



**UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO  
DE GUAYAQUIL**

**Facultad de Artes y Humanidades**

**Carrera Ingeniería en Sistemas Multimedia**

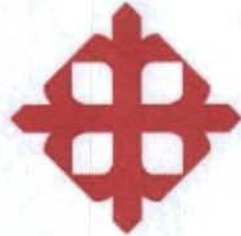
**TEMA DE TESIS**

**"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, Utilizando  
como Herramienta un "CD Interactivo" para el Manejo  
de Indicadores"**

**PRESENTADA POR:**

**Rocío Elizabeth Martínez Figueroa  
Eduardo Fabricio Narváez Duque**

**Guayaquil 2010**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES**

**CARRERA  
INGENIERIA EN SISTEMAS MULTIMEDIA**

**TEMA DE TESIS  
"IMPLEMENTAR PUNTOS RECREATIVOS EN GUAYAQUIL, UTILIZANDO  
COMO HERRAMIENTA UN "CD INTERACTIVO" PARA EL MANEJO DE  
INDICADORES"**

**PRESENTADA POR  
Rocío Elizabeth Martínez Figueroa  
Eduardo Fabricio Narváez Duque**

**Guayaquil 2010**

## **AGRADECIMIENTO**

Tantas son las personas a las cuales debo parte de este triunfo, de lograr alcanzar mi culminación académica, la cual es el anhelo de todos los que así lo deseamos. Definitivamente, Dios, mi Guía, lo esencial que has sido en mi posición firme de alcanzar esta meta, esta alegría.

Mi Familia, por darme ese apoyo; para poder llegar hasta este logro, que definitivamente no hubiese podido ser realidad sin ustedes, serán siempre mi inspiración para alcanzar mis metas.

A todos mis amigas/os de escuela, colegio y universidad; los "antiguos" por ayudarme a crecer y madurar como persona y presentes por estar siempre en todo las circunstancias posibles, también son parte de esta alegría. Y Definitivamente a mis Profesores que me formaron en el transcurso de estos años.

**GRACIAS**



## **DEDICATORIA**

**Nos gustaría dedicar esta tesis a nuestras familias, por su comprensión y ayuda en momentos buenos y malos. Nos han enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. Nos han dado todo lo que somos como personas, nuestros valores, principios, perseverancia y empeño, todo esto con una gran dosis de amor y sin pedir nada a cambio, muchas gracias de todo corazón.**



### **DECLARACIÓN EXPRESA**

La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado,  
me corresponde exclusivamente; y el  
patrimonio intelectual de la misma a la  
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

**FIRMAS**  
**DIRECTOR Y LECTORES**

**Director de Tesis de Grado**

**Lector de Tesis de Grado**

**Lector de Tesis de Grado**

**AUTORES  
PROYECTO DE GRADUACIÓN**

**Autores**

**Rocío Elizabeth Martínez Figueroa**

**Eduardo Fabrico Narváez Duque**



## **RESUMEN EJECUTIVO**

Este proyecto de tesis se desarrolla en La Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

La vida moderna impone distintas necesidades para el hombre actual en cuanto a la habitabilidad para que el consumidor final se "enganche". Un diseñador debe estar atento a las distintas variables que conforman el desarrollo de la nueva tecnología.

Este Proyecto de tesis trata en profundidad el tema del DISEÑO MULTIMEDIA y constituye un trabajo de referencia importante para quienes deseen avanzar en la investigación de la misma. En ella se realiza una amplia revisión histórica de la evolución y origen de del diseño.

Asimismo, se contempla el estudio de aspectos estratégicos y organizativos asociados con la creación de contextos propicios para promover el desarrollo del Diseño Multimedia en Ecuador.

Se expone los criterios asociados con el tema mediante la entrevista, aportando como una herramienta de apoyo necesaria para la implementación a diferentes áreas en las que se utilice.

La estrategia a implementar permite en primer lugar fidelizar al potencial usuario del servicio y posteriormente posiciona al inversionista que adquiere el servicio del diseño multimedia para su desarrollo.

# ÍNDICE GENERAL

	Pág.
RESUMEN EJECUTIVO.....	I
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1	
1. OBJETIVO Y JUSTIFICACIÓN	
1.1. Objetivo General.....	3
1.2. Objetivos Específicos.....	3
1.3. Justificación.....	3
1.4. Justificación Teórica.....	4
1.5. Justificación Metodológica.....	6
1.6. Justificación Práctica.....	7
CAPÍTULO 2	
2. MARCO TEÓRICO TESIS DE GRADO	
2.1. Marco Teórico.....	8
2.1.1. Psicología de la Publicidad.....	10
2.1.2. Antecedentes y desarrollo Multimedia.....	18
2.1.3. Características Macroeconómicas del Turismo.....	25
2.1.4. Dirección del Movimiento.....	29
2.1.5. Historia de la Fotografía.....	30
2.1.6. Historia de las Iglesias en Ecuador.....	41
2.1.7. Historia del Video.....	43
2.1.8. Multimedia y CD-ROM.....	49
2.1.9. Programas de Adobe Systems.....	60
2.1.10. Proyecto Malecón 2000.....	67
2.1.11. Historia del Diseño.....	71
2.1.12. Fotografía la nueva herramienta de la comunicación.....	76
2.1.13. El ascenso del diseño editorial y Publicitario.....	81
2.1.14. El Movimiento de Artes y oficio.....	83

### CAPÍTULO 3

#### 3. ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Problema a Investigar .....	118
3.2. Planteamiento del Problema.....	119
3.3. Formulación del Problema.....	120
3.4. Hipótesis.....	120
3.5. Variables Independiente y Dependiente.....	120
3.6. Variables Empíricas.....	120

### CAPÍTULO 4

#### 4. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

4.1 Formulación de Encuestas.....	122
4.2 Formulación de Entrevista.....	123

### CAPÍTULO 5

#### 5. EXPLORACIÓN DE DIAGNÓSTICO

5.1 Encuesta.....	125
5.2 Entrevista.....	128

### CAPÍTULO 6

#### 6. PROPUESTA DE CD INTERACTIVO

6.1 Portada - Introducción.....	132
6.2 Desarrollo.....	135
6.3 Presupuesto.....	145
6.4 Verificación de Hipótesis.....	147

BIBLIOGRAFÍA.....	148
-------------------	-----

ÍNDICE DE TABLAS

ANEXOS



## INDICE DE TABLAS

Tabla 2-1: Ingresos y Egresos de Viajes.....	26
Tabla 2-2: Importancia de la rama Hoteles y Restaurantes.....	27
Tabla 2-3: Número de Turistas Ingresados al país.....	28
Tabla 2-4: Crecimiento de Establecimientos.....	29
Tabla 2-5: Estructura de gastos del Turista.....	29
Tabla 5-1: Motivos del Turista.....	130
Tabla 5-2: Como se enteró de la Ciudad.....	130
Tabla 5-3: Ganancias del Turismo.....	131
Tabla 5-4: Producto Multimedia.....	131
Tabla 5-5: Producto.....	132
Tabla 5-6: Razones para no Atraer un Producto.....	132
Tabla 5-7: Beneficios del Producto.....	133

## **INTRODUCCIÓN**

Los Productos Multimedia son herramientas publicitarias innovadora duradera e impactante de nuestros tiempos, El usuario no necesita siquiera apretar un botón para que la presentación multimedia de un Cd interactivo se ejecute, debido a su formato auto ejecutable. Nada más insertar el CD en su ordenador, éste se ejecutará sólo, ofreciendo una pantalla de bienvenida y un sencillo menú de entrada que le permitirá introducirse en todos y cada uno de los apartados expuestos.

La actualidad, basada en el acelerado desarrollo en el área de Multimedia y sus aplicaciones en todos los ámbitos, concita un nuevo concepto de especialización profesional.

El presente tema se ha estructurado, según el esquema siguiente:

Realizando como introducción un menú principal, destacando diferentes opciones para que el usuario pueda acceder. Al entrar a uno de los puntos turísticos el usuario se encuentra con una variedad de información y la manera de interactuar en él.

Tomemos un ejemplo: el barrio "Las Peñas"

El usuario ingresa, aparece el menú principal, se interesa por conocer Las Peñas da clic y automáticamente ingresa. Tiene diversidad de información, dentro del mismo se escoge un punto inicial que en este caso puede ser uno de los restaurantes que desee conocer, y se lo observa por muestra de un video, fotos, recorrido, mostrando botones para dar información del mismo, además puede participar de una trivía.

Para nosotros es muy importante demostrar, con este tema, lo que la Universidad Católica Santiago de Guayaquil nos ha enseñado mediante plataformas de expresión con el fin de poder responder a la demanda de información y comunicación existente, y con las últimas tecnologías como lo es la Multimedia.

***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

El plan general de nuestra investigación desglosa estrategias básicas para generar información, estipula la estructura fundamental y especifica la naturaleza global de la intervención de la Multimedia.

Esta tesis implica dar un nuevo sentido integrador a un área problemática que se nos puede presentar, como es la carencia de conocimiento sobre Realidad Virtual, por eso el propósito de esta tesis es involucrar a las personas en común para que se interesen en esta técnica y se familiaricen con ella. De esta manera contribuimos también a la superación y modernización de aquellos a quienes llegue nuestro trabajo una vez culminado.



## **1. OBJETIVOS TESIS DE GRADO**

### **1.1 OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un "CD interactivo" como herramienta en Guayaquil para darse a conocer a los turistas propios y extranjeros que contenga los aspectos relevantes sobre los principales puntos de recreación y los servicios que dentro de estos brindan, por medio de una técnica para un aporte a la cultura y a la economía.

### **1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Implementar herramientas adecuadas para el Cd interactivo obtener resultados benéficos.
- Desarrollar estrategias (calidad del trabajo) para maximizar la rentabilidad y calidad de la Tesis.
- Cuantificar aportes locales (área multimedia), de fondo, en dichos entornos.
- Proponer una técnica como instrumento de futuros eventos de recreación.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

El interés por abordar un problema de este tipo se percibe a la falencia que existe al conocimiento en el área multimedia, así daremos una iniciativa por aprender en la interacción para desarrollar y motivar a los turistas a involucrarse en una cultura de Guayaquil por nuevos conceptos del entretenimiento y la comunicación con el objetivo de que conozcan dicha riqueza que se dan en determinados espacios geográficos y se impulse a través de la tesis estableciendo los puntos turísticos, generando trabajos futuros, será fuente informante mediante el lugar asignado tomado como punto de partida.

***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

Este producto es necesario para conocer los aspectos más relevantes del turismo, enfocados en la parte social y cultural, destacando el uso de los servicios más destacado que se ofrecen dentro del lugar turístico.

Procuramos contribuir al conocimiento del esfuerzo que diversos sectores del quehacer turístico ecuatoriano, que procuran realizar para el mejoramiento de las condiciones de vida de sus gentes, haciendo del turismo una de las posibilidades reales de desarrollo sustentable.

Generalmente, el conocimiento de esta información, es limitada a quedarse en folletos o internet. Las causas son sencillas: El factor tiempo que exige involucrarse y tener que buscar e investigar los datos de una ciudad y los servicios que desea saber, en casos se encuentra solo letras y pocas ilustraciones, y su lectura puede volverse aburrida y fastidiosa. Esto reduce el interés de los turistas externos e internos.

Por tal razón, se considera necesaria la creación de un medio interactivo, que permita superar las actuales dificultades para obtener información. Además, que brinde las facilidades que un CD interactivo posee, como facilidad de manejo, recopilación de una gran cantidad de datos dentro d un medio.

El proyecto pretende brindar, la oportunidad de conocer más servicios dentro de un pinto turístico, para ayudar con las necesidades que en la actualidad se está presentando.

## **1.4 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA**

Las grandes creatividades en base al diseño en la actualidad se hacen más competitivas dentro de su ramo y cada vez adoptan más estrategias a fin de garantizar el éxito, basadas en los nuevos enfoques.

La necesidad de plantear la evolución de las nuevas tendencias para el uso del Diseño Multimedia en Ecuador incidirá en la optimización de su aplicación, ya que mediante su análisis se podrán establecer los lineamientos a seguir en cuanto al conocimiento del consumidor final, requeridos para el logro de los objetivos.



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

La realidad virtual es una nueva tecnología que posee enormes expectativas y pueden ser aplicadas en muchos campos y diversos proyectos de interés. Es importante mencionar el enfoque de la Realidad Virtual aplicado al campo que estamos estudiando por ser de gran expectativa para el desarrollo de la tecnología.

Esta variable también la relacionamos con la manera que va interactuar el usuario final, otra dimensión incursionada con relación al tema, acerca del impacto que produce, apreciación e interacción con los Ambientes. El nuevo producto permite crear diferentes animaciones y secciones para que los usuarios accedan a una experiencia con el producto multimedia, y despertar el interés en ellos.

Mediante el grado de integración presentada, provee un marco didáctico que sirve de base para la realización de proyectos educativos relacionados a las características propias del entorno, como también a los imprevistos que surjan durante su desarrollo. Se utilizan una variedad de métodos a fin de recopilar los datos sobre una situación existente, como inspección de registros (revisión en el sitio) y observación. Cada uno tiene ventajas y desventajas, se utilizarán para complementar el trabajo de cada una y ayudar a asegurar una investigación completa.

Aplicada la parte de recolección de datos y obtenido la información que se generó conjuntamente con los respectivos conocimientos, se obtienen unos resultados que nos permiten alcanzar el desarrollo de nuestro tema, comprobando que el egresado posee un criterio profesional, dentro de la rama de Multimedia, validar los conocimientos adquiridos con la actualidad, para lograr un diseño de gran estabilidad y durabilidad que le permita al usuario interesarse por los términos estructurales que son los que rigen en la finalización del proyecto.



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

Por lo general este proyecto de tesis se ha realizado para tener dentro y fuera del campo de Multimedia un panorama general de lo que ofrece para nuestro medio y lo necesario o indispensable que debe de tener cada una de ellas.

Debido al incremento de la demanda por implementar las nuevas tendencias, las personas tienen la posibilidad de obtener empleo como consecuencia del impulso que esta tecnología le da a la producción, y así dar un nuevo enfoque a la investigación.

### **1.5 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA**

El tipo de investigaciones que aplicaremos para impartir los conocimientos de la carrera y así transmitir el uso de tecnologías y software especializados es el siguiente:

- Recopilar y analizar la información, definiendo el software y la forma de comunicar que vamos a utilizar mediante preguntas involucradas en el tema
- La calidad del producto final, empieza con una planificación tareas, objetivos, etc. Comprende actividades destinadas al control de la tesis, a que se asegure la existencia de la calidad en los resultados, a la mejora constante de la calidad que revierte en beneficios como estudiantes y en un futuro.
- En el diseño señalamos como objetivo buscar el personaje con rasgos adecuados que comunique a las personas lo que desean conocer, nos respaldamos en una encuesta para saber sobre el impacto del producto para la tesis (dinámico, serio, etc.).

### **1.6 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA**

La contribución, una vez concluida la tesis, es la de aportar una propuesta, que permita dar respuesta a la necesidad de la formación y familiarización del común habitante, turista e inversionista, con las visitas a sitios turísticos basadas en la producción y el uso didáctico de documentos multimedia interactivos.

***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

De este modo esta investigación está generando la aplicación de un nuevo método, para generar conocimiento válido y confiable se podrá ofrecer a los turistas su uso, a fin de recopilar información que facilite la comprensión de este tema para lograr su progreso.

Por lo tanto, genera beneficios expresados en la optimización del proyecto y repercutirá en la calidad de asesoría y servicio que va a brindar, mediante el seguimiento y evaluación de los procedimientos aplicados para la consecución de los objetivos, a fin de mejorar en proyectos futuros, el control de la gestión, la satisfacción y la respuesta de los turistas en forma oportuna y eficiente para el beneficio.

Por último, profesionalmente pondrá en manifiesto los conocimientos adquiridos durante la carrera y permitirá sentar las bases para otros estudios que surjan partiendo de la problemática aquí especificada.



## **2. MARCO TEÓRICO TESIS DE GRADO**

### **2.1 MARCO TEÓRICO**

Este ensayo exhibe los efectos de una revisión sobre aspectos conceptuales para seleccionar los archivos tomados en ayuda de nuestra tesis. Para ello se desarrollan algunos conceptos con relación a cada campo que se encuentra dentro del producto multimedia. La investigación servirá como punto de partida para el análisis y el mejor entendimiento del tema, lo que representa actualmente y su evolución a lo largo de la historia, así como sus características particulares en cada uno de los textos a exponer.

El propósito de este documento es fomentar el turismo de una manera dinámica, mostrando la historia de la ciudad, sus mitos, sus creencias y hacer un sencillo recorrido a través del tiempo con la ayuda del autor Melvin Hoyos y Efrén Avilés utilizando como herramienta su libro "Historia de Guayaquil", y mostrarlas mediante la tecnología que cada vez aporta elementos de formación teórica y práctica que enriquecen sobre la cultura e historia.

Desde esta perspectiva, la evaluación de los archivos nos proporcionará información importante para el desarrollo de la tesis.

Hoy en día las nuevas opciones de multimedia junto con el diseño son herramientas complementarias para la información se han expandido vertiginosamente obteniendo un proceso de difusión y utilización, de ahí la importancia de su dominio puesto que a través de su uso se desarrollan potencialidades educativas concibiéndolas más. La sociedad tiene una idea errónea del diseño, no entiende el grado de complejidad, estudio y esfuerzo que requiere realizar esta práctica como profesión, es tal vez por la ignorancia que muchas veces nos rodea y no nos deja ver cómo ha evolucionado el diseño con el paso del tiempo, por eso "La Historia del Diseño" es otra de nuestras búsquedas para complementar nuestra tesis. Sobre el tema "Teoría del Color" lo damos a conocer en el siguiente artículo como un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado.



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

El valor que se requiere para hacer las imágenes se vuelvan fundamentales para nuestra cultura visual, nos ayuda como un componente de un análisis extenso de la forma documental encontrando en varias teorías de el “Origen de la Fotografía”, como un componente de un análisis más extensivo complementamos y optamos por el video de la forma más dinámica posible para los turistas, mostrando los atractivos que tiene la ciudad, con diferentes movimientos de cámara, planos y ángulos.

Uno de los principales retos planteados es la introducción del recorrido virtual como un nuevo paradigma del desarrollo. Para ello se requieren diversos tipos de conocimientos, que engloban la parte de Diseño Multimedia, mostrándolo de una forma con la que puedan nutrir e incidir en el turismo.

Los programas de Adobe como hemos investigado, tienen varias formas de introducirse en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la tesis.

1.-Como soporte para el diseño que se presenta en cada parte del producto multimedia.

2.-Como soporte para la edición de los videos mediante el uso de lo investigado en el libro “Dirección de Movimiento de Cámara”.

3.-Como soporte para la realización de animaciones dentro del contenido Multimedia que proporciona la índole del programa utilizado.

Todo lo anterior traerá como consecuencia favorecer otros medios para implementar el uso del multimedia. Así, se propone integrar nuestra carrera por medio de la multimedia con la evaluación turística en Guayaquil, a fin de realizar una evaluación global de todas las ciudades después de aplicar el proyecto a cada una.

Cuando se diseña un sitio el elegir el contraste entre los colores que vamos a usar es muy importante porque va a influir directamente en la sensación que vamos a transmitir a los visitantes.

En primer lugar será importante que exista un gran contraste entre el texto ordinario y el fondo. Sin embargo habrá que tener sumo cuidado en no caer en

***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

estridencias que generalmente son tomadas como inmadurez o falta de profesionalidad.

Esta misma recomendación es aplicable cuando elegimos colores para resaltar o separar áreas de contenidos (aquí es menos necesario y abusar de él puede ser aún más perjudicial).

### **2.1.1 PSICOLOGÍA DE LA PUBLICIDAD**

Cualquiera de nosotros entra en un supermercado a comprar cuatro cosas... y sale con dieciséis. ¿Qué ha pasado? Pues que hemos caído, indudablemente, en las trampas de la publicidad.

La publicidad no se limita a los anuncios de las revistas o la televisión; hoy en día incide en el envase (su forma, tamaño, color), en su colocación en las tiendas, en su precio e, incluso, en los componentes del mismo producto.

La publicidad incide en un deseo que todos tenemos: ser diferentes a los demás y que nuestra individualidad destaque. Por ello, nos habla de objetos, ropas, fragancias, que harán que los demás nos miren al pasar; que denotarán que nosotros somos distintos.

La publicidad, para ello, se diversifica. Y por lo tanto hay productos dirigidos específicamente a jóvenes, otros a mujeres, a hombres, a niños... Incluso en ocasiones, lo que a unos agrada, a los demás desagrada profundamente.

Las cinco necesidades humanas básicas:

La 1ª: el obtener alimento. Este deseo lo tenemos bastante bien cubierto y ninguno de nosotros suele ir hambriento a comprar al súper.

La 2ª: es la de sentirse seguro. O sea, no sentirse en peligro. Pocos anuncios recurren a esta necesidad en su estrategia. Serían anuncios que nos mostrarían un mundo hostil y amenazador, en el que aparecería la figura de un protector o persona más fuerte.

La 3ª: es la del amor y afecto. Ahí hallaríamos los anuncios que nos hablan de amistad, del amor de pareja, o del amor que nos muestran los hijos.



***"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".***

La 4ª: es la de autoestima. Aquí los anuncios hablan de dominar nuestro entorno, tener confianza, independencia y libertad. También está la necesidad de prestigio y reconocimiento social.

La publicidad también puede explotar la imagen contraria: los sentimientos de inferioridad e impotencia, para luego -gracias al producto en cuestión- convertirse en respeto hacia nosotros, fama...

La 5ª: satisfechas todas estas necesidades surge el descontento si una persona no puede ser lo que ella desea en la vida. Se trata de la necesidad de auto-realización, de encontrar un lugar en la sociedad donde la persona pueda ser ella misma.

La sociedad de consumo

Consumir es un estilo de vida. Existe un conjunto mínimo de cosas que todos debemos poseer para no sentirnos mal con nosotros mismos (por ejemplo, tener un televisor en casa).

Deberíamos ser capaces de dominar a la publicidad para evitar que el despilfarro. De vez en cuando, comprarnos un nuevo par de zapatos hará que nos sintamos mejor; pero no es la solución a nuestras necesidades humanas de amor, afecto o de auto-estima.

Los colores en publicidad

Está probado que el color aumenta la eficacia de un anuncio. Pero ¿qué simbolizan los colores?:

**ROJO:** Fuerza y dinamismo. Sentimientos tanto de amor como de agresión. El rojo atrae la atención y estimula la mente.

**VERDE:** Sedante y equilibrado. Lo relacionamos con la naturaleza y las plantas.

Simboliza la esperanza

**AZUL:** Para nosotros es fresco, ligero, transparente. También es sedante para la vista.

Simboliza la madurez, la sabiduría.

**AMARILLO:** Alegría, juventud, vivacidad. Simboliza la extroversión y la simpatía. Lo relacionamos con el Sol y la luz.



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

BLANCO: Sobriedad, luminosidad. Da sensación de vacío, de infinito. Simboliza lo puro e inaccesible.

NEGRO: El misterio. Es un color "lleno". Simboliza la muerte, pero también la nobleza y la dignidad.

#### Técnicas de persuasión

Ante todo se trata de ofrecer mayores niveles de ahorro, un trabajo mejor, seguridad ante problemas de salud o edad, popularidad y prestigio personal, el respeto de los demás, mayores comodidades y mejoras sociales, en general. El publicista no vende cosméticos, sino que brinda belleza, atractivo e ilusión. Para atraer al potencial comprador de un automóvil, el vendedor no sólo realzará las características mecánicas del vehículo, sino también la comodidad, la seguridad y el prestigio que ese modelo proporcionará al comprador.

Las múltiples técnicas de persuasión dependen del ingenio de su artífice y sólo están limitadas por los medios de comunicación, algunas restricciones legales y el código deontológico elaborado al efecto por las propias agencias de publicidad. Una de las técnicas elementales, utilizada desde la aparición de la publicidad, se basa en la repetición del mensaje.

Otro instrumento fundamental que ayuda a aumentar las ventas son las marcas registradas. Los productores gastan enormes sumas de dinero en crear y consolidar sus marcas como garantía de fiabilidad y valor. Una marca registrada carecerá de sentido si el productor no garantiza una alta calidad de sus productos. Cuando el consumidor confía en un sello comercial, se puede considerar que éste es, en sí mismo, un anuncio publicitario más, en tanto en cuanto es un medio de garantizar al consumidor que el producto goza de garantías de calidad. La marca registrada muestra su eficacia de una forma concreta cuando el productor quiere introducir en el mercado un nuevo artículo.

El precio es quizá uno de los mejores anuncios publicitarios, por lo que en determinadas estaciones o con motivo de una promoción especial es frecuente el uso de palabras como rebajas y ganga. Además de estos descuentos suelen hacerse ofertas del tipo 'mucho por muy poco', o 'compre uno, llévese dos',



***"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".***

'prueba gratuita' o 'pruébelo a mitad de precio'. También se fomentan las ventas brindando a los compradores facilidades de pago.

La publicidad actual reúne multitud de técnicas de persuasión. Entre estas destacan los anuncios televisivos y radiofónicos, la utilización de tintas perfumadas, productos anunciados por figuras famosas, comunicaciones dirigidas a los padres para que proporcionen a sus hijos una vida mejor y les aseguren un mejor futuro, reclamos dirigidos a los hijos para que 'pidan a mamá' que compren determinados cereales para el desayuno, así como la controvertida utilización del miedo. Dado que el miedo es una de las principales debilidades humanas, se suele utilizar en publicidad, a veces de modo encubierto y otras en un lenguaje visual muy explícito. El miedo a la pobreza, a la enfermedad, a la pérdida del rango social, o a sufrir una desgracia logra a veces que las personas adquieran productos concretos, ya sea un seguro de vida, un extintor, cosméticos o compuestos vitamínicos

Desde pequeños somos el objetivo de miles de cosas que pretenden que hagamos de ellas algo nuestro cuando vemos u oímos un anuncio en radio o tele, alguna foto en prensa, un cartel por la calle o una marca pegada a unos vaqueros, vemos el resultado de un proceso que forma parte de algo llamado marketing. Una de las muchas cosas que se hace desde el marketing es investigar, parte de los resultados de esas investigaciones son los anuncios.

¿Cómo son los anuncios de hoy?

Muchas veces la diferencia entre un buen anuncio y un mal anuncio está en la importancia que dan a la investigación y sus resultados. ¿Qué se investiga? Entre otras cosas, se investiga el producto que anunciamos y las personas a quien va dirigido. No es mi intención explayarme en cuestiones de marketing, pero sí que interesa que veamos de qué sirve conocer a las personas antes de venderles un producto determinado, pues con la publicidad se pretende que esas personas tengan una actitud favorable hacia lo que les ofrecen. Es por ello que se investigan los gustos de las personas, su manera de pensar y de vivir, sus actitudes y valores, cómo conseguir llamar su atención, etc. En definitiva se estudia el comportamiento de las personas, y es aquí donde la psicología, concretamente la psicología social, como ciencia que estudia a las



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

personas en su relación con otras, hace su gran aportación al mundo de la publicidad y el marketing. Desde esta disciplina se obtiene la metodología para obtener información e interpretar los resultados. La herramienta más utilizada es el cuestionario, que aunque su validez no es 100%, si queda datos significativos que pueden ser tenidos en cuenta y que han dirigido la evolución en la forma y el contenido de los anuncios desde que en el siglo XVIII Toulouse-Lautrec anunciara el Moulin Rouge, dando pie al uso artístico del cartel.

Vemos tres fases en la forma de hacer anuncios:

1ª fase: el objetivo de la publicidad era crear necesidades para que la gente consuma los nuevos productos que aparecen. Por ejemplo, un anuncio de un frigorífico en los años sesenta solo tenía que referirse a las ventajas de tener un aparato que conserva los alimentos.

2ª fase: es fruto de la competencia y los avances industriales y tecnológicos, aquí la publicidad busca resaltar las diferencias y destacar en su producto cualidades que lo hacen mejor que otro. Siguiendo con el ejemplo del frigorífico aquí el anuncio hace destacar el mío es más grande y más fuerte que los demás frigos.

3ª fase: las diferencias entre los productos ya son mínimas, es aquí donde se emplean cosas importantes en la vida para las personas, asociadas a la marca del producto. Así vemos que en un anuncio de un frigorífico aparece un hombre con la marca del frigo en la solapa y haciendo un masaje súper relajante a una mujer, asociando la tranquilidad y el producto

La publicidad también tiene su lado oscuro, y es que sabe muy bien crear falsas expectativas y mentir a fin de vender el producto

Por ejemplo cuando se anuncian productos que perjudican la salud que aparecen asociados con cosas que pretenden que olvidemos lo que pasa en realidad. Como el anuncio de una bebida alcohólica en que aparece un guaperas en la playa con un sujetador en la mano y una chica despampanante a sus pies haciéndonos creer que con una borrachera triunfamos cuando la



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

realidad es que el alcohol es un inhibidor y lo más probable es que los protagonistas del anuncio se durmieran sin haber podido hacer nada.

Los que trabajan por prevenir conductas que perjudican la salud como el uso de drogas, disponen de las mismas herramientas publicitarias para fomentar actitudes saludables entre la población, pero los presupuestos que se emplean son mínimos en comparación con el dinero que gastan en publicidad las grandes multinacionales.

En la mayoría de los anuncios que vemos, el producto es algo secundario, lo importante es con lo que asocio el producto, desatando todo tipo de emociones positivas a través de la música, el humor, lo inusual o con auténticas historias de 18 segundos.

El mercado de los cigarrillos tiene unas características especiales, al ser muy elevada la fidelidad de los fumadores con la marca, que suelen comprar siempre desde su "iniciación", que llega antes de los 18 años. El 60% de los fumadores europeos lo es desde antes de los 13 años, y el 90% desde antes de la mayoría de edad, por lo que las campañas de publicidad están especialmente orientadas a los jóvenes.

No obstante, ante el previsible silencio publicitario las empresas mantienen la calma. Se saben poseedoras de una cuota de mercado bastante estable.

Varios países europeos ya han puesto en marcha la prohibición completa de la publicidad, y los resultados hacen temblar a las tabacaleras, q el consumo ha decaído.

Las previsible 'burlas' a la norma

Es previsible que los fabricantes no se resignen a desaparecer de los medios y 'burlen' la ley, por ejemplo, empleando los colores y las formas de las marcas pero no su nombre. ¿Quién no reconocería el color rojo recortado en dos triángulos como la seña de Marlboro?

Otra de las alternativas es la de lanzar con la marca productos que nada tienen que ver con los cigarrillos, como hace Camel con su línea de ropa de aventura (difícil de encontrar en las tiendas).

Un tribunal madrileño mandó retirar una campaña de Tabacalera que anunciaba por televisión un compacto de música con el título Duca-2 Música,



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

por la similitud del nombre y eslogan con la marca Ducados, por lo que fue considerada una forma de publicidad indirecta, y condenada por "ilícita y desleal".

Mensajes subliminales

Se pueden clasificar según su base perceptiva en:

Visuales: por la vista. Se encuentran en películas y anuncios de cine, televisión, revistas, periódicos... 2 tipos: verbales y dibujos.

Auditivos: a través del oído, aunque no lo oigamos; normalmente los podemos encontrar en la música de algunas películas, en algunas casset-audio con sello subliminal para programas de autoayuda (dejar de fumar, adelgazar...), en los grandes almacenes para evitar robos o inducir la compra; en la música del rock.

Olfativos: a través del olor. Lo podemos encontrar en algunos perfumes. Hay industrias q gastan millones de dólares en investigar los olores corporales, sobretodo los q se producen en las actividades relacionadas con los contactos sexuales, para reproducirlos en las fragancias de los perfumes.

Táctiles: a través del tacto. Esta modalidad fue abandonada ya q en un estímulo táctil, demasiado débil o breve para alcanzar el nivel de conciencia no provoca una respuesta.

La publicidad comprende diferentes dimensiones, la económica, sociológica, las artes gráficas, la literatura, y principalmente la psicología

Se utiliza la psicología para buscar valores como la reacción que normalmente proporciona un color, la mayor o menor facilidad para retener un “slogan”, la mayor o menor facilidad de lectura de acuerdo a los diferentes tipos de letra, la determinación y la medida de las reacciones humanas frente a un aviso o parte de él; también para determinar una serie de principios generales que determinan su eficacia, etc.

Las características más generales de los diversos medios utilizados para producir reacciones psicológicas siguen un determinado procedimiento:

Para llamar la atención: se recurre a la llamada “apelación a la vista o al oído” dependiendo de donde se de la publicidad. En la publicidad oral, se tienen en

***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

cuenta los efectos de sonido, la característica musical, el tono de voz empleado, la llamativa, etc.

En cuanto a la visual, se tiene en cuenta en primer lugar los colores ya que la psicología ha permitido determinar una manera científica de la reacción de las personas ante los diversos colores, por ejemplo: el rojo, el amarillo o anaranjado dan la impresión de luz, color, alegría; el azul o verde le dan frescura, o el violeta se relaciona con el luto o la muerte.

También se tiene en cuenta la forma del objeto, para que establezca originalidad, belleza y armonía con otros relacionados. Es importante, también la relación con el texto, las ilustraciones, etc.

Una vez logrado el primer efecto del anuncio, llamar la atención, es necesario que esa atención no decaiga, despertando el interés de la misma. Este procedimiento También varía según se trate de publicidad oral o visual. En el primer caso, el anunciante utiliza diálogos, referencias didácticas, narración, anécdotas,

comentarios, etc. En el segundo, las alternativas son más amplias.

- El aviso debe mover a la acción a la persona, provocando su deseo de comprar. El productor deberá ajustar el artículo al servicio de las necesidades que tiene la gente, despertando el deseo de comprar excitándolas y acentuándolas.
- Luego le cabe el rol de mantener el recuerdo, es decir excitar al sujeto de modo de hacerle producir imaginativamente los diferentes estados de ánimo provocados por los estímulos usados oportunamente en esas etapas anteriores.

La condición esencial para que pueda tener objeto la publicidad de recuerdo, es que el comprador haya obtenido satisfacción en el uso o consumo del producto anunciado. Generalmente se utilizan los logos, la marca o la enseña, la idea de calidad o determinados colores, características musicales, determinadas personas o ambientes que caractericen al producto.



## **2.1.2 ANTECEDENTES Y DESARROLLO DE LA MULTIMEDIA**

La multimedia tienen su antecedente más remoto en dos vertientes: a) el invento del transistor con los desarrollos electrónicos que propició y b) los ejercicios eficientes de la comunicación, que buscaba eliminar el ruido, asegurar la recepción del mensaje y su correcta percepción mediante la redundancia.

a) El invento del transistor, a partir de los años 50, posibilitó la revolución de la computadora, con la fabricación del chip, los circuitos eléctricos y las tarjetas electrónicas, los cuales propician unidades compactas de procesamiento y la integración del video. Todo esto, junto con los desarrollos de discos duros, flexibles y, últimamente, de los discos ópticos, se ha concretado en la tecnología de las PCs. Posteriormente, una serie de accesorios y periféricos han sido desarrollados para que la computadora pueda manejar imagen, sonido, gráficas y videos, además del texto. Las primeras PC de fines de los 70, "tenían algunas capacidades de audio, bocinas pequeñas que producían un rango muy limitado de chillidos, beeps y zumbidos, que se podían añadir a algún arreglo musical" (PC WORLD, No. 119, 1993, 23)

b) Por otro lado, la comunicación desarrolla, a partir de los 70s, en la educación, la instrucción, la capacitación y la publicidad, el concepto operativo de multimedia. Por tal concepto se entiende la integración de diversos medios (visuales y auditivos) para la elaboración y envío de mensajes por diversos canales, potencializando la efectividad de la comunicación, a través de la redundancia; pues, así, la comunicación resulta más atractiva, afecta e impacta a más capacidades de recepción de la persona y aumenta la posibilidad de eliminar el ruido que puede impedir la recepción del mensaje.

