



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

“RECOPIACIÓN DE LA PRODUCCIÓN GRÁFICA REFERENTE A CARTELISMO ECUATORIANO SELECCIONADO EN LAS BIENALES INTERNACIONALES: BICEBÉ, BICM Y BID; DURANTE EL PERÍODO 2006 - 2015”

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Licenciado en la Especialidad de Diseño y Publicidad.

AUTOR: Jarrín Flores Darío Javier

DIRECTOR: Msc. Gandhi Godoy

Ibarra, 2017

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Ibarra, 3 de febrero del 2017

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como director de la tesis del siguiente tema **"RECOPILACIÓN DE LA PRODUCCIÓN GRÁFICA REFERENTE A CARTELISMO ECUATORIANO SELECCIONADO EN LAS BIENALES INTERNACIONALES: BICEBÉ, BICM Y BID; DURANTE EL PERÍODO 2006 - 2015"**, trabajo realizado por el señor egresado: **JARRÍN FLORES DARÍO JAVIER**, previo a la obtención del título de Licenciado en la especialidad Diseño Gráfico y Publicidad.

A ser testigo presencial y corresponsable directo del desarrollo del presente trabajo de investigación, que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Esto es lo que puedo certificar por ser justo y legal



Lcdo. Gandhi Godoy

DIRECTOR

DEDICATORIA

Dedico principalmente mi trabajo y todo el esfuerzo realizado durante la realización de mi trabajo de grado a mi Madre, alguien que ha sido y será un ejemplo de vida para mí, y que fue además responsable de mi formación moral; inculcándome valores cada vez que tenía la oportunidad de hacerlo, formando así el ser humano que soy ahora; dedicó también mi trabajo y no por ello menos importante, a mis hermanos que sin ellos no habría podido realizar nada de lo que he ido realizando tanto en este trabajo en particular como en trabajos de años anteriores; además de haber recibido de ellos su apoyo en todos los aspectos. A mi padre que de él aprendí la rigidez y rectitud con la que debe actuar una persona en la sociedad. A mi novia que apoya todo lo que hago, y me impulsa a seguir adelante con su afecto y amor incondicional, compañía esencial durante todo el desarrollo del presente proyecto, y que aunque no llevamos juntos muchos años, siento que la conozco de toda la vida.

AGRADECIMIENTO

Durante todo este tiempo que he estado estudiando en esta Institución, ha habido personas a las que les debo mi admiración y agradecimiento ya que me han servido de ejemplo para luchar y seguir adelante, gracias a la influencia de estas personas he logrado realizar cada una de mis actividades.

A mi Familia, a mi Madre, mi Padre y mis Hermanos a quienes les debo respeto y admiración por ser excelentes personas como lo son; seres que me han apoyado en todo lo que he necesitado solo para que yo siga adelante con mis estudios. De mi Madre he adoptado muchos valores que son piezas claves de la admirable persona que es hoy, tales como su respeto a los demás, responsabilidad, honestidad, honradez y humildad; parte fundamental de mi formación personal; es por eso y mucho más que agradezco de todo corazón a mi familia, mecanismo clave de mi vida diaria.

A mis Docentes, determinados Docentes que han servido de ejemplo como profesionales, y como seres humanos.

A mis amigos, ciertas personas que hacen del día a día todavía más agradable, aquellos que están hasta en los malos momentos y los hacen más llevaderos, amigos que fueron y serán esenciales para mí; para ellos mi más profundo agradecimiento.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
ÍNDICE DE CONTENIDOS	V
ÍNDICE DE GRÁFICOS	X
RESUMEN	XII
SUMMARY	XIII
INTRODUCCIÓN	XIV
CAPÍTULO I	16
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
1.1. ANTECEDENTES	16
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	19
1.4. DELIMITACIÓN	19
1.5. OBJETIVOS	19
1.5.1. Objetivo General	19
1.5.2. Objetivos Específicos	20
1.6. JUSTIFICACIÓN	20
CAPÍTULO II	22
2. MARCO TEÓRICO	22
2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	22
2.1.1. Cartelismo	22
2.1.2. Bienales	23
2.1.3. Bienales de Cartelismo y Diseño	24

2.1.4. Bienales Internacionales con mayor participación ecuatoriana	26
2.1.4.1. La BICM	26
2.1.4.2. La BiCeBé	28
2.1.4.3. La BID	29
2.1.5. Cartelismo en el Ecuador	32
2.1.5.1. Nacimiento de la ADG	32
2.1.5.2. Primera Bienal del Afiche en Ecuador	33
2.1.5.3. Segunda Bienal del Afiche en Ecuador	34
2.1.5.4. Concurso “Para que no se olvide”	35
2.1.5.5. De Tercera Bienal del Afiche a Tercera Bienal de Diseño Gráfico en el Ecuador 37	
2.1.5.6. Cuarta Bienal de Diseño Gráfico en el Ecuador	40
2.1.5.7. Quinta Bienal de Diseño Gráfico en el Ecuador	42
2.1.5.8. Cierre de la ADG y desaparición de la Bienal de Diseño Gráfico en el Ecuador 44	
2.2. POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL	45
2.3. GLOSARIO DE TÉRMINOS	47
<u>CAPÍTULO III</u>	<u>50</u>
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	50
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN:	50
3.1.1 Investigación Documental	50
3.2 MÉTODOS	52
3.2.1 La Recolección de Información	52
3.3 TÉCNICAS	53
3.3.1 Encuesta	53
3.3.2 Entrevista	54
3.4 UNIVERSO:	56
3.5 MUESTRA	56
<u>CAPÍTULO IV</u>	<u>58</u>

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	58
4.1. ENCUESTAS	58
4.2. ENTREVISTAS	70
4.2.1. ENTREVISTA CON EL DISEÑADOR GRÁFICO ECUATORIANO DAVID JIMÉNEZ	70
4.2.2. ENTREVISTA CON EL CARTELISTA ECUATORIANO MARIO FUENTES	73
4.2.3. ENTREVISTA CON EL DISEÑADOR GRÁFICO ECUATORIANO FELIPE JÁCOME	77
4.2.4. ENTREVISTA CON EL DISEÑADOR GRÁFICO ECUATORIANO ANTONIO MENA	80
4.2.5. ENTREVISTA CON CHRISTOPHER SCOTT, PRESIDENTE DE LA BIENAL ECUATORIANA DEL CARTEL O ECUADOR POSTER BIENAL (TRADUCCIÓN)	85
<u>CAPÍTULO V</u>	<u>89</u>
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	89
5.1. CONCLUSIONES	89
5.2. RECOMENDACIONES	90
<u>CAPÍTULO VI</u>	<u>91</u>
6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	91
6.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA	91
6.2. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA	91
6.3. FUNDAMENTACIÓN	92
6.4. OBJETIVOS	93
6.4.1. Objetivo General	93
6.4.2. Objetivos Específicos	93
6.5. UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA.	93
6.6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.	94
6.6.1. Formato Papel	94

6.6.2. Medidas	94
6.6.3. Tipos	94
6.6.4. Contrastes	95
6.6.5. Jerarquías	95
6.6.5.1. Tipografía	96
6.6.5.2. Texto	96
6.6.5.3. Cuerpo de letra	96
6.6.5.4. Peso	97
6.6.5.5. Alineación de textos	97
6.6.5.6. Interletraje o Tracking	97
6.6.5.7. Interlineado	98
6.6.5.8. Tipografía y color	98
6.6.6. Maquetación	98
6.6.7. Páginas y su estructura	99
6.6.7.1. Márgenes	99
6.6.7.2. Columnas	100
6.6.8. Retícula	100
6.6.9. Imágenes	101
6.6.10. Colores	101
6.6.11. Portada	102
6.6.12. Contraportada	103
6.6.13. Contenido	103
6.6.14. Concepto editorial	104
6.6.15. Desarrollo de la portada	105
6.6.16. Registro visual del contenido de la propuesta	105
6.6.17. Equipo editorial	112
6.6.18. Costos de diseño y producción	112
6.7. IMPACTOS	114
6.8. DIFUSIÓN	114
6.9. BIBLIOGRAFÍA	114
6.10. ANEXOS	118
6.10.1. Cronograma de Actividades	118
6.10.2. Recursos	119

6.10.3. Matriz de coherencia	120
6.10.4. Matriz Categorical	121
6.10.5. Encuesta	121
6.10.6. Entrevista	125
6.10.7. Análisis Urkund	127

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO Nº 1: EDAD	58
GRÁFICO Nº 2: GÉNERO	59
GRÁFICO Nº 3: ESTADO CIVIL	59
GRÁFICO Nº 4: NIVEL DE EDUCACIÓN	60
GRÁFICO Nº 5: ¿CARTELISMO?	61
GRÁFICO Nº 6: ¿EN DÓNDE SE ENTERÓ DEL TEMA?	61
GRÁFICO Nº 7: CAUSAS DE DESCONOCIMIENTO	62
GRÁFICO Nº 8: ¿QUÉ ES EL CARTELISMO?	62
GRÁFICO Nº 9: CONOCIMIENTO SOBRE EXISTENCIA DE CARTELISTAS	63
GRÁFICO Nº 10: ¿CUÁNTOS CONOCE?	64
GRÁFICO Nº 11: ¿POR CUÁLES MEDIOS SE DIERON A CONOCER?	64
GRÁFICO Nº 12: CARTELISTAS Y BIENALES	65
GRÁFICO Nº 13: POSIBLES RAZONES DE DESCONOCIMIENTO SOBRE ÉSTOS	66
GRÁFICO Nº 14: ¿BIENALES DE CARTELISMO?	66
GRÁFICO Nº 15: MEDIOS IDÓNEOS PARA INFORMARSE SOBRE BIENALES	67
GRÁFICO Nº 16: BIENALES ¿POR QUÉ NO SE CONOCEN?	68
GRÁFICO Nº 17: NIVEL DE ACEPTACIÓN	68
GRÁFICO Nº 18: DETERMINACIÓN DE PRODUCTO FINAL	69
GRÁFICO Nº 19 : MAQUETACIÓN	99
GRÁFICO Nº 20: RETÍCULA	101
GRÁFICO Nº 21: COLORES BASE	102
GRÁFICO Nº 22: ESTRUCTURA DE LA PORTADA	102
GRÁFICO Nº 23: ESTRUCTURA DE LA CONTRAPORTADA	103
GRÁFICO Nº 24: ÍNDICE DE CONTENIDOS	106
GRÁFICO Nº 25: EL CARTEL	106
GRÁFICO Nº 26: CARTELISTAS Y SUS OPINIONES	107
GRÁFICO Nº 27: CARTELEANDO - PRIMERA PARTE	107
GRÁFICO Nº 28: ENTREVISTA CON CHRISTOPHER SCOTT	108
GRÁFICO Nº 29: SECCIÓN - CARTEL POLÍTICO + SOCIAL	108
GRÁFICO Nº 30: CARTELES POLÍTICOS + SOCIALES	109
GRÁFICO Nº 31: CARTELEANDO – SEGUNDA PARTE	109
GRÁFICO Nº 32: ENTREVISTA CON ANTONIO MENA	110
GRÁFICO Nº 33: SECCIÓN - CARTEL CULTURAL	110

GRÁFICO N° 34: CARTELES CULTURALES	111
GRÁFICO N° 35: AGRADECIMIENTO FINAL	111
GRÁFICO N° 36: PROFORMA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	113

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se enmarca en el proceso de desarrollo del Diseño Gráfico en el Ecuador, y específicamente en la evolución del cartel ecuatoriano durante los años 2006 – 2015, priorizando los trabajos seleccionados en las bienales internacionales: Bienal Internacional del Cartel en México (BICM), Bienal del Cartel Bolivia (BiCeBé) y Bienal Iberoamericana de Diseño (BID) durante este período de tiempo. El proceso de investigación inicia con la recopilación de información a mediados del año 2016, observándose primero trabajos previos que contienen información sobre Cartelismo en el Ecuador, siendo muy escasos. Luego de realizarse un trabajo de observación en diferentes medios de documentación creados por las mismas bienales ya mencionadas, se recopiló toda la información referente a los trabajos seleccionados, como su autor, dimensiones, entre otras; misma que luego sirvió en la organización cronológica de todas las obras recolectadas, además de la consecuente identificación de Cartelistas y/o Diseñadores Gráficos en este ámbito más representativos del país a quienes luego se dirigieron entrevistas para profundizar aún más sobre el cartel en el Ecuador. Para una consecución adecuada del proyecto en sí, se necesitaba además el conocer el nivel de conocimiento de la población para con el Cartelismo ecuatoriano y su nivel aceptación para con el desarrollo del presente proyecto, para lo cual se seleccionó como muestra a la población de la ciudad de Ibarra, enfocándose en estudiantes y profesionales del Diseño Gráfico, resultado de esto se identificó también el medio por el cual se debería documentar este proceso de recopilación, siendo éste el libro digital dado a su gran capacidad de accesibilidad y difusión.

Palabras clave: Recopilación, Cartelismo, Ecuador, Bicm, Bid, Bicebé, Diseño Gráfico, Bienales, México, Bolivia, Diseño, Carteles.

SUMMARY

The present research work is framed in the process of development of Graphic Design in Ecuador, and specifically in the evolution of the ecuadorian poster during the years 2006 - 2015, prioritizing the selected works in the “Bienal Internacional del Cartel en México” (BICM), “Bienal del Cartel Bolivia” (BiCeBé) and Bienal Iberoamericana de Diseño (BID) during this period of time. The research process begins with the collection of information in the middle of the year 2016, observing first previous works that contain information on Poster Design in Ecuador, being very scarce. After an observation work in different documentation media created by the same biennials already mentioned, all the information regarding the selected works, such as: author, dimensions, among others, was collected; which then served in the chronological organization of all the works compiled, as well as the consequent identification of the most representative poster designers and / or graphic designers of the country, who were then interviewed to further deepen about poster in Ecuador. For an adequate achievement of the project, it was also necessary to know the level of knowledge of the population about the ecuadorian poster and its level of acceptance for the development of this project, for which the population of the City of Ibarra was selected, focusing on students and graphic design professionals, as a result of this was also identified the means by which this collection process should be documented, this being the digital book due to its great capacity for accessibility and diffusion.

Keywords: Compilation, Poster Design, Ecuador, Bicm, Bid, Bicebé, Graphic Design, Biennials, Mexico, Bolivia, Design, Posters.



INTRODUCCIÓN

Cada año en el Ecuador se crean y/o diseñan un sinnúmero de obras “cartelísticas” por así decirlo, muchas de ellas enmarcan contenido publicitario, mostrándonos un producto o servicio en su fachada, y muchas otras ponen a consideración eventos culturales de interés público, como es el caso de los carteles de cine ecuatoriano u obras de teatro, además de ello se generan trabajos que sustentan o aportan a causas sociales y políticas, gritando a través de su gráfica a la generación de conciencia sobre problemáticas sociales para lograr un cambio interno en la sociedad. Como vemos las temáticas que estas obras abordan son diversas, así mismo como quienes las elaboran; es así que al toparnos con un cartel en la calle, podemos estar visualizando desde el trabajo de estudiantes de Diseño Gráfico, artistas visuales hasta el de profesionales ampliamente reconocidos y experimentados.

Mucha de esta producción gráfica producida a lo largo de los años y traducida en obras de Cartelismo se pierde en el tiempo debido a diversos y variados factores, entre estos: su grado de importancia, impacto, y la popularidad del contenido que profesa el cartel como tal. Justamente esta circunstancia es una de las principales motivaciones del presente proyecto y en respuesta la recopilación y documentación de estas obras es vital.

El presente trabajo de investigación se enfoca en la recopilación de la producción gráfica producida en los últimos años, referente a Cartelismo ecuatoriano, pero enmarcada en los carteles seleccionados en eventos internacionales, en este caso tomando como fuente las bienales internacionales de Diseño y Cartelismo siguientes: Bienal Internacional del Cartel Bolivia (BiCeBé), Bienal Iberoamericana de Diseño (BID), y la Bienal Internacional del Cartel en México (BICM). Y de esta manera el aportar al

registro histórico en lo que a Cartelismo ecuatoriano se refiere, y consecuentemente a la cultura a nivel de Diseño Gráfico y al patrimonio visual del Ecuador.

Así mismo es una muestra de la evolución del cartel en el país tanto en calidad estética como en conceptual, tomando como punto de partida el año 2006 y como punto de llegada el 2015, constituyéndose como una década de desarrollo, durante la cual el cartel hecho en el país tuvo amplio impacto a nivel internacional, específicamente en bienales internacionales quedando seleccionado en varias de ellas. Motivo puntual que se toma en cuenta como parte del contexto durante todo el trabajo recopilatorio y documentario.

Además de lo ya mencionado con anterioridad el proyecto actual recoge información sobre la historia del Cartelismo ecuatoriano y las bienales internacionales descritas previamente, figurando: información sobre las primeras bienales nacionales del afiche, las primeras bienales de Diseño Gráfico, la ADG o Asociación de Diseñadores Gráficos Pichincha y las bienales internacionales BICM, BiCeBé y BID. Profundizando de esta manera en la visión que se tiene sobre el cartel ecuatoriano a lo largo de los años, así como también una mirada a su participación a nivel internacional.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes

A continuación se mencionan algunos trabajos de investigación previos a éste, entre los que se incluyen recopilaciones de Cartelismo cinematográfico, un acercamiento a la historia del Cartelismo en el Ecuador, así como también tesis de grado rescatadas de ciertas universidades del país que hacen alusión al Cartel y a sus funciones. Comenzando entonces con el libro de Michael Dillon (2014), Afiches de cine ecuatoriano, 1969 – 2013, publicado por la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión, primera edición. Con el apoyo de la Cinemateca Nacional de la Casa de la Cultura Ecuatoriana.

Este libro publicado en el año 2014 presenta una recopilación histórica-gráfica del cartel de cine en el Ecuador desde el año 1969 con el afiche para la película “Cautiva en la Selva” del Director Leo Fleider, hasta el año 2013 con el cartel del Cine Club de la Casa 2013 realizado por la Casa de la Cultura del Ecuador. Recogiendo más de 50 carteles realizados por diseñadores gráficos ecuatorianos (en mayor medida) y extranjeros, y en ciertos casos obras resultado de trabajo conjunto.

Muestra no sólo todos los afiches de cine que se han realizado en el Ecuador durante ese período de años, sino que también muestra carteles producidos para eventos relacionados con la producción cinematográfica, sean estos festivales, funciones de cine o eventos organizados por

instituciones relacionadas con el medio, como es el caso de la Cinemateca Nacional de la Casa de la Cultura Ecuatoriana. Hace además, un pequeño acercamiento al Cartel de cine a nivel histórico tanto de manera internacional y de manera nacional.

Ahora bien, María Luz Calisto Ponce, Gisela Calderón Zurita (2011), con su libro: Historia del Diseño Gráfico en el Ecuador 1970 – 2005, publicado por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito – Ecuador, presenta inicialmente una seguidilla de conceptos básicos sobre el Diseño Gráfico, sus áreas de trabajo más comunes, así como también áreas que se relacionan con éste (Ilustración, cómic, entre otros), conceptos vitales para el entendimiento del contenido extenso de este proyecto de investigación.

Seguidamente, se hace alusión a los antecedentes de la comunicación visual, mediante una reseña histórica del Ecuador desde su período aborigen hasta la década del 2000 desde la perspectiva del Diseño Gráfico, apoyándose con fotografías de piezas o expresiones gráficas que fueron creadas durante cada uno de estos períodos de tiempo. Algo totalmente esencial para conocer como fue originándose la comunicación visual en nuestro país y su paulatino desarrollo durante los años.

Pero qué relación tiene para con el tema de investigación, pues bien este trabajo en particular menciona información de vital importancia en lo que se refiere a la historia del Cartelismo en el Ecuador, exponiendo información crucial sobre las primeras Bienales del Afiche en el Ecuador siendo las tres primeras ediciones de Cartelismo y convirtiéndose desde su cuarta edición en una Bienal de Diseño Gráfico, y su desaparición después de su quinta entrega, debido a problemas de administración y organización, y consecuente cese de funciones por parte de la Asociación que la orquestaba, La Asociación de Diseñadores Gráficos de Pichincha o ADG.

Recopilando de esta forma los carteles más significativos de todas estas ediciones, además de otros trabajos de Diseño Gráfico durante las dos últimas entregas de esta Bienal, tales como Diseño de marcas y Diseño Editorial.

