

Produção - Gramado, RS, outubro, 1997. Disponível em: <http://www.dep.ufscar.br/admin/upload/ARTIGO_1187276248.PDF> Acessado em: 31/07/2008.

Royer, Rogério; Figliatto, Flávio S. Indicador da viabilidade de customização em massa de produtos industriais. Revista produto e produção Vol. 07 n.1 Pág. 03-18 Março de 2004. Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/Produto_Producao/article/view/1427/372> Acessado em: 31/07/2008.

Siemens. Catalogo Siemens - Material Rodante. Disponível em: <www.siemens.com.br/templates/get_download2.aspx?id=511&type=FILES>Acessado em: 28/07/2008.

Teixeira, F. L. C. e Vasconcelos N. Mudanças Estruturais e Inovações Organizacionais na Indústria Automotiva Disponível em: <http://www.sei.ba.gov.br/publicacoes/publicacoes_sei/bahia_analise/conj_planejamento/pdf/c&p6/FranciscoTei_NiltonVasc_conj66.pdf> Acessado em: 30/07/2008.

Diário do Vale. Vendas da Volks para o Sul aumentam 39%. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/diariodovale/arquivo/2000/agosto/30/page/fr-economia1.htm>> Acessado em: 5/08/2008.

Silva, C. Caminhões feitos sob medida viram novo nicho para montadoras. Disponível em: <http://www.sulbrasilcaminhoes.com.br/noticias_detalhes.php?id_noticia=13> janeiro de 2008. Acessado em: 05/08/2008.

Abstract: As a natural process caused by the globalization and internationalization of the knowledge and fruit of the requirements of a market increasingly competitive, the industry of consumer goods, as one everything, is happening for a deep restructuring in all his productive sectors. Of general form, be able to be said that the need to attend to a market in increasing competitiveness, consumers increas-

ingly demanding and with a power of dealing increasingly raised, provokes enormous disputes for niches of markets in all the industrial sectors, especially in the self-propelling industry that is nowadays highly competitive. In this context, it is furthermore evident the importance of the interdisciplinary work and the presence of the design.

Key words: Modularization - Self-propelling Industry - Competitive-ness - Globalization - Productive Sector

Resumo: Como um processo natural, causado pela globalização e internacionalização do conhecimento, e fruto das exigências de um mercado cada vez mais competitivo, a indústria de bens de consumo, como um todo, está passando por uma profunda reestruturação em todos os seus setores produtivos. De forma geral, pode-se dizer que a necessidade de atender a um mercado em crescente competitividade, consumidores cada vez mais exigentes e com um poder de compra cada vez mais elevado, provoca enormes disputas por nichos de mercados em todos os setores industriais, em especial na indústria automotiva que é atualmente altamente competitiva. Neste contexto, fica ainda mais evidente a importância do trabalho interdisciplinar e a presença do design.

Palavras Chave: Modularização - Indústria Automotiva - Competitividade - Globalização - Setor Produtivo

(*) **Róber Dias Botelho.** Professor Mestre, Pesquisador do Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design e Ergonomia - CPqD/ Escola de Design - ED/ Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG - BPO/ PAPq/ ESTADO. **Josimar Junio Souza.** Estudante de Design de Produto da Escola de Design - ED/ UEMG - BIC/ PAPq/ FAPEMIG.

TYEMPO. Saul Bass, Kyle Cooper y Totuma TV

Fecha de recepción: junio 2010
Fecha de aceptación: febrero 2011
Versión final: mayo 2011

Bianca Suárez (*)

Resumen: Desde el cine mudo la tipografía ayuda a la construcción dramática convirtiéndose en elemento clave para la comunicación audiovisual, no sólo ornamental sino que adquiere el valor de cualquier otro elemento comunicativo como la fotografía y el audio. La evolución de la imagen en movimiento abre a la tipografía muchos campos de acción hasta llegar a hoy, donde las grandes cadenas de TV generan tendencias visuales que modifican el sentido estético de millones de personas.

