

La animación digital y su contribución en el proceso de desarrollo del Buen Saber - Sumak Yachay (2008 - 2016)

Actas de Diseño (2021, julio),
Vol. 34, pp. 137-141. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2017
Fecha de aceptación: agosto 2018
Versión final: julio 2021

Jose A. Oleas Orozco (*)

Resumen: En la actualidad los conocimientos y saberes ancestrales, también llamados Buen Conocer o *Sumak Yachay*, son un componente fundamental para alcanzar el llamado Buen Vivir en Ecuador. La animación digital, industria cultural, contribuye en el proceso de desarrollo del buen conocer. Gracias a su carácter comunicacional de fácil entendimiento para los colectivos, se constituye como herramienta para la transmisión del conocimiento. La tecnología ha facilitado el acceso al desarrollo de proyectos de animación que implican la difusión de conocimiento ancestral por parte de productores independientes y dentro de la enseñanza formal académica en las carreras de animación digital y diseño gráfico.

Palabras clave: buen conocer - sumak yachay - animación digital - tecnología.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en pp. 140-141]

Introducción

En el Ecuador, la coyuntura política desde el año 2006, ha suscitado un reajuste en varios aspectos de la administración estatal. Concretamente en el área de la educación superior, supuso un nuevo establecer de reglas en los campos académicos y administrativos. El Consejo de Educación Superior (CES) dispone la armonización de títulos otorgados por las Instituciones de Educación Superior (IES). Este escenario deviene como resultado de la autorregulación de las IES por parte del organismo predecesor al CES, el entonces Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP), que durante su administración vio el surgimiento de varias IES y, como consecuencia, un sinnúmero de carreras con singulares títulos. En la disciplina de Diseño aparecieron carreras académicas que otorgaban títulos de licenciatura e ingeniería, con denominaciones de diseño gráfico, moda, multimedia, industrial, interior y varios más, que sumaban calificativos específicos para dar mayor jerarquía a las carreras y atraer estudiantes.

Mediante la resolución, el CES (CES, s.f.) estableció la normativa de nomenclatura de títulos en área de diseño, siendo las áreas de Diseño clasificadas en Textil e Indumentaria, Gráfico, de Interiores y de Productos. Las IES que ofertan las carreras de Diseño se encuentran esparcidas en el entorno ecuatoriano. La división política administrativa mediante la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), divide al territorio ecuatoriano en zonas, siendo la Zona 3 correspondiente a las provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Pastaza, en donde tienen sede seis IES que ofertan carreras de Diseño. En las carreras de Diseño Gráfico de las IES de la zona 3, sus planes analíticos contemplan varias asignaturas comunes, los cuales contienen las materias de Dibujo e Ilustración en menor o mayor medida, dependiendo de políticas internas.

Dentro de las asignaturas mencionadas y sus planes analíticos se consideran el estudio y la aplicación de historietas, cómics, manga y novelas gráficas. Además

de las materias citadas de dibujo e ilustración gráfica, en estos mismos currículos de enseñanza, se incluyen asignaturas de animación digital en dos y tres dimensiones, los cuales forman ejes de profesión. Los contenidos de las asignaturas de animación, en unos casos, se limitan a la instrucción de un determinado *software* que permita a los estudiantes la generación de movimientos en imágenes vectoriales o mapas de *bits* para la consecución de un proyecto complementario a disciplinas como en imagen corporativa, publicidad, multimedia y demás. En otros, profundizan sobre la particularidad de la disciplina e intentan conseguir la generación de proyectos más completos de animación, con estructura audiovisual. A partir de lo expuesto acerca de las asignaturas mencionadas surge una interrogación, ¿tienen estas alguna relación con la disciplina del Diseño? Según los currículos de la disciplina, para la formación de profesionales de grado se plantean las asignaturas antes mencionadas, además de varios proyectos de titulación que abarcan los temas de animación en dos dimensiones y tres dimensiones. Para entender de qué trata la ilustración, los cómics y la animación, la razón de su inclusión en los planes analíticos para la formación de profesionales en Diseño Gráfico, su base en el dibujo y la ilustración gráfica dentro de los campos relacionados con la Comunicación Visual y el Diseño, nos referimos a María G. Ruíz quien expresa:

La ilustración gráfica es el factor que complementa al texto. El dibujo de ilustración agrega matices a los sugeridos por el escritor, recarga los acentos y se crea un dualismo dentro de la comunicación. Este dualismo beneficia, en un principio, a la obra en general y si en el existe compenetración, nos atreveríamos a decir que escribir es dibujar, o dibujar es escribir, y los dos fundidos enriquecen el lenguaje de comunicación (Ruiz Llamas, 1992).