En el ámbito de la computación el término multimedia es más nuevo y designa el uso de varios recursos o medios, como audio, video, animaciones, texto y gráficas en una computadora. Sin quedarse, sólo, en un collage de medios, al integrar los datos que puede manejar la computadora, la multimedia ofrece



*"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".*

posibilidades de creatividad mediante los sistemas de computación (PC WORLD, No. 121, 1993, 26).

La Multimedia se inicia en 1984. En ese año, Apple Computer lanzó la Macintosh, la primera computadora con amplias capacidades de reproducción de sonidos equivalentes a los de un buen radio AM. Esta característica, unida a que: su sistema operativo y programas se desarrollaron, en la forma que ahora se conocen como ambiente Windows, propicios para el diseño gráfico y la edición, hicieron de la Macintosh la primera posibilidad de lo que se conoce como Multimedia (PC WORLD, No.119, 1993, 23).

El ambiente interactivo inició su desarrollo con las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, muy concretamente, en el ámbito de los juegos de video. A partir de 1987 se comenzó con juegos de video operados por monedas y software de computadoras de entretenimiento (PC WORLD No. 115, p.40).

Por su parte la Philips, al mismo tiempo que desarrolla la tecnología del disco compacto (leído ópticamente: a través de haces de luz de rayos láser) incursiona en la tecnología de un disco compacto interactivo (CD-I): Según Gastón A.J. Bastiaens, director de la Philips Interactive Media Systems, desde noviembre de 1988 la Philips hace una propuesta, a través del CD-I Green Book, para desarrollar una serie de publicaciones sobre productos y diseños interactivos en torno al CD-I con aplicaciones en museos, la industria química y farmacéutica, la universidad o la ilustre calle; la propuesta dio lugar a varios proyectos profesionales surgidos en Estados Unidos, Japón y Europa (Philips IMS, 1992, Introducing CD-I, Foreword).

La tecnología de multimedia toma auge en los video-juegos, a partir de 1992, cuando se integran: audio (música, sonido estéreo y voz), video, gráficas, animación y texto al mismo tiempo. La principal idea multimedia desarrollada en los video juegos es: que se pueda navegar y buscar la información que se desea sobre un tema, sin tener que recorrer todo el programa, que se pueda



*"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".*

interactuar con la computadora y que la información no sea lineal sino asociativa (PC WORLD, 119, 1993,25).

En enero de 1992, durante la feria CES (Consumer Electronics Show) de Las Vegas, se anunció el CD multiusos. Un multiplayer interactivo capaz de reproducir sonido, animación, fotografía y video, por medio de la computadora o por vía óptica, en la pantalla de televisión. La multimedia que está a punto de desarrollarse busca la televisión multimedia, a partir del empleo de una CPU multimedia. Con esta tecnología se desarrollará la televisión interactiva, que aplicará el principio de aprender haciendo y tendrá capacidad para crear el sentimiento de comunidad, a partir de la interactividad. Mediante la interacción con la máquina, la multimedia tendrá una función semejante a la de los libros en el aprendizaje e información, tendrá su base en las imágenes interactivas y en la premisa de que "la gente adquiere sus conocimientos de manera más efectiva manejando la información de manera interactiva" (PC WORLD No. 115, 39:40; PC WORLD, 119, 25).

Hoy en día los sistemas de autor (authoring systems) y el software de autor (authoring software), permiten desarrollar líneas de multimedia integrando 3 o más de los datos que son posibles de procesar actualmente por computadora: texto y números, gráficas, imágenes fijas, imágenes en movimiento y sonido y por el alto nivel de interactividad, tipo navegación. Los Authorin Software permiten al "desarrollador de multimedia" generar los prototipos bajo la técnica llamada "fast prototype" (el método más eficiente de generar aplicaciones). Se reconoce que los "authoring software" eficientizan el proceso de producción de multimedia en la etapa de diseño, la segunda de las cuatro etapas que se reconocen para el desarrollo de la misma, porque allí es donde se digitaliza e integra la información (Authoring software, PC World 119, 23) (Ver Cuadro No.1):

Cuadro No. 1: Etapas de desarrollo de la multimedia.

1. Trabajo del autor con quien requiere la aplicación para definirla.
2. Diseño de la aplicación.

***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

- *Digitalizar la información.*
  - *Integrar la información digitalizada.*
3. *Difusión de la aplicación.*
  4. *Soporte técnico a los usuarios.*

Adaptado de PC World No. 119 de agosto de 1993, p.23.

Aunque hay avances, los desarrollos de multimedia enfrentan obstáculos de normatividad tecnológica en torno a la compatibilidad y transferencia. Se afirma que la multimedia cuenta actualmente con 30 arquitecturas diferentes e incompatibles entre sí, a las que se incluyen el CD-ROM, el CDTV y el CD-I. En el artículo: Multimedia, estado del arte, PC WORLD destaca que hay diferencias entre multimedia aplicada a un fin y multimedia aplicada a un ambiente de trabajo. Señala que en todo caso se requiere de un software específico, pero pueden incorporarse aplicaciones existentes de multimedia a través de ambientes de trabajo como Windows, donde es posible anexar sonido al documento de un procesador de texto o de una hoja de cálculo (PC Word, No. 121, p.36).

Para 1993 el concepto multimedia obliga a sopesar y revisar tanto los sistemas y plataformas de cómputo, como los ambientes de trabajo, en relación al software de multimedia y a sus aplicaciones. No sólo se busca hacer compatibles las tecnologías, también se busca desarrollar estándares o normas que haga posible que los programas desarrollados puedan ser usados en diferentes tecnologías con una plataforma que tiende a ser uniforme.

Los esfuerzos por una estandarización han definido un conjunto mínimo de estándares para conformar equipos multimedia (MPC). Estos estándares tiene que ver con la capacidad y velocidad de procesamiento, con la capacidad de almacenamiento masivo de información, con la posibilidad de almacenar y reproducir información diferenciada y de diferente naturaleza y con el ambiente en que se trabaja la información



***"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".***

Opiniones de Investigadores

Para Héctor Schwabe, investigador de la UAM multimedia ha existido como concepto desde hace 40 años aunque como realidad sólo desde 1989. Multimedia se define como la interacción de medios múltiples: sonido, texto, voz, video y gráficos. Multimedia no se logra con una microcomputadora dotada de una tarjeta gráfica de alta resolución, sistema de CD-ROM, micrófono, interface MIDI, audífonos y bocinas. Más que nada se logra con las aplicaciones que requieren la integración de texto, gráficas, sonido, video (fijo o en movimiento) y animación. Multimedia es una suma de Hardware y Software en busca del mismo objetivo: humanizar la máquina. La interacción, que multimedia exige del usuario, facilita la atención, la comprensión, y la retención de información. "Multimedia convertirá el diálogo hombre-máquina en algo intuitivo, espontáneo y divertido", con las interfaces de usuario que están por incorporarse: pantallas sensibles al tacto, sistemas de reconocimiento de voz; será tan sencilla como emplear los cinco sentidos del ser humano.

Los realizadores de sonido multimedia también han desarrollado una concepción semejante: Multimedia es una tecnología digital que, a través de la computadora, integra diversos tipos de datos como: texto, gráficas, sonido, imagen fija, imagen en movimiento. De hecho consiste en la integración de varias tecnologías de comunicación a través de la computación dando lugar a datos digitales, sonidos digitales, imagen digital, etc. PC WORLD en su número 120 publica un artículo que en síntesis presenta el avance en el uso de la computadora y afirma:

Multimedia, podría ser denominada como una integración libre de tecnología que extiende y expande la forma en que interactuamos con una computadora, concepto que enriquece y amplía la interacción hombre-máquina, hoy en día lo vemos manifestado en diversas aplicaciones que incluyen enciclopedias históricas, aventuras científicas animadas y libros de cuentos y novelas interactivas.

Estudiosos de este fenómeno tecnológico, como Dougs Stewart (1992), se preguntan si la multimedia tendrá el potencial de hacer más divertido, menos

*"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".*

tedioso e intimidante, el uso de la computadora o si revolucionará las comunicaciones de modo sustancial, como no se ha hecho desde que Gutenberg inventó la imprenta de tipos móviles.

Stewart recoge observaciones de otros estudiosos que reconocen el atractivo de multimedia para fijar la atención, pero que preguntan hasta dónde sustituirá a los canales tradicionales de información o si la integración de otras tecnologías servirán para dar mayor claridad a los documentos, o bien: ¿qué tan probable es que personas insensibles, ante una actividad que exige participación y no meramente el ser espectador, usen esta herramienta para elaborar sus propios documentos?

Los estudiosos señalan que los resultados de multimedia dependerán de qué tan activos y creativos resulten los usuarios en su día de trabajo. Se destaca la necesidad de obtener, con el uso de la multimedia, ganancias sociales de la misma clase que se obtuvo con la computadora; que para lograrlo, no debe impulsarse a la multimedia en la misma dirección que la televisión comercial, para que no quede sólo en un medio de entretenimiento que ofrece gratificaciones inmediatas. Finalmente, se advierte: que aunque multimedia progresará en forma desigual y aunque habrá manifestaciones tontas que sufrir, la meta es lograr comunicaciones más poderosas, eficientes y efectivas. En este sentido, Lucie Fjeldstad nos recuerda que los primeros programas de televisión no eran sino actos de radio realizados con cámara (Stewart, Dougs, 1992, 22).

#### Métodos y Técnicas aprendidas

Cuanto mayor y más nítida sea una imagen, más difícil es de presentar y manipular en la pantalla de una computadora.

Las fotografías, dibujos, gráficos y otras imágenes estáticas deben pasarse a un formato que el ordenador pueda manipular y presentar. Entre esos formatos están los gráficos de mapas de bits y los gráficos vectoriales.



*"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".*

Los gráficos de mapas de bits almacenan, manipulan y representan las imágenes como filas y columnas de pequeños puntos. En un gráfico de mapa de bits, cada punto tiene un lugar preciso definido por su fila y su columna. Algunos de los formatos de gráficos de mapas de bits más comunes son el Graphical Interchange Format (GIF), el Tagged Image File Format (TIFF) y el Windows Bitmap (BMP).

Los gráficos vectoriales emplean fórmulas matemáticas para recrear la imagen original. En un gráfico vectorial, los puntos no están definidos por una dirección de fila y columna, sino por la relación espacial que tienen entre sí.

Como los puntos que los componen no están restringidos a una fila y columna particulares, los gráficos vectoriales pueden reproducir las imágenes más fácilmente, y suelen proporcionar una imagen mejor en la mayoría de los monitores.

Entre los formatos de gráficos vectoriales figuran el Encapsulated Postscript (EPS), el Windows Metafile Format (WMF), el Hewlett-Packard Graphics Language (HPGL), archivos de Macromedia

Para obtener, formatear y editar elementos de vídeo hacen falta componentes y programas informáticos especiales. Los archivos de vídeo pueden llegar a ser muy grandes, por lo que suelen reducirse de tamaño mediante la compresión.

### **2.1.3 CARACTERÍSTICAS MACROECONÓMICAS DEL TURISMO EN ECUADOR**

Para establecer la importancia de la actividad turística en la economía ecuatoriana, solamente se pueden hacer aproximaciones, debido a que las estadísticas de síntesis (cuentas nacionales) no han incorporado una rama específica para esta actividad; más bien, se encuentra contabilizada y dispersa en varias de ellas. En efecto, el turismo abarca una amplia gama de actividades, productos y servicios que se desarrollan prácticamente en todos los sectores de la economía: agricultura, ganadería, industrias manufactureras,

***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

artesanías, comercio, hoteles y restaurantes, construcción, transporte, comunicaciones, establecimientos financieros, etc.

Para este estudio se ha considerado oportuno analizar la contribución a la economía nacional a través del aporte de la rama Hoteles y Restaurantes al PIB y con el resultado en balanza de pagos de los ingresos y egresos por concepto de turismo.

Si se analiza la participación del turismo dentro de la balanza de pagos, se puede afirmar que es una actividad aún incipiente en el país, y más todavía si se establece el balance entre entradas y salidas por viajes. Sin embargo, es importante destacar que el ingreso de divisas por concepto de viajes ha tenido un ritmo de crecimiento positivo e incluso en algunos años, con tasas de crecimiento anual muy elevadas.

Cuadro 6  
**INGRESOS Y EGRESOS POR CONCEPTO DE VIAJES (DÉCADA DE LOS NOVENTA)**  
(valores en millones de dólares)

	<i>Ingresos</i>	<i>Var. Ingresos</i>	<b>PIB</b>	<i>Ingresos/PIB</i>	<b>Egresos</b>	<b>Saldo</b>	<b>Saldo/PIB</b>
1990	188		10.569	1,8	175	13	0,1
1991	189	0,5	11.525	1,6	177	12	0,1
1992	192	1,6	12.430	1,5	178	14	0,1
1993	230	19,8	14.540	1,6	190	40	0,3
1994	252	9,6	16.880	1,5	203	49	0,3
1995	255	1,2	18.006	1,4	235	20	0,1
1996	281	10,2	19.157	1,5	219	62	0,3
1997	290	3,2	19.760	1,5	227	63	0,3
1998	291	0,3	19.710	1,5	241	50	0,3
1999	343	17,9	13.769	2,5	271	72	0,5

Fuente: INEC. Encuesta de Empleo

Esta información se contrapone en alguna medida con la proporcionada por cuentas nacionales en cuanto la participación de la rama de Hoteles y Restaurantes en el PIB que, en la década de los noventa, se redujo del 1.9% al 1.6%.

Parece incompatible que los ingresos por turismo externo no hayan tenido efecto sobre el valor agregado generado por esa actividad. Ello podría hacer pensar en un sub-registro, más aún si se contrasta con las inversiones que se han realizado en los últimos años en el área de los hoteles.

En Quito y Guayaquil, por ejemplo, se han más que duplicado los hoteles pertenecientes a las grandes cadenas mundiales, así como pequeños hostales y lugares para alquilar dormitorios.



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

Así mismo, en las áreas rurales se han incrementado substancialmente las opciones para turismo ecológico o naturalista, como también servicios para actividades deportivas ligadas al turismo. Quito, Cuenca, Otavalo y Baños se han convertido en ciudades con importantes ingresos por turismo, aunque aparentemente no son cuantificados dentro del PIB. Por lo mismo, la reducción del aporte de Hoteles y Restaurantes al PIB podría – al menos parcialmente - ser atribuida a la crisis de los últimos años y a la recesión del turismo interno.

**IMPORTANCIA DE LA RAMA HOTELES Y RESTAURANTES EN EL PIB  
(DÉCADA DE LOS NOVENTA)**

*(Valores en millones de sucres constantes)*

	PIB hoteles y restaurantes	PIB	Participación	Var. Hoteles	Var. PIB
1989	3.280	176.195	1,9		
1990	3.237	181.531	1,8	-1,3	3,0
1991	3.220	190.638	1,7	-0,5	5,0
1992	3.295	197.436	1,7	2,3	3,6
1993	3.255	201.447	1,6	-1,2	2,0
1994	3.338	210.150	1,6	2,5	4,3
1995	3.388	215.074	1,6	1,5	2,3
1996	3.516	219.335	1,6	3,8	2,0
1997	3.627	226.749	1,6	3,2	3,4
1998	3.675	227.678	1,6	1,3	0,4
1999	3.382	211.130	1,6	-3,0	-7,3
2000	3.416	213.862	1,6	1,0	1,3
Promedio	3.386	205.935	1,6	0,4	1,8

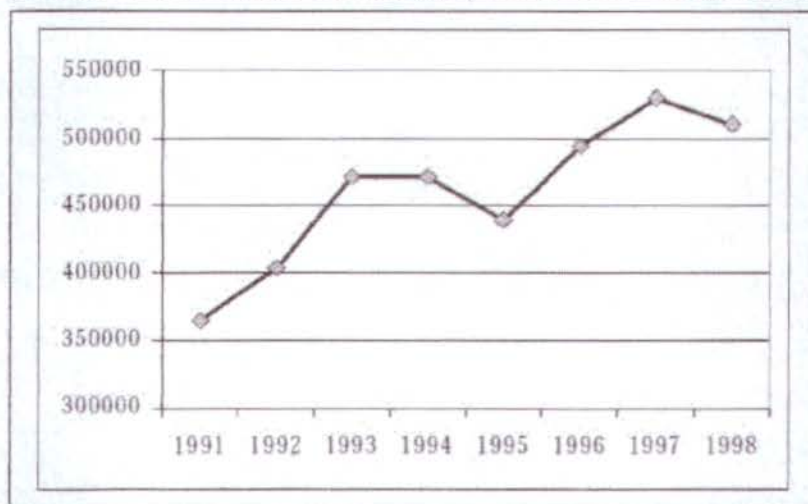
Fuente: BCE, IEM.

El aporte del turismo interno y externo a las cuentas fiscales se puede evaluar a partir del impuesto a la salida del país. Este creció de 1.2% dentro de los impuestos indirectos (es decir, excluidos los impuestos a la renta y a la circulación de capitales) en 1998, a 1.7% en 1999. Sin embargo, se debe anotar que durante 1999, debido a la crisis económica, emigraron del país cerca de 300 mil personas, de manera que ese incremento podría corresponder más bien a este hecho, pues el promedio entre 1993 y 1998 ha estado alrededor del 1.2%. No obstante, las cifras presentadas de balanza de pagos que muestra que la partida de ingreso de extranjeros al país se incrementa en 18%, llevarían a afirmar que sí se habría producido un aumento atribuible al turismo externo.

***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

Según información de la Corporación Ecuatoriana de Turismo (CETUR), desde principios de la década se registra un aumento sostenido de turistas extranjeros, a excepción de 1995 en el que el país afrontó un conflicto bélico con Perú.

Gráfico 4  
NÚMERO DE TURISTAS INGRESADOS AL PAÍS (DÉCADA DE LOS NOVENTA)



Fuente: CETUR, Boletín de Estadísticas Turísticas (BET) 1999

Los datos proporcionados por el CETUR afirman que las actividades turísticas han tenido una expansión considerable durante la década de los noventa. Las mayores tasas de crecimiento promedio anual se verifican en recreación, agencias de viajes, transporte y alojamiento. De su parte, comidas y bebidas, líneas aéreas y transporte fluvial y marítimo registran crecimientos por debajo de la media.



**“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.**

**Cuadro 8**  
**CRECIMIENTO DEL NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS EN CETUR**  
**(DÉCADA DE LOS NOVENTA)**

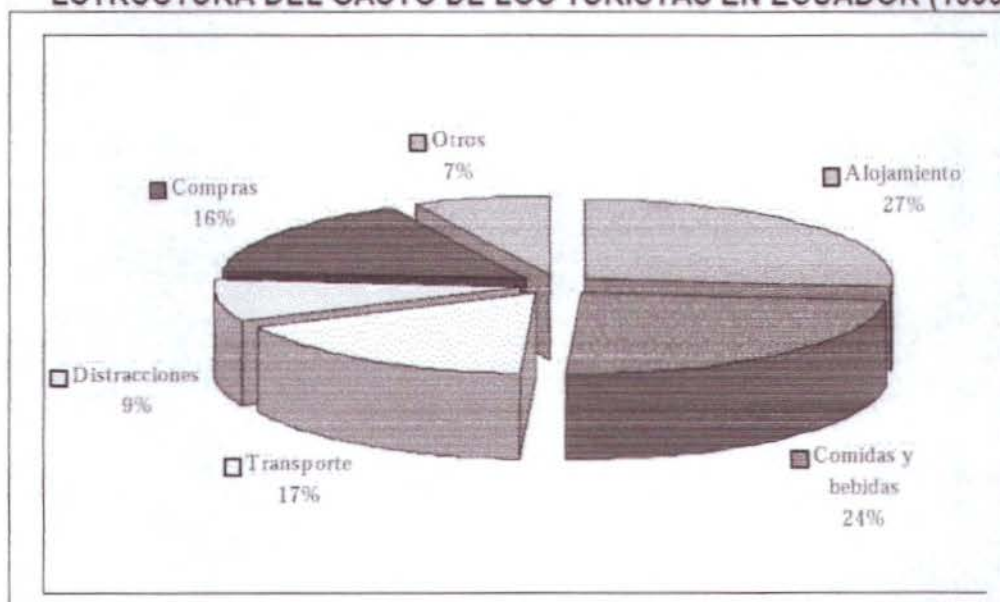
(Porcentajes)

	Alojamiento	Comidas y bebidas	Agencias de viajes	Líneas aéreas	Recreación	Transporte	Transporte fluvial y marítimo	Total
1992	6,9	7,6	12,2	3,0	-2,9	3,4	14,3	7,4
1993	1,7	8,6	13,7	0,0	25,7	10,0	-2,1	7,7
1994	9,0	11,2	11,6	5,9	25,2	30,3	9,6	11,3
1995	13,4	3,8	7,1	-5,6	10,7	14,0	-11,7	6,1
1996	4,7	4,6	6,4	14,7	15,1	-10,2	-16,5	4,9
1997	5,2	1,5	10,5	10,3	7,4	4,5	3,9	3,3
1998 (Prov.)	7,9	5,0	8,9					-1,1
1992-97	5,8	5,3	8,7	3,9	11,1	6,8	-0,9	5,8

Fuente: CETUR, BET.

Los establecimientos turísticos de alojamiento y alimentación concentran cerca del 80% del total de empresas registradas en el sector; además, en ellos los turistas gastan más de la mitad de los recursos, según constan en el gráfico que se presenta a continuación.

**Gráfico 5**  
**ESTRUCTURA DEL GASTO DE LOS TURISTAS EN ECUADOR (1999)**



Fuente: CETUR, BET, 1999.

### **2.1.4 Dirección del movimiento**

Damos por sentado, como un axioma, que el movimiento debe ser siempre la meta de toda la expresión cinematográfica. Este movimiento puede estar revestido de muy diversas formas en el rectángulo de la pantalla.

Para lograr el dominio de estas formas debemos comenzar por distinguir que una cosa es reproducir el movimiento real de sujetos que van de un sitio a otro y otra cosa es crear un movimiento en pantalla que quizá no exista como tal en la realidad.

Llamamos movimiento intencional a cualquier tipo de relación que se crea entre un sujeto y un punto dado; entre un sujeto y otro sujeto.

Es necesaria esta división para comprender, más adelante, el significado de muchas divisiones de difícil manejo; especialmente las que se refieren a las miradas.

#### **Tomas de defensa (protection shots)**

El compaginador debe recibir un material filmado que le ofrezca diversas posibilidades de montaje. Una buena filmación no sólo se atiene a las tomas descritas en el guión técnico. En cada escena añade planos o tomas de defensa, que consisten en close-ups de los personajes en diversas actitudes (especialmente de escuchar) y expresiones con distintas reacciones del rostro. Nadie sabe a punto cierto, durante la filmación, dónde irán ubicadas tales tomas de defensa, pero ciertamente constituirán un material precioso para el compaginador en el armado rítmico de la acción dramática y en tcaaa ciase de pequeñas enmiendas a las discontinuidades anexas al oficio de poner en escena.

A menudo, los actores han cometido errores insignificantes en medio de una toma larga y difícil: una mirada al lente, una mueca rara, un síntoma momentáneo de menor intensidad dramática, etc. Muchas veces, tales errores no se descubren sino en pantalla. Es entonces cuando la habilidad del compaginador y las TOMAS DE DEFENSA entran a cumplir su cometido.

Insert y cut-away



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

Un insert es la toma de un objetivo que no entra directamente en la acción. Por ejemplo, el close-up de un reloj de pared, de un almanaque, el plano de una bandera flameando en la punta de un mástil, un rótulo, letrero, etcétera.

Generalmente, los insert vienen descritos en el guión técnico y, por lo tanto, cumplen un fin determinado en el desarrollo argumental.

El cut-away es un plano de un personaje no incluido en la toma anterior; mejor dicho, de un personaje dejado de lado por un momento en el desarrollo de la escena.

Su concepto preciso no es fácil de definir, pero su uso en la práctica es determinado y suficientemente claro.

Supongamos una escena en un comedor de familia donde los papás y los hijos están a la mesa. Un sirviente que ha servido la fuente se ha ido a la cocina. El diálogo en la mesa es lo principal de la escena. De pronto, una discusión agitada entre los hijos y los papás. Y en medio de los planos de ellos (de los two shots y de los close-ups de los familiares) aparece un close-up de un sirviente que escucha por el otro lado de la puerta.

#### Posiciones de cámara

Para establecer una terminología más completa en cuanto al asunto explicado, es útil saber que a cut-away se le opone cut-in. Así, pues, todo paso desde una toma cualquiera a una parte de lo aparecido en aquella es un cut-in. Se puede pensar que tanto cut-in como cut-away son planos más estrechos que el anterior. De un plano de tres personas en acción, por ejemplo, dos muchachos y una niña, se hará un cut-in close-up de la joven o un cut-away close-up de la madre que teje en un sillón. Siempre, entonces, el cut-away es plano de algo que estaba fuera de cuadro (offscreen).

### **2.1.5 HISTORIA DE LA FOTOGRAFÍA**

El término *cámara* deriva de *camera*, que en latín significa 'habitación' o 'cámara'. La cámara oscura original era una habitación cuya única fuente de luz era un minúsculo orificio en una de las paredes. La luz que penetraba en ella por aquel orificio proyectaba una imagen del exterior en la pared opuesta.

*"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".*

Aunque la imagen así formada resultaba invertida y borrosa, los artistas utilizaron esta técnica, mucho antes de que se inventase la película, para esbozar escenas proyectadas por la cámara. Con el transcurso de los siglos la cámara oscura evolucionó y se convirtió en una pequeña caja manejable y al orificio se le instaló una lente óptica para conseguir una imagen más clara y definida.

300 a.c.

Aristóteles utiliza la cámara oscura para estudiar los eclipses de sol.

### Siglo XVII

Leonardo Da Vinci se da cuenta que las imágenes recibidas en el interior de la habitación son de tamaño más reducido e invertido, conservando su propia forma y colores.

### Siglo XVIII

La sensibilidad a la luz de ciertos compuestos de plata, particularmente el nitrato y el cloruro de plata, era ya conocida antes de que los científicos británicos Thomas Wedgwood y Humphry Davy comenzaran sus experimentos a finales del siglo XVIII para obtener imágenes fotográficas. Consiguieron producir imágenes de cuadros, siluetas de hojas y perfiles humanos utilizando papel recubierto de cloruro de plata. Estas fotos no eran permanentes, ya que después de exponerlas a la luz, toda la superficie del papel se ennegrecía, con lo cual nunca pudieron llegar a conseguir el fijado de las imágenes.

Cámara oscura de finales del siglo XVIII.

Diseñada para reproducciones de paisajes, arquitectura, etc.

### Siglo XIX

Este es el siglo del nacimiento de la fotografía, exactamente en el año 1816, que es cuando el físico francés **Nicéphore Niépce** consigue una imagen mediante la utilización de la cámara oscura y un procedimiento foto químico. Niépce bautiza a su invento con el nombre de heliograbados, pero no es hasta el año 1831 cuando el pintor francés **Louis Jacques Mandé Daguerre** realizó fotografías en planchas recubiertas con una capa sensible a la luz de yoduro de plata. Después de exponer la plancha durante varios minutos. Daguerre empleó vapores de mercurio para revelar la imagen fotográfica positiva. Estas



*"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".*

fotos no eran permanentes porque las planchas se ennegrecían gradualmente y la imagen acababa desapareciendo. En las primeras fotografías permanentes conseguidas por Daguerre, la plancha de revelado se recubría con una disolución concentrada de sal común. Este proceso de fijado, descubierto por el inventor británico **William Henry Fox Talbot**, hacía que las partículas no expuestas de yoduro de plata resultaran insensibles a la luz, con lo que se evitaba el ennegrecimiento total de la plancha. Con el método de Daguerre se obtenía una imagen única en la plancha de plata por cada exposición.

Mientras Daguerre perfeccionaba su sistema, Talbot desarrolló un procedimiento fotográfico que consistía en utilizar un papel negativo a partir del cual podía obtener un número ilimitado de copias. Talbot descubrió que el papel recubierto con yoduro de plata resultaba más sensible a la luz si antes de su exposición se sumergía en una disolución de nitrato de plata y ácido gálico, disolución que podía ser utilizada también para el revelado de papel después de la exposición. Una vez finalizado el revelado, la imagen negativa se sumergía en tiosulfato sódico o hiposulfito sódico para hacerla permanente. El método de Talbot, llamado calotipo, requería exposiciones de unos 30 segundos para conseguir una imagen adecuada en el negativo. Tanto Daguerre como Talbot hicieron públicos sus métodos en 1839. Ese mismo año John Eilliam Herschel da el nombre de " fotografías " a las imágenes fijas.

En un plazo de tres años el tiempo de exposición en ambos procedimientos quedó reducido a pocos segundos.

Título: Punto de vista desde las ventanas del Gras

"Punto de vista", así es como llama **Niépce** a las imágenes obtenidas del natural para distinguir las "heliografías".

Esta es la primera fotografía que se le conoce. Año 1826

En el procedimiento del calo tipo la estructura granular de los negativos aparecía en la copia final. En 1847, el físico francés Claude Félix Abel **Niépce** de Saint-Víctor concibió un método que utilizaba un negativo de plancha o placa de cristal. Ésta, recubierta con bromuro de potasio en suspensión de albúmina, se sumergía en una solución de nitrato de plata antes de su exposición. Los negativos de estas características daban una excelente definición de imagen, aunque requerían largas exposiciones.



***"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".***

En 1851 el escultor y fotógrafo aficionado británico Frederick Scott Archer introdujo planchas de cristal húmedas al utilizar colodión en lugar de albúmina como material de recubrimiento para aglutinar los compuestos sensibles a la luz. Como estos negativos debían ser expuestos y revelados mientras estaban húmedos, los fotógrafos necesitaban un cuarto oscuro cercano para preparar las planchas antes de la exposición, y revelarlas inmediatamente después de ella. Los fotógrafos que trabajaban con el estadounidense **Mathew Brady** realizaron miles de fotos de los campos de batalla durante la guerra de la Independencia estadounidense y para ello utilizaron negativos de colodión húmedo y carromatos a modo de cámara oscura.

Puesto que el procedimiento del colodión húmedo estaba casi limitado a la fotografía profesional, varios investigadores trataron de perfeccionar un tipo de negativo que pudiera exponerse seco y que no necesitara ser revelado inmediatamente después de su exposición. El avance se debió al químico británico Joseph Wilson Swan, quien observó que el calor incrementaba la sensibilidad de la emulsión de bromuro de plata. Este proceso, que fue patentado en 1871, también secaba las planchas, lo que las hacía más manejables. En 1878 el fotógrafo británico Charles E. Bennett inventó una plancha seca recubierta con una emulsión de gelatina y de bromuro de plata, similar a las modernas. Al año siguiente, Swan patentó el papel seco de bromuro.

Mientras estos experimentos se iban sucediendo para aumentar la eficacia de la fotografía en blanco y negro, se realizaron esfuerzos preliminares para conseguir imágenes de objetos en color natural, para lo que se utilizaban planchas recubiertas de emulsiones. En 1861, el físico británico James Clerk Maxwell obtuvo con éxito la primera fotografía en color mediante el procedimiento aditivo de color.

Alrededor de 1884 el inventor estadounidense **George Eastman** patentó una película que consistía en una larga tira de papel recubierta con una emulsión sensible. En 1889 realizó la primera película flexible y transparente en forma de tiras de nitrato de celulosa. El invento de la película en rollo marcó el final de la era fotográfica primitiva y el principio de un periodo durante el cual miles de fotógrafos aficionados se interesarían por el nuevo sistema.



## Siglo XX

A comienzos de este siglo la fotografía comercial creció con rapidez y las mejoras del blanco y negro abrieron camino a todos aquellos que carecían del tiempo y la habilidad para los tan complicados procedimientos del siglo anterior. En 1907 se pusieron a disposición del público en general los primeros materiales comerciales de película en color, unas placas de cristal llamadas Autochromes Lumière en honor a sus creadores, los franceses Auguste y Louis Lumière. En esta época las fotografías en color se tomaban con cámaras de tres exposiciones.

En la década siguiente, el perfeccionamiento de los sistemas fotomecánicos utilizados en la imprenta generó una gran demanda de fotógrafos para ilustrar textos en periódicos y revistas. Esta demanda creó un nuevo campo comercial para la fotografía, el publicitario. Los avances tecnológicos, que simplificaban materiales y aparatos fotográficos, contribuyeron a la proliferación de la fotografía como un entretenimiento o dedicación profesional para un gran número de personas.

Esta es la denominada cámara Mamut, la cámara fotográfica más grande del mundo.

Se construyó en los Estados Unidos en el año 1900, y su peso era aproximadamente de unos 450 kilos. El tamaño de las placas de cristal eran de 130 X 240 cm.

La cámara de 35 mm, que requería película pequeña y que estaba, en un principio, diseñada para el cine, se introdujo en Alemania en 1925. Gracias a su pequeño tamaño y a su bajo coste se hizo popular entre los fotógrafos profesionales y los aficionados. Durante este periodo, los primeros utilizaban polvos finos de magnesio como fuente de luz artificial. Pulverizados sobre un soporte que se prendía con un detonador, producían un destello de luz brillante y una nube de humo cáustico. A partir de 1930, la lámpara de flash sustituyó al polvo de magnesio como fuente de luz.

Con la aparición de la película de color Kodachrome en 1935 y la de Agfacolor en 1936, con las que se conseguían transparencias o diapositivas en color, se



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

generalizó el uso de la película en color. La película Kodacolor, introducida en 1941, contribuyó a dar impulso a su popularización.

Muchas innovaciones fotográficas, que aparecieron para su empleo en el campo militar durante la II Guerra Mundial, fueron puestas a disposición del público en general al final de la guerra. Entre éstas figuran nuevos productos químicos para el revelado y fijado de la película. El perfeccionamiento de los ordenadores facilitó, en gran medida, la resolución de problemas matemáticos en el diseño de las lentes. Aparecieron en el mercado muchas nuevas lentes que incluían las de tipo intercambiable para las cámaras de aquella época. En 1947, la cámara Polaroid Land, basada en el sistema fotográfico descubierto por el físico estadounidense Edwin Herbert Land, añadió a la fotografía de aficionados el atractivo de conseguir fotos totalmente reveladas pocos minutos después de haberlas tomado.

