿Cuántas pinturas se tiene en el Ecuador de Camilo Egas?

El banco no es la única institución que tiene obras de camilo Egas en el ecuador, por ejemplo la obra más emblemática de Camilo Egas no la tiene el banco si no la casa de la cultura ecuatoriana que es la calle 14 que pinta la tristeza, la pobreza y depresión en los estados unidos.

4. ¿Cree que este pintor ecuatoriano es poco conocido a pesar de que posee un museo con su nombre? ¿Qué haría usted para que se lo reconociera?

El banco al abrir el museo contribuyó a difundir la obra de camilo Egas y a hacerlo conocer, entonces yo creo ya no es un pintor desconocido pero obviamente muchísima gente no lo conoce y por eso vale la pena seguir difundándolo, al haber dedicado un museo creo que estamos haciendo bastante, lo que usted esta queriendo hacer ayuda a su difusión mediante producto visual siendo una gran contribución, que pueda ser distribuido a gente que no esta dispuesta a leer un libro o estudiar pero si esta dispuesta a ver un producto visual que seria una cosa interesante y bonita.

5. ¿En la actualidad es necesario que todas las personas conozcan más sobre la pintura de Camilo Egas? ¿Qué opina usted?

Es sin duda necesario conocer nuestro entorno, nuestra cultura para saber quienes somos, de donde venimos, que nos dejan nuestros antepasados, es por cuestión de formación y cultura el conocer sobre nuestro país y sus principales actores

6. ¿Ya que estamos en un mundo invadido por la tecnología y el diseño, cree usted que debemos actualizarlos e implementar la tecnología junto con el diseño para dar a conocer al pintor Camilo Egas de una forma atractiva y diferente?

Yo creo que hay que utilizar en efecto la tecnología para difundir la cultura que a la larga es cultura, es una nueva forma de hacer cultura sobretodo la tecnología, por eso me parece una gran idea de hacer eso, y sería bueno después poderlo distribuir, es muy buena idea.

7. ¿Existen varios libros que tienen información sobre el pintor Camilo Egas, le parece atractiva y funcional

la idea de crear de un cd multimedia que contenga toda la vida y obras de Camilo Egas? ¿Qué otros medios cree usted que se puede dar a conocer a Camilo Egas?

La gente no esta dispuesta a leer pero si esta dispuesta a ver por eso el cd podrá penetrar en más sectores y le va a encantar tener a las personas tener un cd así

8. ¿El crear un Cd multimedia sobre el pintor ecuatoriano para ser integrado en el museo Camilo Egas, es una idea que existe en otro museo de la ciudad?

Si existen cd y es una cosa relativamente normal, nosotros hicimos una exposición que le llamamos Ecuador y su pasado precolombino en donde hicimos dos dvds en donde exploramos la exposición y tratamos un tema del pensamiento andino ancestral, es decir tratando de explicar a la gente como era la cosmovisión indígena, pero si existen multimedia y es bueno que sobre camilo Egas también lo haya.

9. ¿Cree que el cd multimedia actuará como cadena informativa en

los hogares sobre quién es Camilo Egas? ¿por qué?

Claro que actuará como cadena informativa, al verlo siempre a alguien le contamos lo que vimos y sin darnos cuenta le transmitimos información de el tema que observamos.

10. ¿Usted cree que este cd multimedia es un aporte a la cultura de ciudad de Quito? ¿Por qué?

El cd es un aporte a la cultura, Camilo Egas es un pintor quiteño aunque vivió fuera mucho tiempo, es quiteño de origen.

11. Finalmente ¿cree usted que este proyecto tiene posibilidades de expansión? ¿donde podría implementarse el cd multimedia además de en el museo?

Y claro que tiene posibilidades de expansión, porque las formas de comunicación han cambiado y un medio visual sería excelente, además tendría una salida comercial como un recuerdo del museo, por eso da para muchísimo esta idea del multimedia.

Entrevista a Lcda. Ana Maria Armijos, quien fue la organizadora del Museo Camilo Egas

¿Camilo Egas es por hoy uno de los pintores más importantes del siglo XX, la idea de crear un multimedia sobre el pintor Camilo Egas es una buena forma de fomentar quien es este personaje ecuatoriano?

Sin duda alguna lo es, el museo es un lugar de depósito y de encuentro con sus obras pero sin duda alguna sería muy interesante que las personas pudieran tener a la mano un multimedia, un cd multimedia verdad con una buena cantidad de pinturas que sean de su trayectoria artística para que puedan ver no sólo los que llevan el multimedia sino en sus casas también mostrar el cd multimedia y así conozcan mejor quien es Camilo Egas.

¿El cd multimedia en que lugar podría ser implementado?

El museo es el lugar ideal para tener el cd multimedia porque puede ser puesto para que salga a comercializarse o también puede existir la posibilidad de que pueda ser puesto en la biblioteca del Banco central de Ecuador como

5. ¿En la actualidad es necesario que todas las personas conozcan más sobre la pintura de Camilo Egas? ¿Qué opina usted?

