

USO DE PHOTOSHOP EN LA PUBLICIDAD GRÁFICA

▶ ASIGNATURA | Introducción a la Investigación

▶ PROFESOR | Veronica Mendez

▶ APELLIDO Y NOMBRE | Florencia Wagner

▶ CARRERA | Diseño Gráfico

FECHA DE ENTREGA | 04-07-18

Uso de Photoshop en la publicidad gráfica

Cuerpo A

- ▶ Nombre y Apellido del Autor | Florencia Wagner
- ▶ Cuerpo A
- ▶ Fecha de presentación | 04-07-2018
- ▶ Carrera de Pertenencia | Diseño Grafico
- ▶ Categoría | Investigación
- ▶ Línea Temática | _____



Docente: Lic. Verónica Méndez
mendezveronica.UP@gmail.com

Planificación Académica

Ubicación en el plan de estudio
Objetivos
Índice de contenidos básicos
Desarrollo de contenidos básicos
Producción y creación del estudiante
Fuentes documentales y bibliografía

Introducción a la Investigación - 022562

Esta asignatura integra el proyecto pedagógico
Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación

Trabajo Práctico Final: Producción Académica

La producción de los estudiantes en esta asignatura se enmarca en la línea Producción Académica, enfocándose en el ámbito metodológico y propiciando el desarrollo de habilidades expresivas que se proyectan en el ámbito teórico de cada campo disciplinar.

Tendencias emergentes: productos, marcas, empresas y creativos contemporáneos

Investigar sobre tendencias emergentes, ya sea una marca, una empresa o un producto en particular (campañas, avisos, obras de arte, diseños) o sobre una persona (escenógrafo, actor, artista plástico, etc.)

Recorte temático:

La temática general planteada por la Facultad para esta asignatura y su trabajo final es la exploración de nuevas tendencias en el campo del diseño y la comunicación. Se promueve el acercamiento académico a productos, marcas, empresas y creativos contemporáneos que presenten nuevas tendencias en Latinoamérica. Es fundamental que el estudiante analice aquello que sea próximo a su carrera y profesión futura. Dado que se trata de una primera aproximación al campo epistemológico, es importante que el recorte temático resulte abordable. Es el rol del docente guiarlo hacia un trabajo afín al nivel académico de cada estudiante y al tiempo de investigación que permite la cursada.

La tendencia es un mecanismo social que regula las elecciones de los sujetos. Se trata de un patrón de comportamiento determinado por cada sociedad y su tiempo. La idea es que el estudiante capte acciones y aspectos subyacentes que puedan en un futuro determinarse como tendencias. Se busca que desde el comienzo esté atento a lo sutil y lo emergente dentro de su área, detectando las posibilidades de consagración de nuevas tendencias.

La propuesta es que el estudiante pueda investigar sobre una marca, una empresa o un producto en particular (campañas, avisos, obras de arte, diseños) así como también es posible llevar adelante el trabajo de campo focalizándose en una persona (escenógrafo, actor, artista plástico, cineasta).

Se sugiere que la investigación sostenga su hipótesis basándose en dos fuentes de primera mano, como mínimo: una entrevista al artista o encargado de la marca o empresa; y un análisis de sus obras y productos. Por otra parte, el trabajo debe sustentarse con el marco teórico y el estado de la cuestión, consignando vínculos y relaciones del objeto de estudio y el contexto social.

También pueden agregarse otras instancias metodológicas para el sustento empírico de la hipótesis, tales como el análisis de otro tipo de encuestas o de otras fuentes de primera y segunda mano.

Estructura del informe:

El estudiante debe entregar los tres cuerpos en papel y en formato digital. Se entrega en un solo anillado los tres cuerpos.

Cuerpo A

- carátula
- guía del Trabajo Práctico Final
- síntesis del trabajo (entre 10 y 30 líneas, interlineado 1,5)

- aportes y descubrimientos significativos (en primera persona) curriculum vitae (máximo una página)
- declaración jurada de autoría (utilizar la ficha institucional)

Cuerpo B

- carátula
- índice
- introducción
- desarrollo del informe: capítulos
- conclusiones personales
- bibliografía (ver normativa para citar)

Cuerpo C (si corresponde)

- carátula
- materiales complementarios y de apoyo
- trabajos de campo relevado (la interpretación va en los capítulos del cuerpo B)
- Fotocopias de artículos periodísticos, imágenes y otros (no se deben fotocopiar los capítulos de los libros)

Cada profesor puede introducir las modificaciones que considere necesarias.