Palabras clave: Diseño - Tipografía - Graficación - Cine y televisión - Estética - Movimiento - Audiovisual - Nuevos medios

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 215]

Introducción

La habilidad de los humanos expresar un mensaje y su efectividad depende de la interfaz que se elija para comunicarse. De las paredes al papiro, la pintura, el papel, luego el video y ahora otros sistemas digitales que tienen nuevas características comunicativas y expresivas que generan tipos de texto especializados para cada superficie.

Agrupar palabras e imágenes, asociar imágenes con otros contenidos preexistentes en la memoria y que muchas veces no están linealmente relacionadas con una idea, hacen parte del proceso de organización del discurso de cada comunicación, lo que requiere una labor activa del pensamiento y de la memoria. Esta labor es la que genera sentido a una comunicación.

Pictogramas e ideogramas, marcas visuales que representan ideas, fueron usados desde los primeros intentos de mantener información en la memoria colectiva. La comunicación cada día expone mediaciones alternativas para establecer vínculos efectivos entre los espectadores y las ideas, pero cada día los medios deben ser más influyentes, más atractivos, dinámicos, efectistas y directos. Con el desarrollo del lenguaje escrito, el mensaje transmitido tiene un canal más directo para efectuarse, aunque depende de muchas otras actividades de la mente para ser efectivo. Para ayudar en la comunicación la tipografía participa expresándose de forma particular con elementos que mejoran la lectura, pero además ornamentan y dan un ambiente, lo que completa el sentido al texto.

La forma de una tipografía le da una identidad propia e individual. Cada exacta proporción entre ojales, grosores, direcciones, formas rectas o curvilíneas y terminaciones determinan un espíritu específico. Todas estas características formales y sus variaciones traen armonía en el diseño, lo que hace que la tipografía escogida da características determinantes al ambiente del mensaje. Entonces la tipografía tiene dos roles determinantes: primero contener el mensaje y luego representarlo de forma visual. Adicionalmente, la tipografía expresada en un tiempo debe escogerse con otro tipo de atributos especiales como lo son su legibilidad frente al tiempo en que va a estar expuesta y otros atributos más técnicas como que el grosor de sus astas no se rompa o se vele en la exposición de luz. Las aportaciones técnicas de postproducción para imagen fija fueron adaptadas como herramientas de diseño para crear nuevas posibilidades visuales en movimiento. Las nuevas propuestas gráficas han sido aceptadas y correspondidas por el consumo estético y cultural así sea en cine o televisión. Tanto es así, que los adelantos estéticos efectuados por diseñadores pioneros como Saul Bass son vigentes para el día de hoy y es posible ver adaptaciones de su trabajo en presentaciones de flash o videos de música.

El trabajo de diseño tipográfico en movimiento propone entonces de generar espacios discursivos enriquecidos por el tiempo para ilustrar momentos dramáticos en Simbolismos gráficos, tensiones visuales, efectos de coreográficos, superficies, psicodélica, fragmentaciones, atmósferas, inclusive toma elementos del lenguajes del cómic y los recrea, captura una emociones, genera una metamorfosis, representa sonidos, desenfoca el sentidos, abstrae. Es entonces cuando la graficación para pantalla resulta en híbridos entre el cine, el diseño gráfico y el video-clip, como género discursivo. Entre los últimos híbridos que ya tienen un lenguaje autónomo podemos encontrar las presentaciones en flash en páginas Web, empaques y jingles gráficos para canales de televisión y las nuevas producciones hechas a partir de *Youtube*.

Antecedentes

El cine tiene su origen en la imagen fotográfica expuesta en un tiempo determinado. Imágenes expuestas en un tiempo crean la ilusión de estar en movimiento, pero siguen siendo imágenes fijas expuestas a varios cuadros por segundo. La posibilidad de generar imágenes en movimiento capturó a los diferentes artistas a experimentar

con los negativos y la animación cuadro a cuadro. La precariedad tecnológica generaban cortas historias con una factura muy baja. el receptor recomponía y resignificaba la totalidad de la historia, sin notar los cuadros faltantes o la poca factura.