Es sin duda necesario conocer nuestro entorno, nuestra cultura para saber quienes somos, de donde venimos, que nos dejan nuestros antepasados, es por cuestión de formación y cultura el conocer sobre nuestro país y sus principales actores

6. ¿Ya que estamos en un mundo invadido por la tecnología y el diseño, cree usted que debemos actualizarlos e implementar la tecnología junto con el diseño para dar a conocer al pintor Camilo Egas de una forma atractiva y diferente?

Yo creo que hay que utilizar en efecto la tecnología para difundir la cultura que a la larga es cultura, es una nueva forma de hacer cultura sobretodo la tecnología, por eso me parece una gran idea de hacer eso, y sería bueno después poderlo distribuir, es muy buena idea.

7. ¿Existen varios libros que tienen información sobre el pintor Camilo Egas, le parece atractiva y funcional

la idea de crear de un cd multimedia que contenga toda la vida y obras de Camilo Egas? ¿Qué otros medios cree usted que se puede dar a conocer a Camilo Egas?

La gente no esta dispuesta a leer pero si esta dispuesta a ver por eso el cd podrá penetrar en más sectores y le va a encantar tener a las personas tener un cd así

8. ¿El crear un Cd multimedia sobre el pintor ecuatoriano para ser integrado en el museo Camilo Egas, es una idea que existe en otro museo de la ciudad?

Si existen cd y es una cosa relativamente normal, nosotros hicimos una exposición que le llamamos Ecuador y su pasado precolombino en donde hicimos dos dvds en donde exploramos la exposición y tratamos un tema del pensamiento andino ancestral, es decir tratando de explicar a la gente como era la cosmovisión indígena, pero si existen multimedia y es bueno que sobre camilo Egas también lo haya.

9. ¿Cree que el cd multimedia actuará como cadena informativa en

los hogares sobre quién es Camilo Egas? ¿por qué?

Claro que actuará como cadena informativa, al verlo siempre a alguien le contamos lo que vimos y sin darnos cuenta le transmitimos información de el tema que observamos.

10. ¿Usted cree que este cd multimedia es un aporte a la cultura de ciudad de Quito? ¿Por qué?

El cd es un aporte a la cultura, Camilo Egas es un pintor quiteño aunque vivió fuera mucho tiempo, es quiteño de origen.

11. Finalmente ¿cree usted que este proyecto tiene posibilidades de expansión? ¿donde podría implementarse el cd multimedia además de en el museo?

Y claro que tiene posibilidades de expansión, porque las formas de comunicación han cambiado y un medio visual sería excelente, además tendría una salida comercial como un recuerdo del museo, por eso da para muchísimo esta idea del multimedia.

Entrevista a Lcda. Ana Maria Armijos, quien fue la organizadora del Museo Camilo Egas

¿Camilo Egas es por hoy uno de los pintores más importantes del siglo XX, la idea de crear un multimedia sobre el pintor Camilo Egas es una buena forma de fomentar quien es este personaje ecuatoriano?

Sin duda alguna lo es, el museo es un lugar de depósito y de encuentro con sus obras pero sin duda alguna sería muy interesante que las personas pudieran tener a la mano un multimedia, un cd multimedia verdad con una buena cantidad de pinturas que sean de su trayectoria artística para que puedan ver no sólo los que llevan el multimedia sino en sus casas también mostrar el cd multimedia y así conozcan mejor quien es Camilo Egas.

¿El cd multimedia en que lugar podría ser implementado?

El museo es el lugar ideal para tener el cd multimedia porque puede ser puesto para que salga a comercializarse o también puede existir la posibilidad de que pueda ser puesto en la biblioteca del Banco central de Ecuador como un medio informativo, pero eso

compete directamente a los directivos del Banco Central.

¿Cree que sería necesario difundir al pintor Camilo Egas de alguna otra forma?

El museo Camilo Egas fue creado para salvaguardar algunas de las pinturas de Camilo Egas, el museo cumple con su función de difundir sus obras, aunque nunca esta de más crear nuevos medios en que pueda ser llegado a conocer este pintor, por eso el caso de un multimedia me parece muy interesante.

¿El museo Camilo Egas no es muy visitado porque cree usted que ocurre esta situación?

Las personas hoy en día prefieren quedarse en sus casas, no tienen interés en salir y conocer un museo porque piensan que es aburrido etc, o tal vez es por el sector que se encuentra el museo puede ser que piensen que es peligroso.

¿Cree usted que las personas pagarían por un cd multimedia?

Eso es algo que no se puede asegurar, las personas que les interesa el tema de la pintura créeme que si pagarían, es cuestión de cada per-

sona, pero mientras se llegue a algunas personas con el multimedia créeme que habremos hecho mucho, el multimedia funcionaría como cadena informativa.

¿En el cd multimedia que información cree que sería de suma importancia ?

La vida de Camilo Egas, todo referente a su vida, los diferentes momentos pictóricos que tuvo, es decir sus vanguardias, toda su trayectoria, además de mostrar sus pinturas, no todas porque algunas están en Nueva York pero si sería interesante mostrar la mayoría que se encuentran aquí en la ciudad de Quito.

