



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN CIENCIAS SOCIALES



TESIS

INFLUENCIA DE LOS ALCANCES TECNOLÓGICOS Y TEÓRICOS DEL DISEÑO GRÁFICO EN LA REGIÓN PUNO 2021

PRESENTADA POR:

WALTER APAZA MAMANI

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRO EN ARTE Y EDUCACIÓN ARTÍSTICA

PUNO, PERÚ

2023

NOMBRE DEL TRABAJO

**INFLUENCIA DE LOS ALCANCES TECNO
LÓGICOS Y TEÓRICOS DEL DISEÑO GRÁ
FICO EN LA REGIÓN PUNO 2021**

AUTOR

WALTER APAZA MAMANI

RECUENTO DE PALABRAS

23865 Words

RECUENTO DE CARACTERES

125407 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

108 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

3.4MB

FECHA DE ENTREGA

Oct 22, 2023 3:19 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Oct 22, 2023 3:21 PM GMT-5

● **17% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos:

- 17% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 8% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 12 palabras)



Dr. Walter César Casiana Ponce
ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE
DOCENTE UNA - PUNO



Universidad Nacional del Altiplano
Escuela de Posgrado
COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN
PUNO - PERÚ
C.I.A. 119605



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN CIENCIAS SOCIALES

TESIS

INFLUENCIA DE LOS ALCANCES TECNOLÓGICOS Y TEÓRICOS DEL DISEÑO GRÁFICO EN LA REGIÓN PUNO 2021



PRESENTADA POR:

WALTER APAZA MAMANI

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRO EN ARTE Y EDUCACIÓN ARTÍSTICA

APROBADA POR EL JURADO SIGUIENTE:

PRESIDENTE

Dr. RENZO FAVIANNI VALDIVIA TERRAZAS

PRIMER MIEMBRO

Dr. GEORGE VELAZCO AGRAMONTE

SEGUNDO MIEMBRO

Dr. JULIO CESAR SARDON HUAYAPA

ASESOR DE TESIS

D.Sc. WILBER CESAR CALSINA PONCE

Puno, 24 de marzo de 2023

Área: Educación artística
Tema: Alcances tecnológicos y teóricos del diseño grafico
Línea: Recursos informáticos en la enseñanza del arte



DEDICATORIA

A mis padres Agustín y Victoria por su apoyo incondicional, a mi hija Amy Luzciel por ser motor y motivo, a ellos por ayudarme a alcanzar mis sueños.



AGRADECIMIENTOS

A los Docentes de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional del Altiplano, por haber compartido sus conocimientos a lo largo del desarrollo de la maestría, a los miembros del jurador calificador y de manera especial a mi asesor Dr. Cesar Calsina Ponce por su guía, experiencia y paciencia se desarrolló esta investigación.



ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
ÍNDICE GENERAL	v
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
ÍNDICE DE ANEXOS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	
REVISIÓN DE LITERATURA	
1.1 Marco teórico	2
1.1.1 Diseño gráfico	2
1.1.2 Formación académica en diseño gráfico	4
1.1.3 Proceso de diseño gráfico	6
1.1.4 Software de diseño gráfico	10
1.1.5 Fundamentos del diseño gráfico	14
1.2 Antecedentes	25
CAPÍTULO II	
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
2.1 Identificación del problema	29
2.2 Enunciados del problema	30
2.3 Justificación	30
2.4 Objetivos	31
2.4.1 Objetivo general	31
2.4.2 Objetivos específicos	31
2.5 Hipótesis	32
2.5.1 Hipótesis general	32
2.5.2 Hipótesis específicas	32



CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 Lugar de estudio	33
3.2 Población	33
3.3 Muestra	33
3.4 Método de investigación	33
3.5 Descripción detallada de métodos por objetivos específicos	34

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Identificar el nivel cognitivo de los diseñadores gráficos de la región Puno.	36
4.2 Identificar el proceso gráfico tecnológico que usan los diseñadores de la región Puno.	47
4.3 Determinar el uso de los fundamentos visuales en los afiches publicitarios de los diseñadores de la región Puno.	59
4.4 Discusión de resultados	83
CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES	86
BIBLIOGRAFÍA	87
ANEXOS	92



ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
1. Descripción de la variable analizada	34
2. Descripción detallada de uso de materiales	34
3. Estudios de formación profesional en el área	36
4. Formación profesional realizada:	38
5. Realizas cursos de especialización y actualización.	39
6. Experiencia en diseño gráfico	40
7. Ocupaciones más rentables.	41
8. Realización de tareas colaborativas.	42
9. Nivel de colaboración con otras actividades.	43
10. Participas en la gestión de proyectos de diseño.	44
11. Participas en el desarrollo del proyecto de diseño.	45
12. Realizas tareas de identidad visual corporativa	46
13. Colaboras en las distintas fases del proceso de producción grafica.	47
14. Detección de problemas de ajustes en una pieza grafica.	48
15. Necesidad de dividir el trabajo en diferentes etapas.	49
16. Desarrollo del briefing.	50
17. Aplicación de los principios de percepción visual (Gestalt).	51
18. Importancia de la selección cromática (esquema armónico).	51
19. Aplicación de los fundamentos visuales.	52
20. Utilidad de los principios del diseño.	53
21. Capacidad de manejar todas las herramientas tecnológicas.	54
22. Uso de software especializado.	55
23. Uso de Adobe Photoshop.	56
24. Uso de Adobe Illustrator.	57
25. Uso de Corel Draw.	58
26. Uso de adobe indesign.	59

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
1. Estudios de formación profesional en el área.	37
2. Formación profesional realizada.	38
3. Realizas cursos de especialización y actualización.	39
4. Experiencia en diseño gráfico.	40
5. Ocupaciones más rentables.	41
6. Realización de tareas colaborativas.	42
7. Nivel de colaboración con otras actividades.	43
8. Participas en la gestión de proyectos de diseño.	44
9. Participas en el desarrollo del proyecto de diseño.	45
10. Realización de tareas de identidad visual corporativa.	46
11. Colaboras en las distintas fases del proceso de producción grafica.	47
12. Detección de problemas de ajustes en una pieza grafica.	48
13. Necesidad de dividir el trabajo en diferentes etapas.	49
14. Desarrollo del briefing.	50
15. Aplicación de los principios de percepción visual (Gestalt).	51
16. Importancia de la selección cromática (esquema armónico).	52
17. Aplicación de los fundamentos visuales.	53
18. Utilidad de los principios del diseño.	54
19. Capacidad de manejar todas las herramientas tecnológicas.	55
20. Uso de software especializado.	56
21. Uso de Adobe Photoshop.	57
22. Uso de Adobe Illustrator.	57
23. Uso de Corel Draw.	58
24. Uso de adobe indesing.	59
25. Afiche promocional Virgen de la Candelaria 2017	60
26. Esquema de análisis para la figura 25:	61
27. Afiche promocional para calendarios	63
28. Esquema para el análisis de la figura 27	64
29. Afiche promocional festi folk 2022 – Puno.	66
30. Esquema para el análisis de la figura 29.	67
31. Portada de los carpeteros del carnaval del distrito de San Miguel.	69



32.	Esquema para el análisis de la figura 31.	70
33.	Afiche promocional de la feria del libro y la lectura.	72
34.	Esquema para el análisis de la figura 33.	73
35.	Tapa del portafolio de estudiante.	75
36.	Esquema para el análisis de la figura 35.	76
37.	Diseño de tarjeta de invitación.	78
38.	Esquema para el análisis de la figura 37.	78
39.	Portada del políptico de aniversario del distrito de Juliaca.	80
40.	Esquema para el análisis de la figura 39.	81



ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
1. Cuestionario	92
2. Ficha de análisis	95
3. Declaración jurada de autenticidad de tesis	96
4. Autorización para el depósito de tesis	97



RESUMEN

La situación actual del diseño gráfico en la región Puno no es clara y precisa, sobre todo en lo que se refiere a la formación académica de los diseñadores y el uso teórico en sus creaciones gráficas. Se plantea como objetivo analizar la influencia de los alcances tecnológicos y teóricos del diseño gráfico, identificar el nivel cognitivo y el proceso gráfico tecnológico que usan los diseñadores de la región Puno, analizar el uso de los fundamentos visuales en sus diseños. El problema de investigación refiere: ¿De qué manera la formación académica y tecnológica determina el nivel de los diseñadores gráficos de la región Puno?, la hipótesis planteada: Los alcances tecnológicos y teóricos influyen adecuadamente en el diseño gráfico de la región Puno. En cuanto al método empleado en el presente proyecto, se advierte que es una investigación de enfoque cuantitativo, debido a la aplicación de instrumentos como test, encuestas, para la recolección y análisis de los datos estadísticos, de los dos primeros objetivos específicos. En los resultados destacan la actual condición formativa y cognitiva de los diseñadores, encontrándose un nivel idóneo, así como el proceso grafico tecnológico es adecuado, el uso acertado de los fundamentos visuales en la creación grafica de afiches publicitarios. Concluyendo que existe una influencia adecuada de los alcances tecnológicos y teóricos en el diseño gráfico en la región Puno.

Palabras clave: Análisis gráfico, diseño gráfico, fundamentos visuales, proceso gráfico y software gráfico.



ABSTRACT

At present, graphic design in the Puno region is not clear and precise, especially concerning the academic formation of designers and the theoretical use of their graphic creations. The purpose is to analyze the influence of the technological and theoretical scopes of graphic design, to identify the cognitive level and the technological graphic process used by designers in the Puno region, and to analyze the use of visual fundamentals in their designs. The research problem refers to: In what way does the academic and technological formation determine the level of graphic designers in the Puno region, the hypothesis: The technological and theoretical scopes adequately influence graphic design in the Puno region. As for the method used in this project, it is noted that it is a quantitative approach research, due to the application of instruments such as tests, and surveys, for the collection and analysis of statistical data, for the first two specific purposes. The results highlight the current formative and cognitive condition of the designers, finding a suitable level, as well as the adequate technological graphic process, and the correct use of visual fundamentals in the graphic creation of advertising posters. In conclusion that there is an adequate influence of the technological and theoretical scopes in graphic design in the Puno region.

Keywords: Graphic analysis, graphic design, graphic process, graphic software, and visual foundations.

INTRODUCCIÓN

La investigación surge de la necesidad por conocer la situación actual en referencia a los alcances teóricos y tecnológicos de los diseñadores de la región Puno, debido a la oferta formativa en el área de diferentes instituciones, desde cursos de capacitación, carrera técnica y afines. El acceso a la información y los avances tecnológicos implican un continuo proceso de adaptación. Se plantea analizar la influencia de los alcances tecnológicos y teóricos en los diseñadores gráficos de la región Puno, para el que se planteó un enfoque cuantitativo, descriptivo de nivel complejo.

La estructura del informe fue realizada según el esquema planteado por la escuela de posgrado de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, el cual está dividida en capítulos: En el capítulo I se detalla la revisión de literatura, el marco teórico que busca elementos para el sustento que orienta la investigación, y los antecedentes considerando el ámbito de estudio nacional e internacional.

En el capítulo II, se desarrolló el planteamiento del problema de investigación, se identifica y formula el problema de investigación, el objetivo general y los específicos, y por último se ubica la hipótesis general y las específicas, que están fundamentadas en el marco teórico.

En el capítulo III, se plantea los materiales y métodos, el tipo de investigación, población y muestra; las técnicas, instrumentos y el procesamiento de la información, descripción de los métodos por objetivos específicos.

En el capítulo IV, se detalla y expone los resultados y discusión, considerando su presentación en función a los objetivos planteados en la presente investigación. Finalmente se presenta las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y los anexos respectivos.

CAPÍTULO I REVISIÓN DE LITERATURA

1.1 Marco teórico

1.1.1 Diseño gráfico

1.1.1.1 Consideraciones iniciales acerca del diseño gráfico

El diseño gráfico es una disciplina relativamente reciente, centrado en la imagen y su gestión su referente base. No tenemos que ir a un museo o una galería de arte para poder apreciarlo. Nos rodea por todas partes (Landa, 2011, p.31). Los productos de diseño gráfico equipan nuestra vida cotidiana. Periódicos, boletos, libros, señales, afiches... la lista es interminable (Frascara, 2000, p. 9). A pesar de ser una actividad que juega un papel fundamental en la comunicación visual, el diseño gráfico es frecuentemente mal entendido, muchas veces incluso hasta por los mismos diseñadores (Frascara, 2000, p.10)

Todo acto comunicativo que recibimos hoy tiene algo que ver con el diseño, siempre percibimos estímulos visuales que afectan e influyen en la toma de decisiones cotidianas, además el diseño gráfico es el responsable de manifestar de forma visual todo tipo de información. En una sociedad de consumo como la nuestra, donde la diferenciación es tan importante, el diseño gráfico ha tomado más protagonismo, convirtiéndose en el arte más dinámico y universal (López, 2014, p.25).

1.1.1.2 Hacia una concepción del diseño gráfico

Definir el diseño puede resultar una tarea compleja, pero al igual que el arte considero que: el diseñar es un acto humano fundamental: diseñamos toda vez que hacemos algo por una razón definida. Ello significa que casi todas nuestras actividades tienen algo de diseño: presentar un plato o pintar un cuadro (Scott, 1982, p.29).

El diseño gráfico se convierte en un medio de expresión visual empleado para transmitir un mensaje o datos a una audiencia; se configura como una representación visual de una concepción desarrollada en la generación, elección y disposición de elementos visuales (Landa, 2011, p.20).

Según la AIGA (American Institute of Graphic Arts), la principal agrupación profesional de diseñadores gráficos establecida en 1914, el diseño gráfico se erige como un proceso creativo que fusiona el arte con la tecnología con el propósito de comunicar conceptos. La palabra diseñar proviene del latín *designare*, que significa designar, destinar algo para un fin determinado. El diseño es el proceso cuya finalidad es la resolución de los problemas planteados en función de alguna necesidad, por lo tanto, para que exista diseño tiene que existir previamente una necesidad, un fin determinado. En el caso del diseño gráfico, los problemas a solucionar son problemas de comunicación visual y el profesional encargado de dar solución a dichos problemas es el diseñador gráfico, que, según la Icoграда, también podría denominarse diseñador de comunicación (López, 2014, p.31).

También resulta interesante plantear su definición a partir de la finalidad del diseño gráfico que radica en cumplir con la necesidad de comunicación, además se entiende como cualquier forma de creación que logra satisfacer su propósito (Rafols & Colomer, 2006, p.14).

1.1.1.3 Perfil profesional del diseñador gráfico

Por otro lado, esta función que cumple el diseñador gráfico podría confundirse con la labor del artista, la función principal no está delimitado por el aspecto esencial de la profesión que es el de crear formas únicamente, más bien entendiéndose como una labor funcional y racionalista, por lo general el trabajo del diseñador debe estar desposeído de rasgos personales que se impongan entre el público y el mensaje (Droste, 2006, p.30).

El diseñador gráfico trabaja en la interpretación. el ordenamiento y la presentación visual de mensajes. Su sensibilidad para la forma debe ser paralela a su sensibilidad para el contenido (Peña, 2019, p.21).

Joan Costa (2003), afirma que el diseñador considera esencial la visibilidad de objetos, la relación entre el hecho fisiológico y mecánico, Diseñar para los ojos es diseñar para el cerebro (p.25).

Según Frascara (2000) se requiere del diseñador conocimiento íntimo de las siguientes áreas:

- Lenguaje visual
- Comunicación
- Percepción visual
- Administración de recursos económicos y humanos
- Tecnología
- Medios
- Técnicas de evaluación

1.1.2 Formación académica en diseño gráfico

1.1.2.1 Bauhaus primera formación académica

En el establecimiento de la disciplina académica del diseño gráfico, la Bauhaus, fundada en 1919 en Weimar, desempeña un rol central y es ampliamente reconocida por establecer las bases de la educación en diseño, al enfocar el arte hacia la utilidad en la industria (Bravo, 2016, p.34), algunos de los contenidos formativos se evidencian en las mallas curriculares de diferentes instituciones de educación superior de formación grafica en el Perú.

El bauhaus fue el iniciador del diseño gráfico contemporáneo, lo mismo que de otras disciplinas visuales. Como herederos del bauhaus, como por ejemplo la escuela suiza, el diseño gráfico alcanza su mayor difusión después de la segunda guerra mundial. Influyeron y educaron sucesivas generaciones de diseñadores (Droste, 2006, p.46).

El termino Bauhaus ha conservado su frescura. Es el punto de partida de todo movimiento moderno y de instituciones formadoras, genera una asociación de formas elementales: cuadrado, triangulo, circulo, con colores primarios: rojo, amarillo y azul (Oyarvide, 2019, p.21).

Gropius es el principal impulsor para crear la Bauhaus, crea una política radical artística al unir dos escuelas (la Escuela de Oficios del Gran Ducado y la Escuela Superior de Artes provista de un departamento de arquitectura), vio en el arte y la técnica el principal par de antagonismos de su tiempo, conciliándolos en el arte como intención. Gropius considera que debería desarrollarse categorías estilísticas a partir del vínculo entre la forma técnica y la forma artística (Rainer, 1993, p.29).

Hasta hoy, el curso preliminar se considera una de las más destacadas innovaciones de la Bauhaus. Consistía en una formación básica obligatoria de dos semestres, después de la cual se decidía su admisión al estudio en un taller. El curso fue desarrollado en 1919 por el pintor y pedagogo de arte Johannes Itten, se apartó de la Bauhaus en 1923 debido a su oposición a la nueva orientación de Gropius hacia la industria (Lupton & Miller, 1994, p.35).

La formación de maestro artesano constituía una parte esencial del concepto de reformas de la Bauhaus. El aprendiz firmaba un contrato de estudios con la cámara de oficios. Después de una formación en la Bauhaus durante tres años y de aprobar el examen, se convertía en joven maestro (Bravo, 2016, p.28).

Se dictaron cursos de teoría de la tipografía, teoría forma, teoría del espacio, elementos básicos de la forma, dibujo representativo y teoría del color. La base de trabajo de diseño en la Bauhaus era la teoría de la forma con una acentuada orientación hacia las figuras elementales y los colores primarios (Solano Meneses, 2021, p.12)

La primera fase expresionista de la Bauhaus fue entre 1919 y 1921, aunque Gropius negó la influencia del movimiento De Stijl. Uso el lenguaje visual constructivista y diversas influencias, que provenían en parte de sus profesores y en parte de agentes externos, desarrollando paralelamente sus propias teorías del diseño relacionadas íntimamente con el funcionalismo (Droste, 2006, p.53).

Coherencia, economía y simplicidad fueron conceptos altamente valorados en el Bauhaus, relacionando por lo general con funcionalidad y belleza. Sin embargo, como podemos ver ahora, fue cierta idea de belleza la que llevo a concebir a estos tres pilares del diseño y no solamente la de funcionalidad (Báscones, 2019, p.38).

1.1.2.2 Instituciones formativas en diseño gráfico en el Perú

Según el registro del Minedu (2022), existe un índice alto de institutos que ofrecen la carrera de diseño gráfico, al contrario de las universidades, la mayoría de estos concentradas en Lima, el contenido curricular es semejante, vinculándose con la propuesta formativa de la Bauhaus. En la región Puno existe una sola institución técnica que ofrece la carrera de diseño gráfico, los centros de formación ocupacional (cetpro) brindan capacitaciones de corta duración.

1.1.3 Proceso de diseño gráfico

Toda pieza de comunicación visual nace de la necesidad de transmitir un mensaje específico, en otras palabras, se crea porque alguien quiere comunicar algo a alguien (Frascara, 2000, p.47).

Para cumplir con el primer requisito, la imagen debe generar un impacto visual lo suficientemente intenso como para destacarse del contexto en el que se encuentra. Esto se logra mediante la utilización de contrastes en aspectos relacionados con la forma, el contenido y el tema. Además, el significado de la imagen debe estar relacionado con los intereses del receptor. Este último punto, que inicialmente puede parecer relacionado únicamente con la retención de la atención, juega un papel fundamental en la captación de la atención debido a la rapidez con la que el significado de las percepciones influye en nuestras acciones, incluso antes de que seamos conscientes del contenido de los mensajes. En experimentos sobre legibilidad, se ha demostrado que palabras con connotaciones negativas, como "guerra" o "muerte", requieren más tiempo para ser leídas, a pesar de tener la misma complejidad y longitud que palabras con significados positivos. Esto se debe a que parece existir una prepercepción que comprende las palabras y modifica el umbral necesario para la lectura consciente en función de proteger nuestro equilibrio emocional. De manera similar, la atracción o el rechazo de un mensaje pueden desarrollarse con la misma rapidez y de la misma manera debido a razones tanto temáticas como estéticas (Scott, 1982, p.94).

El proceso creativo puede confundirse con concepciones románticas y de bohemia, relacionándolo con la locura de Van Gogh, la borrachera de Utrillo o la tragedia de Toulouse Lautrec. Si bien requiere de habilidades no comunes, se basa en gran medida

de procesos controlables, tales como observación, atención y análisis (Peña, 2019, p.52).

Usualmente, el proceso de diseño se inicia después de la primera reunión con el cliente (emisor), marcando así el inicio oficial del proyecto. El proceso de diseño se desglosa en tres etapas fundamentales: la etapa analítica, la etapa creativa y la etapa de producción o implementación (López, 2014, p.102).

El diseñador gráfico es un profesional especializado en comunicación visual, y su labor está vinculada a todos los aspectos del proceso de comunicación, en este contexto, la creación de elementos visuales es solo un componente de dicho proceso, según Frascara (2000) este proceso incluye los siguientes aspectos:

- Definición del problema
- Determinación de objetivos
- Concepción de estrategia comunicacional
- Visualización
- Programación de producción
- Supervisión de producción
- Evaluación

Información, redundancia y ruido son tres conceptos originarios en la ciencia de la comunicación, que ayudan a clarificar ciertos problemas en diseño gráfico.

La información debe crear el estímulo de algo nuevo, por ejemplo, las palabras que acompañan un detergente “Nueva fórmula”, pero, si la mayoría de los detergentes del mercado trae el mismo mensaje, este deja de ser información y pasa a ser redundancia (Landa, 2011, p.75).

La redundancia, por lo menos dos funciones positivas en relación con la información: insistencia y aclaración, convirtiéndose en el mejor recurso para la memorización de la información.

Ruido (presente en el canal, código o forma) es toda distracción que se interpone entre la información y el receptor, interfiere, distorsiona y oculta el mensaje transmitido (Zulueta, 2015, p.42).

La composición plástica desempeña un papel protagónico, aunque es simplemente una herramienta utilizada para dirigir la secuencia de comunicación, esta secuencia no solo ocurre en el espacio, sino también a lo largo del tiempo, y está influenciada por diversos elementos complejos relacionados con lo humano, como el lenguaje, la experiencia, la edad, el aprendizaje, la educación y la memoria, entre otros aspectos perceptuales, intelectuales, sociales, culturales y emocionales (Tacuri, 2015, p.73).