En que se refiere a proyectos de tesis de grado, el proyecto de Velázquez Campos, Roberto David (2009): “El afiche como medio publicitario para el cine Ecuatoriano”, desarrollado en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, extrae carteles de cine ecuatoriano organizándolos por períodos de años, cada uno de estos es analizado basándose en ciertos aspectos: Tipografía utilizada, fotografía, retícula y color. Se analizan principalmente 10 obras del cartel cinematográfico ecuatoriano desde el afiche de la película “La Tigra” hasta el del largometraje “Cuando me toque a mí” dirigido por Victor Arregui.

Además hace un análisis concienzudo del afiche, enmarcando en éste: situación social, connotaciones estéticas, argumentación, denotación y connotación de la imagen del afiche y técnicas visuales.

1.2. Planteamiento del Problema

En el Ecuador se genera anualmente una gran cantidad de producción gráfica vinculada al Diseño Gráfico (Marcas, Ilustraciones, Piezas gráficas publicitarias, carteles, entre otras), muchas de estas de gran calidad y pureza gráfica, mismas que suponen una muestra fiel y resultado de las actividades de Diseño Gráfico que se han ido realizando a través de los años. Muestra representativa de lo que se ha venido haciendo dentro del país ante los demás países de la región y del mundo.

Esta producción gráfica es en ciertos casos recopilada en libros o publicaciones. Pero en el caso del Cartelismo, y más aún en temas de

Cartelismo Social, Político y Cultural estas recopilaciones son casi inexistentes y en términos de Cartelismo Social, Político y Cultural producido y seleccionado en Bienales Internacionales totalmente nulas.

1.3. Formulación del Problema

¿CONTRIBUIRÍA LA CREACIÓN DE UN LIBRO DIGITAL RECOPIULATORIO DE LA PRODUCCIÓN GRÁFICA REFERENTE A CARTELISMO ECUATORIANO SELECCIONADO EN LAS BIENALES INTERNACIONALES: BICEBÉ, BICM Y BID; A LOS REGISTROS HISTÓRICOS SOBRE DISEÑO GRÁFICO Y CARTELISMO DEL ECUADOR?

1.4. Delimitación

Unidades de Observación: las bienales internacionales de Cartelismo y Diseño: Bienal Internacional del Cartel México (BICM), Bienal Iberoamericana de Diseño (BID) y la Bienal del Cartel en Bolivia (BiCeBé).

Delimitación Espacial: catálogos impresos o digitales publicados por cada una de las bienales ya mencionadas.

Delimitación Temporal: catálogos publicados pertenecientes a las ediciones de éstas bienales, comprendidos entre el período: 2006 – 2015.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Recopilar la producción gráfica referente al Cartelismo ecuatoriano seleccionado en las Bienales internacionales: Bienal del Cartel en Bolivia

(BiCeBé), Bienal Internacional del Cartel México (BICM) y Bienal Iberoamericana de Diseño (BID), durante el período 2006 – 2015.

1.5.2. Objetivos Específicos

- a) Identificar el nivel de conocimiento que tiene profesionales y estudiantes de Diseño Gráfico de la ciudad de Ibarra sobre el Cartelismo en el Ecuador.
- b) Identificar los estudiantes y profesionales dedicados al Cartelismo y sus obras seleccionadas en las bienales internacionales ya mencionadas.
- c) Identificar y documentar cada una de estas obras en un soporte adecuado que responda a las necesidades del problema.
- d) Contribuir a los registros históricos sobre Cartelismo en el Ecuador para un consecuente desarrollo de una cultura alrededor del Cartelismo y el Diseño Gráfico en general.
- e) Incentivar la producción de cartel en el Ecuador por parte de diseñadores gráficos, cartelistas, artistas, ilustradores, entre otros.
- f) Aportar a la difusión de la producción gráfica del Cartelismo ecuatoriano, mediante este tipo de publicaciones recopilatorias, dentro y fuera del país.
- g) Servir de referencia gráfica para nuevos talentos en temas relacionados al Cartelismo.

1.6. Justificación

Los libros de Diseño Gráfico, Cartelismo, Ilustración, Tipografía y demás publicaciones impresas y digitales sobre éstas y otras áreas del conocimiento, suponen una fuente de estudio inequívoca y de consulta; así mismo contribuyen al patrimonio intangible de una sociedad civilizada, un aporte formidable a su cultura, a su conocimiento y a su educación e

historia. Representando entonces el nivel de desarrollo en conocimientos de dicha sociedad y muestrario de sus proyectos e investigaciones.

En Diseño Gráfico estas publicaciones tienen cierta naturaleza recopilatoria en función del conocimiento que estos proveen, mostrando conceptos que se han probado a lo largo de los años y que han surgido con la investigación y experimentación, y además recopilando diversidad de obras gráficas que van ligadas al conocimiento que despliegan. En cuanto a recopilar la gráfica producida por un profesional, profesionales, o por un país en general estas publicaciones: Libros digitales e impresos; representan vital importancia en la construcción y aporte de los registros históricos de dicho país, funcionando también como muestra fiel de la producción gráfica creada por sus profesionales ante los demás países de la región y del mundo.

Actualmente gracias al fácil acceso a los medios digitales y a internet, la creación de publicaciones digitales, tales como los e-books o libros electrónicos se ha incrementado prominentemente, esto se debe a su fácil publicación, difusión y distribución en la Web. Además con la aparición de teléfonos inteligentes, tabletas, e-readers, la creación, lectura y descarga de libros digitales se ha visto multiplicada cada vez más. Siendo estos el medio ideal para la publicación de nuevos contenidos, debido a su enorme capacidad de difusión.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Teórica

2.1.1. Cartelismo

“Si el arte no es principalmente comunicación, sino creación, entonces los carteles, con función prescrita de publicidad y propaganda, serían una forma secundaria del arte. Y, sin embargo, los carteles han mantenido una curiosa relación con la pintura en sus primeros cien años de existencia.” (Barnicoat, 2000, p. 7).

El Cartelismo no es más que la actividad dedicada al diseño de carteles, afiches y/o pósteres, y como tal está íntimamente relacionada con el Diseño Gráfico. Por lo que el cartel es sin lugar a dudas el resultado y soporte de esta práctica.

Los inicios de esta actividad datan del año de 1866, constituyéndose totalmente desde el año 1870, en París – Francia. Uno de los primeros artistas y pioneros de este arte fue sin espacio a dudas Jules Cherét (1836 - 1933), siendo el autor de los primeros carteles documentados de la época. (Barnicoat, 2000, p. 7).

De ahí en adelante el cartel ha ido evolucionando de la mano de artistas como Henri de Toulouse-Lautrec, Alphonse Mucha, Henri Matisse, entre muchos otros, aceptando desde roles publicitarios hasta funciones de

expresión social durante épocas de guerra y cambios sociales a través de los años. Atravesando además diversos movimientos artísticos como Art Nouveau, Art Deco, Arte Pop y muchos otros, durando determinados períodos de años cada uno. (Barnicoat, 2000).

2.1.2. Bienales

El diccionario enciclopédico McGraw-Hill Ilustrado define la palabra “Bienal” como: "adj. Que sucede cada dos años. Ú. t. c. s. // adj. Que dura un bienio.". (McGraw-Hill, 2001, p. 279). Ésta representa una definición literal de la palabra. Pero en otro contexto ésta representa mucho más. Numerosos eventos de carácter artístico, de diseño gráfico, y otros, usan esta palabra para definir la naturaleza de su periodicidad y su comportamiento, además, los espectadores tienden a identificarla como parte indispensable de la identidad de estos eventos.

Dentro de éste contexto se pueden definir a estos eventos, como encuentros internacionales y/o nacionales de distinta índole realizados con el intervalo de tiempo que su nombre indica. Organizados principalmente como muestras fehacientes de producciones contemporáneas de la ubicación geográfica de dónde se realizan, ya que en ellos se exhiben lo más avanzado de cada país participante- bienales internacionales –o simplemente lo más representativo de un país- bienales nacionales –, suscitando discusión y debates teóricos dentro del campo al que apunten éstos, por parte de los espectadores.

Existen bienales de diferentes tipos, basadas en su naturaleza y al área de desarrollo al que apuntan, éstas pueden ser: de arte, de diseño, de Cartelismo, y dentro del arte, existen: de escultura, de pintura, entre otras. Si se considera el lugar geográfico en donde se realizan y su envergadura, éstas pueden ser: nacionales, internacionales. Existen casos especiales

como la bienal iberoamericana de diseño, en este caso se toma en cuenta España, Portugal y América Latina; es decir la península Ibérica y América Latina como foco de atención (BID, 2016).

2.1.3. Bienales de Cartelismo y Diseño

Las bienales de Cartelismo y Diseño tienen similitudes entre ellas, por ejemplo ambas están relacionadas con el Diseño Gráfico, pero al mismo tiempo muestran una diferencia crucial en lo que se refiere al área que cubren.

Las bienales de Cartelismo por su parte, como su nombre lo dice enmarcan solamente la producción gráfica a nivel de Cartelismo– Afiches, Posters, o Carteles creados con anterioridad o durante un período de tiempo determinado por el año de realización de la bienal o por la bienal en sí –dirigidas en su convocatoria a estudiantes y/o profesionales del Diseño Gráfico, en ciertos casos solamente acogen a estudiantes o profesionales. Un claro ejemplo es la: Internacional Student Poster Biennale Lublin, bienal realizada en Polonia que apunta a estudiantes, artistas menores de 35 años de edad (90+10, 2015). El objetivo recurrente en este tipo de bienales es recopilar la producción a nivel de Cartelismo en los dos últimos años anteriores a su realización, además de promover la cultura, el diseño gráfico, y que además el de motivar a nuevos talentos a la creación de carteles, y promover sus trabajos. Todas estas bienales cuentan comúnmente con un jurado internacional, formado por profesionales de referencia y de reconocimiento en el área, pieza representativa de la calidad de la bienal a la que pertenece, y son los encargados de seleccionar los carteles que luego formaran parte de la muestra, exposiciones de la

bienal, galerías on-line, y catálogos (en determinados casos).

La entidad regulatoria de este tipo de bienales es la IBCC (International Biennales Coordinating Committee) o Comité de Coordinación de Bienales Internacionales, su función es la de coordinar y certificar mediante su aprobación a cada una de las bienales existentes (Association, 2011).

Además en ciertas bienales los autores de los carteles ganadores son premiados, estos premios son determinados por la administración de cada bienal, figurando los siguientes: medallas, diplomas, menciones honoríficas, rédito económico. En el caso de la BID (Bienal Iberoamericana de Diseño) por ejemplo, se otorgan siete premios por cada categoría y nueve premios especiales (BID, 2016). La mayoría de las bienales usan categorías, mismas que delimitan la temática o la naturaleza de cada cartel enviado. Esto facilita de manera sustancial la selección de los mejores carteles en cada categoría, entre las categorías figuran: Cartel Cultural, Cartel Político y Social, y Cartel Publicitario. Éstas se refieren solamente a Bienales de Cartelismo.

Las bienales de Diseño en cambio– como la mencionada en el párrafo anterior –cubren un área más amplia, es decir no enfocan su funcionamiento solo al diseño de carteles (Cartelismo), sino que cubren por lo general varias áreas del diseño, entre estas áreas destacan: Diseño Gráfico, de Espacios/Interiores, Diseño de producto/industrial, y otras (BID, 2016). En ambas categorías de bienales puede o no haber costo de inscripción. Las bienales de

Cartelismo en su mayoría prescinden de este requisito, excepto en casos especiales como en la BICM (Bienal Internacional del Cartel en México) la cuota de inscripción para participantes residentes en México era de 150 pesos y en el caso de extranjeros se aceptaba como cuota la donación de libros de diseño; realidad que ha cambiado en el presente año 2016 a carácter opcional (BICM, 2016). Ahora bien en lo que se refiere al envío de carteles por parte de los participantes puede ser de forma digital o física, en esta última puede suponer gastos de envío para el autor de los carteles.

Sean éstas de Diseño o de Cartelismo, las bienales representan un aporte esencial a la Cultura del diseño dentro de un país mostrando lo más representativo producido en ese territorio, o de un determinado número de países en el caso de bienales de carácter internacional.

2.1.4. Bienales Internacionales con mayor participación ecuatoriana

2.1.4.1. La BICM

Acerca de la BICM (Bienal Internacional del Cartel en México), el Director del museo Franz Mayer de México, escribe lo siguiente: “Para el Museo Franz Mayer, la Bienal Internacional en México (BICM) ha sido, desde su primera presentación en los muros de nuestro claustro, una experiencia única en la historia del diseño gráfico contemporáneo. En 1994 abrimos por primera ocasión nuestro espacio a la bicm, el cual había se había llevado a cabo en 1990 en el Palacio de la Minería y en 1992 en el Museo José Luis Cuevas. Por los resultados, el Museo Franz Mayer se convirtió en sede permanente para la exposición de carteles finalistas de la BICM, la cual es considerada hoy en día como la más importante del continente americano

y, junto con la Bienal Internacional del Cartel en Varsovia, la de mayor relevancia a nivel mundial.” (BICM, 2014, p. 12).

En la sección “Acerca de la BICM” del sitio web oficial de la bienal, se expresa lo siguiente: “La BICM es el lugar más importante de encuentro y colaboración donde diseñadores del mundo entero confluyen en su programa de educación y promoción de cultura en torno al diseño. Este proyecto se ha colocado, no tan sólo en México sino en los cinco continentes, como una de las iniciativas de mayor relevancia en su rubro. A diferencia de otras bienales del cartel, la BICM se constituyó desde un principio como un programa académico tanto de educación sobre temas del diseño de amplio espectro como de colaboración con las instituciones culturales y de educación superior de México, ambas dedicadas a la formación de diseñadores y difusión de creadores nacionales. En consecuencia, la BICM es un programa que no tan sólo complementa sino que abre nuevos horizontes en el programa del diseño gráfico en México; ésta es la razón debido a la cual en el año de 1988 se invitó a la Universidad Autónoma Metropolitana, la Universidad Nacional Autónoma de México, el Instituto Nacional de Bellas Artes y la Secretaría de Relaciones Exteriores de México a través de su Dirección General de Cooperación Educativa y Cultural, como principal convocante, a colaborar con esta iniciativa”. (BICM, 2015).

Los inicios de la BICM se remontan a 1988 y no es hasta 1990 que se realiza su primera edición. Troje Taller es quien se encarga de la organización del nascente proyecto, organizaciones como el Consejo de Nacional para la Cultura y las Artes, y el Instituto Nacional de Bellas Artes figuran en su constitución inicial y le permiten a la Bienal hacer los primeros contactos y acuerdos con instituciones de Cultura y representaciones diplomáticas. El 17 de febrero 1989 se constituye Trama Visual A.C.

responsable de la Bienal desde entonces. Es así que gracias a todo el esfuerzo realizado anteriores años, se realiza la primera edición de la Bienal, teniendo como jurado internacional, a los siguientes diseñadores ampliamente reconocidos en el medio: Vicente Rojo (MEX), Milton Glaser (USA), Shigeo Fukuda (JAP), René Azcuy (CUB) y Jukka Veistola (FIN). La primera exposición se realiza en el Palacio de Minería de la UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México), en la segunda edición (1992) tiene como lugar de exposición el Museo “José Luis Cuevas”, para su tercera entrega la BICM finalmente encuentra su sede permanente en el Museo Franz Mayer en el año de 1994, espacio cultural que acoge a la exposición de los carteles finalistas de la Bienal hasta el presente año 2016. (BICM, 2011).

La BICM cuenta actualmente con 14 ediciones en su haber y más de 25 años de funcionamiento y vigencia. Contando con un acervo de más de 40.000 carteles en sus 13 ediciones (BICM, 2015). Constituyéndose sin lugar a dudas como una de las más reconocidas en el medio a nivel mundial.

2.1.4.2. La BiCeBé

Susana Machicao Pacheco (Coordinadora General y miembro del Comité BiCeBé) en el catálogo de la BiCeBé (Bienal del Cartel Bolivia) del año 2013, escribe: “La BiCeBé ha trabajado desde el 2009 en sus objetivos integradores y convertirse en un referente y sí que lo hemos logrado. La versión 2013 superó toda la expectativa. Hoy la bienal es la sede de los diseñadores bolivianos y latinoamericanos. Somos reconocidos y respetados en la comunidad del diseño y lo hemos visto a través de 5.814 participaciones de 71 países en la convocatoria principal.” (BiCeBé, 2015, p. 13).

En el sitio web oficial de ésta, la BICeBé se define como: “La Bienal del Cartel Bolivia BICeBé® es el evento internacional de diseño y comunicación visual más importante de Bolivia y el Cono Sur. La BICeBé hoy es el referente integrador de la región.” (BICeBé, 2015).

BICeBé o Bienal del Cartel Bolivia comienza su historia en el 2009, año de su primera edición, desde entonces el evento se realiza cada dos años en el mes de noviembre, en la ciudad de la Paz. En cada edición la bienal se encarga de extender una convocatoria a diseñadores, artistas, estudiantes o profesionales del país, de América latina y del mundo para que envíen sus trabajos (BICeBé, 2015). Éstos son sujetos a selección por parte de un jurado internacional. Todo este proceso genera una exhibición principal formada por todos los carteles seleccionados en las 4 categorías dispuestas por la BICeBé: Categoría D: Cartel inédito, tema determinado por la BICeBé en cada una de sus convocatorias, Categoría A: Carteles de temas y actividades culturales, Categoría B: Carteles de temas políticos y sociales y Categoría C: Carteles publicitarios de eventos comerciales, productos o servicios. (BICeBé, 2015).

Además de la exhibición principal la bienal se otorgan premios especiales en cada categoría mencionada, exhibiciones en toda la ciudad, el Congreso Internacional de Diseño, el Simposio Académico sobre la Enseñanza del Diseño y talleres de Diseño en determinados centros de enseñanza vinculados con la bienal. (BICeBé, 2015). Sin lugar a dudas la BICeBé representa un aporte al diseño gráfico de su país sede y de la región en general, además sirve de vitrina para el diseño gráfico latinoamericano.

2.1.4.3. La BID

Según la Declaración de la BID rescatada del sitio web oficial de la bienal, se extrae lo siguiente: “Reunidos en Madrid, entre el 26 y el 30 de

noviembre de 2007, 24 diseñadores provenientes de 14 países iberoamericanos distintos, ejerciendo la profesión desde prácticas diferentes y actuando en ella desde perspectivas también diversas, deciden constituirse en Comité Asesor de la Bienal Iberoamericana de Diseño (BID)” (BID, 2016). La declaración contiene 9 enunciados, destacan los siguientes:

La Bienal Iberoamericana de Diseño nace en este primer encuentro en la Central de Diseño Matadero Madrid con la vocación de trasladar esta realidad a las instituciones, las empresas, centros de formación, las administraciones públicas y la sociedad en general.

El diseño de Iberoamérica es una realidad insuficientemente conocida y valorada.

La Bienal Iberoamericana de Diseño es mucho más que una exposición de trabajos y aborda el territorio del diseño de manera transversal a la propia disciplina, generando ámbitos de discusión que abarcan aspectos y temas relacionados con la cultura, la educación, la industria, el mercado y, en general, la sociedad y sus necesidades.

Figurando como firmantes los siguientes: “Félix Beltrán. México. Henrique Cayatte. Portugal. Gonzalo Castillo. Chile. Dicken Castro. Colombia. Alberto Corazón. España. Iván Cortés. Colombia. José Cuendias. Cuba. Manuel Estrada. España. Rubén Fontana. Argentina. Stephen Kaplan. República Dominicana. Ruth Klotzel. Brasil. Adrián Lebendiker. Argentina. Joao Machado. Portugal. Nani Marquina. España. Peter Mussfeldt. Ecuador. Óscar Pamio. Costa Rica. Celeste Prieto. Paraguay. Francisco Providencia. Portugal. Marita Quiroz. Perú. Carlos Rodríguez. Venezuela. Óscar Salinas. México. Álvaro Sotillo. Venezuela. Ignacio Urbina. Venezuela. Giovanni Vannucchi. Brasil.” (BID, 2016).