¿Es necesario adecuarnos a los nuevos implementos tecnológicos para conocer de forma diferente nuestra cultura?

Es primordial entrarnos en el mundo tecnológico, existen muchas formas de información y maneras para comunicarnos no podemos quedarnos obsoletos hay que implementar nuevos sistemas para llegar a más personas de una forma fácil y efectiva.

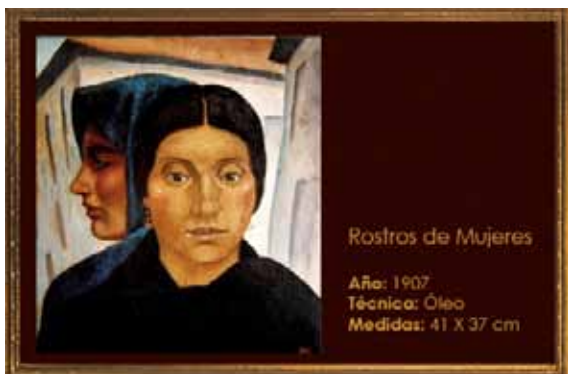
Anexo 5

Pinturas De Camilo Egas

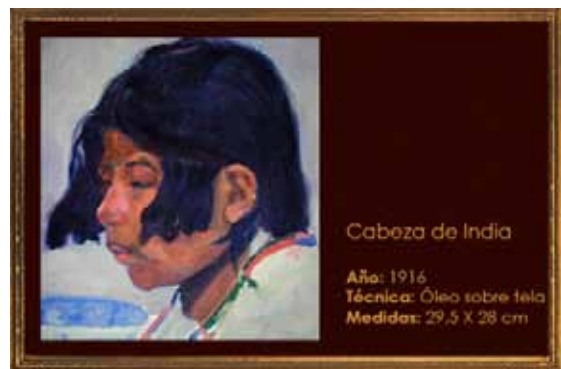
INDIGENISMO

Año: 1907

- Rostros de Mujeres



- Cabeza de India



Año: 1916

- Las Floristas



- Cabeza de India



- San Juanito



- Gregorio y Carmela



INDIGENISMO

Año: 1922

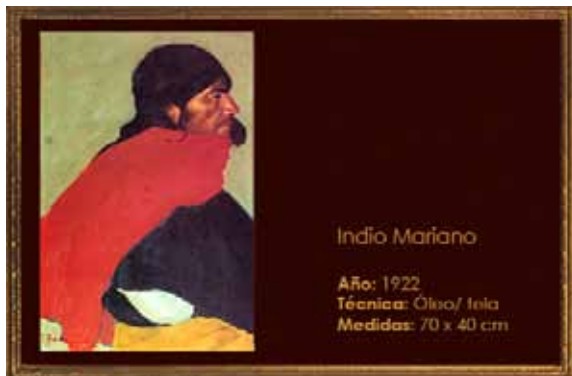
- Ritual



- Velorio Indígena



- Indio Mariano



- Baile Indígena



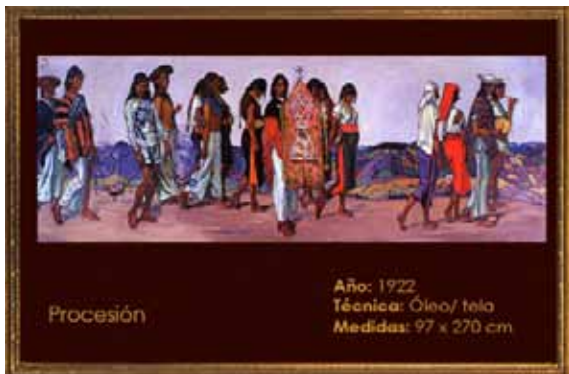
- Camino al mercado