1.1.3.1 La herramienta de gestión del diseño

La etapa analítica comienza con una entrevista inicial con el cliente (emisor) donde el emisor proporciona los elementos base al diseñador para comenzar su trabajo, explicándole sus necesidades, el tema a tratar, los objetivos a los que desea llegar, el público objetivo o receptores, el plazo previsto de ejecución y los medios de los que dispone para hacer realidad el proyecto gráfico. Todos estos datos o el contenido de esa primera entrevista o entrevistas entre cliente y diseñador se resumen en un documento escrito denominado briefing o brief de diseño (Landa, 2011, p.115).

La finalidad del briefing es la de facilitar la labor del diseñador y hacerla coincidir con los objetivos del cliente. Su cometido es asegurar que tanto el cliente como el diseñador tienen una misma definición del problema y del objetivo que se persigue con la realización del proyecto gráfico (Costa, 2003, p.68).

Para López (2014), el diseñador gráfico soluciona problemas de comunicación visual. Solucionar problemas implica cultivar el pensamiento de investigación. Los investigadores de distintas ramas profesionales utilizan estas seis preguntas básicas para lograr su objetivo: ¿Quién?, ¿Qué? ¿Dónde?, ¿Cuándo?, ¿Por qué?, ¿Cómo?

Para Landa (2011), el brief garantiza la satisfacción del cliente dado que este se convierte en parte del proceso, recomienda debe contener de manera fundamental lo siguiente:

- Título del proyecto
- Información del producto o servicio
- Información del mercado
- Objetivos de comunicación

- Formato y tamaño
- Medio
- Parámetros
- Fechas de entrega
- Presupuesto
- Proceso de aprobación

Según López (2014) una vez recopilado y revisado todo el material a incluir en el proyecto de diseño gráfico se puede dar por concluida la etapa de análisis y se da comienzo a la etapa creativa. El concepto de diseño es la razón creativa que subyace bajo una aplicación de diseño, la idea base que guiará y determinará cómo diseñar; es la idea abstracta, primaria (Ambrose & Harris, 2004, p.47).

Para crear el concepto de diseño existen varias técnicas que podrían ayudar como puntos de partida: utilización de palabras, empleo de temas, uso de símbolos, utilización de herramientas literarias, aplicar fusiones, sintetizar. Dentro de la etapa creativa es obligatorio hacer una mención especial a los bocetos, son los dibujos preliminares de nuestras ideas, suelen ser pequeños, rápidos y sin refinar (Rafols & Colomer, 2006, p.89).

La etapa de desarrollo comienza dándole cuerpo a las mejores ideas o conceptos generados en la etapa creativa. Para ir dándole forma visual se utilizan los denominados prototipos, borradores o roughs. Los prototipos son más elaborados y refinados que los bocetos preliminares. El propósito de la creación de prototipos es el de trabajar con cada uno de los conceptos de diseño y probar cuales son las soluciones de composición de textos e imágenes más adecuadas para transmitirlos (López, 2014, p.47).

Un arte final debe ser una maqueta bien elaborada que tenga prácticamente el aspecto de haber pasado ya por la imprenta. Por ejemplo, en el caso de un folleto díptico, las pruebas impresas en papel por las dos caras, se cortarían y plegarían tal y como se haría en la imprenta. Mostrando al cliente una maqueta física del folleto díptico de apariencia muy similar al folleto impreso que finalmente entregará la imprenta (Frascara, 2000, p.115).

1.1.4 Software de diseño gráfico

La revolución digital llegó a los estudios de diseño gráfico en la década de 1980. La aparición del diseño gráfico por ordenador coincidió con la introducción de hardware y software específico de la mano de tres empresas americanas: Apple Computer, Adobe Systems y Aldus Corporation. Apple Computer desarrolló el ordenador Macintosh, Adobe Systems inventó el lenguaje de descripción de páginas PostScript, que es la base del software de diseño vectorial, de maquetación de páginas y de la tipografía generada electrónicamente, y Aldus Corporation creó el programa PageMaker, programa pionero en utilizar el lenguaje PostScript para la maquetación de textos y el diseño de páginas directamente en la pantalla del ordenador (Gonzalez, 2016, p.84).

Bajo la categoría de software de aplicación se podrían diferenciar dos tipos principales de programas de diseño asistido por ordenador: los programas para el diseño en dos dimensiones (2D), más conocidos como programas de diseño vectorial y tratamiento digital de imágenes y los programas para el diseño en tres dimensiones (3D) (Pérez, 2014, p.103).

Hay que tener claro que existen dos tipos principales de imágenes generadas por ordenador, los denominados gráficos vectoriales y las imágenes de mapa de bits, también conocidas como imágenes raster o bitmap. Conocer los dos tipos de imágenes principales, nos ayudará a la hora de elegir el hardware y el software más adecuado para desarrollar nuestros proyectos creativos (López, 2014, p.113).

1.1.4.1 Los gráficos vectoriales

Los gráficos vectoriales, conocidos como imágenes orientadas a objetos o vectores, se caracterizan por su definición matemática, basada en una serie de puntos conectados por líneas llamados nodos. Los elementos visuales contenidos en un archivo vectorial son referidos como objetos. Cada objeto representa una entidad independiente que incorpora propiedades como color, forma, contorno, tamaño y posición en la pantalla, las cuales se encuentran especificadas en su definición (Rafols & Colomer, 2006, p.24).

Dentro del software de aplicación, en el área de diseño vectorial, tres aplicaciones especializadas han dominado el sector profesional durante las últimas dos décadas:

- **Adobe Illustrator:** es el programa de diseño vectorial de Adobe Systems, que como se menciona fue una de las empresas que jugó un rol significativo en comenzar la revolución digital en el mundo del diseño. La versión 1.0 de Adobe Illustrator salió al mercado en el año 1987, exclusivamente para la plataforma Apple Macintosh. No fue hasta finales de 1989 que Adobe Systems Incorporated decidió sacar una versión para la plataforma Windows. Desde entonces Adobe Illustrator ha estado disponible para ambas plataformas, siendo en la actualidad uno de los programas de diseño vectorial con versiones para entornos Mac y PC más usados (Pérez, 2014, p.132).

Sorprendentemente, Adobe Illustrator se ha transformado en un programa más versátil y accesible para el diseñador promedio en el mundo del diseño y el arte digital. Esta adaptabilidad se ha ido desarrollando desde su versión CS2 y tiene sus raíces en la necesidad de satisfacer a los usuarios que anteriormente utilizaban Macromedia Freehand, que había sido adquirido por Adobe. Además, esta evolución ha sido impulsada por la conveniencia de crear ilustraciones que pueden ser posteriormente empleadas en proyectos de Adobe Animate. Esto significa que los artistas de gráficos en movimiento ahora tienen la capacidad de crear sus ilustraciones inicialmente en Adobe Illustrator, aprovechando así un programa especializado en la ilustración vectorial. Luego, pueden transferir estas ilustraciones ya preparadas para su posterior animación en Adobe Flash (Pérez, 2014, p. 143).

- **Corel Draw:** es el programa de diseño vectorial líder en la plataforma PC desde hace más de 20 años. Forma parte de la gama de software de la compañía Corel Corporation. COREL es la abreviatura de Cowpland Research Labs, Michael Cowpland es el fundador de la empresa Corel, con sede en Ottawa, Canadá. A principios del año 1989 salió al mercado la primera versión de CorelDRAW, la versión 1.0, diseñada para el sistema operativo Microsoft Windows 286. Convirtiéndose en el primer programa de diseño e ilustración vectorial a todo color. Tres años después, en 1992, Corel volvió a revolucionar el sector al

presentar la primera solución de diseño gráfico todo en uno con la versión 3, una suite que combinaba programas de ilustración vectorial, diseño de páginas, edición de fotos y mucho más en un solo paquete. Corel hizo historia, ya que CorelDRAW 3 fue la primera suite de gráficos que salió al mercado (Corel Draw, 2018).

CorelDRAW se ha diseñado tomando en cuenta a un público diverso, lo que significa que es accesible tanto para aquellos con poca o ninguna experiencia en herramientas de diseño, como para diseñadores con niveles de competencia que abarcan desde lo básico hasta lo intermedio. Esto se refleja en la intuición de sus herramientas, lo que hace que sea fácil aprender y utilizar el software. Debido a su capacidad de ser una solución "todo en uno", se ha convertido en una especie de estándar en algunos países y sectores, como el de la rotulación. Sin embargo, los usuarios con un nivel de experiencia más avanzado tienden a utilizar aplicaciones más especializadas y avanzadas para satisfacer necesidades específicas. Por ejemplo, recurren a Adobe Illustrator para ilustración, Adobe InDesign o QuarkXPress para maquetación, dado que estas herramientas están diseñadas para cumplir con objetivos más especializados y avanzados (Pérez, 2014, p.120).

- **Inkscape:** Inkscape es un editor de gráficos vectoriales de software libre y código abierto, con capacidades similares a Illustrator, o CorelDraw, usando el estándar de la W3C: el formato de archivo “Scalable Vector Graphics” (SVG). Las características soportadas incluyen: formas, trazos, texto, marcadores, clones, mezclas de canales alfa, transformaciones, gradientes, patrones y agrupamientos. Inkscape también soporta meta-datos “Creative Commons”, edición de nodos, capas, operaciones complejas con trazos, vectorización de archivos gráficos, texto en trazos, alineación de textos, edición de XML directo y mucho más. Puede importar formatos como Postscript, EPS, JPEG, PNG, y TIFF y exporta PNG así como muchos formatos basados en vectores (Inkscape, 2023).

Inkscape ha tenido un comienzo prometedor, pero todavía tiene limitaciones en términos de herramientas, paletas de colores estándar (Pantone) y opciones de personalización de pinceles. A pesar de estas limitaciones, sigue siendo una excelente opción para que las personas se inicien de forma autodidacta, ya que es

de descarga gratuita. Sin embargo, en la enseñanza superior y en la formación de diseñadores y artistas, se considera más apropiado que los estudiantes adquieran experiencia desde el principio con programas profesionales que probablemente utilizarán en su futura carrera. Esto les ayuda a familiarizarse con las herramientas que se utilizan en el mundo laboral y a prepararse de manera más efectiva para sus futuros desafíos (Inkscape, 2023).

1.1.4.2 Las imágenes de mapa de bits

Las imágenes de mapa de bits, bitmap o raster están compuestas por pequeños puntos de luz individuales denominados píxeles dispuestos y coloreados de formas diversas para conformar un patrón. Al aumentar una imagen de mapa de bits, se pueden observar los cuadros individuales que componen la imagen completa (Pérez, 2014, p.61).

Adobe Photoshop: forma parte de la extensa gama de programas de la empresa californiana Adobe Systems. La primera versión salió al mercado en el año 1990, por aquel entonces únicamente estaba disponible para la plataforma Apple Macintosh. No fue hasta el año 1994, fecha en la que se lanzó la versión 3.0 para Mac y Windows cuando comenzó a posicionarse como el software de retoque fotográfico y tratamiento digital de imágenes estándar del sector. Tanto diseñadores como fotógrafos profesionales utilizan Adobe Photoshop para crear y retocar imágenes de mapa de bits (Adobe, 2023).

1.1.4.3 La diagramación – maquetación

Diagramar es distribuir, requiere habilidades para organizar los elementos del mensaje bimedia (texto e imagen) en el espacio bidimensional, mediante criterios de jerarquización que buscan funcionalidad del mensaje bajo una apariencia estética agradable (Samara, 2006, p.35).

El planteamiento gráfico del impreso debe ayudar a que la información sea atractiva para ser leído y despertar en los lectores el interés por lo que se publica, inducirlos a que lean la mayor parte de lo publicado sin maravillarse de la confección, en caso contrario, el impreso traicionaría su misión de informar (Barnicoat, 2000, p.12).

Esta parte del proceso grafico puede ser desarrollado por los softwares antes descritos como Illustrator y Corel Draw, existe una alternativa propuesta por Adobe dedicada de manera exclusiva a la maquetación o diagramación.

Adobe InDesign: aplicación de maquetación profesional para la impresión y la publicación digital. Permite diseñar, realizar comprobaciones preliminares y publicar una amplia variedad de contenido destinado a la impresión, páginas web y aplicaciones para tabletas. Ofrece un control preciso de la tipografía, herramientas creativas incorporadas, un entorno de diseño intuitivo y una perfecta integración con Adobe Photoshop, Illustrator, Acrobat y Adobe Animate (Adobe, 2023).

InDesign comparte una interfaz de usuario, comandos, paneles y herramientas comunes con Photoshop, Illustrator, Animate, por lo que le resulta muy sencillo aplicar conocimientos previos sobre un programa de la suite de Adobe, así como moverse eficientemente entre programas. Una de las ventajas que ofrece el software es la posibilidad de diseñar, mejorar y actualizar los gráficos porque puede importar archivos nativos de Photoshop e Illustrator. Su compatibilidad nativa con archivos PDF ofrece resultados fiables y homogéneos con independencia de la publicación para impresión, la Web o dispositivos. La sólida integración entre InDesign y Animate implica que puedes entregar tus diseños de página con gran fidelidad y mantener los archivos de vídeo, sonido y animación en tus documentos (Suarez & Sanroman, 2019, p.23).

Por último, Adobe (2023), refiere que InDesign se ha creado para aquellos diseñadores, profesionales de producción y preimpresión y proveedores de servicios de impresión que trabajan para revistas, firmas de diseño, agencias de publicidad, periódicos, editoriales de libros y empresas de venta por catálogo y minoristas, así como para el diseño corporativo, la impresión comercial y otros entornos de publicación de vanguardia.

1.1.5 Fundamentos del diseño gráfico

Hay numeras formas de interpretar el lenguaje visual. Cada teórico del diseño puede poseer un conjunto de descubrimientos distintos, del que podemos hacer referencia a Wucius Wong, Timoti Samara, el fundamento teórico de la Gestalt.

1.1.5.1 Los principios de la Gestalt

Un buen diseño se basa en el razonamiento y en la contextualización. En este sentido, es importante que el diseñador comprenda, conozca e investigue las principales teorías que conforman los fundamentos del diseño, una de las cuales es la de la Gestalt (Guillaume, 1964, p.63).

El supuesto básico de la teoría es que el ser humano no percibe las cosas como elementos inconexos, sino que las organiza por el proceso de la percepción en conjuntos significativos. Estos conjuntos son gestalt: estructuras, configuraciones, formas organizadas e integradas. De allí provienen la conocida máxima "El todo es más que la suma de las partes" (Julier, 2010, p.23).

Cuando se describe una obra de diseño en términos generales, se habla de su Gestalt, termino alemán que significa configuración, patrón o campo organizado con unas características específicas que no pueden derivarse de la suma de sus componentes. Por lo tanto, esta teoría hace una referencia al todo unificado (Pinar, 2010, p.49).

En el campo del diseño, esta teoría intenta describir la organización de los elementos del diseño dentro de una entidad holística, unificada e individual.

Sin embargo, los teóricos de la Gestalt centran principalmente en el modo en que nuestras mentes perciben un todo a partir de elementos incompletos. Según esta teoría, una entidad individual está formada por varias partes, cada una de las cuales tiene su propia individualidad. Por consiguiente, cuando estas partes se unen entre sí, forman una entidad completa e individual (Burdek, 2002, p.54).

La Gestalt parte de la percepción de las imágenes visuales para que un diseño pueda contener mensajes claros. Los principios de esta teoría se basan en las premisas de similitud, continuación, cierre, proximidad, fondo y figura.

Para Guillaume (1964), la percepción como proceso psicológico implica componentes esenciales para su comprensión. En primer lugar, está la parte sensorial, a través de la cual se recopila información del entorno. Luego, se encuentra el proceso de estructuración e interpretación de la realidad, en el que la información recopilada se organiza y se relacionan conceptos para dar sentido a

lo que se percibe. Por último, existe un componente afectivo que influye en cómo se interpretará el objeto percibido, ya que está relacionado con la experiencia previa, las relaciones del individuo con el mundo y su personalidad. En resumen, la percepción se construye en base a principios generales y la experiencia personal, lo que configura el campo perceptivo de una persona de acuerdo a su propia realidad y vivencias. Estos principios generales conocidos como leyes de la Gestalt o psicología de la forma (p. 98).

Los principios básicos son absolutamente independientes. El balance está en la estabilidad y en la creación de equilibrio; el espectador encontrará más sencilla una composición estable. La unidad es un diseño entero en el que los elementos están relacionados unos con otros; la proximidad (elementos que están cerca entre sí y que se perciben como elementos relacionados), similitud (elementos similares que se perciben como más relacionados) y continuidad (alineación de los elementos que se perciben como relacionados) son las claves de la unidad. Dentro de la unidad, hay una gran variedad de elementos adicionales que añaden interés y emoción. El énfasis de la organización visual jerárquica aumenta la claridad de la comunicación (Villafaña, 2007, p.45).

Una buena comprensión de los principios de la Gestalt ayuda a controlar la unidad y variedad de una determinada pieza de diseño. Antes de finalizar un diseño, es necesario plantearse las siguientes preguntas: se han identificado todas las preguntas clave, está todo conectado, funcionan todas las partes como un todo (Samara, 2008, p.110).

1.1.5.2 Principios del diseño

Ritmo

Un elemento coincidente en las manifestaciones artísticas como la música, las artes plásticas, es el ritmo, en relación con el diseño se utiliza para ayudar a crear un flujo de un elemento a otro y añadir pulsación visual de emoción y flujo. El concepto de ritmo guarda una estrecha relación con la lógica y surge como una respuesta a los inevitables procesos de crecimiento presentes en la naturaleza. Ahora es el momento de detallar con mayor precisión lo que entendemos por ritmo y cómo opera. A diferencia de la mera repetición, el ritmo se caracteriza por ser

una recurrencia que se anticipa o se espera de manera sistemática (Ambrose & Aono-Billson, 2011, p.34).

Cuando se forma un grupo, estos principios añaden variedad a la forma del diseño y crean resultados interesantes. Su objetivo es crear un equilibrio entre la unidad y variedad. Si hay demasiada unidad dentro de un diseño, el resultado puede ser aburrido y repetitivo; por otro lado, si se usan demasiadas variantes, el resultado puede ser caótico y disfuncional (Samara, 2006, p.115).

Formato

Durante la etapa analítica un elemento importante es el tamaño (formato), es la dimensión de salida que tendrá el proyecto. Es el perímetro definido además del campo que lo encierra (los bordes y laterales exteriores de un diseño); en realidad, es el campo o sustrato (trozo de papel, pantalla o valla publicitaria) del diseño gráfico, a menudo el termino formato es utilizado para describir el tipo de aplicación, es decir, un cartel, portada de CD, banner. El tamaño vendrá determinado por las necesidades del proyecto, su función y su propósito, del uso que se le vaya a dar a la solución y del coste que se pueda asumir (Ambrose & Aono-Billson, 2011, p.36).

Contraste

Un elemento presente en la plástica pero que adquiere una utilidad determinante en el diseño es el contraste, ayuda a identificar las relaciones percibidas a causa de la forma, el color, tamaño, peso visual que tienen los objetos. Cuando se percibe una forma, ello significa que deben existir diferencias en el campo. Cuando hay diferencias, existe también contraste. Si éste es igual en toda su extensión, lo que se ve es una niebla, esto es, nada definido; se obtiene meramente una sensación de luz en el espacio, la utilidad que representa en el diseño es apoyar los elementos principales o de lectura inicial (Ambrose & Harris, 2004, p.39).

Jerarquía

El establecimiento de una jerarquía de elementos permite expresar el nivel de importancia de cada elemento, además de generar el recorrido visual, su aplicación es vital para establecer el objetivo de la propuesta grafica. Existen

varias maneras de crear una jerarquía: por agrupación, color, características comunes, orientación, escala. Esto ayuda al público a leer el diseño y, por tanto, facilita la transmisión de su contenido o mensaje.

La jerarquía visual se refiere al peso: El valor plástico de un elemento dentro de la composición. Es un concepto que recurre a la gravedad para centrar la atención del espectador. No se trata de un valor estable, por ello es necesario considerar estos pasos:

- Conocer los valores del peso que condicionan la atención.
- Una vez definido, proporcionar un acercamiento a las partes visuales.
- Detallar de tal forma que podamos diferenciar diferentes niveles de jerarquía visual.

Todas las obras de diseño deben contener un fuerte punto focal que atraiga la mirada del espectador (Ambrose & Aono-Billson, 2011, p.45)

1.1.5.3 El Lenguaje visual y sus elementos

El diseño es práctico. Se debe tener preparación en el dominio de un lenguaje visual siendo esta la base de la creación del diseño. Dejando de lado el aspecto funcional, existen principios, reglas o conceptos en lo que se refiere a la organización visual, se puede trabajar sin un conocimiento consciente de tales principios dándole importancia al gusto personal y su sensibilidad a las relaciones visuales, pero una prolija comprensión de ellos aumentará en forma definida su capacidad para la organización (Villafañe & Minguez, 2002, p.74).

“Siempre que se diseña algo, o se hace, boceta y pinta, dibuja, garabatea, construye, esculpe o gesticula, la sustancia visual de la obra se extrae de una lista básica de elementos. Y no hay que confundir los elementos visuales con los materiales de un medio, con la madera, el yeso, la pintura o la película plástica. Los elementos visuales constituyen la sustancia básica de lo que vemos y su número es reducido: punto, línea, contorno, dirección, tono, color, textura, dimensión, escala y movimiento. Aunque sean pocos, son la materia prima de toda la información visual que está formada por elecciones y combinaciones selectivas. La estructura del trabajo visual es la fuerza que determina qué elementos visuales están presentes y con qué énfasis” (Dondis, 2017, p.65).

Existe una relación muy cercana entre los distintos elementos y no pueden ser fácilmente separados en nuestra experiencia visual general. Todos por separado, pueden parecer bastante abstractos, pero reunidos determinan la apariencia definitiva y el contenido del diseño (Arnheim, 2006, p.56).

Según Wucius (2001), se distinguen cuatro grupos de elementos:

- Elementos conceptuales.
- Elementos visuales.
- Elementos de relación.
- Elementos prácticos.

1.1.5.3.1 Elementos conceptuales

Para Wucius (2001), se entiende por la misma definición del nombre los elementos conceptuales no son visibles, sino que parecen estar presentes. Por ejemplo, creemos que hay un punto en el ángulo de cierta forma, que hay una línea en el contorno de un objeto, que hay planos que envuelven un volumen y que un volumen ocupa un espacio:

a) Punto: considerado como un elemento que indica posición, no tiene dimensiones, no ocupa un lugar en el espacio. Es principio y fin de una línea y es donde dos líneas se cruzan, en relación al análisis de una propuesta grafica es fundamental su reconocimiento (Samara, 2008, p.45).

b) Línea: la relación con el grafico en cuanto sus funciones y características se considera que cuando un punto se mueve, su recorrido se transforma en una línea. Tiene posición y dirección. Forma los bordes de un plano.

c) Plano: el recorrido de una línea en movimiento se convierte en un plano. Tiene largo y ancho, pero no grosor. Define los limites externos de un volumen. Sugiere formato, tensión (Samara, 2008, p.45).

d) Volumen: Es junto con el color, uno de los aspectos que da sensación que las formas ocupan un espacio tridimensional. El recorrido de un plano en movimiento se convierte en volumen. Tiene posición en el espacio y está limitado por planos. En un diseño bidimensional, el volumen es ilusorio (Samara, 2008, p.45).

