



TECNOLÓGICO DE
FORMACIÓN
CONDICIÓN UNIVERSITARIO



RED ACADÉMICA
DE FORMACIÓN TÉCNICA
• TECNOLÓGICA

CICO

**Ciclo de Conferencias
UNIDAD ACADÉMICA ARTE**

ISBN: 978-9942-42-989-6





TECNOLÓGICO DE
FORMACIÓN
CONDICIÓN UNIVERSITARIO



RED ACADÉMICA •
DE FORMACIÓN TÉCNICA
• TECNOLÓGICA

CICO

Ciclo de Conferencias

UNIDAD ACADÉMICA ARTE



0963688761001
ACVENISPROH®
ediciones
Guayaquil-2022



TECNOLÓGICO DE
FORMACIÓN
CONDICIÓN UNIVERSITARIO



RED ACADÉMICA •
DE FORMACIÓN TÉCNICA
• TECNOLÓGICA

CICO

Ciclo de Conferencias

UNIDAD ACADÉMICA ARTE

Compiladores:

Belinda Marta Lema Cachinell
Alejandro Nicolas Lema Cachinell
Emma Zulay Delgado Saeteros
Rafael Félix Bell Rodríguez

Conferencistas:

Lex Capuzano Abad
Mauricio Gil Gutiérrez
Iván Guevara Ortega
Daniel Austin Zaldivar Almarales
Gianella Lisette Bermeo Quezada
Mariella Angelina Velastegui Peñafiel
Jonatán Andrés Portugal Gorozabel

CICO- CICLO DE CONFERENCIAS UF

Unidad Académica ARTE

Compilación

2022/ Nro. 1

ISBN: 978-9942-42-989-6

ISBN: 978-9942-42-989-6



Compiladores:

Belinda Marta Lema Cachinell

Alejandro Nicolas Lema Cachinell

Emma Zulay Delgado Saeteros

Rafael Félix Bell Rodríguez

Conferencistas:

Lex Capuzano Abad

Mauricio Gil Gutiérrez

Iván Guevara Ortega

Daniel Austin Zaldivar Almarales

Gianella Lisette Bermeo Quezada

Mariella Angelina Velastegui Peñafiel

Jonatán Andrés Portugal Gorozabel

© Tecnológico de Formación (UF) Condición Universitario

Tungurahua 705 entre Velez y Luque; Guayaquil, República del Ecuador

Teléfonos: 04-3 709910, Ext: 9130 – 9131 – 9132

e-mail: admisiones.uf@formacion.edu.ec

Sitio web: <https://formacion.edu.ec/uf/>

Con apoyo de:



Red Internacional de Investigación Galileo Ecuador

Registro SENESCYT Nro. REG-RED-22-0167

https://www.admin.redgia.org/grupos_de_investigacion



© ACVENISPROH® Ediciones / 0963686761001; Guayaquil, República del Ecuador

Teléfono: +593 979109814 - email: acvenisproh@gmail.com

Consulta ISBN Cámara Ecuatoriana del Libro: http://186.71.28.67/isbn_site/catalogo.php?mode=avanzada

Corrección de estilo: Celia Cruz Betancourt Fajardo / Ana L. Riera Morillo

Diseño: Samuel A. Zambrano R.

Impresión digital y puesta en línea: Iván J. Ordaz M.

Guayaquil, República del Ecuador; 2021

El texto original de los reportes consignados para su aparición en esta publicación fue sometido a un proceso de revisión por el Comité organizador de CICO y de acuerdo con la normativa que rige el proceso de evaluación para producción de literatura científica en RedGIA-Ecuador y REDIGEC, con circunscripción en la República del Ecuador.

Esta es una publicación de acceso abierto, según criterios UNESCO, de acuerdo con lo expresado por Swan* (2013) "Que la literatura revisada por pares sea accesible sin suscripción o barreras de precios" (p.36). Todas las opiniones y/o reflexiones contenidas en este libro son de responsabilidad absoluta de los autores y no representan necesariamente el criterio editorial. Documento para consideración de la comunidad científica, abierto a revisiones posteriores a su publicación; argumentadas desde el discurso científico. E-mail: acvenisproh@gmail.com

*Swan, A. (2013) Directrices para políticas de desarrollo y promoción del acceso abierto. [Documento en línea] Serie UNESCO de Directrices Abiertas. UNESCO. p.36. Disponible: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/pdf/publications/policy_guidelines_oa_sp_reduced.pdf

Queda prohibida su reproducción total o parcial para fines comerciales. Distribución gratuita. Fines educativos y culturales. Publicación ON LINE de acceso abierto y gratuito

ÍNDICE GENERAL

	pp.
PRESENTACIÓN.....	1
CONFERENCIAS.....	2
EXPERIENCIA EN LA GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTO EN DISEÑO EDITORIAL E ILUSTRACIÓN.....	3
1.1. Intervención de Lex Capuzano Abad.....	4
1.2. Intervención de Mauricio Gil Gutiérrez.....	7
1.3. Intervención de Iván Guevara Ortega.....	9
LOS NFT EN EL MUNDO DEL DISEÑO GRÁFICO.....	14
1.1. Intervención de Máster Daniel Austin Zaldivar Almarales.....	15
LA FOTOGRAFÍA DE CATÁLOGO DE NEGOCIO Y COMO ARTE COTIDIANO.....	23
1.1. Intervención de Gianella Lisette Bermeo Quezada.....	24
EL DISEÑO GRÁFICO EN LA SOCIEDAD.....	30
1.1. Intervención de Mariella Angelina Velastegui Peñafiel.....	31
COMUNICACIÓN DIGITAL: UNA VISIÓN ESTRATÉGICA MÁS ALLÁ DE LAS REDES SOCIALES.....	33
1.1. Intervención de Jonatán Andrés Portugal Gorozabel.....	34
<i>Informes de arbitraje: Resolución.....</i>	47

PRESENTACIÓN

El ciclo de Conferencias CICO 2022- Unidad Académica ARTE, del Tecnológico Universitario de Formación UF, ha sido concebido como un espacio para la reflexión en una serie de disciplinas que inciden, de manera significativa, en la concepción comunicativa de la sociedad actual.

En este sentido, una maravillosa convergencia de un grupo selecto de profesionales que, a través de cada una sus intervenciones, vigorizan la capacidad de respuesta frente a los grandes retos comunicativos que demanda la dinámica organizacional vigente.

Al respecto, los docentes Llex Capuzano Abad, Mauricio Gil Gutiérrez e Iván Guevara Ortega; realizan un panel que destaca la importancia de la gestión de emprendimiento en diseño editorial e ilustración; mediante sus sentires y experiencias en su trayecto profesional.

De la misma manera, Daniel Austin Zaldívar Almarales; precisa en su intervención los aspectos más destacados de los NFT, en el ámbito del diseño gráfico; como una herramienta empoderadora de conocimiento innovador.

Así mismo, Gianella Llisette Bermeo Quezada, nos acompaña al mundo de la fotografía y su importancia en la concepción comunicativa global.

Seguidamente, Mariella Angelina Velastegui Peñaflie, ahonda en la incidencia del Diseño, desde una perspectiva social y su utilización del marco de la responsabilidad social organizacional.

Finalmente, Jonatán Andrés Portugal Gorozabel, nos brinda una disertación sobre la comunicación, desde una perspectiva estratégica, profundizando conceptos, desde sus experiencias, sobre el auge e importancia de las redes sociales, más allá de su percepción general.

Esta maravillosa compilación, es producto del esfuerzo organizacional representado por los investigadores Belinda Marta Lema Cachinell, Alejandro Nicolas Lema Cachinell, Emma Zulay Delgado Saeteros y Rafael Félix Bell Rodríguez; quienes registran estas experiencias profesionales, como destacados insumos de los cuales se nutren las nuevas generaciones de comunicadores corporativos, adaptándose a los nuevos paradigmas que rigen la interacción en los mercados locales, con proyección global.

**Prof. Evelyn De la Llana Pérez
Directora de Investigación UF**

CONFERENCIAS



CICO
Ciclo de Conferencias

Experiencia en la gestión de emprendimiento en diseño editorial e ilustración

Conferencistas:

Lex Capuzano Abad

Mauricio Gil Gutiérrez

Iván Guevara Ortega

Enlace video: <https://www.youtube.com/watch?v=nWAqLvpNpDA>



CICO
Ciclo de Conferencias

1. EXPERIENCIA EN LA GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTO EN DISEÑO EDITORIAL E ILUSTRACIÓN

1.1. Intervención de Lex Capuzano Abad

Voy a iniciar brevemente sobre lo que es mi experiencia, desde lo que yo he vivido. Porque cada uno de nosotros va a tener el gran aporte hacia los estudiantes, de contar cada una de sus experiencias. Yo lo veo desde el punto de vista del emprendimiento, que no lo recibimos en el tiempo que yo estudiaba y aún en este momento los estudiantes de diseño no reciben algo de clases de administración.

A nosotros nos ha tocado aprender en función a lo que queremos hacer. Saqué de Wikipedia, que el emprendimiento es el proceso de diseñar, lanzar y administrar un nuevo negocio que generalmente comienza como una pequeña empresa o una emergente, ofreciendo a la venta productos, procesos o servicios. En eso dentro de lo que nosotros nos encontramos, que es el diseño editorial y aparte la ilustración, sabemos cómo funciona eso y que puede trabajar por separado también. También encontré otros escritos donde dice que la gestión del emprendimiento implica la regeneración, cambios estratégicos, redefinición de la organización, los mercados o las Industrias.

Cada uno de nosotros ha tenido que vivir de alguna manera una situación, ya sea por la tecnología, por los sistemas analógicos que se utilizaban anteriormente. En mi caso particular, me tocó ver la imprenta cuando no había computadora y era otro sistema que se trabajaba a través de las películas, positivos/negativos. No había nada de plotter, de programas, no existía nada de eso, era un poco más complicado; por lo tanto, era más trabajoso ese proceso, esa gestión de aplicar una ilustración para un llavero o para una revista.

Todos esos cambios nos han ayudado agilizar el trabajo en sí del diseño. Y por otro lado, a tener más espacio dentro de la gestión. De acuerdo a mi experiencia, la gestión es esa actividad en donde buscamos los espacios para ingresar, me he dedicado al trabajo freelance, pero, aun así, he tenido que realizar mi propia gestión; desde el punto de vista de presentar mis trabajos, visitar a los sitios donde pudiera encontrar cierto mercado que necesita eso, o que tal vez no se ha dado cuenta que lo necesita. Es ahí, donde yo entro a conversar con ellos para explicar sobre qué se trata; por ese lado yo lo veo como gestión.

Esto implica que existe un proceso de innovación para la creación de valor, que asegure mejores resultados. Cuando le damos un valor a un producto o algún servicio que vamos a ofrecer siempre tiene que estar justificado.

Ahora dentro de los mercados el diseño editorial, se dice que es el proceso que opera cuando hay personas que actúan como compradores y otras como vendedores de bienes y servicios generando, la acción del intercambio. Poniendo un caso específico, como lo que vendría a ser la biblioteca municipal, puedo mencionar, que cuando pude ingresar a trabajar los cómics dentro de la biblioteca, nadie me dijo que se debe hacer. Tuve que investigar, averiguar, visitar eventos, ver dónde estaba ese personal que seguramente hacía lo mismo que yo hago, pero que no sabía dónde ubicarlos o donde se concentraba; entre esos estaban los eventos que realizaba justamente con mi club de Guayaquil, la misma municipalidad, eventos que hacían grupos

independientes; fue ahí donde yo empecé a conocer a personas, entre esos a Mauricio, Alfredo y Gustavo, quienes son los fundadores mi club de Guayaquil.

Por un lado, me pude conectar con Mauricio para ser parte del inicio de la escuela el cómic. Eso me ayudó a desplazarme un poco en lo que hacía con el dibujo y los procesos. Pero también hubo otro amigo, el doctor David Straser, que es quien se puede decir, que nos descubrió en un evento que hubo en las Cámaras, cuando nosotros damos una charla sobre ¿cómo hacer el dibujo? y ¿cómo crear personajes? En esa charla, estaba con otros amigos, como es Carlos Verdes Soto. Con ellos empezamos a iniciar alguna actividad en lo que es la cuestión del dibujo. En ese entonces, todavía no nos metíamos en el diseño editorial, particularmente en mi caso.

Fue cuando entré a la biblioteca del municipio, es que pude evidenciar que existe un elemento o existe un proyecto. Un proyecto a nivel de cultura, a nivel histórico, donde ya no solamente era el dibujo porque sí, sino que ya se aplicaba para el conocimiento de los estudiantes, para el conocimiento de la ciudadanía; era un trabajo a nivel social. Sin embargo, debo resaltar que no por el simple hecho de iniciar este trabajo ya era el ilustrador maravillo. Es que en este trabajo debía explicar continuamente lo que estaba haciendo. Yo diría que esa justificación me permitió crecer, porque hay que hablar, hay que hacer conexiones, hay que conseguir los sitios adecuados; buscar esas conexiones, conversar con las personas indicadas para poder dirigirse.

Podemos ser unos ilustradores maravillosos, pero si no tienes la otra parte, que es la gestión, simplemente te vas a quedar ahí guardado, por más tecnología que tengas, por más que tú tengas diez mil páginas en la web con muchas ilustraciones, pero no estas generando la verdadera gestión que es la que te va a llevar desarrollar y a producir; lo veo desde ese punto de vista.

Aquí yo he puesto algo de la imprenta tradicional, la industria editorial que se centra directamente en el libro impreso, pero ahora existen los otros medios que no son tan tradicionales como los libros impresos, que son Amazon y Google, donde tú también puedes colocar tus libros, aparte lo que trabaja en digital, lo puedes llevar hacia la web, está la industria 4.0, el internet de las cosas; que no vamos a entrar en ese tema, pero que ahorita está generando, no desde ahora, sino desde un tiempo atrás viene generando mucha actividad en intercambios de datos, la misma que les conversaba la otra vez a algunos estudiantes, es la misma inteligencia artificial cómo se puede aplicar no solamente en la ilustración, sino en muchos casos, hasta en la impresión de un libro.

Entonces hay que estar al día con eso, conocer primero todo lo que está sucediendo en el mercado, conocer los sitios donde podría intervenir mi actividad y luego empezar a gestionar desde el desarrollo de la misma actividad. O sea, ¿qué es lo que quiero presentar como producto? no podemos esperar solamente que venga el cliente y nos diga: Sabes que, necesito tal cosa. No, nosotros también podemos gestionarlo desde el diseño gráfico para demostrarle o enseñar para un cliente o alguna empresa que podría ayudarlo, eso no quiere decir que necesita eso, sino que podría ayudar. Que podemos contribuir más con lo que le estamos presentando para el desarrollo de su producto o de su empresa. Todo va a depender de cómo nos presentamos.

Por ahí dice, la editorial digital cambia, ahora tiene que ser más cultural porque la tecnología avanza más rápido que el proceso de la gestión. Eso es cierto, o sea, cuando nosotros estamos

aplicando un programa que ya quedo obsoleto y hay otra cosa donde nos pueden sorprender, sino estamos al día; por lo que es necesario estar actualizando.

Por otro lado, lo que es el dibujo como ilustración, directamente considerado como una herramienta expresión gráfica, será más eficiente cuando más claro y explícito sea en el caso de la ilustración. Así es como se maneja el ilustrador, si te piden una portada para un libro tiene que ser muy directo, muy específico para que el cliente la capte. A mí me ha tocado como experiencia, ver clientes que ven que hago demasiado. Tengo suerte de hacer rápidamente una ilustración, pero es por la práctica que hemos tenido y eso nos ayuda bastante.

Aunque hay clientes que te dicen, que piensan que está copiado. Entonces, la respuesta más fácil es: Bueno búsqulen en internet para ver si está copiado. Yo les explico que la idea es la primera fase; no quiere decir que sea la fase conceptual. Lo que va a vender es el inicio, porque ahí pueden venir cambios: los clientes te van a pedir cambios de color, cambios de ubicación, eso directamente en el en la ilustración, pero ya son detalles que se van a arreglar en el camino.

Hay que ser paciente con los clientes, porque si el cliente está tomando en cuenta tu trabajo, eso quiere decir que estás por buen camino. Nos vamos a enfrentar al famoso métele más diseño, hasta llegar un punto que le decimos: No, hasta ahí. Nosotros también tenemos que decirle, eso no le va a funcionar si le sigue. Tal vez tratar de captar la idea de él. A mí me pasó ahora poco con un vitral.

Les explico: Yo estaba en el medio entre el diseñador y la empresa, que, en este caso, era una iglesia. El diseñador habla conmigo y me pide una idea, yo le hago la idea, pero el Padre al ver la idea le agració tanto que dice: Métele más diseño que me gustó, o sea, dale más, ponle más. Pero resulta, que llegó un momento en que eso ya estaba muy cargado y yo tengo que decirle a mi compañero el diseñador, ¿sabes qué? Dile al padre que, si hace esto, le va a pasar tal cosa, o no se va a apreciar.

Entonces él, se encarga de justificar lo que yo estoy haciendo, de explicarle para que quede claro, ya quedó claro, y ahora ya se puede decir que eso nos ayuda a nosotros cuando no solamente recibimos todo lo que quiere hacer el cliente, sino que también le decimos que no debería de hacerlo hasta tal punto porque eso se le va a perder con tanta figurita, con tantos dibujitos; entonces hay que estar más claro en esa parte. El cliente lo va a comprender cuando ve el producto terminado y sepa que es funcional, que le va a funcionar; eso es lo interesante.