El uso de texto filmado en cartones bidimensionales prefiguró el escenario para la tipografía en movimiento. Estos cartones eran filmados, luego animados y retocados cuadro a cuadro para enfatizar los momentos dramáticos de la música.

El Cine mudo, le abre el camino a la tipografía en movimiento

Fue Hasta que el cine pudo tener sonido que pudo apartarse de la tipografía. Fue la tipografía y su retórica directa, las actrices principales y generadoras de sentido al argumento en los comienzos del cine.

Es posible ver las diferencias semiológicas comprendidas entre una película muda y una película con sonido. El tipo de texto sintético, sensible y emotivo característico del cine mudo crea un lenguaje autónomo. La superficie en movimiento da nuevas posibilidades creativas y expresivas a las letras que antes eran estáticas y formales. La experiencia estética tenía más relación con la experiencia de la literatura, ya que el espectador recreaba posibles tonos de voz, emociones en los diálogos y otras características dramáticas que sólo se producen en la imaginación de cada espectador.

Walt Disney y su compañía efectuaron adelantos tecnológicos en la animación y le dieron al cine la posibilidad de generar escenarios, personajes y ambientes, incorporando más cuadros en la animación, así como también, sonido y diálogos sincronizados con la imagen. Diseñadores como Norman McLaren, Saul Bass y Pablo Ferro quienes usaron las técnicas de la animación tradicional desarrolladas por Walt Disney para el diseño de títulos para cine, comerciales de televisión y cortometrajes.

Saul Bass

Los títulos tipográficos de una película tienen como función captar la atención del espectador que en ese momento se encuentra acomodándose en una silla oscura o en medio de ruidos de palomitas de maíz y gente aún conversando. Cada título debe sorprender desde el primer momento, creando una actitud o un ambiente previo y propicio a la película. Saul Bass fue uno de los diseñadores pioneros en resolver estas necesidades que el lenguaje del cine exige.

Es por esto que Saul Bass no es solamente un diseñador gráfico visionario que pensó no solamente la tipografía en movimiento sino que además se atrevió a llevar la misma sinopsis de la película a un nivel simbólicamente gráfico, introduciendo al espectador en la película misma. Su exploración profunda del problema de una película, el sujeto de la acción, la subjetividad del espectador, la inclusión de la totalidad del sentido, infundieron todas las producciones visuales de este diseñador.

Saul Bass, en colaboración de su esposa Elaine Bass, realizó el trabajo de dirección gráfica de muchas películas y cortos. Recibió un premio a la academia por su película

Why Man Creates, y muchas de sus demás películas también han recibido premios.

“La reputación de Saul Bass como diseñador de cine es legendaria. El le ha dejado una indeleble firma a numerosas películas de Preminger, Hitchcock, Kubrick y Wyler, entre otros” dice Martín Scorsese.

La importancia de la escogencia de una tipografía es clara al ver como cada tipografía tiene una personalidad en sí misma, lo que interpreta el sentido de la película, guía la historia. En otras palabras: expresa el significado. Las características en la forma de un tipo como grosor o delgadez, redondez o rectitud crean impresiones que ya están establecidas en la comunicación con tipografía. La tipografía sirve entonces ya para representar la expresión de una acción.

La tipografía escogida por Saul Bass en muchos de sus trabajos denotan una fuerza comunicativa. La acción que continuará será contundente, tanto como los créditos de Bass. La tipografía no se da a titubeos, no tiene dobles sentidos ni ambigüedades.

En el trabajo gráfico de *Vértigo*, uno de los trabajos más destacados o conocidos de Saul Bass, continua trabajando con tipografías contundentes, aunque se permite darle un aire a la tipografía, lo cual es consecuente con el concepto de la película. Adicionalmente trae un doble sentido al jugar con la subjetividad con un efecto casi psicodélico al torcer la imagen de fondo, colorearla saturadamente y convertirla en una espiral representación de una caída libre, al vacío. El color en sí mismo trae un ambiente fuerte y casi sangriento.