En el decenio siguiente los nuevos procedimientos industriales permitieron incrementar enormemente la velocidad y la sensibilidad a la luz de las películas en color y en blanco y negro. La velocidad de estas últimas se elevó desde un máximo de 100 ISO hasta otro teórico de 5.000 ISO, mientras que en las de color se multiplicó por diez. Esta década quedó también marcada por la introducción de dispositivos electrónicos, llamados amplificadores de luz, que intensificaban la luz débil y hacían posible registrar incluso la tenue luz procedente de estrellas muy lejanas. Dichos avances en los dispositivos mecánicos consiguieron elevar sistemáticamente el nivel técnico de la fotografía para aficionados y profesionales.

En la década de 1960 se introdujo la película Itek RS, que permitía utilizar productos químicos más baratos, como el zinc, el sulfuro de cadmio y el óxido de titanio, en lugar de los caros compuestos de plata. La nueva técnica llamada foto polimerización hizo posible la producción de copias por contacto sobre papel normal no sensibilizado.

***Aplicaciones de la fotografía***

En la actualidad, la fotografía se ha desarrollado principalmente en tres sectores, al margen de otras consideraciones científicas o técnicas. Por un lado se encuentran el campo del reportaje periodístico gráfico, cuya finalidad es captar el mundo exterior tal y como aparece ante nuestros ojos, y el de la



*“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.*

publicidad. Por otro tenemos la fotografía como manifestación artística, con fines expresivos e interpretativos.

El reportaje comprende la fotografía documental y la de prensa gráfica, y por lo general no se suele manipular. Lo normal es que el reportero gráfico emplee las técnicas y los procesos de revelado necesarios para captar una imagen bajo las condiciones existentes. Aunque este tipo de fotografía suele calificarse de objetiva, siempre hay una persona detrás de la cámara, que inevitablemente selecciona lo que va a captar. Respecto a la objetividad, hay que tener en consideración también la finalidad y el uso del reportaje fotográfico, las fotos más reales, y quizás las más imparciales, pueden ser utilizadas como propaganda o con propósitos publicitarios; decisiones que, en la mayoría de los casos, no dependen del propio fotógrafo.

Por el contrario, la fotografía artística es totalmente subjetiva, ya sea manipulada o no. En el primer caso, la luz, el enfoque y el ángulo de la cámara pueden manejarse para alterar la apariencia de la imagen; los procesos de revelado y positivado se modifican en ocasiones para lograr los resultados deseados; y la fotografía es susceptible de combinarse con otros elementos para conseguir una forma de composición artística, o para la experimentación estética.

#### Reportaje fotográfico

Toda la fotografía es, en cierto sentido, un reportaje, puesto que capta la imagen que perciben el objetivo de la cámara y el ojo humano. Los primeros investigadores se limitaron a registrar lo que veían, pero en la década de 1960 se dividieron entre aquellos fotógrafos que seguían utilizando su cámara para captar imágenes sin ninguna intención y los que decidieron que la fotografía era una nueva forma de arte visual. La fotografía combina el uso de la imagen como documento y como testimonio; subgénero que se conoce con el nombre de fotografía social.

#### *Fotografía documental*

El fotógrafo británico Roger Fenton consiguió algunas de las primeras fotografías que mostraron con crudeza la guerra de Crimea al público británico.

**Mathew Brady**, Alexander Gardner y Timothy O'Sullivan documentaron la triste



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

realidad de la guerra de Secesión. Después de la contienda, Gardner y O'Sullivan fotografiaron el Oeste de Estados Unidos junto con Carleton E. Watkins, Eadweard Muybridge, William Henry Jackson y Edward Sheriff Curtis. Las claras y detalladas fotos de estos artistas mostraron una imagen imborrable de la naturaleza salvaje.

México se convirtió en el punto de mira de fotógrafos franceses y estadounidenses, debido a las relaciones políticas y de proximidad con sus respectivos países, y al redescubrimiento de las civilizaciones azteca y maya. El francés Désiré Charnay realizó interesantes fotografías de las ruinas mayas en 1857, además de dejar un detallado relato de sus descubrimientos arqueológicos y experiencias.

El trabajo de los fotógrafos británicos del siglo XIX encierra vistas de otros lugares y de tierras exóticas. Cubrieron distancias increíbles cargados con el pesado equipo del momento para captar escenas y personas. En 1860, Francis Bedford fotografió el Oriente Próximo. Su compatriota Samuel Bourne tomó unas 900 fotos del Himalaya en tres viajes realizados entre 1863 y 1866, y en 1860 Francis Frith trabajó en Egipto. Las fotos de este último sobre lugares y monumentos, muchos de los cuales están hoy destruidos o dispersos, constituyen un testimonio útil todavía para los arqueólogos.

Las fotos estereoscópicas que obtuvieron estos fotógrafos viajeros, con cámaras de doble objetivo, supusieron una forma popular de entretenimiento casero en el siglo XIX, cuando colocadas sobre un soporte especial podían verse en tres dimensiones.

Con la creación de la plancha negativa seca por Charles Bennett en 1878, el trabajo de los fotógrafos viajeros fue mucho menos arduo. En lugar de tener que revelar la plancha en el momento, aún húmeda, el fotógrafo podía guardarla y revelarla más tarde en cualquier otro lugar.

En años recientes se ha reanudado el interés por estas fotografías y han sido el tema de varias exposiciones y libros.

*Documentación social*

En lugar de captar la vida en otras partes del mundo, algunos fotógrafos del siglo XIX se limitaron a documentar las condiciones de su propio entorno. De



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

esta manera, el fotógrafo británico John Thomson plasmó la vida cotidiana de la clase trabajadora londinense alrededor de 1870 en un volumen de fotos titulado *Vida en las calles de Londres* (1877). El reportero estadounidense de origen danés Jacob August Riis realizó de 1887 a 1892 una serie de fotografías de los barrios bajos de Nueva York recogidas en dos volúmenes fotográficos: *Cómo vive la otra mitad* (1890) e *Hijos de la pobreza* (1892). Entre 1905 y 1910 Lewis Wickes Hine, sociólogo estadounidense responsable de las leyes laborales para niños, captó también en sus fotos a los oprimidos de Estados Unidos: trabajadores de las industrias siderometalúrgicas, mineros, inmigrantes europeos y, en especial, trabajadores infantiles. En Brasil, Marc Ferrez plasmó en sus fotografías la vida rural y las pequeñas comunidades indias. En Perú, el fotógrafo Martín Chambi recoge en su obra un retrato de la sociedad de su país y en especial de los pueblos indígenas.

Las fotos del francés Eugène Atget se sitúan a medio camino entre el documento social y la fotografía artística, ya que su excelente composición y expresión de la visión personal van más allá del mero testimonio. Atget, quizás uno de los más prolíficos documentalistas de esta época, obtuvo entre 1898 y 1927 una enorme cantidad de escenas poéticas de la vida cotidiana de su querido París y sus alrededores. El cuidado y la publicación de su obra se deben a los esfuerzos de otra hábil documentalista de la vida urbana, Berenice Abbott.

Durante la Gran Depresión, la Farm Security Administration contrató a un grupo de fotógrafos para documentar aquellas zonas del país más duramente castigadas por la catástrofe. Los fotógrafos Walker Evans, Russell Lee, Dorothea Lange, Ben Shahn y Arthur Rothstein, entre otros, proporcionaron testimonios gráficos sobre las condiciones de las zonas rurales afectadas por la pobreza en Estados Unidos. El resultado fue una serie de fotografías de trabajadores emigrantes, aparceros, y de sus casas, colegios, iglesias y pertenencias. Fue tan convincente como evidencia que como arte. La contribución de Evans, junto con el texto del escritor James Agee, fueron publicados separadamente bajo el título *Elogiemos ahora a hombres famosos* (1941), considerado como un clásico en su campo.



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

A finales de la década de 1930 aparecieron en Estados Unidos las revistas *Life* y *Look* y en Gran Bretaña *Picture Post*. Estas publicaciones contenían trabajos fotográficos y textos relacionados con ellos. Este modo de presentación, sin duda muy popular, se asoció sobre todo a los grandes fotógrafos de *Life* Margaret Bourke-White y W. Eugene Smith. Estas revistas continuaron proporcionando una gran cobertura gráfica de la II Guerra Mundial y de la de Corea con fotos tomadas por Bourke-White, Capa, Smith, David Douglas Duncan y varios otros reporteros gráficos estadounidenses. Más tarde se utilizó la fotografía para reflejar cambios sociales. Smith documentó, como ya lo había hecho Riis con anterioridad, los devastadores efectos del envenenamiento por mercurio en Minamata, aldea pesquera japonesa contaminada por una fuga de este mineral en una industria local. También han realizado extraordinarios trabajos los fotógrafos Ernest Cole, quien con *Casa de esclavitud* (1967) exploró las miserias del sistema del *apartheid* de Suráfrica, y el checo Josef Koudelka, conocido por sus espléndidas fotografías narrativas sobre los gitanos del este de Europa.

#### Fotografía comercial y publicitaria

La fotografía se ha utilizado para inspirar e influir opiniones políticas o sociales. Asimismo, desde la década de 1920 se ha hecho uso de ella para impulsar y dirigir el consumismo, y como un componente más de la publicidad. Los fotógrafos comerciales realizan fotos que se utilizan en anuncios o como ilustraciones en libros, revistas y otras publicaciones. Con el fin de que sus imágenes resulten atractivas utilizan una amplia gama de sofisticadas técnicas. El impacto de esta clase de imágenes ha producido una fuerte influencia cultural. La fotografía comercial y publicitaria ha representado también un gran impulso en la industria gráfica junto con los avances en las técnicas de reproducción fotográfica de gran calidad. Destacaron en este campo Irving Penn y Cecil Beaton, fotógrafos de la alta sociedad; Richard Avedon, que consiguió fama como fotógrafo de moda, y Helmut Newton, controvertido fotógrafo de moda y retratista cuyos trabajos poseen con frecuencia un gran contenido erótico.

#### Fotografía artística



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

Los trabajos pioneros de Daguerre y de Talbot condujeron a dos tipos distintos de fotografía. El daguerrotipo positivo, apreciado por su claridad y detalle, fue utilizado en especial para retratos de familia como sustituto del mucho más caro retrato pintado. Más tarde, el daguerrotipo fue suplantado en popularidad por la *carte de visite*, que utilizaba placas de cristal en lugar de láminas de hierro. Por otro lado, el procedimiento del calotipo de Talbot era menos preciso en los detalles, aunque tenía la ventaja de que producía un negativo del que se podían obtener el número de copias deseadas. A pesar de que el calotipo se asoció inicialmente a la fotografía paisajista, desde 1843 hasta 1848 esta técnica fue utilizada por el pintor escocés David Octavius Hill y su colaborador fotográfico Robert Adamson para hacer retratos.

***La fotografía como forma de arte alternativa***

Desde la década de 1860 hasta la de 1890, la fotografía fue concebida como una alternativa al dibujo y a la pintura. Las primeras normas de crítica aplicadas a ella fueron, por tanto, aquellas que se empleaban para juzgar el arte, y se aceptó la idea de que la cámara podía ser utilizada por artistas, ya que ésta podía captar los detalles con mayor rapidez y fidelidad que el ojo y la mano. En otras palabras, la fotografía se contempló como una ayuda para el arte, como lo hicieron Hill y Adamson. De hecho, alrededor de 1870 se aceptó la práctica de hacer posar a los sujetos en el estudio, para después retocar y matizar las fotos con el fin de que pareciesen pinturas.

Durante la segunda mitad del siglo XIX el fotógrafo sueco Oscar Gustave Rejlander y el británico Henry Peach Robinson descubrieron el método de crear una copia a partir de varios negativos diferentes. Robinson, que comenzó su carrera como artista, basó sus imágenes descriptivas en apuntes iniciales a lápiz. Su influencia como fotógrafo artístico fue muy grande. Por ejemplo, algunos de los trabajos de su compatriota Julia Margaret Cameron estaban compuestos y representaban escenas semejantes a obras pictóricas de la época.



## **2.1.6 HISTORIA DE LA IGLESIA EN ECUADOR**

Periodo colonial. En 1546 se erigió el obispado de Quito (v.), encomendado a García Díaz de Arias. La conquista había precedido a la evangelización y la raza indígena acogió con docilidad la doctrina. El grave problema social, creado por los nuevos modos de vivir impuestos al indio, dio lugar a la decisiva influencia eclesiástica. El sistema de reparto de tierras (encomienda), el régimen tributario, las relaciones laborales y otras, recibieron una neta impronta cristiana. El primer Concilio limeño (1567), y el primer sínodo de Quito (1569), dejaron una inspirada legislación sobre el tema.

Hacia fines del s. XVI puede considerarse cerrado el periodo de fluidez institucional. La diócesis y las fundaciones de franciscanos, dominicos, mercedarios y agustinos quedaron sólidamente asentadas. Llegó en 1568 la Compañía de Jesús que extendió una red de colegios en las principales ciudades; tomó a su cargo el Seminario y la extensa Misión de Marinas, en el oriente transandino.

Desde el primer plantel educativo que fundó fray Jadoco Ricke para enseñar gramática, canto llano y órgano, absolutamente todos los centros de enseñanza brotaron por iniciativa eclesiástica (v. VIII). A las escuelas y colegios, se añadieron las Univ. de S. Fulgencio, San Gregorio y Santo Tomás, a la sombra de cuyas aulas surgieron los literatos más notables, como J. B. de Aguirre y Espejo (v.).

Periodo republicano. Anotar que los próceres quiteños rubricaron con el rezo de una Salve la conspiración que culminó en el primer grito de independencia, es señalar un hecho simbólico más que anecdótico. La religiosidad del pueblo no se quebró en el turbulento periodo guerrero. El clero, por su parte, ayudó a la causa patriótica con la puesta en juego de su ilustración y ascendiente moral, con sus bienes e incluso con su brazo armado, acentuando la vieja tendencia a la intervención en lo temporal. Al cabo del proceso de liberación surgieron, sin embargo, cismas parciales y un deterioro extremo del testimonio sacerdotal. En la joven república la organización eclesiástica, que estaba ligada por tradición y por leyes abusiva,<sup>5</sup> al poder civil, sufrió las conmociones de la época. En 1886 quedó instaurado un débil vínculo directo con Roma a través de la Nunciatura de Bogotá. La sede quiteña fue elevada a la categoría de



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

archidiócesis y se erigió el obispado de Guayaquil (v.) en 1838. Por segunda vez, fueron expulsados los jesuitas, bajo la presidencia de Urvina.

A partir de la revolución de 1925 tomó cuerpo un estilo democrático de la vida pública que hace reflotar, lentamente y no sin equívocos, la conciencia cristiana del pueblo. Primera manifestación de los nuevos tiempos fue la normalización de las relaciones con la Santa Sede con el Modus vivendi del 14 sept. 1937, firmado por el cardenal Centeno y el canciller Carlos Manuel Larrea.

La actualidad. La organización eclesiástica se articula en tres provincias eclesiásticas y ocho territorios de misión. La sede arquidiocesana de Quito abarca las diócesis de Ibarra y Riobamba, erigidas en 1865, junto con las más recientes de Ambato (1948), Guaranda (1957), Latacunga (1964) y Tulcán (1965). La circunscripción de Guayaquil fue elevada a categoría de archidiócesis en 1956 e integran su provincia la diócesis de Portoviejo (1869) y la Prelatura Nullius de Los Ríos, encomendada desde 1948 al clero diocesano de Vitoria (España). Al mismo tiempo que la de Guayaquil, fue erigida en arzobispado la sede de Cuenca (v.), a la que acceden las diócesis de Loja (1865), Azogues (1968) y Machala (1969). A su vez, los territorios de misión son vicariatos apostólicos en Napo, Zamora, Méndez, Esmeraldas y Canelos; prefecturas apostólicas en Galápagos, S. Miguel de Sucumbíos y Aguarico. Se encuentran encomendados a religiosos josefinos, salesianos, franciscanos, colombianos, dominicos, carmelitas y capuchinos.

## **2.1.7 HISTORIA VIDEO**

En medio siglo de vida, el video ha pasado de ser un apoyo a la producción televisiva a una rica y creativa variedad de propuestas y usos; sin embargo, el avance de la tecnología DVD.

El video actualmente se considera un híbrido cultural que ha logrado integrar tendencias forjadas en otros medios como la computadora, y que está siendo modificado por diversos movimientos artísticos; por otra parte, su influencia social ha adquirido importancia como medio de denuncia y documentación, además de su utilización en el campo del entretenimiento y la educación.

Etimológicamente, la palabra video proviene del latín *video, vidi, visum*; y significa “ver”. Esto en principio parece sencillo, pero adquiere cierto grado de complejidad al observar que el término video se utiliza con muy poca precisión, por lo que se presta a equívocos y generalizaciones diversas.

Originalmente, a esta tecnología de grabación electromagnética de la imagen visual se le llamó *videotape*, para diferenciar la filmación en celuloide tradicional del cine y la transmisión en directo de la televisión. El *videotape* o cinta de video registra tanto imágenes visuales como sonoras; sin embargo, el término hace referencia sólo al ámbito visual. En forma rigurosa se le debería llamar audio video, aunque desde el principio se le denominó “video”, porque es ahí donde radica su novedad primordial.

Además de referirse a la forma de grabación, el término video se usa para nombrar al aparato que los reproduce; así muchas personas dicen “me compré una video (videocasetera)”.

Otra acepción muy común es que se llama video al soporte, la caja de plástico que tiene los cabezales donde se enrolla la cinta y que puede adquirirse con una película grabada o virgen para realizar una grabación casera.

Así se nombra con la misma palabra video: al medio de comunicación, la cámara de registro y grabación, el aparato reproductor casero, al soporte en forma de casete y a los programas mismos.

El video surge como una tecnología íntimamente ligada a la televisión, pues nació como auxiliar de ésta para evitar que la programación fuera en directo,



*“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.*

facilitando el trabajo de grabación, la planeación de horarios, el almacenaje de programas y la reproducción de los mismos.

La innovación en el registro de imágenes visuales y auditivas en este formato, comienza a finales de los años cincuenta e inicios de los sesenta; es entre 1965 y 1978 cuando se consolida como un medio con singularidad y aplicaciones propias, independiente de la producción televisiva.

Una fecha importante en la historia de este medio es 1964, durante los juegos olímpicos de Tokio: primer acontecimiento donde se hace una reprogramación diferida de la transmisión en directo. En 1965 se efectúa el primer video personal con una intención artística, considerándose este año como el nacimiento del “videoarte”, cuando el coreano Nam June Paik filmó la visita del papa Paulo VI a Nueva York desde la ventanilla de un taxi. En la presentación de su obra el autor dijo una frase que refleja las expectativas de la época sobre esta nueva herramienta del arte: “De la misma manera que la técnica del collage reemplazó en la pintura al óleo, el tubo de rayos catódicos reemplazará la tela”, pensamiento que el tiempo se ha encargado de desmentir, al comprobar que un medio no sustituye a otro, pues cada uno labra su espacio e incluso muchos se complementan.

Posteriormente, en 1968, la Sony Corporation produce el “portpack” primera cámara portátil comercializada, y en ese mismo año acontece que Jean Louis Godard graba la revuelta francesa de estudiantes por la mañana —hecho conocido con el Mayo Francés—, material que era visto por la noche en una librería francesa, naciendo así el video-reportaje y el video documental, géneros de expresión periodística que con el paso del tiempo se han convertido en cauce de testimonios y denuncias de injusticias, fraudes y catástrofes.

A partir de 1970 Philips lanza el sistema VCR y otorga facilidades de utilización al ciudadano común, que encuentra nuevas posibilidades de uso al registrar experiencias cotidianas, familiares y sociales, y amplía sus posibilidades expresivas, renueva la forma de transmitir información, delata injusticias, implementa la vigilancia de bancos y lugares públicos, apoya la investigación, entre otros muchos usos.



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

El video y la televisión se relacionan y entrecruzan posibilidades: por un lado los realizadores de video ven en la televisión un canal de difusión para que sus obras sean conocidas por el público, y por otro las televisoras se nutren constantemente de esas creaciones. Un ejemplo de lo anterior son los video-clips musicales: así podemos considerar que, lejos de ser opuestos, se trata de medios complementarios.

Cebrián Herreros, Mariano: *Teoría y técnica de la información audiovisual*, p.56  
Ferré Prats, Joan / Pina, Antonio Bartolomé: *El vídeo, enseñar vídeo, enseñar con el video*. España, Editorial Gustavo Gili, 1991, (colección Medios de Comunicación en la Enseñanza).

#### **EL VIDEO**

Con el surgimiento del video como producto de consumo accesible y relativamente económico, la cultura del mismo comenzó a extenderse rápidamente; resultaba funcional en distintos niveles para todos los entornos de la actividad humana. La gran variedad de formatos de grabación y costos establecieron un entramado tecnológico-mercadotécnico que satisfacía las necesidades de un amplio público consumidor. Desde el equipo de video más profesional del que hacían gala las empresas televisoras hasta la cámara que video grababa los eventos familiares o la cinta que "traía el cine a casa".

En este punto, el video educativo inició un camino ascendente de capacidad de producción, difusión y cobertura a un costo relativamente bajo, por lo que sus esquemas se fueron precisando sobre la carrera, logrando situarse en zona importante de la clasificación de la cultura del video, la cual reconoce la presencia de ciertas divisiones o categorías que nacen de determinadas técnicas y formas de difundir sus mensajes, además de formas de tratarlo o abordarlo: Video documental (en esta categoría, con opción por evolución a trascender a una clasificación independiente, se encuentra el video educativo): cultural, de reportaje, testimonial, de semblanza, educativo; video empresarial: de inducción, institucional, de capacitación y adiestramiento; video artístico: video-clip, video de transición vivencial; video comercial: publicitario y



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

propagandístico; video independiente: cultural, artístico, corto de ficción en video, propuestas independientes; etc.

Entonces el video, como el medio audiovisual más al alcance de objetivos y presupuestos dentro de la enseñanza, fincó una sólida clasificación que ahora es cobijada con el denominativo de Video Educativo, con una difusión que prometía abarcar campos cada vez más amplios del proceso enseñanza-aprendizaje. Actualmente esa promesa es una realidad.

**El Video como Medio Audiovisual en la Enseñanza**

El video educativo como medio audiovisual eficaz para la enseñanza es una realidad que toma fuerza cada vez más y en diversos lugares, que es accesible y funcional, y que entra en los postulados de una cada vez mayor globalización, convirtiéndose en un elemento inherente de las tendencias educativas actuales. Es parte importante de una cultura que no se va a detener y sí evolucionar, por lo que es necesario ubicar el momento del proceso en el que se encuentra para estudiarle y plantearle una evolución adecuada y benéfica para quienes son y serán receptores del mismo: los estudiantes. La enseñanza enaltece generar experiencias significativas. En un mundo globalizado, con el apoyo de los medios audiovisuales, está de más cuantificar el número de experiencias significativas que un estudiante puede tener.

**Ventajas del Video en el Proceso Enseñanza-Aprendizaje:**

El valor y la eficacia de los medios audiovisuales en la enseñanza han sido objeto de múltiples investigaciones, desde las experimentales longitudinales que a la postre arrojaron resultados, hasta las multidisciplinarias longitudinales-transversales que le confieren en la actualidad una formalidad irrefutable al bastión del video educativo.

No se puede negar que algunos de estos estudios han publicado resultados diametralmente opuestos unos con otros, pero sí se puede establecer un promedio considerable de resultados que se respaldan entre sí, y son éstos a los que mayor credibilidad se les otorga dentro del mundo investigador de las ciencias de la educación y las ciencias de la comunicación. Los datos fidedignos de la gran mayoría de estas investigaciones, coinciden en afirmar que el uso de los medios audiovisuales puede reducir en un 40% el tiempo



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

requerido para la enseñanza con respecto a la información que es sólo leída o escuchada, añadiendo, además, que bajo estas condiciones, el coeficiente de memorización se eleva en un 20%.

Estos datos, producto de investigaciones complejas y eruditas, remontan su lógica neófito al hecho de que un medio que conjunta audio e imagen, necesariamente reforzará su potencial informativo con respecto a los que sólo sean texto, audio o imagen por separado. Sin embargo, las posturas de los investigadores del fenómeno van más allá de estas simples conjeturas y se esfuerzan para que los resultados que arrojan las investigaciones posean un irrestricto valor científico, por lo que expertos en ciencias de la educación, pedagogos, intelectuales, sociólogos, psicólogos, comunicólogos, investigadores en semiótica y expertos en áreas vinculadas consagran actualmente sus esfuerzos para lograrlo.

**Análisis de Públicos (Espectadores Activos-Espectadores Pasivos):**

En la producción del video educativo, todo el esfuerzo y despliegue creativo-intelectual-técnico que no oriente sus metas hacia los receptores está condenado a reportar resultados desfavorables. En este apartado, así como en el siguiente (Contextualización), se plantea el análisis de los receptores de los mensajes del video educativo.

En apartados anteriores se establecía que la enseñanza enaltece el hecho de generar experiencias significativas. Los polos en que se maneja el público receptor del video educativo (los estudiantes) arrojan dos conceptos: espectador activo y espectador pasivo, y ambos tienen relación con las experiencias significativas que los afecten. Un espectador activo es aquél que recibe un conocimiento y lo trasciende hasta convertirlo en una experiencia significativa para él y su contexto. Por contraparte, un espectador pasivo es quien recibe información que no vislumbra como conocimiento ni mucho menos lo trasciende como experiencia significativa para él y su entorno. El espectador activo, como resultado, es el éxito de un proceso de enseñanza-aprendizaje, no así el pasivo, que arroja la necesidad de evaluar y adecuar los mensajes. El video educativo no se queda fuera de este proceso de evaluación y resultados.



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

En el siguiente apartado se presenta un esquema para llevar a cabo el análisis del público bajo la lupa de la contextualización del mensaje hacia el entorno socio-económico-cultural del estudiante.

Análisis de Públicos (Contextualización):

Conocer al público receptor permite enviar un mensaje de la manera más adecuada para que el objetivo pedagógico que se persigue se logre. La contextualización de los mensajes a la realidad del estudiante hace que éste se sienta comprendido y que las barreras de comunicación que pudiesen existir entre el emisor y el receptor se derriben o como mínimo se hagan sorteables. A continuación se establecen algunos puntos para llevar a cabo el análisis del público y para tratar de acercarse a una contextualización. Los puntos no son inflexibles, no hay regla tajante, se busca la propuesta y el enriquecimiento:

Lugar (zona geográfica donde se encuentran los alumnos)

Cantidad (número de alumnos que reciben el mensaje)

Sexo (predominante o equilibrado M-F)

Edades (edad promedio, edad predominante, edades extremas, etc.)

Clase socioeconómica

Nacionalidad

Grupo étnico

Ocupaciones (ocupación primaria)

Intereses primario

Actividades. a) Políticas, b) Profesionales, c) Económicas, d) Religiosas

Conocimientos previos sobre el mensaje

Valores

Necesidades

Actitudes. a) Hacia el emisor, b) Hacia la información, c) Hacia el objetivo de aprendizaje

Adecuaciones

Consideraciones Imprescindibles del Video Educativo:

El video educativo debe, necesariamente, contener fundamentos pedagógicos sólidos y perfectamente bien estudiados. Nunca un video debe suplir la labor educativa de sus elementos: El video es sólo un apoyo, un complemento, un reforzador para el proceso enseñanza-aprendizaje... un apoyo trascendente,

***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

pero apoyo al fin. Por contextualización, el video no debe ser un elemento sustituto de otros medios educativos tradicionales, mucho menos si el receptor no está preparado para un salto conceptual en cuanto a procedimientos a los que él está arraigado. Nunca un video educativo deberá ser el "relleno" de los huecos que quedaron vacíos al hacerse una planeación de curso ni sopesar un porcentaje mayor del 30% de la carga académica de cada asignatura.

El video educativo, como una herencia cámica arrastrada desde el cine documental, debe luchar contra la espectacularidad de la TV y el video comercial, por lo que debe ser dinámico, de corta duración<sup>2</sup> (entre cinco y ocho minutos cada uno), con apoyos gráficos llamativos, y nunca debe representar una carga o molestia para los estudiantes, situación que la mayoría de las ocasiones genera rechazo.

### **2.1.8 MULTIMEDIA Y CD-ROM**

Multimedia:

"Un sistema de computo que combina medios de texto, gráficos, animación, música, voz y video; puede incluir bocinas estereofónicas como dispositivos de salida."

"Cualquier forma de comunicación que usa más de un medio para presentar información. También se refiere a un programa de computadora que integra texto, gráficos, animación y sonido."

CD-ROM:

"Acrónimo de Compact Disk-Read Only Memory, disco compacto, memoria sólo lectura; el dispositivo más común de almacenamiento óptico, donde un láser lee superficies y hoyos de la superficie de un disco, puede almacenar hasta 600 MB pero no se puede escribir en él."

Multimedia combina audio y material visual para establecer comunicación y enriquecer su presentación. El origen de multimedia es principalmente sobre las artes y educación donde se encuentra una tradición de experimentar como se conlleva la información. El desempeño de multimedia y exhibiciones, material de entrenamiento multimedia, y presentaciones multimedia todos usan varios canales y modos de expresión. Esta tradición existente es ahora usada por un nuevo tipo de multimedia, uno basado en tecnología digital.



***"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".***

Computadoras de escritorio pueden manipular imágenes fotográficas, grabaciones de sonido, y cortos de video en forma digital. Los medios digitales son combinados y procesados, y están emergiendo como elementos clave en la moderna tecnología de información.

Informa y educa, persuade y entretiene con grandes efectos de color, animación y sonido. Desde sus principios monocromáticos, la PC ha disfrutado el grandioso mundo del entretenimiento e información electrónica. Con cada día que pasa, esperamos aun más sensaciones y efectos espectaculares.

De acuerdo a todas las revistas de computación, el éxito más nuevo en computación es multimedia. Desarrolladores de hardware y software nos bombardean con nuevos productos multimedia diariamente. La pregunta que nos podríamos hacer es que si la multimedia es realmente importante o si los desarrolladores están usando multimedia para ayudar a simular un mercado lento de hardware.

¿Qué es Multimedia?

"Grupos de entretenimiento y educacionales están explorando nuevas aplicaciones, computadoras, telecomunicaciones, y las industrias electrónicas están desarrollando tecnología. Como un termino, "multimedia" es frecuentemente usado pero raramente definido. Entre ingenieros de hardware y software, los intentos para proveer un significado de la caprichosa definición "multi-cable" a esas interacciones de comunicación. Usuarios de computadoras tienen presentaciones multimedia, estaciones de trabajo multimedia, y bases de datos multimedia, pero la gente involucrada ven la multimedia desde diferentes perspectivas. Por ejemplo, presentaciones multimedia, como su nombre lo dice, involucra la presentación de información multimedia, le multimedia de estaciones de trabajo negocian con el procesamiento de información multimedia y bases de datos multimedia. Entonces, la noción de información multimedia se unifica con multimedia digital."

Un flujo de información, variando en estilo y substancia, fluye por nosotros en el mundo moderno. Recibimos y procesamos esta información en ambos niveles conscientes e inconscientes.

Por ejemplo, caminar a través de una tienda de departamentos, vemos un acomodo atractivo de paquetes en los estantes, que ofrecen sus contenidos.



*"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".*

Música suave de fondo incrementa nuestra preparación para comprar, mientras los empleados contestan a preguntas y promueven sus artículos.

En las tiendas más grandes, que tienen personal limitado, videos presentan demostraciones de productos. Videocaseteras colocadas estratégicamente y monitores muestran ventajas de un producto a los compradores que pasan. Una voz calmada, apoyada por una melodiosa música, lee de un artículo diseñado para anticipar preguntas de los compradores.

Ambos casos demuestran los componentes de multimedia. Los componentes dan información en una variedad de formas, pero guardan su mejor efectividad a través de su interacción. En el primer caso, los paquetes, la música y los empleados de venta se combinan para llevar información.

En el segundo caso, la tecnología provee una presentación más efectiva por menos gasto. Información, imágenes y sonido están técnicamente y estéticamente integrados, centrados en un producto específico.

Sin ir más adentro el área de mercadotecnia, el término multimedia describe el uso de diferentes medios y tecnologías para presentar información. El término primero apareció en la educación durante los 60s y los 70s, cuando describía nuevos medios para apoyar el proceso de aprendizaje en las clases.

Ahora el término multimedia ha ganado una nueva dimensión. Así como muchas otras áreas de computación, multimedia sufre no del hecho de que poca gente lo entiende, pero que casi todos lo entienden diferente.

Los fabricantes deberían tomar responsabilidad sobre esto porque existen pocos estándares entre productos. Cualquier desviación del tradicional procesamiento de palabras y de números es inmediatamente etiquetado multimedia.

Generalmente el término multimedia significa integración de texto, gráficas, sonido, animación y video para llevar información. Un elemento clave del concepto multimedia es interacción.

¿Qué es interacción?

"La palabra interacción, de su origen latín, describe un trato entre dos o más personas. Un diccionario de sociología distingue diferentes tipos de interacción por los cuales la comunicación entre personas o grupos ocurren durante la



*“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.*

plática, símbolos y gestos. Esta comunicación resulta en cambios de actitudes, expectación y comportamiento.

Si aplicamos la misma palabra a las computadoras, interacción significa que la ejecución de programas dependen de la entrada de los usuarios; el usuario puede controlar el flujo del programa.

En un concepto de multimedia interactivo, el usuario afecta el camino que toma la información. Podemos aplicar este concepto a nuestro ejemplo anterior de un comprador viendo un video promocional en una tienda.

El comprador debe ser capaz de decidir qué productos serán descritos en la presentación, qué detalles se darán acerca de los productos, y cuando será repetida esta información. "

#### Requerimientos de Multimedia

Desde que estamos considerando multimedia en conexión con computadoras personales, la PC será la básica para nuestro análisis. La mayoría de las PCs pueden controlar aplicaciones de multimedia, con unos cuantos aditamentos de hardware.

Una PC IBM-compatible que está diseñada como una PC multimedia tiene varias mejoras específicas para desplegar multimedia. En suma al hardware, necesitas software multimedia apropiado para combinar e integrar los componentes individuales, nombrados como video, música, animación, gráficas y texto, de acuerdo a sus necesidades.

#### Usos de Multimedia

En nuestra introducción al concepto de multimedia mencionamos algunos usos parciales para presentar y llevar información con esta tecnología.

##### Llevando información

Desde que la información es distribuida tan intensamente hoy en día, la efectividad de los componentes multimedia es constantemente estudiada y revisados. Los anuncios constantemente buscan nuevas técnicas para empatar el creciente potencial de consumidores.

##### Interacción

La efectividad de la multimedia ha crecido aun más allá incorporando la interacción del usuario. Aquí el usuario es incluido en el proceso, desde que el

***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

o ella controlan el camino y el tipo de información que se presenta. Los procedimientos de aprendizaje más exitosos usan este tipo de interacción.

#### Presentación e Información

Un aspecto importante de la promoción es la presentación del producto. Esto puede hacerse de varias maneras, como conversación directa, una lectura o un anuncio televisivo. De cualquier manera, involucra el uso de muchos componentes de multimedia. Ciertamente cada significado de la presentación tiene sus ventajas y desventajas.

En las presentaciones de ventas hechas a través de una conversación o una lectura, el vendedor puede responder al consumidor y dirigir la presentación a través de diferentes líneas. De todas formas, este método requiere mucho poder humano y tiempo. Y, excepto por las ventas de puerta en puerta, el vendedor debe esperar a que sea aceptado por el comprador antes de dar su mensaje.