- Indígenas con vasijas



- Procesión

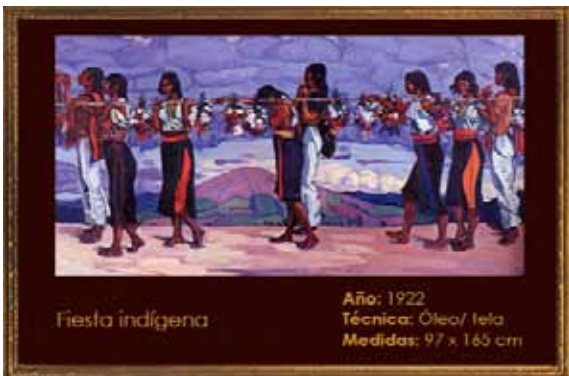


- Retrato De Mireya Gándara

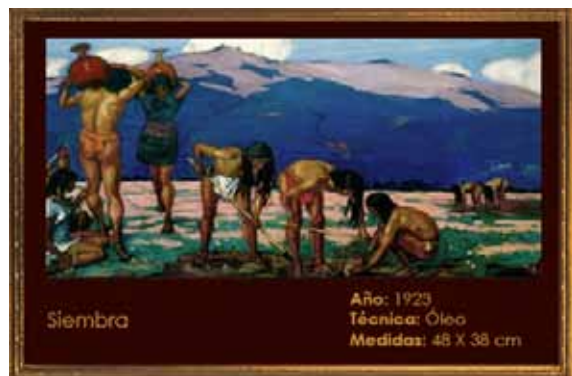


Año:1923

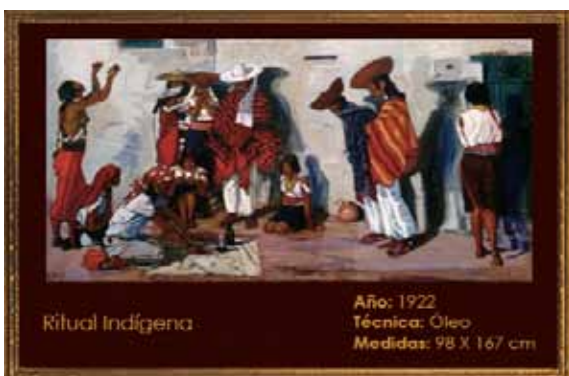
- Fiesta indígena



- Siembra



- Ritual Indígena

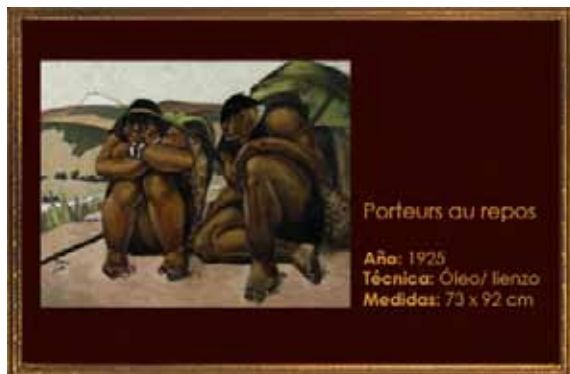


Año: 1925

- Ramassage de Mais



- Porteurs au repos

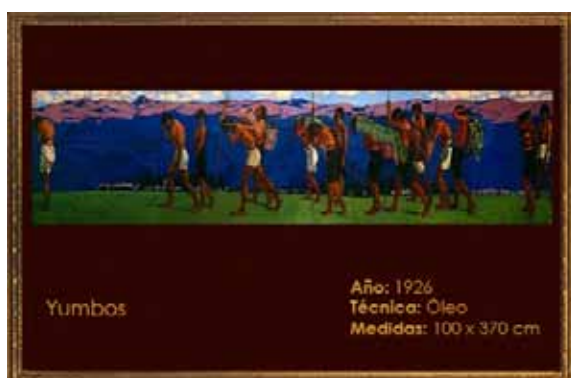


Año: 1926

-Cabeza de India



- Yumbos



- Cabeza de Indio



Año: 1927

- Baile de Ninfas y sátiro

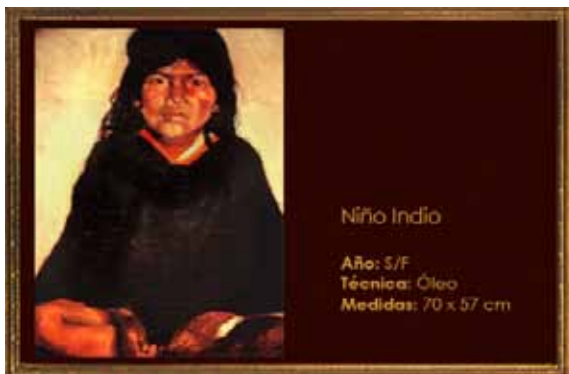


Sin fecha (s/f)

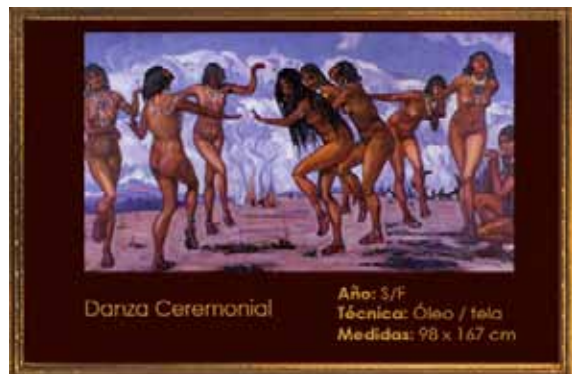
- Mujeres Ninfas



- Niño Indio



- Danza Ceremonial



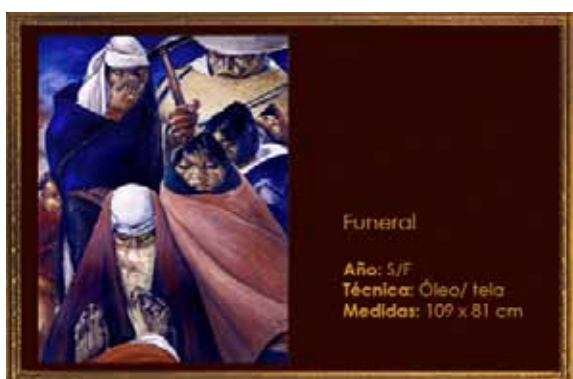
- Retrato de India



- Indios



- Funeral



- Alegoría y descubrimiento de América



EXPRESIONISMO

Año:1930

- La Cosecha (Mural)