Saul Bass logró hacer de sus títulos objetos de moda y arte. En el caso de *Vértigo*, premeditadamente o no, creó películas dentro de otras películas. Sus composiciones gráficas funcionan como el prologo que se adiciona al contenido total de la película, creando el tono, el ambiente y el estilo a la acción que continúa. Cuando su trabajo aparece en escena, la película en sí comienza.

En *North by Northwest*, un *thriller* de Hitchcock, Saul Bass propone representar el título gráficamente en un tiempo, de un modo que nunca antes se había producido. Las letras literalmente entran del norte y salen por el nor-este, lo que implica generar bidimensionalmente una especialidad antes solo imaginada. El color es vibrante, hay líneas de retícula, hay una tensión al desconocer la trama y saber que es una película de Hitchcock que genera un espacio únicamente gráfico.

El juego entre la regularidad de la retícula y la tensión entre el verde vibrante del fondo, el blanco de la tipografía y la música de Bernard Herrmann construye un juego minimalista dramático.

Cada trabajo de Bass es especial; puedo destacar el diseño del título de *The Man with the Golden Arm*, *Vértigo*, *North by Northwest*, *Anatomy of a Murder* y *Psycho*. El trabajo de *Psycho* particularmente podría verse a la luz de la estética *grunge* tan usada en los años 90's y se convertiría en una obra insigne. Pero no es solamente lo visionario de Bass lo que hace de este trabajo algo especial, ya que es el juego con la música y las grandes barras y letras blancas en conjunto con el fondo negro lo que genera un espacio muy dinámico y muy distorsionado, casi malévolo, perverso, pero muy elegantemente dispuesto. Podría decir que una simbolización esquizofrénica entre barras

de jaulas, ciudad despertando y objetos escondidos, una sinopsis metódica del resto de la película.

Kyle Cooper

Mi Interés por Cooper despertó luego de ver la película *SEVEN*. Puedo imaginar que este efecto abrumador pase inadvertido para mucha gente que no esté relacionada con el diseño gráfico o la estética, pero recuerdo que llegó a ser estremecedor desde ése mismo momento.

Fue por el diseño gráfico de los títulos de la película *SEVEN* que Cooper se hizo notar y muy pronto era parte de entrevistas y artículos en numerosas revistas. Series de televisión de fin de siglo, como *Millenium* mostraron que lo que *SEVEN* había producido era más que una tendencia, era el espíritu de una época.

El espacio de una pantalla de cine tiene sus limitaciones, aún así, romper las estructuras formales en tiempo y texto hacen de Kyle Cooper un diseñador muy influyentes. El propuso romper elementos como luz, oscuridad, distancia, balance de color y profundidad generando espacios alternos donde comunicar. Cada cuadro del tiempo dado por la música y espacio disponible de la pantalla fueron usados con elementos, rupturas y fragmentos que contenían, cada una, una significación particular para el resto de la película.

La fotografía en planos cerrados detalla aspectos que cuentan pequeñas historias que complementan la historia total de la película. Los cortos planos cerrados son ambientados con rayones dentro del mismo cuadro o un cuadro después. Palabras con fuertes contenidos como Dios, Furia o Infierno se presentan en un único cuadro generando una sensación de mensajes inconscientes o subliminales. Cada cuadro del trabajo gráfico de *Seven* resultaría una pieza de gran diseño, así mismo se deben valorar cada uno de los 24 cuadros de cada segundo de esta pieza.