#### ¿Qué es el CD ROM?

El CD ROM constituye una innovación radical dentro de la tecnología del almacenamiento de información. Es un nuevo medio de edición, el centro de una nueva generación de aplicaciones para la computadora y un instrumento educativo de potencia hasta ahora inimaginable. Es el primer dispositivo práctico que permite a casi cualquier empresa confeccionar y vender, y a cualquier usuario comprar y usar directamente bases de datos digitales de gran volumen.

"En un disco CD ROM caben 550 megabytes de datos digitales, que se conservan con una precisión y una seguridad comparables a las de los mejores periféricos de computadora. Esa capacidad es suficiente para almacenar:

3 El contenido de ciento cincuenta mil páginas impresas (alrededor de doscientos cincuenta libros de buen tamaño).

3 Imágenes nítidas de quince mil documentos comerciales (dos archivadores grandes).

3 El contenido de mil doscientos diskettes flexibles de 5.25 pulgadas.

3 Una imagen nítida en color y diez segundos de narración por cada uno de los tres mil segmentos de un programa educativo de consulta (casi ocho horas de contenido).



***"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".***

3 Grandes cantidades de cualquier otra cosa representable en forma digital, o cualquier combinación de todas mencionadas."

"Pero la capacidad no es más que el principio. Cualquier elemento de esa masa de información puede localizarse en no más de un segundo. La recuperación puede hacerse con cualquier programa de computadora, desde un sistema de gestión de base de datos hasta un procesador de textos. En el mismo disco hay sitio de sobra para una base de datos y para los índices de búsqueda necesarios.

Pese a sus extraordinarias cualidades, el CD ROM no es todavía el medio de almacenamiento universal capaz de reemplazar a todos los demás. En casi todos los sistemas reales, el CD ROM necesita el apoyo familiar de discos magnéticos, la memoria RAM y del procesador."

"Una limitación importante del CD ROM deriva del hecho de que sólo puede leerse. Se presta, pues, a la grabación de bases de datos invariables o históricas, pero no a las evolutivas. Las bases de evolución lenta pueden también difundirse en este medio si se sacan nuevas ediciones con regularidad; en cualquier caso, el ciclo de actualización mínimo que por ahora resulta práctico está en torno a un mes.

Las bases de datos de evolución rápida necesitan: o un medio de gran capacidad en el que pueda escribirse, como un disco óptico de esas características, o un disco magnético complementario al CD ROM. Esta última solución es cara, porque hacen falta dos unidades lectoras."

"Las aplicaciones para computadoras dependen de las unidades de discos, que se encargan de suministrar los datos necesarios en el momento. La capacidad mide la aptitud del disco para mantener al alcance de la mano más o menos datos; el rendimiento, que se expresa en número de registros escritos o leídos por unidad de tiempo, mide la aptitud del dispositivo para entregar bases de datos rápidamente a uno o más usuarios. Para medir el rendimiento, se suma el tiempo que tarda la unidad en llegar al principio del registro buscado (tiempo de acceso) al que necesita para transferir todos los datos contenidos en él (tiempo de transferencia). El recíproco del total es el rendimiento, una cifra muy



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

útil cuando se trata de evaluar las virtudes de los dispositivos de almacenamiento desde el punto de vista del acceso directo.

El término **tiempo de acceso** es laxo y se abusa mucho de su significado. Consta de los siguientes componentes: tiempo de posicionamiento radial (frecuentemente llamado tiempo de acceso), que es el que tarda la cabeza en colocarse sobre la pista escrita; tiempo de asentamiento, que es el que tarda el ubicado de la cabeza o servomotor en dejar de moverse una vez que la cabeza llega a la pista buscada y cuando el sector deseado pasa bajo ella."

El rendimiento del CD ROM es moderado. Conectado a una instalación multiusuario muy solicitada, no podría atender la demanda de registros. Incluso al servicio de un solo usuario, una unidad de CD ROM con las características actuales sería frustrante si se pretendieran hojear rápidamente imágenes de alta resolución o re indexar una base de datos de gran tamaño.

El tiempo de acceso radial medio es de 500 ms o más, y 40 ms o menos de los de más calidad. También los valores de tardanza son preocupantes: entre 60 y 150 ms por término medio.

Tampoco debe eternizarse el dispositivo de almacenamiento en la transferencia. La aparición de cada vez más aplicaciones gráficas, de texto completo, de archivo de imágenes, etc., con registros de centenares o millares de Kbytes, obliga a tener en cuenta los tiempos de transferencia. Las unidades de CD ROM funcionan a 1.3 Mbit/s, un valor situado entre el de los diskettes flexibles (250 Kbit/s) y los Winchester (5 Mbit/s o más).

#### El Origen del CD ROM

Gran parte del interés que ha suscitado el CD ROM es atribuible al enorme éxito cosechado en el campo del sonido por el disco compacto o CD. Tan buena ha sido la acogida de los nuevos discos, que el 100% de toda la música que antes se hacía en discos LP ahora ya se vende en CD. Los reproductores, que empezaron a venderse a cerca de cuatro mil pesos, pueden ahora adquirirse ahora por menos de dos mil pesos. La capacidad de producción de discos CD crece en todo el mundo para satisfacer la demanda. En los dos primeros años de vida del nuevo formato se han vendido más de 65 millones de discos CD. Tan favorable situación alimenta la confianza en el éxito del CD ROM.



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

"Durante la década de 1970 aparecieron diversos sistemas de videodisco de lectura mecánica y capacitiva, pero el único que ha sobrevivido ha sido el videodisco óptico, conocido ahora como LaserVision (LV).

Los discos LaserVision tienen normalmente 12 pulgadas de diámetro, aunque hay algunos de 8 pulgadas. En los de 12 pulgadas caben treinta o sesenta minutos de programa por cada cara, según el formato; en casi todos los discos se usan las dos caras.

Los primeros prototipos de tocadiscos LV aparecieron en los laboratorios hacia 1970, y a lo largo de los ocho años siguientes varias empresas (en particular Phillips, DiscoVision y Pioneer) invirtieron alrededor de 500 millones de dólares en desarrollar un producto viable, que se presentó por fin en 1978. La inversión se ha detenido, y ahora hay mejores aparatos, más instalaciones de grabación de masters y la producción crece a un ritmo estable. La base de técnica, ingeniería y manufactura que de todo ello ha resultado ha permitido desarrollar otras categorías de productos, entre ellos el CD ROM."

La idea del CD ROM se concretó a principios de la década de los ochentas, conforme maduraba el CD y empezaba a quedar clara la aceptación generalizada del nuevo medio. Entonces se le ocurrió a alguien que podría usarse una versión del CD para distribuir grandes cantidades de datos digitales.

"A finales de 1984, después de que el mercado de computadoras personales empezara a estabilizarse, se presentaron varios prototipos de unidades lectoras de CD ROM. En 1985, junto a la primera oleada de bases de datos en CD ROM, se lanzaron unidades y subunidades comerciales."

Varias firmas se adelantaron al lanzamiento del CD ROM, y al comienzo de los ochentas adaptaron los discos LaserVision a la grabación de datos digitales. La adaptación consiste en transformar éstos en una señal similar a la de video, que se graba en el disco.

El disco óptico *escribible* o *grabable* constituye un tercer vástago del videodisco. Grabable significa que el usuario puede almacenar información directamente en el disco, sin necesidad de recurrir a ninguna operación de manufactura. Los discos grabables se han pensado desde el principio como medios de almacenamiento digital. Tanto las fabricas de periféricos como las



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

de discos y las de computadoras tienen todavía que trabajar mucho en este campo. La primera generación de discos ópticos grabables deriva claramente del videodisco, con el que comparte muchas de las dimensiones básicas, el funcionamiento de la unidad lectora y los métodos y materiales de fabricación del disco. En un disco de 12 pulgadas caben alrededor de 1,000 megabytes por cada cara, se encuentran en el comercio desde 1983.

La segunda generación de disco ópticos grabables se puso a la venta en 1985. Son menores y más baratos que sus predecesores, y se basan en una combinación de las técnicas de discos compactos. Ocupan lo mismo que las actuales unidades de tamaño normal para diskettes de 5.25 pulgadas, lo que facilita la intercambiabilidad con los soportes magnéticos e incluso entre marcas de unidades ópticas; con todo, hay por el momento otros obstáculos que se oponen a la tan deseada intercambiabilidad.

Todos los discos grabables actualmente comercializados son medios de una sola escritura. Significa eso que el usuario puede escribir en cualquier sector de cualquier pista, pero no puede alterar lo escrito. A estos medios se les llama WORM, siglas de una escritura, varias lecturas. Son excelentes para archivar documentos y transacciones, porque el soporte es por su propia naturaleza resistente a las falsificaciones, pero de ningún modo sustituyen al disco magnético tradicional en sus funciones.

Todos los discos presentan marcas legibles inmediatamente después de realizada la operación de escritura, por lo que también se llaman DRAW (lectura directa tras la escritura). Muchas unidades incorporan un circuito que lee continuamente a la par que escribe para verificar los datos.

Casi todos los medios de una sola escritura comercializados en la actualidad graban los datos sobre una o varias capas metálicas muy finas depositadas al vacío. La escritura se hace fundiendo orificios en las capas, provocando ampollas o fundiendo localmente varias de esas etapas.

#### Estructura del disco

Se comenzará con el propio disco. Como ilustra la figura 1, el disco CD ROM tiene 120 mm de diámetro (alrededor de 4.72 pulgadas), 1.2 mm de grosor y en el centro un hoyo para el eje de 15 mm de diámetro. La información,



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

almacenada en una espiral de diminutos hoyos, se moldea sobre la superficie, que se recubre de una capa metálica brillante, protegida a su vez por una laca transparente.

**Figura 1. Disco Compacto**

Los hoyos miden  $0.12\ \mu\text{m}$  (micrones) de profundidad y  $0.6\ \mu\text{m}$  de anchura. La separación entre dos vueltas contiguas de la espiral es de  $1.6\ \mu\text{m}$ , lo que arroja una densidad de 16,000 pistas por pulgada (tpi), muy superior a la de los discos flexibles (hasta 96 tpi) y a la de los duros (varios cientos de tpi). La longitud a lo largo de la pista de los hoyos y los espacios planos situados entre ellos oscila entre  $0.9$  y  $3.3\ \mu\text{m}$  (ver figura 2). La acumulación de tan diminutos espacios produce un resultado asombroso: la longitud total de la pista espiral del disco CD ROM es de casi cinco kilómetros, y a lo largo de ella se ordenan casi 2,000 millones de hoyos.

**Figura 2. Hoyos y Planos**

Para transformar los datos en hoyos y planos se recurre a una operación llamada *grabación de master*, que consiste en lo siguiente: la onda portadora de la información codificada se transfiere desde una cinta magnética a un modulador (una especie de conmutador muy rápido), que controla un potente haz de láser de onda corta por medio de una lente, que a su vez lo enfoca sobre la superficie fotosensible de un disco master de vidrio.

La lente se desplaza radialmente conforme gira el master, lo que da lugar a la pista espiral característica del CD ROM. Al revelar la superficie fotosensible, las regiones expuestas se convierten en hoyos (el haz se enfoca de modo que las paredes de los hoyos queden inclinadas). El master revelado tiene un relieve exactamente igual al que tendrán los discos CD ROM.

Del master se obtiene, por galvanoplastia o por reproducción con un fotopolímero, uno o más negativos, llamados matrices, que sirven para dar forma a los discos definitivos. Por lo general, esta operación se hace mediante moldeo por inyección, aunque se están probando otras técnicas basadas en el grabado y la estampación en frío. En todos los casos el material del disco es policarbonato, un plástico transparente que se usa también para fabricar ventanas a prueba de balas y cascos protectores. Gracias a este material, el disco – un objeto de elevada precisión – puede sobrevivir al uso incontrolado

***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

por consumidores inexpertos. Los discos CD resisten intactos la temperatura de un coche estacionado al sol y las patadas y los golpes que les propinan los niños.

Todos los dispositivos de almacenamiento óptico utilizan un haz de láser que una lente enfoca sobre un punto muy pequeño. En casi todas las actuales unidades reproductoras de discos LaserVision, CD, CD ROM, y discos grabables grandes y pequeños, el haz lo genera un láser semiconductor de arseniuro de galio.



## **2.1.9 PROGRAMAS DE ADOBE SYSTEMS INCORPORATED**

Adobe recibió su nombre del arroyo que pasa por detrás de la casa de uno de sus fundadores, John Warnock y Charles Geschke. A finales de los años 80, después de que el Postscript comenzara a popularizarse, Adobe lanzó al mercado Adobe Illustrator, que pronto se convirtió en uno de los programas indispensables para los profesionales gráficos. A principios de los 90, salió la primera versión de Photoshop que eventualmente sería uno de los programas insignia de la empresa y uno de sus productos más vendidos.

Acrobat y el formato PDF tardaron en encontrar su lugar en el mercado, pero a medida que las aplicaciones iban integrándose las ventajas del PDF se fueron haciendo más evidentes y actualmente es el estándar en lo que a intercambio de documentos digitales se refiere.

Adobe no había conseguido desarrollar una aplicación DTP, y por lo tanto adquirió Aldus en 1994, que producía Pagemaker, para competir con QuarkXPress, pero esto no fue suficiente y en 1999 fue presentado InDesign, que progresivamente ha ido ocupando lugares antes exclusivos de Quark, aunque aún no supera su cuota de mercado.

En el Año 2003 Adobe compró a Syntrillium Software el programa Cool Edit Pro, y lo mejoró en su versión Adobe Audition la cual actualmente compite con otros editores de audio de alto nivel, siendo uno de los más cómodos y completos.

En el año 2005, Adobe compró Macromedia, conocida empresa de software distribuidora de los programas Flash, Dreamweaver, Director, Fireworks, y Freehand entre otros por 3.400 millones de dólares (2.623 millones de euros) en acciones. Según Adobe, la combinación de ambas empresas potenciará la compatibilidad entre sus productos como, por ejemplo, PDF y Flash.

Mediante esta compra, los planes de Adobe pasan por intentar potenciar el desarrollo y la colaboración entre sus tecnologías, muy extendidas sobre todo en la Red. Los accionistas de Macromedia recibirán 0,69 acciones de Adobe en un intercambio libre de impuestos, lo que supone un precio de 41,86 dólares por cada acción según la cotización de finales del 2006 y una prima del 25%. Los accionistas de Macromedia controlarán aproximadamente el 18% del grupo resultante. El consejero delegado de Adobe, Bruce Chizen, que mantendrá su



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

cargo en el nuevo grupo, subrayó que los clientes están demandando aplicaciones de 'software' integradas que les permitan crear, gestionar y suministrar un amplio rango de contenidos y aplicaciones, y que la combinación de ambas compañías, junto a la "funcionalidad complementaria" de PDF y Flash, dará a Adobe "la oportunidad de dar vida a esta visión con una plataforma tecnológica con capacidad para definir la industria". El presidente y director ejecutivo de Adobe, Shantanu Narayen, mantendrá su cargo, y el presidente y consejero delegado de Macromedia, Stephen Elop, pasará a formar parte del grupo como presidente mundial de operaciones.

#### Productos y tecnologías

Adobe produce aplicaciones de nivel profesional destinadas al retoque fotográfico (Photoshop), dibujo vectorial (Illustrator), maquetación (InDesign), edición de vídeo (After Effects, Premiere), documentos digitales (Acrobat), contenidos web y multimedia (Dreamweaver y Flash), entre otros. Con la adquisición de Macromedia en 2005, Adobe amplió su portafolio con aplicaciones y tecnologías que se complementaban con las que ya poseía. Adobe también es distribuidor de tipografías digitales.

Uno de los principales méritos de la empresa fue la creación del lenguaje Postscript, que es el lenguaje que usan las impresoras láser para imprimir correctamente. Uno de los desarrollos más conocidos de Adobe Systems es el formato PDF (Portable Document File) y Adobe Acrobat, programa que trabaja con ese formato, y se distribuye en diferentes versiones: Adobe Reader (solo permite leer PDF y es gratuito) y Adobe Acrobat (se comercializa en ediciones estándar, profesional y extended), que permite crear documentos y otras numerosas opciones sobre el formato. En la actualidad Adobe es el distribuidor del Flash Player, creado por Adobe Systems, y encargado del desarrollo del formato SWF.

Sus productos se pueden adquirir por separado o en paquetes que incluyen varias aplicaciones que se integran entre sí, como el Adobe Creative Suite, Production Studio y Studio 8.

Adobe Reader fue el primer programa que logró soportar el formato PDF (Portable Document Format), Adobe Reader fue anteriormente creado que Adobe Acrobat, Por su primera versión 1.0.



***"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".***

Programas utilizados para la Tesis

Adobe Photoshop (Taller de Fotos)

Es una aplicación informática en forma de taller de pintura y fotografía que trabaja sobre un "lienzo" y que está destinado para la edición, retoque fotográfico y pintura a base de imágenes de mapa de bits (o gráficos rasterizados).

Es un producto elaborado por la compañía de software Adobe Systems, inicialmente para computadores Apple pero posteriormente también para plataformas PC con sistema operativo Windows.

Photoshop en sus versiones iniciales trabajaba en un espacio bitmap formado por una sola capa, donde se podían aplicar toda una serie de efectos, textos, marcas y tratamientos. En cierto modo tenía mucho parecido con las tradicionales ampliadoras. En la actualidad lo hace con múltiples capas.

A medida que ha ido evolucionando el software ha incluido diversas mejoras fundamentales, como la incorporación de un espacio de trabajo multicapa, inclusión de elementos vectoriales, gestión avanzada de color (ICM / ICC), tratamiento extensivo de tipografías, control y retoque de color, efectos creativos, posibilidad de incorporar *plugins* de terceras compañías, exportación para web entre otros.

Photoshop se ha convertido, casi desde sus comienzos, en el estándar *de facto* en retoque fotográfico, pero también se usa extensivamente en multitud de disciplinas del campo del diseño y fotografía, como diseño web, composición de imágenes bitmap, estilismo digital, fotocomposición, edición y grafismos de vídeo y básicamente en cualquier actividad que requiera el tratamiento de imágenes digitales.

Photoshop ha dejado de ser una herramienta únicamente usada por diseñadores / maquetadores, ahora Photoshop es una herramienta muy usada también por fotógrafos profesionales de todo el mundo, que lo usan para realizar el proceso de "positivado y ampliación" digital, no teniendo que pasar ya por un laboratorio más que para la impresión del material.

Con el auge de la fotografía digital en los últimos años, Photoshop se ha ido popularizando cada vez más fuera de los ámbitos profesionales y es quizá, junto a Windows y Flash (de Adobe Systems También) uno de los programas



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

que resulta más familiar (al menos de nombre) a la gente que comienza a usarlo<sup>[cita requerida]</sup>, sobre todo en su versión Photoshop Elements, para el retoque casero fotográfico.

Aunque el propósito principal de Photoshop es la edición fotográfica, este también puede ser usado para crear imágenes, efectos, gráficos y más en muy buena calidad. Aunque para determinados trabajos que requieren el uso de gráficos vectoriales es más aconsejable utilizar Adobe Illustrator.

Entre las alternativas a este programa, existen algunos programas libres como GIMP, orientada a la edición fotográfica en general, o propietarios como PhotoPaint de Corel, capaz de trabajar con cualquier característica de los archivos de Photoshop, y también con sus filtros *plugin*.

Adobe Illustrator

Es una aplicación en forma de taller de arte que trabaja sobre un tablero de dibujo, conocido como *“mesa de trabajo”* y está destinado a la creación artística de dibujo y pintura para ilustración (Ilustración como rama del Arte digital aplicado a la Ilustración técnica o el diseño gráfico, entre otros). Es desarrollado y comercializado por Adobe Systems Incorporated y ha definido en cierta manera el lenguaje gráfico contemporáneo mediante el dibujo vectorial. Adobe Illustrator contiene opciones creativas, un acceso más sencillo a las herramientas y una gran versatilidad para producir rápidamente gráficos flexibles cuyos usos se dan en (Maquetación-Publicación) impresión, vídeo, publicación en la Web y dispositivos móviles.

Actualmente forma parte de la Familia Adobe Creative Suite y tiene como función única y primordial la creación de utillaje (*Material*) Gráfico-Ilustrativo profesional basándose para ello en la producción de objetos matemáticos denominados vectores. La extensión de sus archivos es .AI (Adobe Illustrator). Su distribución viene en diferentes presentaciones, que van desde su forma individual hasta como parte de un paquete siendo estos: Adobe Creative Suite Design Premium y Versión Standard, Adobe Creative Suite Web Premium, Adobe Creative Suite Production Studio Premium y Adobe Creative Suite Master Collection.

Esta aplicación es más reconocida por la impresionante calidad y nivel artístico de las ilustraciones allí creadas más que por cualquier otra cosa, siendo



*"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".*

frecuentemente utilizado por artistas muy experimentados. Además, también requiere de cierta cantidad de tiempo y esfuerzo para poder entenderla, si algo se le es reconocido a Adobe Illustrator es el hecho de que no suele ser muy intuitivo. Adobe Illustrator fue uno de los primeros en hacer uso de la tecnología Display PostScript un tipo de lenguaje WYSIWYG creado por la compañía Adobe Systems en convenio con la compañía NeXT Computer, Inc. en el año de 1987 y que se trata de una versión más avanzada del lenguaje de descripción de páginas para impresora Adobe PostScript de Adobe Systems que permite que lo que usted vea en la pantalla sea una previsualización del resultado tal cual cómo se va a imprimir.

Adobe Premiere Pro® (Pr) (antes conocido como Adobe Premiere)

Es una aplicación en forma de Estudio destinada a la edición de vídeo en tiempo real.

Es parte de la familia Adobe Creative Suite, un conjunto de aplicaciones de diseño gráfico, edición de vídeo y desarrollo web desarrollado por Adobe Systems. En ocasiones se distribuye gratuitamente como software OEM con tarjetas de vídeo de gama alta.

Hace poco tiempo salía a la venta la nueva versión de Adobe Premiere, Adobe Premiere CS4. Este editor de video profesional es bastante amigable, si la máquina cuenta con ciertas características en el sistema. Ej. Mínimo 2 Gb de Memoria RAM, 80 Gb de disco duro, 512 Mb de Tarjeta Gráfica, hay que tener en cuenta que el video es muy pesado así que se necesita bastante espacio para almacenar todo lo que se capture para la edición, también se necesita que la computadora cuente con una tarjeta de video para que pueda correr bien el "preview" y todo se pueda reproducir sin que se "pasmee". El programa se puede instalar en una computadora estacionaria ó en una laptop, se pueden usar discos duros externos para almacenar ahí los proyectos y no tener que utilizar todo el disco duro de la computadora.

## **2.1.10 MUSEO ANTROPOLÓGICO Y DE ARTE CONTEMPORÁNEO**

El Museo del Banco Central del Ecuador en el Malecón 2000 es la respuesta a la necesidad de potenciar el valor simbólico del patrimonio cultural institucional y poner adecuadamente en función social sus importantes colecciones de antropología y arte moderno actualmente sub-utilizadas por la poca capacidad de exposición, deficiente estructura e inadecuada ubicación del edificio actual (Antepara y Nueve de Octubre esquina)

El Museo del Banco Central del Ecuador se concibe como un sistema que tiene sus sedes principales en Quito, Guayaquil y Cuenca. Estas sedes se han especializado en lo relativo a sus colecciones de arte de manera que Quito concentra a mayor parte de la colección de Arte Colonial, Cuenca la de Arte Republicano y Guayaquil la de Arte Moderno.

La sede del Museo del Banco Central de Guayaquil tiene un doble perfil que se apoya en dos grandes conjuntos de bienes culturales:

- Una importante colección arqueológica de cerca de 45.000 piezas básicamente de pequeño formato, que permite exponer el panorama de las culturas precolombinas.

Una colección de arte moderno y contemporáneo ecuatoriano, compuesta por cerca de 5.000 obras fundamentalmente pictóricas de pequeño y mediano formato.

La Unidad de Proyectos Especiales Culturales

La Unidad de Proyectos Especiales Culturales (UPEC) inicio sus labores el 15 de Junio de 1997, con el propósito de elaborar los estudios e impulsar la gestión de las obras de construcción del Parque Histórico Guayaquil y el nuevo Museo de la institución en el Proyecto Malecón 2000.

La supervisión de los trabajos de la Unidad está a cargo de la Comisión de Proyectos Culturales, la misma que coordina, toma decisiones y apoya estas obras hasta su culminación.

El Proyecto Malecón 2000



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

La Fundación Malecón 2000 fue creada con la misión de programar, proyectar y ejecutar la reordenación y regeneración del borde urbano de Guayaquil que da frente al río Guayas, antes ocupado por edificaciones portuarias. Este borde se concibe como un gran parque urbano de 21 hectáreas de superficie, 2 1/2 kilómetros de longitud y un ancho variable que oscila entre los 20 y 200 metros.

**Objetivos de Malecón 2000**

- Regeneración urbana del centro de Guayaquil
- Volver la cara de la ciudad al río
- Construir un gran parque urbano que respete el ecosistema
- Reactivación económica
- Crear un polo de desarrollo turístico-comercial y cultural

**El Extremo Norte de Malecón**

El subsector 7 limita al norte con el popular barrio de “Las Peñas” que emerge desde el río Guayas con un caserío doméstico, apretado y de pequeña escala. Al oeste se sitúa el gran eje vial de la avenida Simón Bolívar que es la gran arteria de circulación vehicular que limita y provee de estacionamientos al parque urbano. Al este el ancho río Guayas y al otro lado del cauce se divisa la horizontal y verde isla Santay. Al sur serán vecinas edificaciones como un Parque Ecológico y un hotel dotados de un gran estacionamiento público.

**El Museo en el Malecón**

El Malecón puede incorporar una pieza de máximo interés ciudadano que remate al norte el parque urbano, atrayendo una importante visita pública y generando la necesaria tensión y vitalidad hacia este extremo.

El Banco Central puede construir una nueva sede del Museo en una posición urbana privilegiada de manera que no sólo resuelva sus carencias inmediatas, sino que suponga una auténtica refundación de la instrucción, modificando y ampliando su concepción hasta un perfil que comparte características de un gran museo con otras propias de centros culturales y de investigación.

En este marco, la institución se plantea con una fuerte vocación urbana, de manera que voluntariamente difumina sus límites físicos con la ciudad y en concreto con el malecón.

**Una Ubicación Privilegiada**

***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

El Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo se encuentra ubicado en el extremo Norte del Proyecto de Regeneración Urbana Malecón 2000, frente al antiguo edificio de la ESPOL convirtiéndose en el necesario vínculo de este proyecto con el tradicional e histórico Barrio “Las Peñas”.

Según el programa de necesidades proporcionado, esta edificación tendrá un área construida de 10,000m<sup>2</sup> la cual se desarrollará en tres niveles.

Como elementos existentes a conservar y valorar en el sub-sector y en su entorno inmediato se ha considerado las siguientes condicionantes:

- El barrio de “Las Peñas” cuya escala doméstica no debe ser agredida.
- El pequeño fortín que debe ser puesto en escena y revalorizado.
- El arbolado existente que debe conservarse.
- Las vistas panorámicas sobre el río Guayas, la isla Santay y el propio Parque Urbano.
- La estructura de pilotes de la plataforma de hormigón que debe ser aprovechada en la nueva edificación.

#### **ACERCA DEL MAAC**

Este cuaderno intenta reunir deseos, días, todas nacidas en situación, más que de creador o creativo, de individuo, de lector de posibilidades para la creatividad.

Toda argumentación reconoce certezas iniciales, preexistentes, se parte de dos:

- La primera tiene que ver con cierto silencio, con la necesidad urgente de RESPUESTA, de GESTO mínimo, que el Ecuador debe dar y darse como espacio cultural, pues ante el formulismo mecánico del mercado y la consiguiente visualización de las identidades nacionales y locales, corremos el riesgo de caer en la ausencia definitiva, en la nulidad;
- La segunda es el optimismo, entendiendo por éste una espiral de acción – reflexión - acción, que abarque todos los ámbitos de la existencia nacional, que dé origen a paradigmas de futuro más dignos, más inteligentes.

Hasta ahora hemos vivido la creación, el arte y a cultura en el aplazamiento, en la contingencia, en la exclusión, en la imposibilidad, en la indiferencia. Las responsabilidades de semejante MALESTAR no son Únicamente



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

institucionales, sino colectivas, por tanto individuales, incluso íntimas, aunque no siempre se lo asuma.

Todos somos “culpables” y eso no debe significar una carga sino un síntoma de liberación, un compromiso, una responsabilidad, una nueva fe.

Donde empata todo lo anterior con la cuestión nuevo MUSEO ANTROPOLOGICO Y DE ARTE CONTEMPORANEO de Guayaquil (MAAC)? se intentará guiar por la cuestión del lenguaje como síntoma de este proyecto.

Por lenguaje se entiende materiales, sustancias, capacidad expresiva de los mismos, su posibilidad de combinación, de construcción, de yuxtaposición en unidades de significación, relaciones, tejidos, signos simbólicos, de todo cuanto existe.

Se quiere distinguir entre creatividad (situación-gesto-respuesta de lenguaje respecto del entorno, de un contexto), arte (obra, unidad significativa, identidad expresiva individual) y cultura (conjunto orgánico o inorgánico de los procesos de lenguaje en una sociedad), no con pretensión temática, no por categorizar, sino porque el MAAC, se ha proyectado bajo una constante: ver más allá de lo coyuntural, ver por anticipado, recuperando a noción de conjunto, de concepto, de unidad de fragmentos, de partes diversas, opuestas, complementarias y esto puede y debe significar un giro, un al rebasamiento, un envés, no solo de a mirada sino de la totalidad de los sentidos y de su lógica

La importancia del MAAC, su significación como espacio de urgencia y convergencia de 10 urbano nacional, está en ser afirmación, en ser un sí a esa parte de la vida en nuestra sociedad que necesita abrirse, reconocerse, declarar muerto cuanto agotamiento, cuanta fatiga pese, para iniciar no un siglo, sino un ciclo, en el sentido ancestral del término, que genere búsquedas, provoque hallazgos, obras, ideas nuevas, y nuestras, sobre el cómo, el qué, el cuándo, el para qué, él para quién, de los espacios para la muestra, confrontación e investigación de la creatividad, el arte y la cultura en nuestro país.

El MAAC debe resultar en proceso, un ejercicio para lectores y autores de significaciones y la creación de condiciones, de ambientes para este diálogo, debe negar de inicio toda posibilidad de repetición, de vicio anterior, de convencionalismo, de formalidad, pues tanto los tiempos, como la ubicación del



*“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.*

MAAC son, por azar, un principio indeterminado, una conjunción quizás capaz de dar cuerpo, espíritu, al caos que somos, al caos que seremos.

En primero y en Último término se trata de un discurso de comprensión, de transformación, de embellecimiento de nuestro caos, un paradigma de la BELLEZA, BELLEZA como acto compartido, como acto en la ciudad.

Espacios como el MAAC no se proyectan y se ejecutan en nuestro país como excepción, por esto, el acto, el significado de inauguración, debe implicar un proceso de recuperación del lenguaje como centro, como punto de tensión, como humor entre autores y lectores de significaciones.

Cuál sería el carácter del MAAC?

Tres indicios:

1. la idea de un museo, en general sigue siendo demasiado edificio, demasiado solemne, demasiado pasividad, demasiado no-yo.

Cómo alterar, cómo de construir esta relación...?

Cómo hacer que el objeto MAAC, resulte un texto próximo, legible a los lectores...?.

Una ventana es el paisaje, su sorpresa, su maravilla, su aspecto monumental, pues el MAAC está ubicado en un sitio privilegiado del mapa de Guayaquil, un sitio de tránsito, de paseo, de alguna manera el MAAC está en la calle, es una prolongación de la misma, así la premisa: “la inteligencia está en a calle” del poeta Tristan Tzara resulta muy adecuada.

Como tránsito, como movimiento en un paisaje, como ambiente en el que la experiencia sensorial, la necesidad de texto de los individuos se amplíe, se complemente, se trastoque, se agreda, se transforme el MAAC debe vivificarse, más que en “producto cultural”, en acontecimiento urbano, en nuevo rito, en reafirmación de lo tribal, lecturas personales como oxígeno permanente de los signos y mensajes propuestos.

Ir al MAAC debería ser como ir al Parque, o al Mercado, o a las Salas de Bingo, o al Hospital, porque se sabe, se siente que en él, y solo en él, está contenida nuestra urgencia, esta vez lúdica, nuestro yo más auténtico, más puro, nuestro encuentro con el OTRO en diálogo.

2. sentir una obra es ya pensarla, porque hay un pensamiento anterior al pensamiento: las sensaciones y las intuiciones, que tienen tanta validez como



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

la razón, de alguna manera, son una razón abierta, una razón diversa, una otra razón, que rige la vida de los individuos, también.

en cuestión de objeto no cabe intermediación de ningún tipo, un museo no debe pretender ser posibilidad de mediación, porque no puede suponerse el OTRO, porque no se puede elegir para un OTRO ausente, más que mantener verdades se debe posibilitar los actos del lenguaje.

el MAAC debe ser escenario, detonante, punto de giro que propicie, que facilite el encuentro o desencuentro entre lector y autor. Siempre es difícil establecer un léxico, un sistema fijo, una gramática, una morfología para las obras de la creatividad, del arte, de la cultura sin establecer reglas de sustitución y combinación de signos para la lectura de cada obra y de su conjunto, el MAAC debe proponer TOTALIDAD, objetos integrales, como claves de lectura en una posible relación:

CONTEXTO (significaciones circundantes, dimensión social de la significación, posibilidad extra-texto, ontológica)

PRETEXTO (estado sensible, nervioso, mental, juicio, información anterior a la situación museística, pulsión – atracción - noción previa a toda aproximación de una obra con el lector y del lector con la obra y con el autor)

TEXTO (combinación, sistema de signos, diálogo, fuga a un infinito de significación sobre una lógica o ilógica interna, arbitraria y/o libre)

INTERTEXTO (un a través, un como la obra pasa de un lenguaje a otro, cómo pasa una imagen, por ejemplo, a ser palabra, expresión fónica, anímica o viceversa en nosotros, lo que permanece tras la experiencia museística para continuarse en una renombrar las cosas, recordar las cosas, un rehacer los contenidos, un reciclaje constante de la naturalidad de los signos, de su dimensión paradigmática, la vuelta de obras, lectores y autores al espacio-ciudad en forma dialogada.

3. el proceso textual MAAC requiere una dinámica “de desnudez a desnudez”, de reciprocidad en el lenguaje, se podría partir del divertimento, del juego como mecánica de significación, relación y diseño, donde además de las lecturas amplias, tenga lugar también las lecturas dispersas, incluso las irregulares.



## **2.1.11 HISTORIA DEL DISEÑO**

### **LA TIPOGRAFÍA PARA UNA ÉPOCA INDUSTRIAL**

Con el surgimiento de la Revolución Industrial un gran número de personas dejaron de laborar las tierras y buscaron empleos en las fábricas y gracias a esto las ciudades crecieron rápidamente y hubo una distribución más amplia de la riqueza.