1.1.5.3.2 Elementos visuales

La grafica de un objeto en papel, empleamos una línea visual para representar una línea conceptual. Este elemento no solo tiene largo, sino también ancho. Su color y su textura se visualizan por los materiales que usamos y por la forma en que los usamos (Wucius, 2001, p.34).

Así, cuando los elementos conceptuales se hacen visibles, tienen forma, medida, color y textura. Según Wucius (2001), los elementos visuales forman la parte más prominente de un diseño, porque son lo que realmente vemos:

a) Forma: todo lo que pueda ser visto posee una forma que aporta la identificación principal en nuestra percepción.

b) Medida: todas las formas tienen un tamaño que es relativo si lo describimos en términos de magnitud y de pequeñez, pero así mismo es físicamente mensurable (Wucius, 1999, p.55).

c) Color: una forma se distingue de sus cercanías por medio del color. El color se utiliza en su sentido amplio, comprendiendo no solo los del espectro solar sino los neutros (blanco, negro, grises intermedios) y asimismo sus variantes tonales y cromáticas (Wucius, 1999, p.55).

d) Textura: se refiere a las cercanías en la superficie de una forma. Puede ser plana o decorada, suave o rugosa y pueden atraer tanto al sentido del tacto como a la vista (textura visual y textura táctil) (Samara, 2008, p.69).

1.1.5.3.3 Elementos de relación

Este conjunto de elementos regula la disposición y las relaciones entre las formas en un diseño. Algunos de estos elementos pueden ser percibidos visualmente, como la dirección y la posición, mientras que otros pueden ser experimentados sensorialmente, como el espacio y la gravedad (Wucius, 2001, p.78).

- Dirección: la dirección de una forma depende de cómo está relacionada con el observador, con el marco que la contiene o con otras formas cercanas.

- **Posición:** la posición de una forma es juzgada por su relación respecto al cuadro o la estructura.
- **Espacio:** las formas de cualquier tamaño, por pequeñas que sean, ocupan un espacio. Así, el espacio puede estar ocupado o vacío. Puede asimismo ser liso o puede ser ilusorio, para sugerir profundidad.
- **Gravedad:** la sensación de gravedad no es visual sino psicológica. Tal como somos atraídos por la gravedad de la tierra, tenemos tendencia a atribuir pesantez o liviandad, estabilidad o inestabilidad, a formas, o grupos de formas individuales.

1.1.5.3.4 Elementos prácticos

Para Burdek (2002), a diferencia de la pintura los elementos prácticos hacen referencia al contenido y el alcance de un diseño. Para Costa (2003) estos elementos son:

- **Representación:** cuando una forma ha sido derivada de la naturaleza, o del mundo hecho por el ser humano, es representativo. La representación puede ser realista, estilizada o semiabstracta.
- **Significado:** se hace presente cuando el diseño transporta un mensaje.
- **Función:** la función se hace presente cuando un diseño debe servir un determinado propósito.

1.1.5.4 El Color

Para un diseñador, el problema del color tiene dos aspectos: cómo utilizar el material ya coloreado que la industria produce y con qué criterio insertar el elemento color en la proyección de los objetos (Villafañe & Minguez, 2002, p.32).

Es bien conocido que el color desempeña funciones diferentes para el diseñador y el pintor. El diseñador colabora estrechamente con la ciencia y la industria, mientras que el pintor se relaciona más con la artesanía y la producción manual. El diseñador emplea el color de manera objetiva, en tanto que el pintor lo utiliza de forma más subjetiva (Burdek, 2002, p.56).

Para el diseñador los colores más adecuados son los de las materias con que se producen los objetos. Un objeto de acero inoxidable tiene su color natural, al igual

que un objeto de madera. Toda coloración superpuesta a la materia, además de ser arbitraria y de dar una información visual falsa, priva al objeto de su naturaleza (Moratto et al., 2006, p.72).

También hay un aspecto funcional del color que está vinculado a la comunicación visual y la psicología. Por ejemplo, en objetos de uso frecuente, como una máquina de escribir, se prefiere el uso de colores opacos y neutros. La opacidad ayuda a evitar los reflejos de luz que podrían causar fatiga visual, y la neutralidad se busca por la misma razón. Los colores intensos, cuando se observan durante un período prolongado, pueden provocar una respuesta en la retina que demanda el color complementario para restablecer el equilibrio fisiológico alterado (Albers, 1963, p.58).

De todas estas consideraciones el diseñador tiene la oportunidad de establecer el orden armónico para solucionar el problema del color.

El color produce muchas sensaciones, sentimientos, estados de ánimo, transmite mensajes, expresar valores, situaciones y sin embargo, el color no existe más allá de nuestra percepción visual (Heller, 2008, p.49).

Itten (2019), consideraba que los estados generalizados de ánimo se comunicaban por la combinación de color y la forma:

- Cuadrado: paz, muerte, negro, oscuro y rojo.
- Triángulo: vehemencia, vida, blanco y amarillo.
- Círculo: uniformidad, infinito, pacífico y azul.
- Las líneas también poseían su color, según la teoría de Kandinsky:
- Verticales: cálidas.
- Horizontales: frías.
- Oblicuas: cualquiera de las anteriores dependiendo su posición y dirección

1.1.5.4.1 Modos de representación de color

La representación de colores en pantalla se realiza mediante el modelo RGB, que significa Red (Rojo), Green (Verde) y Blue (Azul). Estos colores se

consideran "aditivos" porque son colores luminosos que, cuando se combinan, producen el color blanco. Cuando visualizamos contenido en una pantalla, como una imagen o un video, esta representación se compone de pequeños elementos llamados píxeles. Cada píxel, a su vez, está formado por tres puntos de color: uno rojo, uno verde y uno azul, que se iluminan con diferentes intensidades para crear una amplia gama de colores en la paleta visual (Bride, 1994, p.39).

En la impresión comercial u offset, el modelo de representación de color es CMY o CMYK. En el caso de la tricromía, se refiere a Cyan (Cian), Magenta (Magenta) y Yellow (Amarillo), mientras que, en la cuatricromía, se agrega el Black (Negro), por lo que se llama CMYK. Estos colores se consideran "sustractivos" porque el color que percibe el ojo humano es aquel que el pigmento en la página refleja, restando o sustrayendo del espectro de luz blanca todos los demás colores (Moratto et al., 2006, p.56).

1.1.5.4.2 ARMONÍAS DE COLOR

Los colores armónicos son aquellos que funcionan bien juntos, es decir que producen un esquema de color atractivo a la vista, para Betty Edwards (2006) destacan:

- Triadas
- Colores complementarios
- Colores análogos
- Dobles complementarios
- Cuartetos
- Separación complementaria

1.1.5.4.3 Atributos del color

Dependiendo de la aplicación sea en las artes plásticas o en el diseño pueden tener algunas diferencias, por ejemplo: según Lossada (2012), todos los matices o colores que percibimos poseen tres atributos básicos: tono, luminosidad y saturación.

Tono: el tono es el nombre con el que se denomina cada color, y se describe por los colores que componen su mezcla

Luminosidad: la luminosidad, también llamada valor, es la intensidad lumínica de un color (claridad/oscuridad). Es la mayor o menor cercanía al blanco o al negro de un color determinado.

Saturación: la saturación o intensidad indica la pureza de un color. Un tono muy saturado es un color muy puro, es decir, su mezcla contiene muy pocos colores.

Sin embargo, desde el punto de vista de cómo organizarlos pueden tener una connotación parecida a lo ofrecido por Bride (1994) donde destacan los siguientes atributos:

Color dominante: es el color principal empleado para llamar la atención del observador, el color predominante de toda la composición gráfica (Bride, 1994, p.83).

Color subordinado: el color subordinado en un diseño es el color visualmente más débil que complementa al color dominante o contrasta con él (Bride, 1994, p.83).

Color de énfasis: el color de énfasis, también denominado color de acento es el empleado para aportar atención a un detalle visual (Bride, 1994, p.83)

1.1.5.4 El estándar del color

El sistema de normalización de color PANTONE fue desarrollado a principios de los años 60 con el fin de poner orden dentro del caos que imperaba dentro del mundo del diseño, la industria de la impresión y los fabricantes de tintas. Antes de su aparición era una auténtica odisea conseguir un color exacto. La empresa PANTONE desarrolló un sistema único de color que fue seguido por impresores y diseñadores de todos los sectores (diseño gráfico, decoración, diseño de moda, etc.) (Pinar, 2010, p.67).

La normalización PANTONE ha llegado también a los procesos productivos digitales. De esta forma los programas de diseño profesionales incorporan las

paletas estándar PANTONE y el sistema PANTONE Matching System. El método idóneo para trabajar con software de diseño asistido por ordenador consiste en tener siempre a mano una Guía Pantone, conocida coloquialmente como "pantonera", para seleccionar el color por la guía impresa y nunca por el que aparece en pantalla. Al tener toda la gama de colores impresa en esta guía de papel resulta más sencillo y fiable seleccionar un color para un proyecto, porque ya vemos cómo va a quedar una vez producido en imprenta y evitamos errores de fidelidad de color entre lo que se muestra en pantalla y el color que resultará una vez impreso en un soporte físico como el papel (Lossada, 2012, p.93).

1.2 Antecedentes

El diseño gráfico y sus profesionales a sido estudiado desde diferentes perspectivas, prueba de esto se desarrolla en el artículo Ramírez et al. (2017) “Escenario actual del diseño gráfico en el ámbito de la investigación en México” en donde concluye que la importancia para la profesión y la sociedad en general. Inicialmente se presenta una conceptualización de la profesión, posteriormente se abordan los tipos de investigación en diseño, y finalmente, se muestra el panorama actual del trabajo científico en la profesión proyectual, situaciones y respuestas integrales que permitan reinventar al mundo.

Borja (2018) en su artículo “Situación del Diseñador Gráfico en el mercado laboral de la Ciudad de Cúcuta” concluye que en Colombia no se le ha dado la suficiente importancia como carrera profesional Diseño Gráfico, lo que conlleva a que muchas empresas obtén por contratar personas con conocimientos empíricos y mucho tiempo experiencia, pero no cuentan con los conceptos teóricos-técnicos que podrían obtener a lo largo de su carrera universitaria.

Campos (2010), en su artículo “Realidad profesional de los diseñadores. Caso El Salvador, situación profesional y posibilidades del diseño” concluye, el diseño desencadena una labor productiva valiosa que contribuye al desarrollo, gracias al trabajo práctico y creativo de diseñadores que generan soluciones cotidianas en la estructura productiva de la sociedad salvadoreña, ya sea como empleados o emprendedores. A lo largo de sus carreras, enfrentan desafíos y oportunidades en los campos educativos y laborales. La oferta de programas educativos en diseño se ha expandido a través de

diversas facultades en universidades y escuelas privadas, lo que ha permitido fortalecer este campo y ha aumentado la demanda creativa en sectores como la industria manufacturera y los servicios.

Zetina (2011) en su tesis “El diseñador gráfico independiente y sus clientes: El éxito de las relaciones comerciales a través de la gestión” describe y argumenta la utilidad de incorporar herramientas y procesos de gestión de diseño en el método del diseñador gráfico independiente en favor de establecer relaciones comerciales exitosas con sus clientes.

Gonzales (2016) en su tesis “El diseño gráfico y sus profesionales. Retos y definiciones”, aborda el estudio de la actividad y la profesión del diseño gráfico y la comunicación visual desde una perspectiva analítica que permite evidenciar cuales han sido los factores históricos, sociales, económicos, tecnológicos, etc. que han provocado un cambio de paradigma en el campo del diseño gráfico y la comunicación visual y en el perfil profesional de las personas que se dedican, así como en las necesidades didácticas que las mismas requieren. Se concluye con la evidencia de denunciar la necesidad de revisión de la estructura formativa especializada en diseño para evitar duplicidades, confusiones y competencias entre estudios. Es necesario eliminar los estudios de diseño vinculados a las Artes Gráficas y ligarlos a las Artes Plásticas y Diseño, su lugar natural y que estos sean reconocidos a nivel de cualificaciones profesionales como tal.

Correa (2010) en su artículo “El diseño y su intervención en la cultura local : aportes de los diseñadores a la construcción simbólica de la vida cotidiana” propone entender la contribución del diseño, su rol específico como un campo dedicado a resolver problemas cotidianos. Además, se busca destacar cómo el diseño influye en la producción de significados en la vida diaria, dentro de un contexto de cultura visual que influye en la sociedad contemporánea en su conjunto.

Cardona (2014) en su tesis “La Ciudad Visual Revisitada Una taxonomía del diseño gráfico urbano. Caso de Estudio: Barcelona, España”, constituye un aporte revelador hacia la construcción de una teoría del diseño gráfico y su rol en la ciudad., que se concreta en una propuesta teórica que define el espacio de acción de sus productos dentro de la ciudad y propone una estructura taxonómica para su clasificación.

Tacuri (2015) en su tesis “Fundamentos del diseño en la formación académica de los estudiantes de tercer semestre de la Carrera de Diseño Gráfico”, concluye debido a los múltiples malas prácticas al crear una composición el mensaje no llega a ser transmitido de manera correcta al público objetivo determinado, las causas son variadas, empezando por que en la carrera no existe en la malla curricular una asignatura como tal, además del poco interés del estudiante de continuar indagando acerca del tema, priorizando siempre el manejo de los softwares de diseño dejando a un lado la parte teórica que lo respaldará a la hora de fundamentar sus proyectos.

Sanchez y Fernandez (2018) en su artículo “Percepción de profesionales y académicos sobre los conocimientos y competencias necesarios en el publicitario actual”, determinan las competencias específicas de la profesión como las relacionadas con la estrategia, la relación con el cliente y las habilidades comunicativas se perciben como importantes, mientras que las relacionadas con la historia y la teoría de la publicidad son percibidas como poco útiles. Las competencias relacionadas con el aprendizaje autónomo y la capacidad de adaptación y dominio del entorno son percibidas como relevantes. Aparecen nuevas competencias relacionadas con el conocimiento de softwares específicos y de las nuevas tecnologías.

Albin (2017) en su tesis “Cultura de marca: La influencia del branding en el emprendimiento del Perú actual” asume que la tecnología ha abierto puertas de comunicación, por ende a través de estas podemos lograr que llegue el conocimiento la cultura de marca. En consecuencia, considera que esta plataforma va a ser una herramienta de apoyo indudable para este sector empresarial que los llevará a mejorar la competitividad y dinamizar la economía, y que tendrá un efecto multiplicador.

Bascones (2019) se apoya en el estudio del color, asumiendo que ha estado muy presente en la formación de los estudiantes de las diferentes escuelas de arte y diseño a lo largo de toda su historia. Los continuos avances tecnológicos han proporcionado las principales teorías sobre el color, analizar su evolución, revisar sus variaciones y modificaciones, así como sus versiones más actualizadas y posibilidades de intervención y actualización con la finalidad de crear una herramienta de consulta útil y práctica para el estudio, uso y aplicación del color, especialmente en aquellas áreas de conocimiento vinculadas a las enseñanzas de arte y diseño.

Cepeda y Salas (2017) realiza un análisis sobre las competencias y habilidades que se consideran necesarias para la formación de profesionales creativos en el área del diseño gráfico. Se pretende abordar como una crítica en base a la observación y estudio de casos de la materia de Portafolio profesional y la experiencia a través de los programas de prácticas profesionales y seguimiento de egresados.

Peña (2019) presenta una perspectiva epistemológica del diseño gráfico a partir de una concepción ampliada del concepto de visualidad. En lugar de considerar la visión como un hecho cognitivo y la visualidad como la condición de visibilidad de los artefactos, fenómenos que han significado en la disciplina la omisión del cuerpo y el interés por el objeto, el texto propone entender, desde los planteamientos teóricos de los estudios de cultura visual, la hermenéutica y la fenomenología, el acto de ver como un hecho cruzado por todos los sentidos, con una intencionalidad y un carácter construido, que dependen del cuerpo y la alteridad, mas no de la objetividad.

Ramirez (2017) presenta una conceptualización de la profesión, aborda los tipos de investigación en diseño, y finalmente, muestra el panorama actual del trabajo científico en la profesión proyectual. Reflexiona sobre el diseñador como profesional de la práctica proyectual, pero también de la práctica de la investigación como actividad inherente e importante para el desarrollo de la disciplina. Además, visualiza a un profesional en un constante sistema de creación de necesidades, situaciones y respuestas integrales que permitan reinventar al mundo.

Rodriguez (2017) asegura después de haber aplicado los cuestionarios a 90 estudiantes del 8° semestre de la licenciatura, 35 académicos, 25 empleadores y 30 egresados, se tabularon los resultados en números duros, en frecuencia y porcentajes, mostrando inclinaciones por ciertas preferencias, como la capacidad para autodirigir y adaptarse a los cambios y la capacidad para autorregular el proceso gráfico.

En relación al número de antecedentes, se ha realizado una búsqueda exhaustiva del que se desprende lo presentado, lo cual implica haber agotado las bases de datos para completar al número mínimo, evidenciando la escasez de investigaciones con relación al alcance tecnológico en el diseño gráfico y las artes visuales.

CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Identificación del problema

A pesar de lo complejo y diverso aun no podemos considerar a la profesión del diseño gráfico consolidada, todos los días de manera regular observamos informaciones gráfico comunicativas y publicitarias, a pesar de eso no tiene el reconocimiento en la región Puno, nadie duda de la existencia del diseño gráfico, pero no se le considera indispensable y peor aún que no se necesita de profesionales acreditados acorde a las necesidades del mercado.

En la región puno tenemos distintas instituciones que brindan formación académica y capacitaciones en el área gráfica, centrándose en el uso de la computadora y software para diseño, olvidando los demás aspectos teóricos visuales; elementos que ayudarían a resolver problemas creativos y una mejor efectividad y productividad.

Una constante en las escuelas de arte a nivel nacional es la incorporación cursos de diseño gráfico, por su naturaleza visual podemos optar por aplicar ese conocimiento a este sector industrial, sin embargo la principal preocupación se centra en el perfil profesional que el mercado laboral necesita de los diseñadores gráficos, este panorama no es claro y preciso, es ahí donde radica la importancia de este tipo de estudios que favorecerán a la formación académica en universidades, institutos y centros de capacitación.

Otro aspecto poco ilustrado es respecto a las herramientas, software/aplicaciones que utilizan los diseñadores gráficos o si es imprescindible dominarlos, o tal vez el aspecto creativo, soluciones innovadoras, conocimiento del proceso de trabajo sea la principal necesidad.

Los avances tecnológicos en el que nos encontramos implican un cambio constante y continuo sobre el manejo y adaptación al uso de estas nuevas herramientas. El aspecto teórico no se queda atrás existen nuevos estudios que buscan crear expectativa en el

consumidor, mejora el proceso creativo y la organización de la información publicitaria. En nuestra región aún no tenemos estudios que ayuden a resolver y mejorar el aspecto visual de las ciudades, los que se convierten en los principales objetivos de este estudio.

2.2 Enunciados del problema

2.2.1 Pregunta general

Cabe destacar que se hace necesario investigar sobre los aspectos planteados identificando el problema principal:

¿De qué manera la formación académica y tecnológica determina el nivel de los diseñadores gráficos de la región Puno?

2.2.2 Preguntas específicas

¿Cuál es el nivel cognitivo de los diseñadores gráficos de la región Puno?

¿Cuál es el proceso gráfico tecnológico que realizan los diseñadores gráficos de la región Puno?

¿Cómo usan los fundamentos visuales en la creación de afiches publicitarios los diseñadores gráficos de la región Puno?

2.3 Justificación

En la región Puno existen varias instituciones que promueven la enseñanza del diseño gráfico, en las empresas dedicadas a la industria gráfica no sabemos con certeza la formación profesional que realizaron sus diseñadores. Al mismo tiempo los avances tecnológicos y las necesidades gráfico publicitarias de la sociedad hacen que evolucione y cambie de forma constante los estudios, teorías existentes y la forma como aprende y se profesionaliza. El acceso a la información, los media y los nuevos sistemas de comunicación hacen que el diseñador gráfico juegue un papel muy importante en el aspecto estético del paisaje urbano que vemos todos los días, haciéndose responsable en parte del aspecto visual de las ciudades de nuestra región.

El arte y su forma de creación está cambiando, una de sus alternativas está en la industria gráfica, pero el diseño gráfico también está evolucionando hacia nuevas ramas, está creciendo y se está enriqueciendo de sí mismo, lo que requiere de nuevas formulaciones,

de nuevas definiciones que completen el corpus teórico de esta disciplina, que aclaren sus competencias, sus jerarquías y sus obligaciones y responsabilidades profesionales que se pretende esclarecer con esta investigación.

No podemos desligar al diseño del arte principalmente de la forma tradicional de hacer uso de elementos gráficos como el color y la composición, esta investigación contribuirá a conocer que uso se le da estos fundamentos visuales, procedimientos técnicos y estos como ayudan a agilizar la entrega del producto final.

Es necesaria esta investigación que indique el panorama actual del diseño gráfico en la región Puno y que pueda sentar las bases de la profesión, que sirva para comprender mejor a esta especialidad contemplada en el arte, una disciplina compleja que, al cambiar a tanta velocidad, a menudo hace que una nebulosa se sitúe siempre delante de los límites y definiciones. Muchas carreras de arte tienen una mención en diseño gráfico, en Puno no es la excepción. Los estudiantes de arte serán beneficiados al conocer las características del perfil profesional que nuestra sociedad necesita y las competencias que tienen que desarrollar.

2.4 Objetivos

2.4.1 Objetivo general

Analizar la influencia de los alcances tecnológicos y teóricos del diseño gráfico en la región Puno.

2.4.2 Objetivos específicos

- Identificar el nivel cognitivo de los diseñadores gráficos de la región Puno.
- Identificar el proceso gráfico tecnológico que usan los diseñadores de la región Puno.
- Determinar el uso de los fundamentos visuales en la creación de afiches publicitarios de los diseñadores de la región Puno.



2.5 Hipótesis

2.5.1 Hipótesis general

Los alcances tecnológicos y teóricos influyen adecuadamente en el diseño gráfico de la región Puno.

2.5.2 Hipótesis específicas

- El nivel cognitivo de los diseñadores gráficos es idóneo en la región Puno.
- El proceso gráfico tecnológico de los diseñadores es adecuado en la región Puno.
- Los fundamentos visuales son usados acertadamente en la creación de afiches publicitarios de los diseñadores de la región Puno.

CAPÍTULO III MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 Lugar de estudio

Esta investigación tomara como lugar de estudio a la región de Puno ubicado al extremo sur este del Perú, cuenta con una extensión territorial de 71 999,0 km² (6 por ciento del territorio nacional) siendo el quinto departamento más grande en el ámbito nacional. La Región abarca un perímetro fronterizo de 1108 Km. Que representa el 11 por ciento de línea de frontera del Perú. Esta subdividido en 13 provincias y 109 distritos. (Oficina de Gestión de la Información y Estadística, 2019).