Rótulos, Etiquetas y Portadas

Estandarización de las presentaciones de los estudiantes de Diseño y Comunicación (ver en www.palermo.edu → Facultad de Diseño y Comunicación → EstudiantesDC → Rótulos)

Síntesis del trabajo

El tema elegido a investigar fue el uso de Photoshop en la publicidad gráfica y como este fue cambiando con el avance de la tecnología. Se explora acerca del rol del Photoshop en la publicidad gráfica y comparar publicidades las cuales fueron creadas antes de la aparición del Photoshop con publicidades que cuentan con el uso de este. Se eligieron así cuatro publicidades de distintos años, publicidad de Coca-Cola (2010), publicidad de Adidas (2012), publicidad de Milka (2014) y publicidad de Noblex (2018) las cuales se las comparara técnicamente y de qué manera transmiten el mensaje. Uno de los focos de interés será averiguar si el uso del Photoshop facilito el trabajo del diseñador gráfico y si le permite ser más creativo a la hora de crear una campaña publicitaria. Asimismo, se entrevistara a un profesional para explorar si el Photoshop es facilitador al momento de la transmisión de un mensaje y se realizará una encuesta a un grupo de diseñadores gráficos para conocer como trabajan los profesionales en el tema.

Para comprender el uso de Photoshop en la publicidad gráfica se conocerá previamente los conocimientos básicos de que es la publicidad gráfica, Photoshop, diseño gráfico y el diseño. Teniendo conocimiento sobre estos conceptos se podrá analizar de manera más profunda acerca del uso de herramientas de diseño digital en la publicidad gráfica.

Aportes y descubrimientos significativos

Cuando leí las materias que iba a tener que cursar en este primer cuatrimestre, honestamente, Introducción a la Investigación era a la que menos expectativas le tenía. Al principio me pareció aburrida la clase, dado que era todo teoría de la cual había visto en la secundaria. Después cuando empezamos con los trabajos prácticos sobre nuestro tema en interés, empecé a mostrar más interés sobre la materia, y podría decir que hasta me terminó gustando. El haber podido elegir el tema de mi investigación, fue algo que me agrado, dado que le iba a poner mayor esfuerzo y voluntad para hacer el trabajo. Al principio, no estaba segura de mi tema, pero al empezar a investigar, pude definir mi objeto de estudio.

Realizar este trabajo me permitió obtener mayor información y conocimientos sobre un tema que era de mi interés y a medida que buscaba y leía la información me iban surgiendo más dudas las cuales planeo investigar.

A pesar de que no estaba tan motivada con la clase, puedo decir, que finalmente me sirvió haber cursado esta materia ya que me da las herramientas necesarias para poder realizar cualquier investigación o sobre cómo encarar un informe.

Haber sido yo el sujeto de estudio me permitió además de conocer el campo laboral del diseño, y tener una mejor idea sobre aspectos del diseño que no tenía gran conocimiento. Me ayudo a saber que programas se utilizan al momento de realizar el trabajo. El hecho de que el objeto de estudio este relacionado con mi carrera, me permite seguir profundizando sobre temas los cuales el día de mañana me van a ser de gran ayuda.

La motivación principal que me llevó a estudiar este objeto de estudio fue mi gran interés hacia la fotografía y al diseño digital como la publicidad. También, me interesaba conocer sobre esta problemática dado que es un tema actual que se presenta no solo en mi país, sino a nivel mundial. Elegir la carrera de diseño gráfico me permitió estudiar e investigar sobre diferentes ramas del diseño teniendo así diferentes conocimientos para luego definir realmente lo que quiero hacer de manera profesional.

Declaración jurada de autoría

A: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.

Por la presente dejo constancia de ser el autor del Trabajo Práctico Final titulado Uso del Photoshop en la publicidad gráfica que presento para la asignatura Introducción a la investigación dictada por la profesora Veronica Mendez

Dejo constancia que el uso de marcos, inclusión de opiniones, citas e imágenes es de mi absoluta responsabilidad, quedando la UP exenta de toda obligación al respecto.