La inversión de capital en máquinas, para la fabricación masiva, llegó a ser la base del cambio industrial y del desarrollo. Se estableció un ciclo de producción en espiral. La demanda de una población urbana que crecía rápidamente y poseía gran poder de compra, estimuló las mejoras tecnológicas. Esta circunstancia facilitó la producción en masa, lo que produjo un incremento en la presencia de productos disponibles en el mercado, y la reducción de costos.

El progreso vertiginoso de la Revolución Industrial no se realizó sin costo social. Esta enorme fuerza de trabajo de hombres, mujeres y niños, a menudo era fuertemente recortada; algunas de las causas que provocaron esta situación eran la sobreproducción anticipada (con el consecuente almacenamiento de mercancía o la saturación del mercado), el incremento desmesurado en los costos de la materia prima y la incapacidad o la avaricia de los patrones para comprarla, las crisis comerciales, el fracaso en los negocios, los errores de los bancos y la pérdida de la fuente de trabajo, ocasionada por el desplazamiento de la mano de obra humana por nuevos adelantos técnicos. Sin embargo, en lo que cabe, el nivel de vida de las personas en Europa y América mejoró notablemente durante el siglo XIX.

Los críticos de la nueva era industrial pensaban que la civilización estaba cambiando los valores humanos por el interés económico.

El grado más alto de igualdad que se inició a partir de las revoluciones francesas y americana, trajo consigo un mejoramiento en la educación pública y, por tanto, la posibilidad de leer y escribir, por lo que el público lector, consecuentemente, aumentó. Este periodo inestable con continuos cambios se caracterizó por una mayor trascendencia y disponibilidad de la comunicación gráfica.



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

Las artesanías desaparecieron casi por completo. La unidad de diseño y producción que tenía un artesano llegó a su fin.

En el transcurso del siglo XIX la especialización del sistema de fábricas, dividió la comunicación gráfica en dos partes diferentes, diseño y producción. Se expandió la escala de medidas tipográficas y el estilo de los tipos de letras. La invención de la tipografía y, más tarde, la de los medios para imprimir imágenes fotográficas ensancharon el significado de la documentación visual y de la información pictórica.

Este siglo dinámico, exuberante y a menudo caótico, presenció un desfile vertiginoso de nuevas tecnologías y de formas imaginativas y expandió las aplicaciones del diseño gráfico.

#### **Innovaciones de la Tipografía**

Como en muchos otros aspectos de la Revolución Industrial, Inglaterra tuvo un papel fundamental. Los fundidores de letras londinenses lograron diseños innovadores.

William Calson fue el abuelo de esta revolución. Además de sus herederos, dos de sus anteriores aprendices Joseph Jackson (1733-1792) y Thomas Cotterell (muerto en 1785), llegaron a ser prósperos diseñadores de letras y fundidores. Aparentemente Cotterell inició la tendencia a fundir, en moldes de arena, toscas letras negritas, a principios del año 1765.

La idea de las letras más grandes y gruesas fue adoptada por otros fundidores y durante la década los tipos se hicieron progresivamente más pesados. Esto llevó a la invención de letras gruesas, una categoría importante en de diseño tipos, modificadas por Robert Thorne (muerto en 1820), alumno y sucesor de Cotterell, quien las exhibió por primera vez en el año de 1803.

Vicent Figgins (1766-1844) estableció su propia fábrica de fundición de tipos de imprenta y rápidamente se hizo de una buena reputación por la calidad de sus diseños tipográficos y por los materiales de matemáticas, astronomía y otros de carácter simbólico, contándose por cientos los diseños tipográficos. A finales

***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

del siglo, Figgins había diseñado y fundido toda una serie completa de letras romanas y había comenzado a producir caracteres tipográficos eruditos y extranjeros. Su muestrario de tipos del año 1815 presentó una gama completa de estilos modernos. También presentó tipos antiguos (egipcios), que son la segunda innovación más importante en diseño de letras del siglo XIX y numerosos caracteres comerciales, incluyendo los caracteres “tridimensionales”.

El sentido mecánico de estas letras antiguas se caracteriza por patines rectangulares gruesos, uniformidad de peso en todo su formato y trazos ascendentes y descendentes cortos.

Después del año 1830 se inventó una variante del tipo egipcio, caracterizada por patines con pequeños corchetes y mayor contraste entre los trazos gruesos y delgados, llamada jónica.

El libro de tipos de Figgins, del año 18815, presentó la primera versión de letras Toscazas. Durante el siglo XIX este estilo, caracterizado por patines curvados y extendidos, quedó sujeto a una asombrosa serie de variantes a menudo con trazos convexos y cóncavos y también adornos.

En el año 1815, Figgins exhibió modelos que proyectaban la ilusión de tres dimensiones y semejaban objetos voluminosos más que signos bidimensionales. Una variante adicional era la profundidad del sombreado. Cuando los diseñadores se dieron cuenta que cada recurso (perspectiva, contornos, inversiones, ensanchamientos, reducciones) podía multiplicar cada estilo, dentro de un caleidoscopio de posibilidades de diseño, los estilos proliferaron sin límites.

A principios del año 1800 la tercera innovación tipográfica más importante era el tipo sans-serif, cuya característica más obvia fue la ausencia de patines, razón que valió su modesta aparición en un muestrario del año 1816. Se parecía mucho a la letra egipcia, pero sin patines.



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

Los primeros tipos sin patines eran poco elegantes, se usaba para subtítulos y para material descriptivo.

En los años que siguieron al 1830 varios fundidores de tipos de imprenta presentaron nuevas formas de caracteres san-serif. Parecía como si cada diseñador y fundidor hubiera inventado un nombre. Calson las llamó Dóricas, Thorowgood llamó a sus caracteres grotescos y Blake y Stephenson denominaron su versión sansurryphs. En los Estados Unidos la Boston Type y la Stereotype Foundry, denominaron Góticas Americanas a sus primeras letras sin patines, afirmando así su independencia de origen británico.

#### **EL CARTEL DE CARACTERES DE MADERA**

Darius Wells (1800-1875), en el año de 1827, inventó un delineador lateral que permitió la fabricación masiva y económica de caracteres para impresos de presentación. Los tipos de madera más ligeros, durables y con un costo menor que la mitad de las letras grandes de metal, rápidamente superaron las objeciones iniciales de los impresores y tuvieron una repercusión significativa en el diseño, para la impresión de carteles y hojas sueltas.

William Leavenwoth (1799-1860) combinó el pantógrafo con el delineador en el año de 1834, los nuevos estilos podían ser presentados tan fácilmente que se invitaba a los clientes a enviar el dibujo de una letra de nuevo estilo atractivo y la fábrica ofrecía diseñar y producir la fundición completa basándose en el dibujo.

#### **Revolución de la Tipografía**

Era inevitable que el progreso de la Revolución Industrial modificará radicalmente la imprenta. Para mejorar su eficiencia y el tamaño de las impresiones los inventores procuraban aplicar teorías mecánicas y partes metálicas a la prensa manual. En el año 1800 varias mejoras en la prensa manual, culminaron con la invención de Lord Stanhope de una máquina impresora construida completamente de partes de hierro fundido que la hicieron más fuerte y más eficiente. La prensa de Stanhope permitía el uso de

***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

una hoja de papel de impresión del doble de tamaño. El siguiente paso era transformar la imprenta en una operación febril de alta velocidad.

Koenig obtuvo la patente para su prensa en marzo de 1810. En abril del año 1811 fabricó su primera producción de prueba: 3 000 hojas del Annual Register. Esta prensa imprimía 400 hojas por hora, en comparación con la producción de 250 hojas por hora de la prensa manual de Stanhope. Otras innovaciones incluyeron un método de entintado de los caracteres por medio de rodillos. El movimiento horizontal de la forma de los tipos en la cama de la máquina y el movimiento del tímpano y la frasqueta eran automáticos.

En el año 1815, William Cowper obtuvo la patente para una máquina impresora que utilizaba placas curvas iguales, dobladas alrededor de un cilindro. Esta prensa lograba 2 400 impresiones por hora y podía ser usada para imprimir 1 200 hojas por ambos lados.

La Revolución Industrial se había emparejado con el impresor. La prensa accionada por vapor, de cilindros múltiples de Applegath y Cowper, producía 32 impresiones por cada una que imprimía la prensa manual de Stanhope.

En la década de los años 1830, la imprenta comenzó su increíble desarrollo, pues los periódicos, libros y pequeños impresores se multiplicaron.

El valor de la alta velocidad en la impresión accionada con energía de vapor se habría restringido si no se hubiera dispuesto de una provisión económica y abundante de papel. Nicolás Louis Robert, joven empleado de la fábrica de papel Didot, en Francia desarrolló en el año 1798 el prototipo de una máquina para hacer papel, pero disturbios políticos en Francia evitaron que la perfeccionara. Pero en el año de 1803, en Frogmore Inglaterra, estaba en operación la primera máquina para producir papel.

Con papel fabricado a máquina, impreso a alta velocidad en prensas accionadas por vapor, se inició una nueva era de conocimiento y educación.



*"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".*

Hubo una amplia difusión de palabras y grabados; así llegó la época de las comunicaciones masivas.

## **2.1.12 FOTOGRAFÍA UNA NUEVA HERRAMIENTA DE LA COMUNICACIÓN**

Los Inventores de la Fotografía

1. Joseph Niepce (1765-1833)  
Heliogravure (Heliograbado)
2. Louis Jacques M. N. P. Daguere (1799-1851)  
Participó en la invención del diorama (representación con figuras y un fondo pintado).  
Daguerotipo
3. William Henry Fox Talbot (1800-1877)  
Dibujos fotogénicos  
Calotype o Talbotype
4. Sir John Herschel (1792-1871)  
Hizo innovaciones al usar tiosulfato de sodio para fijar o darle carácter permanente a la imagen al interrumpir la acción de la luz.  
Denomino a la imagen invertida "negativo" y a la copia por contacto que recobraba los valores de la naturaleza la designó "positiva".
5. Abel Niepce de Saint Víctor (1805-1870)  
El procedimiento de la albúmina, por medio del cual se reviste una placa de vidrio con la clara de huevos batidos, a la que se agrega compuestos de yoduro de potasio, que luego podían ser sensibilizados con nitrato de plata.
6. Frederick Archer (1813-1857)  
Procedimiento de Colodión.
7. John Calvin Moss  
Pionero de un método de fotograbado.
8. Firmin Gillot  
Perfeccionó su método de guillotinado, para la transparencia fotográfica de imágenes litográficas a placas para impresiones tipográficas.
9. Stephen H. Morgan

***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

Fotograbado en medio tono.

10. Max y Louis Levy, 1893

Produjeron tonos intermedios.

11. David Octavius Hill (1802-1870)

Robert Adamson (1821-1848)

Tomaron fotografías para documentar el problema quizá el primer uso de la fotografía como medio de comunicación visual.

12. Julia Margaret Cameron (1815-1879)

Produjeron retratos que han sido aclamados por científicos, escritores y artistas, como una importante contribución a las imágenes que expresan la condición humana.

13. F.T. Nadar (1820-1910)

Tomó las primeras fotografías aéreas desde un globo cautivo.

Fue el pionero de la fotografía de gas para fotografías las antiguas catacumbas y el extenso alcantarillado de París.

14. Eadward Muybridge (1830-1904)

Desarrollo de la fotografía de movimiento.

### Época Victoriana

1. La época victoriana, fue una era en constante búsqueda de un estilo. La confusión estética llevó a diversos estilos de diseño, a menudo contradictorios.

2. Arquitecto inglés A.W. N. Pugin (1812). Diseñó los detalles ornamentales del British House of Parliament. Fue el primer diseñador del siglo XIX, el cual definió el diseño como un acto moral que lograba la condición de arte a través de los ideales y las actitudes del diseñador. Pugin fue una excesiva imitación de la arquitectura gótica, los ornamentos y la forma de las letras.

3. Louis Prang (1824-1909). Impulsó el arte y llevó a cabo competencias para tener temas en el uso de sus imágenes impresas.

4. Diseñador Inglés Owen Jones (1809-1874). Autor y autoridad en color, influyó en forma importante el diseño. Hizo un estudio sistemático del diseño islámico. Introdujo los ornamentos moriscos al diseño occidental en su libro Planos, elevaciones, secciones y detalles de la Alambra, de los años 1842-45.



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

5. El medio de producción de este género de gráficas populares victorianas fue la cromolitografía, una innovación de la revolución industrial que permitió que se imprimieran miles de copias de imágenes naturalistas, llenas de color.

#### Litografía

1. Aloys Senefelder (1771-1834). Inventó la litografía (del griego literalmente “impresión sobre piedra”), en el año 1796. La litografía se basa en el sencillo principio químico de que el agua y el aceite no se mezclan.

2. Godefroy Engelmann. Impresor francés, diseñó el sistema cromolitografía, el cual se basaba en una placa generalmente impresa en negro y otras placas detrás de ésta proporcionaban la plasta de color o los matices.

#### Escuela de Litografía

1. William Sharp (nacido en el año 1803). Introdujo la cromolitografía en América.

2. Richard M. Hoe (1812-1886). Inventor americano y genio mecánico, perfeccionó la prensa litográfica giratoria que fue apodada “prensa relámpago” porque incrementaba seis veces más la producción litográfica, en relación con las prensas de imprimir planas entonces en uso.

3. John H. Bufford (muerto en 1870). Gran innovador de la cromolitografía en Boston, y un hábil dibujante cuyas imágenes dibujadas al crayón lograron un sorprendente realismo. Llegó a ser el primer litógrafo americano, no asociado con Sharp. Se especializó en impresos de arte, carteles, portadas e ilustraciones de libros y revistas y a menudo usaba cinco o más colores.

4. En el año 1864, los hijos de Bufford se asociaron a su empresa. El sello distintivo consistía en un dibujo tonal minucioso y convincente. Una preocupación muy importante del diseño gráfico de esta empresa era la integración de la imagen y los letreros en un diseño unificado.

5. las décadas de los años 1860 a 1900, fueron la mejor época de la litografía; esta llegó a ser el medio predominante para imprimir.

6. Prang en el año 1856 formó una empresa de cromolitografía con Julios Mayer . Prang puso relucientes colores en la vida de todos los ciudadanos por medio de la producción de millones de tarjetas de álbum, llamadas fragmentos ( o recortes).



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

Uno de los pasatiempos victorianos más importantes era coleccionar estos “bellos trocitos de arte”.

A Prang se le llamo el “Padre de las tarjetas de Navidad de Estados Unidos”, por su trabajo pionero en gráficas para las celebraciones de las fiestas.

A fines de la década del año 1860 había comenzado a producir imágenes de Navidad propias para ser enmarcadas.

En la década del año 1870 los álbumes cromolitográficos evolucionaron a tarjetas de publicidad comercial.

7. Sin tradiciones y sin los límites de la impresión con tipo, los diseñadores cromolitográficos podían inventar cualquier tipo de letra; el litógrafo tenía una gama ilimitada de colores brillantes y llenos de vida que como tales no se habían visto en las comunicaciones impresas.

La cromolitografía comenzó a desalojar del mercado a los carteles tipográficos.

8. Las empresas q alcanzaron un alto nivel de diseño victoriano y que produjeron atractivos diseños gráficos: Schumacher y Ettlinger Litografía de Nueva York, la Cía Strobridge Litho., la compañía Krebs Litographing en Cincinnati y A. Hoen y Cía de Baltimore y Richmond.

9. A mediados de la década del año 1890, la época de oro de la cromolitografía estaban llegando a su fin. El cambio de gusto del público y el desarrollo del fotograbado, hacían obsoleto el uso de cromolitografía. Quizá el fin de la era cromolitográfica se observó en el año 1897.

#### **LA BATALLA DE LAS CARTELERAS**

1. La litografía era el medio gráfico que permitía una aproximación más fluida al lenguaje de la imagen en la comunicación pública.

2. A finales de la década del año 1840, se imprimieron carteles bajo la firma de la casa impresora francesa de Rouchon. Fue el pionero del impacto gráfico que pudo lograrse por medio de la simplificación.

Una insólita cualidad de diseño de los carteles de Rouchon era el uso sin precedente de colores brillantes, a menudo violentamente contrastantes, que hacían que las imágenes aparentemente saltaran de las carteleras, a diferencia de lo que pasaba con los diseños gráficos más típicos de la época.



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

3. Desde los años de 1860, James Reilley de Nueva York diseñaría formas ingeniosas para incrementar el impacto pictórico de los carteles de impresión tipográfica.

4. Jules Chéret (1836-1932) fue un importante diseñador en el desarrollo de los carteles litográficos en Francia, quien llevó al cartel desde su complejo estilo victoriano anterior y lo adentró, sin reservas, al siglo XX, perfilándose como uno de los innovadores del estilo Art Nouveau más importante.

5. las gráficas victorianas impresas por cromolitografía fueron prototipos de un nuevo lenguaje visual que invadiría Europa durante los últimos años del siglo.

### **IMÁGENES PARA NIÑOS**

1. Walter Crane (1845-1915), fue uno de los primeros y más influyentes diseñadores de libros ilustrados para niños.

Crane permaneció en el escenario del diseño ya en pleno siglo XX. jugó un importante papel en el movimiento de las Artes y Oficios y tuvo una significativa repercusión sobre el diseño y la educación artística.

2. Randolph Caldecott (1846-1886), desarrollo una pasión por el dibujo y poseía un devastador sentido de lo absurdo y su habilidad para exagerar ligeramente los movimientos y las expresiones faciales tanto de la gente como de los animales le dio vida a su trabajo.

Su sentido del humor y sus alegres dibujos fueron un modelo muy importante de libros para niños y películas animadas.

3. Las expresiones de las experiencias de la infancia de Kate Greenaway (1846-1901), captaron la imaginación de la era victoriana, aunque su trabajo era estático y sin un sentido del humor. Como poetisa e ilustradora, Greenaway creó un modesto y pequeño mundo de felicidad infantil; como diseñadora de libros, algunas veces, llevó su gracioso sentido de composición de páginas a niveles innovadores. Espacios en blanco, siluetas de imágenes y equilibrio asimétrico se combinan con un suave sentido del color para originar páginas de gran encanto.



### **2.1.13 EL ASCENSO DEL DISEÑO EDITORIAL Y PUBLICITARIO**

1. En Nueva Cork en el año 1817, los hermanos James (1795-1869) y John (1797-1875) Harper, establecieron una imprenta. Sus hermanos menores Wesley (1801-1870) y Fletcher (1807-1877) se unieron a la empresa en los años 1823 y 1825 respectivamente.

Para mediados del siglo, Harper y Hnos. había llegado a ser la empresa publicitaria e impresora más grande el mundo.

2. Durante la década del año 1840, Harper y Hnos. lanzó un proyecto monumental que estaba destinado a convertirse en el máximo logro del diseño gráfico y la producción de libros hasta la fecha en la historia del joven país, la Nueva Biblia Pictórica e Iluminada de Harper.

3. Joseph A. Adams, invento un procedimiento de electrotipia. Esto implicaba ejercer presión sobre el grabado en madera dentro de cera, para hacer un molde (el cual se espolvoreaba con grafito para hacerlo electroconductor, fabricando luego un electrodepósito de metal –generalmente cobre- dentro del molde).

4. Thomas Nast (1840-1902), un precoz y talentoso artista se le conoce como “El padre de las Caricaturas Políticas de los Estados Unidos”

5. Edwin Austin Abbey (1852-1911) un experto en dibujos a pluma

6. Charles Dana Gibson (1867-1944), es el creador de bellas mujeres jóvenes y hombres de mandíbula cuadrada que establecieron reglas de perfección en los prototipos durante décadas.

7. Arthur B. Frost (1851-1928) llegó a ser querido por sus dibujos a pluma de animales y campesinos americanos.

8. Howard Pyle ((1853-1911), su trabajo y sus notables dotes como maestro lo convirtieron en la fuerza más importante que lanzó la etapa conocida como “La edad de Oro de la Ilustración Estadounidense”.

9. Uniendo las décadas del año 1890 hasta las del año 1940, se observa que en esta época, las comunicaciones visuales en Norteamérica quedaron bajo el dominio del ilustrador.



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

10. La repercusión de la fotografía, la nueva herramienta de las comunicaciones, sobre las ilustraciones gráficas puede ser rastreada en la carrera de Pyle, que evolucionó con las nuevas tecnologías para la reproducción

11. En el año 1893, Pyle logró otro avance cuando el ilustrador de 40 años realizó su primera ilustración a dos colores.

12. En el año 1841, Volney Palmer de Filadelfia abrió la que se considera la primera agencia de publicidad. Vendía espacio a los editores; la agencia de publicidad como empresa de consulta con un conjunto de especialidades fue promovida por otro agente de publicidad de Filadelfia, N.W. Ayer hijo.

13. Ayer daba a sus clientes un contrato abierto que les permitía tener acceso a los precios reales que cobraban las publicaciones.

En la década del año 1800 Ayer afirmó la idea de que una agencia de publicidad debía proporcionar los servicios que los clientes no podían realizar y que los editores no ofrecían; a fines de siglo, Ayer estaba bien encaminado para ofrecer un espectro completo de servicios: redacción de textos publicitarios, dirección de arte, producción y selección del medio.

#### **LA MECANIZACIÓN DE LA TIPOGRAFÍA**

1. Componer los tipos a mano, luego redistribuirlos a la caja de imprenta seguía siendo un procedimiento lento y costoso.

2. La primera patente de una máquina de composición quedó registrada en el año 1825. Para cuando Ottmar Mergenthaler (1854-1899) perfeccionó su máquina de linotipo en el año 1886.

3. El 3 de julio de 1886, Ottmar Mergenthaler, hizo una demostración de su máquina operada con teclado en las oficinas del New York Tribune. Whitelaw Reid, el editor del Tribune, según se dice, exclamó: “¡ Tomar, lo has logrado! ¡Una línea de tipo!.



## **2.1.14 EL MOVIMIENTO DE ARTES Y OFICIOS**

En el siglo XIX, la producción de libros fue un desastre de la Revolución Industrial. William Pickering (1796-1854) jugó un importante papel en la separación del Diseño Gráfico de la producción impresa, pues control sobre el diseño del formato, la selección de tipos, las ilustraciones y todas las demás consideraciones visuales.

Pickering y Charles Whittingham (1795-1876) establecieron una cordial relación de trabajo entre el editor-diseñador y el impresor.

El movimiento de las Artes y Oficios floreció en Inglaterra durante las últimas décadas del siglo XIX, y fue una reacción contra la confusión artística moral y social de la Revolución Industrial. Se defendió el diseño y el regreso a la destreza manual.

El guía del Movimiento de las artes y oficios William Morris (1834-1896), demandó una reconsideración de los propósitos, valorar la naturaleza de los materiales y métodos de producción, así como las manifestaciones individuales tanto del diseñador como del trabajador.

Profundamente preocupado por los problemas de la industrialización y el sistema de fábricas, Morris trató la falta de gustos de los artículos de producción masiva y la falta de mano de obra honesta, podían ser evitadas uniendo el arte y el oficio. El arte y el oficio podían combinarse para crear objetos bellos desde edificios hasta ropa de cama. El desaliento por la injustificable destrucción de la herencia arquitectónica, lo motivó a fundar la Sociedad para la Protección de Antiguos Edificios llamada "Anti-Scrape" ("Antimigajas").

Durante las décadas de los años 1880 y 1890, el Movimiento de las Artes y Oficios fue defendido por cierto número de sociedades y gremios que buscaban establecer comunidades artísticas democráticas, unidas para el bien común.

Arthur H. Mackmurdo (1851-1942), un arquitecto que se inspiró en las ideas y los logros de Morris en el diseño aplicado. Encabezó a un grupo juvenil de artistas y diseñadores que se asociaron en 1888 para formar La Comunidad del Siglo; la finalidad de la Comunidad era "rendir homenaje a todas las ramas de l arte en el círculo de acción, ya no del comerciante al por menor si no al artista". Las artes del diseño se elevaron al "lugar que les correspondía al lado



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

de la escultura y la pintura”. El grupo desarrolló una nueva estética del diseño al tiempo que incorporaban en su trabajo ideas de diseño japonés y del renacentista. Sus diseños gráficos proporcionaron el eslabón del Movimiento de las Artes y Oficios con la estilización floral del Art Nouveau.

Como una muestra del trabajo de los integrantes de la comunidad, se publicó El caballito de Juguete del Gremio del Siglo por primera vez en el año 1884, y era la primera revista finamente impresa, dedicada exclusivamente a las artes visuales.

En el año 1881 exploró con modelos florales abstractos entrelazados en el respaldo de una silla tallada, lo que ha caído en desuso.

El Caballito de Juguete, que buscaba proclamar la filosofía y metas de la Comunidad del Siglo, fue producido con esmero y dedicación. Se trataba de una revista donde fluían un cuidadoso arreglo y composición tipográfica, papel hecho a mano e intrincadas ilustraciones en bloques de madera, cualidades que la convirtieron en precursora del creciente interés por las artes y oficios en la tipografía, el diseño gráfico y la impresión. Además del Arte Nuevo, Mackmurdo fue el precursor del movimiento de las prensas de propiedad privada y del renacimiento del diseño del libro. Se trataba de una preocupación estética por el diseño y la producción de libros bellos, recuperar las normas del diseño, las cualidades de los materiales y la destreza en la impresión que existían antes de la Revolución Industrial. El Caballito de Juguete fue la primera publicación de la década de los años 1880 que introdujo la teoría y el diseño británicos al público europeo y que consideró la tipografía como una forma de diseño. Las dificultades del diseño tipográfico, incluyendo los problemas de las proporciones y los márgenes, el espaciado de los tipos y las guías entre los renglones, la selección de papel y los tipos de letra. Morris descubrió grandes posibilidades en el diseño de libros, pues admiraba las páginas tipográficas bien elaboradas, el interlineado amplio y la escrupulosa impresión llena de vida con ilustraciones de grabados de manera cortados a mano, las piezas de encabezado y el remate, y las mayúsculas ornamentadas.

En un artículo titulado “sobre la unidad del arte” en la edición de Enero del Caballito de Juguete, en el año de 1887, Selwyn Image argumento que todas



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

las formas de expresión visual merecían la condición de arte. Incepó a la real academia de Arte, comendando que su nombre fuera cambiado a Real Academia de Pintura al Óleo, por sus limitaciones en relación con la escala total del Arte y Diseño.

Imagen concluyó que “cuando uno empieza a darse cuenta que todas las clases de lo que se ha inventado, forma, tono y color, son igualmente verdaderas y los aspectos honorables del arte, lo que ve es algo muy parecido a una revolución asomándose delante de usted.

La comunidad del siglo se disperso en el año de 1888.

Ciertos grupos de personas preocupados por el renacimiento del trabajo manual se asociaron para formar el gremio de los trabajadores de arte en el año de 1884; en el año de 1888 se formo la sociedad de artes mancomunadas y en Octubre del mismo año se cambio a Sociedad de Exhibición de Artes y Oficios. Emery Walker dijo que “los ornamentos de cualquier clase, grabados o trabajos sobre modelos, deben formar parte de la pagina, y de la parte del esquema global del libro”. Walker consideraba el diseño de libros similar a la arquitectura, pues solo una planeación cuidadosa de todos los aspectos – el papel, la tinta, el tipo, el espaciamiento, los márgenes, las ilustraciones, y los ornamentos podían dar como resultado la unidad del diseño.

Morris decidió aventurarse en el diseño de tipos de letra e impresión.

Morris llamo dorado a su primer tipo de letra porque su plan original era imprimir la leyenda de oro. El tipo dorado está basado en los caracteres dorados llamados Venecianos, diseñado por Nicholas Jenson entre los años 1470 y 1476.

La fundición del tipo dorado se inicio en Diciembre del año de 1890.

Morris desarrollo el tipo Troy, un estilo de letras Góticas cuyos caracteres son notablemente legibles. Morris hizo los caracteres más anchos que la mayor parte de los tipos góticos, aumento las diferencias entre los caracteres similares e hizo más redondos los caracteres curvos. Una versión más pequeña del tipo Troy llamada Shauser fue la última de los tres diseños de tipo de letras de Morris.



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

Morris diseñó 664 bloques para la prensa, incluyendo las iniciales, los bordes, los marcos y las portadas. Primero bosquejaba ligeramente a lápiz las líneas principales. Luego, trabajaba de un lado a otro con pintura de color blanco y tinta de color negro, pintando el fondo de color negro y, sobre él, el modelo en color blanco.

La paradoja de Morris es que mientras buscaba refugio en la artesanía del pasado, desarrollaba actitudes de diseño que proyectaban el futuro. Su demanda por la destreza, la honestidad en los materiales, el hacerlo utilitario, hermoso y adecuar la concepción del diseño para que fuera práctico, fueron actitudes adoptadas por las generaciones siguientes que buscaban unificar, no las artes ni los oficios sino el arte y la industria. Morris enseñó que el diseño podía llevar el arte a la clase trabajadora, pero sus exquisitos mobiliarios y los magníficos libros sólo estaban disponibles para los ricos.

El concepto de Morris del libro bien hecho, sus bellísimos diseños de tipos de letra, su sentido de la unidad del diseño y de los más pequeños detalles relacionados con el concepto total, inspiró a toda una nueva generación de Diseñadores de libros. Esta cruzada por la destreza manual trajo consigo el retorno a los libros bien diseñados y perduró hasta bien avanzado el siglo XX. Los libros conformaban un todo armonioso y sus páginas tipográficas fueron concebidas y realizadas a partir de lo que se suponía un estilo ameno.

Después de la muerte de Morris, Ashbee inició la imprenta Essex House. El salterio del año 1902 fue la obra maestra de diseño de dicha imprenta, el texto es una traducción del arzobispo Thomas Granmer De Canterbury, y está en un dialecto de las ingles del siglo XVI. Para cada salmo Ashbee desarrolló un programa gráfico consistente en un número romano, un título latino en mayúsculas rojas, un título descriptivo en inglés impreso en mayúsculas negras, una inicial ilustrada grabada en madera y el cuerpo del salmo. Los versos están separados por ornamentos de hoja grabados en madera, impresos en rojo. El diseño de Ashbee para el tipo de la Essex House era una mezcla entre un tipo egipcio y romano.



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

En el año de 1900 el encuadernador de libros T. J. Cobden-Sanderson se asocio a Emery Walker para establecer la imprenta Doves en Hammersmith ellos se preocuparon por atacar el problema de la tipografía pura argumentando que el deber global de la tipografía es comunicar a la imaginación, incidentalmente y sin perdida, el pensamiento o la imagen que el autor intenta transmitir.

Los libros de la imprenta Doves, son libros tipográficos notablemente hermosos. Para producir un inspirado diseño gráfico se usó fino papel, perfecto trabajo tipográfico y exquisito espaciamiento y tipo; utiliza unas cuantas iniciales diseñadas por Edwar Johnston maestro calígrafo del movimiento de las artes y de los oficios que se inspiró en Morris.

El efecto de largo alcance de Morris constituyó un mejoramiento significativo del diseño del libro y de la tipografía en todo el mundo. En Alemania, esta influencia provocó una renovación de las actividades de las artes y los oficios, nuevos tipos de letras maravillosos y adelantos importantes en el diseño de libros.

El hombre más importante de las letras alemanas fue Rudolf Kosh consideraba el alfabeto como un logro espiritual supremo de la humanidad. Basádo su trabajo en la caligrafía con trazo a pluma, antes de la primera guerra mundial, Kosh buscó la experiencia medieval mediante el diseño y rotulado de libros de libros manuscritos hechos a mano; trato de edificar la expresión simple y original de sus materiales y gestos sobre la tradición caligráfica. Después de la guerra Kosh recurrió a grabados de letras, los pliegos sueltos y las artesanías y posteriormente se asocio con la fundidora de tipos Klingspor. Sus diseños de tipos van desde interpretaciones originales de las letras medievales hasta los diseños nuevos e inesperados como las letras rechonchas y toscamente labradas de sus tipos Neuland.

En norte América, la última fase del movimiento de las artes y oficios, la revitalización de la tipografía y el diseño de los libros, fue impulsada por Goudy quien inicio la imprenta Camelot y diseño su primer tipo de letra con el nombre



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

de Camelot, su dibujo a lápiz de mayúsculas fue enviado por correo a la fundición de tipos Dickinson.

Goudy diseñó un total de 122 tipos de letra, algunos cuantos tipos nunca fueron producidos, pero que tomaban en cuenta variaciones itálicas y romanas de dos caras. La variedad y destreza de su trabajo hacen de Goudy el más prolífico diseñador estadounidense de tipos.

En el año de 1923 Goudy estableció la villa de fundición de letras. Ahí diseñó, fundió, y vendió tipos y también corto matrices, estereotípicas.

Al terminar el siglo un alumno de Goudy llamado William Addison Dwiggins creó la frase Diseñador Grafico. En el año de 1938, Dwiggins diseñó el caledonia, uno de los tipos más ampliamente utilizados para libros en norte América.

En 1915 se diseñó el tipo de letra Sentaur por Royer. Este tipo se utilizó por primera vez en diseño que Royer realizó para Sentaur de Maurice de Guerin que, es uno de los diseños de libros más elegantes.

Royer era casi un diseñador intuitivo, poseía un notable sentido de la proporción y la precisión visual. El diseño es un proceso donde se toman decisiones, la culminación de las sutiles selecciones del papel, el tipo, los márgenes, la interlineación y otros aspectos que pueden combinarse para originar una unidad o un desastre.

**EL ART NOUVEAU Y EL CAMBIO DEL SIGLO.** Dos décadas contemplaron (del año 1890 al año 1910, aprox.) el desarrollo de un estilo decorativo que dejó huellas en todo el mundo.

El Art Nouveau es el “estilo de transición” que se desvió del historicismo que dominó al diseño durante la mayor parte del siglo XIX. El historicismo es el uso casi servil de las formas y los estilos del pasado, niega la invención de nuevas formas para expresar el presente. Al reemplazar el historicismo por la innovación, el Art Nouveau se convirtió en la fase inicial del movimiento moderno. Preparó el camino del siglo XX al eliminar este espíritu decadente del diseño.



*“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.*

El Art Nouveau estaba a menudo gobernado por – y evolucionaba con– el diseño del ornamento. Esto determinaba un principio nuevo del diseño: la decoración, la estructura y la función propuesta están unificadas. Debido a que las formas y las líneas del Art Nouveau eran a menudo inventadas en lugar de copiarse de la naturaleza o del pasado, se logró una revitalización del proceso de diseño que apuntaba hacia el arte abstracto.

Los diseñadores gráficos y los ilustradores del Art Nouveau trataron de hacer del arte parte de la vida cotidiana; fueron capaces de mejorar significativamente la calidad visual de las comunicaciones masivas.

El carácter internacional del Art Nouveau fue posible gracias a los avances de la tecnología de la transportación y comunicaciones. La comunicación entre los artistas de varias naciones, principalmente por intermedio de la imprenta, permitió que sus trabajos y conceptos se conocieran recíprocamente.

La influencia de la pintura de fines de la década de 1880 que se encontraba bajo el hechizo oriental fue muy importante. Las formas turbulentas de Vicent Van Gogh (1853-1890), los colores uniformes y contornos orgánicos estilizados de Paul Gauguin (1848-1903), y el trabajo del grupo Nabis de artistas jóvenes, desempeñaron un papel fundamental. Los Nabis exploraron colores simbólicos y modelos decorativos. Dedujeron que una pintura era, ante todo, un arreglo de color de patrones bidimensionales.