Acá, por ejemplo, tengo imágenes de los compañeros con los que me ha tocado, entre eso está Mauricio, está Iván con el libro que comentaba Mauro hace un rato que lo hicimos en un grupo entre todos, cada uno coge un tema. Por ahí tenemos a ilustradores que son de Argentina y estuvo aquí en Ecuador. En Argentina tuvimos la oportunidad de conversar con él, cuando el Instituto nos envió para allá.

Pero aparte, estar en los eventos, participar como Jurado, participar en actividades de que tienen que ver con lo que nos gusta a nosotros en este caso. Aquí está reunido el cómic Club, con ciertos proyectos que se iban avanzar desde que estuvimos todos, bueno, los que estábamos en este momento no y en este caso de acá. Es lo que lo decía en el tiempo, estamos hablando de este dibujito que está a la izquierda es de 1980 y algo, no había todavía ilustrado, ni Photoshop y era lo que hacíamos como gestión de dibujo. Como vendíamos nosotros el dibujo para unos fanzines

de los grupos de rock que había en ese entonces, que se presentaban en Cristóbal Colón, en el en el domingo Comín.

Nosotros nos metíamos con esos grupos, a conversar con esas personas que se veían todos melenudos, daban miedo, pero igual íbamos a hablar con ellos, para ver cómo presentamos una portada. Ese dibujo de la izquierda, que está a lápiz, yo lo veo como de niño me lo envió uno de los integrantes de ese grupo en el 2016, por ahí me dice: Mira lo que tú nos hiciste esa vez en el fanzine, yo ni me acordaba del fanzine, en ese tiempo se decía fotocopia. Se sacaba fotocopia, se unían las copias, se mandaba y se imprimían 100. Claro pero ahorita tienes la ventaja de los programas, es mucho más fácil. Antes era más complicado, no había otra forma de ver esto, no había ni el Photoshop, ni lo digital.

Yo lo que hice fue enviarle la misma imagen, pero en digital. Y lo que me dijo fue: vamos a empezar a retomar, de alguna manera, volví a hacer mi gestión para ingresar de nuevo con algo de algún producto de que él quiera hacer. En este sentido, yo estoy tratando de comunicarles a los estudiantes, que es una actividad donde no solamente hay que encerrarse en las cuatro paredes con el computador y con los programas, sino que también hay que salir a las calles, entrar en internet, buscar dónde puedes intervenir, con lo que tú sabes hacer, por supuesto utilizar las vitrinas que nos ofrecen las páginas verdad, subiendo tus trabajos, pero también tener un sistema, por ejemplo; un correo, donde tú puedas comunicarte directamente con las personas, que se ubiquen contigo, lo que necesiten o que les interese lo que tú haces, para hacerlo más personal, más directo. Que, si hay esos casos, a mí me ha estado pasando, tengo la suerte que, todavía me sigue pasando.

Eso de mi parte, es mi aportación. Muchas gracias.

1.2. Intervención de Mauricio Gil Gutiérrez

Comienzo yo dando mis opiniones.

Todo lo que dijo Lex es correcto, todo lo apoyo, todos los vivimos y todos lo sentimos durante tanto tiempo. Para los chicos que me están viendo y las personas que están en este momento aquí en este conversatorio, tengo 19 años haciendo historias ecuatoriana, ya voy a cumplir 20; Ah va a cumplir 20 años haciendo cómics Ecuatorianosj con la colección de leyendas y obviamente metiendo mano en muchas otras historietas que se han lanzado en lo que tiene que ver Guayaquil y en otros países, en otras provincias; justamente en Quito para hacer la presentación de los nuevos lanzamientos de septiembre de lo que tiene que ver historial ecuatoriana.

Ninguna universidad, ningún colegio te va a preparar a ti certeramente para lo que se viene si tú quieres ser un emprendedor y específicamente lo que tiene que ver la parte editorial; nadie te va a contar cómo enfrentar el trabajo, en qué eventos tienes que meterte, como tú valoras si es que vas a un evento y terminas no vendiendo nada y tú sientes que ese evento que fuiste en verdad no funcionó.

Como tú haces la valoración de que, sí, fue un evento, por ejemplo; llegaste aquí y todo, te estás pagando el viaje, los gastos de hotel y la comida y vas a estar cinco días y al final de cuentas que no vendes lo que tú quieres vender, pero a veces hay personas que tienen que tomar en cuenta

que el emprendimiento no solamente se trata en el factor cuánto vende, se trata también del factor que hice, qué conexiones armé.

Por ejemplo; si estás en una feria de libros como en mi caso y agarraste contactos de librerías para poner tus libros, ahí ya el evento está pagado; si encontraste que te dieron chance de poder en un auditorio presentar tus cómics y la gente se interesó y quiere leerlo, también el evento está apagado. No solamente es porque ahí no vendí nada.

Esas son unas de las primeras mentalidades que uno debe tener al momento que uno quiere lanzarse en este medio; no vaya con la mentalidad: ¡Uy voy a ser millonario! ¡Uy voy a ser famoso! No, eso es trabajo arduo.

Cuando ustedes sean de las personas que en verdad han estado un evento a las siete de la mañana, cargando cartón, moviendo mesas, poniendo mantel, poniendo los libros en la mesa para que a las 10 venga la gente para poder ver tu producto y quedarte hablando la interacción con el futuro lector. Si no lo has hecho prepárate porque esa es la que les va a tocar, los autores no son de esas personas que están solamente sentados en su casa rascándose la barriga diciendo:

¿Oye, vendiste ya? pásame el cheque. No, el autor tiene que estar ahí, recuerden bien, aquí lastimosamente el ecuatoriano con lo que tiene que ver la parte de libros y revistas sí encuentra el libro, encuentra el autor y el autor te cuenta cómo lo hizo, te lo firma y te tomas foto con él; es el mejor dólar que has pagado por un libro; así sea un dólar, tres, cinco o diez; así que tomen en cuenta lo que digo y se los decimos nosotros también, los que estamos aquí por experiencia propia.

Tomen en cuenta todo lo que les estoy diciendo porque una cosa es como ya vimos en mi caso de lo que tiene que ver la cuestión del cómic. Sí, todo el mundo puede dibujar; pero no todo el mundo puede dibujar para hacer historietas; no todo el mundo puede dibujar para hacer una narración visual, para poder contar una historia con sus dibujos.

Podemos estar ahorita saturados de gente que dibujan, pero tienes que ir al siguiente paso, es decir no solamente el dibujito que queda en una página, el que queda bonito. No, sino como tú cuentas una historia, cuadro por cuadro, página por página; no, que no me sale, no puedo dibujar bien de frente, no me sale de perfil, no lo puedo dibujar bien de tres cuartos.

Esas son las cosas que siempre tratamos nosotros con nuestra experiencia buscar de resolverle a los jóvenes como ustedes, para que después usted mismo se abra en el camino.

Nosotros ya tuvimos nuestra época. Yo sigo todavía en esto y seguiré hasta que me dé la mano, hasta que me den los pies; pero alguien más tiene que tomar la posta en lo que tiene que ver la parte editorial, ya sea independiente, ya sea para hacer libros, historietas.

Es un camino más o menos interesante, pero si te gusta, si te agrada, así como yo que estoy aquí metido en una feria en Quito, lo mismo van a tener ustedes que pasar; así que tomen en cuenta como siempre le digo a la gente; la historieta, el emprendimiento y primeramente el emprendimiento editorial no es para todos, es para los que en verdad pueden y saben muy bien las que se les espera. Con eso termino, ese es mi aporte. ¡Muchas gracias!

1.3. Intervención de Iván Guevara Ortega

Saludos a todos. Yo pensaba pasar un poco revista a mis trabajos en editorial y de ilustración para que los chicos puedan ver y revisar lo que se hace, lo que he hecho, lo que se puede hacer, a donde se puede llegar e ir inclusive más allá. Voy a compartir pantalla. Como anunciaron al principio, yo he trabajado en varias empresas, algunas como empleado, otras como freelance, como diagramador, diseñador gráfico y también como ilustrador. Las tres formas, son tres cosas diferentes, diseño gráfico no es lo mismo que ilustrar o lo mismo que diagramar.

Como el tema sobre todo es diagramación e ilustración en el ámbito editorial, tengo aquí tengo algunos ejemplos que yo hice a lo largo de los años de varias empresas que me pidieron sus logos; ahí estaba lo que se anunciaba sobre los logotipos, del carnaval de Guayaquil para el 2010, esto ya tiene su tiempo; así también otros prospectos.

Por acá tengo estos títulos en la parte derecha y nombres. Justamente también hicimos el logo de leyendas de la revista de Mauricio un rediseño de logo la revista de Mauricio Gil, que está aquí presente, algunas cosas más; acá tenemos algo del tema de papelería para una agencia de diseño, como tipo de tarjetas, el tipo de hojas membretadas, carpetas con el bolsillo que ustedes ven acá.

Así se ve mi curso; se ve también para esa época, un estuche para CD; en este caso ya casi obsoleto los CD. Por acá un ejemplo de diagramación que hicimos en la universidad, éste no se llegó publicar, pero eran ejemplos de cómo diagramar páginas para revistas.

En esta parte, están estos trabajos que, si fueron publicados para el Instituto de Pesca del Ecuador, que está adscrito al Ministerio de Pesca y Agricultura, sobre cómo proteger el recurso de concha y cangrejo; el tema de cuando se debe cosechar, cuando se puede coger cangrejos y conchas; también parte de la anatomía de la concha. Se integró en esta parte el tema del cómic, como personajes para que sea más didáctico.

También, tenemos esto para una empresa que se llama TORPLAS, que hace productos de plástico; para los baldes, para las macetas, para plantas, para perros, entre otros.

Por esta parte tenemos un ejemplo de una caja no se publicó, un ejemplo para caja de lasaña. Por acá hay más etiquetas; también esta caja para unos tubos de bicicleta, esta si se publicó, se hizo con ilustración el cliente pidió de esa manera, estas son las empresas que mandan a hacer a Taiwán o china el producto, el tubo bicicleta y la impresión, todo se hace allá; desde Taiwán les mandan todo hecho, listo para vender, pero el diseño se hace aquí.

Aquí van viendo ustedes varios ejemplos de cómo se puede trabajar, hay muchas formas; aquí esto lo hicimos para la empresa LIRIS, también era un diseño para un saco, es aquí en Ecuador, ellos venden comida para animales de granja. En esta parte pueden ver esto, también es de la escuela, hace muchos años cuando estaba de moda este Robot; esto fue para la universidad, un diagrama en estilo atómico del parque de las iguanas, con su explicación, una infografía; éste fue también para LIRIS, que vende comida para pollos.

Esto fue para estudiar, es más diagramación, es de grabación y montaje de fotos, es más ilustración, son páginas internas de la Spol, son fotos y diagramación básicamente; aquí no hay ilustración.

Sin embargo, aquí en afiche si pueden ver ilustración, estas son cosas que hacemos para entrar agua, para una campaña interna de seguridad industrial, es pura ilustración, tiene que ser mucho más didáctico por el tema la seguridad industrial en todo lo que hay que hacer, los equipos de seguridad, las indicaciones como evacuar, si hay gases tóxicos, en general hay muchas cosas que ver ahí.

Lo mismo en esta publicidad de seguridad vehicular, también para evitar agua, sobre el tema de cuidado de los carros, revisar las llantas, revisar el limpia parabrisas etcétera. Aquí se muestra un tríptico tipo base, una especie de publicidad, como un hablador para poner en los escritorios de los empleados, los ejecutivos.

También, tenemos unos ejemplos de unos afiches para una feria de artística; para una peluquería; para un tecnológico de la Península; esto lo hicimos para el mundo cómic justamente, para un evento en manta; este es un ejemplo también para un congreso de diseño gráfico; aquí ejemplo de un calendario para el grupo Cartopel; la portada de la educación estética que hicimos justamente entre los tres, Lex, Mauricio y yo, y tres personas más; unos calendarios que hicimos para unos cómics en esa época; una página web que está aquí, no recuerdo se le publicamos alguna vez, ah si la publicamos! para una agencia de diseño web; también hicimos para una página web para OPEVIAL, la operadora de las carreteras; la siguiente la hicimos para una editorial clásica, libros físicos, impreso sobre temas fantásticos, esotéricos algo así.

En esta parte también hicimos la página web, esta nunca se publicó; en esta zona una Social Media, unos anuncios, unos spost; para medios (Social Media) también hay un gran campo, obviamente para el diseño de editorial. Por acá están más ejemplos, una foto que hicimos también para mono comics; también otros ejemplos para mono comics.

En esta otra parte, tengo el tema puramente de ilustración, ya que he publicado la mayoría en webs, en esta parte de aquí ya son vectores, son líneas, trazos hechos con ilustrador, por ejemplo; este es el boceto que hice a mano y luego lo pasé a computadora, ya ahí se puede poner los trazos más directos, las líneas más fijas, los colores planos y degradados.

Todos estos que estoy mostrando, también tienen su base en un dibujo a mano, un boceto a mano y luego es escaneado para transformarlo en vector, es decir, redibujarlo. El vector quiero decir no es automático, esto es un proceso manual. Por esta otra parte igual son vectores, todos estos son vectores, tienen cierta apariencia de 3D, pero todo es vector, todo es línea.

Toda esta parte de aquí está publicada en una página que se llama Ice Top foto, allí cada persona se inscribe puede subir sus dibujos y además, hay gente, empresas u otros diseñadores que para sus trabajos, si lo desean lo pueden descargar y se paga una comisión. Al final también voy a explicar un poquito de eso para que ustedes tengan esas opciones.

Aquí también se muestra el boceto previo de ese estudio de grabación; por aquí estás imágenes de aquí las hicimos para un programa de televisión de web para niños, cuyo autor era Audi

Martín Galarza el cantante, él nos pidió que hicéramos estos fondos para su programa de televisión (Los Sobrinos Espaciales), exactamente así se llamaba el programa. Estas imágenes están también en el Ice Top.

Tenemos aquí imágenes basadas en artículos Incas y Aztecas; por acá esta portada la hicimos para Plaza universal, que también lo mencionó la máster, esta fue una portada para la Universidad del Toro; están los bocetos, objetos previos se puede ver a cada página interna del mismo libro para colorear para plástico universal.

Ilustración digital, esto ya es personal publicado en mis redes, puede revisarlas en Instagram Facebook y ahora tik Tok. En digital la línea, por ejemplo, aquí está hecha a mano, escaneada y pintada; en digital también ésta otra imagen, aquí también, si todas están hechas así, a manos. Las que subsiguen están hechas ya directamente en digital, todo esto es para un libro, por ejemplo; un libro estilo cómics son ilustraciones, pero tienen el estilo cómics.

Estos son hechos a mano, son ejercicios que hice nada más; estas son las pinturas que también mencionó la Máster, algo de pintura a mano; esto es acrílico; esta es una portada para un cómic ficticio, que aún no he comenzado, solamente tengo la portada; en esta parte hay más imágenes de algo de humor; por acá algo de manga.

Aquí yo he variado bastante mi estilo por el tema del trabajo, ya que las empresas piden ciertos estilos de dibujo, ya sea caricatura que es lo que más he hecho en realidad, pero también piden manga y súper héroes, por eso ustedes aquí ven varios estilos.

Esto ya es trabajo, el dibujo, la línea es hecha a mano y el color digital. Estos de aquí son mis libros, portadas de mis libros Salud, Dinero y Amor, I y II; la portada donde incluyo imágenes más, donde hacemos este humor gráfico; por esta parte hay unos personajes míos que se llaman MONSTRUO-MITOS, que fueron publicados en la revista ELEC, aquí la imagen está muy pixelada, no sé porque se ve así. El siguiente es otro cómic mío que también lo mandamos para Quito cuando estaba iniciando la Máster, se llama Acerca Galápagos, todo es humor gráfico; este se llama TV13 todo es humor gráfico, o sea, cómic humorístico; acá está Galápagos en blanco y negro; por esta parte, están estas viñetas de las páginas internas de Salud Dinero y Humor, (mi libro).

Si alguien tiene alguna pregunta, siéntase en libertad de interrumpirme, me preguntan cualquier cosa; acá en este estilo también un poco más manga, más curry; esto de aquí es lo que hicimos para una empresa de Ecuador, ella me pidió crear un personaje que usara los productos de ellos, como el cemento, todas las cosas que tienen que ver con materiales de construcción (para pegar bloques, cerámicas, para rellenar juntas, varias cosas) me pidieron que haga personajes, que tenga una historia detrás, que sea un albañil y todos los personajes secundarios; hicimos la caricatura y la publicamos en el diario El Oficial que imprimen ellos y se reparten de todas las ferreterías y puntos de construcción. Ahí contamos la historia este personaje, en varios fascículos; se publica quincenalmente cada tira de estas.

Los siguientes, son ilustraciones ya un poco más random; esto es un boceto, por ejemplo, un boceto de la página anterior; los bocetos que he hecho por ahí; cosas a lápiz. Ejercicios, algunos sí se usaron previamente, por ejemplo, estos personajes los hicimos para universal, ahí está un

poco mezclado. Esto es más o menos un recorrido por el estilo que tengo, que me ha llevado hasta ahora.

Por esta parte también hay un montón de ejercicios, están ahí unidos; ejercicios que siempre el dibujante se mantiene dibujando y constantemente está practicando para mejorar, es algo que debe tener en cuenta. Aquí están algunas fotos en algunos eventos míos.

Esto que hicimos en cambio para Interagua, como las anteriores, este era un poco más el formato cómic, el otro era más que nada, ilustración con diagramación e infografía; aquí es más formato cómic, cómico humorístico, pero sobre todo enseñando como usar ciertos elementos, herramientas, la seguridad, por ejemplo; en este caso los grandes carros, estos que son para destapar las alcantarillas y todo lo que se debe hacer, como se debe trabajar la seguridad, el margen de trabajo, hay que poner seguridad para que la gente no se vaya a caer por ahí; en esta parte se ve como entierran los tubos de desagüe, como se deben hacer los huecos, la distancia, la seguridad, cómo se amarran.