Autorizo, en forma gratuita, a la UP a utilizar este material para concursos, publicaciones y aplicaciones didácticas dado que constituyen ejercicios académicos de uso interno sin fines comerciales.

04 /07 /2018

Fecha

Firma y aclaración

Uso de Photoshop en la publicidad gráfica

Cuerpo B

- ▶ Nombre y Apellido del Autor | Florencia Wagner
- ▶ Cuerpo B
- ▶ Fecha de presentación | 04-07-2018
- ▶ Carrera de Pertenencia | Diseño Gráfico
- ▶ Categoría | Investigación
- ▶ Línea Temática | _____

Introducción

En la presente investigación, se explora el uso del Photoshop en la publicidad gráfica y como este fue cambiando entre los años 2010 y 2016 en Argentina. La idea surge a partir de que hoy en día todas las publicidades gráficas cuentan con por lo menos un mínimo retoque con Photoshop.

Esta investigación propone indagar acerca del rol del Photoshop en la publicidad gráfica y comparar publicidades las cuales fueron creadas antes de la aparición del Photoshop con publicidades que cuentan con el uso de este. Se eligieron así cuatro publicidades de distintos años, publicidad de Coca-Cola (2010), publicidad de Adidas (2012), publicidad de Milka (2014) y publicidad de Noblex (2018). Uno de los focos de interés será averiguar si el uso del Photoshop facilito el trabajo del diseñador gráfico y si le permite ser más creativo a la hora de crear una campaña publicitaria. Asimismo, se entrevistaron profesionales para explorar si el Photoshop es facilitador al momento de la transmisión de un mensaje y se realizó una encuesta a un grupo de diseñadores gráficos.

Capítulo I

Diseño y publicidad gráfica

Para comenzar hay que definir algunos términos como diseño, diseño gráfico, publicidad gráfica y Photoshop para poder entender mejor sobre el tema a investigar.

El diseño tiene el fin de proyectar un objeto o idea. Este se encarga de la creación de objetos como carteles, edificaciones, entre otras. A lo largo del último siglo, la palabra diseño ha sufrido una serie de cambios o transformaciones que modifican el propio concepto y por ello existen varios conceptos sobre la misma palabra. La palabra diseño deriva del italiano “designio” que significa “dar nombre o signo a algo”. ¿Que era originalmente el diseño? Este nace como una revolución en los estilo de vida para ayudar a cambiar las costumbres y modalidades. Se sitúa en la sociedad como una actividad ideológica. Estaba dentro de lo que se considera el “movimiento moderno” donde había una lucha por poner en la vida cotidiana los estilos de las conquistas y la sociedad industrial. Por ello, el diseño aparece simplemente como un instrumento. “El espacio productivo en el que se formula aquel nuevo estilo de vida, se explicitan sus nuevos programas, se crean los correspondientes nuevos lenguajes y se prefigura el nuevo hábitat y todos su componentes.”¹ Hoy en día el diseño tiene un concepto diferente al original. El diseño se encuentra en todos lados de forma masiva, principalmente en la industria productiva. Se podría decir que es el fruto del objetivo inicial de este. Este está incrustado en todo proceso creativo, se adapta y sirve a todo tipo de necesidad sin importar la cultura ni la estética. Al momento de diseñar, el individuo toma en cuenta los aspectos estéticos y funcionales. Debe pasar por una serie de etapas: la observación y el análisis del medio donde se va a presentar el diseño. Evaluar las necesidades de las personas y poder proyectar la solución a este a través de piezas gráficas. Y por último, ejecutar las ideas finales. Además debe hacer un estudio de colores, formas, texturas y estilos para poder transmitir de manera adecuada el mensaje. El diseñador es la persona que ha estudiado y es profesional ante un diseño y es capaz de atravesar todas las etapas de manera seria para desarrollar un producto o idea de mayor calidad.