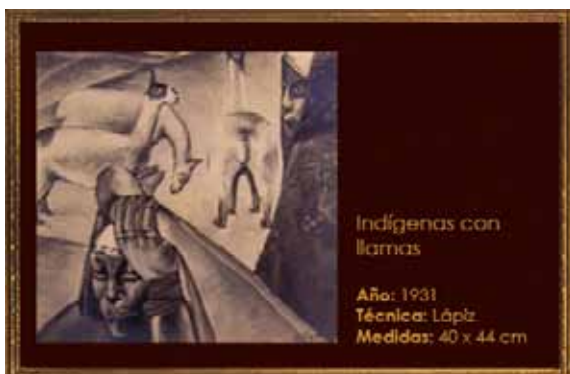


- Obreros de la construcción

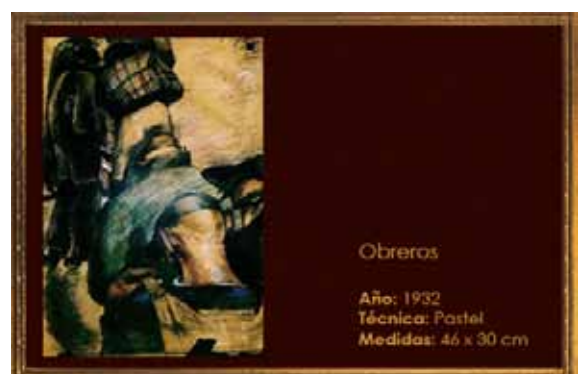


Año:1931

- Indígenas con llamas

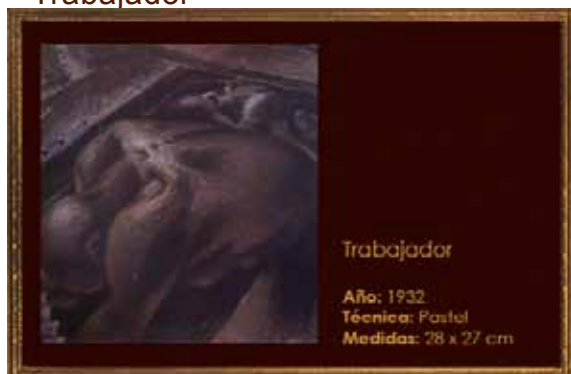


- Obreros



Año:1932

- Trabajador



- El Desocupado



- Festival

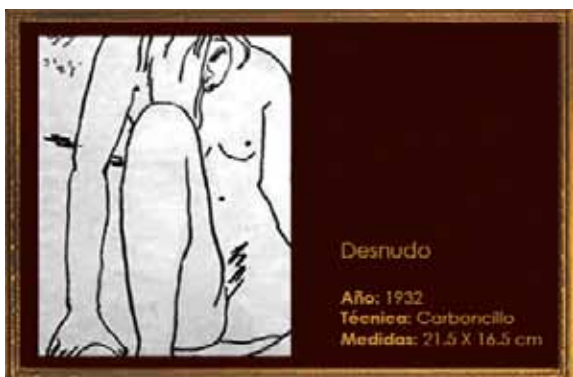


- Desnudo 2



Año:1935

- Desnudo



- Desnudo



Año:1933

- Desnudo



Año:1936

- La España



Año:1937

- Desnudo



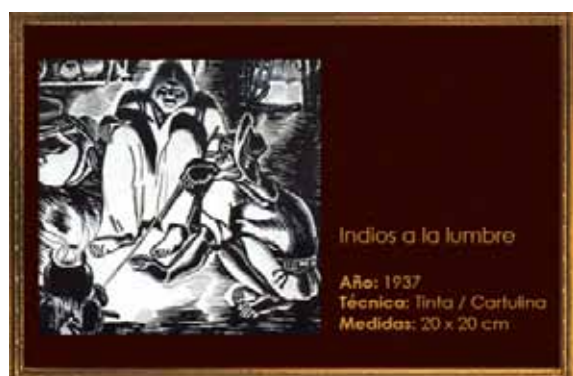
- Alusión al fascismo 2



- Calle 14



- Indios a la lumbre



- Alusión al fascismo



Año:1938

- Estudio sobre la miseria



-Cosechadora



- Trabajadores sin hogar



Sin fecha (s/f)