En esta parte hay unos bocetos, que hice para un compañero que quería hacer unos fondos para una un libro fantástico, ahí están los fondos (me gustan los fondos, a mí me gusta trabajar en fondos) cosas que no mucha gente hace. En realidad, porque es más divertido hacer personajes y hacerlos volando, hacerlos peleando. En el tema de los fondos hay mucho trabajo, aquí y sobre todo en el exterior, por ejemplo, para videojuegos o para los mismos dibujantes de cómics para hacer fondos para animación. También, hay gente que solamente se dedica a hacer excesivamente fondos.

Acá personajes míos, esto es una nueva serie que estoy trabajando un poquito más estilo manga; este otro, en cambio lo hicimos para Rebanpack en Ecuador, en formato cómic, en algunos mini cómics con sus personajes. Ellos crearon los personajes, tenían personajes ya creados en 3D, yo los pasé a 2D en dibujo y ahí hicimos la historia del cómic. Esa historia es larga, pero se muestra en cuatro ejemplos.

Por aquí está la portada (Entre MARTE y la TIERRA) como se dijo también en la Máster, es una historia fantástica, es un libro. Aquí está una historia no mía, pero digamos que coproductor de esta historia de Capitán Spondylus; esta una interpretación mía de Flash basado en la película; la siguiente no es mía, pero yo colaboré aquí para hacer el guión, esto se hizo un capítulo piloto de esta historia narra la vida de dos niños que son de la Etnia Atacames, desde el principio de la llegada de los españoles al Ecuador, no había una historia contada así directamente, desde la llegada de los españoles al Ecuador, como empezaron, como ingresaron por aquí, fueron al Perú y todo lo demás. Esta historia lo cuenta; así quedó en el piloto a unos hechos.

Esto es mío; esto es también de una época en que hacía humor gráfico; esta de aquí es roll y red; este es una mascota que hicimos para una mina, una empresa minera, la mascota es un Cusumbo, un tipo de mono Oriental. Eso es todo, ahí tenemos algunos ejemplos de lo que he hecho; hemos repasado por varias etapas tanto de diseños, como de empresas. Lo que quería sobre todo era mostrarle al público lo que decía yo.

Al final quería darle un pequeño repaso de las opciones que hay sobre todo en internet, en este momento, por ejemplo, el Capitán Spondylus estamos publicándolo en una plataforma Booknet, para publicar justamente libros. También, lo vamos a publicar en Amazon, ahí se puede publicar

libros digitales sin necesidad de imprimir, si es que el cliente quiere Amazon; también se puede imprimir, hay varias opciones; pero en este momento estamos haciéndolo por medio de Business.

Voy a mostrar como ejemplo este formato, esta es la Frontage de Booknet, aquí está publicado el Capitán Spondylus otra vez. La primera es la Esperanza de un Planeta Azul, uno puede subir ahí la portada y sube el texto más abajo; ahí está la portada y después puedes subir la segunda portada. Tenemos ya publicados dos libros, vamos para el tercero; justamente va a salir ahora para la feria del libro. Esto es un ejemplo de cómo se puede publicar en internet.

Actualmente, como sabemos el tema de la publicación o física es bastante difícil, es caro, todavía es caro y la distribución es también bastante complicada, tienes que venderla físicamente; ir a las tiendas dejarlas; después ir a recoger el dinero. En el caso de los eventos estar uno mismo vendiéndolo; esto es, en el caso de mi autogestión. Si tienes la suerte de una editorial que te compre tu historia y te la publique, es el otro caso que en Ecuador no se da mucho, al menos en el tema cómics. Pero en cambio, las plataformas digitales son mucho más fácil, muchísimo más barato, por supuesto hay un cierto costo, hay veces que te cobra por ayudarte; la portada también tienes que hacerla. Pero sobre todo puedes tener ganancias en el tema digital.

Otra opción que les quiero presentar es el tema de las páginas que a lo mejor las conocen, pero voy a ponérselas aquí, por ejemplo, ésta, se llama Patreon, todos son basados en Estados Unidos la mayoría, la anterior creo que era rusa, algo así. Estados Unidos, por ejemplo, para los que han escuchado Patreon, este fue fundado por personas que estaban en YouTube y cuando YouTube cambia el algoritmo para pagar menos regalías porque estaba pagando bastante, (recuerdan hace unos años que pasó eso), se cambiaron para acá; crearon unas plataformas nuevas, para que los autores ganen mucho más, inclusive más de lo que ganaban en YouTube por las vistas y todo eso.

Ahí, hay muchísima gente de Pódcast, de música, de creadores de contenido como YouTube, ital cual! Y acá obtuvieron mucho más dinero a base de patrocinadores que pagan directamente y por supuesto, también hay gente que trabaja en cómics, por ejemplo, aquí tenemos una opción para cómics, obviamente hay que tener calidad para que la gente se inscriba y te paguen; aquí un ejemplo de esto: aquí tienes 15.000 personas que lo están apoyando, y acá el mínimo con que uno puede escribirse, es con un Dólar; por lo menos esta persona está ganando 15 mil dólares mensuales; esto es mensual. No sé cuántas personas lo hacen, a lo mejor es un grupo como veo acá, a lo mejor son dos chicos o más, no sé.

Este es un ejemplo de cómo también se puede publicar en línea, acá tienes a Kickstarter, este funciona de forma diferente, uno se inscribe en Kickstarter, sube su currículum, su portafolio y en cambio lo llaman cada vez que aparece una oportunidad o una opción de un trabajo de una empresa que publica ahí, te avisan y tú puedes postularte para que esa empresa te contrate y te pague obviamente, como si fuera un freelance, es un freelance.

En Webtoon por ejemplo, el tema del Kickstart por ejemplo, ahí trabajas con cualquier tipo, o sea puede ser como diseño gráfico, ilustración o cómics, en cambio en Webtoon directamente es cómics, aquí tú publicas tu cómic, tu propio cómic y recibes regalías; siempre y cuando llegues a un nivel de listas. Trabaja un poquito diferente, debes llegar a varios cientos de miles, depende del tipo de cómics te pagan en regalías. Bueno, eso es por mi lado lo que puedo aportarles. Si tienen alguna pregunta.

Los NFT en el mundo del diseño gráfico

Conferencista:

Daniel Austin Zaldivar Almarales

Enlace video: https://www.youtube.com/watch?v=h_MB2q4EGzc



Conferencista:

Daniel Austin
Zaldivar Almarales

CICO
Ciclo de Conferencias

1. LOS NFT EN EL MUNDO DEL DISEÑO GRÁFICO

1.1. Intervención Máster Daniel Austin Zaldivar Almarales

Buenos días,

Reitero los buenos días y muchas gracias por la invitación a esta conferencia a este ciclo de conferencias relacionadas con el diseño gráfico.

En el día de hoy tenemos previsto hablar de un tema que me han solicitado bastante, no es el más solicitado, pero es el que se ajusta un poco más al tema del diseño, que es en el mundo de los NFT.

Bueno lo que teníamos previsto para hoy es hablar un poco de los NFT en el mundo del diseño gráfico, como les decía había cierta expectativa por algo, incluso el profesor que ayer participó me había solicitado que hablemos un poco de esto por la importancia que está teniendo en el mundo, no solamente tecnológico, sino en el mundo del diseño y en todas las áreas que implica el tema del arte.

¿Qué cosa es un NFT?; vamos a hablar un poquito del concepto, pero quiero hacer una aclaración, este concepto está asociado a un tipo de tecnología sobre el cual no se ha hablado acá en las conferencias, por eso es que voy a hablar brevemente que cosa es un NFT y después voy a explicar dónde es que funciona.

Este mundo está muy relacionado al tema del Blockchain, al mundo de las criptomonedas y quizás no todo el mundo tiene la experiencia, ha curioseado o participa de alguna forma en este tipo de redes.

¿Ahora que es un NFT? es un Token no fungible viene del inglés Talking, son activos digitales que debido a esa propiedad son intangibles, pero su posesión representa un valor monetario y en algunos casos muy altos para su propietario.

Un NFT es un archivo digital que tiene un único dueño, validado por un registro único en la cadena de bloque. Aquí me voy a detener porque quizás la gente no entienda o la gran mayoría qué cosas es una cadena un bloque. Por eso voy a hacer una breve, no es una conferencia sobre la Blockchain, pero en una breve explicación de qué cosa es eso, o sea quien adquiere este NFT está siendo consciente de su valor monetario y de los privilegios que puede disfrutar de ser el propietario de ese Token.

La palabra Token es común en otras áreas, por ejemplo, en el mundo del banco cuando hacemos transacciones entre bancos, entre cuentas, pues el banco y se mueve el Token de seguridad, porque el Token como tal es un activo que está diseñado para proteger la seguridad de las comunicaciones. Cualquier persona puede crearlo, sin ninguna habilidad de codificación, no hay que saber programar.

O sea, está diseñada para que cualquier persona con el mínimo conocimiento pueda crear un NFT y pueda realizar referencias, archivos digitales, como fotos, ilustraciones, vídeo, audio y debido a que estos son activos identificables de forma única, se diferencian de las Criptomonedas que son fungibles; por tanto, los NFT no son intercambiables entre sí y por lo tanto no son fungibles, o sea no se puede sustituir uno por otro, es decir, son únicos.

Ahora vamos a explicar brevemente qué es esto, yo sé que está pendiente una conferencia sobre Blockchain, las aplicaciones que tiene. Pero sí quería hablar brevemente para que se comprenda en qué contexto se desarrolla el mundo de los NFT.

Pues bien, los NFT se desarrollan en la Blockchain, contrariamente a lo que muchas personas piensan la Blockchain no solamente es Criptomoneda; ahora vamos a hablamos de Bitcoin, que se subió, que si bajó, que si se depreció. Pero lo cierto, es que la Blockchain es una tecnología basada en una cadena de bloques, que es un concepto muy revolucionario y que participa no solamente en el tema de Crypto; está presente en la economía, en la logística, en las finanzas, en el derecho, en el entretenimiento, las artes y por supuesto el diseño gráfico.

¿Qué cosa es la blockchain o cadena de bloques? es una tecnología basada en bloques, de forma descentralizada y pública. Quiere decir que cualquier persona puede acceder mientras tenga internet sin ningún problema, a este tipo de tecnología; esto genera una base de datos compartida a la que tienen acceso los participantes de esa cadena, los cuales pueden rastrear cada transacción que haya en realidad es realizado.

Es como un gran libro de contabilidad inmodificable y compartido que van escribiendo una gran cantidad de ordenadores de forma simultánea. Con esta tecnología los procesos se agilizan de una manera super velocidad, se abaratán, las transacciones son más transparente y se eliminan los intermediarios.

Los bancos no les gustan mucho que se eliminan los intermediarios, por eso es que quizás necesitan mucha resistencia a la implementación en sistemas financieros oficiales, por el tema de descentralización.

Ahora bien, tipos de redes para entender un poquito en qué redes nosotros nos movemos. Internet, es un conjunto de redes que está distribuida por el mundo.

Tenemos las redes centralizadas que es lo más común que tenemos, un ejemplo de red centralizada Facebook, ustedes saben que cuando se cae Facebook, se cae WhatsApp, se cae Instagram y no sabemos cuándo se vuelve a revisar; cuando se cae Twitter se cayó en todo el mundo y nos quedamos sin Twitter, si se cae en Instagram las personas se quedan sin su tienda, si son publicaciones y sus usuarios; así sucesivamente pasa con las redes centralizadas.

Las redes descentralizadas y distribuidas es un concepto diferente porque está basado en nodos, significa que cualquier nodo puede replicar el contenido de lo que se está transmitiendo en esa red sin afectar la distribución a sus usuarios, o sea se puede caer en cualquier parte de ese nodo y el resto sigue funcionando.

Las descargas P2P se basan en este tipo de redes descentralizadas, lo que han usado BitTorrent en algunos casos, saben más o menos de lo que estoy hablando; es importante tener un concepto de qué tipo de Red estamos usando centralizadas y descentralizadas en el caso de la Blockchain.

Ahora volviendo a poner el ejemplo: descentralizada un servidor tradicional que almacena datos de extrema dependencia; hay servicios centralizados, por ejemplo nosotros dependemos de Google, si Google se cae se acabó lo que teníamos; en el caso de la Blockchain hay múltiples ordenadores distribuidos por todo el mundo por medio de nodos, que por cierto, cualquier persona puede tener un nodo de Blockchain perfectamente y lo han hecho tan asequible que cualquiera lo puede tener, o sea son casi ahora como los Router que tenemos en casa, garantiza mucho más la privacidad y la descentralización; esto es un ejemplo digamos muy abstracto de lo que sucede en una Blockchain en el intercambio de números, datos; cada vez que algún miembro

de esas redes realiza una transacción digital, esta transacción genera unos datos asociados que quedan almacenados en uno de los bloques y cuando el bloque está completo acopla la cadena y se puede decir que ya existe, por eso es que se habla de la validación de datos a través de diferentes ordenadores que garantizan la independencia de las operaciones.

Ejemplos de redes de Blockchain populares: Si se dan cuenta, hay nombres de Criptomonedas porque quizás lo más popular que existe en la población es el tema Crypto, que si el Bitcoin, que si el Ethereum, la solana, etcétera. Lo que sucede, es que detrás de esas monedas existe una Blockchain para cada una, quiere decir que cada una de estas monedas tiene una infraestructura de Blockchain aparte; o sea Bitcoin tiene su Blockchain, Ethereum tiene su Blockchain, Solana tiene su Blockchain y Cardano que es un proyecto muy interesante, lleva como unos cinco años por ahí. Hay muchísimas Criptomonedas y muchísimos tipos de Blockchain, pongo algunas quizás de las que tengan un poco más referencias, en el caso de Ethereum y Solana porque es donde se concentra quizás una gran parte de las colecciones de NFT.

Ahora nos vamos a dedicar un poquito a Ethereum: la red Ether o Ethereum, quizás sea la más popular porque por primera vez en el 2021 superó el número de transacciones en Bitcoin y porque el protocolo de la red de Blockchain Ethereum es en la Red base que utiliza la mayoría de los NTF; por lo que es razonable identificar Ethereum como la Red de bloques más popular en todo el mundo y es la Red o una de ellas la que empezó con el tema de crear, intercambiar estos NTF en su cadena de bloques. ¿Ahora qué pasa? la propiedad de un NTF se registra en la cadena de bloques y el propietario puede transferir, lo que permite a los propietarios tener un valor sobre esos activos. Tenemos un ejemplo de un usuario que tiene un activo de una cadena, lo vende otro usuario de otra cadena y se transmite directamente.

¿Qué características tiene un NTF? Ya vimos una pequeña explicación de que es la Blockchain; muy breve, muy corta porque no es el tema realmente, necesitaríamos otro espacio para hablar más de la tecnología Blockchain y cómo se aplican en la vida cotidiana.

Pues bien, hablando ya de las características del de los NTF:

-No se pueden intercambiar entre sí; a diferencia de lo que ocurre con una Crypto, ya que no hay dos Tokens en NFT Iguales. Yo puedo cambiar, por ejemplo, hacer un Swap entre Ethereum y Bitcoin y me hacen la diferencia como si fueran monedas normales; pero en este caso no, son únicos. El propietario de un NTF puede certificar que es el propietario único y real de la obra original, gracias a esa cadena de bloques. Mantiene un historial de quién ha comprado, quién ha vendido en NFT y quién es su actual propietario, incluyendo el creador original a quien se compró ese activo.

-Otra característica es que son interoperables: no se puede utilizar un Token creado bajo una plataforma y usarlo en otra, o sea no puedo usar un NTF creado, digamos en la cadena de Ethereum y después usarlo en Solana.

-Son indivisibles: que es al contrario las Criptomonedas, por ejemplo, el Bitcoin hoy vale; creo que está dieciocho mil, pero ustedes saben que se puede comprar fracciones de esa moneda; en este caso no, tienen un valor completo como entidad o Tokens completo, no tiene centavos como vemos en las monedas normales.

-Es indestructible: porque al estar almacenado en esa cadena de bloques como un contrato inteligente Smart Contract (que eso es otro tema que también deberíamos hablar en otra conferencia), es lo que permite que no se pueda destruir eliminar o replicar.

-Propietarios Únicos: al adquirir el Token tú eres el único propietario, nadie más puede verificar que lo tiene, ya que no adquieres una licencia como era el cine o comprar música; adquieres un bien digital único en el mundo y eso es lo que ha posibilitado que muchos artistas, diseñadores, ilustradores, fotógrafos, conviertan a NFT algunas de sus obras con el objetivo de tener un certificado digital único y lo vemos mucho en el mundo los videojuegos; también lo vamos a ver un poco más adelante, incluso esta tecnología ha cambiado el modelo de negocio de muchos videojuegos que igualmente necesitan ilustradores y diseñadores para poder funcionar.

Algunas ventajas: desde mi punto de vista, es un certificado de autenticidad para su obra digital, yo entiendo que, como todas las cosas hay muchos detractores, muchos que están a la expectativa; unos que sí, unos que no, lo cierto es que es un certificado de autenticidad para obras digitales que pueden en un futuro financiar su trabajo o su galería.