Por otro lado, el diseñador gráfico es la persona que ejecuta el propio diseño, como se ha dicho anteriormente. Esta persona estudió la carrera de diseño para luego poder diferenciarse del resto y realizar todos los trabajos de manera profesional, teniendo mayor conocimiento. La carrera es también conocido como diseño en comunicación visual. Tiene como fin investigar, proyectar, idear los mensajes y determinar cómo estos van a ser transmitidos. La profesión de diseño gráfico puede estar subdividida en varias áreas como: diseño publicitario, diseño editorial, diseño web, diseño multimedial, entre otros. Los programas más utilizados por los diseñadores son los programas de Adobe Creative, como por ejemplo, Photoshop, InDesign, Illustrator, entre otros.

1

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=13&id_articulo=5174

La publicidad gráfica es la comunicación visual en diferentes formatos mediante la cual se produce la recordación de una marca o para comunicar un mensaje en especial. Las distintas fuentes tipográficas, la composición y otras herramientas se encuentran en el desarrollo de una pieza publicitaria. Se pueden crear presentaciones de envases, carteles, logotipos, entre otros. Generalmente la composición y fotografías van acompañadas de textos los cuales ayudan al público a recibir de manera más clara el mensaje.

Por último, el Photoshop es un programa desarrollado por Adobe Systems Incorporated lanzado en 1990, el cual se utiliza para la edición de imágenes. En castellano significa “taller de fotos” aunque la gente se refiere a este como “retoque digital de una imagen”. Existen varias versiones de este programa, dado al propio avance de la tecnología y del diseño digital. Con esta herramienta el diseñador puede modificar imágenes digitalizadas y crear y editar fotografías como logotipo y gráficos. Se puede manipular los colores, las texturas, la luz, el fondo y las formas. Generalmente los diseñadores no trabajan solamente con un programa sino que los complementan dado que cada uno es para realizar una tarea, Photoshop es para retocar imágenes e Illustrator para ilustrar. Hoy en día el Photoshop es una de las herramientas más conocidas referidas a la creación, edición y manipulación de imágenes.

Con el avance de la tecnología, la publicidad fue evolucionando permitiendo tener una mayor creatividad y mayor cantidad de herramientas al diseñador. Con el uso de programas como Photoshop, el diseñador tiene la posibilidad de jugar con su imaginación y crear diferentes publicidades, saliendo de lo real. Además, se utiliza para crear una superposición de elemento, como por ejemplo, utilizar una imagen como fondo y luego sobre ella colocar diferentes frases con distintas tipografías. Estos programas no solo abren nuevas puertas sino que también se complementan con el trabajo del diseñador ya que este puede crear todo desde una misma plataforma, teniendo todo al alcance de su mano.

La gran mayoría de los diseñadores gráficos consideran que la publicidad gráfica consiste en dar un mensaje directo o indirecto sobre un tema en particular y que su objetivo es que el mensaje sea conciso y que pueda ser fácilmente interpretado por el consumidor. El hecho de trabajar sobre una plataforma digital, le permite al usuario hacer cambios de manera rápida y sin perjudicar el resto del trabajo. Se podría decir que si no se transmite el mensaje con la publicidad, el diseño no ha cumplido su objetivo.

Capítulo II

Uso del Photoshop en la publicidad gráfica

Es necesario comprender los conceptos básicos de diseño, diseño gráfico, Photoshop y Publicidad gráfica para poder comprender mejor la investigación sobre el Uso del Photoshop en la Publicidad Gráfica.

Con el avance de la tecnología, la publicidad fue evolucionando cambiando la creatividad del diseñador. Con el uso de programas de edición como Photoshop, el diseñador tiene la posibilidad de jugar con su imaginación y crear publicidades creativas. Además, se permite crear una combinación donde se colocan imágenes y textos en un mismo trabajo. Este programa no solo abrió nuevas puertas sino que también facilitó el trabajo del diseñador ya que puede realizar toda la publicidad desde una plataforma generando que esto sea más rápido. Para realizar esta investigación se atravesaron tres momentos:

Momento Lógico: a partir del objeto de estudio se plantearon las siguientes preguntas ¿en todas las campañas publicitarias está presente el uso del Photoshop? ¿hasta qué punto las imágenes que vemos son verdaderas? ¿favorece al diseño el avance de la tecnología? ¿el uso de herramientas de edición facilitó el trabajo del diseñador?

Momento metodológico y momento técnico: el metodo de investigacion sera a traves de la recolección de datos de diferentes agencias publicitarias en diferentes momentos para ver el avance de la propia publicidad. Además, realizar una entrevista a algún profesional sobre publicidad gráfica. Por último, observar diferentes publicidades para ver si existe algún avance a través de los años.