A través de la firma de esta declaración la BID es constituida teniendo como punto de partida su primera edición en el año 2008. Manuel Estrada, Presidente de DIMAD (Asociación Diseñadores Madrid), se manifiesta al respecto en el catálogo de la bienal del 2008, con lo siguiente: “Hace cuatro años un grupo de diecisiete diseñadores de Madrid fundamos DIMAD. Una Asociación que nacía con la idea de velar por los intereses de los diseñadores y de promover, además, la cultura y el conocimiento del diseño en nuestra ciudad, nuestro país y nuestra sociedad.

Hicimos una pequeña lista de ideas-fuerza. De primeros objetivos. De sueños. Nos proponíamos, entre otras cosas, crear un espacio para el diseño. Y también, junto con un grupo de profesionales y amigos americanos, impulsar la celebración en Madrid de una Bienal Iberoamericana de Diseño. En octubre del pasado año, inaugurábamos la Central de Diseño en el Matadero, después de firmar un convenio con el Ayuntamiento de Madrid. Apenas dos meses más tarde, en noviembre, se celebraba el Primer Encuentro preparatorio de la Bienal. En él, un grupo de diseñadores de América Latina, Portugal y España constituimos el Comité Asesor que ha impulsado, junto con el núcleo organizador de DIMAD, la Bienal que, ahora, en noviembre de 2008, arranca con su primera edición.” (BID, 2008, p. 9).

En esta primera entrega la bienal recibe trescientas veinte piezas, de doscientos sesenta y cinco diseñadores, se exponen en la Central de Diseño en el Matadero, en Madrid. A esto se suman un centenar de proyectos seleccionados de 31 Centros de formación de todos los países iberoamericanos, más las 90 piezas correspondientes a las tres exposiciones monográficas, que complementan toda la exposición de esta primera Bienal. Diseño Gráfico, Diseño de Producto, Diseño de Espacios, Diseño Textil y Moda son las áreas del Diseño que son consideradas en

esta edición. (BID, 2008, p. 9).

La BID hoy por hoy cuenta con 4 ediciones realizadas, y 1 a realizarse en noviembre del presente año 2016. Actualmente su convocatoria apunta a las siguientes áreas del Diseño: Diseño de Espacios/Interiorismo; Producto/industrial; Gráfico y comunicación visual; Digital; Moda y complementos, Diseño de Diseño de servicios y proyectos integrales/transversales. (BID, 2016).

2.1.5. Cartelismo en el Ecuador

2.1.5.1. Nacimiento de la ADG

“Todo comienza a finales de los ochenta, con una llamada telefónica, que provoca el entusiasmo de un grupo de diseñadores en torno a la idea de fundar una asociación de diseñadores gráficos. Se plantean una serie de reuniones, en las cuales cada uno expresa su punto de vista respecto de cómo debía ser esta asociación.” (Calisto & Calderón, 2011, p. 195).

La ADG o Asociación de Diseñadores Gráficos de Pichincha, se crea y legaliza el 20 de julio de 1990. El objetivo de la ADG es el de divulgar la profesión entre los sectores productivos y generar vínculos entre diseñadoras y diseñadores gráficos, para lo cual se proponen realizar las siguientes actividades: “Promoción de la profesión; actualización de conocimientos; legalización de la profesión; promoción y publicación de trabajos; contactos nacionales e internacionales; ventajas económicas; banco de datos” (ADG, 1991). Lamentablemente desde sus inicios se presentan irregularidades en las directivas, participación de los socios y proyectos, y no es hasta 1991 que se define el logotipo de la asociación gracias a que se consolida la primera directiva: Juan Lorenzo Barragán, Leonor Bravo, Gisela Calderón y Antonio Mena. El logotipo es obra del

diseñador Rómulo Moya, éste es seleccionado mediante concurso interno. En 1994 gracias a un cambio de directiva y con el objetivo de seguir impulsando la profesión del Diseño se propone realizar la primera Bienal del Afiche en el Ecuador. Leonor Bravo, María Luz Calisto, Gisela Calderón y María Belén Moncayo son los miembros que conforman la ambiciosa directiva. La primera bienal resulta ser todo un éxito, este hecho promueve la realización de otros proyectos como: el concurso Kimberly-ADG, en agosto de 1995, y el primer Concurso Nacional de Ilustración Infantil. (Calisto & Calderón, 2011, p. 196).

2.1.5.2. Primera Bienal del Afiche en Ecuador

María Luz Calisto, miembro de la directiva de la ADG, manifiesta:

“Durante la Primera Bienal del Afiche, el público y los diseñadores confrontan los diferentes tipos de trabajo y reflexionan sobre los mismos; fue un espacio de expresión y memoria de nuestra cultura y un lugar de encuentro de nuevos lenguajes de comunicación a través de imágenes.

La participación de 60 diseñadores con 115 afiches, el interés demostrado por estudiantes, profesionales y público en general, marcaron la importancia del evento y nos queda claro que la continuidad, desarrollo y permanencia de la misma dependerá, en gran medida, del apoyo que brinden tanto los diseñadores gráficos, como los organizadores y auspiciantes del evento, quienes podrán encontrar en ella un espacio común de desarrollo, que enriquezca sus respectivas prácticas, aportando así a la cultura del Diseño Gráfico en el Ecuador” (Calisto, 1996, p. 3).

La primera edición de la bienal se realiza en Quito, en marzo de 1994, junto con la Primera Semana de Diseño Gráfico en el Ecuador. Constituye un

éxito y representa en el año de su realización un foro de exposición de las propuestas de profesionales del Diseño Gráfico. De los objetivos de esta entrega se resaltan: lograr la valoración del afiche y constituir una exposición permanente del afiche. Los afiches ganadores de la primera Bienal del Afiche en Ecuador son: primer premio, Festival de Música Negra de Paula Barragán; segundo premio, AXXIS de Daniela Arias; tercer premio, Primer Concurso Latinoamericano de Productos Gráficos de Francisco Valdivieso. Además, obtienen Menciones de Honor, Doña Rosita la soltera de Paula Barragán; XII Congreso de la Industria Gráfica de Juan Lorenzo Barragán; The urban enviromental de Antonio Mena; No más presos sin sentencia de Antonio Mena; No a la corrupción de la justicia de Antonio Mena; Coca Cola, Calendario 94 de Tito Molina; Progreso Centenario de Max Benavides. (Calisto & Calderón, 2011, p. 196)

2.1.5.3. Segunda Bienal del Afiche en Ecuador

“La Segunda Bienal del Afiche en el Ecuador constituye un encuentro que permite a los diseñadores confrontar su obra, sus opiniones, sus posiciones frente a sus colegas, a sus clientes, al público en general y al Jurado Internacional que emite sus criterios sobre las obras presentadas. También es una oportunidad para realzar el nivel académico de los estudiantes y profesionales del diseño.

En octubre de 1996 contamos con la participación de un buen número de diseñadores, 50 profesionales y estudiantes, con 130 afiches expuestos en el Colegio de Arquitectos de Pichincha. Durante una semana y sometida a juicio del Jurado calificador conformado por reconocidas personalidades del mundo del Diseño Gráfico, como Kari Piippo de Finlandia, especialista en afiche; Edgar Rodez de Colombia; Susana Mezzadri de Brasil, José “Pepe” Menéndez de Cuba y en representación del Ecuador, Max Benavides.” (Calisto, 1996, p. 3-4).

En octubre de 1996, y gracias al éxito de su primera edición se realiza en Quito la segunda Bienal del Afiche en Ecuador. En esta ocasión se cuenta con un jurado internacional reconocido en el medio, se obtienen 130 afiches sometidos a selección que luego son expuestos en el Colegio de Arquitectos de Pichincha. Además se establecieron cuatro categorías de participación: Categoría social-cultural, categoría Inédito profesional e inédito estudiantil, y Político–publicitario. Otorgándose un premio y una mención por categoría.

Los ganadores y las menciones, según las categorías fueron: Categoría social-cultural: primer premio, Wilo en vivo de Wilo Ayllón; Mención, Romeo y Julieta de Paula Barragán. Categoría Inédito profesional sobre el tema del Sida: segundo premio, “El sida cuestión mortal?” de Sabine Bothner. Mención, Tu vida, tu cuerpo, tu decisión de María Luz Calisto. Categoría Inédito–estudiantil: Mención, Perú–Ecuador de Grupo Mac. Categoría Político–publicitario: tercer premio, ¡Por Dios! de Tito Molina. Mención, Imprenta Mariscal de Daniela Arias. También se otorgó una Mención honorífica a Amalfi Cerpa por el afiche Máscaras, obtenido en el taller dictado por Kari Piippo. (Calisto & Calderón, 2011, p. 208).

2.1.5.4. Concurso “Para que no se olvide”

Gisela Calderón miembro de la directiva de la ADG, en un artículo publicado en el periódico de la asociación, manifiesta:

“Mucho se ha dicho y seguirá diciéndose sobre el 5, 6 y 7 de febrero. Nunca antes vimos un levantamiento popular semejante, multitudinario, creativo. La imagen fue un elemento decisivo en el movimiento, pancartas, banderas, afiches, máscaras, vestimentas, disfraces y miles de expresiones gráficas-visuales populares, es decir, una explosión de ideas e imágenes para comunicar un solo estado de ánimo: el rechazo

a Bucaram. Algunas de estas imágenes aparecieron en distintos medios de comunicación pero la realidad fue impresionante y nadie ó casi nadie han quedado indiferentes con lo sucedido.

La Asociación de Diseñadores Gráficos, organización dinámica y responsable con el quehacer de la comunicación visual en el país, se hace partícipe de los acontecimientos que tienen trascendencia en la vida nacional, con el deber de recoger imágenes y testimonios que construyen nuestra historia. Por esta razón, la ADG se une a la Asociación Cristiana de Jóvenes y a la Asamblea Permanente de Derechos Humanos para lanzar el Concurso de Ilustración, Fotografía, Cómic-Caricatura, Expresión Gráfica, Afiche y Testimonio: Para que no se olvide, Jornadas Cívicas del 5, 6 y 7 de Febrero.

El Concurso es una misión que no solo corresponde a sus ideólogos y organizadores sino también a la comunidad que en esta ocasión tiene una oportunidad más para expresarse, ya que no hay que olvidar que no hay fuerza que supere a un pueblo unido y que la imagen es el recurso más poderoso que posee.” (Calderón, 1997).

Es así que el concurso “Para que no se olvidé” se realiza el 5, 6, y 7 de febrero de 1997 como una forma de dejar constancia sobre la indignación y rechazo ante un presidente mediante la gráfica. Se receptan trabajos en las categorías: Ilustración, Fotografía, Cómic-Caricatura, Expresión Gráfica, Afiche y Testimonio. Receptando trescientos trabajos de ciertas ciudades del país: Guayaquil, Cuenca, Machala, Quito, Riobamba y Ambato.

Seleccionándose los siguientes trabajos como ganadores: categoría expresión gráfica y afiche: premio a “Caretario” de Tito Molina y Adolfo Macías y mención de honor a “Que vuelvan... pero presos” de María Luz

Calisto. En la Categoría ilustración, cómic y caricatura: mención de honor es para la caricatura de Polibio Eduardo Pereira, titulada: “Un rey Momo en Carondelet”. Categoría Fotografía: Premio a Jorge Vinueza. El jurado además otorga menciones especiales a “Flores de Febrero”, tapiz de Carmen Vicente y a “Valientes hombres de mi patria” de Ana Fernández. (Calisto & Calderón, 2011, p. 215).

2.1.5.5. De Tercera Bienal del Afiche a Tercera Bienal de Diseño Gráfico en el Ecuador

En el año de 1998, asume la dirección una nueva directiva, conformada por: Esteban Salgado, Silvio Giorgi, María Belén Mena y Juan Lorenzo Barragán. Gracias al éxito obtenido en las dos bienales organizadas por la ADG, ésta toma un rumbo más comercial, consiguiendo abrir su primera oficina, haciendo uso de los recursos obtenidos hasta la fecha. Durante el año de 1999 los acontecimientos económicos ocurridos en el país, a causa de la congelación de las cuentas bancarias, llevan a la ADG a una fuerte crisis económica. Y no es hasta el año 2000 que su nueva directiva se propone organizar una nueva Bienal (Calisto & Calderón, 2011, p. 219). Bienal que amplía sus horizontes, ampliando también sus categorías, enfocándose a toda la producción en lo que se refiere a Diseño Gráfico del país. Es así que se decide cambiar el nombre de la tercera edición a “Tercera Bienal de Diseño Gráfico en Ecuador”.

Antonio Mena se pronuncia al respecto, de la siguiente forma:

“Organizar la Tercera Bienal del Afiche, implicaba considerar el éxito y prestigio de las dos Bienales anteriores y, a su vez, actualizar la nueva Bienal a los requerimientos del Diseño Gráfico en los últimos años y las nuevas tendencias, tanto conceptuales como técnicas. La Tercera Bienal del Afiche debía constituirse en un espacio no solamente de

exhibición, sino también de reflexión del acontecer del Diseño Gráfico ecuatoriano. Una vez claro este objetivo, se decidió ampliar las categorías y no dedicar la Bienal exclusivamente al afiche, como en las Bienales anteriores, incorporando las categorías de participación a otros campos del Diseño Gráfico como editorial, logotipo, camiseta y a nuevos medios representados por el CD-Rom y el diseño para Web” (Mena, 2000).

La Tercera Bienal de Diseño Gráfico en Ecuador se desarrolla durante cinco días en el mes de mayo del año 2000, exactamente del 16 al 20 de ese mes. Teniendo como invitados internacionales los siguientes: Lex Drewinski diseñador polaco radicado en Alemania, Roberto García Balza de Argentina, Motomishi Nakamura de Japón, y el diseñador David Bishop de Estados Unidos. Se conforma además el jurado ecuatoriano, figurando los siguientes miembros: Juan Carlos Laso de Cuenca, Pilar Larrea de Quito, Tito Molina de Quito, Raúl Jaramillo de Guayaquil y Jorge Encinas, diseñador español radicado en la ciudad. (Calisto & Calderón, 2011, p. 309)

Se receipta 311 piezas de las cuales se seleccionan 147, resultando como ganadores de la Tercera Bienal de Diseño Gráfico en Ecuador los siguientes: primer puesto, “Pablo Cardoso al Fin del Milenio” de Fabián Álvarez (Cuenca); segundo puesto, “Arts-Américas”, Galería de Arte en la Web de Sandro y Silvio Giorgi (Quito); tercer puesto, “Tribal Web Site” de Alfredo Rúales, Tribal diseño (Quito). Y por categorías:

- Categoría Logotipos: primer lugar, “Arts-Américas”, de Sandro y Silvio Giorgi (Quito); segundo lugar, “Red de Artesanos del Centro Histórico de Quito”, de Sandro y Silvio Giorgi (Quito).
- Categoría Plegables: primer lugar, “Segunda Comunicación Alace 2000” de Salomé Flores (Quito); segundo lugar, “Imprenta Mariscal” de María Belén Mena (Quito); tercer lugar, “Correo Directo Ticket

Más” de Boris Mantilla (Quito).

- Categoría Afiche: primer lugar, desierto; segundo puesto, “Ratas, Ratones, Rateros”, de Ánima (Quito); tercer puesto, “Cuarto Festival de Teatro” de Wellington Ayllon (Quito);
- Categoría Catálogos: primer lugar, “Pablo Cardoso al Fin del Milenio” de Fabián Álvarez (Cuenca); segundo lugar, folleto “Giotto” de Sandro y Silvio Giorgi (Quito); tercer lugar, “Artemis” de María Loor (Guayaquil).
- Categoría CD-Rom: primer lugar, desierto; segundo lugar, “5 de febrero de 1997. Un toque de historia” de Yagé (Quito); tercer lugar, “Decosa Muebles” de Boris Cornejo (Quito).
- Categoría Website: primer lugar, “Tribal Web Site” de Alfredo Rúales, Tribal diseño (Quito); segundo lugar, “Eskeletra” de Yagé (Quito); tercer lugar, “artedavidperez” de Fabián Álvarez (Cuenca).
- Categoría Libros: primer lugar, “De la cocina de Manabí” de María Mercedes Moreno; segundo lugar, “El encanto de Valdivia” de María Belén Mena (Quito); tercer lugar, desierto.
- Categoría Camisetas: primer lugar, “Las tejedoras de la selva” de Soledad Zurita (Quito); segundo lugar, desierto; tercer lugar, “Life is a full of surprises” de Wellington Ayllon (Quito).
- Categoría Revista: segundo lugar, “Mundo Diners” de Juan Lorenzo Barragán (Quito).
- Categoría Calendarios: primer lugar, “Fundación Ecológica Andrade” de María José Vélez (Quito); segundo lugar, desierto; tercer lugar, “Vuela 1997” de María Belén Mena (Quito).

Luego de este gran cambio en la Bienal y todos los acontecimientos acaecidos, y todos los avances presentados, en 2001, la dirección de la ADG es asumida por Mario Arboleda, Rosana Costa, Antonio Mena y Lucía Gándara. Con este cambio de directiva se plantea los siguientes propósitos:

la publicación del Primer Catálogo de Diseño Gráfico, ADG, la realización de la Cuarta Bienal de Diseño Gráfico en Ecuador, y otras actividades más. (Calisto & Calderón, 2011, p. 310)

2.1.5.6. Cuarta Bienal de Diseño Gráfico en el Ecuador

Además de todas las nuevas categorías que se añadieron en la anterior edición (fruto de su primera transformación) se añade también la categoría Afiche inédito con el tema “La Migración”, como una forma de promover los nuevos trabajos por parte de estudiantes y profesionales del Diseño Gráfico del país. La bienal se realiza esta vez desde el 13 al 19 de mayo en Quito en el año 2002. Teniendo como invitados internacionales los siguientes: el diseñador gráfico francés Alain Le Querrec, especialista en afiches políticos, sociales y culturales; el diseñador gráfico mexicano Xavier Bermúdez Bañuelos, organizador de la Bienal Internacional del Cartel en México; el diseñador gráfico argentino, Javier Alcaraz, promotor del Proyecto de Comunicación Independiente de Intervención Urbana, PARE y Don Whelan, diseñador gráfico y comunicador visual norteamericano, especializado en diseño de páginas Web. (Calisto & Calderón, 2011, p. 313).

Se reciben muchos trabajos de ciertas ciudades del país, y luego de someterse a selección se obtienen los siguientes resultados, tres premios globales y otros por cada categoría de participación:

Primer premio, Giotto (Quito); segundo premio, Fabián Álvarez (Cuenca); tercer premio, Daniel Álvarez (Cuenca).

- Categoría Afiche: primer lugar, desierto; segundo lugar, “Masculinidades en América Latina” de Antonio Mena (Quito); tercer lugar, “David Carson en Ecuador” de Esteban Salgado (Quito).

Mención especial, “Sociedad, colección de 10 afiches” de María Belén Mena y Silvio Giorgi (Quito).

- En la categoría Logotipo: primer lugar, “Enigma” de Giotto (Quito); segundo lugar, “Cámara Franco-ecuatoriana” de Enzo-Vinci Comunicación Estratégica (Quito); tercer lugar, “Amount Anda Valey Films” de Anima (Quito).
- Categoría Libro: primer lugar, “Del amor las palabras” de Paula Barragán y María Tobar (Quito); segundo lugar, “Undiscovered realms” de Soho Design (Quito); tercer lugar, desierto.
- Categoría Catálogo: primer lugar, Termikon Giotto (Quito); segundo y tercer lugar, desiertos.
- Categoría Afiche Inédito: primer lugar, “They?migrazion” de Daniel Álvarez (Cuenca); segundo lugar, “Asociación Rumiñahui” de Jorge Encinas (Quito).
- Categoría Plegable: primer lugar, “Algo diferente” de Jorge Encinas (Quito); segundo lugar, Azul Giotto (Quito); tercer lugar, desierto.
- Categoría revista: primer lugar, “Línea Imaginaria” de Tribal dcm (Quito); segundo lugar, “Latitud Metro” de Luis Bencomo y Hugo Carrera (Quito); tercer lugar, desierto;
- Categoría CD-Rom: primer lugar, “Pablo Cardoso” de Fabián Álvarez (Cuenca), segundo y tercer lugar, desiertos. Mención especial, “Revista Groove” de Tribal dcm / Nelson Jácome (Quito).
- Categoría Sitio Web: primer lugar, desierto; segundo lugar, www.giottodg.com de Giotto (Quito), tercer lugar, www.premiermedia.net de Fabián Álvarez (Cuenca), Mención especial, www.kmikaze.com de Heráclito Vera Loo (Quito).
- Categorías Calendario y embalaje, desiertas.