La interrelación entre el Diseño, la ilustración gráfica y la comunicación, Javier Perales y Juan de Dios Jiménez,

refieren que “los principios derivados de la Gestalt y afianzados en diseño gráfico son provechosos para el análisis de una ilustración y sus significaciones. Con ello se puede disponer de normas para analizarla como parte de la utilidad para la comunicación” (Perales & Jiménez, 2002). Complementado lo anterior, el Diseño Gráfico y su evolución está vinculada con el avance de la ilustración, tecnología, fotografía, los procesos de impresión y del Internet, también al cómic y la gráfica popular como áreas relacionadas con este campo (Meggs, 2006).

Una representación gráfica que conjuga los aspectos mencionados de diseño e ilustración, pasando por la comunicación y abarcando aspectos sociológicos y culturales, es el Cómic. Mendoza y Djukich (2010) citan a Beverly (1995) quien define al Cómic como:

Secuencia de imágenes acompañadas por un texto, que relatan una acción cuyo desarrollo temporal se produce a través de saltos sucesivos de una imagen a otra, sin que queden interrumpidas la continuidad de la narración ni la presencia de los personajes.

Además, muchos estudiosos consideran la historieta como un producto cultural de la era industrial y política occidental, surgida en paralelo de la prensa, siendo la misma el primer medio de comunicación de masas, donde aparece la historieta como recurso de fácil lectura para competir entre periódicos. Rodríguez Diéguez (1988) toma como referencia a Elizabeth K. Baur, quien define a la historieta como “una forma narrativa cuya estructura no consta solo de un sistema sino de dos: lenguaje e imágenes; es decir, existe una asociación entre secuencia de imágenes, sistema verbal y carácter icónico”.

María Luz Calisto y Gisela Calderón señalan los tres pilares de la cultura audiovisual:

El 16 de febrero de 1896 aparece *Yellow Kid*, la primera imagen en color de un personaje, protagonista de un cómic, en el *New York World*. Dos meses antes, los hermanos Lumiere efectuaban la primera proyección cinematográfica pública en París. En junio de 1896, Marconi patenta su sistema radioeléctrico en Londres. Así nacían (...) los tres pilares fundamentales de la cultura audiovisual/verbo icónica: el cine, el cómic y la radio (Calisto Ponce & Calderón Zurita, 2011).

Con respecto a la animación, autores como Blair (1994) y Williams (2002) explican la razón de ser de los dibujos animados, dibujos que caminan hablan y piensan, imágenes que pasan por procesos de pensamiento, que son la creación de algo único, que no ha sido hecho antes, producen una fascinación interminable. Siempre se ha intentado que las imágenes se muevan: la animación es mucho más antigua que el cine o la televisión.

En el contexto latinoamericano, volviendo a las historietas y su surgimiento en Latinoamérica, con ejemplos destacados en México y Argentina. En Argentina a finales del siglo XIX e inicios del siglo XX como *Patoruzú* de Dante Quintero como personaje secundario de una tira en 1928 en el diario *La Nación*, *La Opinión* con *Ramona*, y *La Prensa* con *Don Fulgencio* en 1934, ambos personajes de Lino Palacios. En los años 40, nacen *Patoruzito* de