Ahora aparece la vinculación del NFT y el arte digital, muchos artistas como se comentaba ayer en el coloquio; que vimos de los artistas presentes, muchos artistas se están subiendo esta ola preparando piezas exclusivas para este mercado NFT, de hecho a grandes rasgos, este tipo de transacciones es similar compraventa de cuadros artísticos como la subasta, escultura, cualquier otro tipo de obra artística con la salvedad, de que en esta oportunidad se desarrolla de forma 100% digital; los artistas van creando sus propios activos digitales, comienzan a participar en subasta, crean sus propias Galerías de arte descentralizado. Ustedes saben que el mundo de la galería también es como el mundo editorial, es un mundo un poco complejo. Con esto es un poquito más diferente y en las que muestran los activos que poseen, ya sea como muestra de catálogo.

Ahora aplicación en el mundo del diseño gráfico: pues tenemos aplicación el mundo del video; en el mundo de la fotografía hay una gran cantidad de fotógrafos convirtiendo fotografías en activos digitales frontales, no solamente con obtener ingresos, sino también, con el tema de diseñar un modelo de negocio diferente; el caso del audio, de la multimedia incluye a los nombres de dominio se pueden pasar acá y los videojuegos; sobre los videojuegos ya estaría solamente, voy a hablar un poquito más adelante porque los NFT le han cambiado en gran parte del modelo de negocio de muchos videojuegos.

Ahora otras aplicaciones:

-Vamos a hablar en el arte digital: esto que está aquí es una obra que se llama Everydays: The First fights, es un arte digital creado por Mike Wilkerman, conocido profesionalmente como Beatles; es una obra digital con un collage de 5000 imágenes digitales, es la segunda obra más cara vendida en el mundo de los NFT con 69 millones de dólares, es la primera imagen, es decir cuánto cuestan. Esto es una obra digital de un artista reconocido que lo ha vendido.

-En el caso de los juegos: me voy a detener aquí brevemente; los juegos tenemos tres ejemplos: CryptoKitties, que fue digamos, uno de los pioneros en crear mascotas desde ese tiempo Sandbox. Pero el juego que quizás ha cambiado un poco el modelo de negocio del mundo del videojuego y del entretenimiento, ha sido Access Infinity, porque incluso es curioso que en muchos países lo usen como una forma de ingreso. Pongo el caso de Filipinas, el país donde más jugadores tienen de Access.

Access Infinity, requiere una conferencia específica, de lo complejo que es este mundo y de lo que han creado, porque se ha convertido en un modelo de negocio, en una forma de vida de muchas personas. No es solamente un juego de entrar a Internet y jugar, no, se ha convertido en un modelo de negocio una forma de expansión tener propiedades y es muy interesante lo que ha

desarrollado porque ha sido inspirador para otro tipo de videojuegos como el Infinity y otros basados en los activos de Tokens.

Evidentemente tiene un gran trabajo de ilustración detrás de diseño gráfico muy interesante, una experiencia de usuario fantástica; como les decía hay países incluso que parte de su población se dedica a jugar en este tipo de ambiente porque representa ingresos económicos en una moneda, que no es en dólares. Nosotros en Ecuador porque tenemos dólar, pero hay países que tienen una moneda superdevaluada y los habitantes de ese país deciden participar en este Mercado con el fin de obtener ingresos equivalentes y en muchos casos superiores al dólar.

Ya les decía; Access Infinity, casi requiere una conferencia aparte de lo que implica el impacto en los videojuegos, en el mundo del diseño de videojuegos o de animación. Access ha logrado, de hecho, tiene hasta su propia Cripto, o sea tuvo tanto éxito el juego que incluso se creó su propia moneda.

-En películas: salió DEADPOOL 2 y vendió estampillas de DEADPOOL 2 por medio de NFT, como una forma también de promocionar la película. Saben que DEADPOOL 2 fue una de las películas más promocionadas a nivel mundial con una campaña de promoción brutal y emplearon, utilizaron ese tipo de tecnología para garantizarle a ese espectador que iba a tener, digamos una presencia única con su activo.

-También tenemos los eternos memes. Los memes también participan aquí, hay memes muy famosos, de hecho, ya le han hecho un meme al recién heredado Rey de Inglaterra; hasta éstos han llegado al mundo NFT.

-En el mundo del deporte: la NBA los ha usado para vender estampillas de sus jugadores o fragmentos de videos de jugadas famosas.

Aquí tenemos muchas aplicaciones todas relacionadas de alguna forma u otra con el diseño el arte digital, en los juegos, en las películas y en el diseño; por ejemplo, de la Ilustración de tarjetas de recuerdos. Saben que este tipo de tarjetas, en el caso del deporte eran los famosos colecciónables, como los juegos de Yu-Gi-Oh!.

¿Ahora qué conflicto tiene? yo les comentaba que es una tecnología que tiene de todo, tiene detractores, tiene gente que está a favor; lo cierto es, que el NFT no sustituye la propiedad intelectual; o sea, todo creador de contenido debe estar consciente de que su obra debe estar protegida por la propiedad intelectual, derecho autor. Eso es algo que cada diseñador gráfico, creador de contenido, videojuegos, fotógrafos, debe estar consciente de que su obra debe estar protegida por medio de propiedad intelectual porque la hoja de alcance lo vale.

El NFT solamente representa una prueba de propiedad en un registro de Blockchain, no implica necesariamente que el propietario en un NFT tenga los derechos de propiedad intelectual, ya han habido conflictos sobre eso, sobre todo por el tema de legislación; saben que la tecnología va muy por delante de los temas legales; ya Europa está tomando cartas en el asunto con el tema de los registros, ese tipo de cosas muchas sobre todo que Europa es el que más está avanzado en esto y es importante que se sepa que los NFT no van a sustituir la propiedad intelectual y que se están estableciendo conflictos, pero que sirve como una prueba de propiedad específica; alguien puede vender un NFT que representa su trabajo, pero el comprador no necesariamente reciben los derechos.

¿Qué significa esto? que, aunque yo haga una copia de una foto, yo no puedo registrarla en NFT porque evidentemente hay alguien que es propietario en la foto; es decir, yo no puedo ir al Museo

del Louvre, tomar una foto a La Mona Lisa que todo el mundo la conoce y convertirlo en NFT, porque es una obra sumamente reconocida que tiene autor reconocido y eso no se puede hacer. Conflictos y Críticas: Pues bien, hace poco alguien me decía, los NFT son estafas; yo digo, de por sí, los objetos no son estafas. Es decir, por poner un ejemplo, este esfero que tengo en mi mano es solo eso, es un esfero; pero el esfero de por sí no es una estafa.

Las estafas, la especulación y el lavado, ya es una acción humana; todo está en la acción humana. El producto digital como NFT, en sí mismo no lo constituye; lo que constituye delito, ya es especulación, el lavado del dinero, fraude, estafas, plagio, conflictos ambientales. ¿Por qué conflictos ambientales? porque las tecnologías que están asociadas a la Blockchain (ya expliqué que hace falta casi una conferencia nueva para explicar esto); necesitan una serie de infraestructuras para generar.

No sé si alguien ha oído hablar de la minería o la acción de minería, hay cierto conflicto ambiental y también reclamos por Esquemas Piramidales o Ponzi; aquí en Ecuador se han dado muchos casos de esquemas piramidales de Ponzi; no solamente con Criptomonedas, con las monedas normales también, que te voy a dar 300 y te garantizo 500 de interés al mes. En fin, esto sucede en el mundo normal y también sucede acá en el mundo del NFT.

Siempre sugiero, que antes de adentrarnos en cualquier tipo de mundo, tenemos que averiguar cómo funciona; esto requiere bastante estudio, no basta solamente un celular y montar una wallet. Significa que tengo que aprender cómo funciona este mundo, porque no es el mundo de Facebook, ni de Instagram, ni de redes sociales conocidas. Es un mundo un poco más tecnológico, en el cual yo tengo que estar un poquito más preparado sobre lo que quiero hacer.

Crear un NFT no es difícil, es fácil. Se los voy a mostrar ahora cómo se crea:

-El primer paso es crear un usuario en una plataforma para este propósito. Una de las más utilizadas OpenSea; hay muchas plataformas, voy a poner algunas de las más conocidas, quizás casi todos conocemos a Amazon eBay, que son grandes tiendas; OpenSea viene siendo como el eBay de los NFT en el mundo digital.

Una de las plataformas más utilizadas es OpenCv, que además de permitir generar el Token, funciona también como un mercado; por ejemplo, ahí se ve que se pueden emplear artes coleccionables, nombres de dominio, música, fotografía, deportes, tarjetas de regalo, utilidades y hasta mundos virtuales, “por cierto, hace poco estábamos revisando con un compañero de trabajo, no me acuerdo en qué mundo virtual, estaba sentado comercializando el mapa ya de Guayaquil”

Esto funciona en este tipo de plataformas, una plataforma donde nos creamos un usuario como normalmente usamos en cualquier tipo de sitio.

En esta parte se solicita que se añada una billetera digital o Wallet o Crypto Wallet. Los que quizás tengan un poquito más de práctica en el mundo de las criptomonedas, saben que el mundo de las Crypto se maneja a través de billeteras digitales o Wallet y como son varios tipos o muchos tipos de monedas, casi siempre la gente tiene billeteras multi monedas; en el caso de OpenSea la billetera que pide es METAMASK. Esta es una billetera nativa para la Red Ethereum, porque ahí es donde se va a almacenar el NFT (lo vas a portar contigo), aunque te roben el celular, se va a quedar contigo en su cadena de bloques.

¿Qué ventaja tiene METAMASK? que tiene versión para Chrome, se puede instalar como una extensión del navegador, como una extensión de Firefox, tiene App para Android para iOS, es

una billetera que tiene bastante soporte y que está directamente asociada a OpenSea como plataforma de Mercado. La función de la billetera es una vez que se cree tu NFT, alojarse en tu billetera, en tu cadena de bloques se quede se queda tu archivo digital.

¿Cómo se configura la billetera? (esto también casi requiere otra conferencia porque es un poco más complicado). Las billeteras hay que configurarlas, no es como la aplicación del banco que yo tengo lectura por la huella y por voz; no tiene nada que ver con las aplicaciones bancarias. Funciona similar, pero es muy diferente, cuando se configura la billetera, igual se quiere una contraseña normal (no ponga contraseña como contraseña uno, dos, tres, cuatro o te quiero mucho); porque evidentemente no es contraseña segura. Las contraseñas, sobre todo cuando son activos que valen, necesitan ser contraseñas fuertes seguras; aparte esa contraseña, hay algo que la aplicación genera que son las famosas frases de recuperación de 12 palabras, esos términos son los que se conoce como frases semillas y es una forma de respaldar el monedero digital.

¿Dónde se guardan esas frases semilla? En una agenda que sea muy importante para usted, anota las frases que le da la billetera; la frase no las cree usted, la billetera le va a dar la frase, usted las va a notar en el orden que se las da y las guarda en un papelito, le toma una foto lo, guarda como un archivo en un lugar super seguro, porque el día que le roben el celular, lo pierda, lo extravíe o la laptop deje de funcionar y quieras recuperarlo; si no tienes esas 12 semillas, no va a poder recuperarlo. Ya ha pasado, que hay muchos usuarios en el mundo que tienen billeteras con millones de dólares que no han podido recuperar porque no se acuerdan de las 12 semillas.

No es como los sitios Web al momento de recuperar la contraseña. La seguridad es estan necesaria que nos obliga a tener conciencia de que la seguridad aquí es lo primero. La contraseña está bien, pero las frases son imprescindibles; supongamos que cambiaste de celular y quieras volver a instalar la aplicación, lo puedes instalar sin problema, pones tu contraseña las 12 palabras y se conectó a la Blockchain, se sincronizó y perfectamente tienes ahí tus activos digitales.

Aquí se muestra una captura de la billetera de METAMASK, tienen las opciones de comprar, vender, hacer intercambio, actividad, etcétera. Una vez que tienes creada tu billetera, OpenSea se conecta con tu billetera, para de esa forma transferir a tu billetera el archivo digital creado. No solamente se puede usar METAMASK, hay un montón de Wallet que se pueden usar, ahí en la captura aparecen la billetera de Coinbase de Phantom.

Hay muchos tipos de billeteras: Billeteras en celulares, billeteras como extensión del navegador y hay billeteras físicas, estas son las más seguras, es como una memoria donde ahí está tu mundo virtual completo.

En el caso de OpenSea, se puede crear una imagen o un audio, un video o un modelo en 3D, crea un nuevo ID. Una vez que se subió el contenido se le tiene que dar un nombre y se debe crear una colección, vas a crear tu colección dentro de OpenSea, igualmente se va a alojar en tu billetera, el sistema va a pedir que añadas una descripción del elemento, propiedades (una foto o un video con una característica específica); luego se solicita elegir una red de bloques en la cual se genera el Token para que pueda hacer alojado en tu billetera. Siempre va a estar asociado billetera plataforma.

La primera opción que va a aparecer en OpenSea es Ethereum porque es la red que se está manejando; si se selecciona otra alternativa hay que pagar, así, que no sugiero hacerlo. Para generar el NFT sin ese coste hay que seleccionar la Red Polygon, que es una que en la red Ethereum sirve como protocolos para varios tipos de redes, pero igual están dentro del

ecosistema Ethereum, cadenas laterales se selecciona la red Polygon que funciona a través de una sidechain que es una cadena lateral que igual se conecta a Ethereum.

Ahí se muestra la captura de cómo se crea; se crea un nuevo Id, el nombre, si hay un enlace interno, una descripción, etcétera. Una vez seleccionada la red hay que firmar la creación y el NFT se ha creado; es muy sencillo, muy fácil. Quizás el trabajo más difícil sea familiarizarse con el uso de las billeteras, porque evidentemente el NFT se va a quedar en tu billetera, no se va a quedar en la Red; se queda en tu billetera y ese es un archivo tuyo; por eso es por lo que quizás el paso más complicado puede ser crear una billetera (que tampoco es tan difícil); es bastante fácil, lo complicado es que, tenemos que estar consciente de que sin las 12 frases semillas no podemos tener una billetera. Billeteras hay muchísimas, de todo tipo, yo en mi teléfono tengo como cuatro: tengo METAMASK, tengo otros Wallet, y otras que se utilizan para otro tipo de cadenas.

¿Qué amenazas hay para los creadores? esto quizás tiene y no tiene relación con el tema. Si tiene mucha relación con el tema porque aparece el tema de la Inteligencia artificial. Aparece la Inteligencia artificial, pongo el ejemplo de tres tipos que están en el mundo del diseño, fotografía. Están DALL-2- OpenAi; Stable y Midjourney; esas obras que se muestran ahí han sido creadas en Midjourney, son inteligencia artificial.

Se presenta el problema ético, que si un creador, porque al final no fuiste tú que lo creo, lo creo la Inteligencia artificial. Si es inteligencia artificial se puede registrar como NFT, porque básicamente un archivo sigue siendo un archivo digital, pero no lo hiciste tú, lo hace una Inteligencia artificial siguiendo tus indicaciones. Hay amenazas de tipo ético, hay amenazas de tipo tecnológica.

La rapidez que una Inteligencia artificial puede diseñar; para que tengan una idea, esas cuatro capturas las hice en Midjourney, solamente le ponen los datos de lo que tú quieras que represente y te da cuatro opciones de archivos.

Se pueden dar cuenta en una imagen hay cuatro enfoques o cuatro puntos de vista o enfoques, que se ha dado de la aplicación; puedes usar cualquiera de eso. Ya viene el problema ético de hasta qué punto la inteligencia artificial puede sustituir a los creadores o quizás crearle conflictos éticos; (Mi opinión muy particular), es que la Inteligencia artificial solamente es una herramienta, yo no creo que desplazan a los creadores, porque la creatividad es algo del ser humano, es una cuestión innata el ser humano; al final a esta inteligencia hay que darle órdenes para que realice las cosas y no creo que sustituya a los creadores, más bien sea una herramienta a usar.

Lo mismo pasó cuando las cámaras llegaron a los celulares, mucha gente pensó que era el fin fotografías cuando todo el mundo tiene una cámara en su bolsillo; lo cierto es que no, los fotógrafos siguen existiendo porque la forma de capturar la realidad es muy diferente a lo que lo hace una Inteligencia artificial, pero no deja de preocupar un poco los dilemas que puede acarrear todo este tipo de tecnologías presentes, sobre todo en el mundo del diseño y del arte.

Los que no hayan probado las tres soluciones, ahí están a la disposición, pruébenla, úsenla, conózcanla. Sobre todo, los que están creciendo ahora en el mundo del diseño, porque es interesante lo que hacen, porque no solamente es el tema de resultados es el proceso, la rapidez con que se ejecuta y quizás algún que otro resultado que pueda incluso tener un propio estilo de creación.

Hasta aquí el tema de hoy. Muchas gracias por la oportunidad de participar, ha sido lo más conciso posible para que se pueda entender un poco que es esto, la importancia que tiene.

La fotografía de catálogo de negocio y como arte cotidiano

Conferencista:

Gianella Lisette Bermeo Quezada

Enlace del video: <https://www.youtube.com/watch?v=0hXEyC3LX2A>



Conferencista:
Gianella Lisette
Bermeo Quezada

CICO
Ciclo de Conferencias

1.LA FOTOGRAFÍA DE CATÁLOGO DE NEGOCIO Y COMO ARTE COTIDIANO

1.1. Intervención de Gianella Lisette Bermeo Quezada

Buenos días, es un placer para mí hoy poder ser parte del lanzamiento de este libro, ser parte del desarrollo, conocimiento y aprendizaje que puede transmitirnos una persona; es lo que nos permite también crecer como seres humanos y también ser parte de una herramienta como es la educación que hoy en día sostiene al hombre.

La implementación o la recopilación de las fotografías de este libro me permitieron reafirmar el amor a la docencia, reafirmar aquel conocimiento que nos permite obtener a los docentes dentro de un salón de clases. El mundo de la fotografía hoy en día no es tan distinto a lo que viven todas las personas porque todos nos hemos convertido en fotógrafos; pero este libro es especial porque ha sido recopilado desde el año 2015 cada una de esas imágenes y, sobre todo, hay fotografías de estudiantes que por circunstancias de la vida o por ciclos de la vida, hoy ya no están con nosotros y eso ha sido un honor para mí y un placer poder ver esas imágenes y poder recordar quiénes fueron parte de nosotros.

