



**Coloquio Mesa Técnica N.º 6
"Identidad Corporativa y Producción Digital"**

P. Millán García-RAFAEL.

- ¿Merece la pena defender la tipografía ante el nuevo lenguaje que utilizan los jóvenes en los móviles?

R. Miguel Ángel Echeverría-GABINETE TÉCNICO ECHEVERRÍA.

- Limitar un lenguaje en la comunicación es un retroceso. El problema de la escritura es un problema de comunicación. La culpa es de la sociedad y de los medios de comunicación porque donde aparecen este tipo de cosas suelen ser en los programas que son una verdadera porquería.

P. Jesús García-SALESIANOS ATOCHA.

- El valor comunicativo de las páginas web es muy malo. ¿A quién contrató para su empresa para el diseño de la página web?. Tschichold en 1960 se quejaba del mal uso de la tipografía en los anuncios de prensa. ¿Considera que actualmente sucede lo mismo?

R. Jesús Medina-WIZARD.

- El porcentaje de páginas web mal diseñadas es mayor del 95%. La maquetación murió cuando apareció el Macintosh. Yo contraté a una persona con dos características: estudiosa del diseño y había trabajado en productos interactivos. El coste de las páginas web es un problema para que los clientes lo admitan sin más (piensan que debe costar lo mismo que un folleto publicitario).

R. Miguel Ángel Echeverría-GABINETE TÉCNICO ECHEVERRÍA.

- Los anuncios que nos podemos encontrar de diseñadores gráficos es enorme. Faltan profesionales ("artista patrocinado por el cliente"). Internet es un lenguaje tridimensional: audio, vídeo y el lenguaje verbal (tipografía). Hay periódicos que son de pena pero se están salvando últimamente.

R. Jesús Medina-WIZARD.

- Uno de los grandes problemas de la Formación Profesional es que estuvo desprestigiada. El esfuerzo y el nivel de la Formación Profesional hay que elevarlo.

P. Robert Casals-ALUMNO DE PUERTA BONITA.

- ¿Qué perfil le estáis pidiendo al diseñador? ¿Qué edad debe tener?

R. Miguel Ángel Echeverría-GABINETE TÉCNICO ECHEVERRÍA.

- Es muy difícil saber de todo, yo diría que imposible. El problema es que la gente se mete a hacer de todo en diseño. Lo que hay que hacer es especializarse. Se debe intentar conocer lo máximo posible y especializarse después.

R. Jesús Medina-WIZARD.

- La diseñadora de mi empresa no maqueta las páginas. Ella maneja perfectamente el Photoshop y Flash.

P. Juan José Rodríguez- IES PUERTA BONITA.

- Referente a los problemas de postimpresión con los productos digitales (ajado, glaxofonado, ...). ¿Se han conseguido eliminar?

R. Albert Martell-HARTMANN.

- En máquinas digitales, los papeles con texturas dan problemas pero en los demás no. Tanto los fabricantes de maquinaria como de papel han avanzado mucho en los últimos años.

P. Millán García-RAFAEL.

- ¿El futuro profesional debe ser especializado o polivalente?

R. Javier Benito-ALBA.

- Tanto los profesionales como las empresas tienen que estar continuamente adaptándose a los cambios continuos que están ocurriendo.

R. Jesús Medina-WIZARD.

- Todo es cuestión de equilibrio pero el que es buen especialista en algo es lo mejor.

R. José Antonio Pividal-FRAGMA.

- El perfil idóneo es cierta especialización en algún sistema de impresión y que vaya conociendo poco a poco los otros sistemas de impresión. Además, es muy importante que tenga conocimientos de los programas.