Quintero y *Rico tipo* de Guillermo Divito. Acerca del primer dibujo animado argentino, se menciona a “Upa en apuros”, protagonizado por *Patoruzú* en 1942. En 1957 la aparición de la revista *Tía Vicenta*, donde colabora Joaquín Lavado (Quino), autor de *Mafalda* en 1963, los que derivan en series animadas junto con la obra de Manuel García Ferré creador de *Anteojito* y *Antifaz* (1962), e *Hijitus* (1966), clásicos del dibujo animado infantil argentino (Coscarelli, 2009). En México, en 1936 las tiras de *Chicharrín* y *el Sargento Pistolas*, de Guerrero Edwards, y *Águila Blanca* de Alfonso Tirado. También tiras como *Memín Pinguín*, aparecida en 1945, con guión de Vargas Dulché y dibujos de Cabrera y Valencia, y con la tira cómica familiar *La Familia Burrón*, creada en 1948 por Gabriel Vargas Bernal. En 1949 se funda la Editorial Novaro, y en 1956 el Grupo Editorial Vid. Con los años fueron apareciendo nombres familiares: *Chanoc* (1958, de Martín de Lucenay y Angel Mora), *Los Supermachos* (1964, de Rius), *Aníbal 5* (1966, de Jodorowsky y Moro Cid), *Kendor, el hombre del Tibet* (de Muñoz Martínez y Kuri García), junto con otros surgidos de programas radiales, como *Kalimán* (1965, derecha, de Navarro, Vázquez, Fox y Crisuel) y *Tamakún, el vengador errante* (1975, de Couto y Callejas), el surgimiento de los cómics basados en luchadores como *El Santo* a finales de los 70 e inicios de los 80.

En el caso de Ecuador, desde la perspectiva de José Santibáñez, el cómic ha existido desde la antigüedad, de una u otra forma. En el viejo Egipto ya se realizaban dibujos decorativos que contaban historias. En la Edad Media también empezaron a realizarse trabajos que recurrían a la secuencia para narrar hechos importantes. Con el tiempo, el noveno arte (Scott, 1993) como se lo conoce mundialmente, fue evolucionando hasta alcanzar gran popularidad en el mundo, pero lamentablemente, ha sido menospreciado por muchos y en algunos países, como el Ecuador, se los considera como un pasatiempo infantil (Santibáñez, 2012). En una memoria cronológica del cómic en Ecuador, Santibáñez menciona en el año 2000 la creación de la revista *Lerraspagusanada*, por parte de estudiantes de diseño gráfico y del proyecto llamado *Fanzine* por el Guayaquil Cómic Club, de Ediciones Shuyu, donde se podían publicar sus trabajos por 25 dólares (Santibáñez, 2012).

En sus conclusiones, Santibáñez expone la dificultad de la publicación de los cómics: el escaso apoyo de los medios de comunicación masivos, que no consideran rentable el desarrollo en este campo por autores nacionales y que prefieren la publicación de cómics extranjeros. El siguiente paso para las tiras cómicas o historietas, al parecer, es la animación, los dibujos animados. En Latinoamérica, donde se marcaron hitos en la disciplina una vez más fue en Argentina y México. El primer largometraje animado producido por un país latinoamericano, realizado en Argentina por Quirino Cristiani en 1917 en base a un gran esfuerzo individual, con un corto de aproximadamente un minuto titulado *La intervención a la provincia de Buenos Aires* en forma de una sátira política mediante la animación y luego un largometraje llamado *El Apóstol* (Rodríguez Bermúdez, 2007). Los antes mencionados dibujos animados argentinos *Hijitus* y *Mafalda*. Esta última, llevada a la técnica de animación,

fue llevada a la pantalla chica en 108 cortos de un minuto, con el trabajo conjunto de Quino, la dirección de Juan Padrón y el aporte técnico de Televisión Española (Herrera, 1995). En México, en 1927, Miguel Acosta realizó más de doscientas producciones de treinta segundos de duración. Otros registros hablan de Salvador Pruneda, quien trabajó en los estudios de Max Fleisher y Walt Disney y en 1934 participó en el cortometraje de Arcady Boytler, *Revista Musical*.

En años recientes en estos países se desarrolla la vanguardia de la animación: trabajan en proyectos animados para cine y televisión. Los estudios de animación *Ánima Estudios* con proyectos como el *El Chavo animado* y *El Chapulín Colorado* y largometrajes como *Don Gato y su Pandilla*, mientras que *Huevocartoon Producciones* en el mercado de contenidos para plataformas digitales y el internet, con cortos humorísticos con personajes diversos y largometrajes en dos y tres dimensiones, entre ellos *Una Película de Huevos* y sus secuelas *Otra película de Huevos* y *un Pollo* y *Un Gallo con muchos huevos*. En Argentina, el laureado director de cine Juan Jose Campanella y su productora 100 Bares, incursiona en el cine de animación con *Metegol*.