Momento teórico: luego de haber realizado la investigación analizaré si realmente existe un uso constante del Photoshop en la publicidad gráfica y llegar a una conclusión.

Hoy en día, la manera por la cual los consumidores reciben la información es totalmente diferente hace 20 años atrás. En la actualidad la mayoría de la gente recibe información a través de la tecnología, es decir, a través de la computadora, del celular. Por lo cual el uso de herramientas de diseño digital se ven expuestas para facilitar la transmisión del mensaje. En las siguientes publicidades de la Argentina entre los años 2010 y 2016 se puede ver un avance de la tecnología y de los programas de edición.

En la publicidad de Coca-Cola del año 2010 se puede ver el presente uso de herramientas de diseño. En este diseño se presenta el uso de fotografías (personas). Se presenta variaciones de color en el fondo y superposición de elementos. La publicidad tiene como tema el mundial 2010, el cual varias empresas utilizan como tema principal para realizar sus campañas, y así generar más ventas. En este caso el diseñador gráfico vio que la manera de conseguir mayores ventas y transmitir adecuadamente el mensaje era utilizando ese tema. En



argentina, el fútbol es algo que tiene gran importancia, y gracias a ello muchas empresas se aprovechan de la oportunidad de realizar una campaña diferente. Se podría decir que esta publicidad es un recordatorio de la marca y que Coca-Cola quiere transmitirle a su target que el mundial se debe vivir junto a Coca-Cola. Haciendo referencia a la estructura de la publicidad, se puede ver que no presenta una estructura compleja. Se presenta una cierta profundidad en la manera que el diseñador distribuyó los elementos.



En esta publicidad de Adidas, lanzada en el año 2012, también se presenta el uso de herramientas de diseño digital. Además se presenta al igual que en la publicidad anterior, un uso de fotografías. En este caso, la publicidad es utilizada como recordatorio de la marca y como

homenaje a dos grandes jugadores. Es por eso que el elemento principal es un botín, una mitad es del botín del jugador Gero Muller del año 1972 y la otra mitad de Lionel Messi del año 2012. Ambos jugadores rompieron el récord de mayores goles en un mismo año. En esta publicidad se presenta un fondo pleno generando que todo el foco del público se sitúe en la imagen y en la frase principal "haciendo historia". Es una publicidad simple donde lo único que aparece es la imagen del botín, las frases y el logo de la marca. Se puede ver como hay una variación de luces, sombras y uniones de elementos. Los dos botines están unidos de tal manera que parezcan uno mismo. Luego para lo mismo en el fondo, cambiando las tonalidades. Estos dos aspectos hacen dar cuenta de que se trata de dos épocas diferentes.

Milka lanza esta campaña publicitaria en el año 2014 cuenta con un alto nivel de creatividad donde los diseñadores decidieron salir de lo clásico, como por ejemplo, colocar una vaca volando de color violeta. Con la famosa campaña de la vaca violeta, la marca logró fijarse en la mente de los consumidores. Cuando una persona ve la imagen de una vaca violeta, instantáneamente lo relaciona con el chocolate. Se puede ver el avance de la tecnología y del diseño digital de tal manera que parece una imagen tomada así, sin insertar elemento sobre ella, de tal manera que parezca real. Solamente se coloca debajo el nombre de la marca. El punto focal de esta publicidad es el animal y la frase. Existe un juego de profundidades y de tamaños en la frase.



Por último, Noblex lanzó una campaña publicitaria acerca del mundial 2018 alentando y apostando a la selección argentina. En esta publicidad se presenta un gran uso de Photoshop. Como elemento principal de la pieza gráfica se presenta un televisor, marca noblex, al cual va referido el mensaje. Luego se presentan los jugadores se sitúan jugando en la cancha la cual es utilizada como fondo de la publicidad. En la parte superior derecha se sitúa en gran tamaño el logo de la empresa y en el otro extremo superior se encuentra el slogan de la