CHÉRET Y GRASSET La transición de los gráficos victorianos al estilo Art Nouveau fue gradual. Dos artistas gráficos que trabajaban en París, Jules Chéret (1836-1933) y Eugène Grasset (1841-1917), jugaron importantes papeles en la transición.

En el año 1881 una nueva ley francesa referente a la libertad de prensa, suprimió muchas restricciones de censura y permitió que los carteles fueran colocados en cualquier parte, excepto las iglesias, urnas electorales u áreas designadas para anuncios oficiales. Esta nueva ley trajo consigo una industria floreciente de carteles, de diseñadores, impresores y afficheurs (pega carteles), las calles se convirtieron en galerías de arte para la nación.

Jules Chéret aclamado como el padre del cartel moderno incluyó la belleza idealizada y el estilo de vida alegre pintados por Watteau y Fragonard, la



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

luminosidad de color de Turnes y la agitación de movimiento de Tiepolo, cuyas figuras expresaban energía y movimiento por medio de contorsionantes torsos y extremosidades extendidas.

Durante la década del año 1880 Chéret, utilizó una línea negra con los colores primarios: rojo, amarillo y azul. Con estos brillantes colores logró una vitalidad gráfica y una sutil sobreimpresión permitió una escala sorprendente de efectos y de color. Graneado y sombreado; suaves baños tipo acuarela y atrevidos trazos de color caligráficos; rasguños, raspaduras y salpicaduras fueron todos usados en su trabajo. Su composición típica es una figura central o figuras con gesticulaciones animadas rodeadas de remolinos de color, figuras secundarias o apoyos y letreros atrevidos que a menudo son una resonancia de las formas y gestos de la figura.

Un erudito ha apodado a Chéret como “el padre de la liberación femenina” porque sus mujeres comenzaban a tener un nuevo papel ante la sociedad de su época, al mismo tiempo que la era victoriana cedía a la época alegre de los 90.

Eugène Grasset, suizo de nacimiento, fue el primer diseñador-ilustrador que rivalizó con Chéret en popularidad pública. Uno de sus logros más importantes en el diseño gráfico y la tecnología tipográfica, es la publicación *L. Histoire des Quatre fils Aymon* (Historia de los cuatro hijos Aymon), del año 1883, que fue diseñado e ilustrado por Grasset. El diseño es importante por su integración total de ilustraciones, formatos y tipográficas.

Grasset, desarrolló un “estilo de libros de iluminar” de dibujos en grueso contorno negro y áreas planas a color.

La composición formal de Grasset y los colores de baja intensidad, contrastaban fuertemente con el trabajo de colores brillantes compuestos informalmente por Chéret. A pesar de la actitud ligada a la tradición de Grasset, su línea fluida el color subjetivo y los motivos florales siempre presentes, apuntaban hacia el Art Nouveau francés.



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

EL ART NOUVEAU INGLES. En Inglaterra el movimiento del Art Nouveau se preocupaba más por el diseño gráfico y las ilustraciones que por el diseño arquitectónico y de productos. Sus orígenes incluyeron el arte gótico y la pintura victoriana.

Autrey Beardsley fue el niño terrible del Art Nouveau, con su excelente manejo de pluma, sus vibrantes blanco y negro y su fantasía escandalosamente exótica.

La fuerte influencia de Kelmscott se vio aumentada por distorsiones imaginativas y extrañas de la figura humana y poderosas formas negras. Las impresiones japonesas hechas con bloques de madera y las de William Morris fueron sintetizadas en un nuevo estilo. La línea singular de Beardsley fue preservada por el método de bloques de madera grabados fotográficamente, el cual a diferencia de los bloques cortados a mano, conserva completa fidelidad del arte original.

Charles Ricketts, fue el principal competidor de Beardsley entre los diseñadores gráficos ingleses que trabajaron en la alborada del Movimiento de Las Artes y los Oficios y en la cumbre del Art Nouveau; su trabajo de Ricketts se basaba en una profunda comprensión de la producción impresa. Mientras Beardsley se inclinaba por las ilustraciones que podían insertarse entre páginas de tipografía. Ricketts abordaba el libro como una entidad total para ser diseñado por dentro y por fuera, concentrándose en la armonía de las partes: encuadernación, las hojas finales, las portadas, la tipografía, los ornamentos y las ilustraciones.

La disposición de páginas de Ricketts es más ligera, sus ornamentos son más abiertos y geométricos y sus diseños tienen una vivida luminosidad. En complejo enlace de ornamentos del diseño céltico y las figuras planas estilizadas, pintadas sobre jarrones griegos que estudió en el Museo Británico, fueron inspiraciones muy importantes; aprendió a denotar figuras y vestimentas con un mínimo de líneas y configuraciones planas sin modulación tonal.

Al terminar el siglo el bien conocido autor Laurence Housman (1865-1959) se mantenía en actividad como diseñador de libros. Argumentando que sería igual de irrazonable pedirles a los diseñadores de libros trabajaran siempre con los tamaños de formato reglamentario. Diseñó libros altos, angostos y cuadrados.



*"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un  
"CD Interactivo" para el manejo de indicadores".*

Sus portadas eran a menudo únicas e informales y sus diseños decorativos eran ejecutados con minucioso detalle.

Uno de los más notables momentos en la historia del diseño gráfico es la breve carrera de los Beggarstaff. James Pryde y William Nicholson; desarrollaron una nueva técnica que más tarde se llamó collage. Recortes de papel se entremezclaban, cambiaban y pegaban en posición sobre el tablero. El estilo resultante se superficies coloreadas absolutamente planas tenían bordes "delineados" con tijeras. Los Beggarstaff fueron inmunes al prevaleciente Arte Nuevo floral, pues forjaron este nuevo método de trabajo en carteles de siluetas y figuras de potentes colores.

**EL DESARROLLO DEL CARTEL DEL ART NOUVEAU FRANCES.** Los artistas más jóvenes que frisaban los 20 años: Henri de Toulouse – Lautrec (1864-1901), Georges Auriol (1863-1939) y el artista suizo Théophile-Alexandre Steinlen (1859-1923).

Steinlen, ilustrador prolífico durante las décadas de los años 1880 y 1890, sus puntos de vista políticos radicales, afiliación socialista y actitudes anticlericales lo llevaron hacia un realismo social que describía la pobreza, la explotación y la clase trabajadora.

Experimentó con colores sutiles sobreimpresos para crear colores adicionales. Existe afinidad en la línea fluida reporteril y las plastas de color entre los carteles y las impresiones de Steinlen y los de Toulouse –Lautrec. Steinlen mantuvo una cualidad naturista.

Henri de Toulouse –Lautrec fue admirador del arte japonés, el impresionismo y los contornos y diseños de Degas. Desarrollo un estilo ilustrativo y periodístico que captó la vida nocturna de la belle époque ("la bella época", un término usado para describir el París reluciente de los últimos años del siglo XIX). Fundamentalmente grabador, dibujante y pintor. Su dominio del dibujo directo sobre piedras litográficas era extraordinario.

Alphose Mucha (1860-1939), afirmó que el arte era eterno y nunca podría ser nuevo, el desarrollo posterior de su trabajo y del cartel visual está

***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

inseparablemente ligado a este difuso movimiento internacional y deben ser considerados como parte de su desarrollo.

Así como el Movimiento de las Artes y los Oficios inglés representaba una influencia importante en el Arte Nuevo de ese país, las curvas ligeras y caprichosamente fluidas del Rococó francés del siglo XVIII constituían un recurso especial en Francia. El arte nuevo fue aclamado como el estilo moderno hasta diciembre del año 1895.

El diseño gráfico, más efímero y oportuno que la mayor parte de otras formas de arte, comenzó a codificar rápidamente hacia la fase floral del Arte Nuevo al tiempo que Chéret, Grasset, Toulouse-Lautrec, y especialmente Mucha, incorporaban en su trabajo motivos de Arte Nuevo.

Desde el año 1895 hasta el año 1900, el Arte Nuevo encontró su manifestación más amplia en el trabajo de Alphonse Mucha. Su tema dominante era una figura central femenina rodeada de formas estilizadas, derivadas de plantas y flores, arte tradicional de Moravia, mosaicos bizantinos y aun lo mágico y oculto. Era tan penetrante su trabajo que ya en el año 1900 hablar sobre el estilo Mucha implicaba referirse de manera muy directa al arte nuevo. Sus mujeres proyectan un prototípico sentido de irrealidad. Exóticas y sensuales, y sin embargo con semejantes a doncellas, no expresan una edad específica, nacionalidad o época histórica. Sus peinados estilizados llegaron a ser un distintivo de la época, a pesar de los detractores que desechaban este aspecto como “fideos y espagueti”.

Paul Berthon (1872-1909), discípulo de Grasset, impulsó el estilo de Art Nouveau hacia la suavidad. Utilizó los fuertes contornos de Grasset, estilizadas formaciones de sombras japonesas y flores, pero el perfil del color era opaco y se mezclaba con los planos a color y las flores amenazaban convertirse en motivos de diseño repetitivos.

El Arte Nuevo encontró una de sus expresiones arquitectónicas más completas en el trabajo de Héctor Guimard (1867-1942), cuyas puertas y pabellones de



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

hierro y vidrio para el metro de París, lograron expresión visual y fueron construidos con métodos de manufactura industrial y producción en serie.

Además de los gráficos, Mucha diseñó muebles, tapetes, ventanas de vidrios a color y fabricó otros objetos. Publicó libros de modelos, incluyendo *Combinaisons ornamentales* (Combinaciones Ornamentales) en colaboración con Maurice Verneuil (1869-después de 1934) y Georges Auriol (1863-1939), que difundieron el estilo del Arte Nuevo.

**EL ART NOUVEAU LLEGA A NORTEAMÉRICA.** El arte gráfico francés y británico unió sus fuerzas para invadir Norteamérica.

Louis Rhead y William H. Bradley (1868-1962) son conocidos como los dos más importantes profesionales americanos del diseño gráfico e ilustraciones inspirados en el L'Art Nouveau.

La industria publicitaria de los Estados Unidos fue la primera en adoptar el cartel visual. Por medio de carteles nuevos libros también fueron anunciados.

El trabajo de Rhead algunas veces mezclaba una gran cantidad de influencias. Modelos decorativos, restos de diseño victoriano, formas inspiradas por el Movimiento de las Artes y Oficios, también algunas veces se combinan en sus diseños patrones lineales abstractos que describen curvas.

Mientras que Rhead adoptó el cartel francés como modelo, el vigoroso, desinhibido y enormemente talentoso William Bradley se inspiró en fuentes inglesas; a los 19 años se convirtió en diseñador tipográfico en la compañía impresora Knight & Leonard.

A principios del año 1894, Bradley descubrió el trabajo de Aubrey Beardsley, que lo llevó a la producción de figuras planas y contornos estilizados. El trabajo de Bradley de los años 1894 para *El libro del joven* y *El impresor nacional* marca el inicio del Art Nouveau en Norteamérica. Bradley usó el estilo de Beardsley como escalón para lograr técnicas gráficas novedosas y unidad visual de tipo e imagen que fueron más allá de las imitaciones.

Bradley era un libre pensador en su aproximación al diseño tipográfico y se burló de todos los convencionalismos y reglas prevalecientes. Las últimas



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

décadas de su larga carrera significaron mucho para la evolución del diseño editorial del siglo XX.

Ethel Reed (nacida en 1876) se convirtió en la primera mujer en Norteamérica que alcanzó importancia nacional por su trabajo como diseñadora gráfica e ilustradora; se mantuvo activa como diseñadora de carteles para los editores de Boston Copeland & Day y Lamson, Wolfe y Compañía.

Edward Penfield (1866- 1925) evolucionó hacia un estilo maduro de dibujo de contornos con superficies planas a color. Al eliminar el fondo, Penfield forzaba al espectador a enfocar la figura y las leyendas. Penfield dibuja con líneas fluidas vigorosas y sus superficies planas a color a menudo eran terminadas con una técnica magistral de graneado. Lo no esencial era eliminado y los medios visuales se usaban para comunicar una idea.

**INNOVACIONES EN BÉLGICA.** El Art Nouveau surgió a la vida Bélgica a mediados de la década del noventa. Enclavado entre Francia y Alemania, este pequeño país había experimentado el comienzo del fermento creativo durante los años de 1880, cuando el Cercle des XX (círculo de los 20) se integró para procurar que las formas más nuevas del arte se exhibieron fuera del concepto del arte de salón. A mediados de la década del año 1890, el Arte Nuevo belga llegó a ser una fuerza significativa.

Tal vez el genio del movimiento fue el arquitecto belga, barón Victor Horta (1861- 1947). Su casa del año 1892 para Emile Tassel fue unificada por sistemas curvilíneos colgantes, diferentes a cualquier cosa vista hasta entonces en Inglaterra o en el continente.

Privat Livemont (1861- 1936); este maestro pintor originó cerca de tres docenas de carteles fuertemente inspirados por las mujeres idealizadas de Mucha, con cabello colgante y profusos ornamentos. Su innovación más importante fue un doble contorno que separa la figura del trasfondo. El contorno oscuro se trazaba con una gruesa banda blanca, que aumenta el impacto de la imagen al colocarse en la cartelera.



*“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.*

Gisbert Combaz (1869-1941) fue miembro prominente de la Libre Estética, organización que se derivó del Círculo de los 20 en el año 1893. En muchos de sus carteles de exhibición para este grupo, usó colorido intenso e impulsó al Arte Nuevo arabesco hacia una línea tensa casi mecánica.

Henri Clemens Van de Velde (1863-1957) arquitecto, pintor, diseñador y educador belga era la vertiente de un solo hombre. Sintetizó diferentes fuentes, incluyendo el Arte Nuevo francés el Movimiento de las Artes y los Oficios inglés y la Escuela Glasgow dentro de un estilo unificado.

Un ejemplo de su pedagogía teórica es la observación de que cuando se proyecta una sombra, origina una forma complementaria cuyo contorno es idéntico al contorno de la sombra. Argumentando que esta forma negativa es tan importante como el objeto que proyecta la sombra.

Van de Velde apoyaba el concepto de que todas las ramas del arte, desde la pintura al diseño gráfico y del diseño industrial a la escultura, compartían un lenguaje común de forma e igualdad de importancia para la comunidad humana. Consideraba los ornamentos no como decoraciones, sino como un medio de expresión que podía lograr la condición de un trabajo de arte.

El trabajo de Van de Velde evolucionó desde formas inspiradas por motivos de plantas e ideas simbólicas hasta el estilo abstracto.

**FRANK LLOYD WRIGHT Y LA ESCUELA DE GLASGOW.** Durante los últimos años de la década del año 1890, el trabajo del arquitecto americano Frank Lloyd Wright (1867-1959) empezaba a ser conocido por los artistas y diseñadores europeos; él era una inspiración para el diseñador que evolucionaba del Arte Nuevo curvilíneo hacia la fase rectilínea.

El Estudio y sus reproducciones de trabajos hechos por Beardsley y Toorop tuvieron una fuerte influencia sobre un grupo de jóvenes artistas escoceses, que se hicieron amigos en la Escuela de Arte de Glasgow. A este grupo estrechamente unido encabezado por Charles Rennie Mackintosh (1868-1928), se les unió J. Herbert McNair y dos hermanas, Margaret (1865-1933) y Frances Macdonald (1874-1921). En el año 1899 se casaron McNair y Frances y al año siguiente, lo hicieron Mackintosh y Margaret.



*“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.*

Conocida como la Escuela de Glasgow y también llamada los Cuatro Macs, estos jóvenes colaboradores desarrollaron un estilo único cuya originalidad lírica y complejidad simbólica fueron celebradas en el continente, especialmente en Viena, pero a menudo ignoradas en las Islas Británicas.

La Escuela de Glasgow desarrolló una composición más geométrica, combinando elementos florales y curvilíneos con fuertes estructuras rectilíneas. El tema del diseño principal de Mackintosh consiste en líneas que se elevan, a menudo con curvas sutiles en los extremos para combinar su unión con las horizontales. Ángulos rectos angostos, tiras altas de rectángulos y el contrapunto de óvalos, círculos y arcos caracterizan su trabajo. Las hermanas Macdonald tenían fuertes creencias religiosas y adoptaron ideas místicas y simbólicas. La confluencia de la estructura de Mackintosh con el mundo de sueños y fantasías de su esposa originó un estilo trascendental sin precedente que ha sido diversamente descrito como femenino, un mundo mágico de fantasía y de deprimente desasosiego.

Su modesta producción de diseño gráfico es uniformemente majestuosa. Entre sus seguidores que desarrollaron estilos personales inspirados por la Escuela de Glasgow, Jessie Marion King (1876-1949) desarrolló un estilo de ilustración imaginario y medieval, y Annie French (1872-1965), llegó a ser una prominente ilustradora de libros.

**JUGENDSTIL Y NEUE SCHLICHKEIT.** El Arte Nuevo llegó a Alemania, donde fue llamado Jugendstil (“estilo joven”). El Arte Nuevo alemán tenía una fuerte influencia francesa y británica, pero aún conservaba fuertes vínculos con el arte académico precedente más tradicional. El interés alemán por la forma de letras medievales –Alemania fue el único país europeo que no reemplazó los tipos estilo textura por los estilos romanos del renacimiento–, continuó codo a codo con los motivos del Arte Nuevo.

Peter Behrens, es considerado como el primer diseñador industrial conocido (una persona entrenada visualmente, encargada del diseño de la estructura, operación y aparición de productos industriales de producción masiva).



*“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.*

Behrens creía que la belleza podía derivarse de la comodidad. Esta reacción filosófica contra el siglo XIX fue denominada *Neue Shlichkeit* (Nueva objetividad).

El historiador de arte inglés Herbert Read una vez hizo la observación de que la vida de cualquier tendencia de arte es como la de una flor. Un botón en manos de un reducido número de innovadores se convierte en una floración. Luego, se inicia el proceso de decadencia conforme la influencia se hace difusa y es falseada en manos de imitadores que no entienden las impetuosas pasiones que forjaron el movimiento, sino sólo las manifestaciones estilísticas. Después de finales del siglo, éste fue el destino del Arte Nuevo.

El Art Nouveau se mantuvo, decayendo lentamente, hasta que desapareció en las cenizas de la Primera Guerra Mundial. Su legado es una tracería de los sueños y estilos de vida de un breve verano indio la historia humana. Su resultado son los diseñadores del siglo XX que adoptaron, no su estilo, sino sus actitudes hacia los materiales, los procesos y también los valores.

**LA INFLUENCIA DEL ARTE MODERNO.** Las primeras dos décadas del siglo XX fueron una época de efervescencia y cambios insólitos que alteraron radicalmente todos los aspectos de la condición humana. El carácter de la vida social, política, cultural y económica sufrió un cataclismo. En Europa, la monarquía fue reemplazada por la democracia, el socialismo y el comunismo soviético. Los avances científicos y tecnológicos transformaron el comercio y la industria.

Las áreas subdesarrolladas del mundo comenzaron a despertar y a exigir su independencia. No resulta sorprendente que, en respuesta a esta turbulencia, las artes visuales hayan experimentado una serie de revoluciones creativas que cuestionaron sus valores, sistemas de organización y funciones sociales.

Ideas elementales del color y de la forma, la protesta social, las concepciones de la teoría psicoanalítica y de los estados emocionales más íntimos se apoderaron de muchos artistas. Mientras algunos de estos movimientos tuvieron una escasa influencia en el diseño gráfico, por ejemplo, el fauvismo y el expresionismo alemán, otros como el cubismo, el futurismo, el dada, el surrealismo; la escuela de De Stijl, el suprematismo y el constructivismo



***"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".***

tuvieron un impacto directo sobre el lenguaje gráfico de la forma y la comunicación visual de este siglo.

La evolución del diseño tipográfico del siglo XX está íntimamente relacionada con la pintura, la poesía y la arquitectura moderna. Casi podría decirse que el antagonismo entre la pintura cubista y la poesía futurista dio origen al diseño gráfico del siglo XX.

CUBISMO al crear un concepto del diseño independiente de la naturaleza, el cubismo inició una nueva tradición artística con un enfoque distinto, que terminó con 400 años de influencia renacentista en el arte pictórico.

La génesis de este movimiento es Les Femmes d'Alger (O. J. R. M.) del año 1907, del artista español Pablo Picasso (1881-1973). Con base en las estilizaciones geométricas de la escultura africana y del pintor posimpresionista Paul Cézanne (1839-1906), quien hizo notar que el artista debía "tratar la naturaleza en términos del cilindro, la esfera y el cono" esta pintura constituyó una nueva propuesta en el manejo del espacio y en la expresión de las emociones humanas. Las figuras se abstraen en planos geométricos y se rompen las normas clásicas de la figura humana. Las ilusiones espaciales y de la perspectiva dan lugar a un giro ambiguo de planos bidimensionales.

En los años siguientes, Picasso y su íntimo colaborador, Georges Braque (1881-1963) desarrollaron el cubismo como un movimiento artístico que sustituía la presentación de las apariencias con posibilidades infinitas de formas inventadas. Cubismo analítico es el nombre dado al trabajo de ambos en los años de 1910-1912. Analizaron los planos del tema desde diferentes puntos de vista y utilizaron estas percepciones para elaborar una pintura compuesta por planos geométricos rítmicos.

La fascinación impuesta por el cubismo analítico proviene de la tensión insoluble entre la atracción sensual y la intelectual de la estructura pictórica, en conflicto con el desafío de interpretar el tema.

En el año 1912. Picasso y Braque introdujeron elementos del collage de papel en su trabajo. El collage les daba libertad de composición, independientemente



*"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".*

del tema y declaraban la realidad de la pintura como un objeto bidimensional. La textura de los elementos del collage podía significar objetos.

En el año 1913, el cubismo evolucionó hacia lo que ha recibido el nombre de cubismo sintético. Se representaba la esencia de un objeto y sus características básicas, más que su apariencia exterior.

Juan Gris (1887-1927) fue uno de los principales artistas plásticos en el desarrollo del cubismo sintético. Sus pinturas, combinaban la composición del natural con un diseño estructural independiente del espacio pictórico. Primero, trazaba una estructura arquitectónica rigurosa, usando las proporciones áureas y una red de composición modular, luego "colocaba el tema" sobre este esquema de diseño; influyó en la evolución del arte geométrico y del diseño. Se unió al movimiento cubista Fernand Lèger (1881-1955); apartó al cubismo de los impulsos iniciales de sus fundadores. Lèger tomó mucho más seriamente que cualquier otro cubista la famosa sentencia de Cézanne acerca del cilindro, la esfera y el cono.

Lèger pudo haber evolucionado hacia un arte de color puro y relaciones de forma, pero sus cuatro años de servicio militar entre ciudadanos franceses de la clase trabajadora y la intensa percepción visual que desarrolló durante la guerra lo hicieron volver los ojos hacia un estilo más accesible, sencillo y populista.

Sus estilizaciones casi pictográficas de la figura humana y de los objetos, fueron la inspiración principal del modernismo pictórico, que se convirtió en el estímulo fundamental del arte revivido del cartel de los años veinte. Las planas de color, los movimientos urbanos y la precisión angulosa de las formas mecánicas de Lèger contribuyeron a definir la sensibilidad del diseño moderno después de la Primera Guerra Mundial.

**FUTURISMO.** El poeta italiano Filippo Marinetti (1876-1944) fundó el futurismo como un movimiento revolucionario en todas las artes para poner a prueba sus ideas y sus formas contra las realidades nuevas de la sociedad científica e industrial. El manifiesto proclamaba la pasión por la guerra, la era de las máquinas, la velocidad y la vida moderna. Impugnaban los museos, las librerías, el moralismo y el feminismo.



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

Marinetti y sus seguidores produjeron una poesía con una carga explosiva y emocional que desafiaba la sintaxis y la gramática ortodoxas.

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. Liberados de la tradición, animaron sus paginas con una composición dinámica, no lineal, realizada por medio de palabras y letras pegadas en lugar de la reproducción fotográfica.

Pintores futuristas: Umberto Boccioni (1882-1916), Carlos Carrà (1881-1966), Luigi Russolo (1885- 1947), Giacomo Balla (1871-1958) y Gino Severini (1883-1966); los pintores futuristas estuvieron fuertemente influenciados por el cubismo, pero también se aventuraron a expresar en su trabajo el movimiento, la energía y la secuencia cinemática. Fueron los primeros en emplear la palabra simultaneidad en el contexto del arte visual para representar la existencia o los acontecimientos concomitantes, tales como la presentación de diferentes perspectivas en una misma obra de arte.

Antonio Sant’Elia (1888- 1916) influyo en la corriente del diseño moderno, en particular del art deco. Las técnicas violentas, revolucionarias de los futuristas fueron adoptadas por los dadaístas, los constructivistas y la escuela de De Stijl.

El concepto futurista de convertir la escritura, la tipografía o ambas en formas visuales concretas y expresivas era una preocupación en algunos poetas de la antigüedad y se remonta, por lo menos, al poeta griego Simias de Rodas (alrededor de 33 a. de C.). Llamada poesía modelo, estos versos a menudo tomaban la forma de objetos o símbolos religiosos. En el siglo XIX, el poeta alemán Arno Holz (1863-1929) amplió los efectos de esta forma, por medio de trucos como la omisión de las mayúsculas y de puntuación, variaciones en el espaciado de las palabras para significar pausas y el empleo de más de un signo de puntuación para dar énfasis. En el libro de Lewis Carroll, Alicia en el país de las maravillas, se utilizaron tipos de tamaños descendentes y formas pictóricas para construir una forma semejante a la cola de un ratón, como parte del cuento que narraba una historia acerca de él.



*“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.*

Otro poeta francés, Guillaume Apollinaire (1880-1918), estuvo íntimamente ligado con los cubistas, particularmente con Picasso y tuvo gran rivalidad con Marinetti. Su contribución al diseño gráfico, única en su género, fue la publicación en el año 1918 de su libro titulado “Caligramas”, poemas en los cuales las letras están dispuestas para formar un diseño, una figura o una pictografía visual. En estos poemas, explora la fusión potencial de la poesía y la pintura e intenta introducir el concepto de simultaneidad del tiempo y de la tipografía límite de la secuencia de la página impresa.

**EL DADAISMO.** El movimiento del dadaísmo se desarrolló espontáneamente como un movimiento literario.

Tristán Tzara (1896-1963), exploró la poesía fonética, la poesía del absurdo y la poesía fortuita. Al reaccionar contra un mundo que se había vuelto loco, el dadaísmo afirmaba ser el antiarte y poesía un fuerte elemento destructivo y negativo. Rechazando toda tradición, buscó la libertad total. Los dadaístas ni siquiera estaban de acuerdo en sus orígenes con el nombre de dada, tal era la anarquía de este movimiento. Una historia cuenta que el movimiento fue bautizado por azar, al abrir un diccionario francés y apuntar rápidamente a una palabra, “dada”, el balbuceo de un bebé. Estos escritores y artistas estaban interesados en el escándalo, la protesta y lo absurdo.

Su rechazo del arte y la tradición permitió a los dadaístas enriquecer el vocabulario visual del futurismo. El dadaísmo mantuvo el concepto del cubismo acerca de las letras como formas visuales concretas, no sólo como símbolos fonéticos.

El pintor Marcel Duchamp (1887-1968) se unió al movimiento dadaísta y se convirtió en su artista visual más prominente.

Anteriormente había analizado sus temas como planos geométricos bajo la influencia del cubismo. Para Duchamp, el portavoz más claro del dadaísmo, tanto el arte como la vida eran procesos del azar y de la elección deliberada. Los actos artísticos se volvieron un asunto de decisión y selección individuales.



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

El dadaísmo se propagó rápidamente desde Zurich hacia otras ciudades europeas. A pesar de pretender que ellos no estaban creando arte, sino burlándose y difamando a una sociedad que se había vuelto loca, varios dadaístas produjeron un arte visual significativo que fue una aportación para el diseño gráfico. Los artistas dadaístas afirmaban haber inventado el fotomontaje, la técnica de manipular imágenes fotográficas fusionadas para elaborar yuxtaposiciones estremecedoras y asociaciones al azar.

La poesía que creaba la lógica contra el absurdo eran un tema importante. Schwitters definió a la poesía como la interacción de elementos: letras, sílabas, palabras, oraciones. A principios de los años veinte, el constructivismo se volvió una influencia adicional en el trabajo de Schwitters, después de ponerse en contacto con El Lissitzky y Théo van Doesburg, quienes invitaron a Schwitters a Holanda para promover el dadaísmo.

Heartfield, Wieland Herzfelde, era poeta, crítico e impresor del periódico Neue Jugend; puso en marcha la casa Malik Verlag, una editorial importante de la de la vanguardia dadaísta donde se publicaba propaganda política de izquierda y literatura de avanzada.

El pintor y artista gráfico George Grosz, otro miembro fundador del grupo dadaísta berlinés, su pluma mordaz atacaba a la sociedad corrupta con la sátira y la caricatura. Abogó por una sociedad sin clases y sus dibujos proyectaban una fuerza colérica de convicciones políticas profundas en lo que él consideraba como un medio decadente, degenerado.

El dadaísmo fue el movimiento liberador más importante de su tiempo, y todavía en la actualidad es posible observar su influencia. El dadaísmo nació como una protesta contra la guerra.

André Breton (1896-1966), que se había incorporado al movimiento, el dadaísmo había perdido su relevancia y él surgió como el nuevo líder de un movimiento que habría de tomar direcciones nuevas. Finalmente, el dadaísmo, llevó sus actividades negativas hasta el límite, carecía de un liderazgo unificado y muchos de sus miembros comenzaron a desarrollar los planteamientos que darían origen al surrealismo; el dadaísmo decayó y dejó de existir como un movimiento coherente a finales del año 1922. los dadaístas como Schwitters y



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

Heartfield continuaron evolucionando y produjeron su obra más refinada después de la disolución del movimiento.

**EL SURREALISMO.** Con raíces del dadaísmo y del grupo Littérature, integrado por escritores y poetas franceses jóvenes, el surrealismo irrumpió en la escena de París en el año 1924, buscando “lo más real que en el mundo real tras lo real” – el mundo de la intuición, los sueños y el reino de lo inconsciente explorado por Freud.

El surrealismo (“superrealidad” en francés) no era un estilo o un tema estético. Más bien, constituía una manera de pensar y de conocer, una forma de sentir y un modo de vida. El dadaísmo había sido negativo, destructor y continuamente exhibicionista; el surrealismo profesaba una fe poética en el hombre y en el espíritu.

Fue por medio de los pintores como el surrealismo afectó a la sociedad y a la comunicación visual. Aunque los surrealistas a menudo creaban imágenes tan personales que la comunicación se volvía imposible, también produjo imágenes cuyo sentimiento, símbolos o fantasía suscitaron una respuesta universal.

Giorgio de Chirico (1888- 1978), primer pintor surrealista; pintó obsesivamente vistas vacías de los palacios del Renacimiento italiano y cuadros que poseían una inmensa melancolía. Edificios vacíos, sombras crueles, una perspectiva en declive profundo e imágenes enigmáticas se combinaban para comunicar sentimientos más allá de la experiencia ordinaria.

Max Ernest, un inquieto dadaísta alemán que se unió al surrealismo, innovó varias técnicas adoptadas por la comunicación gráfica. Fascinado por los huecograbados en madera del siglo XIX de novelas y catálogos, Ernst los reinventó al emplear procedimientos del collage para crear imágenes extrañas. Su método de frottage incluía la utilización de frotados para componer directamente sobre el papel. Esta técnica permitió a Ernst liberar su imaginación intuitivamente por medio de imágenes sugestivas que podían ser reveladas a partir de frotaduras.



*“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.*

El dedalco es el proceso que Ernst usó para transferir figuras de un motivo impreso a un dibujo o pintura y le permitió incorporar una variedad de imágenes en su trabajo de manera inesperada. Esta técnica se había usado extensamente en ilustraciones, pinturas e impresiones.

Los pintores surrealistas figurativos fueron llamados naturalistas de lo imaginario. Espacio, color, perspectiva y figuras están representados en un naturalismo cuidadoso, pero la imagen es un escape en un sueño irreal. El surrealista belga René Magritte (1898-1967) empleó cambios de escala alternados y ambiguos; desafiando las leyes de la gravedad y de la luz, elaboró yuxtaposiciones insospechadas y mantuvo un diálogo poético entre la realidad y la ilusión, la objetividad y la ficción. Su prolífica colección de imágenes inspiró en gran parte a la comunicación visual.

El pintor español Salvador Dalí (1904- 1989) influyó de dos formas en el diseño gráfico. Sus penetrantes perspectivas han inspirado intentos de llevar la profundidad a la página impresa plana; su enfoque realista de la simultaneidad ha sido utilizado para introducir este efecto en los carteles y portadas de libros.

En el trabajo de Joan Miró (nacido en 1893) y Hans Arp (1887- 1966), el automatismo visual (dibujo y caligrafía con base en un flujo de conciencia intuitivo) es usado para crear expresiones espontáneas de la vida interior. Miró desarrolló un proceso de metamorfosis por medio del cual sus motivos evolucionaron intuitivamente hacia formas orgánicas misteriosas. Arp experimentó con armonías imprevistas y casuales. Las formas elementales, orgánicas y la composición abierta de estos dos artistas fueron incorporadas al diseño, particularmente durante los años cincuenta.

El impacto del surrealismo en el diseño gráfico ha sido diverso. Proporcionó un ejemplo poético de la liberación del espíritu humano, fue pionero de las técnicas nuevas y demostró cómo la fantasía y la intuición podían ser expresadas en términos visuales.

**LA FOTOGRAFÍA Y EL MOVIMIENTO MODERNO.** Era inevitable que el nuevo lenguaje visual de los movimientos modernos, preocupados por el punto, la



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

línea, el plano, la forma y la textura, así como por la relación entre estos elementos visuales comenzará a influir en la fotografía, del mismo modo que el futurismo y las proposiciones dadaístas habían impactado a la tipografía en el diseño gráfico. La fotografía fue inventada como un medio para documentar la realidad con mayor exactitud que pintura; a principios de siglo, la pintura impulsó a la fotografía en el nuevo reino de la abstracción y del diseño.

Los conceptos, las imágenes y los métodos de organización visual del cubismo, del futurismo, del dadaísmo y del surrealismo proporcionaron conocimientos y procedimientos invaluable para los diseñadores gráficos. Los innovadores de estos movimientos que se atrevieron a recorrer el camino solitario de las posibilidades artísticas no exploradas, continúan influyendo a los artistas hasta nuestros días.

**EL MODERNISMO PICTÓRICO.** El cartel europeo de la primera mitad del siglo XX es una continuación de los anuncios de la década del año 1890, pero su rumbo fue poderosamente afectado por los movimientos artísticos modernos y por las necesidades de comunicación de las dos Guerras Mundiales.

Influenciados por el cubismo y por el constructivismo, y sin embargo conocedores de la necesidad de mantener una referencia gráfica si sus carteles deseaban comunicarse persuasivamente con el público en general, los diseñadores gráficos comprometidos con el cartel caminaron por la cuerda floja entre la creación de imágenes expresivas y simbólicas, y su interés por la organización visual total del plano ilustrado.