Con todos estos antecedentes de la animación ¿qué ha sucedido en Ecuador? En 1964 Gonzalo Orquera comienza a realizar animación cinematográfica para el Canal 4 en el espacio “Ventana de los Andes”. En 1967, junto con Carlos Semblantes en la cámara y Rodrigo Cevallos en el sonido, realiza cortos publicitarios en 16mm para los cigarrillos Progreso. En años siguientes realiza varios cortos publicitarios de menos de un minuto de duración. Otro ecuatoriano que incursiona en la animación es Miguel Rivadeneira en 1980, en el campo publicitario mediante logotipos animados para el Banco de los Andes y Cerámica Andina. Rivadeneira inicia la producción de cortos animados como *El Papel*, bajo la dirección del animador uruguayo Walter Tournier en 1983, *El Licenciado* y *El Macaco*, otras obras del mismo autor. En 1989 Cinearte, creada cuatro años antes, por medio de su director Edgar Cevallos, crea *Evaristo*, basado en el personaje popular homónimo representado por el quiteño Ernesto Albán, en una serie de spots para el Municipio Metropolitano de Quito (Castro & Sanchez, 1999).

Cinearte fue pionera en animación en el Ecuador. Además de los proyectos señalados, también trabajó con Disney con el personaje de Máximo, del cual sus derechos pertenecen a UNICEF. El caricaturista de diario *El Universo*, Xavier Bonilla (Bonil) también incursionó con proyectos de animación experimental a inicios de los 90. En 1992 en Guayaquil aparece el personaje de Juan Pueblo, creado por Luis Peñaherrera con un propósito similar al de Don Evaristo, de promover las acciones del Municipio de Guayaquil (Castro & Sanchez, 1999).

En años recientes, las nuevas tecnologías han permitido a más personas acceder al campo de la animación. El surgimiento de estudios que desarrollan proyectos de animación es una industria creciente y poco saturada. En este campo se pueden destacar en la ciudad de Guayaquil, BOT Estudio, siendo Carlos Santibáñez su director creativo. Se desarrolla en el campo de la publicidad y animación en 3D (Diseño en Ecuador, 2014), también FILOH Studio, BANG Studio, TWISTED HOUSE, producen programas de

animación en la franja Veo Veo para la televisora estatal. En redes sociales se ha creado una comunidad de profesionales y aficionados a la animación digital, destacando el “Gremio de Animadores Audiovisuales Ecuador”.

En lo que refiere a la enseñanza académica en Ecuador inició en 1988. La Universidad San Francisco de Quito, en el pensum de la Carrera de Diseño Gráfico, incluía asignaturas para la instrucción de Dibujos Animados (Castro & Sanchez, 1999). Las Instituciones de Educación Superior, en sus carreras de Diseño, siendo las áreas de Gráfico y Multimedia las cuales contienen materias para abarcar contenidos de animación.

En la misma línea, la academia toma en cuenta los cómics y la animación como sujeto de estudio, en áreas de comunicación y estudios culturales (Garcés, 2016). En lo que refiere a la realidad del país y la temática de estudio, existe una obra que recopila información acerca de la animación y los dibujos animados de forma cronológica desde mediados de los años 60 hasta 1996 (Castro & Sanchez, 1999). Desde el punto de vista del aporte de las disciplinas a la industria de la animación en el Ecuador existen muy pocos antecedentes.

Una reflexión del pensamiento implica el arte, en ello inmersa la animación como industria cultural, con función social: ya no está pensado para los individuos, sino para las masas, ya que la masa es la fuerza motora de la sociedad. La obra de arte se inserta en las condiciones culturales, sociales, políticas del momento, las rechaza y las critica en búsqueda de su transformación, siendo altamente comunicativa. Su expresión está directamente ligada a la comunicación, en donde la masa no se encuentra excluida (Benjamín, 2003).