campana “Muy seguros de nuestra pasión”. Como se ha dicho anteriormente, esta campana también se aprovecha de la pasión por el fútbol que se presenta en la Argentina. Esta publicidad fue acompañada luego por otra pieza la cual ofrece a todos los consumidores quedarse con la televisión si la selección argentina no llegaba a entrar al mundial, catalogando como “Super Promo Eliminatorias”. Haciendo referencia a las técnicas de Photoshop, se puede ver como todos los elementos están esfumados o conectados con el fondo haciendo que todo tenga una armonía. Se presenta una variación de colores y de luces en el fondo haciendo que el diseño sea más realista. A su vez, se utilizan fotografías como la de la cancha y los jugadores. Lionel Messi está situado en el centro de la publicidad generando que el ojo del consumidor vaya directamente hacia él y por detrás se encuentran otros dos jugadores pero con menor luz y menor tamaño.

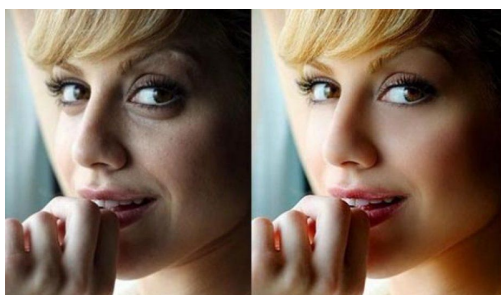


Los diseñadores de revistas utilizan el Photoshop para primero retocar las fotografías sacadas y luego sobre ella crean o colocan la tapa de la revista a publicar. Cuando retocan las fotografías, no solo hacen variaciones de luz, color, fondo, sino que además cambian la estética y la figura de la persona que posó en la fotografía.



Así, el photoshop no solo se utiliza en campañas de publicidades de marcas o productos, sino que también se utiliza en revistas. Existen críticas acerca del uso del Photoshop en gente famosa

y en el ámbito de los periodistas de revistas como se puede ver en las imágenes anteriores.



En la siguiente imagen se puede ver como con el uso de Photoshop una imagen puede cambiar completamente. Se presenta una variación de luces y sombras las cuales generan que la fotografía sea más interesante y llame más la atención.

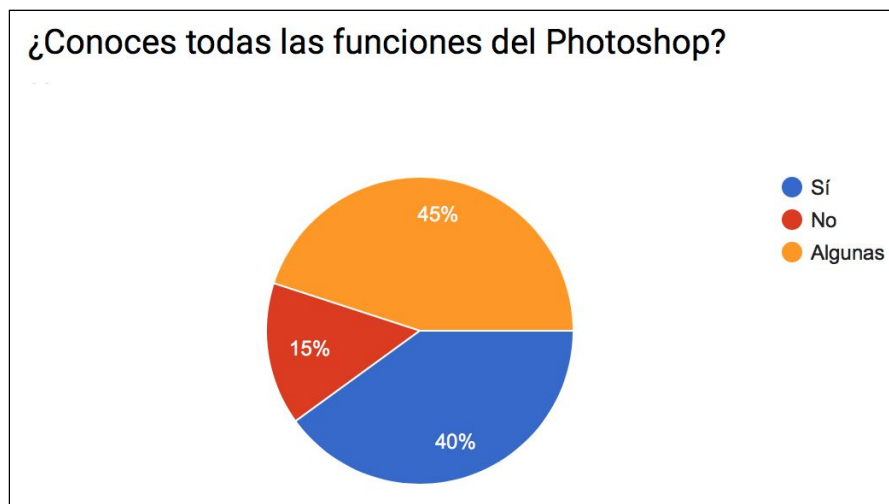
Se realizó una encuesta a un grupo de profesionales sobre el tema (60 personas), llegando así a los siguientes resultados:



El 90% de las personas encuestadas consideró que es de importancia saber utilizar Photoshop para realizar publicidades graficas. Luego por otro lado el 10% de las personas consideran que no es de importancia saber utilizar dicho programa para la realización de piezas gráficas.



El 60% de las personas encuestadas conocen el manejo del programa Photoshop en profundidad mientras que por otro lado el 40% de las personas consideran conocen solamente las herramientas necesarias para realizar su tarea.