Los grandes esfuerzos valen la pena recordar y en esta composición cada uno de los artistas que realizaron estas capturas que encierran o que el día de mañana nos llevarán a un recuerdo, dibujarán segurísimo, una de las sonrisas que obtuvieron en un salón de clases.

En cuanto a la conferencia, de hoy vamos a hablar un poco sobre la fotografía de catálogo de negocio y como un arte cotidiano.

¿Qué es la fotografía? ¿Cómo todos identificamos la fotografía? ¿Cuándo hacemos una fotografía? Cuando queremos conmemorar un momento, cuando no hemos visto a alguien, cuando compartimos, cuando queremos tener un recuerdo, realizamos una captura de ese instante, con el fin de que más adelante podamos disfrutar de aquel momento nos lleve, nos genere alguna sonrisa o quizás nos devuelva un poco de melancolía; pero siempre nos va a transmitir un sentimiento que nos va a ayudar a ser parte del recuerdo que tenemos de ese instante; también para capturar.

Hoy en día vivimos mucho a través de las redes sociales, cuando queremos hacer la captura de algún objeto, de algo que nos han obsequiado, que nos pareció lindo, que nos pareció dulce, hacemos una fotografía, realizamos una captura, lo compartimos quizás en redes sociales o lo tenemos en nuestro álbum, con el fin de más adelante recordarlo o tener una ayuda de memoria de aquello.

También existe algo, sobre todo más desarrollado en las personas que son un poco más creativas el descubrir un espacio. Esta fotografía tiene una historia, que en algún momento estaba esperando a una amiga para encontrarme, no sé, si lo identifican, (es el Mall del Sol), iba a encontrarme con una amiga hacia la salida del ascensor y ella me pregunta, ¿dónde estaba? y yo hice la fotografía de ese espacio; me dice no estamos en el mismo lugar, definitivamente no estamos.

¿Qué es lo que pasa con nosotros? Tenemos una vida tan agitada que no siempre nos fijamos en los lugares donde estamos, no apreciamos siempre los detalles que se encuentran alrededor de

nosotros, conocemos un lugar por ciertos rasgos, recordamos un lugar por ciertos rasgos, pero no nos tomamos la molestia de observar todo lo que hay y en muchas ocasiones, se pueden capturar imágenes como la que estamos observando. Cuando queremos admirar una belleza, cuando queremos nosotros mismo transmitir, cuando nos levantamos y nos sentimos hermosos, vemos algo que nos gusta frente al espejo, cuando nos hacemos un autorretrato y lo compartimos con alguien o simplemente lo tenemos para nosotros; esto también es parte de realizar la fotografía o planificar una imagen, como una fotografía comercial cuando ya tenemos una preproducción para realizar este tipo de imágenes.

Todo esto podemos llamarlo como fotografía, todo esto lo identificamos como la captura de una imagen.

¿Quiénes somos fotógrafos? Hoy en día todos somos fotógrafos porque todos realizamos una fotografía, la fotografía del lugar que no conocíamos, de un lugar en el que yo estoy poniendo un ángulo distinto quizás al que vea otra persona, pero lo pueden identificar por el nombre que lleva la fotografía, del perrito que se me acercó en la calle, también hacemos captura de los instantes, de los momentos en que se nos aparecen o la fotografía de la hija de una buena amiga, de la princesa que cumplió años y muchas ocasiones nos convertimos en los fotógrafos de nuestra casa, nos dicen que porque nuestro celular hace mejores fotografías, pero no nos damos nosotros el atributo de que nosotros estamos poniendo el ángulo; nosotros estamos viendo una mejor percepción que quizás la otra persona que no hace unas buenas capturas; eso nos convierte en buenos fotógrafos, eso nos convierte en personas que podemos realizar una captura, creo que a todos nosotros en algún momento nos ha gustado una fotografía que hicimos y la empezamos a compartir con alguien.

Todo esto nos lleva a la captura de un arte cotidiano. ¿Por qué lo llamamos arte? Porque es algo que nosotros admiramos, es algo que nosotros ya cuidamos con la parte estética, ya vemos que nos quede bien, que nos quede bonito, que se pueda apreciar lo que queremos capturar. Como la imagen de mi querido Cantón Portovelo, que lo podemos apreciar desde lo alto de la ciudad, podemos observar toda la ciudad, sus luces iluminadas, muchos detalles que se pueden ver; la imagen está pequeña quizás no lo puedan apreciar; pero son fotografías hechas con el celular, con un artículo que nosotros andamos todos los días o la fotografía del transporte aéreo que tiene actualmente la ciudad de Guayaquil, como es la aerovía, este paisaje hermoso que podemos apreciar desde lo alto; no sé, si todos han tenido la oportunidad de viajar en aerovía o de conocer por turismo, se puede apreciar arte en ciertos edificios, podemos observar la naturaleza, podemos observar el contraste que existe en el cielo, se puede observar la combinación que también ejerce el sol a través de las nubes, todo eso que irradia, todo eso que observamos es parte de un arte cotidiano.

La fotografía de un espacio de conexión con la naturaleza, todas las personas en algún momento necesitamos o buscamos una conexión con la naturaleza, con ese espacio verde, con la brisa del río, con las piedras, con la tierra, con los árboles, con todo lo que nosotros podemos absorber de manera positiva en la naturaleza o la señora luna que nos acompañó la semana pasada; esta hermosa luna que creo que todos observamos y admiramos, que también se le pudo hacer una fotografía.

Cuando hablamos ya de la parte estética, entramos un poco más en lo que es la fotografía comercial; este tipo de fotografía nos permite resaltar cualidades, porque esta fotografía es con

un fin de venta, tiene una preproducción que quiere decir que yo tengo que planificar todo lo que lo que voy a hacer en la captura de esta de esta imagen con el fin de cuidar la estética y de resaltar las cualidades dependiendo del producto o el servicio que yo esté ofreciendo. En esta fotografía podemos observar un espacio, está a la venta una tranquilidad, creo que suena raro pero es muy cierto, para muchas personas este espacio es tranquilo, es un espacio íntimo, un espacio donde no hay nadie, no nos molesta nadie, estamos nosotros y pues eso es lo que se intentó plasmar aquí, con la inocencia de una niña leyendo un libro.

Esta fotografía que también tiene una historia muy bonita dentro del salón de fotografía del instituto en 2018-2019, (no recuerdo el año exacto) se realizaron capturas de mascotas, hicimos capturas de distintas mascotas, entre ellas de este perrito, que se pudo obtener una buena imagen; posterior a esta imagen, se hace una postproducción con el fin de plasmar una marca, con el fin de identificarlo. Cuando nosotros vemos este tipo de publicidades en la calle lo que pensamos es que es un perrito amaestrado, que es un perrito que ha sido educado para la publicidad, que es un perrito que tiene solamente sus fines; pero esto es un perrito de casa, un perrito que le pudimos hacer una fotografía, salió una muy buena captura realizada por un estudiante y posterior la presentación de la postproducción.

Con eso entramos a lo que es el catálogo. Catalogo es la colección de imágenes donde se ofrece un producto o servicio en un soporte físico o digital.

Vamos a hablar ahora más de lo que es el soporte digital. La mayoría de las personas actualmente ya estamos más en lo que es la tecnología; entonces vamos a referirnos al espacio digital. ¿Cuáles son las estadísticas que existen? Más de 4.62 mil millones de personas en el mundo usan redes sociales. Las redes sociales han crecido a una tasa anual compuesta del 12% desde el 2012. Más del 93% de los usuarios regulares se conectan a las redes sociales y en Latinoamérica 9 de cada 10 usuarios usan redes sociales en el 2022. ¿Cuáles son las redes que más tenemos en nuestro medio? ¿Qué más uso le damos en nuestro medio? Tenemos Facebook, Instagram, Tiktok y por supuesto la de conexión que es el WhatsApp. Hagamos relación de la fotografía con estas redes sociales o de un catálogo para negocio en redes sociales.

En muchas ocasiones creemos que estas redes son usadas solamente para las personas que venden un producto, pero no nos observamos o no nos damos cuenta que nosotros también somos una marca, nosotros como nombre, como profesional, como persona, también somos una marca y en cada una de estas redes mostramos o identificamos quiénes somos; muchas personas allá afuera no nos conocen, quizás saben nuestro nombre, quizás nos han visto; pero a través de una red social pueden ver un poco más allá de nosotros, lo que compartimos, lo que limpiamos, lo que lo que nos gusta, lo que comemos, donde disfrutamos, con quienes estamos, qué es lo que hacemos, qué tipo de imágenes compartimos.

Todo esto demuestra a la persona que somos y podemos ocupar de parte positiva estas redes sociales con el fin de generar una mejor ventaja.

Entramos a lo que es la fotografía de producto. Es aquello que ha sido creado con características y atributos tangibles, cada una de estas fotografías pasó por una preproducción, por una creación, para llevar a un buen desarrollo o generar un deseo y una venta. La primera fotografía, qué es lo que quiero destacar aquí o ¿qué es lo que tenemos que cuidar cuando hacemos una fotografía de producto? la iluminación, que el envase se vea bien, estéticamente bien, que esto

lo podemos realizar también en casa a través de un celular, las gotas para que se vea que está frío, llamativo, esto lo realizamos con glicerina, lo podemos hacer así sea una botella que está al ambiente, lo podemos hacer con glicerina y pues hay muchas cosas más que se ponen en preproducción con el fin de realizar una buena fotografía de una bebida fría.

La siguiente fotografía ¿qué tenemos que cuidar? nuevamente estética, es importante que cuidemos la estética, que todo se vea dentro de su composición, que todo se vea bien ¿qué es lo que llama la atención aquí? Toda fotografía tiene un punto, que es el punto lo que llama la atención ¿qué es lo que nos llama la atención en esta fotografía? la fresa, por ende, la fresa tiene que estar estéticamente bien compuesta, no puede estar lastimada, tiene que estar roja; esto es lo que tenemos que cuidar.

La tercera fotografía que es la de un vino. La copa, ¿qué tenemos que cuidar aquí? también el cuerpo de la copa, ¿cómo la luz tiene que reflejar en el cuerpo de la copa? esto también es importante que se refleje, que la luz refleje en el vino, para esto se necesita muy buena ubicación de las luces que se va a hacer.

La última fotografía que es la de una captura de un espacio, de algo de una marca que se quiere identificar; como ustedes pueden observar, tenemos un poco difuminado el fondo de esta fotografía que dice Ecuador con el fin de que llame más la atención las primeras letras.

Con esto nos podemos entrar a la fotografía Flat Lay. Las microempresas o los emprendedores usan muchísimo este tipo de fotografía. La fotografía Flat Lay, es la que se ocupa para redes sociales, que no la conocemos, muchos no la conocen de esta manera, pero así se llama, fotografía Flat Lay; las personas pasan un promedio de dos horas y 27 minutos al día en las redes sociales; son dos horas que nosotros podemos ocuparlos muy bien con una buena publicación de la imagen; por supuesto hay horas específicas en las que se recomienda hacer la publicación con el fin de que tenga mayor audiencia, pero se lo puede ir adaptando dependiendo de qué es lo que nosotros queremos lograr.

La primera fotografía. Voy a hablarles un poco de cómo realizar este tipo de fotografía Flat Lay. Hablemos de la primera, esta fotografía es sencilla, siempre va a ser en espacios planos, es con iluminación exterior, con iluminación natural, cerca de una ventana, de una puerta, donde podamos obtener luz natural; con el fin de que las sombras no sean duras, por supuesto, hay un horario también para hacer eso; se lo recomienda hacer entre las 10 y las 12 del día no muy tarde para que el sol no sea muy fuerte y poder obtener esto, una combinación de colores que llamen la atención ¿qué más se tiene que cuidar aquí? que no se confunda que es lo que yo estoy vendiendo, que es lo que estoy ofreciendo; que sea claro, que el mensaje sea totalmente claro de qué es lo que yo quiero vender.

Como lo vemos en la segunda fotografía, podemos apreciar que es ropa de Bebé de una niña en la que está generando una marca; este tipo de fotografía es para realizar la venta. También realizar la venta de una composición, aquí puede venderse el reloj o puede venderse la pluma; pero lo vende como un solo instante o vender los dos; pero lo vende como un solo instante, una composición que nos transmite un mensaje más completo; esto también se debe tener mucho cuidado cuáles son los colores que vamos a utilizar aquí, cuál es la forma de ubicación de cada una de las cosas, que no se vea rígido, que no se vea todo muy duro en su orden y que tenga unos colores que primero identifiquen la marca y posterior que se vea muy bien en su combinación.

Ustedes pueden observar, aquí tenemos una composición solamente de colores pasteles, pero también se usan con otro tipo de colores; pero siempre y cuando existan colores que no llamen la atención más que la marca, eso tenemos que tomar en cuenta.

También viene la fotografía de un servicio, a veces creemos que hacer un servicio no me permite hacer buenas capturas o poder vender a través de este servicio, es una función que se desempeña para otra persona el servicio.

En la primera fotografía o todas las fotografías de aquí, se muestran lo que es la estética, la captura de la dimensión de las personas que tenemos, por ejemplo, en la primera del lado izquierdo ¿qué es lo que queremos vender? Joyas, pero lo vendemos en una composición; la siguiente imagen fue hecha en un estudio; entonces aquí tenemos que cuidar iluminación, cuál es el contraste, que se vea bien la forma de su cabello, que se vea bien la sombra que provoca el sombrero y la composición de la ubicación de las manos. En la tercera fotografía, lo que queríamos demostrar es la parte sensual de la mujer, pero también la inocencia que proyecta la modelo.

La fotografía del lado derecho superior, se hizo con base a estos ladrones muy famosos que son Body Chain; esta captura se trata de demostrar aquello, la composición la forma todo lo que lleva esta fotografía es en relación a algo que se quería hacer; y por supuesto una fotografía de la captura de un bebé, este servicio fotográfico es muy común en el medio; cuando nace un bebé, cuando existe un nuevo integrante en nuestra familia queremos hacerle una captura de su nacimiento, de su primer mes o de sus 15 días de nacido, que es recomendable ya hacerle fotografías para poder ver la inocencia y poder quedarnos con ese recuerdo bonito, energético, del bebé que acaba de llegar a nuestra familia.

¿Qué herramientas les puedo recomendar para hacer este tipo de fotografías? Como lo mencionaba anteriormente, hoy en día todos somos fotógrafos, hoy en día todos nos hemos convertido en fotógrafos, unos somos más apasionados que otros; pero con la tecnología todos podemos tener acceso a este tipo de eventos o de fotografías o de capturas o de realizar imágenes, capturas de imágenes, que puedan mejorar la marca.

Tenemos la primera la primera aplicación que se llama Mcamer, esta aplicación nos ayuda a tener manipulación de diafragma, obturador e ISO, que son los tres puntos principales que me permiten realizar una buena fotografía. El diafragma es la apertura de la cámara, por eso nosotros lo relacionamos con el Iris del ojo humano, porque ésta nos permite abrirla para que ingrese luz a la cámara.

Este este tipo de manipulación en una cámara, me permite manipular o manejar; dependiendo de cuál es la apertura que yo le doy, de la distancia focal ¿Qué es la distancia o profundidad de campo? es el espacio que existe detrás de nuestra imagen, por eso siempre se recomienda que hagamos de cada vez que hacemos fotografía, sobre todo para fines publicitarios o para venta, se cuide todo lo que hay alrededor, absolutamente todo porque el mínimo detalle, que exista atrás, que se ve desordenado, que se ve dañado, que se ve sucio, que genera mucha sombra, ya genera un ruido visual. Entonces es bueno que cuidemos o que aprendamos un poco esta manipulación.

La segunda fotografía que fue hecha con otra aplicación, que se llama Raw Plus. Este tipo de aplicación me permite manejar fotografías en punto Raw ¿Qué quiere decir? que tiene una mayor información o calidad la imagen, como pueden observar, aquí le he puesto la información de la captura fotográfica que fue tomada con un celular con la aplicación y aquí tiene cuál es el diafragma y cuál es el obturador con el que fue capturada esta imagen. Esta imagen fue un congelado que se realizó para la indicación de unos estudiantes en la clase de fotografía, para que puedan observar qué es lo que podemos hacer con este tipo de aplicaciones.

La tercera aplicación que nos sirve para editar se llama Snapseed. Esta aplicación también es muy fácil de manejar, “como les digo yo a mis estudiantes, esto es cuestión de monarlo” de estar en la travesura en dentro de la aplicación para ver qué es lo que yo puedo lograr, puedo manejar contraste, puedo manejar luz, sombra, puedo oscurecer alguna parte, puedo poner un poco de temperatura en algún lugar que yo lo quiero hacer más frío, más cálido, puedo manejar ampliación en la imagen que me rellene solo la imagen y manejar correcciones pequeñas; sin que generen manchas. También puedo manejar desenfoque, puedo manejar un punto fijo o un punto específico que se vea muy claro y todo lo demás que se vea borroso. Todo esto puedo manejar en esta aplicación. Se las recomiendo a las tres, son muy buenas; se puede descargar con el fin de que de que podamos aprender y hacer unas muy buenas fotografías.

Eso nos lleva a realizar capturas, cuando aprendemos a manejar aplicaciones que nos permiten hacer otro tipo de manipulación un poco más allá que la cámara que nos permita el celular; hay celulares que tienen cámara profesional, hay cámara de celulares que no la tienen.