- Desnudo



SURREALISMO

Año: 1939

- Sueño de Ecuador



- Desnudo 2



Año: 1940

- Paisaje Surrealista



- Dual



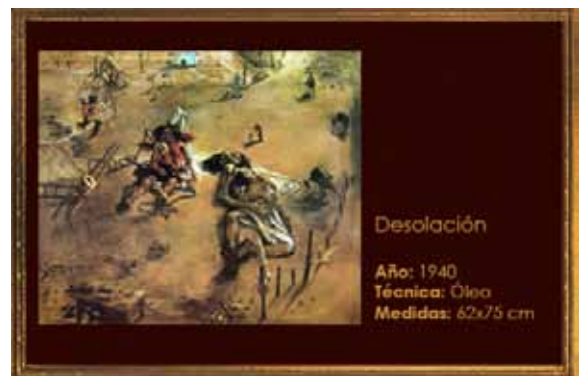
- Don Quijote Moderno



- Guerra civil España



- Desolación



- Paisaje Surrealista 2



Año:1943

- Abstracto surrealista



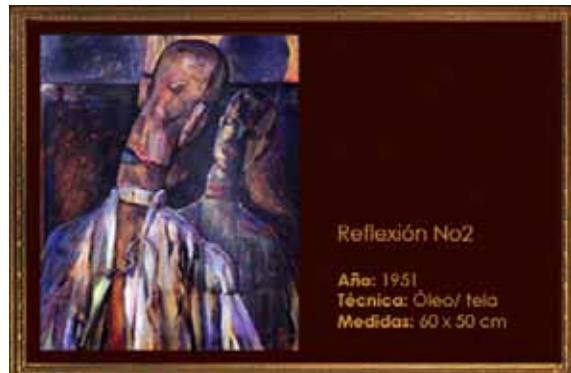
ABSTRACCIONISMO

Año:1951

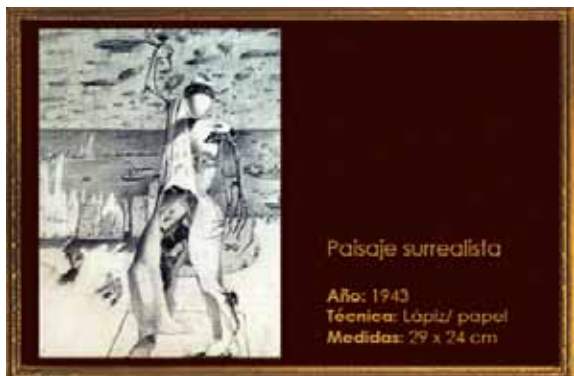
- Infierno



- Reflexión No 2



- Paisaje surrealista

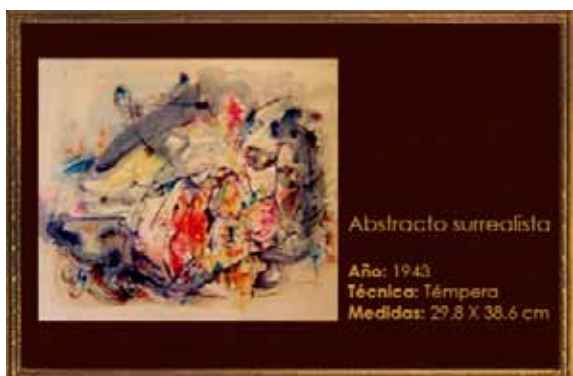


Año:1953

- Calle de ciudad



- Abstracto surrealista



- Autorretrato



- Rincón en el estudio



Año:1954

- Autorretrato



- Pensylvania



- Reflexión No 1



Año:1956

- Figura Envuelta



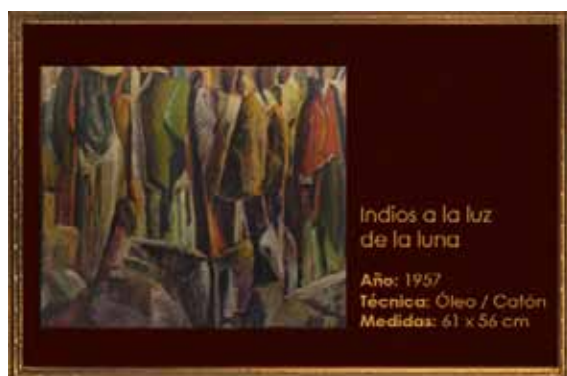
- Composición Indigenista 1



- Composición Indigenista 2



- Indios a la luz de la luna



- Composición Indigenista 3



- Las Viudas



Año: 1957

- Composición Indigenista



Año: 1958

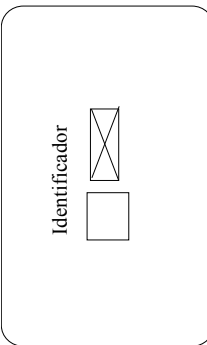
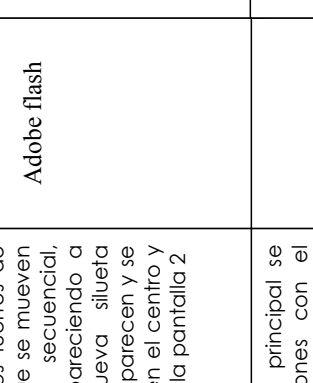
- Composición Indigenista