3.2 Población

La población como universo total de análisis está constituida por los diseñadores gráficos de las principales imprentas graficas de los distritos de Puno y Juliaca, estas ciudades comprenden la hegemonía en la región en cuanto al diseño se refiere, esto se debe a la ausencia de rotativas y plotters en las demás ciudades de la región Puno.

3.3 Muestra

El tamaño de muestra estará constituido por los diseñadores gráficos de 10 imprentas graficas de los distritos de Puno y Juliaca, la selección se realizó por el procedimiento por conveniencia (Hernández, Fernández, & Baptista, 2018).

3.4 Método de investigación

Para el desarrollo del estudio se utilizó el enfoque de investigación de tipo cuantitativo, el diseño que se asume corresponde a la investigación descriptiva del nivel complejo (Hernández et al., 2018), los estudios descriptivos pretenden especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, es decir, miden o recolectan datos y reportan información sobre diversos conceptos, variables, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o problema a investigar. Tienen como finalidad especificar propiedades y

características de conceptos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado (Hernández et al., 2018).

3.5 Descripción detallada de métodos por objetivos específicos

a) Descripción de la variable analizada en los objetivos específicos

Tabla 1

Descripción de la variable analizada

Variable	Dimensiones	Indicadores	Técnica	Instrumentos
Diseño gráfico en Puno	Nivel cognitivo	Formación académica	Encuesta	Cuestionario
		Perfil profesional		
	Alcances tecnológicos	Proceso gráfico	Encuesta	Cuestionario
		Software gráfico		
Análisis gráfico		Descripción del juicio funcional	Observación	Ficha de observación
		Descripción formal		
		Descripción conceptual		

b) Descripción detallada del uso de materiales, equipos, insumos, entre otros

Tabla 2

Descripción detallada de uso de materiales

Materiales	Equipos	Insumos
Dispositivos de almacenamiento	Cámara fotográfica	Servicios de internet
Materiales de escritorio	Ordenador de escritorio	Servicios de operador móvil
		Viáticos
		Software para el procesamiento de la información

c) Aplicación de prueba estadística inferencial

Para determinar el tamaño de la muestra de una población se utilizó una fórmula de Chi cuadrada (χ^2), muestro aleatorio simple, su resultado se detalla a continuación:

$$N = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

$$N = \frac{N}{N - 1 + N}$$

Descripción:

N = Universo poblacional

n = Tamaño de muestra requerido

E = Margen de error 5% (valor estándar de 0,01)

P = Nivel de Varianza (50)

Q = Nivel de confianza (40)

Z = Nivel de fiabilidad de 95 % (valor estándar de 1,96)

CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados que se presentan guardan relación a los objetivos específicos, por lo que es necesario clasificar el material recogido en tres apartados según su orientación en: identificar el nivel cognitivo, identificar el proceso gráfico tecnológico y determinar el uso de los fundamentos visuales en los afiches publicitarios de los diseñadores de la región Puno.

4.1 Identificar el nivel cognitivo de los diseñadores gráficos de la región Puno.

El diseño gráfico es una estrategia de resolución de problemas comunicacionales del hombre y, eventualmente, las más ubicua de sus actividades; por lo mismo, siempre se ha distinguido por que además de involucrar saberes y procedimientos, conlleva crear y desarrollar la forma mediante el hacer, por medio de un pensamiento iterativo que le es propio (Briede, Figueroa, & Cereceda, 2019).

Por lo planteado en el marco teórico y el párrafo anterior, es necesario analizar la formación académica y el perfil profesional de los diseñadores gráficos de la región de Puno. A continuación, se muestra la tabla 1 en el vemos si desarrollaron estudios de formación profesional en el área para trabajar en diseño.

Tabla 3

Estudios de formación profesional en el área

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	12	57,1	57,1	57,1
No	9	42,9	42,9	100,0
Total	21	100,0	100,0	

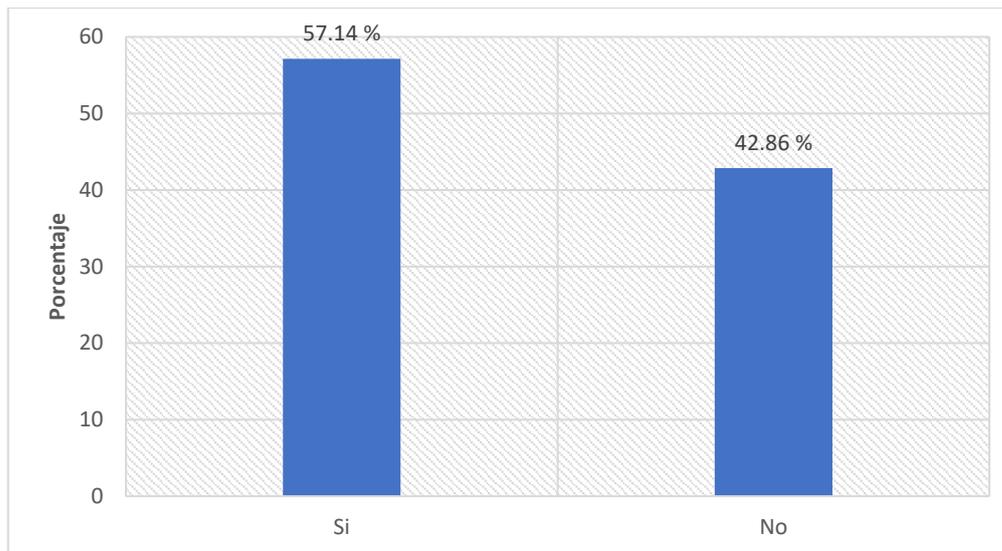


Figura 1. Estudios de formación profesional en el área.

Con relación a los resultados obtenidos, el 57.14% de los encuestados si han realizado algún tipo de formación académica para trabajar como diseñadores gráficos, mientras que el 42.86% de los sujetos no consideran necesario tener una formación profesional para trabajar en el área, existe una diferencia muy corta entre ambos grupos, se muestra que los diseñadores gráficos optan por una formación autónoma, además de que el mercado laboral, los empleadores no exige documentos que acrediten su profesionalización.

La formación actual de los profesionales del diseño bajo las necesidades del mercado, se fue tecnificando, de un carácter más instrumental (Bernal, 2013). La masificación de tutoriales por internet crea una nueva forma de capacitación, por otro lado, tenemos instituciones que preparan estudiantes para un ingreso rápido al mercado laboral centrándose en la formación instrumental, acelerando el tiempo de permanencia del estudiante en la institución.

En la región Puno tenemos tres tipos de formación profesional, los Centros de educación técnico productivos (Cetpro) con módulos de una duración de 2 a 3 meses aproximadamente, los Institutos superiores de 3 años de estudios, la Universidad Nacional del Altiplano, aunque no existe una carrera de diseño, existen opciones afines como la Escuela profesional de comunicación y la Escuela profesional de Arte. De esta última opción, tenemos las carreras de artes plásticas dentro de las Escuelas de Formación Artística de la región, donde desarrollan cursos de diseño gráfico.

Tabla 4

Formación profesional realizada:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De forma autodidacta	7	33,3	33,3	33,3
Curso de capacitación	2	9,5	9,5	42,9
Instituto técnico	9	42,9	42,9	85,7
Carrera universitaria (en el área o afines)	3	14,3	14,3	100,0
Total	21	100,0	100,0	

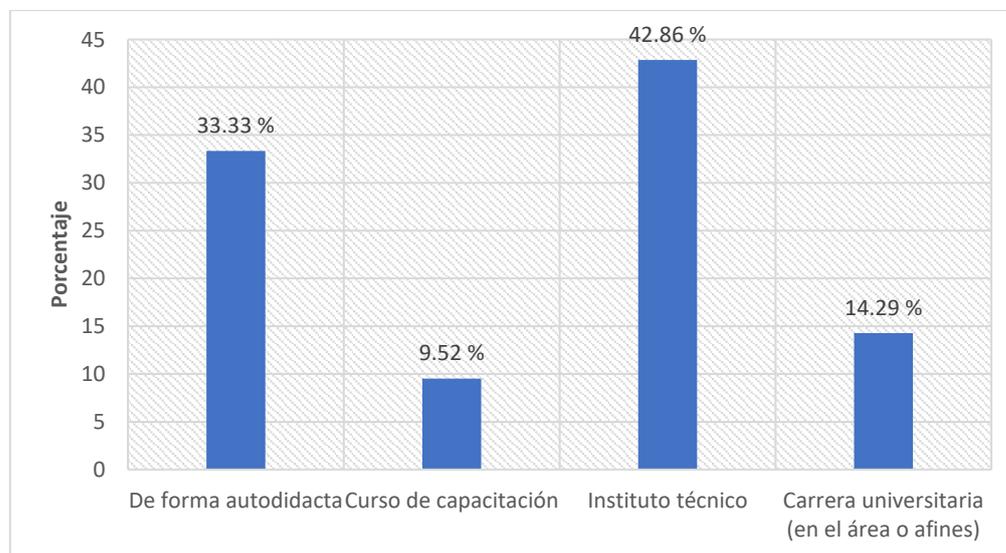


Figura 2. Formación profesional realizada.

Con relación a la formación profesional que realizaron los diseñadores gráficos, según los resultados podemos ver que el 42.86% desarrollaron estudios en un instituto técnico, el 33.33%, de forma autodidacta, el 14.29% en una carrera afín en una universidad y solo el 9.52% realizó cursos de capacitación en un Cetpro, esto nos demuestra que la formación técnica es la preferida, seguido de la formación autodidacta que muestran índices elevados en la encuesta desarrollada.

El apego a la tradición y al saber-hacer, es una práctica y creencia de un buen diseñador Moszkowicz (2013). Es importante una reflexión crítica sobre la situación y las implicaciones del campo, los cursos de actualización y eventos académicos sobre la disciplina, orientan a la generalización y a la justificación de la práctica del diseño gráfico.

El contexto actual condiciona a una permanente capacitación instrumental y teórica, así otorgar relevancia al ejercicio práctico del campo.

Tabla 5

Realizas cursos de especialización y actualización.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	2	9,5	9,5	9,5
A veces	9	42,9	42,9	52,4
Casi siempre	6	28,6	28,6	81,0
Siempre	4	19,0	19,0	100,0
Total	21	100,0	100,0	

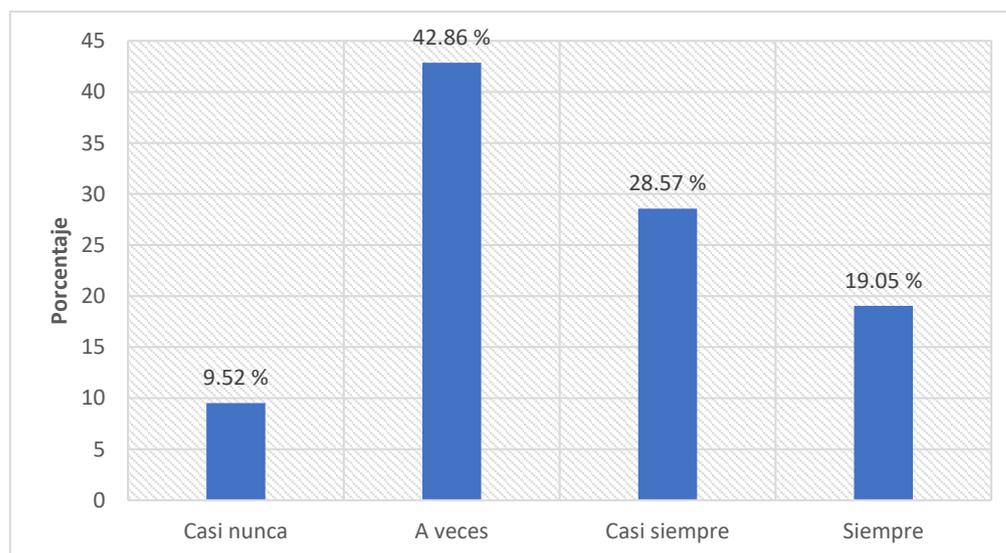


Figura 3. Realizas cursos de especialización y actualización.

En relación a la pregunta sobre si desarrollan cursos de actualización, los diseñadores gráficos respondieron: el 42.86% de forma ocasional realiza capacitaciones y se orienta a una mejora continua, mientras que solo el 19.05% busca una formación permanente y el 9.52% ve innecesario participar de estos eventos y mejorar sus capacidades de diseñador.

En la región Puno el diseño gráfico es una disciplina aun joven, centrando su actividad en el ejercicio de una creación intuitiva, limitando la posibilidad de reflexión crítica de la imagen. La experiencia del diseñador gráfico nos ayuda a identificar el objetivo planteado:

Tabla 6

Experiencia en diseño gráfico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1-3	4	19,0	19,0	19,0
4-6	7	33,3	33,3	52,4
7-9	7	33,3	33,3	85,7
10 a mas	3	14,3	14,3	100,0
Total	21	100,0	100,0	

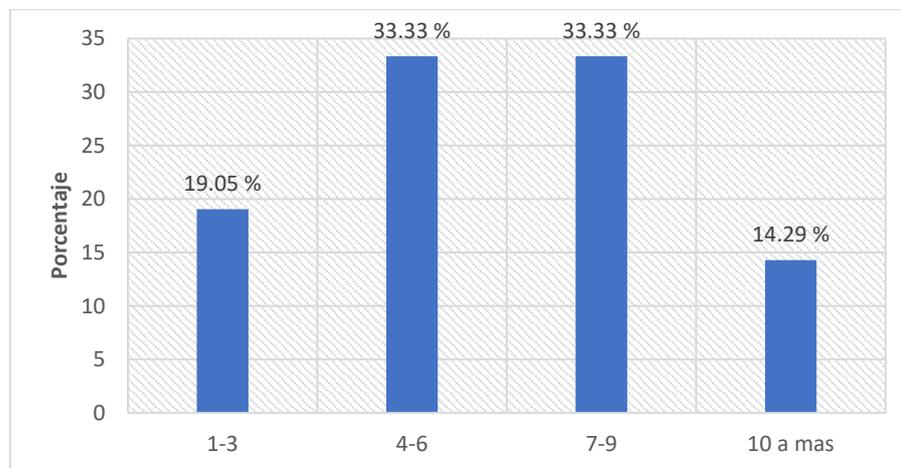


Figura 4. Experiencia en diseño gráfico.

Con respecto a la pregunta de los años de experiencia los resultados nos muestran que el 33.33% de los encuestados trabajan en el sector entre 4 a 6 años, igualando el promedio entre 7 a 9 años. La experiencia del diseñador gráfico en Puno, en promedio es de 4 a 9 años, una población joven. Solo el 14.29% se encuentra vinculado laboralmente al área más de 10 años.

Cada diseñador gráfico ve en su experiencia una realidad propia de su campo ocupacional, en la tabla 5 observamos el mercado laboral más rentable según sus respuestas.

Tabla 7

Ocupaciones más rentables.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Freelance	7	33,3	33,3	33,3
Estudios de diseño	1	4,8	4,8	38,1
Agencias de diseño	4	19,0	19,0	57,1
Diseñador de imprentas graficas	9	42,9	42,9	100,0
Total	21	100,0	100,0	

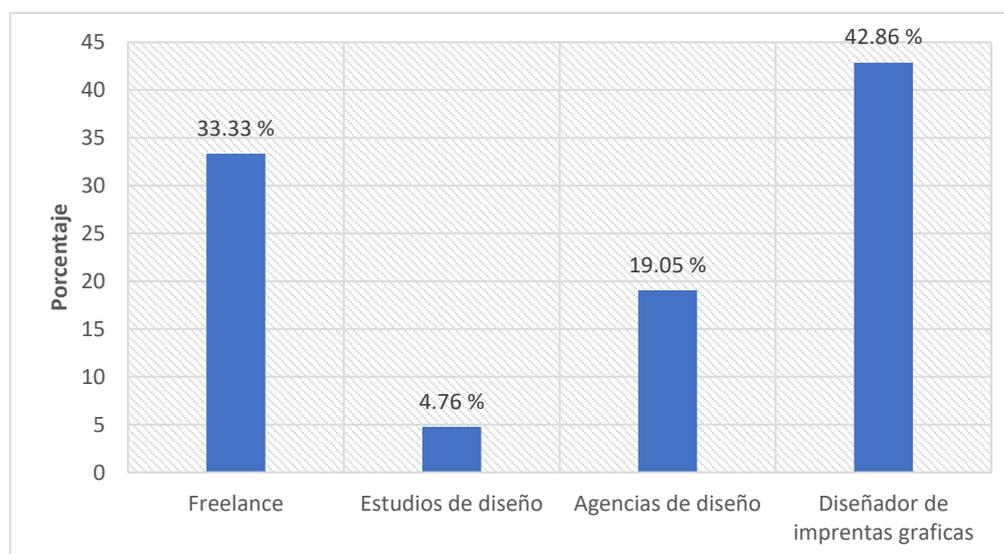


Figura 5. Ocupaciones más rentables.

El problema crítico que se enfrenta todo profesional es su inserción en el mercado laboral y desde la experiencia del diseñador les resulta más rentable trabajar en las imprentas gráficas, un 42.86% indican tener esa preferencia laboral, una creciente empleabilidad es el trabajo freelance reflejando un 33.33% en los encuestados, los criterios antes señalados sobre la actualización y experiencia laboral refuerzan el poco interés en desarrollar una reflexión teórica y se refleja en que muy pocos diseñadores apuestan por trabajar en estudios y agencias de diseño.

En el ejercicio de la profesión el diseñador gráfico asocia su labor a áreas de trabajo o perfiles propios de la disciplina, las cuales son definidas por el mercado ocupacional, hacen referencia al mismo tiempo a el nivel de estudios que se requiere, la formación complementaria y permanente que le permita adquirir nuevas competencias profesionales. La preparación del diseñador en diferentes áreas es necesaria para

desarrollar un proyecto de diseño acorde a los sectores económicos emergentes como la fotografía, ilustración, dirección de arte, pre prensa, post prensa, etc (Barnicoat, 2000). En la tabla 6 se observa el resultado a la pregunta en referencia a este tema.

Tabla 8

Realización de tareas colaborativas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	1	4,8	4,8	4,8
A veces	9	42,9	42,9	47,6
Casi siempre	8	38,1	38,1	85,7
Siempre	3	14,3	14,3	100,0
Total	21	100,0	100,0	

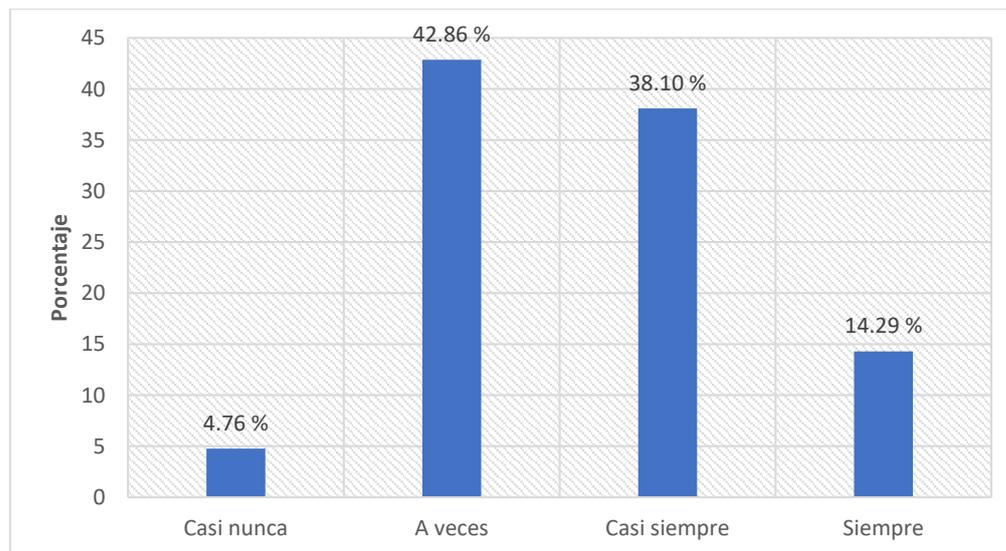


Figura 6. Realización de tareas colaborativas.

En referencia a la pregunta si realiza tareas colaborativas con otros profesionales vinculados a la disciplina, el 42.86% de los encuestados a veces desarrolla actividades vinculadas al proyecto con otros profesionales, el 38.10% casi siempre comparte trabajo con fotógrafos, ilustradores, etc, el 14.29% siempre y solo el 4.76% casi nunca realiza trabajos colaborativos. Se observa que las relaciones con otros profesionales durante el proceso de diseño son frecuentes.

Tabla 9

Nivel de colaboración con otras actividades.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	0	0	0	0
A veces	10	47,6	47,6	47,6
Casi siempre	4	19,0	19,0	66,7
Siempre	7	33,3	33,3	100,0
Total	21	100,0	100,0	

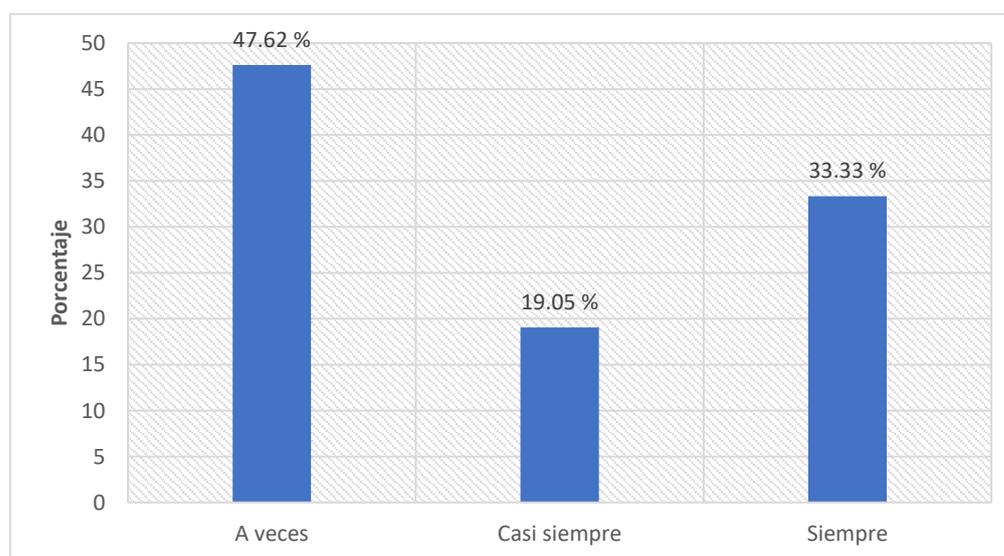


Figura 7. Nivel de colaboración con otras actividades.

Las imágenes ayudan a enfatizar el acto comunicativo, es necesario que el público objetivo se vea identificado con las fotografías, de ahí la importancia que el diseñador este capacitado para colaborar con la preparación de las imágenes en el desarrollo del proyecto de diseño (Rafols & Colomer, 2006).

En la tabla 7 obtenemos la respuesta de los encuestados en relación a la pregunta si colaboran con la captura, selección de imágenes, el 47.62% refiere que en su actividad laboral a veces participa en la preparación de imágenes, el 33.33% siempre colabora y el 19.05% casi siempre realiza esas actividades en los proyectos de diseño. Considerando los valores de siempre y casi siempre, es frecuente que realicen tareas relacionadas al tratamiento de imágenes.