**EL CARTEL EN BERLIN.** Lucien Bernhard (1883-1972), había llevado al cartel visual un paso adelante en el proceso de simplificación y reducción del naturalismo en el lenguaje gráfico de las formas; estableció una proposición del cartel al emplear formas de colores lisos, el nombre y la imagen del producto.

Julius Klinger; su estilo osciló desde el art nouveau floral hasta las formas bidimensionales decorativas de colores claros, brillantes y una rotulación sencilla y concisa.

Bernhard desarrolló un estilo de letras sans-serif, realizadas en pinceladas gruesas. Creó un alfabeto compacto de caracteres únicos en su género.



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

Bernhard era un innovador. Su labor debe ser considerada como la conclusión lógica del movimiento del cartel. Al mismo tiempo, el énfasis en la reducción, la forma minimalista y la simplificación anticiparon el movimiento constructivista.

**EL CARTEL VA A LA GUERRA.** El cartel alcanzó el cenit de su importancia como medio de comunicación durante la Primera Guerra Mundial (1914-1918). La tecnología tipográfica había sido perfeccionada y la radio y otros instrumentos electrónicos de comunicación pública aún no adquirían importancia. En este conflicto mundial, los gobiernos recurrieron al cartel como la forma principal de propaganda y de persuasión visual.

Los carteles de las potencias centrales (dirigidas por Alemania y Austro-Hungría) y de los Aliados (guiados por Francia y Gran Bretaña, los cuales posteriormente se unieron los Estados Unidos en el año 1917) fueron radicalmente distintos. En Alemania y Astro-Hungría dominaba el enfoque del diseño que continuaba las tradiciones de la secesión vienesa y de Bernhard. Palabras e imágenes fueron integradas y la esencia de la comunicación fue expresada al simplificar las imágenes en formas y modelos poderosos.

La propaganda bélica de Julius Klinger fue reducida a símbolos gráfico de guerra simples.

Bernhard adoptó un enfoque muy gótico en varios de sus carteles bélicos.

Los carteles británicos hacían un llamado a la necesidad de proteger los valores tradicionales, el hogar y la familia.

Una de las funciones del cartel era ensalzar a los soldados del país y crear un culto alrededor de los líderes nacionales; o de figuras simbólicas, ridiculizar o desacreditar a los líderes de las fuerzas enemigas era otra.

**EL DISIDENTE DE MUNICH.** Ludwig Holwein (1874-1949) evolucionó junto con las condiciones sociales cambiantes. Los hermanos Beggerstaff fueron su inspiración inicial y, durante los años anteriores a la Primera Guerra Mundial, Holwein se complacía en reducir sus imágenes a formas planas. Sin embargo, a diferencia de los Beggarstaff y de su rival berlinés Bernhard, en sus imágenes Holwein aplicó una rica gama de texturas y modelos decorativos.



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

Adolf Hitler, afirmó que la propaganda, incluyendo al cartel, “debe dirigirse a las emociones y sólo en un grado limitado, al llamado intelecto”. Hitler abogaba por una propaganda donde el nivel de contenido estuviera dirigido hacia la persona menos culta del público, usando solamente formas simples, hechas con base de fórmulas estereotipadas. Hitler estaba convencido de que los carteles empleados en Alemania, incluso con el diseño más artístico, eran menos eficaces que el trabajo conceptualmente más sencillo, pero más ilustrativo, de Inglaterra y Estados Unidos. Hitler tenía una habilidad casi espectral para la propaganda visual.

Fue inevitable que el partido nazi encargara a Holwein una multiplicidad de carteles, pues la evolución de su trabajo coincidía perfectamente con el concepto de la propaganda eficaz de Hitler.

Holwein se volvió hacia un estilo militar e imperialista bien delineado de formas sólidas, pesadas y de fuertes contrastes tonales.

**EL MODERNISMO GRÁFICO POSCUBISTA.** Paul Colin (nacido en 1892) es el diseñador más prolífico y constante de las proposiciones del art deco o del enfoque del modernismo pictórico del diseño gráfico.

Joseph Binder (1898-1972) combinaba influencias, incluyendo a Kolomon Moser y al cubismo, en un estilo de diseño gráfico ilustrado con una poderosa fuerza comunicativa. El sello de su obra consistía en reducir las imágenes naturales a formas y figuras básicas como el cubo, la esfera y el cono, así como en utilizar, de lado a lado, formas de dos colores planos, uno junto al otro, para representar las partes de luz y sombra de una figura u objeto.

Art deco, este término, acuñado a fines de los años sesenta como el nombre de los estilos geométricos populares de la década de los veinte, es la expresión no de un movimiento, sino de la sensibilidad estética general de la década. La influencia del cubismo, de Bauhaus y de Viena se mezcló con la escuela de De Stijl, el suprematismo y la afición por los motivos egipcios, aztecas y asirios.

Tan seguros como que el art nouveau constituyó un estilo de diseño dominante a finales del siglo, el art deco era un estilo de diseño dominante en las décadas entre las dos Guerras Mundiales. Una geometría aerodinámica, en zigzag, moderna y decorativa, términos que expresaban los deseos simultáneos de



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

interpretar la era moderna de las máquinas y, al mismo tiempo, satisfacer la pasión por la decoración.

En Alemania muchos diseñadores gráficos emplearon el color y el plano para construir imágenes gráficas.

El diseñador británico Abraham Games (nació en 1914) fue el último diseñador gráfico importante de la filosofía del modernismo gráfico.

Games dijo: el mensaje debe ser dado rápido y vívidamente, de tal manera que el interés que sea retenido subconscientemente... La disciplina de la razón condiciona la expresión del diseño... El diseñador construye, enrolla el resorte y el resorte salta. El ojo del espectador queda atrapado.

Buscó el uso de imágenes y formas ordinarias organizadas de manera diferente.

El modernismo pictórico europeo constituía una proposición diseñada para la creación de ilustraciones gráficas, dirigidas a la integración total de la palabra y de la imagen.

**UN NUEVO LENGUAJE DE LA FORMA.** El modernismo gráfico no fue la única corriente importante del diseño gráfico en Europa. Mientras que en Inglaterra Kauffer exploraba la aplicación de los planos del cubismo sintético al cartel, en Holanda y en Rusia, un enfoque más tipográfico y formal del diseño gráfico surgía donde los artistas veían claramente las implicaciones del cubismo. Con la invención de la forma pura, el arte visual avanzó más allá del umbral del conjunto de las imágenes gráficas.

Un espíritu de innovación estaba presente en todas las artes visuales, las ideas flotaban “en el aire” y, para fines de la Primera Guerra Mundial, los diseñadores gráficos, los arquitectos y los diseñadores de productos comenzaron a desafiar energéticamente las ideas prevalecientes acerca de la forma y la función.

**EL SUPREMATISMO Y EL COSTRUCTIVISMO RUSOS.** El arte ruso ejerció una influencia internacional en el diseño gráfico y la tipografía del siglo XX.

La vanguardia rusa tenía suficientes rasgos comunes con el cubismo y el futurismo para acuñar el término cubo futurismo. La experimentación en la



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

tipografía y el diseño caracterizaron los libros y los periódicos de los artistas futuristas, presentando trabajos por medio de la comunidad artística, visual y literaria. Simbólicamente, los libros futuristas rusos fueron una reacción contra los valores de la Rusia zarista. La utilización de papel rústico, de métodos de producción artesanal y de agregados hechos a mano expresaban la pobreza de la sociedad campesina.

Kasimir Malevich (1878-1935) fundó un estilo de pintura de formas básicas y de color puro al que llamó suprematismo.

Malevich creó una abstracción Geométrica elemental que era nueva, no objetiva y pura; buscaba “la expresión suprema del sentimiento, sin buscar valores prácticos, ni ideas, ni la tierra prometida”. Pensador lógico con un conocimiento lúcido, Malevich se dio cuenta de que la esencia de la experiencia artística es el efecto perceptivo del color.

Vladimir Tatlin (1885-1953) y Alexander Rodchenko (1891-1956), y 25 artistas más en el año 1921, propusieron un punto de vista contrario, cuando renunciaron al “arte por el arte” para consagrarse al diseño industrial, la comunicación visual y las artes aplicadas al servicio de la nueva sociedad comunista.

Tatlin cambió de la escultura al diseño de una estufa que daría el máximo de calor con un mínimo de combustible; Rodchenko abandonó la pintura por el diseño gráfico y el periodismo fotográfico.

Uno de los primeros intentos para formular una ideología constructivista fue el folleto *Konstruktivizm* del año 1922, de Aleksei Gan (1893-1942).

Gan escribió que los tres principios del constructivismo son la arquitectura, la textura y la construcción. La arquitectura representaba la unificación de la ideología comunista con la forma visual. La textura significaba la naturaleza de los materiales y como son empleados en la producción industrial. La construcción simbolizaba el proceso creativo y la búsqueda de leyes de organización visual.

***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

Quien mejor llevó a cabo el ideal constructivista fue Lissitky (1890-1941) pintor, arquitecto, diseñador gráfico y fotógrafo. Desarrolló un estilo de pintura al cual denominó PROUNS (abreviatura de “proyectos para el establecimiento – afirmación- de un arte nuevo”)

Lissitky llamaba PROUNS a “un estado de intercambio entre la pintura y la arquitectura”. Esto describe su síntesis de los conceptos de la arquitectura con la pintura; también muestra que el PROUNS señalaba el camino para la aplicación de los conceptos de la forma y del espacio en la pintura moderna al diseño aplico.

Como diseñador gráfico, Lissitky no decoraba el libro, lo construía al programar visualmente el objeto completo.

La composición tipográfica y las imágenes fotográficas eran empleadas como material de construcción para armar páginas, portadas y carteles.

El formato desarrollado por Lissitky para este libro constituye un paso importante en la creación de un programa visual para ordenar la información.

La red vertical de tres columnas utilizadas para el texto, la red horizontal de tres columnas empleada para la portada y la estructura a dos columnas de la página de contenido se convirtió en una armazón arquitectónica para organizar las páginas ilustradas.

**EL MOVIMIENTO DE STIJL.** En Holanda, el último verano del año 1917 marcó la formación del movimiento y del periódico De Stijl.

Piet Mondrian (1872-1944) constituyó una fuente a partir de la cual se desarrollaron la filosofía y las formas visuales De Stijl.

Mondrian evolucionó de la pintura del paisaje tradicional hacia un estilo simbólico, influenciado por Van Gogh, que expresaba las fuerzas de la naturaleza. En los años siguientes, eliminó todo indicio de los elementos representativos y evolucionó del cubismo hacia una abstracción geométrica pura.

Mondrian creía que en el arte visual, la realidad objetiva es alcanzada por medio del movimiento dinámico en equilibrio. Las artes plásticas afirman que el



*“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.*

equilibrio sólo puede establecerse a través del balance de contrastes desiguales, pero equivalentes. La clasificación del equilibrio por medio de las artes plásticas es de gran importancia para la humanidad... La tarea del arte es expresar una visión clara de la realidad.

Los artistas De Stijl buscaron una expresión de la estructura matemática del universo y de la armonía universal de la naturaleza.

De Stijl buscaba las leyes universales que gobiernan la realidad visible, pero que se encuentran escondidas por las apariencias externas de las cosas.

Para los artistas De Stijl, la belleza proviene de la pureza absoluta de la obra. De Stijl abogaba por la absorción del arte puro por medio del arte aplicado.

A principios de los años veinte, comenzó el impacto De Stijl en la arquitectura, en el diseño industrial y en la tipografía.

La búsqueda de un arte puro de relaciones visuales iniciado en Holanda y en Rusia, había permanecido como una preocupación importante en las disciplinas visuales durante el siglo XX. Una de las tendencias dominantes del diseño gráfico ha sido la aplicación de esta sensibilidad geométrica para dar orden a la página impresa.

Malevich y Mondrian utilizaron líneas, formas y colores puros para crear un universo de relaciones puras ordenadas armoniosamente. Esto fue visto como un prototipo quimérico para un nuevo orden mundial. Mondrian escribió que el arte “desaparecía en la misma proporción que la vida gana equilibrio”. Para unificar los valores sociales y humanos, la tecnología y la forma visual se convirtieron en el objetivo de quienes se empeñaron en lograr una arquitectura y un diseño gráfico diferentes.

**LA BAUHAUS Y LA NUEVA TIPOGRAFÍA.** La Bauhaus era la consecuencia lógica de la inquietud alemana por mejorar el diseño dentro de una sociedad industrial que vio sus orígenes en el principio del siglo.

Mientras el movimiento inglés de Artes y Oficios creía que la artesanía era superior a la producción mecánica. Hermann Muthesius (1861-1927), argüía apasionadamente a favor de la estandarización y del valor de la máquina con fines de diseño. Veía que la simplicidad y la exactitud eran tanto una demanda



*“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.*

funcional de la fabricación mecánica como un aspecto simbólico de la eficiencia y del poder industrial del siglo XX.

Henri van de Velde también ejerció una influencia importante. Durante la década del año 1890, él declaró que el ingeniero era el nuevo arquitecto e hizo un llamado al diseño lógico para emplear tecnologías nuevas y materiales científicos: hormigón armado, acero, aluminio y linóleoum.

**LA BAUHAUS EN WEIMAR.** Los años de la Bauhaus en Weimar (1919-1924) fueron intensamente visionarios. Caracterizados por un deseo utópico de crear una sociedad espiritualmente nueva, la primera Bauhaus buscaba una unidad innovadora entre artistas y artesanos para construir el futuro.

En la Bauhaus, no se hacía distinción entre las bellas artes y el arte aplicado. Lo fundamental de la educación en la Bauhaus era el curso preliminar, establecido inicialmente por Johannes Itten (1888-1967). Sus objetivos eran liberar las aptitudes creativas de cada estudiante, desarrollar una comprensión de la naturaleza física de los materiales y enseñar los principios fundamentales del diseño, que son la base de todo arte visual.

La Bauhaus estaba evolucionando de un interés por el medievalismo, el expresionismo y la artesanía hacia un mayor énfasis en el racionalismo y el diseño de máquinas.

La Bauhaus y la corriente De Stijl tenían objetivos similares. Las áreas del diseño de mobiliario y la tipografía fueron especialmente influenciadas por la corriente De Stijl.

Los conflictos continuos entre la Bauhaus y el gobierno llevaron a las autoridades a insistir en que aquella debía montar una exhibición de primera magnitud para demostrar sus logros. Para esta exposición en el año 1923, a la que asistieron 15 000 personas y dio reconocimiento mundial a la Bauhaus, el medievalismo romántico y el expresionismo estaban siendo reemplazados por un énfasis en el diseño aplicado, al grado de que Gropius cambió el lema “Por la unidad del arte y la artesanía” por el de “Arte y tecnología, una unidad nueva”.

## **EL IMPACTO DE LASZLO MOHOLY-NAGY**



*“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.*

La pasión de Laszlo Moholy-Nagy por la tipografía y la fotografía inspiraron el interés de la Bauhaus en la comunicación visual y la condujeron a realizar experimentos importantes en la unidad de la tipografía y la fotografía. Moholy-Nagy veía al diseño gráfico, especialmente al cartel, evolucionar hacia la fototipografía. A esta integración objetiva de la palabra y la imagen, para comunicar un mensaje con independencia absoluta, la llamó “nueva literatura visual”.

Moholy-Nagy empleaba la cámara como un instrumento de diseño.

En el año 1922 comenzó a experimentar con fotogramas; al año siguiente inició su fotoplástica. Moholy-Nagy veía al fotograma como una representación de la esencia de la fotografía. Sin cámara, el artista puede capturar la interacción copiada de luz y sombra sobre una hoja de papel fotosensible.

Moholy-Nagy consideraba su fotoplástica no como una técnica del collage, sino como un proceso deformado para alcanzar una expresión novedosa, que podía ser más creativa y más funcional que la fotografía directamente imitativa. La fotoplástica podía ser humorística, visionaria, persuasiva o intelectual. Comúnmente, tiene añadiduras dibujadas, asociaciones complejas y yuxtaposiciones sorprendentes.

**LA BAUHAUS EN DESSAU.** Durante el periodo Dessau (1925-1932), la identidad y la filosofía de la Bauhaus se desarrollaron completamente. Las influencias de De Stijl y los constructivistas eran obvias, pero la Bauhaus no copió solamente estos movimientos, más bien, entendió de manera clara los principios formales que ya habían sido desarrollados para aplicarlos inteligentemente a problemas de diseño.

En el año 1926., la Bauhaus recibió el nombre de Hochschule für Gestaltung (Escuela Superior de la Forma) y se inició la publicación de la revista Bauhaus. Esta revista y las series de 13 libros de la Bauhaus, se convirtieron en vehículos importantes para difundir las ideas avanzadas acerca de la teoría del arte y sus aplicaciones a la arquitectura y al diseño.

***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

Herbert Bayer, introdujo al taller notables innovaciones en el diseño tipográfico. Diseñó un tipo universal que redujo el alfabeto a formas claras, simples y construidas racionalmente.

Bayer eliminó las letras mayúsculas en el año 1925, arguyendo que imprimimos y escribimos con dos alfabetos (mayúsculas y minúsculas) que son incompatibles dentro del diseño, y que empleamos dos signos totalmente diferentes (A mayúscula y a minúscula) para expresar el mismo sonido.

El periodo de Bayer en la Bauhaus se caracterizó por la composición dinámica con horizontales y verticales pronunciadas.

**LOS AÑOS FINALES DE LA BAUHAUS.** En el año 1931, el partido nazi dominaba el Consejo de la Ciudad de Dessau y canceló los compromisos con los profesores de la Bauhaus en el año 1923. Mies trató de dirigir la Bauhaus en una fábrica de teléfonos vacía en Berlín-Steglitz, pero el acoso nazi hizo insostenible su continuación. La GESTAPO exigía que los bolcheviques culturales “fueran destituidos y reemplazados por simpatizantes nazis. Los profesores votaron por disolver la Bauhaus y fue cerrada el 10 de agosto de 1933. Así terminó la escuela de diseño más importante de este siglo.

Moholy-Nagy estableció la Nueva Bauhaus (ahora el Instituto de Diseño) en Chicago. Los logros y las influencias de la Bauhaus trascendieron sus 14 años de vida, sus 33 profesores y sus cerca de 1 250 estudiantes. Creó un estilo de diseño viable, moderno, que ha influido en la arquitectura, el diseño de productos y en la comunicación visual. Desarrolló un enfoque nuevo de la educación visual.

Al disolver los límites entre las bellas artes y las artes aplicadas, la Bauhaus trató de establecer una estrecha relación entre el arte y la vida por medio del diseño, el cual era visto como un vehículo para el cambio social y revitalización cultural.

**JAN TSCHICHOLD Y LA NUEVA TIPOGRAFÍA (DIE NEUE TYPOGRAPHE)**



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

Aunque la gran parte de la innovación creadora en el diseño gráfico durante las primeras décadas del siglo XX tuvo lugar como parte de los movimientos de arte moderno, varios diseñadores, trabajando independientemente de estos movimientos o de la Bauhaus, hicieron aportaciones significativas al desarrollar lo que se ha denominado “la nueva tipografía”.

Jan Tschichold (1902-1974) fue el principal responsable del desarrollo de las teorías sobre de la aplicación de las ideas constructivistas a las tipografía, y de introducirla más ampliamente.

Por medio de artículos y libros escritos durante la década de los años veinte, explicó y dio a conocer la tipografía asimétrica a un público amplio de impresores, cajistas y diseñadores.

Molesto con los “tipos de letras y composiciones degeneradas”, buscaba empezar y encontrar una tipografía nueva que expresara el espíritu, la vitalidad y la sensibilidad visual de su época.

La nueva tipografía radical rechazaba la decoración a favor de un diseño racional, planeado únicamente para efectos de comunicación. Sin embargo, funcionalismo no es un sinónimo exacto de la nueva tipografía.

El movimiento moderno buscaba un contenido espiritual y una belleza más estrechamente ligada a los materiales empleados, “pero cuyos horizontes están situados mucho más lejos”.

Los tipos sans-serif, en una gama de pesos (luminoso, medio, negrita, negrita extra, cursiva) y tañamos (condensada, normal, seminegra, negra, extendida), fueron declaradas como el tipo moderno.

Tschichold demostró cómo los movimientos de arte moderno podían relacionarse con el diseño gráfico al sintetizar con experimentos nuevos su concepción práctica de la tipografía y sus tradiciones.

La nueva tipografía había sido una reacción contra el caos y la anarquía en la tipografía alemana (y suiza) del año 1923.

Tschichold comenzó a sentir que el diseñador gráfico debería trabajar dentro de una tradición humanista que trascendiera los tiempos y que proviniera del conocimiento y los logros de los maestros de la tipografía del pasado. También sentía que la nueva tipografía era adecuada para publicar productos industriales y para la comunicación acerca de la pintura y la arquitectura

*“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un  
“CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.*

contemporáneas. Sin embargo, era una locura emplearlo para un libro de poesía barroca, por ejemplo, y decía que leer textos largos en sans-serif era “una auténtica tortura”.



### **3. ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN**

La metodología toma en consideración los requerimientos de la investigación, sobre un tema de interés público, por lo que se apoya en la técnica de encuesta y entrevista profunda

- La forma cuantitativa realizaremos las encuestas a diferentes personas con un rango de edad de 19 a 35 con estudios superiores.

#### **3.1 PROBLEMA A INVESTIGAR**

En la actualidad, han surgido nuevas formas de publicidad en el mundo, forzadas quizás por obtener o dar a conocer los productos al consumidor final, especie de filosofía, que se impone en todo el mundo, y que exige al Ecuador un cambio de mentalidad centrada en la maximización de la calidad.

Adoptar el uso de entornos elaborados con recursos multimedia, que basados en la importancia de la planeación creativa y los conocimientos obtenidos, son la rentabilidad al desarrollo publicitario de una empresa o en este caso una técnica a favor del turismo.

A la vez, para llevar a la práctica estas iniciativas, se hace necesario el financiamiento viable que estimula a los inversionistas a arriesgar su capital y con ello promover el emprendimiento tecnológico.

### 3.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

<b>Síntomas:</b>	Hoy por hoy en nuestro país, es insuficiente la participación de la práctica de entornos multimedia.
<b>Causas:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• El bajo volumen de la tecnología multimedia se debe al poco interés de los inversionistas.</li><li>• Desconfianza por la efectividad de la tendencia multimedia.</li></ul>
<b>Pronóstico:</b>	Se impone corregir la situación actual mediante un plan de evidencia de efectividad de la nueva tecnología, lo cual permitirá identificar los beneficios y dar respuesta a las necesidades del mercado con esta herramienta.
<b>Control al pronóstico:</b>	Mejorar de la eficiencia al momento de impartir la información debido al avance tecnológico y lo que este implica.



### **3.3 Formulación del Problema**

¿De qué manera la iniciativa de un “CD Interactivo” inducirá a la investigación, obtención de ganancias y transmisión de conocimiento como nuevo campo de producción?

### **3.4 Hipótesis**

Un “CD Interactivo” que comunique al inversionista, la rentabilidad del negocio y recepción del usuario final, inducirá a la inversión en la tecnología, obtendrán ganancias y transmitirá conocimientos como nuevo campo de producción.

### **3.5 Variables Independiente y Dependiente**

- Un “CD Interactivo” que comunique al inversionista, la rentabilidad del negocio y recepción del usuario final, inducirá a la inversión de la tecnología, obtendrán ganancias y transmitirá conocimientos como nuevo campo de producción.

#### **Variable Independiente**

Un “CD Interactivo” que comunique al inversionista, la rentabilidad del negocio y recepción del usuario final.

#### **Variable Dependiente**

Inducirá a la inversión de la tecnología, obtendrán ganancias y transmitirá conocimientos como nuevo campo de producción.

### **3.6 Variables Empíricas**

- “CD Interactivo” que comunique al inversionista la rentabilidad del negocio.
- “CD Interactivo” que comunique al inversionista la recepción del usuario final.
- Inducirá a la inversión de la tecnología.
- Obtendrán ganancias.
- Transmitirá conocimientos como nuevo campo de producción.

***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

- La aplicación de un Cd Multimedia que sea el medio para transmitir las nuevas tendencias tecnológicas suficientes para el desarrollo de empleo.
- La aplicación de un Cd Multimedia que sea el medio para transmitir las nuevas tendencias tecnológicas suficientes para el desarrollo de servicios.
- Provocará ganancias económicas.
- Provocará desarrollo de la tecnología multimedia.



## 4. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

### 4.1 FORMULARIO DE ENCUESTA

Favor de llenar la siguiente encuesta con la mayor sinceridad

Sexo: F

M

Lugar de Procedencia: \_\_\_\_\_

Edad:

¿Cuántos días se quedará? \_\_\_\_\_

1 Enumere los motivos principales de su visita.

- ( ) Descanso (turismo)
- ( ) Negocios
- ( ) Compras
- ( ) Estudio
- ( ) Visita a familiares

Marque con una "X" las opciones de respuesta.

2 ¿Cómo se enteró de la ciudad?

\_\_\_ Publicidad      \_\_\_ Amistades (Recomendación)      \_\_\_ Agencia de viaje

\_\_\_ internet      Otros \_\_\_\_\_

3 En su opinión, ¿Quién es el que más gana a causa del turismo?

- Su cultura (su país)      \_\_\_
- Agencias de Viajes      \_\_\_
- Las empresas locales      \_\_\_
- No hay ganadores      \_\_\_

4 ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen de un producto multimedia turístico?

- ( ) Facilidad de uso
- ( ) Diseño
- ( ) Animaciones (efectos)
- ( ) Caja de presentación

***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

Otro (Por favor especifique): \_\_\_\_\_

5 ¿Dónde le gustaría poder adquirir este producto?

( ) Tienda especializada

( ) Salida de Avión

( ) Puntos Turísticos

( ) Hotel

Otro (Por favor especifique): \_\_\_\_\_

6 Por favor, díganos cuál o cuáles son sus razones por las que no le puede atraer el producto

( ) Aburrido

( ) Complicado

( ) Es innecesario

Otro (Por favor especifique): \_\_\_\_\_

7 ¿Te daría algún beneficio el uso de este producto?

SI ( ) NO ( )

¿Cuál? \_\_\_\_\_

## **4.2 FORMULARIO DE ENTREVISTA**

1) Según su punto de vista, ¿Por qué se desarrolló del diseño multimedia?

2) ¿Qué piensa Ud. de la creciente tendencia a utilizar una herramienta Multimedia?

3) ¿Cómo se “engancha” la gente?

4) Si cada vez fueran más las empresas que participan en el espacio multimedia



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

para mejorar su imagen o incluso para incorporar otra herramienta de marketing ¿De qué modo sería adaptado el Espacio Multimedia a las necesidades que

demanda el sector: carreras universitarias, empresas, sociedad?

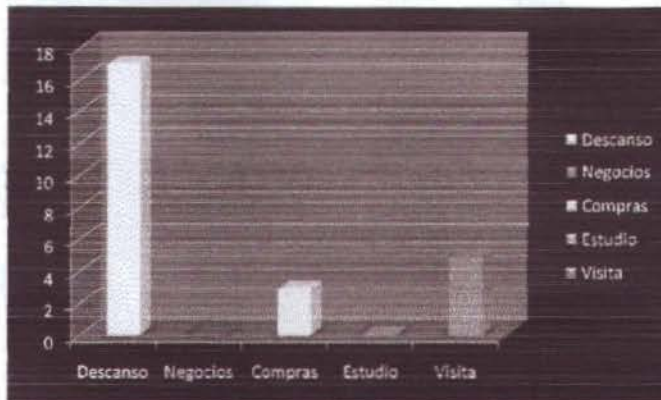
5) ¿Qué necesita el Ecuador para incursionar en el área multimedia?

6) Si finalmente se hace efectiva la utilización del diseño multimedia, ¿de qué manera van a beneficiar a las personas que invierten?

## 5. EXPLORACIÓN DE DIAGNÓSTICO

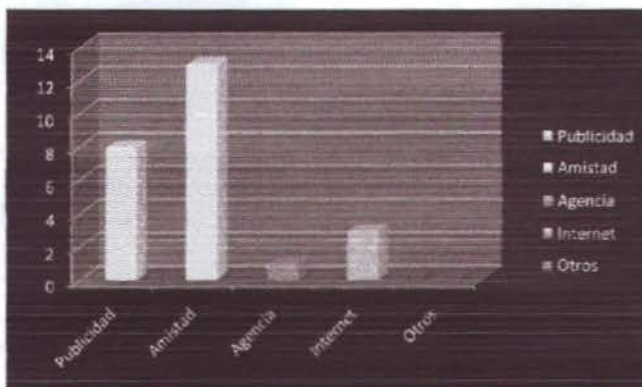
### 5.1 ENCUESTA

1) Enumere los motivos principales de su visita.



Comentario: Mediante esta pregunta nos damos cuenta del interés que tiene la persona por conocer la ciudad y así estudiamos sus razones, para desarrollar el proyecto, culminando con la recepción del usuario final.

2) ¿Cómo se enteró de la ciudad?

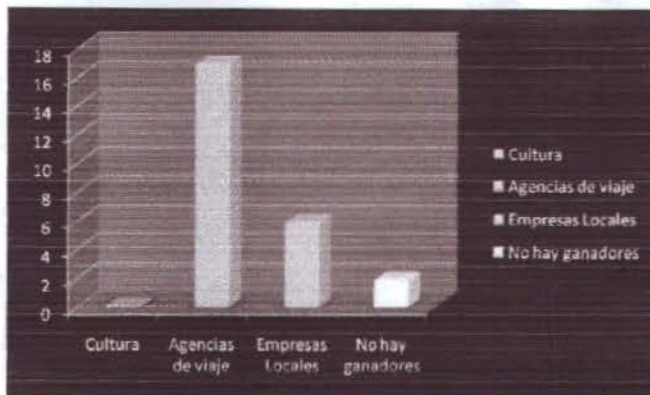


Comentario: El tema que vamos abordar para dar conocimiento a las personas, sobre las nuevas tendencias tecnológicas, es sobre el turismo en nuestro país. Transmitirá los conocimientos necesarios como nuevo campo de producción.



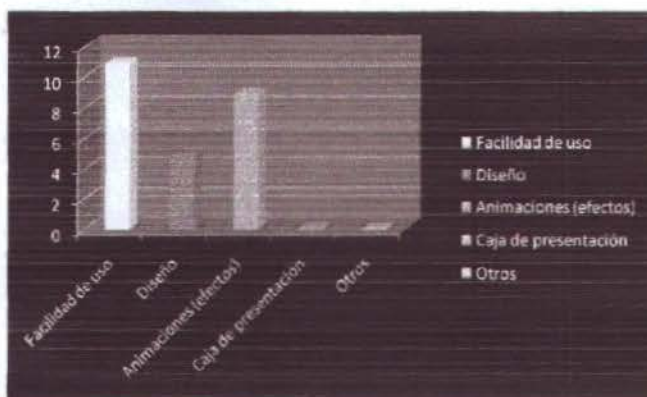
**“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.**

**3) ¿Quién es el que más gana a causa del turismo?**



- Comentario: En el proyecto multimedia se desarrollan varias áreas entre ellas cultura, información servicios, etc. Con esta pregunta queremos transmitir que las nuevas tendencias tecnológicas pueden ser suficientes para el desarrollo de servicios.

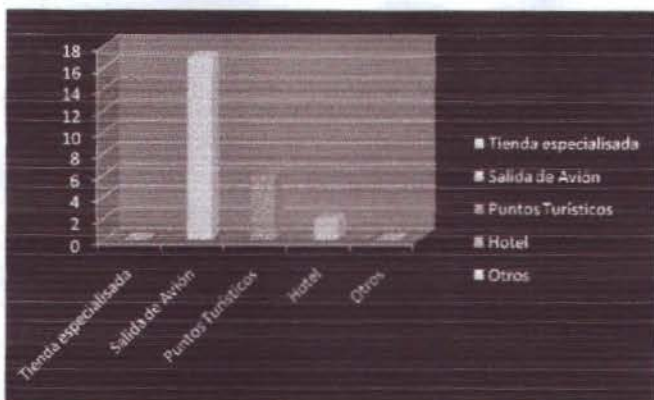
**4) ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen de un producto multimedia turístico?**



Comentario: Realizar un estudio sobre el producto que vamos a ofrecer es muy importante, saber lo que al usuario le impacta.

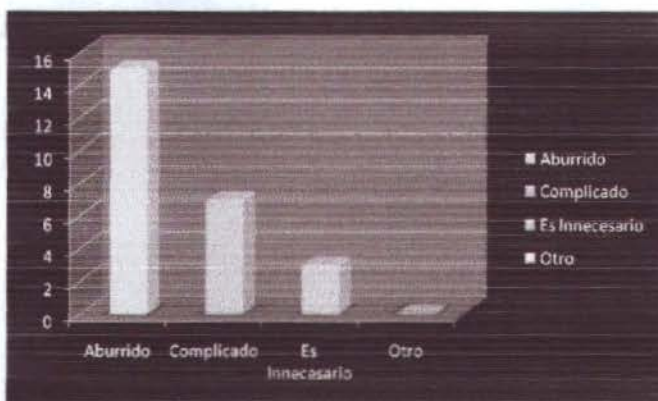
**5) ¿Dónde le gustaría poder adquirir este producto?**

**"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".**



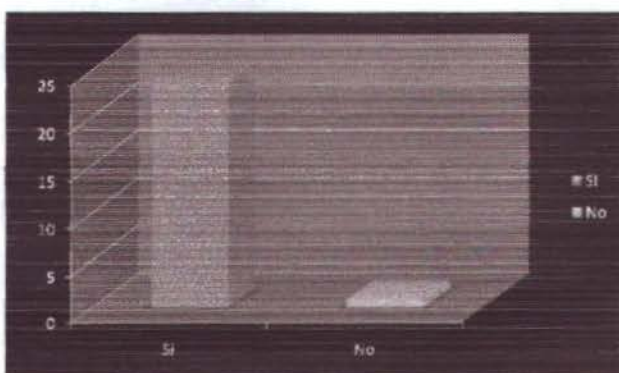
Comentario: Según el tema, saber donde localizarnos para la efectividad de su adquisición.

**6) Por favor, díganos cuál o cuáles son sus razones por las que no le puede atraer el producto.**



Comentario: Con esta pregunta queremos captar, los posibles motivos para que el proyecto no sea aceptado por el consumidor final.

**7) ¿Te daría algún beneficio el uso de este producto?**



Comentario: Con esta pregunta nos damos cuenta si es necesario o no el proyecto que vamos a realizar y así obtener ganancias a futuro.



## **5.2 ENTREVISTA**

Ing. Alfredo Torres

Publicista - Director [www.farras.com](http://www.farras.com) - Ecuador

099409366

[alfredo@farras.com](mailto:alfredo@farras.com)

**1) Según su punto de vista, ¿Por qué se desarrolló del diseño multimedia?**

Porque se da la necesidad de un medio atractivo, por la facilidad que presta los programas y la cantidad de recursos a la mano que se tiene, para lograr los trabajos en excelente calidad, esto ayudo mucho incluso a los que no tienen mucha destreza en sus manos para dibujar y pintar.

**Comentario:** Concluimos que el diseño multimedia tiene su origen mediante una necesidad, para atraer la atención del consumidor final.