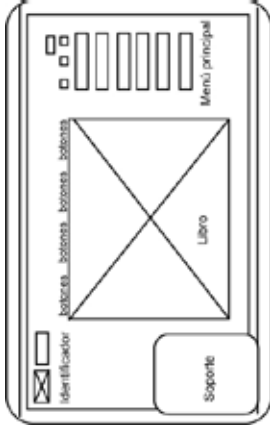
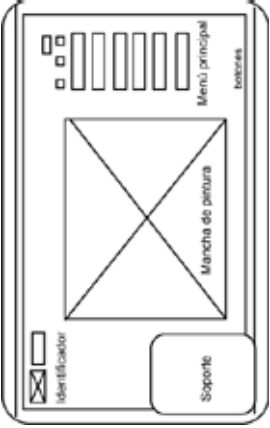


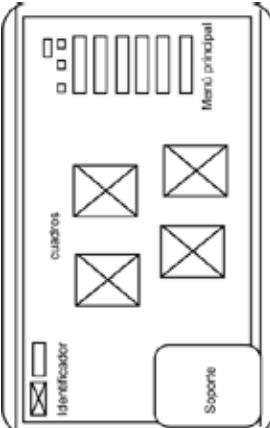
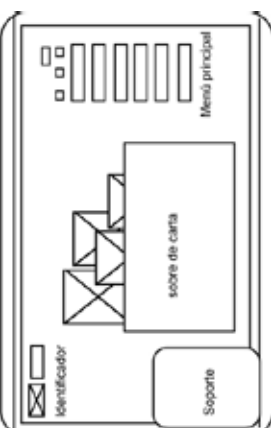
Guión Narrativo

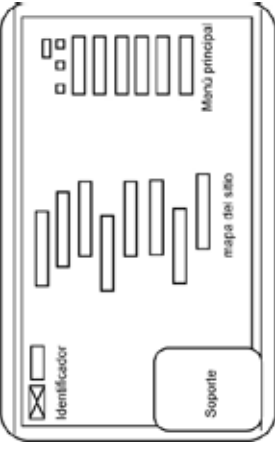
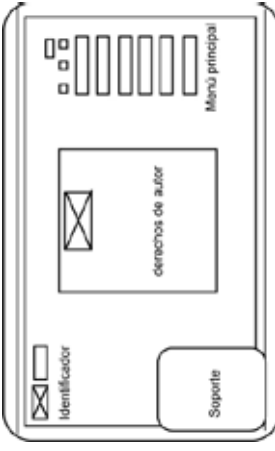
ESCENAS	DESCRIPCIÓN
Escena 1/pantalla 1/ INTRO	Se observa una secuencia de imágenes, luego aparece el identificador y un botón para entrar al multimedia.
Escena 2/pantalla 2/ PÁGINA PRINCIPAL	Se observa la bienvenida y el menú Principal.
Escena 3/pantalla 3/ BIOGRAFÍA	En esta pantalla se encuentra la biografía, premios otorgados, nombramientos en su trayectoria artística, exposiciones individuales y colectivas que fueron más reconocidas.
Escena 4/pantalla 4/ ETAPAS PICTÓRICAS DE CAMILO EGAS	Al dar clic en el botón de etapas pictóricas, se observa la información de las mismas, las cuales son: indigenismo, expresionismo, surrealismo y abstraccionismo.
Escena 5/pantalla 5/ MUESTRA PICTÓRICA EN FORMA CRONOLÓGICA	Se observan algunas pinturas de Camilo Egas separadas en sus cuatro etapas pictóricas con sus fechas y datos técnicos.
Escena 6/pantalla 6/ FRASES	En la pantalla frases se encuentran las frases de Camilo Egas más destacadas, (Frases proporcionadas por el museo Camilo Egas).
Escena 7/pantalla 7/ MAPA DEL SITIO	Al dar clic en el botón de mapa del sitio se encuentran los diferentes links que llevan al visitante por todo el multimedia sin perderse.
Escena 8/pantalla 8/ DERECHOS DE AUTOR	Encontramos las prohibiciones de copia, y derechos de autor.
Escena 9/pantalla 9/ CONTACTOS	En la pantalla contactos se encuentra la dirección, teléfonos y correo electrónico del museo Camilo Egas para mayor información.

Guión Técnico

ESCENAS	DESCRIPCIÓN	ELEMENTOS TÉCNICOS	GRÁFICA	AUDIO
Escena 1/ pantalla 1/ INTRO	Se escribe una frase de Camilo Egas en la pantalla, al desaparecer se dibujan líneas con trazos fuertes de siluetas de indígenas que se mueven sutilmente de forma secuencial, cada silueta va desapareciendo a medida que una nueva silueta aparece, luego se desaparecen y se dibuja el identificador en el centro y desaparece mostrando la pantalla 2	Adobe flash		Sonido instrumental
Escena 2/ pantalla 2/ PÁGINA PRINCIPAL	Al aparecer la página principal se observan los seis botones con el menú principal en la parte derecha de la pantalla y en la parte central se observa la bienvenida al multimedia sobre una paleta de pintura. Al pasar el Mouse sobre los botones aparecen pequeñas imágenes sobre el soporte (imagen de la izquierda). El identificador se ubica en la parte izquierda superior que siempre está en constante movimiento.	Adobe flash		Sonido instrumental