Para entender la dinámica del movimiento en un cuadro, quiero resaltar el trabajo gráfico de *Dead Man on Campus*. Esta gráfica no sólo contiene elementos dramáticos como los desarrollados en el trabajo de Bass, que aquí se presentan de un modo casi sarcástico y contiene elementos gráficos primordialmente tipográficos, también trabaja estos elementos dentro del cuadro generando juegos espaciales: Los elementos compositivos aparecen en un retrato de objetos bidimensionales, hojas de papel impresas con exámenes universitarios que al ser grabados en un tiempo surgen juegos discursivos con los movimientos de cámara sobre el papel.

En el trabajo gráfico de *Dead Man on Campus*, se abre la posibilidad de trabajar no solamente con los nombres de los actores y sus cargos, sino con elementos químicos, gráficos de ilustraciones de libros de texto, numeraciones como en los exámenes de selección múltiple. Son los gráficos típicos de los libros de texto los que estelanzan esta composición trayendo un lenguaje muy definido: línea delgada negra, rellenos también en negro, ningún medio tono, figuras no realistas, perspectivas simples. Así como la graficación de la puntuación son elementos de la entonación en un texto, son estos mismos elementos que al ser dramatizados.

Dentro del trabajo de Kyle Cooper destacaría el trabajo gráfico diseñado para *Seven*, *The Island of Doctor*

Moureau, Gattaca, Death Man on Campus y Arlington Road, donde la expresión del diseño gráfico encuentra un lugar para existir libre, colorida, elegante y cuidadosamente.

Totuma, Tendencias Emergentes

La belleza emotiva de lo que continuó en la historia del diseño de créditos, no ha parado y no parará. La compañía Totuma, con casa en Venezuela y en Estados Unidos, no solamente ha desarrollado gráficas propositivas para pantalla sino que además ha generado tendencias representativas de la estética latinoamericana.

Al pensar en canales como HBO, SONY o NICKELODEON, se reconocería que las imágenes son presentadas para el público global. Cada canal distribuye su señal dedicada para cada zona del mundo. Para Latinoamérica distribuyen programas especializados, con gráficas que representan y son llamativas para cada segmento de público. Las gráficas de la compañía Totuma son características principalmente por el color. Esta característica expresiva está realizada cambiando la saturación que representa la tropicalidad y el calor latinoamericanos, ya que el color afecta las emociones y el comportamiento humano.

Cada color usado afecta individualmente la percepción de los objetos, cada color vibra en una frecuencia energética distinta haciendo que se sientan más o menos eléctricos, más o menos vivos, más alegres o tristes. Cada color trae un simbolismo cultural específico y es así como en nuestra cultura el negro representa tristeza y muerte, en culturas orientales representa paz y tranquilidad ya que para nosotros el negro, que no vibra con la misma intensidad de un color naranja por ejemplo, no nos gusta ya que la tranquilidad y la paz no son sinónimos de entretenimiento y diversión.

Cuando en Latinoamérica experimentamos el color, nuestro sistema sensible y nuestra energía es también estimulada. La energía es relacionada con el movimiento, así que los trabajos de Totuma no solamente trabajan con trabajos vibrantes en color, sino también en movimiento y contenido, todos simultáneamente, lo que dispara emociones casi subcientemente, no del modo subcientemente escondido del trabajo de Cooper sino directas, complejas y casi intimidantes, ya que hace que el pensamiento asocie estas imágenes con espacios florales, juegos infantiles, primavera, casi el olor de primavera salta a la cara del espectador.

Las visiones generadas en Totuma, son ambientes experimentales, felices, llenos de color, estimulantes con fondos casi atmosféricos que cambian y se complejizan en pocos cuadros, pero sin la fluidez en forma y color que los hacen atractivos y llamativos.

La forma humana silueteada genera que los caracteres humanos sean imágenes icónicas que realizan acciones. Esto genera un lenguaje característico que ha sido tendencia desde los primeros comerciales de *Ipod* de la marca *Apple*. En el empaque gráfico del canal *SONY*, esta tendencia logra su clímax a presentar íconos realizando acciones como surfear, bailar, hacer taekwondo o karate, todas acciones entretenidas o con mucho movimiento.