Hablando desde el punto de vista del celular, con estas aplicaciones podemos obtener unos paisajes hermosos, como la captura de esta imagen realizada en La Cubilla, esta imagen es de un atardecer. Como ustedes pueden ver la información fue tomada el 29 de agosto a las 6:01 de la tarde; ésta captura fue realizada con la manipulación de un diafragma y del obturador; para esto entra un poco más la parte técnica, porque necesito saber cuál es la compensación que yo tengo; pero nuevamente manipulando un poco estas aplicaciones, llego a darme cuenta cuando yo aumento el número del diafragma que es lo que tengo que hacer con mi obturador y de la misma manera cuando yo aumento el obturador porque quiero hacer un congelado, es decir de algo que está en movimiento y congelarlo, tengo que bajar o manipular un poco el diafragma.

“La mente es como un paracaídas, sólo funciona si lo abres”

Gracias por abrir sus mentes y sobre todo por haberme escuchado.



Conferencista:
Mariella Angelina
Velastegui Peñafiel

El diseño gráfico en la sociedad

Conferencista:

Mariella Angelina Velastegui Peñafiel

Enlace del video: <https://www.youtube.com/watch?v=3J1bkXTcjuk>

CICO
Ciclo de Conferencias



1. EL DISEÑO GRÁFICO EN LA SOCIEDAD

1.1. Intervención de Mariella Angelina Velastegui Peñafiel

Buenos días.

Primero que nada, quiero comentarles algo. Quiero comentarles el porqué de mi tema. Como ya lo mencionó la Máster Evelyn; Yo soy docente también de la carrera de diseño gráfico y una de las cosas que me preguntan los estudiantes de diseño gráfico es ¿será que mi carrera funciona? ¿Será que vale la pena que me haya metido a estudiar esto? yo les digo el día de hoy que sí. Les digo que sí, porque nuestra carrera es una carrera capaz de transformar una sociedad.

Nosotros vivimos en una sociedad en la que se piensa que un logotipo, un cartel, una página web, se crean sólo presionando un “ENTER” en el teclado del computador o se cree que el trabajo del diseñador es simplemente hacer un dibujito. No es así, el trabajo del diseñador va más allá de hacer dibujitos, nosotros somos transformadores de vida, porque el diseño es un proceso de creación visual con un propósito, que cumple una función muy importante con respecto a la comunicación y que puede afectar el conocimiento, las actitudes, los afectos y el comportamiento en las personas. Entonces, le puedo decir desde ya, que no somos meras personas que sólo manejamos un computador; nosotros somos aquellos que damos sentido, que damos un significado y que damos un significado a las composiciones gráficas.

La comunicación gráfica la encontramos en todas partes y cada vez recibimos más estímulos visuales que afectan la toma de decisiones que se hace en la vida cotidiana. Desde que nosotros nos levantamos, cuando agarramos nuestro teléfono y vemos inmediatamente, tal vez, nuestras redes sociales, estamos cargados de diseño gráfico, estamos cargados de comunicación gráfica y somos nosotros lo que le damos sentido a todo esto.

Con esta conferencia lo que yo quiero que ustedes sepan, (para aquellos que recién van a estudiar esta carrera o para los que están estudiando); esta carrera es fascinante y tiene una razón de ser, porque esta profesión es capaz de responder un problema a través de una acción, comunicar visualmente con responsabilidad, con conocimiento, con creatividad y con iniciativa, de tal manera que los proyectos contribuyan a mejorar la realidad dentro de la sociedad.

Aquí yo le he colocado la imagen de un afiche publicitario con sentido social. La importancia del diseño en la sociedad actual radica en su poder de comunicar ideas a través de la imagen, a través del color, de la forma, de las tipografías y las técnicas adecuadas; que se conocen como teorías del diseño, como fundamento en el diseño.

Nuestra carrera y el sentido que nosotros le damos han servido para mejorar y transformar el mundo donde nosotros vivimos. Como les dije al inicio se volvió parte de nuestro día a día, desde que nosotros abrimos los ojos hasta que lo cerramos estamos cargados de diseño, estamos cargados de comunicación gráfica y gracias a nosotros cada producto que utilizamos tiene un color, tiene una letra y una forma y todo salió de nuestra mente; somos nosotros quienes hemos plasmado un arte sobre los productos y somos nosotros quienes bajo nuestra creatividad y la forma de conceptualizar las cosas damos un sentido y un significado diferente a cada pieza gráfica.

Como lo vemos en esta imagen, nosotros como diseñadores somos capaces de crear desde el diseño de un logotipo, hasta la conceptualización completa de un libro para niños; no somos aquellos que sólo hacemos dibujitos, somos aquellos que a esos "dibujitos" le damos sentido, le damos un significado, le damos un valor; somos aquellos que trabajamos la ilustración en la conceptualización de todo lo que va a servirnos para la composición del libro. Desde el esquema gráfico, desde los colores que vamos a utilizar ¿porque vamos a utilizar determinada cromática?, ¿porque vamos a usar determinada tipografía? todo tiene un porqué y todo este significado lo damos nosotros, no lo da cualquiera.

Hoy en día el diseño gráfico es tan importante porque no hay empresa que pueda vivir sin nosotros, porque somos nosotros quienes construimos los elementos esenciales de la marca, somos nosotros quienes guiamos a las empresas para poder vender sus productos y servicios, porque si el diseño gráfico no existiera no pudiera ver la diferenciación tampoco en los productos y que terrible sería el mundo al ver que nada tiene diferenciación, que todo es igual; qué aburrido sería también leer un libro y solo encontrarnos letras, que todo esté ubicado de la misma forma y no haya una armonía entre la ubicación de sus elementos, entre los contrastes de las letras y sus colores.

Aquí les traigo ejemplos de lo que como diseñadores podemos hacer y no es un mero diseño porque aquí hay un concepto encerrado, un concepto que nos indica cómo poder hacer un mundo mejor. Si ustedes ven, he puesto gráficas donde en la primera nos mencionas si vas a manejar, no deberías de tomar; pero lo enseña de una forma que consigue llamar mi atención y consigue lograr el objetivo por el cual es desarrollado y plasmado este concepto.

Los elementos visuales e más del 70 por ciento de lo que ve en nuestro cerebro y reconoce es visual, los sistemas visuales de comunicación que son elaborados por nosotros los diseñadores, nos permiten identificar la ubicación, nos permite saber el nombre de un producto, nos permite conocer de qué país estamos hablando.

Hoy en día nosotros somos quienes desarrollamos la señalética y permitimos que cuando un turista viene a nuestro país sepa en qué lugar está ubicado, sepa a qué ciudad pertenece; cuando diagramamos los libros, somos nosotros quienes le damos una orientación, quienes damos un equilibrio a los elementos que lo componen; un contraste entre la foto, entre los fotos a colores, un contraste entre la fotografía blanco y negro, nosotros somos quienes damos el sentido de la diferenciación; nuestro trabajo permite diferenciar un elemento del otro, nosotros como diseñadores somos aquellos que damos soluciones prácticas a problemas de comunicación visual.

La charla de hoy la he preparado para ustedes con la finalidad de que aquellos que, aun no estudiando esta carrera, tal vez por temor a ¿será que voy a conseguir trabajo? tal vez por temor a ¿será que alguien va a considerar mi profesión o me va a subestimar? Les puedo decir que realmente nuestro trabajo consigue impactar vidas porque no sólo ustedes como diseñadores pueden dedicarse a trabajar, tal vez haciendo ilustraciones, diseño editorial o hacer señalética. Ustedes como diseñadores pueden armar proyectos de alto impacto social; así que yo les dejo este mensaje para ustedes anímense a estudiar la carrera, realmente el diseñador gráfico es un transformador de vida.

¡Gracias!



Comunicación digital: una visión estratégica más allá de las redes sociales

Conferencista:

Jonatán Andrés Portugal Gorozabel

Enlace del video: https://www.youtube.com/watch?v=-pnT_UXOofg



Conferencista:
Jonatán Andrés
Portugal Gorozabel

CICO

Ciclo de Conferencias

1. COMUNICACIÓN DIGITAL: UNA VISIÓN ESTRATÉGICA MÁS ALLÁ DE LAS REDES SOCIALES

1.1. Intervención de Jonatán Andrés Portugal Gorozabel

El día de hoy voy a presentar la conferencia titulada: "Comunicación digital. Una visión estratégica más allá de las redes sociales" Cuando hablo sobre este tema, siempre indico que es un tema que me apasiona. Y como me apasiona tanto, quiero empezar por comentarle de dónde vengo y cuál fue mi escuela. Esto que le estoy mostrando es un poco mi travesía profesional de los últimos años, yo me desenvolví y viví muy de cerca todo lo que es la evolución de la comunicación y del marketing digital dentro del ecuador.

Al lado izquierdo, pueden ver una foto en el año 2016, fue tomada cuando ingresé a trabajar en FM STORE, me acuerdo de que en esa época era literal un garaje donde trabajábamos, después en una pequeña oficina en plaza triángulo y después de sólo un año y medio pudimos llegar a son extra. Recuerdo que esa época era muy pocas las marcas y los emprendimientos que apostaban a las redes sociales. Segundo los reportes que nos daba Facebook, teníamos una de las páginas a niveles de Ecuador con más conexión, lo grabamos y que mejor producción teníamos en números y sobre todo en la interacción con los clientes que era importante.

Para mí fue un reto y siempre lo muestro, porque bueno antes de mi travesía en FM stories yo venía de ser director de TICS en una empresa en que se dedicaba a otro sector, y bueno fue un gran cambio. Pasar de una oficina donde tenía alrededor de 20 metros cuadrados, a una oficina de menos de 12 metros, y alrededor era una bodega. Sin embargo, este reto me encantó, me encantó experimentar por primera vez lo que era la comunicación digital y sobre todo cómo podíamos llevar la comunicación al marketing y posicionar marcas y vender productos y lograr sobre todo esa conexión tan importante que se debe tener las marcas con los consumidores.

Al final del año y medio logramos pasar a un ambiente mucho más grande, la empresa tuvo un crecimiento exponencial, puede volver a tener mi oficina de 20 metros cuadrados y bueno de ahí para acá ha sido un constante aprendizaje. Sali en el 2018 de FM store, pero esta experiencia me sirvió precisamente para saberlo a lo que quiero dedicarme, que básicamente es asesorar todo lo que tiene que ver branding digital.

Ahora, ¿Por qué le digo comunicación digital? muchas personas pueden decir, que podemos hablar de branding, podemos hablar de marketing digital, pero yo habló y lo mencionó como comunicación ¿Por qué? Porque siempre tenemos que partir del inicio. Los que han sido mis estudiantes saben que yo para hablarte del final, tengo que irme mucho tiempo atrás, y cuando hablamos de branding, o de marketing digital, siempre tenemos que partir de la comunicación. Porque al final no es nada más que un proceso comunicativo, y a veces muchas campañas o muchos elementos o desarrollo de diseños parten de la comunicación visual, y estas pueden tener fallan, y es precisamente porque no partimos de las bases mínimas de la comunicación.

El gráfico que ustedes ven en sus pantallas es un proceso de comunicación sencillo, de hecho, en la escuela y en el colegio nos enseñan de que nosotros tenemos un proceso de comunicación: Un emisor, un mensaje, y un receptor. Nos enseñan que el emisor es quien emite el mensaje. El receptor es quién recibe el mensaje. El mensaje es la información que se transmite. Pero cuando vamos avanzando y profundizando en los estudios, y vemos materias como: base de la

comunicación, empezamos a ente que aparte de esos tres elementos (Emisor, receptos y mensaje) tenemos otros tres más como lo es: El código, el canal y el contexto.

¿Por qué parto siempre de este gráfico? Y ¿Por qué siempre empiezo hablando de comunicación desde un punto de vista más sencillo? Porque al final cuando se desarrolla comunicación visual, cuando uno hace diseño gráfico, cuando se hace branding o Marketing, se está comunicando, se está emitiendo un mensaje y en ese momento estos elementos cambian, porque mi emisor en vez de ser mi primo que me estaba invitando a irme a las peñas, es una marca. El mensaje en vez de decir nos vamos a las peñas, es aquella publicidad en la que estoy tratando de fidelizar mis clientes, estoy tratando de posicionar mi marca, o si soy profesional y estoy un poco manejando el personal branding, pues posicionarme como un líder y exponente en el sector. El receptor termina siendo mi consumidor, termina siendo aquellas personas que el segmento en el cual me estoy dirigiendo. Entonces es importante saber eso, pero, sobre todo, entender los otros tres elementos. El código en una parte de los elementos utilizados, es decir, yo puedo tranquilamente generar un mensaje, ofender una publicidad a través de una sola imagen.

Tenemos casos en los cuales McDonald con tres papitas fritas generó un signo que parecía WIFI era para hablar de que en todos los locales tenían un wifi gratis para esos clientes, entonces esos códigos hay que saberlas manejar. Es por eso que cuando doy la materia de semiótica siempre les digo a los estudiantes al final, que sí, hablan un poco de filosofía, hablar un poco de la historia es un poco molestos, pero la repercusión que puede llegar a tener esa historia es muy importante, porque muchas veces son herramientas teóricas que nos permiten construir determinados mensajes en el mundo del marketing de la comunicación en el mundo del diseño y el mundo del branding en todos los que tienen que ver con comunicación visual.

Tenemos que el canal termina siendo el plan de medios, es decir, como yo estoy manejando, si estoy trasladando mi mensaje a través de redes sociales, a través de una cuña radial. Ahorita, por ejemplo, estamos transmitiendo a través de YouTube y de Facebook, entonces terminó siendo el canal todos los medios que se están utilizando. Pero por último y muy importante y siempre lo recalco bastante, es sobre todo entender, y analizar muy bien el contexto. Porque ese es el entorno de mi consumidor.

Si yo, soy una marca de un producto, o servicio. Sí de pronto estoy manejando personal branding, está acá en el contexto. Tengo que saber porque se está desarrollando dirigido hacia las personas a las cuales me estoy enfocando. Y si es una institución, de igual forma entonces tengo que saberlo manejar. Por ejemplo, en este punto es donde muchas empresas, inclusive agencias fallan, porque nos llenamos de mucha creatividad sí. Pero olvidamos ese análisis de contexto y terminamos haciendo campañas como por ahí recuerdo una marca famosa de pañal, donde se utilizó un influencer, primero saco un video dándoles duro a las madres solteras, y 3 día después, cuando saben que es que era mentira.

Solamente lo estábamos haciendo para lograr que tú, así como las defendían en redes sociales, pues ahora las reconocías. Entonces, es una campaña que pudo generar el boom, pudo generar en un vuelo en medios digitales, en medios tradicionales. ¿Pero a qué costo? al costo de insultar a personas.

Estas situaciones pasan, porque a veces las campañas entran en ese punto, en esa zona gris de insultar personas y esa excesiva creatividad termina siendo perjudicial. Por la simple razón de no

analizar el entorno del consumidor. Hablando específicamente de esa empresa, de esa campaña. Siempre les digo los estudiantes cuando vemos en torno al consumidor y hablamos sobre grupos objetivos, que deben tener cuidado con temas de política y religión. Son temas muy delicados y que tienes que tratar de toparlos en una publicidad, en una comunicación, indiferentemente del sector al cual estás dirigiendo.

Pero también es muy importante, tener cuidado con temas socialmente delicados. Pues somos una sociedad bastante maternalista, y por eso no puedes atacar de esa forma a las madres del país. Y, por último, pues ya saben que aquí hay dos cosas que no le gusta a la gente. La primera que le insulten a su mamá, y la segunda que les toque a su Barcelona del alma. Son cosas que hay que tener en cuenta porque al momento que se está desarrollando una comunicación se debe analizar hacia donde se está dirigiendo y que se quiere desarrollar en un diseño una animación, pensando en la creatividad que tengo, pero no en las personas a las va dirigido el mensaje.

Por ejemplo, algo que en su momento lo conversábamos aquí con otros docentes, hablamos de cuando es publicidad a nivel de moda y porque nos enfocamos en términos estereotipos, pero existen las personas que a lo mejor no tienen una talla 90-60-90, existen las personas que a lo mejor tienen ciertos miembros menos. Es por ello que las campañas también deben incluir elementos alusivos a esta realidad porque también nos estamos dirigiendo ese público.

Ahora, no puedo seguir hablando sobre estrategias o de hablar de una visión estratégica, sin antes hablar un poco de lo que es la evolución digital. Cuando hablamos de evolución digital quiero empezar porque vean las siguientes imágenes. La del lado izquierdo es una fotografía del año 61, y del lado derecho una fotografía de años 93, exactamente ambas fotos fueron tomadas un 20 de enero.

Para hacer una historia rápida, en EE. UU. Se acostumbra a hacer el día de la posesión del nuevo presidente los invitan a fiestas, y el baile siempre lo inicia el presidente con la primera dama. Entonces ¿Qué hay de particular en ambas fotografías? Que en el lado de la izquierda es la posición de Kennedy. Yo te puede decir: ¿Cuentas las cámaras que ves? Y no hay ninguna, es decir, habrá una y es de la persona que la tomo. En la imagen de la derecha en la posición de Clinton pues vemos unas al fondo y la mayoría análogas. Pues quiero que vean la siguiente imagen del año 2008. No le estoy mostrando la de hace poco de Joe Biden. Les estoy mostrando la del año 2008, de Obama. En esta imagen siempre se habla como que es la representación fidedigna, de cómo los nuevos medios llegaron para quedarse en la sociedad.