Tabla 10

Participas en la gestión de proyectos de diseño.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	0	0	0	0
A veces	6	28,6	28,6	28,6
Casi siempre	11	52,4	52,4	81,0
Siempre	4	19,0	19,0	100,0
Total	21	100,0	100,0	

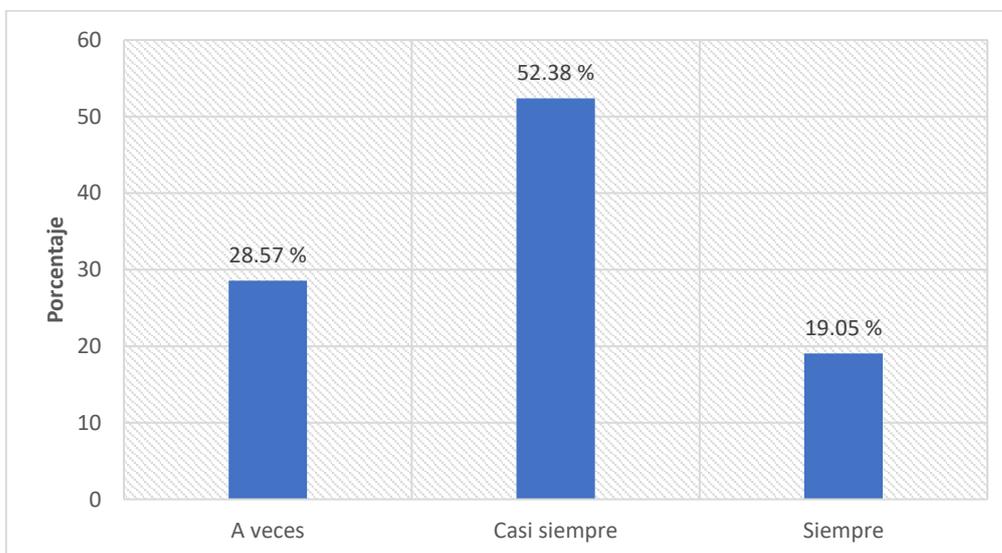


Figura 8. Participas en la gestión de proyectos de diseño.

El ejercicio del diseño gráfico implica el desarrollo y participación de una serie de etapas involucradas (Morales & Cabrera, 2017). Con relación a la participación en la formulación, diseño y gestión de proyectos de diseño, en la tabla 8, el 52.38% casi siempre participa de las distintas etapas del proyecto de diseño, el 28.57% a veces se involucra en este proceso, el 19.05% siempre participa de las distintas etapas. En la región Puno la mayoría de los diseñadores gráficos participan de las distintas etapas en el desarrollo de proyectos de diseño.

Tabla 11

Participas en el desarrollo del proyecto de diseño.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	1	4,8	4,8	4,8
A veces	6	28,6	28,6	33,3
Casi siempre	11	52,4	52,4	85,7
Siempre	3	14,3	14,3	100,0
Total	21	100,0	100,0	

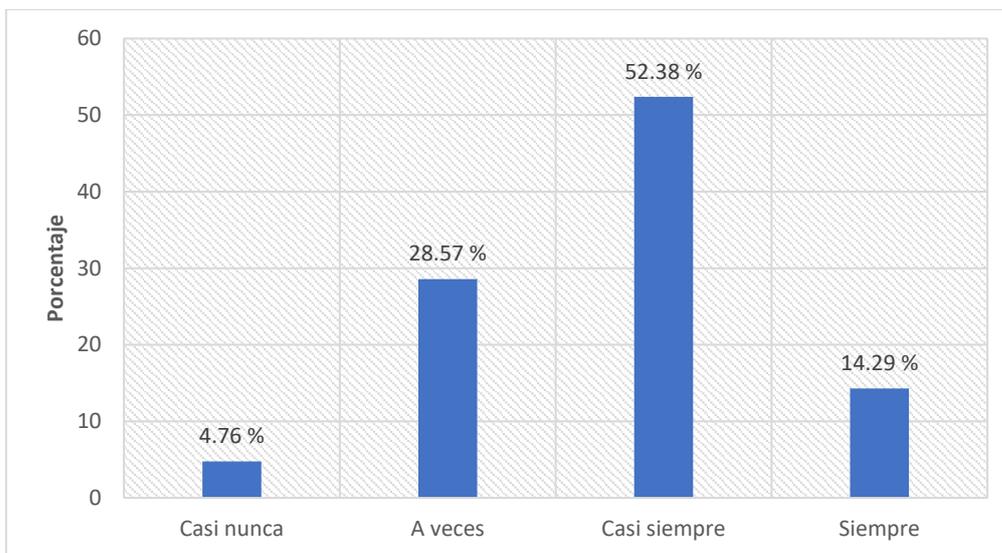


Figura 9. Participas en el desarrollo del proyecto de diseño.

Las necesidades profesionales del mercado laboral implican capacidades y tareas que debe realizar el diseñador. En la tabla 9 se les pregunto si como diseñadores participan en todas las fases de producción de un proyecto gráfico, el 52.38% de los encuestados casi siempre realizan tareas en el proceso de desarrollo de proyecto de diseño, el 28.57% a veces interviene, el 14.29% siempre participa, y solo el 4.76% casi nunca es responsabilizado de actividades diferentes. Considerando los resultados, en la región Puno es necesario que el diseñador gráfico asuma dentro de su perfil profesional todas las actividades conexas a su función.

Tabla 12

Realizas tareas de identidad visual corporativa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	7	33,3	33,3	33,3
A veces	5	23,8	23,8	57,1
Casi siempre	5	23,8	23,8	81,0
Siempre	4	19,0	19,0	100,0
Total	21	100,0	100,0	

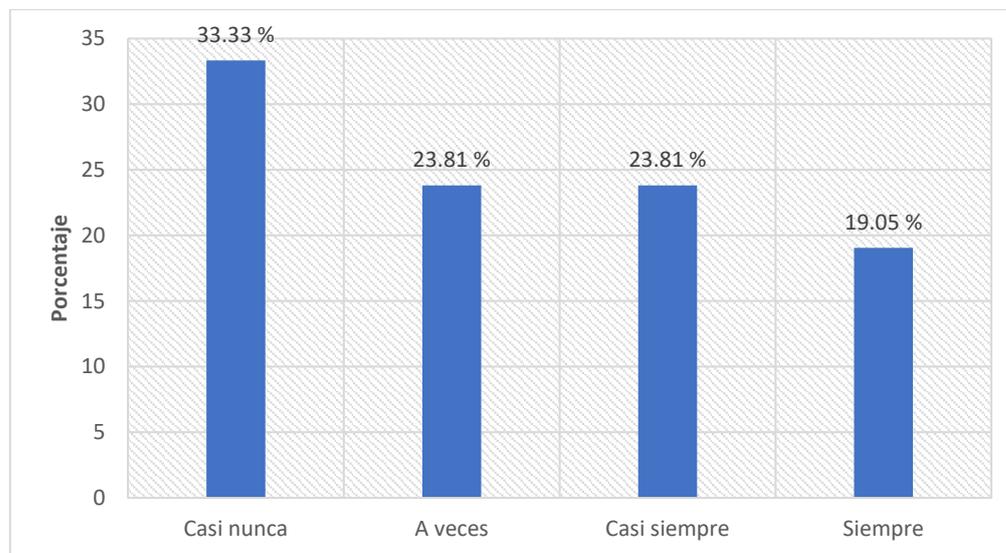


Figura 10. Realización de tareas de identidad visual corporativa.

Es importante que el diseñador gráfico desarrolle los aspectos visuales de una organización, aspectos fundamentales para identificar a la entidad, todos los elementos visuales trabajando de manera articulada (G. Ambrose & Harris, 2016). En la encuesta aplicada a los diseñadores sobre este tema, un 33.33% casi nunca realiza tareas relacionadas con la identidad visual corporativa, el 23.81% a veces, otro 23.81% casi siempre y solo un 19.05% siempre desarrolla tareas relacionadas a la imagen visual. El trabajo de los diseñadores por lo general recibe encargos por temas aislados como la creación de un logotipo o la creación de un flyer publicitario sin que estos cumplan la función de identificación, podemos deducir que las empresas aun no consideran imprescindible proyectar imagen, consecuentemente los diseñadores no ven necesario el adquirir habilidades relacionadas a esta materia.

4.2 Identificar el proceso gráfico tecnológico que usan los diseñadores de la región

Puno.

Tabla 13

Colaboras en las distintas fases del proceso de producción grafica.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	1	4,8	4,8	4,8
A veces	9	42,9	42,9	47,6
Casi siempre	4	19,0	19,0	66,7
Siempre	7	33,3	33,3	100,0
Total	21	100,0	100,0	

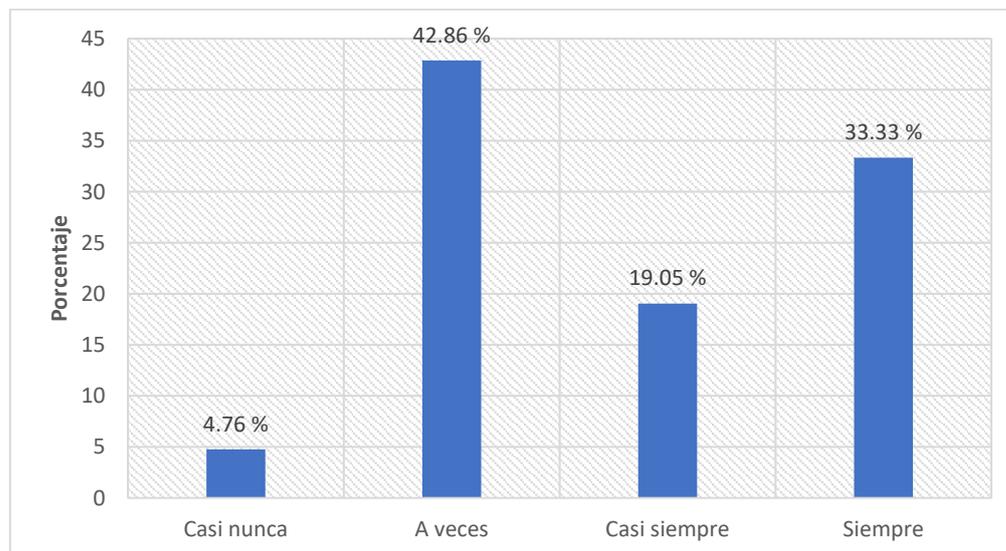


Figura 11. Colaboras en las distintas fases del proceso de producción grafica.

Un arte final no termina con el maquetado visual, es necesario que este archivo cumpla con todas las características necesarias para la producción impresa, especificaciones como el tipo de papel y los acabados, pueden condicionar la entrega a imprenta (G. Ambrose & Harris, 2016). El diseñador debe comprender y ser parte del proceso, considerando especificaciones durante el desarrollo del arte final, en relación al índice de participación de los diseñadores en este proceso, se evidencia que el 42.86% a veces colabora con la producción gráfica, el 33.33% siempre se ve comprometido con este proceso y solo el 4.76% casi nunca considera imprescindible participar. En nuestra región percibimos un trabajo casi separado entre el proceso de producción y el desarrollo del arte final de acuerdo al resultado obtenido en la tabla 11.

Tabla 14

Detección de problemas de ajustes en una pieza grafica.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	1	4,8	4,8	4,8
A veces	7	33,3	33,3	38,1
Casi siempre	8	38,1	38,1	76,2
Siempre	5	23,8	23,8	100,0
Total	21	100,0	100,0	

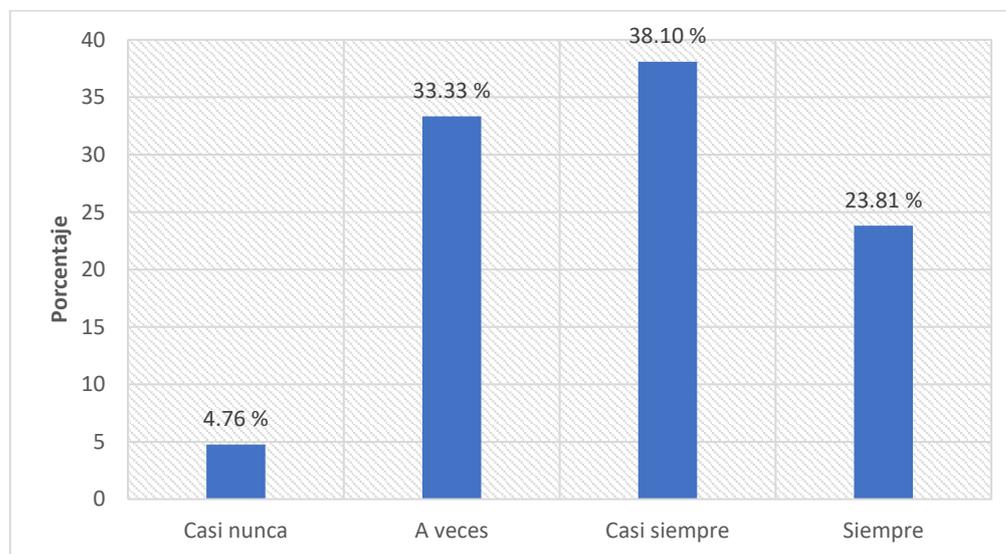


Figura 12. Detección de problemas de ajustes en una pieza grafica.

En el marco teórico se advierte sobre el proceso gráfico entendiéndolo como un proyecto de comunicación visual, considerando a los tres protagonistas (emisor, mensaje, receptor) se establecen tres etapas principales. En la encuesta planteada a los diseñadores el 38.10% casi siempre detecta problemas de ajustes en las fases del proceso gráfico, el 33.33% a veces, el 23.81% siempre advierte dificultades y el 4.76% casi nunca. Podemos concluir que en la región Puno que la gran mayoría de los diseñadores aún no está acostumbrado a detectar problemas de ajustes del proceso gráfico.

Tabla 15

Necesidad de dividir el trabajo en diferentes etapas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	0	0	0	0
A veces	7	33,3	33,3	33,3
Casi siempre	10	47,6	47,6	81,0
Siempre	4	19,0	19,0	100,0
Total	21	100,0	100,0	

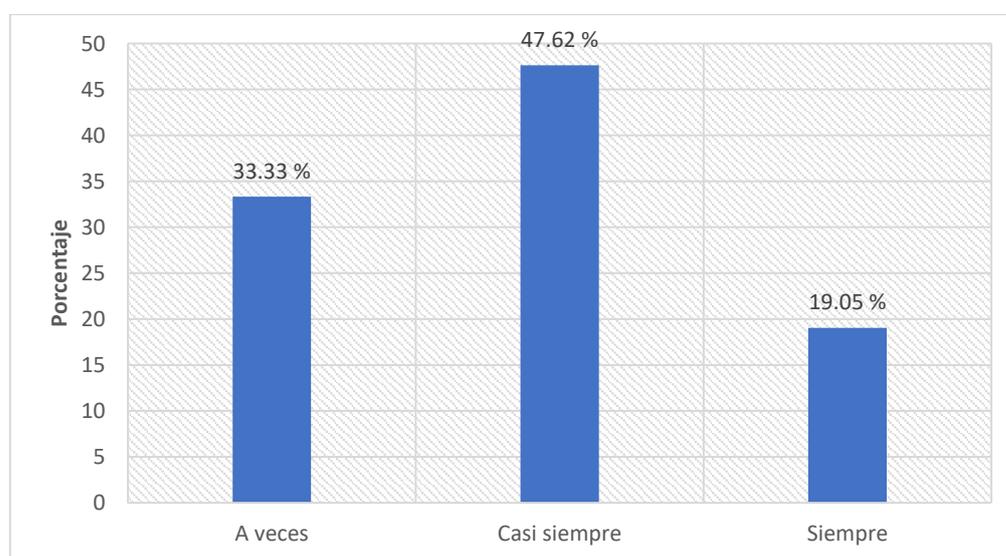


Figura 13. Necesidad de dividir el trabajo en diferentes etapas.

Con relación a la pregunta si consideran necesario dividir el trabajo en distintas etapas, los diseñadores gráficos respondieron: el 47.62% de los encuestados casi siempre separan el desarrollo de un proyecto gráfico en distintas etapas, mientras que para el 33.33% a veces es imprescindible dividir el proceso y el 19.05% siempre distingue las fases. El diseñador gráfico se encarga de resolver problemas de comunicación, y como notamos en la tabla 13 comienza su trabajo advirtiendo distintas fases que ayuden al funcionamiento y transmisión del mensaje.

Tabla 16

Desarrollo del briefing.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	0	0	0	0
A veces	7	33,3	33,3	33,3
Casi siempre	8	38,1	38,1	71,4
Siempre	6	28,6	28,6	100,0
Total	21	100,0	100,0	

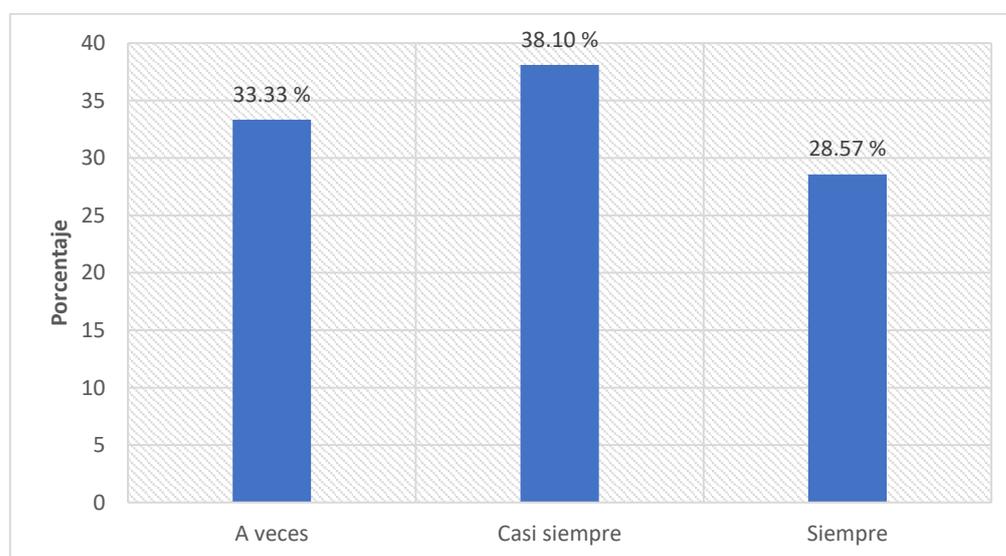


Figura 14. Desarrollo del briefing.

Existe la creencia generalizada de que el diseñador desarrolla su trabajo en el momento que el cliente le trasmite el problema de comunicación a resolver, sin embargo, es necesario plantear un análisis de las necesidades, el concepto que se quiere abordar, el público objetivo; como notamos en el marco teórico la etapa analítica, especialmente el brief puede reducir el tiempo de ejecución y evitar correcciones a fin de orientar adecuadamente el diseño (López, 2014). En relación a este asunto se les planteo a los diseñadores de la región Puno si consideran indispensable el desarrollo del briefing, los resultados se muestran en la tabla 14, donde el 38.10% casi siempre toma en cuenta esta etapa, el 28.57% siempre lo estima como necesario y el 33.33% a veces toma en consideración el planteamiento de un brief. Uno de los factores se debe a que existe muchos diseñadores que se formaron de manera autodidacta o recibieron algún curso, centrándose en la actividad practica antes que la analítica, lo positivo está en que no es un tema desconocido en la región Puno.

Tabla 17

Aplicación de los principios de percepción visual (Gestalt).

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	6	28,6	28,6	28,6
Casi siempre	10	47,6	47,6	76,2
Siempre	5	23,8	23,8	100,0
Total	21	100,0	100,0	

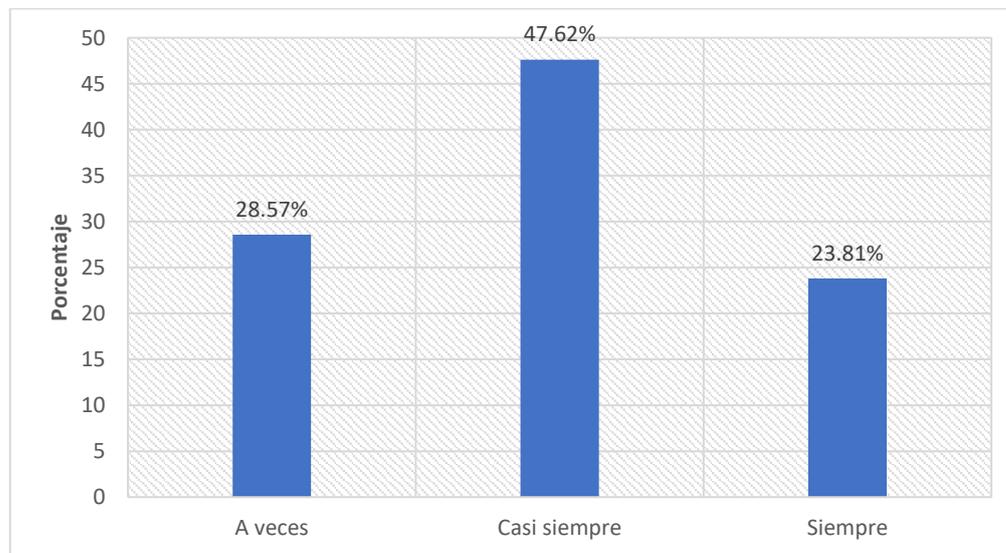


Figura 15. Aplicación de los principios de percepción visual (Gestalt).

En relación a la pregunta si aplican conocimientos de la Gestalt, los diseñadores gráficos respondieron: el 47.62% casi siempre atribuye importancia a las teorías planteadas en la Gestalt, el 23.81% siempre utiliza las contribuciones en relación a la percepción, el 28.57% a veces aplica el pensamiento psicológico sobre la organización perceptual. Con estos resultados se sustenta y confirma la importancia de los principios abordados por esta teoría y su utilidad para los diseñadores de la región Puno.

Tabla 18

Importancia de la selección cromática (esquema armónico).