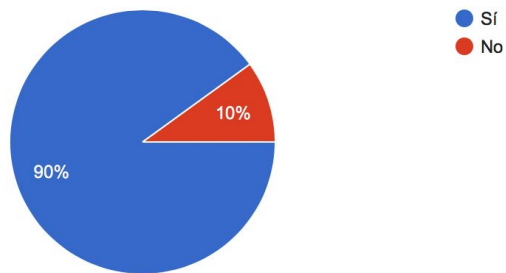


El 40% de los diseñadores gráficos encuestados conocen en profundidad todas las funciones de Photoshop mientras que un 45% de las personas solamente conoce algunas funciones. Un 15% de las personas no conocen las funciones de Photoshop.



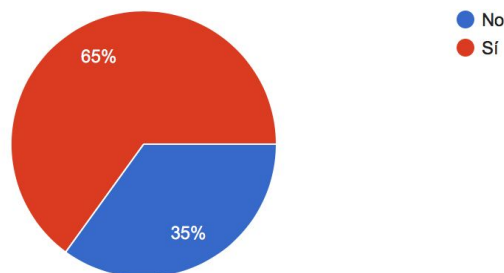
El 60% de las personas encuestadas consideró que el Photoshop es una herramienta útil al momento de la comunicación de mensajes mientras que el 40% cree que es una herramienta útil dependiendo del mensaje que se quiera transmitir.

¿Cree que todos los estudiantes de carreras de diseño y comunicación deberían saber utilizar Photoshop?



El 90% de las personas encuestadas consideró que todos los estudiantes de carreras de diseño y comunicación deberían saber utilizar Photoshop y por otro lado el 10% de las personas consideran que no es de importancia saber utilizar dicho programa para la realización de piezas gráficas.

¿Cree que todas las publicidades de argentina de hoy en día cuentan con algún retoque con Photoshop?



El 65% de los diseñadores gráficos consideró que todas las publicidades lanzadas en la Argentina en la actualidad cuentan con algún retoque con Photoshop mientras que un 35% creen que no todas las publicidades lanzadas en la Argentina en la actualidad cuentan con algún retoque con Photoshop.

Además de estas preguntas, se les preguntó cuáles otros programas utilizan. El 80% de los diseñadores afirmó trabajar no solamente con Photoshop sino también con Illustrator. Los otros programas que nombraron fueron Corel Draw, Solid, 3dMax, After Effects, Adobe Suits, entre otros.

Conclusión

Luego de haber realizado un profundo análisis sobre el tema a investigar, se podría decir que existe el uso de Photoshop en las publicidades graficas. Todo diseñador gráfico utiliza más de una herramienta de diseño digital. Estas herramientas no son solamente utilizadas para realizar publicidades, sino que también se utilizan en otras ramas del diseño, como por ejemplo, la indumentaria, el diseño web, diseño editorial, carteleria, folleteria, entre otras. Toda publicidad gráfica consiste en dar un mensaje directo o indirecto sobre un tema en particular y que su objetivo es que el mensaje sea conciso y que pueda ser fácilmente interpretado por el consumidor. Haber analizado diferentes publicidades de distintos años permitió ver el avance de las herramientas digitales de diseño y el avance de la tecnología. A medida que la tecnología avanza, las herramientas de diseño también avanzan.

Según las encuestas realizadas, la mayoría de los diseñadores gráficos creen que es de importancia saber manejar esta herramienta de diseño digital y que la complementan con otros programas como con el Illustrator, principalmente.

Bibliografía

- *La dinámica de la comunicación masiva: los medios en la era digital.* (Dominick, J. R. (2006). México: McGraw-Hill Interamericana)
- *Arte y preimpresión digital: introducción a las artes gráficas.* (Santarsiero, H. M. (nn) Buenos Aires: Producción Gráfica 2000.)
- Contra Campañas (Julián Pellegrini) - 31 de Mayo del 2010. Encontrado el 10 de Junio del 2018 en: <https://proyectosquatters.wordpress.com/category/contra-campanas/>
- Adidas Homenajeo el record goles lionel messi (desconocido) - 10 de Diciembre de 2012. Encontrado el 5 de Mayo en: <https://www.minutouno.com/notas/270902-adidas-homenajeo-el-record-goles-lionel-messi>
- Milka logra que miles de promesas tiernas se cumplan (desconocido). Encontrado el 20 de Mayo del 2018 en: <http://www.latinspots.com/site/sp/nota/detalle/33080/Milka-logra-que-miles-de-promesas-tiernas-se-cumplan>
- Marketing de la mala noticia (Claudio Destefano) - 15 de Septiembre 2017. Encontrado el 23 de Abril en: <https://www.elpais.com.uy/el-empresario/marketing-mala-noticia.html>
- Comunicación Publicitaria. (Desconocido). Encontrado el 20 de Junio del 2018 en: <https://www.comunicologos.com/practicas/comunicación-publicitaria/>