Gracias a la tecnología digital y sus avances, así como el disponer de mejores canales de comunicación, rápidos y eficientes, las industrias de contenidos digitales son un medio de producción que está en constante crecimiento y consolidación (Welfens, 2008). La imagen es ahora accesible para las masas. Antes de la revolución industrial el arte era inalcanzable, inaccesible; en la actualidad, el arte viene al encuentro de las masas y cambia el modo de ver tradicional. La técnica de la creación también se ha transformado ya que en tiempos anteriores tomaba mucho tiempo, siendo en la actualidad cuestión de horas (Benjamín, 2003). En un contexto global la industria de la animación registra un crecimiento anual del 7%, concentrada principalmente en Norte América en Estados Unidos y Canadá, en Europa con Inglaterra, Francia, Alemania y Asia en Japón, China y Corea del Norte (Escandón & Villegas, 2016).

Refiriendo a Latinoamérica se evidencia un crecimiento lento en lo que implica a las industrias creativas, registrando un aporte al Producto Interno Bruto (PIB) menor de 2% del PIB en Argentina, Brasil, Chile, Perú, Uruguay y Venezuela, menos del 1% en Bolivia, Colombia, Ecuador y México (Mastrini & Becerra, 2005). En Ecuador, la administración política contempla el fomento a las industrias culturales por medio de su Plan Nacional del Buen Vivir (Vernimmen, 2013). Aparte de la situación política favorable, en la región las tradiciones culturales y el talento humano sugieren la existencia de un alto potencial en el desarrollo de las industrias creativas (Keane, Ryan, & Cunningham, 2005).

Precisamente en las tradiciones culturales, en donde aterriza el potencial de la presente investigación, los conocimientos y los saberes ancestrales son un elemento primario en las políticas del buen vivir:

El *Buen Conocer* se entiende como inherente e indispensable para un Buen Vivir, (...) siendo su accionar fundamental para la construcción de una Economía Social del Conocimiento (ESC) como alternativa práctica, y coherente con la noción de *Buen Vivir* promulgada en la Constitución de 2008 en Ecuador siendo un concepto propio de los pueblos ancestrales. El *Buen Conocer* exige que la gestión de dichos saberes provenga precisamente de los propios pueblos y comunidades portadoras (Crespo & Vila, 2014).

Los saberes ancestrales y tradicionales del Buen Conocer-Sumak Yachay, desarrollados en animación digital, cuentan con varios ejemplos. El cortometraje animado *Aya* muestra cómo es la concepción de los espíritus por parte de las etnias originarias (Universidad San Francisco de Quito, Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas, 2014). Productores independientes también desarrollan sus proyectos de animación referentes a los saberes tradicionales de los pueblos originarios (Fuérez, 2015). Varias producciones independientes poseen características singulares, por ejemplo ser autodidactas o de carácter amateur. Otras desarrolladas dentro la academia en la Universidad San Francisco de Quito en su carrera de Animación Digital y en muchas instituciones superiores, públicas y privadas, en las carreras de Diseño Gráfico, ya que en la actualidad la tendencia de los proyectos se direcciona en el desarrollo de saberes tradicionales. Por ello, existe un corpus no determinado para la investigación de los campos y su relación.