Con cuatro ediciones desarrolladas exitosamente, María Belén Mena, Pablo Iturralde, Silvio Giorgi y Amira Pérez conforman en 2003 la nueva

directiva de la ADG, misma que será además la última de la asociación. (Calisto & Calderón, 2011, p. 313, 317).

2.1.5.7. Quinta Bienal de Diseño Gráfico en el Ecuador

La quinta edición de la Bienal de Diseño en el Ecuador toma lugar del 20 al 29 de mayo del 2004, esta vez durante su inauguración es otorgado un premio honorífico al diseñador Peter Mussfeldt en reconocimiento a su contribución al Diseño Gráfico ecuatoriano. En esta ocasión se realiza también la “Fiestalt” que constituye una serie de exhibiciones de Diseño Gráfico en determinados lugares nocturnos de la ciudad. Como ya es costumbre la bienal cuenta con invitados internacionales de renombre, siendo los siguientes en esta edición: Neville Brody, de Inglaterra, uno de los diseñadores gráficos más influyentes de la última década; Andre Stauffer, director de MetaDesign de Suiza y curador de los logos de Audi y de Volkswagen; nuevamente el ilustrador colombiano Edgar Rodez; Paul Ryan, videógrafo de The New School de Nueva York; Genevieve Williams, profesora de School of Visual Arts de Nueva York; el diseñador gráfico Javier Alcaraz de Argentina, los diseñadores gráficos Peter Mussfeldt, Silvio y Sandro Giorgi, Eduardo Villacís y Artegestión de Ecuador. (Calisto & Calderón, 2011, p. 323).

Luego de una ardua deliberación por parte del jurado encabezado por Neville Brody, se obtiene los siguientes resultados:

Ganadores de la Quinta Bienal: primer lugar, “Las Divas de la Tecnocumbia” del Museo de la Ciudad de Quito: Natalia Aguilar, María Luz Calisto y el equipo del proyecto Divas de la Tecnocumbia; segundo lugar, “Paúl Jauregui CD-ROM” de Tribal (Quito); tercer lugar, “Sesos CV envase y embalaje” de Sesos CV (Quito).

- Categoría Afiche: primer lugar, “Migración” de Antonio Mena (Quito); segundo lugar, “Inédito” de Jorge Encinas (Quito); tercer lugar, “Evolución de Nhora” Salgado (Guayaquil).
- Categoría Logotipo: primer lugar, “Quirogaquioga” de Rafael Ordoñez (Quito); segundo lugar, “Ministerio de Desarrollo Humano” de Giovanna Almeida (Quito); tercer lugar, “La boca del Lobo” de Jorge Encinas (Quito); Mención Categoría estudiantes, “Pasochoa” de Ricardo Novillo (Quito).
- Categoría Editoriales: “Animales descartables” de Fabián Álvarez (Cuenca), segundo lugar, “Más de Artesa” de Fabián Álvarez (Cuenca); tercer lugar, “Fe de erratas” de Fe de erratas (Quito).
- Categoría Plegables, “Clonciliaciones” de Jorge Encinas (Quito); segundo lugar, “Exhibición” de Jaime Núñez (Guayaquil); tercer lugar, “Octava Bienal de Cuenca” de Juan Patiño (Cuenca).
- Categoría Páginas Web: primer lugar, www.arieldawi.com de Daniel Álvarez (Cuenca); segundo lugar, www.ajiestudio.com.ec de Rodolfo Murrieta (Guayaquil); tercer lugar, www.twistermedia.com de Richard Clinch Betancourt (Quito).
- Categoría Envase y embalaje: primer lugar, “Sesos CV” de Sesos CV (Quito); segundo lugar y tercer lugar, desiertos.
- Categoría CD Package: primer lugar, “Las Divas de la Tecnocumbia” por el Área de Comunicación del Museo de la Ciudad de Quito: Natalia Aguilar, María Luz Calisto y el equipo del proyecto Divas de la Tecnocumbia; segundo lugar, “Equilibrio Tomback” de Aurelio Valdez (Quito); tercer lugar, desierto.
- Categoría Ilustración, primer lugar, “Son to mothers” de Paula Barragán (Quito), segundo lugar, “Galápagos en acción” de Wilo (Quito); tercer lugar, “Kempo” de Yor Moscoso (Quito).

Durante la realización de la Quinta Bienal se publica también “Duales y

recíprocos: la comunicación visual del Ecuador”, en la que se muestra imágenes desde la llegada del hombre durante el período del paleo-indio, hasta las más recientes manifestaciones de comunicación visual en el país. Pablo Iturralde uno de los autores del proyecto, comenta: “Se trata de una nueva historia del Ecuador, una entendida desde los mensajes visuales que han logrado emerger de la deriva del tiempo”. (Calisto & Calderón, 2011, p. 324).

2.1.5.8. Cierre de la ADG y desaparición de la Bienal de Diseño Gráfico en el Ecuador

Debido a que la última directiva de la ADG realiza más gastos de los que debía, como consecuencia se realizan asambleas para tratar el tema, y elegir una nueva directiva, intervienen en éstas todos sus socios, pero no se obtiene un buen resultado, es entonces que un grupo de socios de la ADG se ponen en el labor de tomar la nueva directiva de la ADG, constituida por los siguientes nombres: Adn Montalvo, Jorge Encinas y Juan Lorenzo Barragán. Lamentablemente la gestión fracasa, logrando en última instancia la publicación número 36 del periódico de la ADG en septiembre de 2006, constituyendo también la última publicación y cese de las funciones de la ADG y consecuentemente la desaparición de su evento principal: “La Bienal de Diseño en el Ecuador”.

Antonio, miembro de la directiva de la Bienal durante su cuarta edición, se pronuncia al respecto, diciendo:

“Las Bienales era un aval, es decir con críticas ó sin críticas, porque siempre hubo enemigos [...], sin embargo siempre hubo respuesta, por más que hubo crítica paralela la respuesta fue siempre masiva, adquirió su reputación, se trajo muy buenos diseñadores, se movió el asunto, cada vez era mejor[...], se empezaba ya a conocer fuera, digo esto

porque yo tuve oportunidad de estar en la Habana, en México y en parte, era por referencias de la ADG, o sea se asociaba ya al diseño ecuatoriano con la ADG y las Bienales.

Creo que fue un inicio, debió haber continuado en forma más profesional, ahí hubo un error. Creo, viéndolo objetivamente, que debería existir ya no como asociación de diseño, sino como un ente independiente, porque en este caso siempre dependía de la directiva. Si había directiva entusiasta entonces salía chévere, si estaba más o menos, no salía, si la directiva no hacía nada se muere la ADG. Era vertical el asunto.

La Bienal debió haberse mantenido, como una empresa aparte, pero siempre avalada por la ADG, con toda la seriedad. Bueno, así nació, empezó así y empezó bien, tal vez por eso siempre tuvimos la idea que pudimos seguir, pero la realidad es que si no hay ADG, se acaba todo, no solo Bienales, sino todo. Quizás debió haber sido más profesional y tener una visión menos altruista”. Citado en (Calisto & Calderón, 2011).

2.2. Posicionamiento Teórico Personal

En el presente proyecto se recoge y se analiza la importancia del Cartelismo ecuatoriano y su participación en importantes bienales de Cartelismo y Diseño durante los últimos años, constituyéndose así como un registro histórico. Esta producción gráfica a nivel de cartel por parte de diseñadores y artistas ecuatorianos, juega un papel importantísimo en el desarrollo de la profesión y un aporte crucial a la cultura ecuatoriana en lo que se refiere a comunicación visual y más en específico Cartelismo en el Ecuador.

El cartel representa una muestra de la realidad de un país, de su historia, y

de su cultura, y en síntesis una herramienta de comunicación visual muy poderosa. Desde sus inicios de índole publicitaria de la mano artistas como: Jules Cheret o Toulouse-Lautrec; su función ha ido cambiando o diversificándose con los años, actualmente no sólo aborda temas publicitarios, sino que aborda la protesta, el cambio social, la cultura acompañado de este modo al mundo, y constituyéndose como una memoria visual de su historia.

Actualmente el cartel se ha convertido sin lugar a dudas en una herramienta comunicacional de gran impacto, empleada en muchos casos como medio de comunicar ideas, conceptos a través de la gráfica y de una manera más cercana al espectador de quién atrae miradas y expectación, para luego ser persuadido por su mensaje implícito. Un cartel debe ser sencillamente un grito en la pared, y actualmente en muros digitales.

Así mismo su elaboración y gráfica ha ido cambiando y evolucionando, conjuntamente con los movimientos artísticos que marcaron cada época de la humanidad, hoy por hoy encontrándose en un proceso de total experimentación. El cartel ecuatoriano no es exento de todos estos cambios en creación y forma, pasando desde el simple vector o trazos de pincel, a ilustraciones, manipulación fotográfica, y combinaciones recursivas. Y durante todo este proceso de cambio y desarrollo el cartel ecuatoriano ha ido seleccionándose en varios concursos y bienales de Cartelismo y Diseño, lo que supone un nivel de calidad internacional.

La documentación y divulgación de estas obras se hace necesaria, constituyendo a través de cada una de ellas una muestra y un registro histórico de la evolución del cartel en el Ecuador y del Diseño Gráfico ecuatoriano en general.

2.3. Glosario de Términos

Afiche.- herramienta de comunicación visual, muy comúnmente usada dentro del diseño gráfico para fines publicitarios. También llamado cartel.

Poster.- palabra inglesa para referirse al cartel, en español se usa la palabra póster, y su naturaleza es mucha más social.

Cartelismo.- área del diseño gráfico dedicada a la creación de carteles y/o afiches.

Bienal de Cartelismo.- evento que se realiza cada dos años y que reúne la producción más representativa a nivel de Cartelismo en un área nacional o internacional.

Bienal de Diseño.- evento que se realiza cada dos años y que reúne la producción más representativa en las diferentes áreas del diseño.

BICM.- siglas de la Bienal Internacional del Cartel en México, misma que se lleva realizando desde el año de 1990.

BICeBé.- acrónimo de la Bienal del Cartel en Bolivia, realizada en la capital de dicho país, La Paz.

BID.- siglas de la Bienal Iberoamericana de Diseño realizada en Madrid, España.

Ilustración.- representación gráfica de un texto escrito o de una idea en específico.

IBCC.- siglas del Comité de Coordinación de Bienales Internacionales o International Biennales Coordinating Committee en inglés.

Cartel político.- tipo de cartel que aborda temas políticos.

Cartel social.- son carteles que aportan con su gráfica a criticar, reflexionar, responder a problemáticas sociales, con el objetivo de

Cartel cultural.- tipo de cartel realizado con el objetivo de promocionar eventos culturales.

Cartel comercial o publicitario.- en este tipo en particular de cartel o afiche se pone de manifiesto el uso del cartel para mostrar al público un producto o servicio determinado.

Líneas guía.- son una ayuda visual que permite delimitar el espacio en el que se está trabajando durante el proceso de maquetación, así mismo permite distribuir áreas destinadas a tal o cuál elemento dentro de la página.

Retícula.- es una herramienta utilizada para organizar y predisponer cada uno de los elementos, sean estos: gráficos, tipográficos, imágenes, dentro de un espacio, cualquiera que sea el destino de este espacio (afiche, hoja de revista, hoja de libro, etc). Comúnmente está compuesta de líneas que seccionan el área de trabajo.

Producto editorial.- es el resultado de un proceso de Diseño Editorial, y dependiendo del tipo pueden ser: libros, revistas, periódicos, y otros.

Peso tipográfico.- es el conjunto de factores que caracterizan y jerarquizan los elementos tipográficos, haciendo que se diferencien los títulos, los subtítulos y cuerpo de texto. Siendo los principales: el grosor de los trazos de los tipos, el color y contraste.

Legibilidad.- en tipografía es la cualidad que tiene un tipo de letra para ser

leído sin ningún problema desde ciertas distancias, causando así que la lectura sea entendible y fluida.

Maquetación.- también llamada diagramación, es la organización y jerarquización de cada uno de los elementos que van componer desde una página a todo un producto editorial.

Tipografía.- es la representación gráfica del lenguaje.

Tipos.- son cada uno de los caracteres que conforman una tipografía, siendo estos: letras, números, signos, y caracteres especiales.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de Investigación:

3.1.1 Investigación Documental

En el “universo” de publicaciones impresas sobre Metodología de Investigación, se abordan muchas veces conceptos sobre qué es y para qué sirve la Investigación Documental, se pueden apreciar las siguientes definiciones:

Baena (1985) “la investigación documental es una técnica que consiste en la selección y recopilación de información por medio de la lectura y crítica de documentos y materiales bibliográficos, de bibliotecas, hemerotecas, centros de documentación e información,” (p. 72).

Garza (1988) por su parte considera que la Investigación Documental “...se caracteriza por el empleo predominante de registros gráficos y sonoros como fuentes de información..., registros en forma de manuscritos e impresos,” (p. 8).

Todas las definiciones antes mencionadas coinciden en que la Investigación Documental permite obtener documentos nuevos a partir de la revisión y lectura de materiales bibliográficos, ideal en la consecución de los objetivos del presente proyecto, razón primordial por la que se la eligió como el tipo de investigación idónea.

Ahora bien el resultado de un proceso de investigación documental se obtienen en muchos casos: compilaciones, ensayos, críticas valorativas, estudios comparativos, memorias, monografías entre otros (ver Baena, 1985; Tenorio, 1992). Mismos que se describen a continuación brevemente y de los cuales la compilación es la más adecuada para el proyecto.

Ensayos: permiten expresar de manera escrita opiniones, hipótesis, comentarios sobre una temática determinada, mediante un proceso de investigación documental previa. En el caso de ser de tipo científico, este debe presentar conclusiones, resultado de las pruebas realizadas según el tema del que trata.

Memorias: representan sin lugar a dudas una síntesis que documenta los sucesos durante un período de tiempo. (Baena, 1991).

Crítica Valorativa: tienen por objetivo el mostrar las cualidades y falencias de cierto tipo de obras.

Monografía: describe un tema en específico con todas sus características detalladas.

Compilación: permite agrupar cantidades de información dispersa de distintos autores, basándose para ello, en el tema principal de la compilación. Creando así una fuente de estudio.

Estudios Comparativos: comparan las semejanzas y diferencias entre distintas teorías o pensamientos científicos, etcétera; y las presenta de manera textual.

3.2 Métodos

3.2.1 La Recolección de Información

Se determinó a la recolección de información como método principal en el proyecto ya que ésta permite de manera detallada la revisión y estudio de fuentes de información (Libros, publicaciones impresas, y otros) sobre un tema definido previamente, obteniendo en consecuencia gran cantidad de información recopilada, que servirá con el tiempo para la creación de nuevos conceptos o información. Para lograr su cometido este método de investigación, usa técnicas, procedimientos usados para obtener y evaluar la información recopilada, mismas que orientan al investigador a formar juicios críticos sobre el tema.

Éstas se deben seleccionar orientándose en la naturaleza de la información que se desea obtener.

Existen varias técnicas de recolección de información:

Verbales: En este tipo de técnica se recolecta la información de manera oral, se hacen preguntas claves relacionadas con el tema de la investigación.

Son de tres tipos:

Encuestas, Entrevistas, y Cuestionarios.

Oculares: El proceso de recolección de información se realiza de manera directa, se observa en primer plano lo que se desea investigar y se realiza anotaciones, basándose en los hechos.

Las técnicas oculares son las siguientes:

- Observación.
- Comparación o confrontación.
- Revisión selectiva
- Rastreo.

Documentales: Como resultado de esta la información recopilada se presenta de manera escrita. Existen estos tipos: Comprobación y Revisión analítica.

Físicas: Se aplica la inspección directa como forma de recolectar información, acudiendo donde se presentan los hechos.

Escritas: Permite al investigador, documentar de forma escrita cada uno de sus hallazgos, funcionando también como prueba de ellos. Pueden ser de varios tipos:

Análisis, Conciliación, Confirmación, Cálculo, y Tabulación.

3.3 Técnicas

3.3.1 Encuesta

La investigación por encuesta fue escogida como adecuada puesto que es considerada como una rama de la investigación social científica orientada a la valoración de poblaciones enteras mediante el análisis de muestras representativas de la misma (Kerlinger, 1983). Para Baker (1997), en cambio, la investigación por encuesta es un método de colección de datos en los cuales se definen específicamente grupos de individuos que dan respuesta a un número de preguntas específicas. En cambio, para Garza

(1988) cuando una investigación se realiza usando la encuesta, ésta "... se caracteriza por la recopilación de testimonios, orales o escritos, provocados y dirigidos con el propósito de averiguar hechos, opiniones actitudes," (p. 183).

La encuesta, como se describió antes, se usa para el estudio de poblaciones específicas mediante la creación de un determinado número de preguntas, que son respondidas por la muestra o parte de la población encuestada.

Para que ésta cumpla con su propósito, se usa como instrumento el cuestionario.

3.3.2 Entrevista

Una entrevista es una pieza de la interacción social en la cual una persona responde a otra una serie de preguntas sobre un tópico específico, razón suficiente que se consideró en la elección de técnicas para recolección de información, optando por ésta. La entrevista representa sin lugar a dudas una excelente técnica de recolección de la información. La administración de las preguntas se hace en base a una cédula de entrevista o programa de entrevista, las respuestas que se obtienen pueden ser registradas por medios electrónicos o por escrito. (Ávila Baray, 2006)

Al momento de elaborar una entrevista, se deben tomar en cuenta diferentes elementos, de ésta. Por lo que se debe describir claramente que se va a hacer y que no, así mismo instrucciones para el entrevistado, esto evitará que se genere confusión durante el desarrollo la entrevista. Las preguntas tienen que ser claras, para que de esta forma la respuesta dispuesta por quién se entrevista sea precisa, mejorando claramente los resultados de la investigación que se está efectuando.

En lo que se refiere preguntas que presenten alternativas elegibles por el entrevistado, las alternativas deben presentarse de forma clara y concisa, para que éstas no generen confusión y se obtengan los mejores resultados posteriormente.

En el proceso de desarrollo de la entrevista, se sugiere también, que se administre una serie de preguntas de tipo embudo y de sondeo. Las primeras constituyen un tipo especial de preguntas no estructuradas que tienen como propósito obtener información adicional sobre el tema en cuestión (Kerlinger, 1983). Este tipo de preguntas comienzan con un cuestionamiento muy amplio y paulatinamente se van reduciendo a aspectos específicos de interés. Las segundas son cuestionamientos que permiten medir y conocer la información que los entrevistados manejan sobre la temática a tratar y además permiten averiguar en cierta forma los motivos de las respuestas que da el entrevistado. (Ávila Baray, 2006)

Instrumentos: Cuestionario

La encuesta es aplicada a la población de la ciudad de Ibarra teniendo mayor predilección por los estudiantes y profesionales del Diseño Gráfico.

En el caso de las entrevistas, serán destinadas a profesionales y estudiantes dedicados al Cartelismo seleccionados o que han participado en las bienales internacionales antes mencionadas exclusivamente.

El objetivo de las encuestas es el de recolectar información sobre el conocimiento general que tienen del tema del proyecto así como el de identificar, además, la aceptación que este pueda tener. Tomando como muestra en primera instancia a los profesionales y estudiantes de Diseño Gráfico de la ciudad de Ibarra.

En cambio el objetivo de las entrevistas es la de identificar a profesionales

y/o estudiantes que hayan tenido mayor participación y continuidad en estos eventos, y al mismo tiempo profundizar sobre el Cartelismo ecuatoriano y las bienales internacionales.

3.4 Universo:

Cantón: Ibarra, provincia de Imbabura, 181.175 habitantes.

Parroquias: Ambuqui, Angochagua, Carolina, Ibarra, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio.

Población: Parroquia Ibarra, 139.721 habitantes.

Fuente: INEC 2015 (www.inec.gov.ec / www.ecuadorencifras.com)

3.5 Muestra

Para obtener la muestra se tomó en cuenta el número total de habitantes de la ciudad de Ibarra, priorizando su principal parroquia del mismo nombre, siendo un total de 139.721 habitantes.