Uso del Photoshop en la Publicidad Gráfica

Cuerpo C

- ▶ Nombre y Apellido del Autor | *Florencia Wagner*
- ▶ Cuerpo C
- ▶ Fecha de presentación | *04-07-2018*
- ▶ Carrera de Pertenencia | *Diseño Gráfico*
- ▶ Categoría | *Investigación*
- ▶ Línea Temática | _____

Entrevista realizada el día 20 de Junio del año 2018 al profesional en Publicidad Gráfica, Nicolas. Me contestó una serie de preguntas acerca del tema y de su experiencia con diferentes herramientas para el diseño digital. Hoy en día trabaja en Gráfica Del Parque, una empresa que se dedica al diseño y creación de cartelería, letras corpóreas, publicidad e imagen empresarial.

Florencia Wagner: Buenos Días, ante todo muchas gracias por su tiempo. Estoy realizando una investigación para la Universidad de Palermo y decidí indagar sobre el tema “Photoshop en la publicidad gráfica”. Así que considere que usted iba a ser la persona indicada para realizarle una entrevista.

Nicolás: No hay de que. Por su puesto que cada diseñador tiene su punto de vista y manera de trabajar, yo te responderé desde mi propia experiencia.

F.W: bien, para comenzar, ¿cual es el objetivo de la publicidad gráfica?

N: el objetivo de la publicidad gráfica es dar un mensaje directo o indirecto sobre un tema en particular, es un símbolo de comunicación. Utilizando emociones o colores representativos que sea fácil de comprender por el público, o representativo de la marca. El objetivo principal es que el mensaje sea conciso y pueda ser fácilmente interpretado por el consumidor.

F.W: ¿Siempre que tienes que diseñar utilizas herramientas como Photoshop e Illustrator?

N: Cada herramienta tiene su función, pero por poner de ejemplo el Photoshop o Illustrator, tienen características diferentes, el photoshop es una herramienta para manejar pixels, si bien tiene función de vectores, es mas para retoque fotográfico o fotomontaje, y si bien se puede escalar a grandes dimensiones, no es recomendable por su alto peso en archivos.

En cambio, el illustrator, es una herramienta vectorial, su gran ventaja es que los archivos realizados ahí pueden ser escalados sin perder definición, ser modificados fácilmente y muchas cosas más. Yo particularmente utilizo illustrator para el 95% de mis diseños, y el photoshop por si tengo que retocar alguna imagen.

F.W: ¿Crees que la creación de herramientas tales como Photoshop e Illustrator facilitaron el trabajo del diseñador? Porque?

N: Si, por la facilidad para realizar o plasmar conceptos, sin límites. Y ser modificados rápidamente.

F.W: ¿Que te permite diseñar con tales herramientas que antes no se podía? Te permite ser más creativo?

N: Poder utilizar imágenes, textos que no podría dibujar, no hace falta ser letrista o artista gráfico para poder realizar un diseño profesional.

F.W: ¿Crees que hoy en día es fundamental tener conocimiento de esas herramientas?

N: Si, es imprescindible diría. Y capacitarte día a día porque todos los años cambian las herramientas, dependiendo la rama de diseño que realices

F.W: Por último, ¿crees que el poder diseñar con herramientas como Photoshop e Illustrator es un facilitador al momento de la transmisión del mensaje?

N: Es una herramienta más, en la era digital es más fácil utilizar dichos programas que dibujarlo. Es un facilitador a la hora de plasmar el mensaje, no en la transmisión ni en la creación. Si el mensaje está mal diseñado, no hay herramienta que te ayude.

F.W: Bien, muchas gracias Nicolás por tu tiempo. Le agradezco la ayuda para el trabajo de investigación que estoy realizando. Ha sido un placer dialogar con vos.

N: Florencia, un gusto. Me agrado la charla. Ha sido un placer poder ayudarte.