Referencias bibliográficas

- Belting, H. (2007). *Antropología de la imagen*. Buenos Aires.
- Benjamín, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México: Itaca.
- Blair, P. (1994). *Cartoon Animation*. Walter Foster Publishing.
- Calisto Ponce, M. & Calderón Zurita, G. (2011). *Historia del Diseño Gráfico en el Ecuador 1970 - 2005*. Quito, Ecuador.
- Castro, K. & Sanchez, J. (1999). *Dibujos Animados y Animación: Historia y compilación de técnicas de producción*, 39. Quito, Ecuador: Quipus, CIESPAL.
- CES. (s.f). *Consejo de Educación Superior*. Recuperado de: www.ces.gob.ec: http://www.ces.gob.ec/index.php?option=com_sobipro&sid=3517:RPC-SO-2016&Itemid=704
- Coscarelli, A. (2009). *La historieta como recurso didáctico en la enseñanza de ELE*. Recuperado de: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.4356/pr.4356.pdf
- Crespo, J. M. & Vila, D. (12 de Diciembre de 2014). *Investigación Abierta*. Recuperado de Flok Society - Buen Conocer: <http://flok-society.org/docs/Espanol/5/5.3.pdf>
- Diseño en Ecuador. (2014). *Noticias*. Recuperado de: <http://www.haremoshistoria.net/noticias/bot-estudio-animacin>
- Escandón, P. A. & Villegas, M. M. (2016). Diagnóstico y propuesta de buenas prácticas para la industria de animación digital colombiana. *Revista Kepes*, 13(14), pp. 113-140.
- Freedberg, D. (1992). *El Poder de las Imágenes*. Madrid, España: Catedra.
- Fuárez, S. (2015). *YAKU WIKI 2015 kichwa*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=62tKfOWkHw&t=2s>
- Garcés, M. B. (2016). *Universidad Andina Simón Bolívar*. Recuperado de Maestría en Estudios de la Cultura: <http://hdl.handle.net/10644/5034>
- Herrera, C. (Enero de 1995). Dibujos Animados, una opción comunicacional. *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, 50.
- Keane, M.; Ryan, M. D. & Cunningham, S. (2005). Worlds apart? Finance and investment in creative industries in the People's Republic of China and Latin America. *Telematics and Informatics*, pp. 309-331.
- Mastrini, G. & Becerra, M. (2005). Estructura y dimensión de las industrias infocomunicacionales en América Latina. *Palabra Clave* (12).
- Meggs, P. (2006). *History of Graphic Desing*.
- Mendoza, M. I. & Djukich De N, D. (2010). *El cómic: compromiso social con la cotidianidad*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=170121894003>
- Perales, J. & Jiménez, J. (2002). Las Ilustraciones en la enseñanza-aprendizaje de las ciencias. Análisis de libro de texto. En *Enseñanza de las ciencias*.
- Rodríguez Bermúdez, M. (2007). *Animación: una perspectiva desde México*. México, México: UNAM.
- Rodríguez Dieguez, J. L. (1988). *Comic y su utilización didáctica*. Gustavo Gili.
- Ruiz Llamas, M. G. (1992). *Ilustración gráfica en periódicos y revistas de Murcia (1920-1950)*. Murcia, España: EDITUM.
- Santibáñez, J. D. (2012). El cómic en Ecuador una historia en génesis permanente. *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, 119.
- Universidad San Francisco de Quito, Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas. (2014). "AYA" Cortometraje Animado. *Tesis (Licenciado en Animación Digital)*. (C. E. Fuentes, Ed.) Quito, Ecuador: Universidad San Francisco de Quito.
- Vernimmen, G. (diciembre de 2013). Las industrias culturales para el desarrollo en Ecuador (Otros Temas). *Resistencia*, pp. 38-40.
- Welfens, P. J. (2008). *Digital Integration, Growth and Rational Regulation*. Wuppertal, Alemania: Springer Science & Business Media.
- Williams, R. (2002). *Kit de Supervivencia del Animador*. Londres, Inglaterra: Faber and Faber.

Abstract: At present, knowledge and ancestral knowledge, also called Good Knowledge or *Sumak Yachay*, are a fundamental component to achieve the so-called Good Living in Ecuador. Digital animation, cultural industry, contributes to the process of developing good knowledge. Thanks to its communicational nature of easy understanding for the collectives, it is constituted as a tool for the transmission of knowledge. Technology has facilitated access to the development of animation projects that involve the dissemination of ancestral knowledge by independent producers and within formal academic education in digital animation and graphic design careers.

Keywords: good to know - sumak yachay - digital animation - technology.

Resumo: Hoje, os conhecimentos e saberes ancestrais –também chamados Bom Conhecer ou *Sumak Yachay*, são um elemento fundamental para alcançar o denominado Bom Viver em Equador. A animação digital, indústria cultural, colaboram no processo de desenvolvimento do bom conhecer. Por seu caráter comunicacional de fácil entendimento para os coletivos, se constitui como ferramenta para a transmissão

do conhecimento. A tecnologia facilitou o acesso ao desenvolvimento de projetos de animação que implicam a difusão de conhecimento ancestral por parte de produtores independentes e dentro do ensino formal acadêmico nas carreiras de animação digital e design gráfico.