**2) ¿Qué piensa Ud. de la creciente tendencia a utilizar una herramienta multimedia?**

Es lógico es una herramienta de trabajo para los diseñadores que otorga varios beneficios y el Ecuador debe incursionar ahora, antes que siga avanzando.

**Comentario:** Concluimos que la herramienta multimedia, cada día que evoluciona se hace más necesario, gracias a ella se puede ahorrar tiempo de producción.

**3) ¿Cómo se "engancha" la gente?**

Utilizando los medios de comunicación adecuados para dar a conocer el Producto o Servicio, que sea atractivo desde su inicio interactuando cada momento.

**Comentario:** Concluimos que nuestro CD Multimedia es un medio de comunicación, para dar a conocer la tecnología multimedia, mostrando que el

*“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.*

uso de la trivía es una manera más animada de promocionar el producto porque el usuario interactuar.

**4) Si cada vez fueran más las empresas que participan en el espacio multimedia para mejorar su imagen o incluso para incorporar otra herramienta de marketing ¿De qué modo sería adaptado el Espacio Multimedia a las necesidades que demanda el sector: carreras universitarias, empresas, sociedad?**

Considero que recién en Ecuador se está comenzando a explotar pero muchas cosas no se pueden realizar especialmente cuando el diseño requiere de combinarlo con programación

**Comentario:** Concluimos lo que anteriormente expresábamos, en Ecuador recién está conociendo las nuevas tendencias en base al diseño multimedia, tiene falencias y cuanto antes es necesaria utilizarla.

**5) ¿Qué necesita el Ecuador para incursionar en el área multimedia?**

Que las Universidades verdaderamente preparen programadores descomplicados, creativos y la Banca Ecuatoriana asuma el desafío de ser competitivos en el mundo que vean que el dinero está por fuera y hay que traerlo para que los diseñadores Ecuatorianos talentosos puedan desarrollar su inagotable creatividad.

**Comentario:** Ecuador necesita que confíen más en los talentos nacionales, si el desarrollo multimedia tiene su origen en el exterior, los diseñadores ecuatorianos también pueden lograr un buen proyecto para que inviertan en ellos.

**6) Si finalmente se hace efectiva la utilización del diseño multimedia, ¿de qué manera van a beneficiar a las personas que invierten?**

Podría beneficiar mucho pero lamentablemente el comercio electrónico en Ecuador no se puede dar por la Banca Ecuatoriana no implementa las



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

seguridades adecuadas para poder masificar el comercio electrónico mientras que Perú y Colombia están 10 años adelantados es una vergüenza.

**Comentario:** Mediante ejemplo y evolución de otros países, en el Ecuador la gente se está dando cuenta que nos estamos atrasando con la tecnología multimedia y buscan medios para conocerla.

Ing. Adrian Burgos  
Director Agencia Creadigns  
094850244  
monsimonli@hotmail.com

**1) Según su punto de vista, ¿Por qué se desarrolló del diseño multimedia?**

Por la petición que expresan las empresas, para ser más llamativos sus productos, mediante la animaciones en los comerciales de tv y creando tus propias ideas.

**Comentario:** Nos damos cuenta como en la entrevista anterior que el diseño multimedia va surgiendo de una necesidad.

**2) ¿Qué piensa Ud. de la creciente tendencia a utilizar una herramienta multimedia?**

La gente ya no le cree y tampoco pasa todo el tiempo frente a un tv y prefiere enterarse por sus propios medios que es mejor y saber elegir, es como cuando vas a comprar un par de zapatos y te los quieres probar quieres moverlo de pies a cabeza y a lo mejor ver todos los colores, pues bien en una tienda eso no es permitido pero en un site tu puedes quedarte horas y ver todos los zapatos que quieras.

**Comentario:** Mediante nuestro proyecto la persona puede ver y analizar lo que ofrecemos las veces que quiera.

**3) ¿Cómo se “engancha” la gente?**

Entreteniéndola

*"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".*

**Comentario:** un Cd Interactivo permite interactuar al cliente final mediante la trivía y repetir cada vez que lo quiera ver.

**4) Si cada vez fueran más las empresas que participan en el espacio multimedia para mejorar su imagen o incluso para incorporar otra herramienta de marketing ¿De qué modo sería adaptado el Espacio Multimedia a las necesidades que demanda el sector: carreras universitarias, empresas, sociedad?**

En las carreras universitarias percibo una ignorancia al 80% de los métodos que se usan, las empresas y los medios siguen pensando en métodos cavernícolas para comunicar la sociedad se adaptó al juzgar por su propio método y lo hace por internet y herramientas multimedia.

**Comentario:** Si queremos adoptar ese espacio debemos demostrar confianza, al momento de mostrar el producto, demostrar q el producto es apto para un desarrollo.

**5) Si finalmente se hace efectiva la utilización del diseño multimedia, ¿de qué manera van a beneficiar a las personas que invierten?**

En que sus clientes sabrán que pensaron en ellos, ya que el beneficio es mucho más allá de ofrecerles el producto

**Comentario:** Lo que se demuestra es la importancia del cliente, y la facilidad que tiene para interactuar.

**6) ¿Qué necesita el Ecuador para incursionar en el área multimedia?**

Universidades de verdad y que la prensa y productoras inviertan en gente ecuatoriana no en argentinos y chilenos que nos vienen americanizar. Es posible que muchos busquen en las universidades y es ahí donde está el problema!!!

**Comentario:** Apostar a nuestros diseñadores, confiar en ellos.



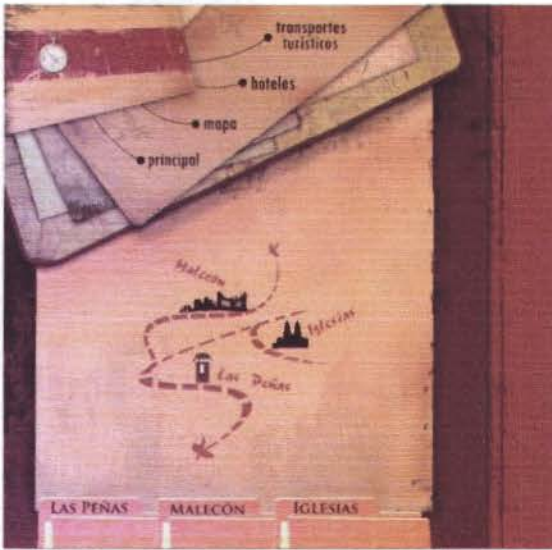
*"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".*

## 6. PROPUESTA DE CD INTERACTIVO

### 6.1 PARTE DE LA INTRODUCCIÓN - PORTADA



Consta con los colores representativos en todo el proyecto.



La primera parte está compuesta:

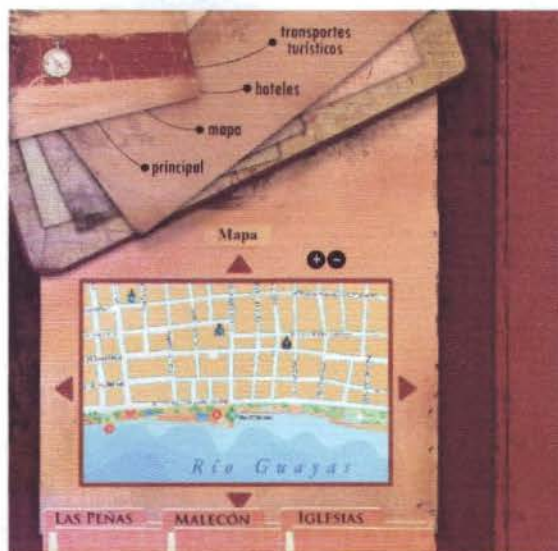
El usuario al introducir el CD Interactivo se ejecuta automáticamente, le muestra el menú principal o bienvenida, con una muestra del Guayaquil antiguo de fondo, se encuentra un mapa en el centro, en los que resaltan los puntos turísticos que tomamos por ejemplo en todo el proyecto y al sitio que queremos conocer ingresamos dando clic, para saber información.

Botones superiores del menú principal: Se encuentran en todos los escenarios del producto, en la pantalla principal lo encontramos adornados con diseños

***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

ornamentales, al pasar el mouse para escoger la sección, realiza una animación indicando que la está eligiendo.

### Sección Mapa



En esta sección como todos los botones principales, guarda el mismo formato. El turista se puede orientar con respecto a su ubicación dentro de Guayaquil, puede interactuar moviendo el mapa con las flechas que se encuentran a los lados, hacia la derecha o izquierda o las que se encuentran en la parte superior para poder moverse de arriba para abajo, dependiendo hacia donde quiera ir o conocer, puede realizar un zoom al mapa, conociendo así detalles como los nombres de las calles.

También dentro del mapa, se ofrece información sobre los puntos turísticos que estamos resaltando a lo largo del proyecto, como también información de los hoteles y lugares donde comer.

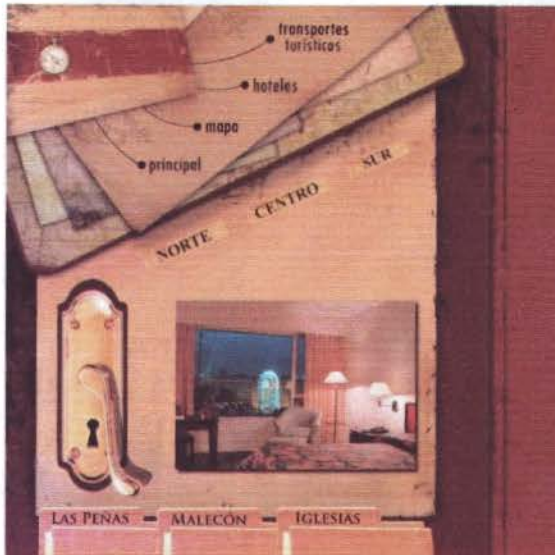
Dando clic en alguno de los lugares que estarán resaltado en el mapa encontraremos una animación flotante que va a proporcionar información del lugar.

En la parte inferior encontramos los botones que nos llevan a los principales centros turísticos que vamos a resaltar.

### Sección Hoteles

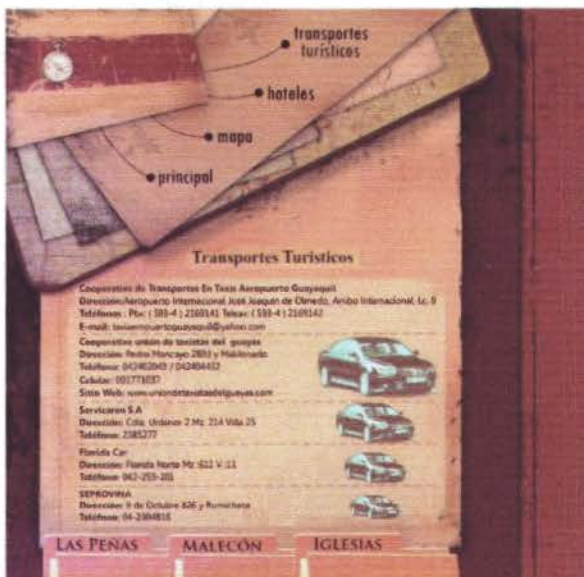


**“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.**



En esta sección el turista va obtener información sobre los servicios de los hoteles principales que existen en la ciudad, mediante fotos puede conocer como está estructurada por dentro y si desea realizar alguna reservación. Esta sección inicia con la chapa dorada de una puerta, en la que está colgada una etiqueta azul de entrar, y automáticamente se abre, mostrando diferentes secciones de ubicación sea: norte, centro o sur. Dando clic en alguna ubicación, se muestra los hoteles cercanos, mostrando la dirección, sus teléfonos, etc.

### Transportes Turísticos



En esta sección el turista puede elegir una cooperativa, para realizar su paseo por toda la ciudad.

**“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.**

Botones Puntos Turísticos: cada uno conforma un escenario diferente y se presenta en todos los escenarios del producto.

## **6.2 PARTE DESARROLLO (PUNTO TURÍSTICO)**

El escenario al que accede el usuario será distinto al otro están compuestos:

### **1. Sección Barrio Las Peñas:**



En esta sección “LAS PEÑAS” inicia con una introducción de bienvenida, mostrando en la parte superior e inferior del cuadro centrado, unas fotos animadas del lugar.

En la parte superior encontramos una breve descripción del lugar al que decidió entrar.

Al lado derecho con botones en formas de tablas encontramos las diferentes opciones que podemos encontrar dentro de “LAS PEÑAS”.

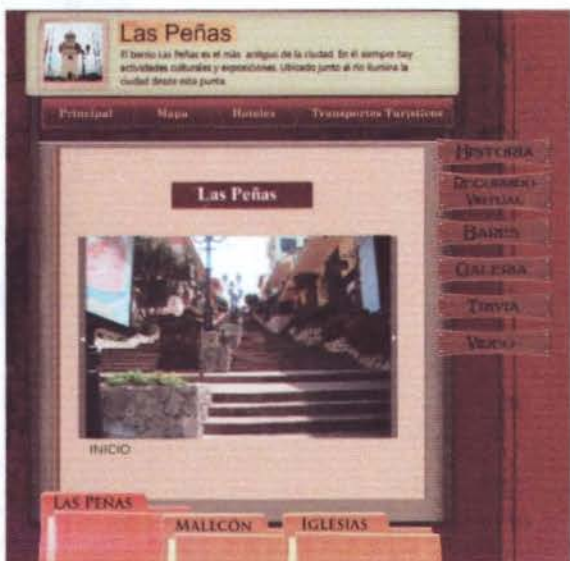
- 1.1 Opción de “Historia”. El usuario dentro del mismo encontrará los sucesos más trascendentales del lugar, su evolución y su actualidad. El usuario va leyendo mientras con un clic hacia los lados va avanzando, o con los botones de que encuentran debajo ir a una página específica sin estar pasando por todas nuevamente.



**“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.**



1.2 Opción “Recorrido Virtual”. El usuario con un clic, en los puntos sensibles puede recorrer el lugar, simulando que está avanzando hasta llegar al Faro que en este caso sería el punto final.

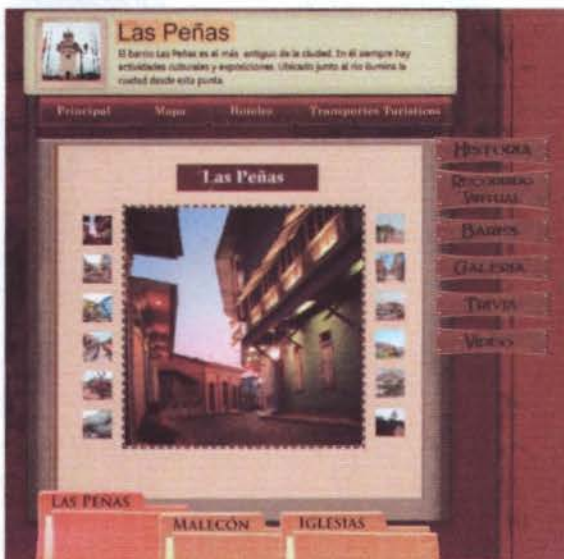


1.3 Opción “Bares”. El usuario podrá poseer información de diferentes lugares típicos que se encuentra en el Barrio Las Peñas, como números para reservación, el servicio que brinda cada lugar y su horario de atención.

**“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.**



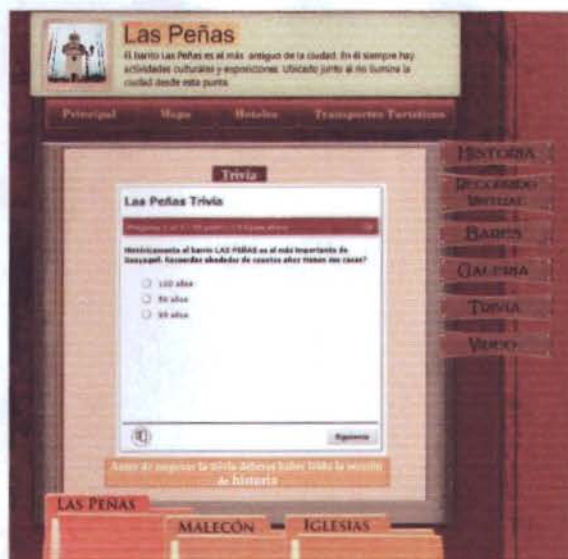
1.4 Opción “Galería”. El usuario podrá ver y así despertar el interés por visitar el lugar. Las fotos se encuentran a los lados y en la parte central va cambiando por la foto seleccionada previamente.



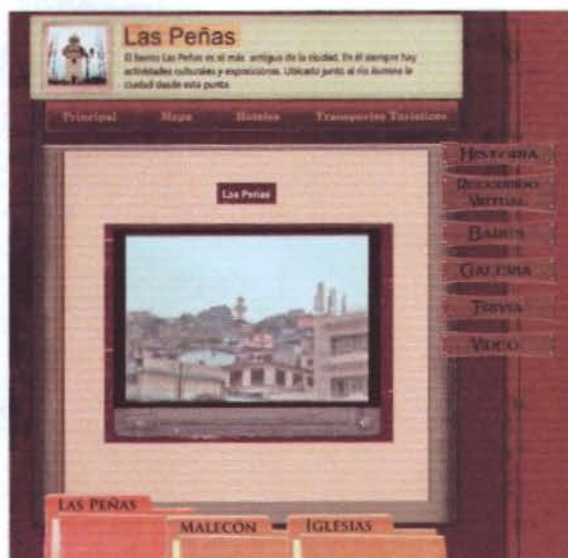
1.5 Opción “Trivia”. El usuario encontrará un juego, generalmente con modalidad de concurso que consiste en la formulación de preguntas respecto a la Historia del Punto Turístico, sobre la historia previamente leída.



**“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.**



1.6 Opción “Video”. El usuario podrá apreciar el lugar que quiere conocer.

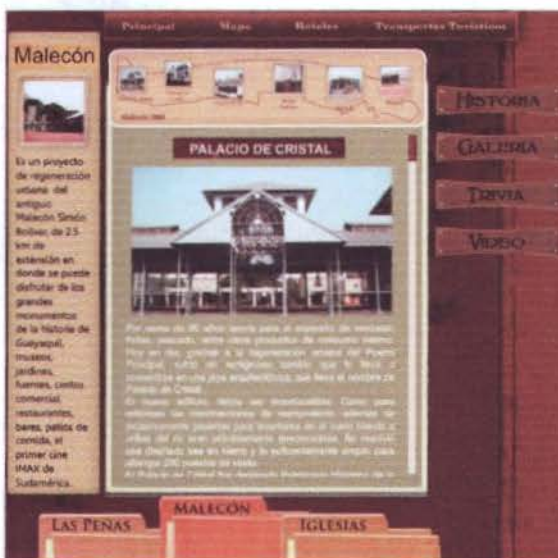


**“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.**

**2. Sección Malecón 2000**



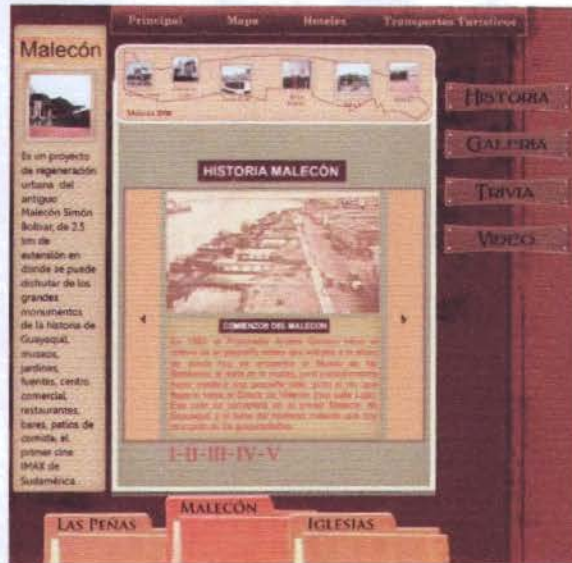
En esta sección encontramos una breve descripción del lugar elegido, del lado izquierdo, en la parte superior encontramos puntos de interés más reconocidos dentro del lugar, graficado con un pequeño mapa y resaltando los lugares, al dar clic entramos al sitio, con un diferente estilo del formato del texto.



2.1 Opción de “Historia”. El usuario dentro del mismo encontrará los sucesos más trascendentales del lugar, su evolución y su actualidad. El usuario va leyendo mientras con un clic hacia los lados va avanzando, o con los botones de que encuentran debajo ir a una página específica sin estar pasando por todas nuevamente.



**“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.**



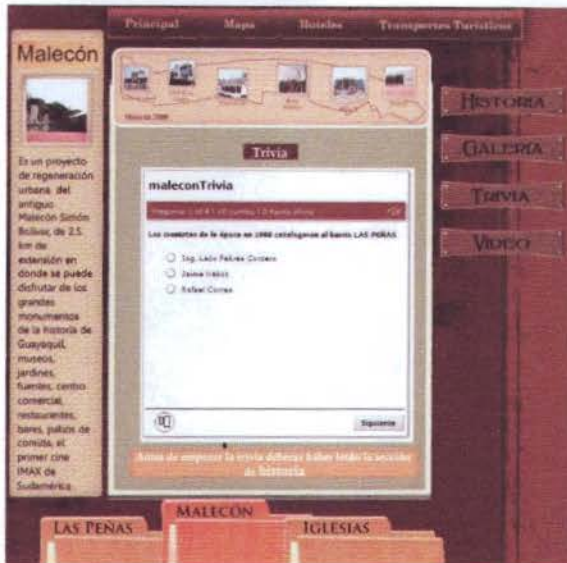
2.2 Opción “Galería”. El usuario podrá ver las diferentes áreas del punto turístico, y como se indico se encuentran a los lados y va cambiando la foto del centro.



2.3 Opción “Video”. El usuario podrá apreciar el lugar que quiere conocer.

2.4 Opción “Trivia”. El usuario encontrará un juego, generalmente con modalidad de concurso que consiste en la formulación de preguntas respecto a la Historia del Punto Turístico.

**“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.**



### 3. Sección “Principales Iglesias en Guayaquil”

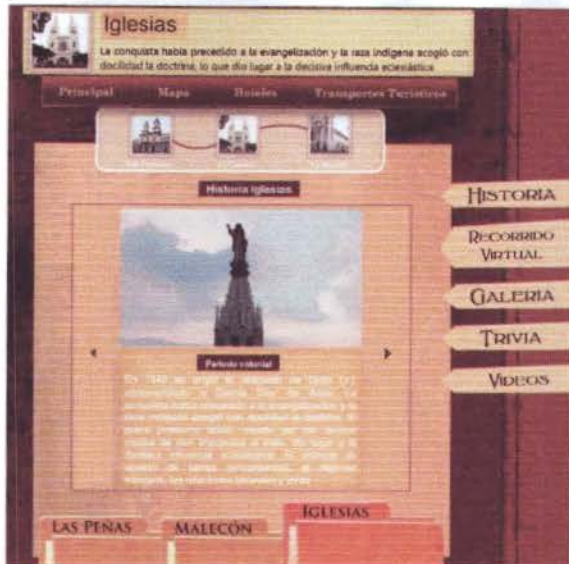


En esta sección encontramos la historia de las Iglesias en Guayaquil, destacando como principales, tres de ellas que se encuentran en la parte superior.

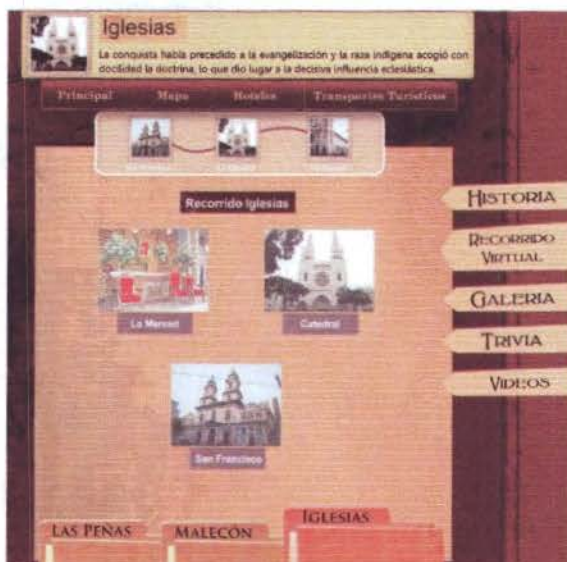
3.1 Opción de “Historia”. El usuario dentro del mismo encontrará los sucesos más trascendentales del lugar, su evolución y su actualidad. El usuario va leyendo mientras con un clic va avanzando.



**“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.**

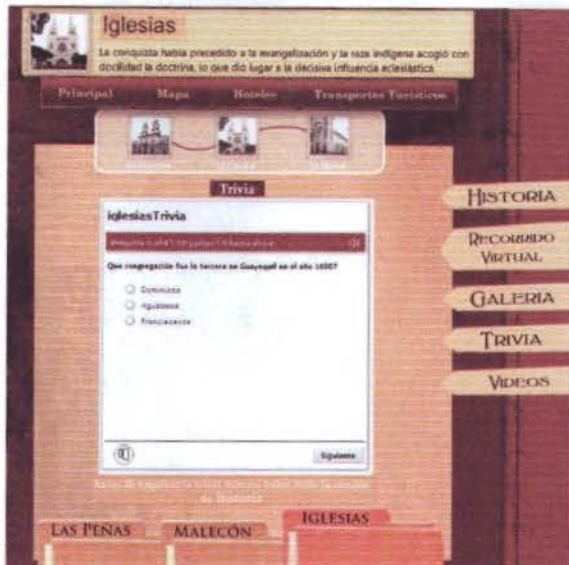


3.2 Opción “Recorrido Virtual”. El usuario con un clic, en los puntos sensibles puede recorrer el lugar, simulando que está avanzando hasta llegar al lugar que desee, sea lado derecho o izquierdo. Aquí se encuentran las tres iglesias principales para realizar el recorrido.

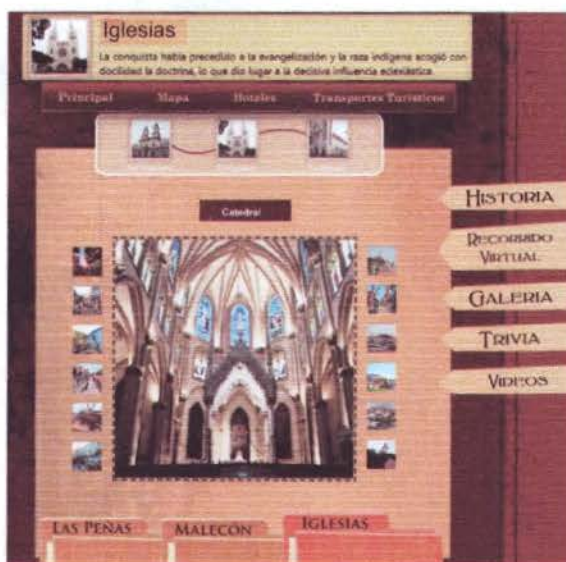


3.3 Opción “Trivia”. El usuario encontrará un juego, generalmente con modalidad de concurso que consiste en la formulación de preguntas respecto a la Historia del Punto Turístico. En este caso se encuentran tres trivias dentro de cada iglesia

**“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.**



3.4 Opción “Galería”. El usuario podrá ver las diferentes áreas del punto turístico.



#### Almacenamiento de Datos

Guayaquil se proyecta como una ciudad potencialmente turística, tanto a nivel nacional como internacional. El turismo podría ser la principal fuente de ingresos del cantón, para ello se hace necesario el conocimiento de la evolución que ha tenido este movimiento.

Al momento que el usuario comienza a emplear el programa, el producto va a generar, por medio de los clics que realice el usuario, la información con respecto a:



***“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un “CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.***

- Donde ingresa primero.
- Porque lugar indicado en el proyecto, está más interesado o alguna parte dentro de la sección.

Determinando así las secciones o lugares turísticos favoritos del usuario.

Los cuales se almacenan en una base de datos interna del producto, reportando así todos los eventos que ocurren, así con esta información se generan datos estadísticos, para conocer la demanda turística ya que con ello se pueden realizar estudios y proyectos para desarrollar. Esta información permite crear un perfil del turista nacional e internacional.

Ayudando a conocer las tendencias en el comportamiento de la demanda.

Conocidas estas características, el turismo en la ciudad se irá desarrollando y supliendo las necesidades de los visitantes, causando su satisfacción e incremento de los mismos año a año.

Las herramientas de Soporte a utilizar son:

1. Photoshop - Illustrator: Parte Grafica
2. Flash - Action Script 2.0 (lenguaje d programación) para la aplicación  
Software son las últimas versiones.

La información que contiene siempre aparecerá con la misma calidad a lo largo del tiempo.

Por otra parte, mencionamos los recursos utilizados tanto, tecnológicos y materiales; metodología que se utilizo para el desarrollo del proyecto, describiendo el proceso de la producción de la obra multimedia y los resultados esperados a la finalización del mismo.

**“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un  
“CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.**

### 6.3 PRESUPUESTO

<b>Local</b>	
Permisos para Grabar	0
<b>Equipos de Producción</b>	
Cámara por día	80
Luces por día	40
<b>Equipamiento de la Oficina</b>	
Capturas de fotos para editar y usar en galerías y recorridos virtuales	300
Capturas de videos para edición	400
Vectorización de mapa para indicar los puntos turísticos	90
trivias programadas	250
Introducción de cada sección	150
Diseño, ilustración y animaciones del proyecto	500
<b>Vehículos</b>	
Vehículo por día	100
<b>Asesores</b>	
Abogado	100
Contador	100
<b>Marketing</b>	
Papel con membrete, discos	100
Publicidad radio, dos veces por día	150
Recepción de apertura / lanzamiento	400
<b>Otros Gastos</b>	
Recopilación de información de bibliotecas y centros de información	90
Personal	800
<b>Total Costos</b>	<b>\$3650</b>

En un negocio exitoso los costos y precios al menudeo se establecen con el objetivo de cubrir la totalidad de los costos más algún margen de ganancia.

Cálculo de precio de ganancia:

Técnicas para el establecimiento de Precios

El margen de ganancia sobre el costo se calcula añadiendo un porcentaje del costo al costo de los bienes (envío de mercancía).

El “%” de incremento debe cubrir todos los costos de operación del negocio (Sueldos, renta, publicidad, etc.) y dejar algún margen de ganancia. Por



***"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un "CD Interactivo" para el manejo de indicadores".***

ejemplo, del CD INTERACTIVO se calcula un % de sueldos, % de publicidad y % de ganancia o utilidad.

Un negocio tiene la opción de utilizar un porcentaje de incremento estándar en todos los productos, o puede establecer diferentes incrementos para diferentes tipos de productos. Un problema con el incremento estándar en todos los productos multimedia es que no reconoce que existen diferencias significativas en el costo de diferentes productos. Si el producto A tiene un costo más elevado de publicidad o venta que el producto B, un incremento porcentual estándar podría producir una pérdida en el producto A y una ganancia arriba del promedio en el producto B.

Es importante mantener un porcentaje de incremento promedio para obtener las ganancias. También se debe tener en cuenta que debe permitirse una rebaja en los precios. De esta manera se debe establecer un incremento porcentual inicial, el cual se convierte en el incremento promedio. El incremento inicial se calcula a continuación:

% incremento inicial =  $\frac{\text{costos de operación} + \text{ganancia esperada}}{\text{ventas netas}}$

Una vez que se ha establecido el incremento promedio, se puede determinar el punto de equilibrio. Existen varias formas de calcular el punto de equilibrio.  $\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Gastos de operación}}{\text{Porcentaje de incremento}}$   
El punto de equilibrio se calcula de la misma manera tanto para una empresa deservicios como para una empresa productora. Sin embargo muchos empresarios prefieren calcular puntos de equilibrio individuales para cada producto o servicio, de esta manera pueden decidir cuales productos promover y cuales discontinuar.

## **6.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS**

El Cd Interactivo de Multimedia, como se ha demostrado anteriormente, es un medio de comunicar al inversionista, la recepción del usuario final y así emplear como una herramienta de trabajo (ver capítulo hipótesis).

El Turismo en Guayaquil tiene muchos errores e insuficiencias a la información, por falta de interés en promocionar nuestra hermosa ciudad o no saber los medios para exponerla al mundo. La inversión en la tecnología, nos trae ganancias y la efectiva transmisión de conocimientos como nuevo campo de producción.

Este Proyecto multimedia, aportará la posibilidad de interacción, una comunicación que mejorara el comportamiento del consumidor final. Y así descubrirán más personas lo que ofrece la Perla del Pacífico.

Estamos seguros que este tipo de material Multimedia se convertirá en una estrategia ó elemento más en los negocios; así como también en otros campos, como el académico, personal, etc.



**“Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un  
“CD Interactivo” para el manejo de indicadores”.**

## **Bibliografía**

Martha Ordóñez (Abril, 2001) *El turismo en la economía ecuatoriana: la situación laboral desde una perspectiva de género.*

[http://turismo-sostenible.rds.hn/document/turismo\\_ecuatoriano.pdf](http://turismo-sostenible.rds.hn/document/turismo_ecuatoriano.pdf)  
(15, Enero. 2010)

Agustin Gongora (2000). *Historia de la fotografía.*

<http://www.foto3.es/web/historia/historia.htm> (21, Enero. 2010)

René Martínez Zarandona(2003), *Historia del video.*

[http://sepiensa.org.mx/contenidos/2005/d\\_video/historia/historia.html](http://sepiensa.org.mx/contenidos/2005/d_video/historia/historia.html)

(25. Enero, 2010)

[http://www.sapiens.com/CASTELLANO/articulos.nsf/Educadores/Video\\_educativo: el](http://www.sapiens.com/CASTELLANO/articulos.nsf/Educadores/Video_educativo:_el_emento_inherente_de_tendencias_globales/BE13E849D369505A41256AED00457929)

[emento inherente de tendencias globales/BE13E849D369505A41256AED00457929](http://www.sapiens.com/CASTELLANO/articulos.nsf/Educadores/Video_educativo:_el_emento_inherente_de_tendencias_globales/BE13E849D369505A41256AED00457929)

[lopendocument](http://www.sapiens.com/CASTELLANO/articulos.nsf/Educadores/Video_educativo:_el_emento_inherente_de_tendencias_globales/BE13E849D369505A41256AED00457929)  
(28. Enero. 2010)

**Monografías, Multimedia y CD-ROM**

<http://www.monografias.com/trabajos/multimedaiaycd/multimedaiaycd.shtml>

(11, Febrero. 2010)

**Wikipedia. Programas de Adobe System**

[http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe\\_Systems\\_Incorporated](http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Systems_Incorporated)

(3, Febrero. 2010)

**Folleto**

**Malecón 2000. Museo Antropologico y de Arte Contemporaneo. Proyecto**

**malecon 2000. (Folleto) Guayaquil. Autor: Banco Central y la Fundacion Malecon 2000**

**Montaje cinematográfico arte de movimiento. Dirección del Movimiento.**

**(Folleto). Guayaquil. Autor: Rafael C. Sánchez**

**Libros**

***"Implementar Puntos Recreativos en Guayaquil, utilizando como herramienta un  
"CD Interactivo" para el manejo de indicadores".***

Meggs, Philip. Juan Wiley e hijos. *Historia del Diseño Gráfico* (3ª Edición).  
México: Editorial Trillas

Dorfikes, Guillo. *Últimas tendencias del arte hoy*. Madrid: Editorial Alianza