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	3	14,3	14,3	14,3
Casi siempre	6	28,6	28,6	42,9
Siempre	12	57,1	57,1	100,0
Total	21	100,0	100,0	

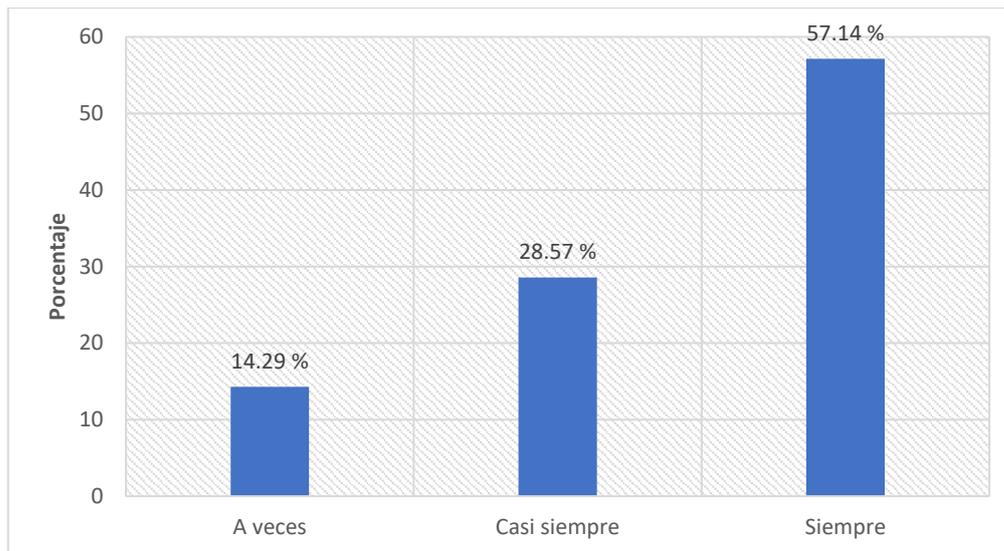


Figura 16. Importancia de la selección cromática (esquema armónico).

De acuerdo a lo planteado en el marco teórico el color resulta imprescindible, pudiendo variar el mensaje de la representación gráfica, posibilita la búsqueda creativa de combinaciones con resultados prácticamente infinitos. A los diseñadores se les planteo la pregunta sobre la importancia de la selección cromática en el desarrollo de proyectos gráficos, los resultados se evidencian en la tabla 16, donde: el 57.14% siempre considera indispensable la selección cromática acorde a la propuesta gráfica, el 28.57% casi siempre y el 14.29% a veces. Sin duda alguna es importante considerar las relaciones de color adecuadas al mensaje o concepto que se desee transmitir, los diseñadores de la región Puno son conscientes del énfasis que se le debe dar al color en sus proyectos gráficos.

Tabla 19

Aplicación de los fundamentos visuales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	4	19,0	19,0	19,0
Casi siempre	9	42,9	42,9	61,9
Siempre	8	38,1	38,1	100,0
Total	21	100,0	100,0	

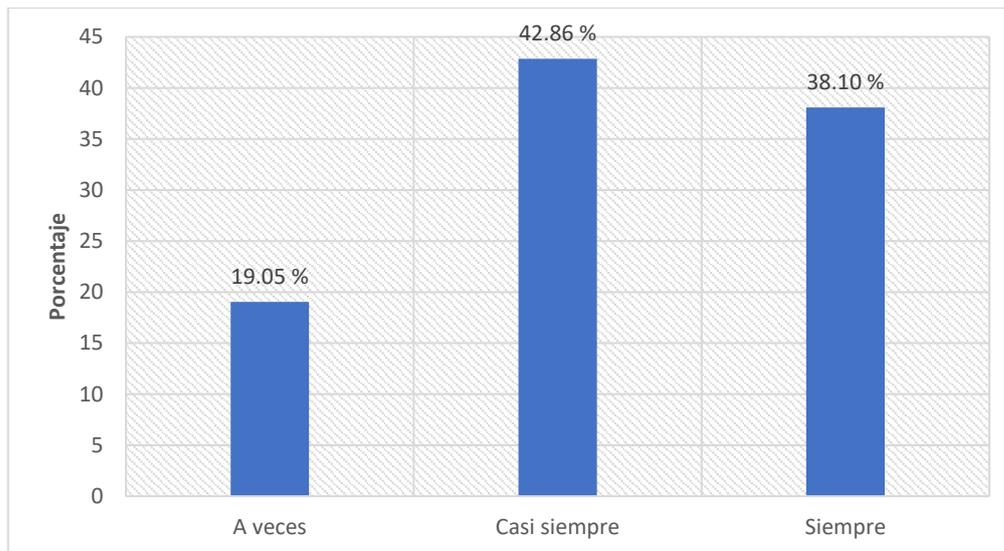


Figura 17. . Aplicación de los fundamentos visuales.

Como se advertía en el marco teórico, el aspecto formal de un arte gráfico es el uso de los fundamentos visuales, permiten experimentar de forma organizada las relaciones y estructuras, generando armonía e interés en la apreciación de la pieza grafica. En relación a la pregunta si aplican y experimentan con los fundamentos visuales, los diseñadores respondieron: el 42.86% casi siempre utiliza los fundamentos visuales al crear sus diseños, el 38.10 % siempre y el 19.05% a veces aplica la teoría del lenguaje visual. Considerando los resultados podemos afirmar que en la región Puno la condición practica del diseño está asociada al entendimiento de la gramática visual, mejorando la expresión gráfica y relacionándolo con las necesidades del consumidor.

Tabla 20

Utilidad de los principios del diseño.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	4	19,0	19,0	19,0
Casi siempre	6	28,6	28,6	47,6
Siempre	11	52,4	52,4	100,0
Total	21	100,0	100,0	

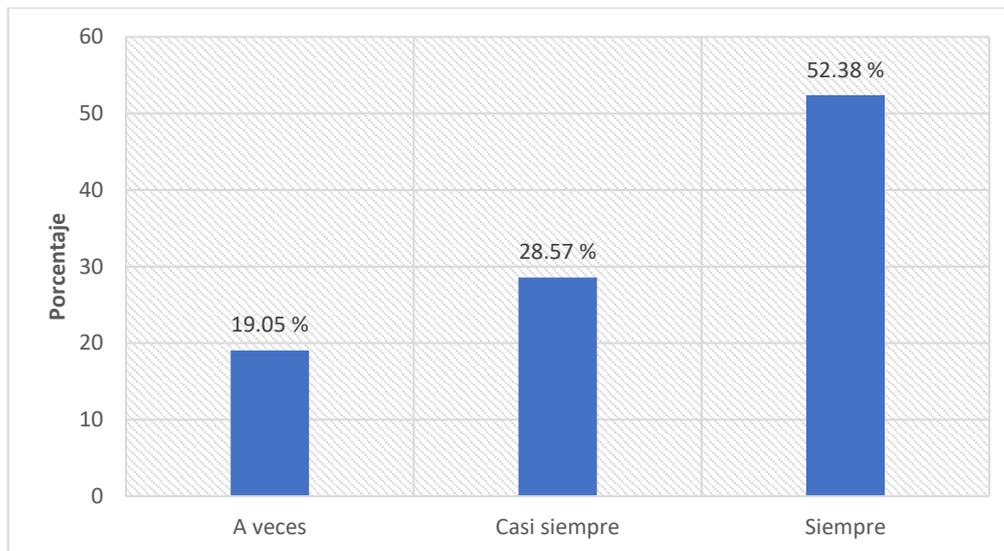


Figura 18. Utilidad de los principios del diseño.

En relación a los principios del diseño (jerarquía, ritmo, contraste), según la tabla 18 los diseñadores respondieron: el 52.38% siempre utiliza los principios del diseño en cuanto a valores compositivos se adopte, el 28.57% casi siempre aprovecha estos elementos y el 19.05% a veces emplea tales recursos. Dentro del acto perceptivo estos planteamientos teóricos, ayudan a disfrutar de la experiencia visual-óptica, como lo señala Joan Costa desarrollan el pensamiento visual, manifestándose en la memoria del colectivo perdurando en el tiempo, considero que el diseño gráfico en la región Puno se consolida más allá de la fascinación particular.

Tabla 21

Capacidad de manejar todas las herramientas tecnológicas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	20	95,2	95,2	95,2
No	1	4,8	4,8	100,0
Total	21	100,0	100,0	

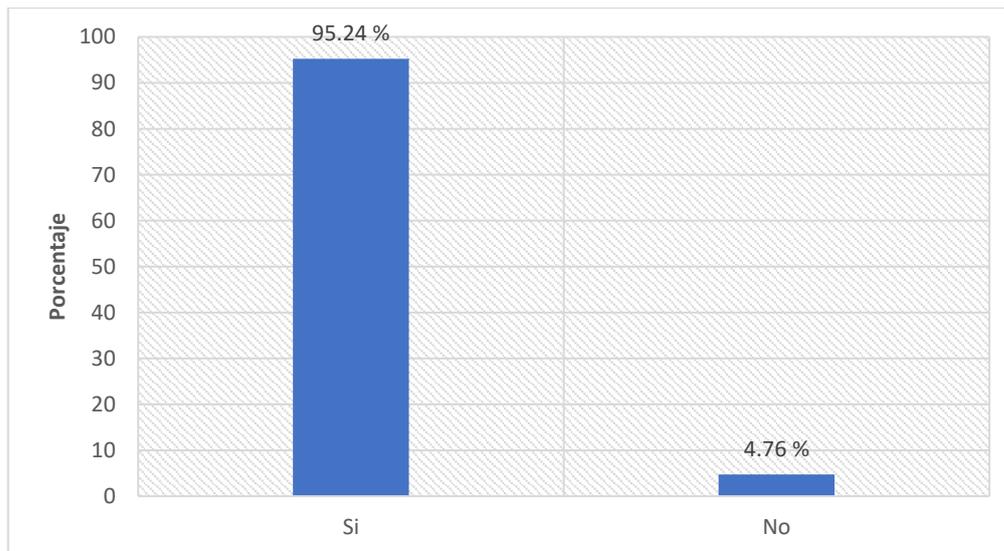


Figura 19. Capacidad de manejar todas las herramientas tecnológicas.

Alcanzar un producto visual no solo requiere de una preocupación por los fundamentos, el diseño gráfico se caracteriza por ser pragmático, su apego a la ejecución de actividades prácticas es una de las consideraciones importantes como lo señalan los diseñadores en la tabla 19, cuando se les pregunta sobre la capacidad de manejar herramientas tecnológicas: el 95.24% de los encuestados si consideran indispensable tener tales aptitudes y solo el 4.76% respondió que no es imprescindible. Esta inclinación hacia la práctica y su aparente aversión a la teoría por parte de algunos, viene por ser una disciplina muy cercana a la práctica pictórica, muchos artistas cumplían con esa función, situación que se ve reflejada actualmente.

Tabla 22

Uso de software especializado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	0	0	0	0
Si	21	100,0	100,0	100,0

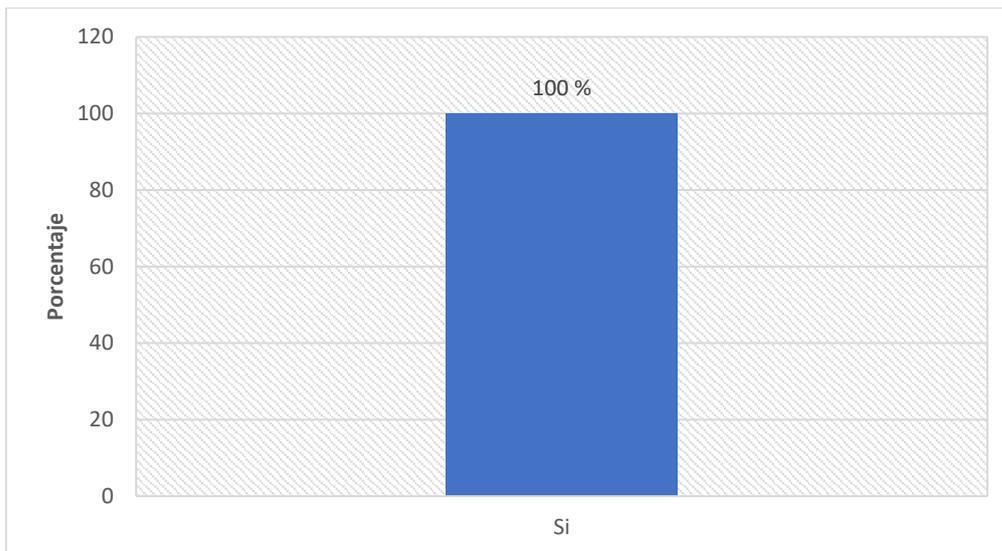


Figura 20. Uso de software especializado.

Con relación a la pregunta si posee destreza en el manejo de software para el diseño gráfico el 100% considera tener habilidades y dominio de estas herramientas. Sin duda alguna es importante el conocimiento del software para ayudar a la eficiencia el desarrollo de proyectos creativos. Dada la evolución constante a un ritmo marcado por los continuos avances tecnológicos, resulta indispensable estar actualizado de forma permanente.

Considerando las distintas opciones de elección de software para el desarrollo de proyectos gráficos y las características y posibilidades que nos ofrecen, es necesario conocer la preferencia de los diseñadores gráficos de la región Puno, sujetos a usabilidad y costo de licencia de los aplicativos más populares en el sector gráfico.

Tabla 23

Uso de Adobe Photoshop.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	0	0	0	0
Si	21	100,0	100,0	100,0

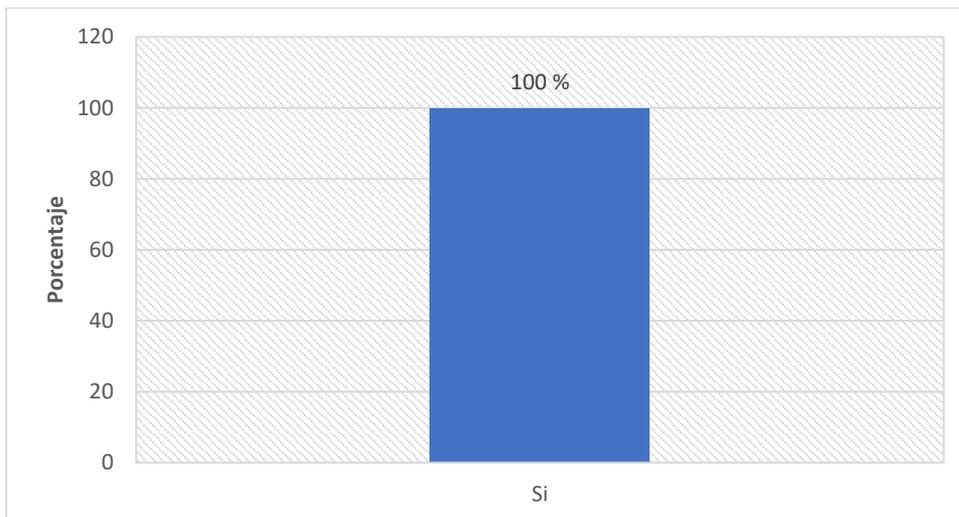


Figura 21. Uso de Adobe Photoshop.

Con relación a la pregunta si utilizan Photoshop durante el desarrollo del proyecto de diseño, el 100 % de los encuestados si utilizan esta aplicación, esto nos demuestra el nivel de popularidad del software, debido a su funcionalidad y la manera ágil de crear o modificar contenido, siendo utilizado para casi todos los campos del diseño.

Tabla 24

Uso de Adobe Illustrator.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	18	85,7	85,7	85,7
No	3	14,3	14,3	100,0
Total	21	100,0	100,0	

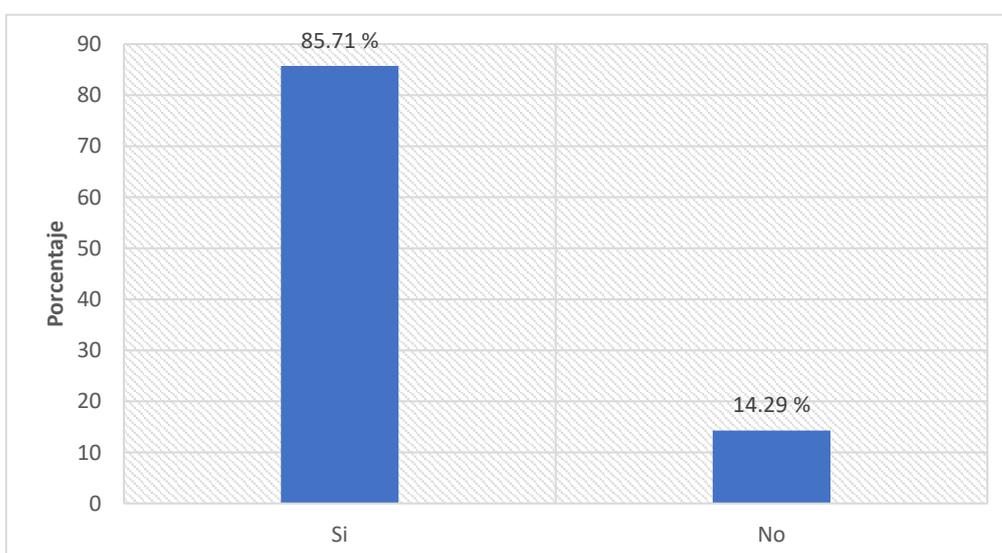


Figura 22. Uso de Adobe Illustrator.

En relación a la pregunta si usan adobe illustrator durante el desarrollo de un proyecto de diseño, el 85.71% de los diseñadores respondieron que si utilizan esta aplicación y el 14.29% no lo considera imprescindible, a diferencia de Photoshop este software permite crear y editar vectores, nos brinda una serie de funciones que no se encuentran en otros competidores, sin embargo, aún no es del todo popular al menos en nuestra región Puno.

Tabla 25

Uso de Corel Draw.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	0	0	0	0
Si	21	100,0	100,0	100,0

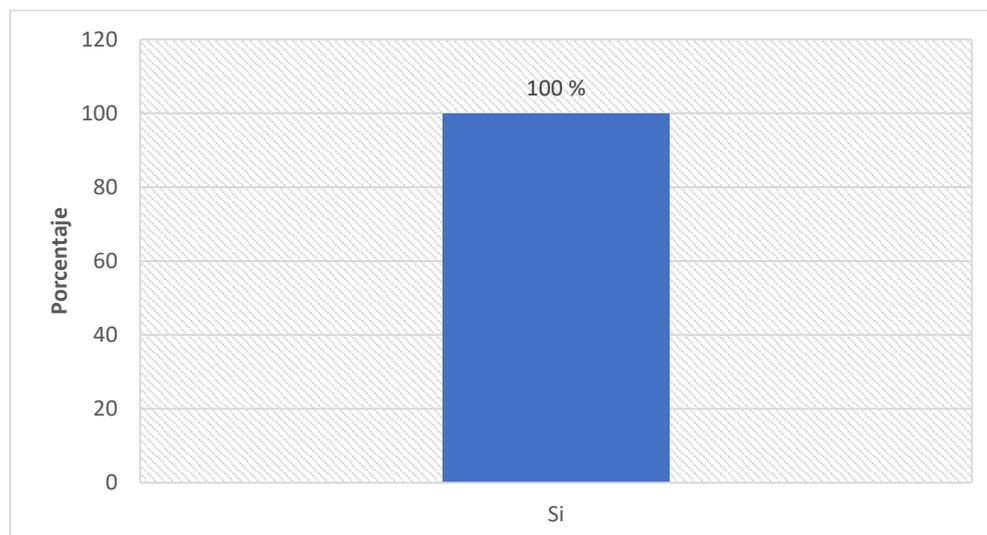


Figura 23. Uso de Corel Draw.

En la tabla 23 podemos observar los resultados de la pregunta si usan corel draw en el desarrollo de un proyecto de diseño, el 100% de los diseñadores respondieron que, si utilizan con frecuencia este software, en funcionalidad es muy parecido a adobe illustrator, debido a que nos brinda herramientas de creación y edición vectorial, los diseñadores de la región Puno se identifican con mejor con esta aplicación vectorial, gracias a que por mucho tiempo el flujo de trabajo ha estado muy relacionado con el diseño.

Tabla 26

Uso de adobe indesing.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	14	66,7	66,7	66,7
No	7	33,3	33,3	100,0
Total	21	100,0	100,0	

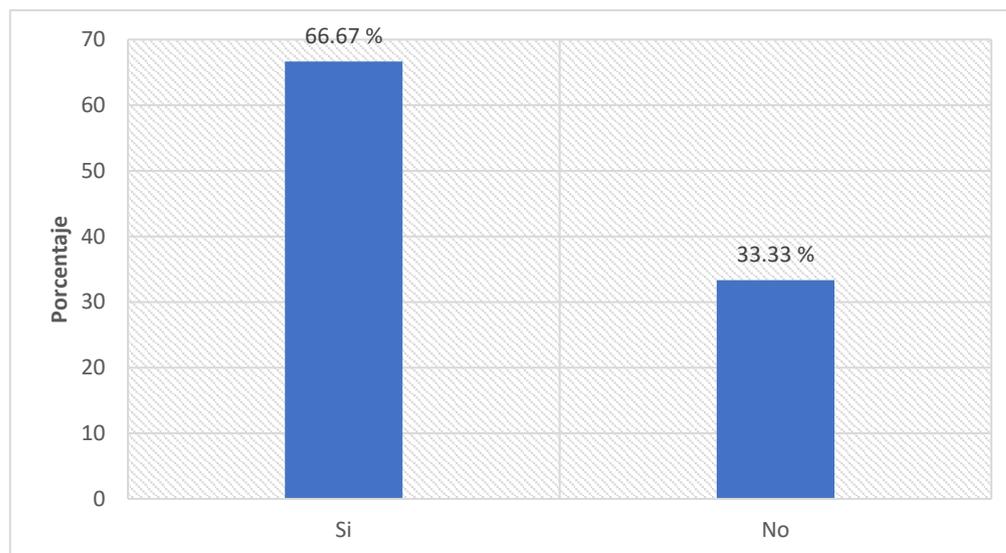


Figura 24. Uso de adobe indesing.

Con respecto a la pregunta si usan Adobe InDesign en el desarrollo de un proyecto de diseño, los encuestados respondieron: el 66.67% si utiliza este software, mientras que el 33.33% refiere que no es necesario dentro de su flujo de trabajo. Esta aplicación es popular por la facilidad para maquetar y diagramar documentos extensos, pese a este detalle en nuestra región aun no es del todo popular, debido a una de las ventajas competitivas de Corel Draw recae en su funcionalidad hibrida, posibilitando realizar proyectos de ilustración y diagramación, aunque no tiene todas las herramientas especializadas como la opción de Adobe InDesign.

4.3 Determinar el uso de los fundamentos visuales en los afiches publicitarios de los diseñadores de la región Puno.

No existe un consenso claro en cuanto al método idóneo para el análisis de piezas gráficas, resultaría equivocado si aplicamos el mismo estudio en el análisis de una pintura, la diferencia se encuentra en la funcionalidad y el carácter persuasivo del

diseño. Se realizó una adaptación de la crítica del diseño de Flores, los fundamentos planteados por Wong y el lenguaje visual de Ambrose, considerando un esquema de análisis dividido en tres etapas: juicio funcional, descripción formal (composición, tipografía, color, imagen, jerarquía, Gestalt) y descripción conceptual.

Análisis gráfico 1



Figura 25. Afiche promocional Virgen de la Candelaria 2017
Fuente: Archivo de Víctor Neira

a) Juicio funcional

El afiche presentado por Víctor Neira cumple el objetivo comunicacional que es promocionar la festividad de la Virgen de la Candelaria, cabe resaltar que el producto visual se desarrolló por encargo de una organización, no se trata de un trabajo libre. Según Flores los proyectos de diseño gráfico se pueden clasificar en dos: Los productos que son solicitados específicamente por un promotor, bajo parámetros concretos y en donde el diseñador no tiene margen de influir en el contenido ni en el tipo de mensaje.