Palavras chave: bom conhecer - Sumak Yachay - animação digital - tecnologia.

(*) **Jose A. Oleas Orozco**, Mg. Licenciado en Diseño Gráfico (Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Magister en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional Universidad de las Américas. UDLA Doctorando Cohorte 6 Doctorado en Diseño Universidad de Palermo. Docente Universidad Tecnológica Indoamérica. Par Evaluador Externo, Revista Científica Investigar.

La Educación del Diseñador de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Artes

Actas de Diseño (2021, julio),
Vol. 34, pp. 141-145. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2017
Fecha de aceptación: agosto 2018
Versión final: julio 2021

Eugenio Mangia Guerrero (*)

Resumen: Este ensayo tiene el propósito de auscultar los cambios culturales y técnicos en la evolución de la producción moderna y los desarrollos paralelos en la educación de un diseñador. El presente trabajo recorre el desarrollo de la tecnología relacionada a la producción industrial desde el siglo 18 y 19 con sus consecuencias para la educación hasta la actualidad. Para poder cumplir este propósito se ha recurrido en gran parte a lecturas y observaciones del teórico norteamericano Louis Sullivan del siglo 19 y los conceptos actuales del crítico teórico alemán Klaus Krippendorff.

Palabras clave: Diseño - educación - industria comercial - responsabilidad social - estética - funcionalidad - semiótica.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 145]

Introducción

El Diseño como tal es una combinación de ciencia y arte, y debido a su desarrollo histórico ha sido conceptualizado en tiempos modernos bajo el principio de “la forma sigue la función”. Determinar el equilibrio entre los dos ha sido un desafío predominante para los profesores de Diseño. La función es dominada esencialmente por principios tecnocientíficos (ciencia/ingeniería), mientras la forma es más un asunto de expresión artística (percepción/estética).

El concepto de arte es bien aceptado, como el de formas o imágenes que son creadas para complacer la vista o el tacto. En muchas ocasiones, el arte de pintores o escultores es descrito como un diseño placentero, pero el trabajo de científicos e ingenieros es referido también como un diseño, tal como ocurre con el diseño de un motor. Científicos e ingenieros usan la palabra Diseño como un sustantivo para nombrar un artefacto o también como un adjetivo para describir la efectividad de un sistema. El término Diseño es también utilizado en referencia a un número de campos profesionales como Diseño Industrial, Diseño de Interiores y Diseño Arquitectónico. En este sentido, la palabra Diseño combina ambos significados de arte y función. “Se suele considerar al diseño como una forma más rigurosa de arte, o arte con una finalidad claramente definida” (Wikipedia, 2014). Aquí cave definir cuál es ese propósito, en la actualidad, debe ser un “Diseño centrado en el ser humano” (Krippendorff, 1984).

El dilema enfrentado por la gran mayoría de educadores es el de determinar, dentro de una oferta académica y económica, cuánto y qué conocimiento debe ser impartido al estudiante para que inicie su carrera. Programas prácticos de ingeniería, como por ejemplo Ingeniería Mecánica, se concentran principalmente en enseñar matemáticas y ciencias aplicadas, como termodinámica, mecánica y fluidos. Escuelas de arte enseñan forma y estética con cursos básicos en forma, color y dibujo; y cursos avanzados en escultura, pintura y otros medios especializados. Con este tipo de instrucción, un ingeniero podrá tal vez producir una licuadora no muy atractiva que funciona bien, mientras un artista podrá crear una licuadora bella pero que no logra hacer un batido adecuadamente.

Por lo tanto, las dos profesiones intentan colaborar para poder combinar forma y función en un paquete que el consumidor podrá usar y admirar. En este caso el Diseño es motivado por la forma y la imagen que se comunica, a pesar del adagio de la “Forma sigue la Función”. Diseñadores generalmente tienen un cliente que forma parte de la industria comercial y la gran mayoría de las decisiones que han gobernado a esta fueron dominadas por las ventas hacia el consumidor. Ventas de consumo pueden ser agrupadas informalmente entre compras a corto y largo plazo. Compras a corto plazo son usualmente aquellas basadas en compras impulsivas que obedecen un factor de impacto visual y espectacularidad. Las compras de