De los cuales se obtuvo una muestra representativa con una confiabilidad del 95% y un error admisible del 0.05% = 5%, para lo cual se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{PQ.N}{(N-1)\frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

$$n = \frac{0,25.139721}{(139721-1)\frac{(0,05)^2}{(2)^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{34930,25}{(139720)\frac{0,0025}{4} + 0,25}$$

$$n = \frac{34930,25}{(139720)0,000625 + 0,25}$$

$$n = \frac{34930,25}{87,575}$$

$$n = 398,858$$

$$n = 399 \text{ personas.}$$

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ENCUESTAS

RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A ESTUDIANTES Y PROFESIONALES DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO DE LA CIUDAD DE IBARRA REFERENTE AL CONOCIMIENTO QUE TIENEN SOBRE EL CARTELISMO ECUATORIANO Y LAS BIENALES DE CARTELISMO.

Edad:

Gráfico Nº 1: Edad

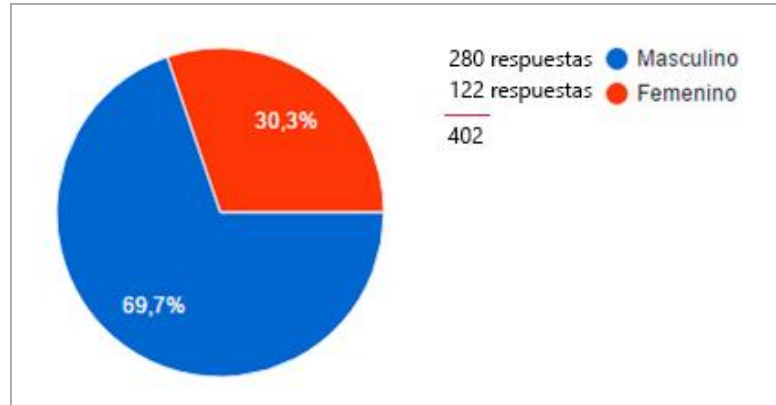


Fuente: Encuesta a público objetivo
Elaborado por: Javier Jarrín

Según los resultados se puede concluir que el presente proyecto tuvo mayor enfoque en los jóvenes de entre 21 y 25 años de edad y de forma proporcional dentro de los otros rangos de edades.

Género:

Gráfico N° 2: Género

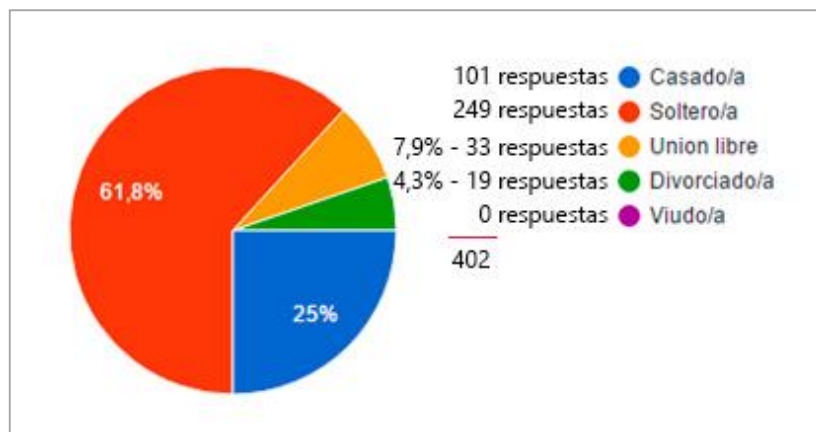


Fuente: Encuesta a público objetivo
Elaborado por: Javier Jarrín

Aunque el número del género masculino es mayor se realizó un trabajo sin ninguna distinción de género sólo tomándose en cuenta para aspectos de Diseño y diagramación.

Estado Civil:

Gráfico N° 3: Estado civil



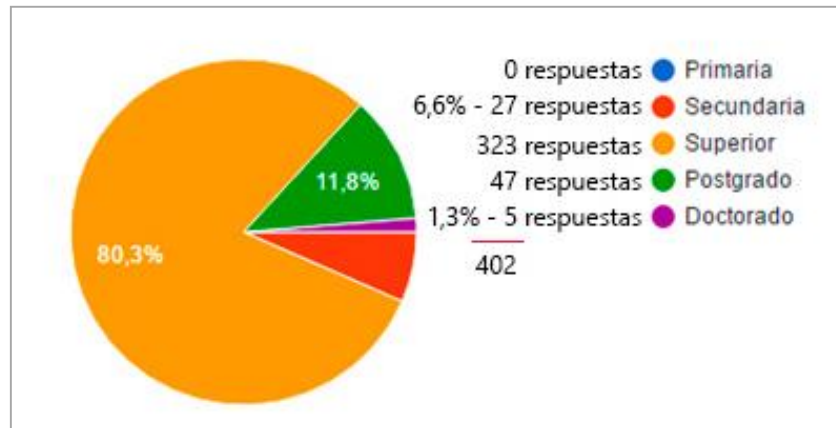
Fuente: Encuesta a público objetivo
Elaborado por: Javier Jarrín

Al tener como público encuestado a estudiantes y profesionales del Diseño

en general vemos de manifiesto que el número de solteros es mayor, suponiendo más de la mitad de la muestra, vinculado totalmente con el rango de edades (21 a 25 años) presente en mayor medida.

Educación (nivel):

Gráfico N° 4: Nivel de Educación

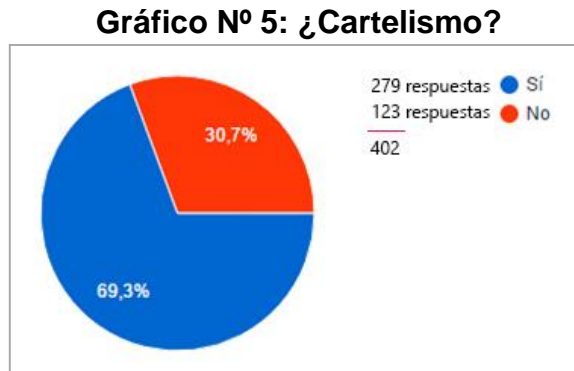


Fuente: Encuesta a público objetivo
Elaborado por: Javier Jarrín

La mayoría de estudiantes o profesionales presentan estudios universitarios superiores, lo que exigió un mejor desarrollo del proyecto final en cuanto a calidad y concepto.

PREGUNTAS:

1.- ¿Sabe usted a qué se refiere el término Cartelismo?

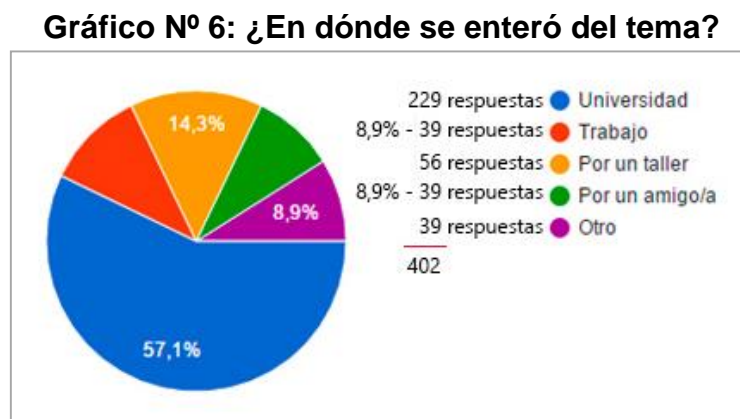


Fuente: Encuesta a público objetivo

Elaborado por: Javier Jarrín

El conocimiento de este término permite profundizar aún más en el tema a través del proyecto y en el caso del desconocimiento del término hace referencia a que se necesita dar a conocer aún más información sobre el tema.

2.- ¿En dónde o cómo se enteró del tema?



Fuente: Encuesta a público objetivo

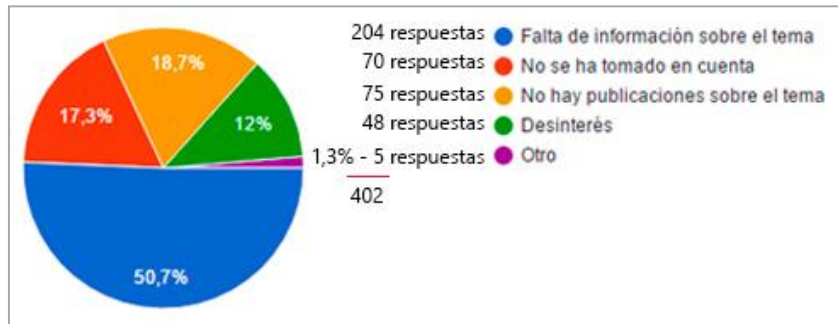
Elaborado por: Javier Jarrín

Se puede apreciar en lo anterior que el conocimiento sobre el tema se ha

producido mayormente gracias a una institución educativa, esto habla mucho de cómo las instituciones de educación superior representan un papel crucial en la difusión del tema.

3.- ¿A qué cree usted que esto se deba?

Gráfico N° 7: Causas de desconocimiento



Fuente: Encuesta a público objetivo
Elaborado por: Javier Jarrín

En los resultados que se muestran en el anterior gráfico podemos ver claramente que el desconocimiento del tema se debe en mayor medida a “la falta de información sobre el tema”, problema al que se quiere dar respuesta y aporte mediante el proyecto. Esto referente claro está al grupo de personas que no tienen conocimiento del tema en cuestión.

4.- ¿A qué piensa usted que se refiere el Cartelismo?

Gráfico N° 8: ¿Qué es el Cartelismo?

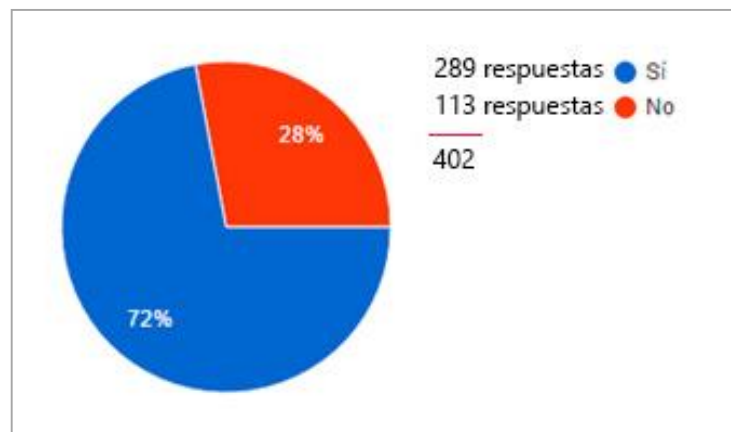


Fuente: Encuesta a público objetivo
Elaborado por: Javier Jarrín

Observamos que la mayoría sabe a qué se refiere el Cartelismo lo que es propicio para la ejecución del proyecto y la obtención de mejores resultados, así como cumplir el objetivo de dar a conocer la producción a nivel de Cartelismo ecuatoriano a profesionales y estudiantes del Diseño Gráfico.

5.- Teniendo en cuenta que el Cartelismo es un área del Diseño gráfico enfocada al diseño de Carteles/Afiches/Posters. ¿Conoce usted profesionales ecuatorianos (Cartelistas, Diseñadores gráficos, Artistas, etc.) que se dediquen a esta actividad?

Gráfico N° 9: Conocimiento sobre existencia de Cartelistas



Fuente: Encuesta a público objetivo
Elaborado por: Javier Jarrín

Conociendo el porcentaje de estudiantes y profesionales del Diseño Gráfico de la ciudad de Ibarra, que tienen conocimiento de profesionales que se dediquen al Cartelismo se puede medir también el porcentaje de aceptación que podría tener el proyecto en cuestión.

6.- ¿Cuántos de ellos conoce?

Gráfico N° 10: ¿Cuántos conoce?

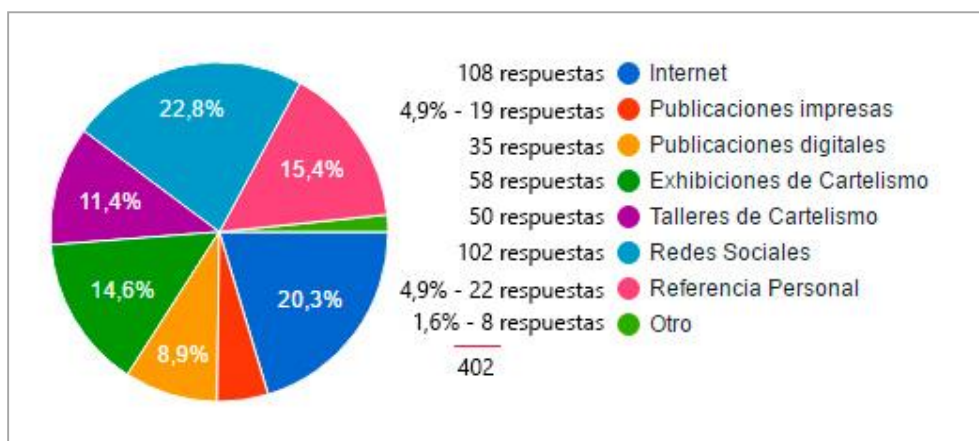


Fuente: Encuesta a público objetivo
Elaborado por: Javier Jarrín

De las personas que dicen conocer sobre el tema más del cincuenta por ciento conoce a más de dos profesionales dedicados al Cartelismo, ahora a partir de esto se podría inferir el interés que puede tener la gente ante otros trabajos de otros cartelistas y/o diseñadores gráficos del país.

7.- Señale el o los medios por los que conoció a estos profesionales ecuatorianos:

Gráfico N° 11: ¿Por cuáles medios se dieron a conocer?

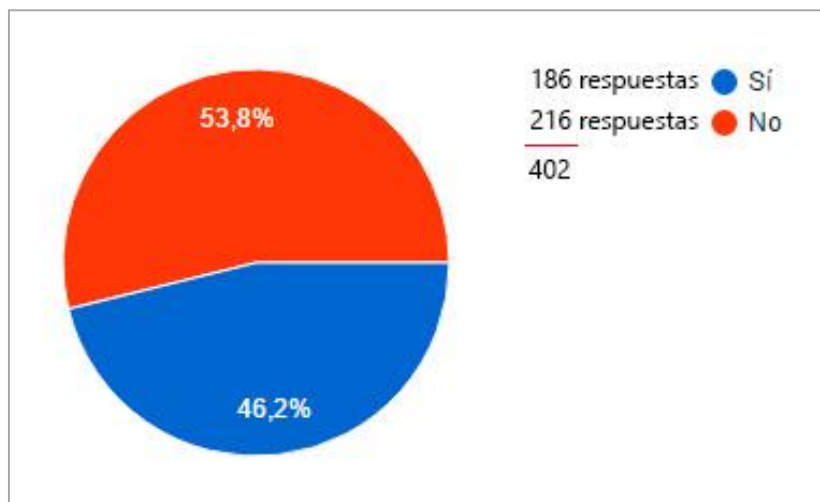


Fuente: Encuesta a público objetivo
Elaborado por: Javier Jarrín

Al presentarse como medio idóneo de publicación y difusión, las redes sociales, e internet en segundo lugar, se establecen estos dos medios como principales formas de publicar y difundir el resultado de la propuesta a desarrollar.

8.- ¿Sabe usted si sus trabajos (entendiendo estos como afiches/carteles/posters) han sido seleccionados en concursos o Bienales de Diseño o Cartelismo?

Gráfico N° 12: Cartelistas y bienales



Fuente: Encuesta a público objetivo
Elaborado por: Javier Jarrín

La mayoría de los encuestados (estudiantes y profesionales del Diseño Gráfico) no tienen conocimiento sobre trabajos realizados por ecuatorianos seleccionados en bienales, un aspecto al que se quiere dar respuesta con la recopilación y difusión de cada uno de sus trabajos.

9.- ¿Cuál diría usted que es la razón de no conocer ninguno de estos profesionales?

Gráfico N° 13: Posibles razones de desconocimiento sobre éstos

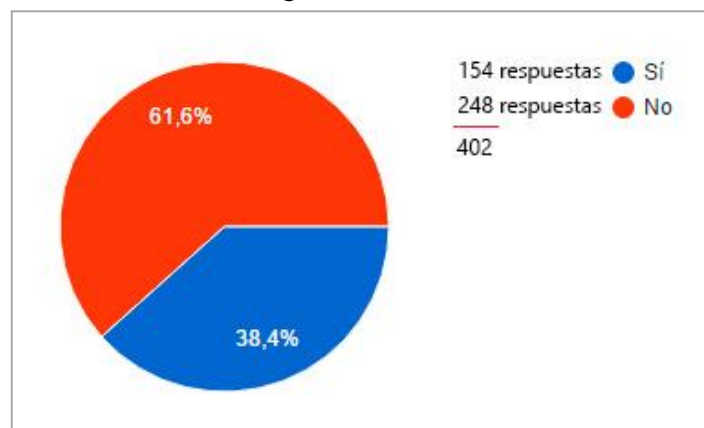


Fuente: Encuesta a público objetivo
Elaborado por: Javier Jarrín

El gráfico anterior muestra claramente que la falta de información sobre Cartelistas, está totalmente vinculada con la falta de publicaciones sobre estos profesionales y la consecuente difusión de sus trabajos y sus carreras vinculadas con el Cartelismo. Y en menor medida se encuentran como posibles causas el desinterés y la falta de exhibiciones del trabajo de éstos.

10.- ¿Conoce usted de qué tratan las Bienales de Cartelismo?

Gráfico N° 14: ¿Bienales de Cartelismo?

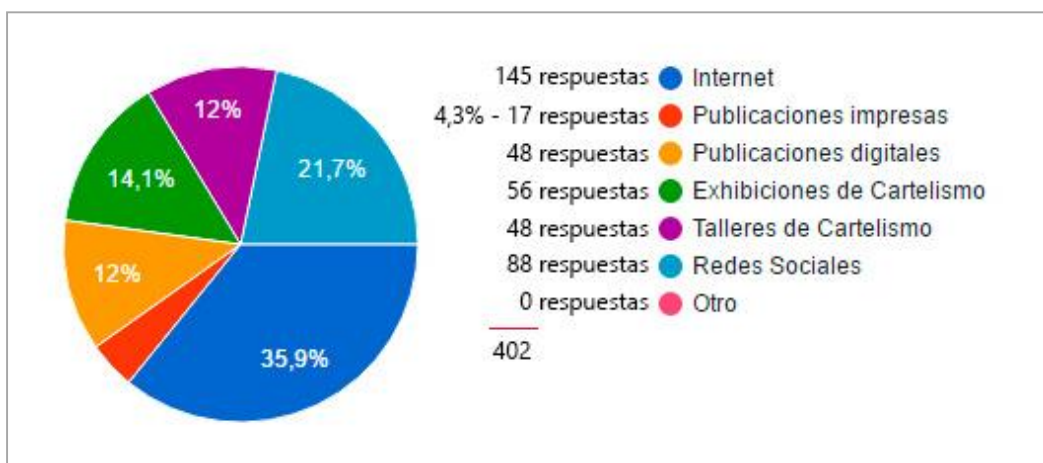


Fuente: Encuesta a público objetivo
Elaborado por: Javier Jarrín

El desconocimiento sobre Bienales de Cartelismo impulsa aún más la consecución de los objetivos del proyecto, enfocado de que a través de los trabajos ecuatorianos se conozca también parte de las bienales internacionales que existen.

11.- Señale el o los medios por las que se familiarizó con las Bienales de Cartelismo:

Gráfico N° 15: Medios idóneos para informarse sobre Bienales

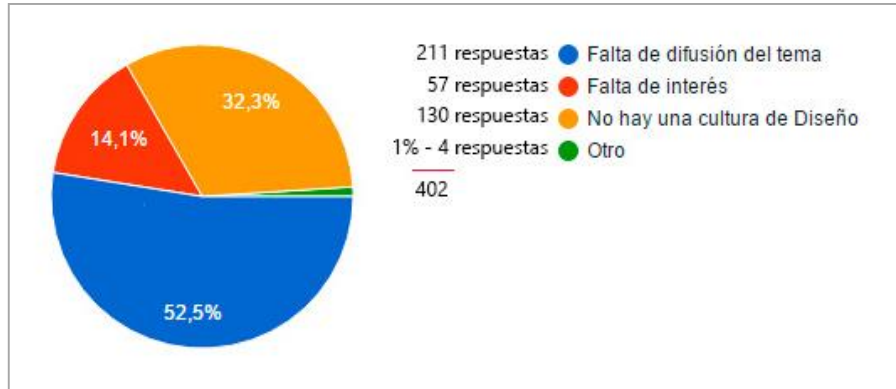


Fuente: Encuesta a público objetivo
Elaborado por: Javier Jarrín

Medios como redes sociales e internet constituyen herramientas propicias para la publicación y difusión del presente proyecto, permitiendo dar mejor respuesta a los objetivos propuestos, ya que las personas que se familiarizaron con el tema mencionado usaron estos medios para hacerlo, además que suponen potentes canales de distribución.