Porque pasamos de tener una cámara, a tener unas cuantas, en el mundo análoga, a que en el 2018 todas las cámaras sean netamente digital. Hoy en día, no solamente hay una cámara digital en un celular, hoy en día no solamente es tomar la fotografía para después compartirlas. Y es que ya tenemos actividades como la que estamos haciendo ahorita, tenemos transmisiones en vivo, en donde a lo mejor una persona desde su casa o en cualquier otra parte puede asistir a un concierto, y es momento y compartir toda la transmisión completamente en vivo.

Todo esto, es para que entendamos cómo funciona, la comunicación digital evolucionó. Veamos otra imagen, hace muchos años necesitamos todo un estudio para poder desarrollar una producción audiovisual, pero hoy en día simplemente alguien con un celular puede tranquilamente grabar el contenido, pueden tranquilamente comunicar. Un gran ejemplo, es

este ciclo de conferencias, donde todos estos días se han presentado grandes expositores, y ninguno de ellos ha necesitado estar en la institución, sino que han estado en diferentes espacios y se han presentado en diferentes formas, y esto, es gracias precisamente a la evolución de lo digital a la evolución de lo que es la comunicación y todas las herramientas tecnológicas que aportó para que evolucionara

No puedo continuar sin hablar también de la evolución en la web. Ayer, por ejemplo, el Máster Saldívar hablaba de un tema bastante interesante y controversial, que tiene que ver con los NFT, blockchain, bitcoin, y todo esto es posible gracias a que primero hubo un invento, por allá en los años 90 llamado world wide web que fue un servicio del internet en el cual pasó por la siguiente evolución.

Muchos teóricos hablan de que fue la web 1.0 2.0 3.0 y 4.0 pues ¿cómo los definimos? la web 1.0 es básicamente el inicio de todo, si nos queremos definir en una línea, son las personas más conectándose internet que en esa época el internet era solamente para estudiantes, para académicos y solamente se basaban en que las personas se conectaban para buscar algún tipo de información.

En la web 2.0 ya comienzan a nacer las redes sociales, pero a ver, estas surgieron al final de la web 2.0. Pero al inicio, nacieron lo que son los blogs, los que son las wikis la wiki más grande del mundo Wikipedia a nivel de blogs. No sé, si a lo mejor muchas personas recordarán páginas como Yahoo! Answers, donde se ponía ¿cómo puedo freír un huevo frito? y ahí había alguien que te daba todos los pasos para hacer arroz, para freír un huevo y que no se te quemara el agua.

Entonces empezó a nacer, en esta parte se le puede definir como las personas conectándose con personas. Aquí las personas ya dejan de solamente consumir el contenido de internet y empiezan ya a crearlo, empiezo yo a compartir mis imágenes, comienzo a tener un blog, y compartir mi travesía en el mundo, comienzo a tener redes sociales y compartir el día a día de mi vida, de mi vida profesional, de vidas personales.

En el 2.0 se dio un hito muy importante, que es cuando las personas se conectan de múltiples dispositivos. Ya esa creación de contenidos no solamente es que yo tomo una fotografía, la paso a mi computadora, la descargo y espero mil horas hasta que se subió, No. Yo ya tengo la posibilidad de tomarla directamente de mi celular y subirla a las redes sociales, a lo que son páginas web, para los diferentes medios.

Y el 4.0 tenemos ya, dónde está todo completamente conectado, las aplicaciones y el ser humano se conecta con todo el mundo y con todas las cosas. Lo que muchas personas denominan internet de las cosas. Gracias a toda esta evolución que se dieron grandes avances como el que ayer, por ejemplo, mencionaba el máster Saldívar lo que son el MSPP, en el coloquio con el máster Lex hablaban de cómo ciertas plataformas podían exponer y vender sus trabajos.

Hoy día está en la máster Marianela presentó un hermoso libro sobre la fotografía, y es un libro que está siendo distribuido y está siendo expuesto de forma digital, y muy probablemente ya esté siendo leído por unas personas que a lo mejor se encuentran en Argentina, o en Colombia, o que están en Costa Rica. Todo esto es gracias a la evolución que tuvo el internet y la web.

Dicho todo esto, como siempre digo que mi explicación, es como cocinar. Primero sacamos los ingredientes y después entramos a un proceso. Dicho esto, ahora si podemos hablar de comunicación digital propiamente dicho.

Si tenemos que definir a la comunicación digital debemos decir que ésta se caracteriza por compartir información de manera inmediata y en tiempo real, pero sobre todo permite un intercambio y colaboración de ideas y lo más importante, está al alcance de cualquier persona que tenga un dispositivo inteligente, como puede ser tranquilamente un celular, una tableta y conexión a internet. Eso cada vez es más posible, hace muchos años atrás era muy difícil desarrollarlo, el internet, las conexiones eran muy lentas, sólo ciertas personas tenían acceso.

A ahora tenemos puntos wifi-gratuitos en todas las partes de nuestra ciudad y del Ecuador. Algo importante de la comunicación digital es que, estos canales ya utilizan métodos que permiten un análisis de los resultados en tiempo real, yo puedo saber en este momento cuantas personas están viendo mi conferencia, cuantas están comentado, y de pronto si a alguien le gusto o no, o si la están compartiendo. Puedo saber si a lo mejor mi papá que está en otra parte pues me estás comentando cómo que: ¡hola te estoy viendo! Puedo saber inmediatamente los resultados que esto está generando.

Ahora yo les voy a presentar unas estrategias para crear contenido en plataformas digitales, estas estrategias pueden servir tanto para fines de marketing, para fines de branding, para fines personal branding, para promover instituciones de empresa privada, pública, políticos inclusive. Pues, si soy un profesional y quiero de pronto exponer mis servicios de diseño, mis servicios de animación, mis servicios de contabilidad de administración, de asesoría en seguridad, presentismos laborales.

Cuando hablamos estrategias digitales hay que tener en cuenta que, a la mayoría, lo primero que se viene a la mente, son solo redes sociales, y por eso yo le puse a la conferencia una visión estrategia más allá de las redes sociales, porque redes sociales no es la única estrategia que existe para crear los contenidos en plataformas, no es la única forma que existe para comunicar de forma digital. Aquí Mostrando un abanico de estrategias y posibilidades, estoy mostrando solamente siete, no quiere decir que no existen más, pero estas siete me parece que son las que más se adaptan a nuestro medio, por lo que son las cuales debemos empezar.

Por ejemplo, si hablamos de algo de automatización, ya ahí sí estamos hablando de otras ligas, las cuales primero tienes que pasar por todas las que ves ahí para poderte ir a automatización. ¿Qué estrategia vamos a hacer vamos a ver en este momento? Pues, sitio web, banners, posicionamientos buscadores, email marketing, redes sociales, marketing de influencers y inbound marketing.

La primera, sitio web, creo que su propio nombre lo describe, es una estrategia simple, es la que muchos emprendedores dejan de lado y la dejan para el último, pero básicamente y por qué es importante empezar por esta, es que muchas veces es este el primer punto de contacto. Yo siempre lo asemejo a las tarjetas de presentación, imprimes tarjetas de presentación porque debes tener una, y porque tienes que entregarle a alguien que la mejor estás conociendo el mundo en working.

Lo mismo es un sitio web, tú debes tener la posibilidad de que te puedan buscar, sobre todo el sitio web es muy importante si a lo mejor estoy dando servicios es decir a otras empresas, porque es lo que pasa. Muchos dicen, profesor, pero es que yo tengo a mi fan page de Facebook, o mi cuenta en Instagram. ¿Será esta puede ser mi página? Sí, pero si estás dando servicios empresas y te recomiendo tener sí o sí un sitio web. ¿Por qué? porque hay muchas empresas que tienen como política que dentro de su computadora están bloquea el acceso a redes sociales.

Esto lo recuerdo porque una vez fui director de TICS y teníamos bloqueado el acceso a las redes sociales y una de las cosas que pasaba es que cuando a la gerente de talento humano decía, bueno es que yo quiero probar tal cosa, entonces ella toda la búsqueda que hacía, lo hacía a través de Google, buscaba un proveedor para la comida, para la física de fin de año, tenía que poner en Google.

Entonces, si solamente estás en redes sociales estás ya perdiendo ese mercado de empresas, que por lo general buscan proveedores a través de Google, a través de sitios web. Es importante desarrollarla, es importante entenderlo porque te permite estar como lo muestra la imagen, que toman en Google y automáticamente ya aparezcas y poder tener toda esta información disponible.

La siguiente estrategia es la de los banners estáticos, al inicio fue básicamente como se podría hacer publicidad en internet, en la web, los primeros sitios tenían gran influencia. Una marca, te pagaba un valor para poner un banner, y funcionaban básicamente tal cómo funcionaba la pauta en los medios tradicionales.

Por ejemplo, periódicos donde se paga un valor para aparecer en un pedacito de tu web. Esto de aquí tuvo una gran evolución con lo que es el Google AdSense, al punto que ahorita, les digo que hagan el siguiente ejercicio: Habrá un periódico en la web, como "el país en español" o "el universo" aquí local, y yo les aseguro de que la persona a lo abre en su casa les saldrá una publicidad, la persona ve, lo abre y le salta a otra. La ventaja de que tenemos con Google AdSense es que podemos gestionar los contenidos de forma segmentada.

¿Qué es lo que pasa? Que nosotros todos utilizamos o la gran mayoría utilizamos Google Chrome, entonces ahí Google está rastreando nuestros intereses de consumo. Está rastreando lo que estamos haciendo, buscamos que vemos en YouTube, cuáles son nuestras búsquedas. Entonces si yo siempre pongo hamburguesa, saldrán publicidad de hamburguesas. Si a lo mejor estoy buscando maestrías, pues me saldrán publicidad de maestrías. Si estoy buscando un terreno, me saldrá publicidad del sector inmobiliario.

Es importante tenerlo, ahora ¿todos los emprendimientos, todos los negocios pueden conservar los estáticos? pues hay unos que sí, otros que no, a lo mejor es muy poca gente que se pone a buscar en Google burguesas. Pero si hay personas que, por ejemplo, buscan inmobiliaria, que buscan terrenos, que buscan posibilidades de impresión, casas de valores. Dependiendo del servicio, es importante saber con cuáles estrategias yo puedo desarrollar.

El siguiente, es el posicionamiento de buscadores, y de aquí se desprenden dos términos: SEO y SEM. SEO que se traduce como optimización de motores de búsqueda, y SEM que viene de marketing de motores de búsqueda. Esto es importante porque sobre todo me permite un posicionamiento. Ahora qué diferencia el SEO del SEM, ya lo vamos a ver. Es importante en el

posicionamiento de los buscadores porque me permite saber y buscar las tendencias para esto Google desarrollo una herramienta que se llama Google Trends, que permite ver cuáles son las palabras más buscadas.

Por ejemplo, si yo pongo hosting, esto porque por ejemplo es SEO y también SEM me aparecen algunos anuncios, es la forma en como Google gana plata. Ahora cuando yo entro a Google Trends puedo ver primero los reportes anuales de las palabras más buscadas del 2021 y 2020 por países. Pero ¿por qué es importante eso? y de hecho hace tres semanas una empresa que estoy asesorando le puede demostrar que hay que analizar bien las palabras claves que se utilizan, qué es lo que pasa en Google trends puedes comparar, poner los términos y ver cómo es el nivel de búsqueda.

Yo acá con esta empresa tenía el siguiente problema, ellos vendían camas para niños, pero ellos querían sí o sí tener siempre la palabra mobiliario infantil. ¿Qué fue lo hice? busqué en Google Trends y me arrojó este pequeño gráfico, lo comparé con camas para niños e inmobiliario infantil, y camas para niños, es la línea azul tenía ciertos picos de hasta 100 búsquedas al día en los últimos 12 meses.

Mientras que cama infantil era menor, pero por ahí también tenía un pico hasta 78 búsquedas. Pero mobiliario infantil era esta línea amarilla de aquí abajo, es decir, tenía cero a veces tenía sólo una búsqueda al día. Qué es lo que pasaba, el cliente decía: yo quiero mobiliario infantil suena un poco más elegante, a nuestro estándar, a lo que estamos enfocados. Sí pero yo le digo, no estás llegando a nadie si haces Seo o SEM a través de esas palabras claves entonces es importante saberlo.

Hay herramientas también para buscar palabras claves en Instagram, para buscar por las palabras claves en Twitter, en Facebook etcétera. Se puede hacer otras cosas, por ejemplo, mucha gente puede seleccionar como quiere ser buscado como pizza o pizzería. Entonces mucha gente lo que quiere es ser buscado como pizzería, y utilizan mucho los hashtags. Pero resulta, que en Ecuador se busca la palabra pizza.

Entonces tienes que buscar qué palabras claves te va a dar más ventajas. Por ejemplo, tiene este tipo de herramientas como Google Trends que te permite ver por ciudad: Guayas por provincia se busca más por pizza, qué por pizzería. En provincias como Galápagos solamente se ha buscado pizza. Segundo te permite ver qué otras palabras tienen consultas relacionadas, por ejemplo, cuando tú buscas pizza mucha gente después de buscar pizza, busca licor o pizza ya, o pizza hot. Todo eso tenemos que saberlo manejar, son herramientas que son muy importantes conocerlas, sea que hagas SEO o SEM.

Antes le decía, que voy a explicar lo que es SEO y lo que es SEM. SEO lo podemos definir como insertar pequeñas etiquetas en nuestro sitio web, o inclusive también se habla de un SEO en redes sociales, por ejemplo, colocar los hashtags, el cual no tiene un costo, pero es un trabajo constante y los resultados son al mediano y a largo plazo, esto se va haciendo de a poco, es un incremento constante. no esperes si recién empiezas tu página web aparecer en los primeros lugares de búsqueda, o que si ponemos activo estás vendiendo cadenas, o estás vendiendo no sé calculadoras personalizadas, no esperes que con ya abrir tu sitio web pues ya de una vez presentarte en los primeros lugares de búsqueda de Google.

Lo vas a ir haciendo de a poco, en redes sociales cuál es el punto positivo, cuando veremos que estamos bien, de que cuando tú pongas, por ejemplo, si vendes calculadoras en Instagram y que aparezcas entre las primarias publicaciones, es decir, que tienes un buen posicionamiento SEO.

El SEM es muy parecido al SEO, pero pagado, a nivel de Google tú le pagas a Google para precisamente aparecer como un anuncio. Aparecer en el primer, segundo, tercer lugar de búsqueda, pero es un anuncio porque lo estás pagando, es decir, tiene un costo. Google por ejemplo te cobra por impactos, en el caso de redes sociales lo pagas para la cantidad de público al cual quieras llegar, lo puede segmentar, y bueno ya lo vamos a ver más adelante, en como buscar en redes sociales. Eso sobre todo es importante el SEM es un resultado a corto plazo, yo pago le pagó a Google y aparezco en los primeros lugares de búsqueda y sólo hay visibilidad si se paga.

¿Qué les recomiendo hacer? Primero, yo les diría que, para empezar, es importante empezar con SEM, al momento en que ya aparece en los primeros lugares de búsqueda eso te va también te va generando un SEO positivo entonces puedes para iniciar posicionar tu página web haciendo SEM, que es buscando palabras claves, y lo mejor de servicios de contador. Puedes buscar para las palabras contador guayaquil y que te manden a tu sitio web.

Como siguiente estrategia está el email marketing, esta es una estrategia bastante controversial porque muchas personas dicen: No, es que ya no lo utilizó, hay estudiantes que dicen: Profesor es que tengo diez mil correos sin leer, sí, pero, aunque no lo crean email marketing todavía sigue siendo muy funcional para término a grupo objetivo. Hay todavía personas, todos tenemos aquí nuestros padres o abuelos que leen el periódico de pies a cabeza todos los días, pues hay personas que igual te leen los correos de pies a cabeza todos los días, entonces es importante tenerlo en cuenta.

Qué es lo que le comento siempre, que lo prueben, lo cual es una de las ventajas de email marketing. Por ejemplo, aquí le estoy mostrando una captura de pantalla de la plataforma Mechinger, la cual es muy importante, y es que yo puedo tener una estadística de cuántas personas abrieron mi correo, cuántas personas hicieron clic en los vínculos, y por ejemplo, también puedo ver en el reporte si una persona lo vio varias veces, entonces yo te recomiendo sea un emprendimiento, sea una empresa, sea lo que sea que estés tratando de promocionar en plataformas digitales, hagas inicialmente un email marketing, y mira, o también el marketing permite generar lo que son embudos de conversión, pasarlo a otro embudo, es decir, mandó un mail masivo completo pero veo que tengo cinco personas que lo había abierto otras veces, entonces a esas personas le vuelvo a enviar otro correo, pero ya más personalizado.

Pero ¿cómo consigo correos para mí el masivo? Primero hay empresas que se dedican a vender bases de datos, y segundo ya la facturación electrónica esta desde el 2015 aquí en Ecuador, y creo que a partir de octubre va a ser obligatoria para toda persona.

Pues puedes tranquilamente empezar por ahí, haciendo email marketing a través de tus clientes, bajar descarga tu base de clientes que tienes en tu sistema facturación electrónica y a ellos comienza enviándoles mails y haz la prueba, si no te da resultados es que la gente no te abre los correos, puedes dejarlo de hacer pero si tienes personas que te lo ven, saben que ellos ya pasan a un segundo embudo de conversión, y puedes enviarle cierta promoción ya mucho más específica o ya más al grano, o más amplia.

La siguiente estrategia son las redes sociales, creo que es la que más hemos utilizado, y creo que, además, que más de un emprendedor en algún momento de su vida ha pautado dentro de las redes sociales.

Es una de las estrategias más usadas, y su característica principal es su poder de segmentación, es una estrategia muy completa para buscar clientes potenciales, ahora, recomendación, y podríamos tranquilamente dar un curso entero de pautas para redes sociales. Una de esas recomendaciones es que nunca lo hagas a través de este botón (promocionar), Para los que no han visto, esto es más o menos como aparece la publicidad en Facebook que lo pone de acuerdo a tus gustos, en este caso yo sé de multimedia, soy docente de diseño gráfico, entonces utilizo mucho adobe y por eso lo primero que aparece en mi Facebook es una publicidad de adobe para conferencias o para ventas de sus productos.