Por el otro lado están los productos libres en los que el diseñador tiene toda la libertad, tanto intencional como creativa, para generar el producto.

b) Descripción formal



Figura 26. Esquema de análisis para la figura 25.

Composición: El afiche está conformado en la regla de los tercios. Al crear la división de las líneas 1, 2, 3, 4 obtenemos las guías de apoyo. Así notamos que la figura de la virgen de la candelaria se encuentra en el cuadrante central superior, la línea 1 coincide con el horizonte planteado para las figuras de danzas, generando tensión vertical. Al crear líneas imaginarias 5 y 6, observamos un triángulo con dirección ascendente, reforzando el sentido mágico religioso de la festividad.

Tipografía: Al ser un afiche promocional no encontramos saturación con respecto al número de tipografías empleadas, se utilizó 2 tipografías: una para la denominación de la festividad y el otro para la especificación de la temporalidad del evento.

Color: Pese al uso de fotografías de danzas no se observa una saturación con la cantidad de colores, toda la imagen esta equilibrada dentro de la tonalidad azul, reforzando el concepto de fidelidad y devoción a la Virgen Candelaria.

Imagen o fotografía: El conjunto general está formado por varias fotografías unidas por fotocomposición.

Jerarquía: Considerando la importancia de la festividad de la virgen de la candelaria, su imagen tiene un orden jerárquico primordial, los danzarines en segundo nivel de importancia destacando la figura del ángel, generando ritmo, la tipografía presente alcanza un tercer lugar de interés, destacando las imágenes antes que el texto.

Gestalt: Juzgando por la disposición de los elementos notamos que usa los principios de la percepción, centrándose en la agrupación para destacar elementos principales.

c) Descripción conceptual

En términos de estética el afiche sometido a juicio, es atractivo no solo por la virtuosidad de la disposición de los elementos o de la elección de las fotografías, sino también el hecho que ha sido diseñado con aciertos en la elección cromática, compositiva y de percepción que resulta agradable el apreciarlo.

Si bien existe buena disposición de elementos, en lo que respecta a innovación no observamos aportes que antes no se haya visto. Para soportar este juicio bastaría con comparar afiches de la festividad de años anteriores, consecuentemente se notaría el parecido.

El nivel de abstracción que presenta es mínimo, los elementos empleados son reconocibles al ser fotografías capturadas de la realidad.

Análisis gráfico 2



Figura 27. Afiche promocional para calendarios
Fuente: Archivo calendarios Imprenta Lucero - Juliaca

a) Juicio funcional

El afiche cumple con el objetivo comunicacional, promociona de forma clara el mensaje.

b) Descripción formal



Figura 28. Esquema para el análisis de la figura 27

Composición: El afiche promocional de los calendarios lucero está conformado por la regla de los tercios, para su entendimiento se dividió por las líneas 1, 2, 3 y 4, la fotografía principal se encuentra en el lado izquierdo generada por la línea 3, el texto promocional se ubica en el cuadrante central y derecho superior. Estas líneas imaginarias sostienen visualmente el texto y las fotografías.

Tipografía: Con respecto al texto, aparecen 4 tipografías, los de mayor tamaño son de tipo san serif y el eslogan alusivo es caligráfico. Aunque parecieran iguales la anatomía de las letras difieren en forma, el uso de familias tipográficas similares logra integrarse y no caen en el abuso de variedad tipográfica.

Color: Aunque existe variedad tonal, son tres los tonos elegidos: magenta, azul cian, y anaranjado. El color magenta del texto lucero genera tensión y dinamismo con el traje de

la fotografía principal, un aspecto similar ocurre con el color del agua de la zona inferior con el texto calendario y las imágenes circulares con el texto catálogo. A juzgar por el esquema armónico tenemos una paleta triádica.

Imagen o fotografía: Las fotografías empleadas son diferentes motivos, compuestas en términos cromáticos, no existe esfuerzo en fotocomponerlas y crear una atmosfera real, se las presenta como collage.

Jerarquía: En referencia al orden de lectura, se colocó las letras A, B y C como guía de apoyo para su identificación. El texto principal y la fotografía de mayor tamaño parecieran estar en un primer nivel jerárquico, por el tamaño y tonos triádicos, esta diferencia mínima no parece molestar por la disposición extrema de la fotografía. El siguiente nivel los vemos representado por la letra B, las fotografías enmascaradas en un círculo. Y la letra C determina el tercer nivel de importancia, encontrándose fotos de atmosfera.

Gestalt: Los principios perceptivos son usados idóneamente, destacando el de semejanza y separación.

c) Descripción conceptual

En términos de la tipología estética, el afiche es atractivo visualmente no solo por el uso de elementos compositivos, color tipografía y jerarquía, mucho se debe a la fotografía de la danzarina debido a que la imagen femenina es el componente principal en la publicidad.

El afiche no es del todo innovador, debido al parecido con otros modelos de publicidad de calendarios.

En referencia a la abstracción, podemos percibir que todos los elementos son objetos reales, las figuras iconográficas de la parte superior, guardan relación con sentido minimalista, pero están presentes como objetos decorativos. Por lo que la abstracción prácticamente desaparece.

Análisis gráfico 3



Figura 29. Afiche promocional festi folk 2022 – Puno.
Fuente: Archivo de la Municipalidad de Puno

a) Juicio funcional

El afiche promocional de festi folk, cumple con su función comunicacional, aunque no precisa de forma clara el tipo de evento.

b) Descripción formal



Figura 30. Esquema para el análisis de la figura 29.

Composición: El afiche promocional Festi Folk esta enfocada en la regla de los tercios, para el apoyo visual se crearon las líneas 1, 2, 3 y 4, percibimos que el diseño en general se encuentra equilibrado y balanceado al centro, denotando estabilidad, la ubicación del texto principal se encuentra en la primera sección superior apoyada por la línea 2, la imagen representativa de la plaza principal de la ciudad de Puno se ubica en la sección inferior delimitada por la línea 1, la imagen de la iglesia coincide en el cuadrante central inferior; esta distribución genera una tensión dinámica, al mismo tiempo la neutraliza para reforzar el sentido de unidad.

Tipografía: En relación al texto notamos que se nos presenta cuatro tipografías diferentes, el título principal Festi Folk pareciera ser el logo de la marca, debido a la característica muy cercana al lettering de un reconocido artista peruano Ellio Tupac, el slogan del evento aparece con una tipografía caligráfica, el texto restante está dentro de la tipografía san Serif denotando seriedad.

Color: El esquema armónico que se utiliza es la analogía al tono rojo, destacando este como color principal, existe relación entre el motivo del evento, las fiestas patrias con el tono seleccionado. Existe un tono complementario, el verde presente en la fotografía que ayuda con la secuencialidad de la lectura visual, este tono se usa como acentos para no perder el interés en la fotografía a blanco y negro.

Imagen o fotografía: El recurso visual utilizado es la fotografía, recreada a modo de ilustración, debido a la conversión a blanco y negro a excepción de los árboles, la cinta ayuda a reforzar la presencia de la catedral de Puno.

Jerarquía: Como ayuda visual se utilizó letras alfabéticas para orientan el orden de lectura visual, el primer nivel jerárquico se ubica en el texto principal, la fotografía en un segundo orden, aportando al mismo tiempo tensión al texto Perú, el slogan y apartado informativo en el tercer lugar de prioridad y como ultimo nivel de lectura los logos de los grupos musicales participantes de este evento.

Gestalt: En relación al tema existe una aplicación de los principios perceptivos como simetría, proximidad, continuidad, que ayudan a reforzar el sentido integrador de afiche cometido a juicio.

c) Descripción conceptual

Con relación a la estética, es agradable visualmente por el uso de elementos formales y perceptivos, recreando una fotografía como ilustración, utilizando el acento selectivo del color, así como el contraste que ayuda a destacar elementos.

En lo que respecta a innovación, se puede decir que es un estilo relativamente nuevo, aunque como técnica ya se conoce en fotografía, en relación al blanco y negro y el desaturado selectivo.

El nivel de abstracción que presenta el trabajo que analizamos claramente es bajo. Los detalles son definidos, por lo que la abstracción prácticamente desaparece.

Análisis gráfico 4



Figura 31. Portada de los carpeteros del carnaval del distrito de San Miguel.
Fuente: Archivo del diseñador Roy Choque

a) Juicio funcional

La propuesta gráfica sometida a juicio es parte de la portada del folder usado en el desarrollo del concurso de danzas en las fiestas del carnaval del distrito de San Miguel de la provincia de San Roman, el proyecto responde a la función comunicacional de presentar un organizador de documentos con motivos de la festividad antes citada.

b) Descripción formal



Figura 32. Esquema para el análisis de la figura 31.

Composición: En la propuesta grafica observamos una disposición de elementos en función a la regla de los tercios, que se evidencian por las líneas de apoyo 1, 2, 3 y 4, la estructura del espacio esta dividido considerando la división que genera la línea 1, las fotografías se ubican entre las líneas 1 y 2 ocupando un tercio del espacio, encontramos una distribución simétrica, equilibrada generando estabilidad y sobriedad, el dinamismo se le atribuye al color y las líneas de apoyo generadas por el fondo y el tipo de desenfoque aplicada a las fotografías.

Tipografía: Podemos evidenciar hasta 4 tipografías empleadas, el titulo tiene un tipo de letra caligráfica, el slogan contiene 3 familias tipográficas todas san serif, diferenciadas por la anatomía tipográfica.

Color: Debido al motivo festivo del proyecto gráfico podemos notar un gran colorido, sin embargo, el tono rojo y amarillo pardo son los principales en la estructura, consideremos entonces una estructura armónica triádica, por la presencia de tonos azules.

Imagen o fotografía: Las imágenes utilizadas están relacionadas al objetivo del diseño, se presentan fotografías de danzas autóctonas, mestizas y luces, también se incluyen elementos decorativos simplificados en formato vectorial.

Jerarquía: El recorrido visual inicia con la sección central, donde se ubican las fotografías, identificada con la letra A, en segundo nivel observamos el slogan del diseño, letra B, finalmente en tercer nivel jerárquico ubicamos el título del diseño, letra C.

Gestalt: Los principios perceptivos se encuentran relacionados con la disposición de elementos como: dirección común en las líneas del fondo y el desenfoque, simetría en la disposición igual si trazamos una línea central vertical, continuidad por el orden jerárquico, agrupación y semejanza por la ubicación de las fotografías y elementos complementarios.

c) Descripción conceptual

En relación a la estética del proyecto sometido a juicio, podríamos clasificarlo dentro de lo bonito, tomando en cuenta el tipo de imágenes utilizadas, que reflejan la realidad.

El diseño no contiene elementos innovadores debido a que no aporta nada que no haya sido visto antes, las fotografías y el uso de los recursos visuales son reciclados, según los parámetros de Flores y Balderrama.

Al representar la realidad de manera definida, observamos un nivel de abstracción bajo, el diseño toma formas concretas de fácil reconocimiento.

Análisis gráfico 5



Figura 33. Afiche promocional de la feria del libro y la lectura.
Fuente: Archivo de la diseñadora Delia Flores

a) Juicio funcional

El diseño cometido a análisis, aborda con claridad su función comunicacional, promocionar la feria del libro y la lectura.

b) Descripción formal



Figura 34. Esquema para el análisis de la figura 33.

Composición: La organización visual de los elementos gráficos están dentro del esquema de proporción dorada del que se desprende la espiral aurea, como ayuda visual se trazó la línea 1, la armonía y ritmo proporcional genera un recorrido visual que inicia coincidentemente con el punto dorado, zona que privilegiadamente se ubican la fotografía de niños, se utiliza formas circulares para continuar con la figura de la espiral, guardando unidad entre los elementos, orientándose en dirección de la línea.

Tipografía: El contenido textual utiliza 4 tipos de fuente tipográfica, encontramos dos textos caligráficos, presente en el título y el slogan final del diseño, el resto corresponde a la tipología san serif. El tamaño de la fuente disminuye con relación al nivel de importancia. Con relación a la elección de la tipografía trasmite eficazmente el significado intelectual y emocional.

Color: La elección tonal es el verde y sus análogos, hace uso de su color complementario a modo de acento y contraste apoyando el dinamismo, la legibilidad entre fondo y texto se logra gracias al contraste. Existe una correcta elección armónica.

Imagen o fotografía: La fotografía utilizada guarda relación con la función comunicacional, las imágenes de apoyo corresponden a vectores. Aunque la imagen no guarda relación con el contexto, podemos presumir que se usó una imagen de stock, debido al presupuesto limitado del proyecto.

Jerarquía: El orden de lectura del diseño publicitario inicia con las imágenes, representadas con la letra A, continua con el texto principal del motivo, letra B, la descripción del motivo comunicacional ocupa un tercer orden jerárquico, letra C, el emisor como el texto de apoyo están en el último nivel de lectura.

Gestalt: Considerando en aspecto visual podemos asegurar que se usó los principios perceptivos de proximidad, semejanza, dirección común, elementos que refuerzan la función comunicacional del motivo de diseño.

c) Descripción conceptual

El diseño es atractivo, posee características perceptivas y de organización visual demostrando la solución técnica de su función comunicacional, podemos clasificarlo como un motivo dentro del parámetro de lo bonito.

La innovación que posee es reciclada, debido a que no aporta nada que no haya sido visto antes, lo rescatable es el uso de un esquema compositivo poco usual.

El nivel de abstracción que evidencia es claramente bajo, los elementos utilizados con reconocibles, con tendencia a la representación realista.

Análisis gráfico 6:

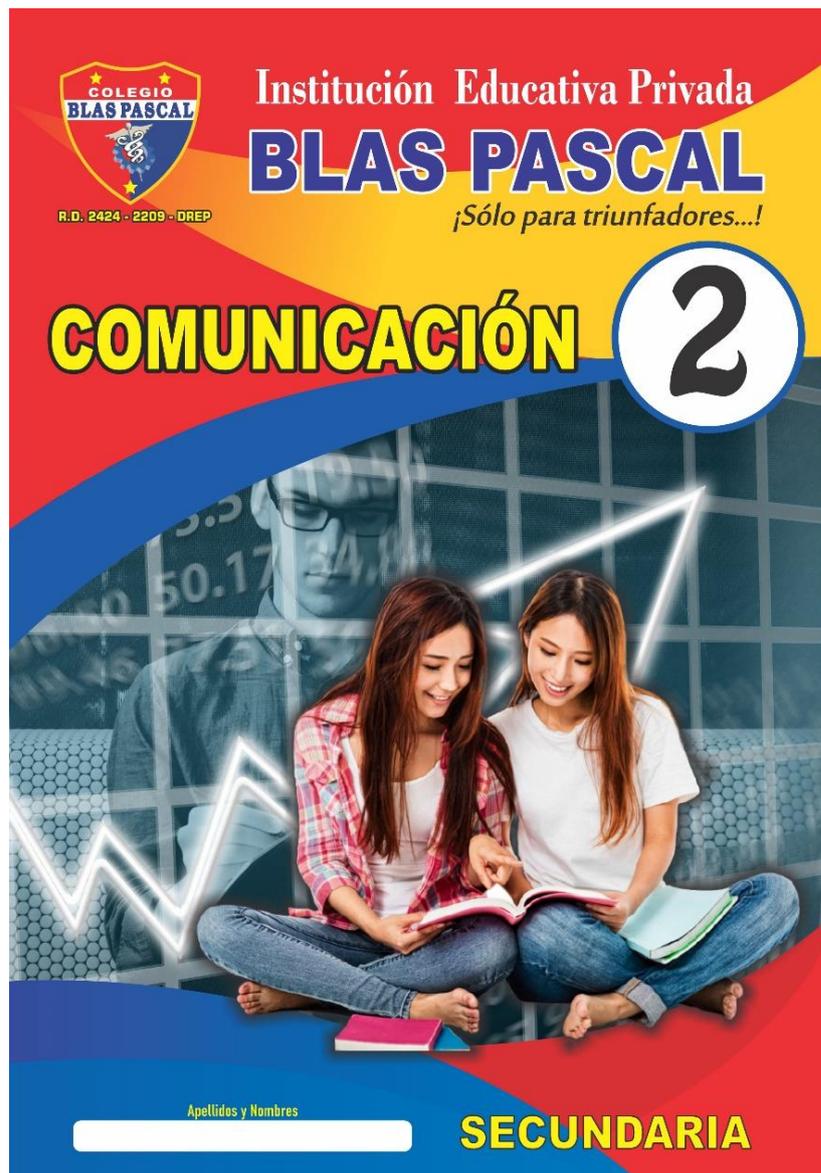


Figura 35. Tapa del portafolio de estudiante.
Fuente: Archivo del diseñador Alcides Colquehuanca

a) Juicio funcional

El diseño sujeto a análisis, corresponde a la portada del portafolio de los estudiantes de secundaria, podemos afirmar que cumple con el objetivo comunicacional, ya que responde a las especificaciones del promotor y presenta de forma clara en mensaje y el propósito.

b) Descripción formal



Figura 36. Esquema para el análisis de la figura 35.

Composición: La propuesta grafica utiliza la regla de los tercios para organizar los elementos visuales, se añadieron las líneas 1, 2, 3 y 4 como ayuda visual para su mejor entendimiento, el formato es vertical, en cuanto a la división del espacio utiliza la distribución de tres áreas (grande, mediano y pequeño). La imagen se ubica en un punto de interés producto de la intersección de la línea 1 y 4. Los textos principales se ubican en la división superior formada por la línea 2, para generar dinámica y movimiento emplea formas onduladas.

Tipografía: Observamos dos tipos de fuente, una familia tipográfica san serif, para el nombre del curso y el nivel, la otra fuente es caligráfica para representar el grado, sobre este último esta tipografía se utiliza para denotar carácter emotivo, no existe relación para optar por este tipo de letra. Con relación al peso tipográfico posee acierto en la disposición del tamaño según la función que se requiere.

Color: El esquema armónico empleado corresponde al triádico conformado por el azul, rojo y amarillo. Pese a la elección de tonos saturados en el fondo, no afecta a la legibilidad, inclusive con el logo la institución, debido al uso de un borde blanco o negro según convenga. La elección de estos tonos provoca una reacción vigorizante.

Imagen o fotografía: La fotografía empleada pertenece a un banco de imágenes, que no corresponden con el público objetivo, es posible que se deba a un ajuste al presupuesto de la institución promotora. Lo ideal sería mostrar fotografías de estudiantes con el uniforme de la institución.

Jerarquía: En relación al recorrido visual comienza por la fotografía, ubicada con la letra A, el texto que refiere al curso se encuentra en un segundo nivel de interés, letra B y termina con el logo de la institución, letra C.

Gestalt: Se evidencia el empleo de los principios de proximidad, continuidad y semejanza en la distribución de elementos visuales.

c) Descripción conceptual

En condiciones de estética el diseño sometido a juicio se clasifica dentro del parámetro de lo bonito, los elementos guardan relación con lo agradable y cotidiano.

El carácter innovador del diseño podemos clasificarlo según Flores y Balderrama como reciclada, los elementos empleados son habituales.

El nivel de abstracción es bajo, debido al uso de características asociadas a la realidad de fácil reconocimiento.

Análisis gráfico 7



Figura 37. Diseño de tarjeta de invitación.
Fuente: Archivo del diseñador Roy studios

a) Juicio funcional

El diseño corresponde a una tarjeta de invitación, cumple su objetivo comunicacional.

b) Descripción formal



Figura 38. Esquema para el análisis de la figura 37.

Composición: Existe dificultades en identificar la guía compositiva, pareciera que utilizo el triángulo dorado, una variación de la proporción aurea, lo característico son las diagonales que genera al dividirlo por las líneas 1, 2 y 3, generando puntos de interés en las intersecciones, la disposición de los elementos se ubican en relación a los espacios de las líneas, la fotografía se ubica en el área izquierda generada en la intersección de la línea 1 y 2, la dirección de la mirada del niño sigue la diagonal generando desviación en el recorrido visual. El título de la invitación se ubica en el triángulo superior, provocando interés, la descripción en el triángulo inferior.

Tipografía: En relación a la elección tipográfica, aparecen 2 tipos de fuente, el nombre del niño corresponde al tipo san serif, otorgándoles estabilidad y solidez, todo el texto restante utiliza una fuente caligráfica, reforzando la condición emotiva del evento, considero que existe acierto en la elección tipográfica y peso a sus distintas secciones.

Color: Selecciona el tono azul y sus variaciones de luminosidad y saturación, como color dominante, existe una relación entre la creencia popular que asocia ese tono a los niños, considero que el promotor condiciono la elección del color. Aparece un tono amarillo dorado para destacar algunos elementos, se asemeja a una armonía complementaria, aunque resulta complicado asociarlo a algún esquema armónico específico.

Imagen o fotografía: Deduzco que la fotografía utilizada hace referencia al homenajeado, la imagen complementaria aparece de un menor tamaño, en relación a la elección emocional del menor.

Jerarquía: Existe dificultad por establecer el elemento principal, la letra A añadida sirve de apoyo visual para identificar los elementos que, en conflicto de interés, la letra B muestra el segundo elemento en relación al recorrido visual, continuando con la letra C y terminando con la letra D, el recorrido visual.

Gestalt: Aunque poco evidente el texto está en una dirección común, por lo que podemos concluir que hace uso de los principios perceptivos.

c) Descripción conceptual

En términos de estética el diseño sometido a juicio está dentro del parámetro de lo bonito, posee elementos atractivos y cautivadores debido a la fotografía empleada.

En relación a la innovación se establece una clasificación reciclada, la mayoría de los diseños con funciones comunicacionales similares tienen semejante apariencia.

Las características del diseño sometido a análisis presentan un nivel de abstracción bajo, los elementos definidos guardan relación con la realidad reconocible, debido al motivo comunicacional.

Análisis gráfico 8



Figura 39. Portada del políptico de aniversario del distrito de Juliaca.
Fuente: Archivo de la Municipalidad de San Román

a) Juicio funcional

El diseño corresponde a la portada del programa general de aniversario de la provincia de San Roman 2022, cumple con su objetivo comunicacional, promociona de forma idónea los principales elementos de identidad cultural de la ciudad calcetera.

b) Descripción formal



Figura 40. Esquema para el análisis de la figura 39.

Composición: El diseño sometido a juicio utiliza la regla de los tercios, como ayuda visual se trazó las líneas 1, 2, 3 y 4, las intersecciones de estas líneas evidencian 4 puntos que corresponden al área utilizada para fotocomponer las fotografías, los centros de atención así como el recorrido visual también corresponden con estos puntos, la intersección de la línea 2 y 3 es utilizada para colocar la imagen del machuaycha, el cruce de la línea 2 y 4, es utilizada para colocar la imagen de la danza PuliPuli característico de esta zona, estas aparecen acompañadas de las principales estructuras arquitectónicas. En los puntos

inferiores generados por la intersección de las líneas 1 y 3 – 1 y 4, se ubican dos elementos que coinciden en forma y perspectiva.

Tipografía: Se han empleado 4 tipografías, dos de ellas corresponde al tipo manuscrito y son utilizadas para nombrar a la ciudad y el motivo del diseño, las fuentes san serif diferenciadas en peso son utilizadas para la información complementaria y de menor tamaño para reducir el orden jerárquico. A pesar de tener 4 tipografías estas no molestan y se saturan en variación.