12.- Cuál cree usted que es el motivo de su desconocimiento:

Gráfico N° 16: Bienales ¿Por qué no se conocen?



Fuente: Encuesta a público objetivo
Elaborado por: Javier Jarrín

Tomando en cuenta la opinión de nuestro público se hace necesario mayor difusión sobre el tema: Bienales de Cartelismo, y además el educar a las personas, tanto diseñadores, como personas dedicadas a otras carreras sobre temas de diseño, logrando un mejor conocimiento de estos temas.

13.- ¿Cree usted que se debería documentar y dar a conocer la participación de estos profesionales del Diseño Gráfico en Bienales Internacionales de Cartelismo, cuál sería su importancia?:

Gráfico N° 17: Nivel de aceptación

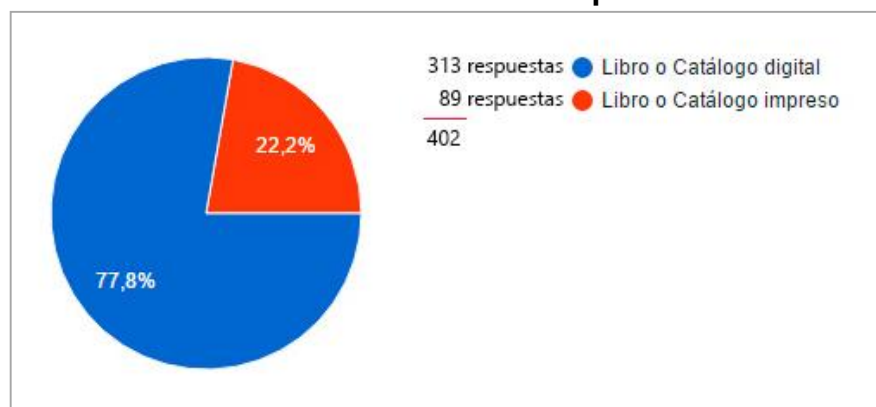


Fuente: Encuesta a público objetivo
Elaborado por: Javier Jarrín

En el anterior gráfico se puede ver representada de manera visual el nivel de aceptación que tiene nuestra muestra para con la realización del objetivo principal del proyecto. Lo que representa una buena muestra de cómo reaccionaría la gente ante la publicación y difusión del proyecto.

14.- Señale cuál de estas opciones considera más apropiada para documentar la participación ecuatoriana en Bienales Internacionales de Diseño/Cartelismo:

Gráfico N° 18: Determinación de producto final



Fuente: Encuesta a público objetivo
Elaborado por: Javier Jarrín

La publicación de los resultados del proyecto mediante un libro digital permite una mayor difusión y accesibilidad, logrando que éstos se puedan ver en cualquier parte del mundo.

4.2. ENTREVISTAS

4.2.1. ENTREVISTA CON EL DISEÑADOR GRÁFICO ECUATORIANO DAVID JIMÉNEZ

1.- ¿Cuál fue tu primer acercamiento con el Cartel?

En el año 2011, en la clase de semiótica tuvimos como proyecto la elaboración de carteles en contra de la violencia. A raíz de eso surgió mi pasión por los carteles.

2.- ¿Qué fue lo que te motivo a dedicarte al Cartelismo?

La verdad siempre, desde pequeño me ha llamado la atención los carteles, especialmente cuando iba al cine. Y ahora que poseo algo de conocimiento y herramientas es un gusto enorme poder dedicarme a ello.

3.- ¿Hoy en día, qué es el Cartelismo para ti?

A manera personal, algo que disfruto mucho. Y a manera general, algo que admiro por su poder comunicacional y estético.

4.- ¿Qué piensas actualmente sobre tus primeros carteles?

Que tienen voz, pero tienen falencias (aún las tengo, pero menos) en cuanto a composición y recursos de diseño utilizados.

5.- ¿Haz participado con tus trabajos en Bienales Internacionales de Cartelismo y/o Diseño, y cuál ha sido tu experiencia en ellas?

Si con la mayoría, y he tenido la suerte de ser seleccionado en varias de ellas, y digo suerte porque al ver el nivel de los demás diseñadores, siento

que le falta muchísimo aun.

6.- ¿Cuáles son para ti, las mejores Bienales de Cartelismo y por qué?

La Bienal de México era para mí la más conocida en la cual tuve la suerte de participar en la categoría estudiantes en el año 2014. La Bienal de Ecuador también, puesto que en apenas su 1era edición recibió más de 10.000 carteles de todo el mundo, quedando alrededor de 500, incluidos 2 míos. La calidad de los trabajos es sorprendente. Apunto también a la Bienal de Bolivia.

7.- ¿Qué opinas acerca de la participación ecuatoriana en estas Bienales? ¿Qué es lo malo y lo bueno?

No creo que haya algo negativo, aparte de no lograr quedar seleccionado. Lo positivo es que cada vez más diseñadores se suman a la causa, y eso es vital para el diseño ecuatoriano.

8.- ¿Qué les dirías a las y los jóvenes que están comenzando en el Cartelismo? ¿Cuál sería tu consejo?

Lo primero, que referencien mucho, investiguen acerca de los cartelistas de todo el mundo, y que no se enfrasquen en un estilo, sino que más bien, experimenten y jueguen mucho con la gran variedad de materiales y recursos disponibles. Hasta el objeto más cotidiano puede convertirse en parte de una pieza gráfica sorprendente.

9.- ¿En tu opinión, piensas que se debería documentar la participación del país en las diferentes Bienales de Cartelismo y/o Diseño existentes? ¿Se debería dar prioridad a los trabajos seleccionados y/o premiados?

Totalmente de acuerdo. Para que sirva de guía y constancia de la mejora gradual de la calidad de los carteles ecuatorianos.

Hablando de prioridades, creo que tanto seleccionados como "rechazados" merecen felicitación, puesto que muchas veces, el criterio de un jurado no es determinante a la hora de decir quién es buen diseñador y quién no. El hecho de participar, no quedar, volver a levantarse y seguir, es digno de admiración. Un aprendizaje constante.

**10.- ¿Conoces el nivel de participación ecuatoriana en estas Bienales?
¿Cuáles según tú serían las Bienales con más participación ecuatoriana a nivel de Cartelismo?**

Claro. Está en un muy buen nivel y cada vez mejor. Ecuador está muy presente en la Bienal de México, Bolivia y Ecuador.

11.- ¿Consideras que el Cartelismo en el Ecuador ha llegado a su punto más alto, qué apenas está comenzando o está en proceso de crecimiento?

Considero que está apenas empezando, hay mucha gente talentosa que solo falta que conozca el mundo del Cartelismo para empezar a crear magníficas obras.

Análisis: Las instituciones educativas como se puede apreciar en las respuestas del entrevistado, son el lugar perfecto para incentivar al estudiante a crear nuevas cosas, a inmiscuirse en este caso en el diseño de cartel. Falta mucho por profundizar en lo que se refiere a Cartelismo ecuatoriano y su participación en bienales internacionales de todo el mundo así como también en concursos de diseño de carteles más prominentes.

4.2.2. ENTREVISTA CON EL CARTELISTA ECUATORIANO MARIO FUENTES

1.- ¿Cuál fue tu primer acercamiento al Cartel?

Este acercamiento se dio cuando cursaba el tercer nivel de la carrera de Diseño Gráfico y Comunicación Visual, específicamente en el transcurso de una investigación realizada en todo el semestre, durante la cual encontré mucha información sobre cartel y más concretamente sobre la bienal del Cartel en México.

2.- ¿Qué fue lo que te motivó a dedicarte al Cartelismo?

Lo que realmente me ha movido siempre es ese interés genuino que siento por el Arte del Cartel, debido a su gran poder de comunicación y de impacto en el espectador y la sociedad. El paso siguiente fue la participación en concursos internacionales que incluía a las bienales y trienales como prioridad, considerando que nuestro país no tenía una suficiente representación en dichos certámenes, especialmente en los que se organizan en Europa y Asia, situación que con el tiempo poco a poco se está superando.

3.- ¿Hoy en día, qué es el Cartelismo para ti?

El Cartelismo no es más que la práctica del Cartel y Cartel es el Arte que da forma y soporte al Pensamiento, en donde la Estética está supeditada al concepto y cuyo propósito es el de promover ideas y capturar miradas.

4.- ¿Qué piensas actualmente sobre tus primeros carteles?

Los considero como parte de un proceso, ya que nunca se podrá dar

grandes saltos sino grandes pasos para así poder acercarnos a los resultados esperados.

5.- ¿Haz participado con tus trabajos en Bienales internacionales de Cartelismo y/o Diseño, y cuál ha sido tu experiencia en ellas?

Si he participado y mi experiencia es variada, pasando por varias etapas de las cuales he aprendido mucho y he podido darme cuenta del nivel de exigencia aplicado en este tipo de concursos.

6.- ¿Cuáles son para ti, las mejores bienales de Cartelismo y por qué?

No me atrevería a catalogarlas de “mejores” porque me parece que etiquetarlas sería un gran error, lo que si te podría señalar son las bienales de gran prestigio, tanto por su permanencia a lo largo de los años así como por su alto nivel de exigencia y por sus aportes a la práctica del Cartel , dentro de estos parámetros sin un orden jerárquico diría que la bienal de Varsovia en Polonia como pionera y a pesar de que este año no abrió su tradicional convocatoria de cartel es una de las que más nos ha marcado a todos quienes estamos vinculados de una u otra manera con el Cartelismo, la trienal de Toyama en Japón es una de las de más alto nivel tomando en cuenta el gran desarrollo del cartel asiático, la bienal del cartel en México a pesar de tener su bemoles no podemos dejar de reconocerla como la más representativa de Latinoamérica, la trienal de Sofía en Bulgaria con su amplio abanico en cuanto a cartel cultural es una gran muestra del diseño de cartel dentro de ese ámbito y por último no puedo dejar de nombrar a la bienal de Rusia que hoy por hoy se ha convertido en la gran vitrina de lo más relevante del Cartelismo mundial. Esto no quiere decir que el resto de bienales y trienales son de menor importancia ya que pienso que cada bienal cumple una función y tiene su propia historia que responde a un contexto histórico.

7.- ¿Qué opinas acerca de la participación ecuatoriana en estas Bienales? ¿Qué es lo bueno y lo malo?

Opino que hace falta mayor participación pues como dije al principio de la entrevista en las bienales y trienales el número de participantes seleccionados es insuficiente. Lo bueno es que en un futuro esta situación cambiará ya que cada vez más las nuevas generaciones empiezan a interesarse por este Arte.

8.- ¿Qué les dirías a las y los jóvenes que están comenzando en el Cartelismo? ¿Cuál sería tu consejo?

Voy a mencionar lo que ya he dicho en otras entrevistas y es que se comprometan al 200%, busquen su impronta personal (no necesariamente un estilo), no se conviertan en clones de nadie, no sean presa fácil de las tendencias, sean autocríticos, cuestionen lo que aprenden dentro y fuera de las aulas, sean irreverentes, perseverantes y sobre todo crean en ustedes mismos.

9.- ¿En tu opinión, piensas que se debería documentar la participación del país en las diferentes Bienales de Cartelismo y/o Diseño existentes? ¿Se debería dar prioridad a los trabajos seleccionados y/o premiados?

Hace falta documentar de forma objetiva y crítica el trabajo de quienes hemos aportado a lo largo de estos años porque si no hay un registro amplio y profundo de los avances que el país va consiguiendo en este campo todo esto no habrá servido para impulsar y motivar a los jóvenes diseñadores para que se comprometan con la práctica del Cartel que es el verdadero objetivo por el cual debemos trabajar. Obviamente se debería dar relevancia a los trabajos seleccionados y premiados, tomando en cuenta

que quienes constan como participantes son aquellos diseñadores que han sido seleccionados, desconociendo el verdadero número de obras enviadas a cada concurso.

10.- ¿Conoces el nivel de participación ecuatoriana en estas Bienales? ¿Cuáles según tú, serían las Bienales con más participación a nivel de Cartelismo?

Considero que hace falta mayor participación ecuatoriana especialmente en lo que a bienales y trienales de Cartel se refiere, pienso que las que más participación han tenido hasta el momento con resultados positivos son la bienal de México, la de Bolivia, la BID (Bienal Iberoamericana de Diseño) y actualmente la Golden Bee de Rusia. En la de Trnava en Eslovaquia y la de Lahti en Finlandia ha sido menor la cantidad de diseñadores seleccionados, pues el shortlist es la única prueba de participación en dichas competiciones.

11.- ¿Consideras que el Cartelismo en el Ecuador ha llegado a su punto más alto, que apenas está comenzando o está en proceso de crecimiento?

Realmente está empezando con pie derecho porque el Ecuador ha comenzado a escribir su propia historia y una muestra de aquello es que ya cuenta con su propia bienal del Cartel como plataforma de visualización y acercamiento a lo más representativo del Cartelismo internacional.

Análisis: se puede apreciar claramente el nivel del entrevistado en lo que a Cartelismo se refiere, esto dice mucho de su carácter de cartelista ecuatoriano, teniendo una idea clara de conceptos básicos sobre cartel y Cartelismo. Se muestra de manifiesto el entorno (Universidades) en el que se tiene el primer contacto con el diseño de cartel, un tema a considerar en

la publicación y difusión del proyecto. La participación en bienales de todo tipo supone experiencias importantes para el desarrollo de un cartelista y su trabajo. Y en lo que se refiere a participación ecuatoriana en estas bienales podemos apreciar que ésta existe pero es necesario que se incremente para representar al país de forma internacional, de esta forma además de mejorar la participación se mejora el nivel de diseño.

4.2.3. ENTREVISTA CON EL DISEÑADOR GRÁFICO ECUATORIANO FELIPE JÁCOME

1.- ¿Cuál fue tu primer acercamiento al Cartel?

Yo estudie artes plásticas así que siempre tuve un acercamiento al cartelismo, sin embargo como participante fue cuando conocí Poster for Tomorrow en el 2013.

2.- ¿Qué fue lo que te motivó a dedicarte al Cartelismo?

Por la capacidad que tiene un cartel de llegar a muchas personas sin importar el idioma o nacionalidad.

3.- ¿Hoy en día, qué es el Cartelismo para ti?

Una oportunidad de crecer para todos los diseñadores y una responsabilidad como actores sociales generadores de un cambio positivo en las personas.

4.- ¿Qué piensas actualmente sobre tus primeros carteles?

Lo tomo como una experiencia positiva, cada día se aprende nuevos sistemas de comunicación y a diseñar más objetivamente.

5.- ¿Haz participado con tus trabajos en Bienales internacionales de Cartelismo y/o Diseño, y cuál ha sido tu experiencia en ellas?

Si he participado, lo espectacular es que tienes la oportunidad de compartir un espacio con diseñadores de élite. Además de conocer gente de muchos países que aprecian tu trabajo.

6.- ¿Cuáles son para ti, las mejores bienales de Cartelismo y por qué?

La Bienal de Bolivia y la Bienal de México, porque son latinoamericanas. En cartelismo europeo está entrando a un estilo acelerado de expresionismo.

7.- ¿Qué opinas acerca de la participación ecuatoriana en estas Bienales? ¿Qué es lo bueno y lo malo?

Lo malo que no hay una plataforma de promoción y difusión sobre la participación de ecuatorianos en las bienales, lo bueno pues obviamente que el Ecuador está llegando a ser unos de los países latinos de más participación en eventos de cartelismo internacional.

8.- ¿Qué les dirías a las y los jóvenes que están comenzando en el Cartelismo? ¿Cuál sería tu consejo?

Que participen, el mundo del cartelismo es genial se conoce mucha gente y los trabajos pueden recorrer el mundo. Y si no entran a las bienales a seguir diseñando y seguir intentando.

9.- ¿En tu opinión, piensas que se debería documentar la participación del país en las diferentes Bienales de Cartelismo y/o Diseño existentes? ¿Se debería dar prioridad a los trabajos seleccionados y/o premiados?

Por supuesto, hay que reconocer el diseño ecuatoriano. Es la motivación de los diseñadores y más aún de los jóvenes que están empezando. Documentarlos sería una alternativa magnífica.

10.- ¿Conoces el nivel de participación ecuatoriana en estas Bienales? ¿Cuáles según tú, serían las Bienales con más participación a nivel de Cartelismo?

Yo diría que la Bienal de México, me parece que el año pasado Ecuador fue el quinto país con más envío de carteles en el mundo.

11.- ¿Consideras que el Cartelismo en el Ecuador ha llegado a su punto más alto, que apenas está comenzando o está en proceso de crecimiento?

Para nada, creo que recién está comenzando, y es ahí donde debemos unirnos para fortalecer ese crecimiento gráfico a través de concursos y festivales de cartelismo.

Análisis: se ve reiterado la influencia de los lugares de estudio en el primer acercamiento que tienen los diseñadores gráficos y/o cartelistas con el Cartelismo, además de a presencia de convocatorias abiertas para innumerables concursos (Poster for Tomorrow) y bienales internacionales. También se vuelven recurrentes el nombre de bienales reconocidas como: Bienal del Cartel Bolivia o BiCeBé y la Bienal Internacional del Cartel en México constituyéndose las más reconocidas a nivel de Latinoamérica.

4.2.4. ENTREVISTA CON EL DISEÑADOR GRÁFICO ECUATORIANO ANTONIO MENA

1.- ¿Cuál fue tu primer acercamiento al Cartel?

Desde pequeño me expresaba a través del dibujo; mi padre fue arquitecto y mi abuelo pintor, de modo que en mi familia siempre hubo afinidad a las expresiones creativas y la plástica. Ya en los últimos años de secundaria empecé a interesarme por el diseño gráfico; me gustaban mucho las portadas de libros, las portadas de discos y también los carteles de cine, por lo que decidí que el diseño gráfico sería una profesión para mí. Como en aquellos años no existía la carrera de diseño gráfico en Ecuador, fui a estudiar en Alemania en donde el diseño en general y particularmente el cartel, tiene una tradición muy rica y a la vez son muy innovativos.

2.- ¿Qué fue lo que te motivó a dedicarte al Cartelismo?

Por un lado, como ya lo expliqué, la oportunidad de formarme en un país con fuerte presencia en el diseño gráfico, me motivó mucho en lo referente al diseño de carteles y cuando regresé a Quito, tras terminar mis estudios, allá por 1984, tuve la suerte de vincularme por un par de años con la Gerencia de Difusión Cultural del Banco Central, que organizaba distintos y variados eventos culturales como teatro, música, ferias, danza y muchas actividades culturales para las que yo tenía que diseñar los carteles. Fue una época increíble en la que pude iniciarme profesionalmente con mis temas preferidos. Tuve mucha suerte.

3.- ¿Hoy en día, qué es el Cartelismo para ti?

Si lo comparo con los primeros años en los que me dediqué al mismo, en la era predigital, frente a lo que sucede actualmente, la dinámica del cartel

ha variado muchísimo. Pienso que la forma de difundir mensajes a través de medios digitales, especialmente el Internet transformó también la manera de percibirlos. Antes, de acuerdo a mi experiencia, se veía al cartel como un medio eficaz de comunicación y los promotores culturales, las agencias y cualquier persona que quisiera comunicar un evento, apostaba por este medio. En la actualidad se privilegia otros medios más económicos y masivos y el cartel ha sido relegado a un segundo plano. Hay países de larga tradición en los que la presencia del mismo sigue vigente, aunque a menor escala; precisamente en países centroeuropeos, Corea, Japón, Estados Unidos. En el caso ecuatoriano, su demanda es muy escasa y si no fuera por las convocatorias internacionales para concurso como las bienales o los concursos como Poster for Tomorrow, habría muy poco que hacer.

4.- ¿Qué piensas actualmente sobre tus primeros carteles?

Tuve una fuerte influencia del diseño alemán y su tendencia compositiva en base a retículas y al uso limitado de elementos gráficos; un diseño racionalista por excelencia. Creo que eso se percibe especialmente en los primeros trabajos. Con los años pude asimilar otras tendencias menos formalistas y más sensuales e irlas incorporando. El diseño debe adaptarse al medio y evolucionar para mantener su vigencia.