Como recomendación, aunque podemos tranquilamente dar un curso entero o una charla directamente enfocada a lo que son las pautas, es que no lo hagas a través de este botón (Promocionar publicidad), es más sencillo lo acepto, le das clic, eliges y aceptas cosas, pones tu tarjeta de crédito y ya puedes pautar. Pero no lo recomiendo que lo hagas, porque porque aquí lo que se firmó es tratar de demostrar la mayor cantidad de personas que le van a dar like, o van a compartir tu publicación, no precisamente que te vayan a comprar o que tengan la acción de escribirte un mensaje de WhatsApp.

Segundo, no siempre tienes un control de la segmentación, no sólo tienes todo el control sobre los distintos formatos que tienes, recordemos que ahora tenemos en redes sociales diferentes formatos, y yo recuerdo cuando empezábamos en su momento en ifeme stories, todo era el formato cuadrado o uno, a uno, un rectángulo tanto para Facebook, como para Instagram; pero ahora ¿qué pasó? vino Instagram, vino Facebook te pusieron historias, le pusieron ruidos, tienen otros formatos ya tenemos un formato más vertical, tenemos un formato 916 entonces tenemos que adaptarnos; eso no lo puedes hacer a través del botón, lo puedes hacer a través del administrador de anuncios o simplemente ingresa al administrador de anuncios y obtendrás todas las opciones para segmentar, para poner diferentes objetivos.

Un objetivo en el cual muestro mi publicidad a la mayor cantidad de personas posibles, lo hago, quiero un objetivo en el cual trató de hacer base de datos y lograr que la gente me escriba por WhatsApp, lo puedo tener, entonces es importante. No voy a andar tanto en lo que es el pautaje o la administración de anuncios porque tranquilamente podría quedarme aquí todo el día y no terminaría de exponer todo el contenido.

Las redes sociales abrieron puertas para dos cosas, dos estrategias más. Ahora estas y muchos dirán, pero ya existe influencers antes, no puede haber publicidades con influencers de hace varios años. Pero las redes sociales lo posicionaron mucho más; ahora que es lo importante en el marketing de influencers, puedes hacer vínculos con determinadas personas que tengan mucha cantidad de seguidores, ellos cogen comparten nuestro productos, comparten estas publicaciones.

Es una estrategia muy importante y se la utiliza bastante sobre todo cuando estás iniciándote, puede generar si lo aplicas bien un tráfico interesante a tu web o tus redes sociales; pero aquí viene en el pequeño riesgo, que si por algún motivo la influencer se ve salpicado por alguna polémica, también te va a repercutir en la marca. Hay que tener mucho cuidado, por ejemplo el

caso que una vez una checo a la que se asignó una colaboración, después salieron unos vídeos íntimos de ella y la gente escribía a preguntar si teníamos el vídeo completo, cosas así; hay que tener en bien claro con quién vas a escoger, con quién vas a hacer estos vínculos y sobre todo saber un poco el grupo objetivos, si por algún motivo va a estar vendiendo artículos para Bebé, no vas a escoger un influencer Alfonso Montero, no tiene mucho sentido. Pero si de pronto vas a vender entre membresías o un mobiliario, ahí sí, alguien que sea presentador de noticias que tengan determinada trayectoria profesional.

Por último, tenemos lo que es el Inbound Marketing, que es básicamente compartir con determinado contenido de valor para que las personas observen mi contenido, observen el producto, hasta cierta forma lo enamoro y lograr que a través de una serie de pasos se convierta en mi cliente. Quiero mostrar lo que es un ejemplo, que precisamente es el caso de Oster, este tiene su canal de Youtube y sobre todo es un ejemplo; es un máster class de cómo manejar Inbound Marketing, es decir comparte contenido de valor a las personas.

Voy a compartir otra pantalla para que puedan observar el siguiente video, Oster te muestra algo como esto. Aquí lo interesante de esto, ustedes verán que en ningún momento Oster habló o empezó vendiendo. Tengamos en cuenta que cuando nosotros entramos a redes sociales o entramos a la web o entramos a internet, muchas veces lo hacemos a divertirnos, entramos por queremos ver la foto de mi sobrino que está en la playa, porque queremos ver si la tóxica cogió y ya está con otra persona.

Entrar de golpe en redes sociales o cualquier plataforma con un lenguaje de venta, muchas veces genera algo opuesto. Qué es lo que pasó con Oster, te habla de costillas de cerdo, esto primero te da hambre y discúlpennme los que no han desayunado por darles hambre; pero te entran unas ganas de comer la costilla, ves qué sencillo es hacerla y recién al final te dice: ah mira, por si lo quería saber te vendo la freidora de aire con la cual lo puedes hacer.

Llevar esto un punto más terrenal, en ese momento lo hice, tenía una amistad que en su momento trajo unos trapeadores mágicos y me dice: Jonathan traje 30 no los puedo vender ¿qué hago? ya he publicado el precio y la foto en redes sociales y no lo logró vender no lo logro vender; yo dije tráeme uno y acá yo veo que hago, que me invento, entonces cogí los pies que salen ahí, le indiqué que hiciera como si está limpiando y grabé este video.

¿Qué fue lo que pasó? Lo pusimos una semana con una pauta que creo alrededor de 20 dólares en redes sociales; a las dos semanas había venido los 30 trapeadores a 27 dólares. ¿Por qué fue el éxito? porque a la gente no le estaba vendiendo el producto, estaba vendiendo la satisfacción de su necesidad, es decir limpia de forma sencilla, les está enseñando cómo hacerlo.

A veces queremos enfocarnos tanto en detalles, en querer pasar el video por after por pasarlo por premiere y ponerle los mega efectos, pero perdemos el sentido de instantaneidad; hay veces que tenemos que pensar como diseñadores multimedia, dejar un poco eso de que yo no quiero utilizar aplicaciones, sino celular porque yo solo utilizo premiere better videos. Si hay herramientas de este tipo en celular o en computadora que te permita lograr hacer algo de forma mucho más rápida utilízalas, porque en comunicación digital importa sobre todo es lo instantáneo.

Para finalizar ¿cómo desarrolló un plan de medios digitales? aquí explico de forma sencilla cómo desarrollarlo.

Tenemos que y determinar un objetivo global: Recordemos que a veces nuestras comunicaciones o nuestro plan en plataformas digitales es parte de una estrategia global; también lo estoy haciendo, no solo digital, sino también fuera de línea. Así mi objetivo global quizás es, posicionar un nuevo producto, ese producto también lo puedo posicionar on-line y off-line. Tener en claro cuál es ese objetivo del plan, es abarcativo y contempla todas las acciones que se van a realizar.

Hacer un análisis la situación: Ver cómo estoy, en mi caso, por ejemplo, los trapeadores me di cuenta de que era un producto innovador. Aquí, por ejemplo, nos podemos apoyar de herramientas como el FODA y CAME. Yo me di cuenta de que era un producto innovador, que tenía una fortaleza y eso generaba una oportunidad de que estemos vendiendo no un trapeador, sino limpiar en la suciedad de forma sencilla y rápida; sin mucho tanto dolor de cabeza. Asimismo, se puede realizar un benchmarking comparativo; puedes utilizar varias herramientas.

Aquí ya viene el grupo objetivo “no sé, por qué le pusieron Buyer Person” los españoles lo tradujeron como Bayer Personas “pero yo no inventé las palabras, así están hechas”. Aquí es importante saber a quién nos vamos a dirigir, tener las características claras, como grupo etario, negocios económicos, sexo y demografía; eso es importante saberlo sobre todo si voy a desarrollar pautajes en Google Ads o dentro de Facebook Apps Manager; debo saber hacia dónde me estoy dirigiendo. Aquí, por ejemplo, esta imagen es un gráfico, ejemplo de un buyer de una persona; por ejemplo, le pongo cosas como: tipo de profesión, si tiene ciertos gustos, que hace; puedo tranquilamente hacer un gráfico, es decir, a ese cliente potencial, darle rostro, darle características.

Nivel socioeconómico: Aquí les puse la diapositiva íntegra del (INEC), este no lo maneja como clase alta, media baja o media alta, sino que ellos lo hablan como el sector A, B, C+, C- y D. Este gráfico de aquí, según el último censo poblacional del 2010 probablemente cambie; no ha cambiado porque el Censo debió desarrollarse en el año 2020, pero se presentó con el Covid y no lo desarrollaron, tengo entendido que va a ser este año y cambiará esta pirámide. Esto es más o menos como es nuestro nivel socioeconómico dentro del Ecuador.

Es importante si se dan cuenta, la masa la mayor cantidad de posibles compradores, está en el segmento C- y C+; aquí yo, por ejemplo, siempre peleo porque a veces tengo clientes que quieren sí o sí; quiere que nos enfoquemos en el Nivel A-B, el nivel dónde hay menos cantidad de compradores; C+ y C- es mucho más fácil de vender lo sé por experiencia. Lo manejamos en informes, de esa manera lo manejamos en otras empresas que asesoré y es mucho más sencillo de dirigirse a ese grupo objetivo.

Estrategias: Hablar de estrategias, es decir, que vamos a hacer. Un ejemplo estrategia es difundir contenido de calidad, haciéndolo viralizable en las plataformas digitales y sobre todo, de todas las estrategias de comunicación digital que ya presente, seleccionar cuál voy a utilizar: quizás utilizo Inbound Marketing; utilizo Marketing de Influencer; utilizó las redes sociales.

Cabe indicar, que de las siete estrategias que yo presenté previamente, yo las puedo combinar, no es que las hago por separado, puedo tranquilamente combinar de hecho las marcas más grandes en el mundo utilizan todas a la vez. Ahora si eres un pequeño emprendedor, no hagas todo, porque posiblemente va a requerir de mucho presupuesto para hacerlo; pero puedes seleccionar dos o tres con las cuales empezar.

Por último, vamos a detallar las acciones: Es decir, el paso a paso de nuestro plan. ¿Qué vamos a ir haciendo? Estrategia tengo una, objetivo global tengo uno; pero acciones tengo muchas. Un ejemplo es el lanzamiento el vídeo a través de la red social Facebook, otro ejemplo pautar; es decir, es básicamente en mi agenda de lo que voy a hacer.

Aquí este, por ejemplo, se muestra un gráfico de estrategias de difundir contenido calidad, haciéndolo viralizable en plataformas digitales y las acciones que voy a hacer. Estas son cuatro acciones: crear contenido de calidad, crear un vídeo montaje, lanzamiento del vídeo, crear contenido similar en Youtube, etcétera. Es decir, cada uno de los pasos.

Para finalizar, aquí les tengo un pequeño obsequio para los que están visualizando estas conferencias: lo que ustedes ven ahí, pueden tranquilamente escanear el código Qr y descargar un pdf que es un Planner de marketing digital. Es importante que, para poder hacer un plan, tienes que saber que previamente ya has establecidos una identidad, una imagen, un posicionamiento y una personalidad, que es la marca; sea marca de una empresa, una institución o marca personal inclusive. En este plan ustedes verán, básicamente la imagen que, de este lado, hay en una sola hoja, ahí puedes detallar tu objetivo global, el análisis de la situación, tu objetivo en entornos digitales, definir todo tu Buyer Person y sobre todo la estrategia y las acciones que vas a hacer.

Esto siempre me sirvió, porque al final a veces uno tiene diferentes planes o tienes diferentes campañas, estudios. Esto es lo que yo hacía, todo en esta sola hojita; yo ponía todo y lo tenía en mi corcho, en mí puesto de trabajo. Ahora, por ejemplo, que trabajo desde la casa, lo tengo ahí en una carpeta, ahí voy viendo y voy viendo las acciones que tengo que desarrollar.

Recordemos hace mucho tiempo, aquí en estos ciclos un docente dio una conferencia sobre la importancia de la planificación; pues bueno esto es planificar contenidos digitales, es importante. Está el código Qr para que puedan descargarlo y si no, pueden igual tranquilamente escribirlo; con gusto se lo estaré facilitando.

¿Todo esto que vimos ahorita es suficiente? Lastimosamente tengo que decirles que no. Primero hay que seguirse actualizando; yo les puedo decir como alguien que vivió del inicio a fin esta era digital, su nacimiento y su posicionamiento, su evolución; la manera como yo hacia las cosas en FM STORE en el 2016, a cómo se las deben ser ahora; cambió completamente, no solamente en compartir contenidos, no solamente en pautaje, sino inclusive, hasta el diseño mismo cambio, nacieron nuevas herramientas, nuevos elementos como los Reed, primero se llamaba integra tv después nacieron los Reed, después se fusionaron los Messenger y ahora tenemos el TiktoK. Es importante estar actualizándose.

Yo lo puedo decir y tal vez, lo que voy a decir no suene de la mejor manera; pero muy probablemente, esto que les acabo de impartir en dos años quede obsoleto, porque hay nuevas estrategias o porque son nuevas plataformas o porque hay una forma nueva de comunicarse; entonces hay que capacitarse por ese lado.

Segundo punto; también hay que aprender cosas adicionales. Estudiantes, si eres estudiante de diseño, empieza también a aprender de estrategias de marketing tradicional, aprende a segmentar un grupo objetivo y aprende cómo generar un buen plan de marketing offline; si eres estudiante de marketing tienes que empararte de los formatos que permiten subir a las redes

sociales, cuáles son las tendencias, cuáles son los colores que estamos utilizando, cómo llevar una línea gráfica de forma adecuada. Siempre es importante seguirse capacitando y expandir nuestros conocimientos; no solamente quedarnos con lo que por ahí aprendemos en horas de clases o por lo que cogemos en un curso, sino seguirse capacitando, actualizando y obteniendo muchos más conocimientos.

Por último, terminó la conferencia agradeciendo a todo el departamento investigación por la excelente organización de este evento, a las autoridades del tecnológico universitaria formación por esta apertura y por abrir estos espacios de intercambios de conocimiento que son de gran aporte, no solamente a nuestros estudiantes, sino al público en general que se ha podido conectar hoy.

Yo siempre voy a terminar con una frase.

“Yo creo que el mundo no lo van a cambiar los políticos, lo van a cambiar las personas de a pie, los emprendedores que quieran mejorar el mundo y que estén buscando un mejor mañana”

Muchas gracias a todos.

ARBITRAJE



Red Internacional de Investigación Galileo Ecuador

Registro SENESCYT Nro. REG-RED-22-0167

RED INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN GALILEO ECUADOR

RESOLUCIÓN N° REDDIGEC 2022-0013

ASAMBLEA ORDINARIA N° 005

La Red Internacional de Investigación Galileo Ecuador, registrada bajo el Nro. SENESCYT- REG-RED-22-0167; en uso de las atribuciones que les confiere los artículos 3 y 5 de su estatuto:

CONSIDERANDO

Que en plan anual de funcionamiento de REDIGEC, se contempla las funciones propias de las actividades de investigación como estrategia para el cumplimiento de su objeto social.

CONSIDERANDO

Que el Instituto Superior Universitario de Formación UF, ha solicitado el proceso de arbitraje por pares de expertos, mediante la técnica doble ciego; de acuerdo a los estándares internacionales que rige la materia al siguiente: proyecto de investigación / Producto(s) educativo(s)-investigativo(s) / Prototipo(s) / Proyectos de investigación o de naturaleza editorial; titulado: CICO, CICLO DE CONFERENCIAS UNIDAD ACADÉMICA ARTE

CONSIDERANDO

Que el Grupo de Investigación “CS. ADMINISTRATIVAS” Y “PEDCAL”; con competencias en el caso, presentaron ante la instancia de la Coordinación Académica el informe técnico pertinente y el mismo recomendó la aprobación para publicación con aval de arbitraje, fomentando así la producción, promoción y difusión investigativa, desde la rigurosidad científica.

CONSIDERANDO

Que es atribución de esta instancia avalar las recomendaciones de las unidades operativas que conforman REDIGEC y en todos sus capítulos internacionales, en relación a los procesos de arbitraje por pares de expertos, mediante la técnica doble ciego; en correspondencia a los estándares internacionales que rigen la materia a: proyectos de investigación / Producto(s) educativo(s)-investigativo(s) / Prototipo(s) / Proyectos de investigación o de naturaleza editorial; de instancias académicas o científicas que así lo solicitan y de acuerdo a la disponibilidad de grupos de investigación asociados a esta red que posean las credenciales académicas pertinentes entre sus miembros asociados.

CONSIDERANDO

Que la Red Internacional de Investigación Galileo Ecuador, ha sido creada para la cooperación científica y tecnológica en el cumplimiento de su objeto social.

RESUELVE

ARTÍCULO 1. Auspiciar y acompañar la aprobación académica por pares de los Grupos de Investigación con competencia; en favor del desarrollo, investigación y publicación del prototipo: CICO, CICLO DE CONFERENCIAS UNIDAD ACADÉMICA ARTE. Así mismo, la publicación ON LINE en el sitio web institucional.

ARTÍCULO 2. Comuníquese a la Institución solicitante. De su conocimiento y fines pertinentes.

Dado y firmado en Guayaquil, Ecuador; a los diecinueve días del mes de noviembre de dos mil veintidós;



Código de verificación Institucional



Coordinador General

Firmado electrónicamente por:
FRANKLIN GERARDO DE
GREGORIO SALAS AULAR





TECNOLÓGICO DE
FORMACIÓN

CONDICIÓN UNIVERSITARIO



ISBN: 978-9942-42-989-6

A standard linear barcode representing the ISBN number.

9 789942 429896