Color: El esquema armónico corresponde al de una triada, destaca como tono principal el azul, el color apoya a la jerarquía utilizando tonos para destacar elementos de lectura principal.

Imagen o fotografía: Las fotografías utilizadas corresponden a elementos de identidad como las danzas reconocidas como patrimonio cultural, arquitectura local y el ferrocarril símbolo de desarrollo económico y cultural de Juliaca. La selección de imágenes con relación al propósito es adecuada.

Jerarquía: Como ayuda visual se añadieron letras para facilitar su reconocimiento, los puntos generados por las intersecciones de las líneas coinciden con la distribución jerárquica, la letra A es la principal ubicando las danzas y la arquitectura en un primer nivel de lectura, la letra B muestra el segundo nivel de lectura, notamos las imágenes en perspectiva que refuerzan la atención sobre los primeros, en tercer orden se reconoce con la letra C, ubicando el título del diseño, por último el texto complementario, letra D.

Gestalt: En relación al uso de los principios de percepción, enfatiza el diseño basado en proximidad, semejanza y simetría, es evidente en la imagen el equilibrio en la disposición de las figuras y la agrupación de los mismos por temática.

c) Descripción conceptual

En lo referente a lo estético el afiche sometido a análisis califica dentro lo bonito, existe una atractiva fotocomposición, demostrando solución técnica al motivo comunicacional, usando la simetría y proporción para establecer canon de belleza.

Considerando lo planteado por Flores y Balderrama, lo innovador también es aquello que ya existe, pero se presenta transformado y agradable para el espectador de acuerdo al contexto, la forma como se organizó el afiche toma como referencia fotocomposiciones

de reconocidas marcas a nivel nacional, dentro del contexto Puneño es relativamente nuevo, por lo que se puede considerar una categoría innovadora adaptada.

En relación al nivel de abstracción que presenta el trabajo sometido a análisis, es evidentemente bajo. Los elementos involucrados en el diseño son fotografías tomadas de la realidad organizados con tendencia surrealista.

4.4 Discusión de resultados

A partir de los resultados encontrados, se acepta la hipótesis general que determina que, si existe una influencia adecuada de los alcances tecnológicos y teóricos en el diseño gráfico en la región Puno, debido a que se evidencia un nivel de cognitivo idóneo, así como un proceso grafico adecuado y usan acertadamente los fundamentos visuales, así lo evidencian las tablas y figuras de acuerdo a los objetivos planteados.

Con relación al nivel cognitivo de los diseñadores gráficos, la formación profesional que realizaron para trabajar en el sector fue preferentemente en institutos, centros de capacitación eventual y universidades, además existe un porcentaje alto de diseñadores que no realizaron estudios superiores, esto se debe a la predilección por el saber hacer elemento fundamental en el ejercicio de la profesión, tal como lo manifiesta Moszkowicz (2013). La población dedicada al diseño es relativamente joven, los índices de experiencia laboral así lo demuestran, según Costa (2001) el diseñador joven se centra exclusivamente en la práctica específica de su disciplina, valorando la experiencia como principal medio para adquirir conocimientos y desarrollar herramientas de gestión en diseño.

El trabajo del diseñador está centrado en la imprenta, pero existe un crecimiento por el trabajo freelance (trabajo independiente), así lo demuestra los resultados de la encuesta aplicada, mostrando un 33% de profesionales trabajando de esta manera. Zetina (2011) también encuentra una relación similar, cada vez son más los profesionales que se deciden por el emprendimiento de diseño como freelance de manera individual o en forma de un pequeño estudio, en el cual el mismo diseñador es quien, además de la labor práctica de la profesión, se ve en la necesidad de desarrollar un proceso grafico colaborativo y eficaz.

Respecto a la segunda hipótesis específica, de acuerdo a los datos obtenidos se observa que los diseñadores gráficos de Puno son profesionales capacitados en el manejo de métodos y herramientas en la solución de problemas comunicacionales, además existe una creciente preocupación del diseñador por comprender la necesidad de adecuar el

procedimiento gráfico tecnológico de acuerdo a estándares del sector gráfico industrial, promoviendo la gestión adecuada de la misma. Se debe entender el ejercicio del diseño como un ejercicio inter y multidisciplinario, que se enriquece y enriquece a otras disciplinas y áreas, como la fotografía. Se refuerza con la postura de Ramírez et al. (2017), quienes hablan de la profesión del diseñador gráfico como capacidad de incorporarse en equipos de trabajo interdisciplinar, con conocimientos de alto nivel que puede realizar aportaciones en beneficio de la sociedad, y que, a su vez, sea parte de la dinámica y constante construcción visual de la arquitectura urbana.

En las diferentes etapas de un proceso de diseño, el contacto con el cliente es constante y estrecho, o al menos debería serlo, para mantener una buena comunicación entre ambas partes en el desarrollo de un proyecto Zetina (2011). Existen diversas herramientas que pueden ayudar a crear un vínculo de confianza entre estas, el desarrollo del briefing es una alternativa. Sobre el brief de diseño, el 52% de los profesionales entrevistados consideran que es una herramienta funcional, requiere tener conocimiento y experiencia en el manejo de esta información, permite clarificar las necesidades del cliente que en muchas ocasiones no tiene la capacidad de expresar lo que quiere, y está limitado a su visión del diseño, esta realidad es similar a lo presentado por Borja (2018).

En relación a la última hipótesis específica, se confirma el enunciado, de acuerdo al análisis desarrollado sobre los afiches de los diseñadores en la región Puno se observa un uso acertado sobre el manejo teórico de los fundamentos visuales en el ejercicio de su trabajo, la preocupación por desarrollar una estética visual ha generado condiciones para un aprendizaje en el manejo de su lenguaje visual, estos datos guardan relación con los resultados de Campos (2010). En muchos casos los diseñadores visuales usan los colores de manera arbitraria e inconexa con las significaciones culturales que le otorgan los receptores, además de no existir la estandarización de colores corporativos (pantone).

CONCLUSIONES

El nivel cognitivo de los diseñadores gráficos de la región Puno es idóneo, existe en el sector un porcentaje elevado que no realizó estudios académicos, consecuentemente trabaja de manera autodidacta, asimismo la mayoría de ellos desarrolla cursos de capacitación y especialización de forma esporádica, pese a que el índice de experiencia laboral es reciente y su preferencia se enfatiza en las imprentas gráficas. Podemos notar que la participación en actividades conexas a su trabajo es mínima, centrándose en el proceso práctico de diseño.

El proceso gráfico tecnológico que usan los diseñadores de la región Puno es adecuado, la mayoría de ellos participan en la producción y el proceso gráfico, dividiendo el trabajo en distintas etapas, además de considerar importante la gestión de documentos en la etapa analítica. Durante el desarrollo del proyecto la mayoría de los diseñadores utilizan la psicología perceptiva, color, forma, principios de diseño. La preferencia por el uso de la aplicación de Corel Draw y Photoshop es muy alta, mientras que Illustrator e Indesign es de medio alto.

Los diseñadores gráficos de la región Puno usan acertadamente los fundamentos visuales en la creación de sus afiches publicitarios, en todos los casos analizados se evidencia claridad en la función comunicacional, así como la preferencia por organizar elementos en la regla de los tercios, estos guían en la mayoría de los casos el recorrido visual (jerarquía), la selección del esquema cromático, la imagen y tipografía guardan relación con cada proyecto. En cuanto al análisis de la descripción conceptual aún se muestra el apego a la representación figurativa, el poco interés en crear diseños innovadores, evidenciando una categoría estética de lo bonito por el uso del diseño en función a sus elementos más obvios.

RECOMENDACIONES

Es necesario desarrollar investigaciones que se enfaticen en el perfil profesional que actualmente es requerido, así como las condiciones laborales en que se encuentran tomando en cuenta factores como experiencia y formación profesional.

Las escuelas de arte a nivel nacional incluyen y promocionan la formación en diseño, se debe tomar en cuenta el perfil profesional, así como el proceso gráfico tecnológico en la gestión del contenido de los cursos que se imparten, orientando una línea formativa centrada en el mercado laboral.

A los profesionales dedicados a la actividad gráfica, considerar también en el proceso creativo características como, estética, innovación, síntesis visual, para que permita a la región Puno estar a la vanguardia y expectativa del sector.

BIBLIOGRAFÍA

- Adobe. (2023). Adobe System. Recuperado de <https://www.adobe.com/la/>
- Albers, J. (1963). *La interacción del color*. Madrid: Alianza Forma.
- Albín, A. P. (2017). Cultura de marca: la influencia del branding en el emprendimiento del Perú actual: bases para una plataforma de vinculación entre el diseño marcario y los emprendedores. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9001>
- Ambrose, G., & Harris. (2016). *Genios del diseño. Métodos y procesos de los diseñadores gráficos*. Barcelona: Editorial Blume.
- Ambrose, Gavin, & Aono-Billson, N. (2011). *Bases del diseño grafico enfoque y lenguaje*. Barcelona, España: AVA Publishing SA.
- Ambrose, Gavin, & Harris, P. (2004). *Fundamentos del diseño creativo*. Singapur: Grupo editorial Norma.
- Arnheim, R. (2006). *Arte y percepción visual*. Madrid, España: Alianza forma.
- Barnicoat, J. (2000). *Los carteles su historia y su lenguaje*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Báscones, N. (2019). El legado de la Bauhaus en las prácticas pedagógicas para el estudio del color: metodologías aplicadas a estudiantes de diseño multimedia y gráfico. *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 13, 125-146. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.5209/pepu.65023> DOSSIER
- Bernal, J. (2013). El diseño gráfico: ¿contribución al consumismo? *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*, (14), 29-40.
- Borja, Y., Carreño, D., & Barrientos, E. (2018). Situación del Diseñador Gráfico en el mercado laboral de la Ciudad de Cúcuta. *Convicciones*, 5(10), 21-26. Recuperado de <https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/313>
- Bravo, R. Á. (2016). Vigencia de la Bauhaus en la formación académica de los diseñadores gráficos. *CALLE14: revista de investigación en el campo del arte*, 10(17), 84. <https://doi.org/10.14483/udistrital.jour.c14.2015.3.a06>
- Bride, W. (1994). *La armonía del color*. Mexico: Editora de arte y diseño.

- Briede, J. C., Figueroa, M. I., & Cereceda, G. (2019). El proceso de enseñanza/aprendizaje de la observación en la carrera de diseño. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33958848011>
- Burdek, B. (2002). *Diseño historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Campos, C. (2010). Realidad profesional de los diseñadores. Caso El Salvador, situación profesional y posibilidades del diseño. *Actas de diseño. Encuentro Latinoamericano de Diseño*. Recuperado de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/ADC079.pdf
- Cardona, C. V. G. (2014). *La Ciudad Visual Revisitada. Una taxonomía del diseño gráfico urbano. Caso de Estudio: Barcelona, España* (Universidad Pompeu Fabra). Universidad Pompeu Fabra. Recuperado de <https://repositori.upf.edu/handle/10230/22697>
- Cepeda, M., & Salas, J. C. (2017). La formación de profesionales en el diseño gráfico. Estudio de las competencias y habilidades necesarias para el campo laboral. *Universidad Autónoma de Coahuila*. <https://doi.org/https://doi.org/10.18682/add.vi26.2221>
- Corel Draw. (2018). Guía técnica Corel draw. En *Corel Draw graphics Suite*. EE.UU: CorelDraw.
- Correa, M. E. (2010). El diseño y su intervención en la cultura local : aportes de los diseñadores a la construcción simbólica de la vida cotidiana. *VI Jornadas de Sociología de la UNLP*. Recuperado de <https://www.aacademica.org/000-027/713.pdf>
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. España: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Dondis, D. A. (2017). *La sintaxis de la imagen*. España: GUSTAVO GILI.
- Droste, M. (2006). *Bauhaus*. España: Ed edition.
- Educación, M. de. (2022). Educación Superior Tecnológica Minedu. Recuperado 14 de febrero de 2023, de Minedu website:

<http://www.minedu.gob.pe/superiortecnologica/informacion.php>

Edwards, B. (2006). *El color*. Barcelona: Editorial Urano.

Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones infinito. <https://doi.org/10.18270/masd.v9i16.1309>

Gonzalez, S. (2016). *El diseño gráfico y sus profesionales. Retos y definiciones* (Universidad de Barcelona). Universidad de Barcelona. Recuperado de http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/97623/1/SGM_TESIS.pdf

Guillaume, P. (1964). *La psicología de la forma*. Buenos Aires, Argentina: Psique.

Heller, E. (2008). *Psicología del color*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. del P. (2018). *Metología de la investigación*. Mexico: MCGRAW-HILL / Interameraica Editores, S.A. DE C.V.

Inkscape. (2023). Inkscape. Recuperado de Open Source Software website: <https://inkscape.org/es/>

Itten, J. (2019). *El arte del color*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

Julier, G. (2010). *La cultura del diseño*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

Landa, R. (2011). *Diseño gráfico y publicidad fundamentos y soluciones*. Madrid, España: Grupo Anaya, S.A.

López, A. (2014). *Curso diseño gráfico fundamentos y técnicas*. Madrid: Ediciones Anaya.

Lossada, F. (2012). *El color y Sus Armonías*. Merida, Venezuela: Universidad de los andes, publicaciones vicerrectorado academico.

Lupton, E., & Miller, J. (1994). *El abc de la bauhaus y la teoria del diseño*. Mexico: Editorial GG.

Morales, A., & Cabrera, V. (2017). Debate teórico-metodológico sobre diseño gráfico: de la linealidad a la complejidad. *Intersticios sociales*, 28.

Moratto, D., Espitia, S., Rodríguez, J., & Castellanos, J. (2006). *Teoria del color. Aspectos cromaticos, tecnicos y graficos*. Bogota, Colombia: Universidad Distrital

Francisco Jose de Caldas.

- Moszkowicz, J. (2013). American pragmatism and graphic design retrieving the historical and philosophical constitutions of a “non-theoretical” approach. *The Design Journal*, 16. <https://doi.org/https://doi.org/10.2752/175630613X13512595147032>
- Oficina de Gestión de la Información y Estadística. (2019). *Carpeta Georeferencial Puno Perú*. Lima, Peru.
- Oyarvide, N. S. (2019). Bauhaus y el desarrollo histórico del diseño gráfico. *Revista Científica FIPCAEC Ciencias economicas y empresariales*, 4(11), 61-73. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v4i11.48>
- Peña, N. (2019). El diseño gráfico más allá de la experiencia visual-óptica. *Revista bitacora urbano territorial*, 30, 1-15. <https://doi.org/https://doi.org/10.15446/bitacora.v30n2.81512>
- Pérez, V. (2014). *La proyección del dibujo en las nuevas tecnologías aplicadas a la enseñanza artística superior*. Universitas Miguel Hernandez.
- Pinar, M. L. (2010). *Creatividad publicitaria y nuevas formas de comunicación*. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- Rafols, R., & Colomer, A. (2006). *Diseño audiovisual*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Rainer, W. (1993). *Pedagogia de la bauhaus*. Madrid, España: Alianza Forma.
- Ramírez, K., Villar, M. G., & Maldonado, A. A. (2017). Escenario actual del diseño gráfico en el ámbito de la investigación en México. *Revista Legado de Arquitectura y Diseño (México) Num.21*, 21, 1-9. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?>
- Rodriguez, M. O. (2017). *Evaluación de las competencias en el diseño gráfico*. (2), 2605-2621.
- Samara, T. (2006). *Diseñar con y sin reticula*. Mexico: Editorial Gustavo Gili.
- Samara, T. (2008). *Los elementos del diseño: manual de estilo para diseñadores graficos*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Sánchez, C., & Fernández, J. (2018). Percepción de profesionales y académicos sobre los

- conocimientos y competencias necesarios en el publicitario actual. *Revista Latina de Comunicacion Social*, (73), 228-263.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2018-1254>
- Scott, R. (1982). *Fundamentos del diseño*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Victor Leru S.A.
- Solano, E. E. (2021). La Bauhaus y el proceso de racionalización del diseño: una mirada retrospectiva y prospectiva. *Revista de estudios interdisciplinarios del arte, diseño y la cultura*, (2). Recuperado de <http://masam.cuautitlan.unam.mx/seminarioarteydiseno/index.php/publicaciones/>
- Suarez, F., & Sanroman, J. (2019). Claves del minimalismo en el diseño gráfico contemporáneo: concepto y rasgos visuales. *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 13(September), 45-64.
<https://doi.org/10.5209/pepu.65019>
- Tacuri, R. (2015). *Fundamentos del diseño en la formación académica de los estudiantes de tercer semestre de la Carrera de Diseño Gráfico* (Universidad de Guayaquil). Universidad de Guayaquil. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8792/1/TESIS FUNDAMENTOS DEL DISEÑO GRAFICO.pdf>
- Villafaña, G. (2007). *Educación visual: conocimientos basicos para el diseño*. Mexico: Trillas.
- Villafañe, J., & Minguez, N. (2002). *Principios de la teoria general de la imagen*. Madrid, España: Ediciones Piramide.
- Wucius, W. (1999). *Principios del diseño en color*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Wucius, W. (2001). *Fundamentos de diseño*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Zetina, A. (2011). *El diseñador gráfico independiente y sus clientes: El éxito de las relaciones comerciales a través de la gestión*. Recuperado de http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/67ZetinaDiaz.pdf
- Zulueta, M. (2015). *Diseño grafico y arte*. Universidad Ramon Llull.

ANEXOS

Cuestionario

I. Introducción

La información recopilada en esta encuesta es para el desarrollo de la investigación “*Los alcances tecnológicos y teóricos del diseño gráfico en la región de Puno*”, dicha información es completamente anónima, por lo que se le solicito sinceridad al responder las preguntas.

II. Datos generales

Edad:	Sexo: (M) (F)
-------	---------------

III. Instrucciones

Estimado participante, lea cuidadosamente las preguntas, responda marcando con una equis (X) en la respuesta que considere que mejor se ajusta a su práctica laboral.

Nivel cognitivo

¿Para trabajar como diseñador gráfico, has realizado estudios de formación profesional en el área?

- a) Si
- b) No

La formación profesional que realizaste fue en:

- a) De forma autodidacta
- b) Curso de capacitación
- c) Instituto técnico
- d) Carrera universitaria (en el área o afines)

Realizas cursos de especialización y actualización en diseño gráfico.

- a) Casi nunca
- b) A veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

¿Cuántos años de experiencia tienes en el sector del diseño gráfico?

- a) 1-3
- b) 4-6
- c) 7-9
- d) 10 a mas

En tu experiencia como diseñador gráfico cuál de estas ocupaciones te resulta más rentable:

- a) Freelance
- b) Estudios de diseño
- c) Agencias de diseño
- d) Diseñador de imprentas graficas.

En el desarrollo de un proyecto de diseño, realizas tareas colaborativas con otros profesionales (fotografía, ilustración, impresión, dirección de arte ...)

- a) Casi nunca
- b) A veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

Colaboras con la captura, selección, preparación y maquetación de las imágenes atendiendo a las especificaciones del proyecto.

- a) Casi nunca
- b) A veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

Participas en la formulación, diseño y gestión de proyectos de diseño.

- a) Casi nunca
- b) A veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

Participas en el proceso de planificación y organización del proyecto de diseño priorizando fases, tareas y responsabilidades.

- a) Casi nunca
- b) A veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

Realizas tareas de identidad visual corporativa.

- a) Casi nunca
- b) A veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

Nivel tecnológico

Colaboras en las distintas fases del proceso de producción gráfica (preimpresión, impresión, posimpresión)

- a) Casi nunca
- b) A veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

Detectas problemas de ajustes en las diferentes fases del proceso gráfico.

- a) Casi nunca
- b) A veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

Durante el desarrollo de un proyecto, consideras necesario dividir el trabajo en diferentes etapas.

- a) Casi nunca
- b) A veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

En tu trabajo como diseñador gráfico consideras indispensable el desarrollo del briefing.

- a) Casi nunca
- b) A veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

Aplicas conocimientos de percepción visual (Gestalt) y sus implicaciones para la comunicación en tu trabajo.

- a) Casi nunca
- b) A veces

- c) Casi siempre
- d) Siempre

¿Consideras importante la selección cromática (esquema armónico) en el desarrollo de un proyecto de diseño?

- a) Casi nunca
- b) A veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

En el desarrollo de un proyecto de diseño aplicas y experimentas con los fundamentos visuales

- a) Casi nunca
- b) A veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

En el desarrollo de un proyecto de diseño utilizas los principios del diseño (jerarquía, ritmo, contraste...)

- a) Casi nunca
- b) A veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

Consideras indispensable tener conocimiento y poseer capacidad de manejar todas las herramientas tecnológicas y técnicas vinculadas al proyecto de diseño.

- a) Si
- b) No

Utilizas con destreza programas de maquetación, edición de imágenes y de dibujo vectorial:

- a) Si
- b) No

Utilizas photoshop durante el desarrollo de un proyecto de diseño:

- a) Si
- b) No

Utilizas Illustrator durante el desarrollo de un proyecto de diseño:

- a) Si
- b) No

Usas Corel Draw durante



FICHA DE ANALISIS GRAFICO



IMAGEN REFERENCIAL

Inserte aquí la
fotografía del diseño
seleccionado

AUTOR:

1 JUICIO FUNCIONAL

.....

.....

3 DESCRIPCION CONCEPTUAL

A Estética

.....

.....

B Innovación

.....

.....

C Abstracción

.....

.....

2 DESCRIPCION FORMAL

A Composición

.....

.....

B Tipografía

.....

.....

C Color

.....

.....

D Imagen o fotografía

.....

.....

E Jerarquía

.....

.....

F Gestalt

.....

.....



Universidad Nacional
del Altiplano Puno



Vicerrectorado
de Investigación



Repositorio
Institucional

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo WALTER APAZA MAMANI,
identificado con DNI 45099535 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado
MAESTRIA EN CIENCIAS SOCIALES, MENCIÓN EN ARTE Y EDUCACIÓN ARTÍSTICA

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:
“INFLUENCIA DE LOS ALCANCES TECNOLÓGICOS Y TEÓRICOS EN EL
DISEÑO GRÁFICO DE LA REGIÓN PUNO”

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 24 de OCTUBRE del 2023

FIRMA (obligatoria)



Huella



Universidad Nacional
del Altiplano Puno



Vicerrectorado
de Investigación



Repositorio
Institucional

AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo WALTER APAZA MAMANI,
identificado con DNI 45099535 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado
MAESTRIA EN CIENCIAS SOCIALES, MENCIÓN EN ARTE Y EDUCACIÓN ARTÍSTICA
informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

" INFLUENCIA DE LOS ALCANCES TECNOLÓGICOS Y TEÓRICOS EN EL
DISEÑO GRÁFICO DE LA REGIÓN PUNO

para la obtención de Grado, Título Profesional o Segunda Especialidad.

Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los "Contenidos") que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 24 de OCTUBRE del 2023


FIRMA (obligatoria)


Huella