5.- ¿Haz participado con tus trabajos en Bienales internacionales de Cartelismo y/o Diseño, y cuál ha sido tu experiencia en ellas?

Mi primera participación en una bienal internacional, concretamente la de México, fue en 1994; de ahí he participado con cierta regularidad: en la mencionada de México en 2004, 2006, 2008 y 2016; en la Bienal de Bolivia en 2015, en la BID, en 2010 y 2012 y en varias ediciones de la Bienal de la Universidad de Colorado (CIPE). Es importante confrontar su propio

trabajo con el trabajo de otros diseñadores reconocidos y de todo el mundo; da una pauta de las tendencias y orientaciones del diseño. Finalmente es un estímulo creativo que motiva a interesarse y estar presente en la vanguardia del diseño.

6.- ¿Cuáles son para ti, las mejores bienales de Cartelismo y por qué?

De las bienales que he participado, la más grande y completa es la de México, pues convoca a grandes personalidades y ofrece un programa muy interesante de conferencias, talleres y exposiciones, por lo que vale la pena asistir en persona a uno de sus eventos. La de Bolivia ha ganado mucho prestigio y año a año va mejorando. Sobre la BID, que es una bienal sobre diseño en general, se ven propuestas interesantes. No me convence del todo el hecho de que haya que pagar para inscribirse; eso, de alguna manera implica un factor por fuera del diseño que involucra la selección o no de un trabajo, pero dada las condiciones económicas es una tendencia que han adoptado otros concursos. Mi sueño, como el de todo diseñador, sería ser elegido para la bienal más famosa; la de Varsovia.

7.- ¿Qué opinas acerca de la participación ecuatoriana en estas Bienales? ¿Qué es lo bueno y lo malo?

Que haya participantes ecuatorianos seleccionados es desde todo punto de vista positivo y se han perfilado ya varios nombres. Sin embargo no hay que confundir cantidad con calidad. Hay un aspecto negativo que me fue comentado por la directora de una importante bienal: de hecho Ecuador fue uno de los países que mayor cantidad de trabajos envió, pero la mayoría eran trabajos que no tenían las mínimas condiciones para ser presentados y eso repercute negativamente para los diseñadores y para el país. Creo que para enviar un trabajo hay que hacer previamente una autoevaluación muy seria y objetiva; si estoy convencido que mi trabajo es bueno, lo envío,

sino no. Yo dejé de participar por un tiempo (entre 1994 y 2004) porque me parecía que no tenía una propuesta que mereciera estar en una bienal internacional.

8.- ¿Qué les dirías a las y los jóvenes que están comenzando en el Cartelismo? ¿Cuál sería tu consejo?

El diseño de cartel ejemplifica como pocos medios el juego entre forma y concepto; la forma sin concepto se queda en puro esteticismo o estereotipos que no dicen nada. Del mismo modo, un concepto que no encuentra su forma de expresión se pierde, por bueno que sea. Esto hace del cartel un medio complejo que implica destrezas formales sólidas y una cultura general amplia. Un buen cartelista reúne estas dos condiciones: un interés vital en el diseño, su historia y su vanguardia así como una habilidad en generar conceptos originales que puedan traducirse en formas gráficas y eso solo se logra interesándose en temas no solo de estética sino de la cultura en general. En otras palabras, el diseño de cartel (y en general el diseño gráfico) no solamente es una actividad, sino una actitud; es estar abierto a nuevos conocimientos, a formas de ver, a una actitud crítica con el trabajo de otros, pero principalmente, con el propio.

9.- ¿En tu opinión, piensas que se debería documentar la participación del país en las diferentes Bienales de Cartelismo y/o Diseño existentes? ¿Se debería dar prioridad a los trabajos seleccionados y/o premiados?

Creo que se debería documentar la producción de carteles buenos, en general. El que hayan sido seleccionados a bienales da una pauta de su calidad, pero no agota la producción total. Debería promoverse mayor participación de cartelistas en diferentes eventos culturales, sociales o políticos en Ecuador, a través de convenios con instituciones,

universidades, teatros, eventos, etc. En México, por ejemplo, se gestiona mucho la producción de carteles a través de iniciativas locales para eventos de interés de ese país y hay un movimiento muy vivo y de gran calidad. El diseño de cartel en Ecuador sigue siendo muy limitado.

10.- ¿Conoces el nivel de participación ecuatoriana en estas Bienales? ¿Cuáles según tú, serían las Bienales con más participación a nivel de Cartelismo?

De mi experiencia, las bienales con mayor participación han sido las de Bolivia y México. Hay ahora mucho interés en concursos que se promueven a través del Internet como Golden Bee en Moscú o Poster for Tomorrow, que se han vuelto muy populares.

11.- ¿Consideras que el Cartelismo en el Ecuador ha llegado a su punto más alto, que apenas está comenzando o está en proceso de crecimiento?

Yo diría que está en proceso. Hay una generación joven de cartelistas que es muy activa y de calidad; sin embargo falta mucho por recorrer. El cartelismo como tal, no lo constituyen solamente unos cuantos exponentes; involucra también una cultura visual, una sensibilidad de la sociedad; y eso todavía está muy lejos de cuajar.

Análisis: Antonio Mena al igual que Mario Fuentes son profesionales ampliamente reconocidos en el mundo del cartel, han participado en varias bienales internacionales (3 de ellas incluidas en este proyecto recopilatorio) y han obtenido en ellas selecciones durante los años. Se ve de manifiesto la falta de una cultura alrededor del Cartelismo, no sólo por parte de diseñadores gráficos o cartelistas, sino como una respuesta de la sociedad misma ante esta actividad. Se hace necesario entonces la difusión ante la

sociedad de trabajos y sus autores como aporte a la consecución de este objetivo.

4.2.5. ENTREVISTA CON CHRISTOPHER SCOTT, PRESIDENTE DE LA BIENAL ECUATORIANA DEL CARTEL O ECUADOR POSTER BIENAL (TRADUCCIÓN)

1.- ¿Cuál fue tu primer acercamiento al Cartel?

Siempre he estado interesado en el arte y el diseño pero nunca enfocado en el medio del cartel hasta el año 2008, cuando cree mi primer cartel real llamado "Dead Leaf". Después de crear ese cartel me obsesioné con la historia del cartel y me di cuenta durante esta investigación que el cartel es una cronología del mundo y éste puede tener un importante impacto en la sociedad.

2.- ¿Qué fue lo que te motivó a dedicarte al Cartelismo?

Fue algo a lo que no estaba motivado o aspiraba a hacer, más bien fue como que caí en ello. No soy una persona religiosa o algo así pero Yo creo que fue el destino o una llamada.

3.- ¿Hoy en día, qué es el Cartelismo para ti?

Quizás antes fue mayormente considerado para propósitos promocionales y publicitarios. Sin embargo, desde el amanecer de la revolución de las redes sociales, plataformas como Facebook, Twitter, Instagram, etc, donde las personas pueden expresar sus opiniones libremente al mundo y de este modo el cartel ha tomado la labor de ser una voz visual de la gente. Esta es la manera en la que un diseñador puede expresar un sentimiento o un problema que existe en el mundo en una forma visual.

4.- ¿Qué piensas actualmente sobre tus primeros carteles?

Durante el proceso de mis primeros carteles en realidad no sabía que estaba haciendo. Sin embargo dentro se formaba una energía extraña porque algo te dice que hacer algo nuevo puede traer resultados nuevos y frescos. Para ser honesto no era realmente un buen estudiante y no estaba creando un buen nivel de diseño gráfico durante mis estudios, pero durante el último semestre algo hizo click y no puedo explicarlo, pero fue como todo el trabajo duro se había unido para combinar lo que estaba visualizando y lo que estaba produciendo. Así que desde el año 2008 hasta ahora creo que mi trabajo ha sido de un buen nivel y no es mi trabajo decir cuáles de mis carteles son mejores durante este tiempo. Dejaré esa opinión a la gente.

5.- ¿Haz participado con tus trabajos en Bienales internacionales de Cartelismo y/o Diseño, y cuál ha sido tu experiencia en ellas?

He ganado unos 250 premios internacionales en muchas competiciones relacionadas con el diseño. Algunos de estos han sido en bienales de Cartelismo en países como Bolivia, Russia, Estados Unidos, Finlandia y otros. En general ha sido una gran experiencia porque una bienal es considerada la cumbre de cualquier competición debido al nivel de los participantes y al número de entradas, normalmente es algo magnifico.

6.- ¿Cuáles son para ti, las mejores bienales de Cartelismo y por qué?

A nivel mundial la “Golden Bee Biennial of Graphic Design” en Rusia es la mejor porque los diseñadores más famosos de todo el mundo participan en ella y en cada edición la bienal recibe más de 15000 entradas lo que significa que es la bienal con más envíos que cualquier otra bienal. En términos de Latinoamérica tenemos la BICEBE la cuál en mi opinión es la

mejor bienal que tenemos aquí en Latinoamérica. Durante su última edición ha crecido para ser un importante evento y exhibición.

7.- ¿Qué opinas acerca de la participación ecuatoriana en estas Bienales? ¿Qué es lo bueno y lo malo?

Para mí es genial que diseñadores ecuatorianos estén enviando sus trabajos y además quedar seleccionados en estas bienales. Lo que para mí está mal es que normalmente los mismos diseñadores ecuatorianos son seleccionados cada vez. Obviamente esto quiere decir que en este momento hay 3 o 4 diseñadores que están en un nivel excepcional, pero Yo quisiera ver nuevos diseñadores ecuatorianos talentosos mostrando su talento a nivel mundial. Durante los últimos años ha comenzado a pasar, lo que me emociona mucho y me hace mirar el futuro del cartel en Ecuador.

8.- ¿Qué les dirías a las y los jóvenes que están comenzando en el Cartelismo? ¿Cuál sería tu consejo?

Que trabajen más duro que cualquiera que conozcan. Siempre recuerden que el diseño es un proceso e investigación, y bocetar es la clave para desarrollar un buen cartel.

9.- ¿En tu opinión, piensas que se debería documentar la participación del país en las diferentes Bienales de Cartelismo y/o Diseño existentes? ¿Se debería dar prioridad a los trabajos seleccionados y/o premiados?

Sería una colección muy interesante y en lo personal me encantaría verla. Sería difícil de recolectar todos los carteles a través de la historia de las bienales y además obtener los derechos de uso para mostrar todos los carteles pero sería algo visualmente impresionante y una importante

exhibición del Cartelismo en el Ecuador.

**10.- ¿Conoces el nivel de participación ecuatoriana en estas Bienales?
¿Cuáles según tú, serían las Bienales con más participación a nivel de
Cartelismo?**

Generalmente tenemos participantes como Mario Fuentes, Santiago Gómez y Yo. Normalmente nosotros participamos en la BICEBE por la conexión latinoamericana pero personalmente es grandioso ver diseñadores ecuatorianos siendo seleccionados en bienales de Cartelismo en países como China, Rusia, Polonia, etc.

**11.- ¿Consideras que el Cartelismo en el Ecuador ha llegado a su
punto más alto, que apenas está comenzando o está en proceso de
crecimiento?**

Yo creo que es sólo el comienzo. No hay que olvidar lo que hicimos en el pasado pero Yo en verdad creo que en 10 a 20 años Ecuador será una potencia en Cartelismo y los diseñadores ecuatorianos serán seleccionados y ganarán todas las mejores bienales del mundo.

Análisis: Christopher Scott es un cartelista irlandés nacionalizado ecuatoriano, reconocido ampliamente en el ámbito nacional e internacional, actualmente es el presidente de la Bienal Ecuatoriana del Cartel o Ecuador Poster Bienal. La forma en que cada uno de los entrevistados logran su primera interacción con el diseño de carteles es variada pero existe un constante factor que crea este primer vínculo: la vocación por el arte y el diseño en general. Así mismo la experiencia en participaciones en bienales de todo tipo supone una experiencia esencial dado a su nivel y exigencia.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Gracias al desarrollo del presente proyecto: Recolección de la producción gráfica a nivel de Cartelismo ecuatoriano seleccionado en las bienales internacionales: Bienal Internacional del Cartel en México (BICM), Bienal Iberoamericana de Diseño (BID) y la Bienal del Cartel Bolivia (BiCeBé) durante el período 2006 – 2015, se puede dar a conocer que se alcanzó a cumplir los objetivos propuestos y de todo este trabajo de recopilación realizado se muestran las siguientes conclusiones y recomendaciones adquiridas durante el proceso.

5.1. Conclusiones

Sí bien es cierto el conocimiento sobre el Cartelismo ecuatoriano por parte de estudiantes y profesionales de la carrera de Diseño Gráfico es parcial en la ciudad de Ibarra, éste se ha ido incrementando durante los años, gracias a talleres, exhibiciones, universidades y a organizaciones nacientes como la Ecuador Poster Bienal o Bienal Ecuatoriana del Cartel logrando una atención idónea para la presentación del presente proyecto. Cerca del 60% de la población encuestada tiene conocimiento del tema y más del 30% de están al tanto de trabajos realizados por profesionales ecuatorianos dedicados al Cartelismo.

Se recopilaron 60 carteles en total, seleccionados durante 3 ediciones de la BiCeBé, 5 ediciones de la BICM y 4 ediciones de la BID, todas ellas comprendidas durante los años 2006 hasta el año 2015. Figurando 24

autores, la mayoría entre estos profesionales del Diseño Gráfico y en muy poca medida Agencias de Diseño conjuntas.

Con desarrollar el presente proyecto, se logra dar a conocer profesionales del Diseño Gráfico dedicados al Cartelismo a través de sus trabajos y con esto el incentivo al talento ecuatoriano en lo que a esto se refiere. Además de cumplirse el principal objetivo de documentar la producción gráfica a nivel de Cartelismo ecuatoriano seleccionado en Bienales Internacionales, se contribuye al registro histórico del Diseño Gráfico en el Ecuador.

5.2. Recomendaciones

Es recomendable profundizar aún más en el tema, y contemplar más Bienales de Cartelismo Internacionales reconocidas ampliamente por la comunidad de Cartelismo nacional e internacional como la Bienal de Rusia, la Bienal de Polonia, entre otras, y así mismo el indagar en concursos de Cartelismo, para de esta forma mostrar aún más el trabajo de Cartelistas o profesionales del Diseño Gráfico ecuatoriano.

Ahondar en la trayectoria de estos profesionales también sería muy propicio para el desarrollo de una Cultura del Diseño en el Ecuador, puesto que estos profesionales son exponentes de lo que se está haciendo en lo que se refiere a Diseño Gráfico en el país, y representan a nuestro país ante los demás países de la región y del mundo.

Sería necesario el seguir con este tipo de proyectos que vayan creando de a poco una cultura alrededor del cartel en el Ecuador, logrando además que con el tiempo el Cartelismo ecuatoriano se convierta en una tradición y profesión rentable.

CAPÍTULO VI

6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1. Título de la propuesta

ELABORACIÓN DE UN LIBRO DIGITAL QUE REUNA TODOS LOS CARTELES ECUATORIANOS SELECCIONADOS DURANTE LOS AÑOS 2006 A 2015 EN LAS BIENALES INTERNACIONALES: BICM, BICEBÉ Y BID.

PROYECTO CARTELISMO ECUATORIANO “UNA MIRADA AL CARTEL ECUATORIANO PRESENTE EN BIENALES INTERNACIONALES”

6.2. Justificación e importancia

El presente libro digital sobre Cartelismo ecuatoriano será realizado con el principal objetivo de documentar y difundir el trabajo de diseñadores, siendo en este caso carteles seleccionados durante el período de años: 2006 – 2015, en las bienales internacionales: Bienal Internacional del Cartel México, Bienal del Cartel en Bolivia y la Bienal Iberoamericana de Diseño.

La presente propuesta es un aporte histórico a la cultura ecuatoriana en lo que a Diseño Gráfico se refiere, siendo además una vitrina del diseño de carteles de los pasados 10 años y por lo tanto una mirada a la evolución del cartel en el Ecuador.

Haciendo uso de los resultados en las encuestas realizadas, y a que un

gran porcentaje de personas desconocen de que se trata el Cartelismo, profesionales que se dediquen a él, y su participación en bienales internacionales, el presente trabajo da respuesta a esta falta de conocimiento del tema por parte de estudiantes y profesionales del diseño gráfico, además de representar una referencia para trabajos futuros en diseño de cartel.

El resultado de la propuesta se publicará en la web en sitios web que dan prioridad a publicaciones digitales, como revistas y libros electrónicos, siendo estos: Issuu y Calaméo.

6.3. Fundamentación

Debido a los resultados en encuestas efectuadas es prueba fundamental de la necesidad de una propuesta que muestre, que difunda y de a conocer el Cartelismo ecuatoriano y sus diseñadores gráficos, actores principales de este libro junto a sus obras seleccionadas durante el período de años descrito con anterioridad en las bienales internacionales ya mencionadas.

Una forma excelente de mostrar el trabajo de diseñadores gráficos, cartelistas, ilustradores, artistas gráficos ecuatorianos a nivel nacional e internacional. Además supone un registro histórico del Diseño Gráfico en el Ecuador y aporte a su cultura, los carteles que este proyecto recopila y contiene representan el nivel de la expresión gráfica y conceptual de cada uno de sus autores y un referente para nuevas generaciones de diseñadores gráficos.

6.4. Objetivos

6.4.1. Objetivo General

Recopilar la producción gráfica referente al Cartelismo en el Ecuador seleccionada en Bienales internacionales, durante el período 2006 – 2015.

6.4.2. Objetivos Específicos

- Estructurar los contenidos de la propuesta basándose en la información recolectada anteriormente.
- Desarrollar una propuesta atractiva a nivel estético y conceptual, mostrando cada una de las obras recopiladas organizadas por su temática y su año de realización.
- Aportar a la difusión de la producción gráfica del Cartelismo ecuatoriano, mediante este tipo de publicaciones recopilatorias.
- Servir de referencia gráfica para nuevos talentos en temas relacionados al Cartelismo.
- Exponer el trabajo de Cartelistas ecuatorianos dentro y fuera del país a través de la creación de un libro digital.

6.5. Ubicación sectorial y física.

El libro digital se publicará en primera instancia en plataformas dedicadas a publicaciones digitales como Issuu y Calaméo, para luego ser publicado por redes sociales como Facebook. Al tomar como población la ciudad de Ibarra y en específico los estudiantes y profesionales del Diseño Gráfico radicados en la ciudad, llegando de esta forma a ser el público principal al que se desea llegar con la publicación del libro.

6.6. Desarrollo de la Propuesta.

6.6.1. Formato Papel

Al comenzar con el proceso de elaboración de la presente propuesta, se definió en un principio el formato de papel en el que se iba a trabajar, tomando en este caso medidas estándares de libros de lectura general, optando por las medidas de 6 x 9 pulgadas, es decir 15 por 23 centímetros, esto aplicado a una orientación vertical que se adapta perfectamente al contenido y orientación de la mayoría de carteles que el libro iba a contener, se añadió después un centímetro más al ancho de página para lograr una mejor proporción y aspecto de cada hoja. De este modo cada página del libro tiene 16 cm de ancho por 23 cm de alto, ancho que se ve duplicado cuando se habla de pliegos.

6.6.2. Medidas

Absolutas: debido al uso de guías y retículas se opta por usar un tamaño específico, fijo y adecuado para lograr un mejor resultado y uniformidad en el producto editorial.

Relativas: además debido a su contenido: carteles, entrevistas, opiniones, imágenes existen aspectos relativos sobre guías y dimensiones, permitiendo así la adhesión adecuada de todo el contenido sin limitar la experimentación y evitando una composición repetitiva.

6.6.3. Tipos

Los tipos son la expresión del lenguaje en forma visual y por lo tanto tienen la función de comunicar, no sólo la parte textual, sino también debido a su forma y estructura pueden comunicar desde elegancia a total irreverencia,

tomando parte fundamental en la creación del producto editorial en cuestión.

Por lo que el tipo debe estar ligado al texto que se está leyendo y al carácter del mismo. Basándose se han elegido las siguientes tipografías:

- Helvetica y sus variantes.
- Impact

HELVETICA

IMPACT

6.6.4. Contrastes

En lo que respecta a tipografía para generar contraste y ritmo dentro de la composición, se debe tomar aspectos importantes de ésta para evitar a toda medida que la reiterada composición se vuelva monótona y aburrida, además de jerarquizar que partes de la composición se leerán o visualizarán primero. Estos aspectos son los siguientes: forma, dirección, peso, estilo.