Al día de hoy, Totuma cuenta con más de 30 premios internacionales como el premio de oro en la Promax y BDA Latin América 2001, 2002, 2004, 2005 y 2006.

Estos premios proveen educación, reconocimiento y promoción a los profesionales en medios electrónicos.

Conclusiones

El diseño gráfico cada vez tiene más campos de acción posibles gracias a las nuevas tecnologías. Las herramientas tecnológicas siempre han sido herramientas expresivas muy efectivas para comunicar ideas, pero sólo está en la genialidad creativa de algunos diseñadores que es posible generar tendencias, estilos y nuevos lenguajes.

Las nuevas tecnologías permiten desarrollos en ambientes interactivos entre el creador y el computador, también posibilitan incorporar más elementos expresivos y comunicativos, lo que hace que el proceso de comunicación sea cada día más complejo y efectivo al mismo tiempo. Y aunque cada vez las herramientas tecnológicas como *After Effects* de la casa Adobe que se encuentra en su versión CS3, *Shake* de la casa *Apple*, *Smoke* y *Combustion* de *Discret* y muchos otros programas vienen ya equipados con ayudas y efectos, está en el cuidado y rigurosidad del productor estético en generar resultados efectivos acordes a su contexto.

La posibilidad de ver los resultados de una imagen instantáneamente en cualquier lugar del planeta requiere que los productos sean más cuidados frente a lo que representan, ya que los imaginarios sociales son generados hoy en día partir de la imagen de los medios principalmente. Cada día los mensajes emitidos contienen más elementos en menos tiempo (Cada cuadro captura al espectador en una milésima de segundo procurando que espectador no cambie de canal). Crear imágenes impactantes que capturen la atención del espectador es el reto del diseñador desde el comienzo de la profesión, pero estas imágenes deben ser más cuidadas, estudiadas, analizadas y deben medir su impacto, no sólo su efectividad al capturar espectadores, sino también su impacto ambiental y social. Cada día emergen nuevos medios alternativos de comunicación, proyectos especiales con nuevas propuestas, diseño sonoro, campañas de mercadeo 360°, integración de *targets*, segmentación de audiencias, empaquetamientos gráficos, animaciones promocionales, *realitys*. Las academias de diseño existentes en Latinoamérica están en la obligación de generar espacios de análisis para estas expresiones gráficas y es necesario generar estudios mucho más profundos, desde la estética, la semiótica y la comunicación visual, para prever las nuevas tendencias en diseño gráfico en movimiento y en el diseño en general.

Referencias Bibliográficas

- Bellantoni, J. y Woolman, M. (1999) *Type in Motion: Innovations in Digital Graphics*. New York: Rizzoli.
- Boxer, S. (2000) "Film Titles Offer a Peek at the Future in More Ways Than One." *The New York Times*, Abril 22.
- Curran, S. (2000) *Motion Graphics: Graphic Design for Broadcast and Film*. Gloucester: Rockport.
- Holt, S., Lupton, E. y Albrecht, D. (2000). *Design Culture Now*. New York: Princeton Architectural Press.
- Naremore, J. (1993) *North by Northwest*. New Brunswick: Rutgers.

Rebello, S. (1990) *Alfred Hitchcock and the Making of Psycho*. New York: St. Martin's Griffin.

Scorsese, M. (1997) "Saul Bass as a Designer of Films". En Meggs, P. (comp). *6 Chapters in Design*. San Francisco: Chronicle.

Truffaut, F. (1983) *Hitchcock*. New York: Simon & Schuster.

Abstract: From the mute cinema the typography helps to the dramatic construction turning into key element for the audio-visual communication, not only ornamental but he acquires the value of any another communicative element as the photography and the audio. The evolution of the image in movement opens for the typography many fields of action up to coming to today, where the big TV channels generate visual trends that modify the aesthetic sense of million persons.