ESCENAS	DESCRIPCIÓN	ELEMENTOS TÉCNICOS	GRÁFICA	AUDIO
<p>Escena 3/pantalla 3/ BIOGRAFÍA</p>	<p>Al dar clic en el botón de biografía aparece la imagen de un libro con cuatro botones en la parte superior, al dar clic en cada uno de estos botones que son biografía, premios otorgados, nombramientos en su trayectoria artística, exposiciones individuales y colectivas se observa la información en el libro. El menú principal se encuentra en la parte derecha de la pantalla y el identificador se ubica en la parte izquierda superior que siempre está en constante movimiento.</p>	<p>Adobe flash</p>		<p>Sonido instrumental</p>
<p>Escena 4/pantalla 4/ ETAPAS PICTÓRICA DE CAMILO EGAS</p>	<p>En esta pantalla aparece un pincel que pinta una mancha de pintura con la información de cada etapa pictórica de Egas en la parte central, en la parte inferior se encuentran cuatro botones en forma de pincel con cada etapa pictórica y al dar clic en cada botón se abre la información. El menú principal se encuentra en la parte derecha de la pantalla y el identificador se ubica siempre en la parte izquierda superior que siempre está en constante movimiento.</p>	<p>Adobe flash</p>		<p>Sonido instrumental</p>

ESCENAS	DESCRIPCIÓN	ELEMENTOS TÉCNICOS	GRÁFICA	AUDIO
<p>Escena 5/pantalla 5/ MUESTRA PICTÓRICA EN FORMA CRONOLÓGICA</p>	<p>Al dar clic en este botón se observan cuatro cuadros, cada uno con el nombre de cada etapa pictórica de Egas que se convierten en botones, al dar clic en cada uno aparecen las pinturas del período seleccionado en forma de una galería.</p> <p>El menú principal se encuentra en la parte derecha de la pantalla y el identificador se ubica en la parte</p>	<p>Adobe flash</p>		<p>Sonido instrumental</p>
<p>Escena 6/pantalla 6/ FRASES</p>	<p>En la pantalla frases se observa varias hojas de papel pequeñas sobrepuestas dentro de una carta las cuales se pueden coger y arrastrar con el mouse.</p> <p>El menú principal se encuentra en la parte derecha de la pantalla y el identificador se ubica en la parte izquierda superior que siempre está en constante movimiento.</p>	<p>Adobe flash</p>		<p>Sonido instrumental</p>

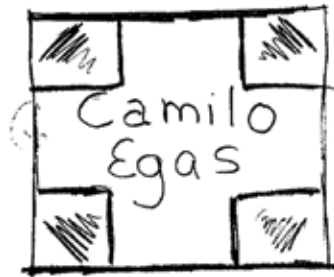
ESCENAS	DESCRIPCIÓN	ELEMENTOS TÉCNICOS	GRÁFICA	AUDIO
<p>Escena 7/pantalla 7/ MAPA DEL SITIO</p>	<p>Se observan los diferentes botones que llevan al usuario por todo el multimedia, estos botones se encuentran en la parte central de la pantalla.</p> <p>El menú principal se encuentra en la parte derecha de la pantalla y el identificador se ubica en la parte izquierda superior que siempre está en constante movimiento.</p>	<p>Adobe flash</p>		<p>Sonido instrumental</p>
<p>Escena 8/pantalla 8/ DERECHOS DE AUTOR</p>	<p>En una hoja se encuentra la prohibición y los derechos de autor.</p> <p>El menú principal se encuentra en la parte derecha de la pantalla y el identificador se ubica en la parte izquierda superior que siempre está en constante movimiento.</p>	<p>Adobe flash</p>		<p>Sonido instrumental</p>

Bocetos Identificador





Camilo
Egas



C. Egas

CE
CAMILO EGAS

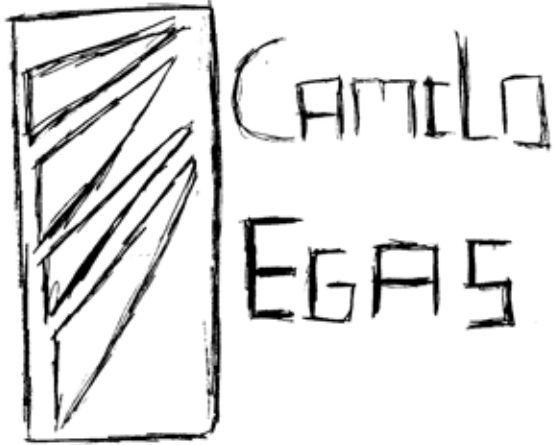
CE
CAMILO EGAS

CE
Camilo Egas

EGAS

EGAS





Bocetos Multimedia