Key words: Design - Typography - Graphs - Cinema and Television - Movement - Audiovisual - New means

Resumo: Desde o cinema mudo, a tipografia ajuda na construção dramática, virando um elemento chave para a comunicação audiovisual, não apenas ornamental, mas por adquirir o valor de qualquer outro

elemento comunicativo, como a fotografia e o áudio. A evolução da imagem em movimento abre à tipografia muitas áreas de ação até hoje, quando as grandes cadeias de TV geram tendências visuais que alteram o sentido estético de milhões de pessoas.

Palavras chave: Design - Tipografia - Graficação - Cinema e televisão - Estética - Movimento - Audiovisual - Novos meios

(*) **Bianca Suárez.** Diseñadora gráfica de la Universidad Nacional de Colombia, Magíster en Antropología Social de la Universidad de Los Andes de Colombia, Doctoranda en Semiótica de la Universidad Nacional de Córdoba de Argentina. Realizó por varios años las interfaces Web para uno de los principales grupos económicos de Colombia. Coordinó la gráfica para Terra en algunos países de Latinoamérica. Actualmente investiga sobre la Cibercultura, Arte Mediático y Graficación para cine y televisión. Docente para el departamento de estética en la Pontificia Universidad Javeriana con el seminario de "Estética de las interfaces digitales" y Diseña la graficación en movimiento para diferentes medios y proyectos.

O Design Gráfico e as Novas Tecnologias

Fabrizio Tarouco (*)

Fecha de recepción: Abril 2008

Fecha de aceptación: febrero 2011

Versión final: mayo 2011

Resumen: La capacidad creativa del diseñador está sufriendo, cada vez más, la interferencia de los recursos tecnológicos, por el simple hecho de que cada día surgen nuevos programas y herramientas que nos permiten realizar tareas que habrían sido impensables poco tiempo atrás. Por todo eso es necesario saber hasta que punto las nuevas tecnologías afectan la creatividad humana y de que forma esta se ve afectada. Lo que se propuso fue estudiar la informatización del proceso creativo y ser capaz de responder a la siguiente cuestión: ¿Cual es el impacto de las nuevas tecnologías en el mundo del diseño gráfico y como afectan el trabajo de un diseñador gráfico?

Palabras Clave: Diseño Gráfico - Nuevas tecnologías - Creatividad - Metodológico - Recursos informáticos

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 220]

Introdução

Vivemos numa época mutante. Algumas mudanças são tão radicais que parecem ter sido projetados por uma mente brilhante do futuro. Outros nos transportam para ambientes tão raros que parecem ter saído de um desenho animado psicodélico. Esta mudança de parâmetros, que alguns fazem questão de chamar de paradigmas, deixa todo mundo meio perdido, sem um único ponto de controle digno de confiança.

Tudo isto é possível graças ao desenvolvimento das novas tecnologias. Estas abriram fronteiras inacreditáveis e, portanto, não podem ser desprezadas ou ignoradas, infravalorando um dos mais promissores meios de desenvolvimento e criação no mundo digital, que se expande num ritmo veloz. As tecnologias proporcionam mais agilidade e facilidades a uma velocidade muito rápida. É importante saber utilizar esta tecnologia da melhor maneira.

Cada um dos três séculos passados foi dominado por uma única tecnologia. O século XVIII foi a era dos grandes sistemas mecânicos acompanhado da Revolução Industrial. O século XIX foi a era da máquina a vapor. O século XX foi denominado como a era da informação. Associado a isto, temos testemunhado vários avanços tecnológicos em diversas áreas. Dentre elas, duas que têm causado significativo impacto sobre o modo de vida das pessoas neste século são Computação e Telecomunicações. Neste cenário de avanços tecnológicos, deparamo-nos com uma carga de informações e recursos tecnológicos cada vez maior. O século XX constituiu um grande marco para toda a Humanidade. Não apenas em fatos históricos que ficaram gravados em nossas memórias, mas também pela variedade de avanços tecnológicos que vieram em sua grande maioria beneficiar o ser humano. Cabe salientar que todo avanço tecnológico traz sempre com ele motivações que