Se debe jugar además con los elementos fondo y forma, para generar un contraste y mayor atracción a la vista del lector. Lo que en composición genera un “anzuelo” para que se continúe con la lectura.

6.6.5. Jerarquías

Como de organizar el contenido y el orden en que el lector percibe la

composición es necesario como en todo producto de Diseño Editorial la creación de una jerarquía para una óptima lectura de lo que se está mostrando en cada una de sus páginas. Se usan las siguientes:

Tamaño y color: usada para atraer la mirada del lector hacia un punto determinado dentro de la composición.

Neutral: este tipo de jerarquía se usa en caso de que se desee que el lector ponga atención a todo el contenido de la página sin priorizar un elemento en particular.

Posición: Al jugar con la posición se debe tomar en cuenta el comportamiento de la vista humana, logrando experimentar con la forma en que están dispuestos cada uno de los elementos en el espacio.

6.6.5.1. Tipográfica

Haciendo uso de aspectos tipográficos como el peso, el tamaño de letra, estilo y color se puede diferenciar entre títulos, subtítulos y párrafos de contenido logrando una jerarquía en la información.

6.6.5.2. Texto

La jerarquía en lo que a textos se refiere permite una diferenciación clara de cada uno de los temas que se ven desarrollados en el producto editorial.

6.6.5.3. Cuerpo de letra

Los rangos de tamaño de texto en este producto editorial para párrafos y contenido neutral, está comprendido entre los 10 a 14 puntos. Para títulos de secciones el tamaño del cuerpo de letra destinado se encuentra entre

los 90 y 120 puntos, interpretando claramente cada parte del libro. Para títulos de entrevistas se usa 32 puntos de tamaño máximo.

6.6.5.4. **Peso**

Continuando con la jerarquización de los elementos tipográficos se toma en cuenta el peso de los tipos usados apropiadamente para ordenar la información de lo primero que se va a leer hasta el final. Para eso se toma en cuenta variaciones en el estilo de las tipografías usadas, en el caso de Helvética se usas los siguientes estilos: Light Condensed y Black.

6.6.5.5. **Alineación de textos**

Viendo el cómo se va a estructurar la información y contenido, se usan las siguientes alineaciones de texto:

Alineación centrada: perfecta para uso en títulos, da una apariencia organizada y elegante.

Alineación a la izquierda: permite una mejor lectura del texto, especialmente cuando es extenso.

Alineación a la derecha: proporciona ritmo y notoriedad a la composición.

6.6.5.6. **Interletraje o Tracking**

Una parte en la presentación de los tipos es el interletraje o tracking, que no es más que el espacio entre letras, además de determinar la legibilidad la legibilidad ideal del cuerpo del texto, sí hay demasiado interletraje, lo que sucede es que lo que se expresa textualmente pierde sentido, y si en cambio se usa interletraje negativo, la legibilidad y fluidez del contenido se

pierde, viéndose totalmente inentendible.

6.6.5.7. Interlineado

El espacio entre líneas o interlineado debe ser uniforme para no cansar la vista del lector y aportar a la jerarquía de los contenidos.

6.6.5.8. Tipografía y color

Cuando combinamos tipografía con color, usamos dos elementos de comunicación de la gráfica, es decir reforzamos el mensaje que intentamos comunicar.

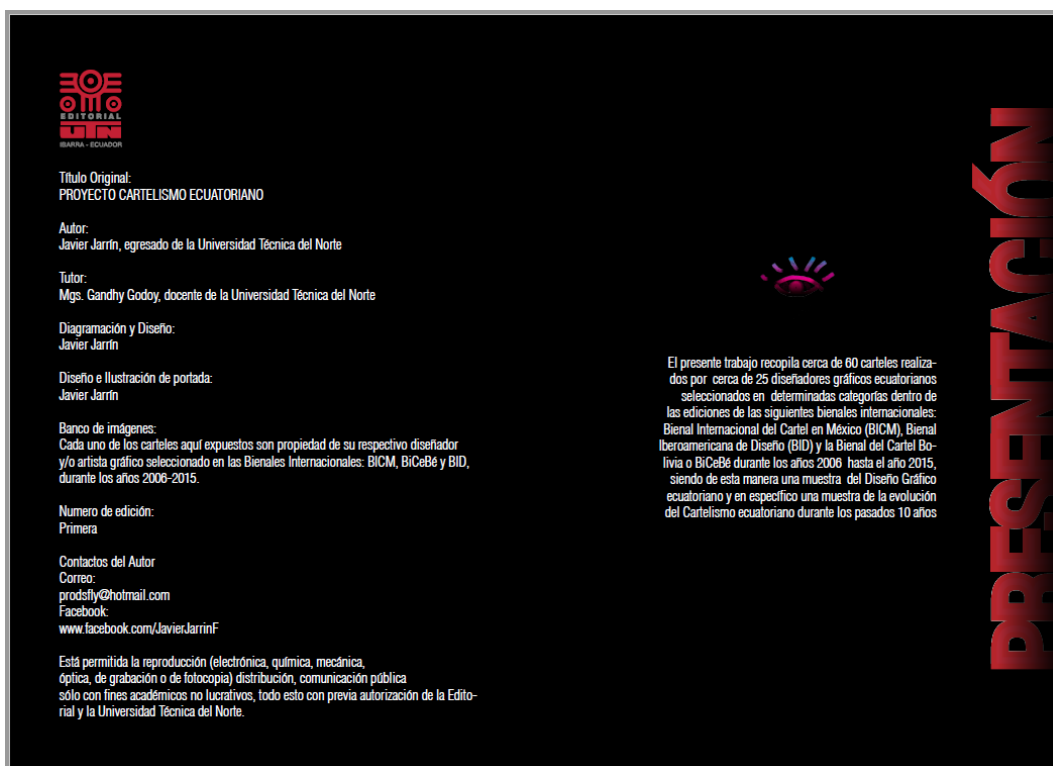
Si se usan correctamente estos elementos en función de lo que intentamos comunicar incrementamos la funcionalidad durante el proceso de diseño.

6.6.6. Maquetación

El objetivo explícito de la maquetación es la percepción ideal por parte del espectador y la distribución estética y funcional de cada elemento que forma parte de la composición.

Con la ayuda de guías y retículas se ve conseguido de alguna forma este objetivo, esto aunado a la sensibilidad, aplicación de conceptos e instinto del diseñador gráfico.

Gráfico N° 19 : Maquetación



Fuente: Libro digital “Proyecto Cartelismo Ecuatoriano”
Elaborado por: Javier Jarrín

6.6.7. Páginas y su estructura

6.6.7.1. Márgenes

Los márgenes permiten una mejor organización y oxigenación entre los elementos dispuestos en la página, evitando que la página se sature y genere confusión en el lector.

Por lo que cada uno de los márgenes se han establecido en función de estas funciones, asignándose de esta forma:

Margen exterior: 15 milímetros, margen interior: 15 milímetros, margen superior: 15 milímetros y el inferior de 15 milímetros.

6.6.7.2. Columnas

La organización de información textual necesita de columnas para una correcta visualización, así mismo permite al diseñador editorial ordenar cada uno de los elementos de texto: títulos, subtítulos y cuerpo de texto de una manera atractiva y funcional. La estructura básica de columnas en este producto editorial, tiene dos columnas definidas por página, en aquellas, claro está, que no necesiten de mayor organización, y de 6 columnas en páginas cuyo contenido es más complejo. Por su parte, el espacio entre columnas o medianil es de 5 milímetros en todos los casos.

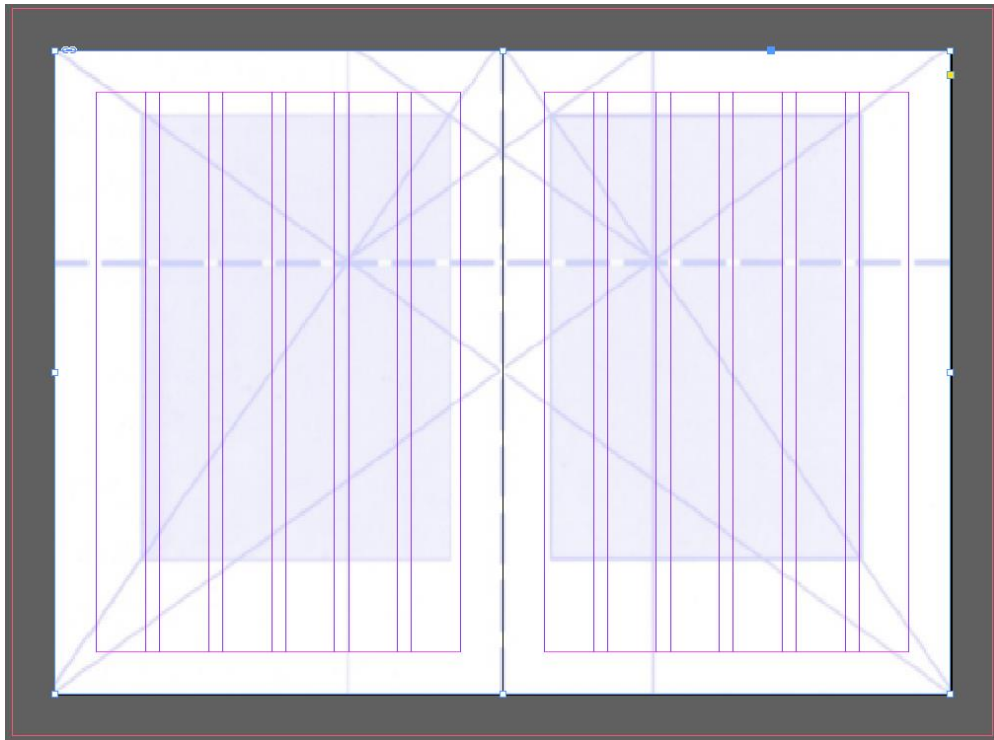
6.6.8. Retícula

La principal función de la retícula es la de darnos una idea de organización y jerarquización de cada uno de los elementos destinados para el espacio en el que se está maquetando. Muestra puntos fuertes, idóneos para títulos, subtítulos y puntos con menor atención por el lector, destinados para cuerpos de texto o información secundaria.

Muchas veces se tiende a usar esta retícula como punto de partida en la diagramación de una página, o simplemente como una guía, con la que se puede experimentar, logrando de este modo evitar, que todas las páginas tengan una apariencia monótona y aburrida.

En este caso, para el desarrollo de la propuesta, tanto la retícula, como las líneas guía están adaptadas al contenido de cada página, variando en cada una de ellas, como resultado se obtiene una serie de páginas más dinámicas en su contenido y aspecto.

Gráfico N° 20: Retícula



Fuente: Libro digital "Proyecto Cartelismo Ecuatoriano"

Elaborado por: Javier Jarrín

6.6.9. Imágenes

Actualmente el uso de imágenes en la maquetación productos editoriales se ha convertido en un recurso esencial, siendo una atracción eterna para la vista y un elemento comunicativo de gran fuerza.

6.6.10. Colores

El comunicar a través del uso de determinados colores posibilita una mejor lectura, una mejor apariencia, y mejores resultados en el proceso de maquetado. Se han tomado en cuenta los siguientes colores como base, durante la diagramación:

Gráfico N° 21: Colores base



Fuente: Desarrollo de la propuesta

Elaborado por: Javier Jarrín

6.6.11. Portada

La portada es la primera impresión que tiene el espectador sobre el producto editorial y por lo tanto supone un reto el diseñarla, para que sea una pieza fundamental de atracción y comunicación visual. La portada debe ser una muestra fehaciente del contenido y al mismo tiempo envolver misterio.

Gráfico N° 22: Estructura de la portada

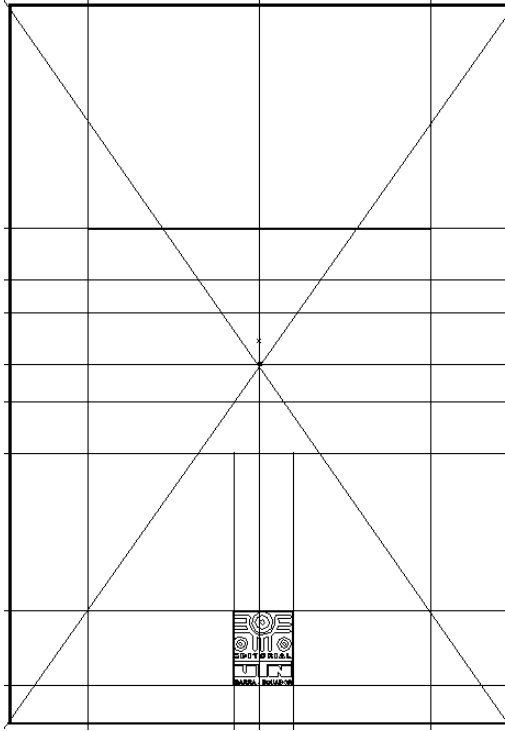


Fuente: Libro digital "Proyecto Cartelismo Ecuatoriano"

Elaborado por: Javier Jarrín

6.6.12. Contraportada

Gráfico N° 23: Estructura de la contraportada



Fuente: Libro digital "Proyecto Cartelismo Ecuatoriano"

Elaborado por: Javier Jarrín

6.6.13. Contenido

- **Hojas Preliminares**
- **Presentación**

- **EL CARTEL**
Opiniones sobre el Cartel por cartelistas reconocidos internacionalmente.

- **CARTELEANDO**
Serie de entrevistas con 5 diseñadores gráficos representantes

del Cartelismo en el Ecuador. Primera parte.

- **CARTEL POLÍTICO+SOCIAL**

Todos los carteles políticos y sociales recopilados, creados por ecuatorianos, ordenados cronológicamente de cada una de las bienales mencionadas.

- **CARTELEANDO+2**

Serie de entrevistas con 5 diseñadores gráficos representantes del Cartelismo en el Ecuador. Segunda parte.

- **CARTEL CULTURAL**

Todos los carteles culturales recopilados, creados por ecuatorianos, ordenados cronológicamente de cada una de las bienales mencionadas.

- **AGRADECIMIENTO FINAL**

Agradecimiento a todos los diseñadores gráficos y profesionales que colaboraron con el proyecto.

6.6.14. Concepto editorial

Dados los carteles recopilados, la información recopilada, entrevistas, en fin cada uno de los contenidos enmarcados en la propuesta se hace necesario el determinar una personalidad para el producto editorial, una respuesta a la naturaleza visual de su contenido.

Definiéndose en este caso como “Experimental”, pero ¿Por qué experimental? Bueno, cada uno de los elementos gráficos utilizados, composición variable, ritmo cambiante, experimentación con retículas

diferentes en cada uno de los inicios de secciones, entre otros aspectos, responden no sólo a un precepto estético sino que además son una respuesta a la mezcla conceptual de cada uno de los carteles que componen la mayoría de sus páginas, carteles que hacen, además, uso de recursos de todo tipo, desde la ya conocida ilustración, hasta el fotomontaje.

Además este concepto editorial aplica al público objetivo al que va dirigido, obtenido en las encuestas realizadas en la etapa de investigación, un público con edades comprendidas entre 21 y 25 años en mayor medida. Lo que supone un manejo de la gráfica de las páginas de la propuesta idónea para estos espectadores.

6.6.15. Desarrollo de la portada

La portada es una referencia gráfica a la estructura y mayormente común orientación de los carteles en general, y sus proporciones. Hace alusión además a aspectos del presente proyecto editorial mediante el uso de un patrón de íconos con baja opacidad. La tipografía usada es la misma que cubre cada una de sus páginas, logrando un vínculo y unidad gráfica con todo el contenido.

En lo que a color se refiere, se usó el rojo, dado a su connotación, puesto que la pasión es parte fundamental de cada una de las obras recopiladas, logrando comunicar de alguna forma el contenido sin haber abierto el libro.

6.6.16. Registro visual del contenido de la propuesta

A continuación se detallan capturas de las secciones y contenidos más importantes de todo el producto editorial.

Gráfico N° 24: índice de contenidos

CONTENIDO	
EL CARTEL	6
CARTELEANDO	14
CARTEL POLÍTICO+SOCIAL	24
CARTELEANDO+2	52
CARTEL CULTURAL	68

Fuente: Libro digital "Proyecto Cartelismo Ecuatoriano"

Elaborado por: Javier Jarrín

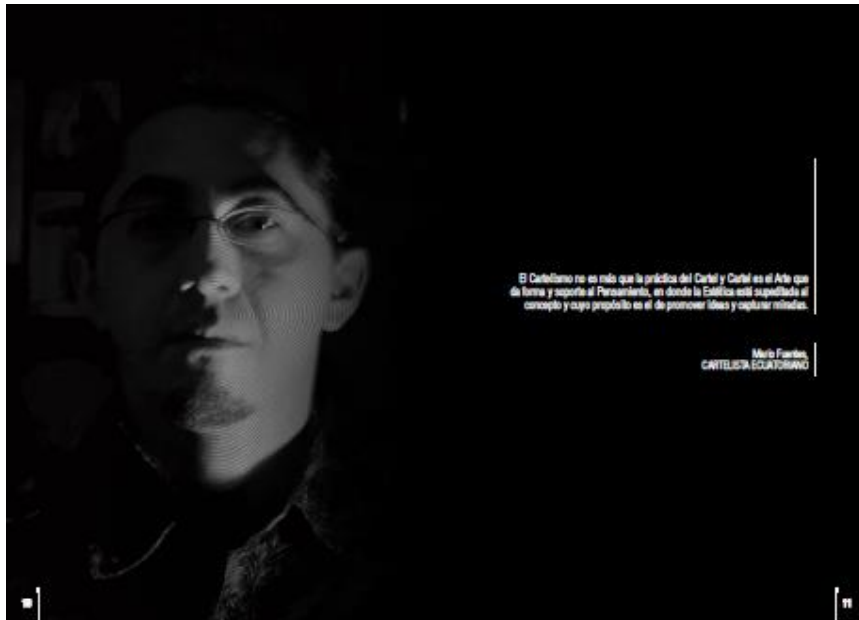
Gráfico N° 25: El Cartel



Fuente: Libro digital "Proyecto Cartelismo Ecuatoriano"

Elaborado por: Javier Jarrín

Gráfico N° 26: Cartelistas y sus opiniones



Fuente: Libro digital "Proyecto Cartelismo Ecuatoriano"

Elaborado por: Javier Jarrín

Gráfico N° 27: Carteleando - Primera parte



Fuente: Libro digital "Proyecto Cartelismo Ecuatoriano"

Elaborado por: Javier Jarrín

Gráfico N° 28: Entrevista con Christopher Scott



ENTREVISTA CON CHRISTOPHER SCOTT

Christopher Scott is an internationally recognized social awareness poster designer. Born in Northern Ireland, he received both a bachelor's and a master's degree in Design and Communication from the University of Ulster, Magee. The concepts of his posters are paramount to his visuals, and his work communicates strong and meaningful messages with humanity at the core of his designs.

Scott has been recognized by many organizations such as Poster for Tomorrow, Good50/70, M&Zur W&L, Designboom, Adobe Design Achievement Awards and also 2 Gold awards at Craphis in United States. His work has been exhibited in Mexico, Russia, Ecuador, Germany, Poland, Italy, Peru, Korea, the United States and many more countries worldwide, including the Louvre in Paris, France. He has been a member of multiple international juries and he is also the President and Founder of the Ecuador Poster Biennial, Co-Founder of Poster Poster and the Founder of Designers Speak. Currently he is a Professor of Graphic Design at the Universidad Tecnológica Equinoccial.

What was your first approach to the Poster?

I have always been interesting in art and design but never really focused specially on the poster medium until the year 2008 when I created my first real poster called "Dead Leaf". After creating that poster I became obsessed with the history of the poster and I noticed during this investigation that the poster is a visual timeline of the world and it can have an important impact on society.

What pushed you up to make Poster Designer?

It was something that I was never pushed or aimed to do, I just kind of fell into it. I am not a religious person or anything like that but I guess it was fate or a calling.

Today, What Poster Design means to you?

Maybe before the poster was mostly considered to be for promotional and advertising purposes. However since the dawn of the social media revolution such as platforms like Facebook, Twitter, Instagram etc. where the people can express their opinions freely to the world and so the poster has taken on the role of the visual voice of the people. It is a way that a designer can express a feeling or problem that there is in the world in a visual format.

What do you think about your first posters?

During the process of my first posters I did not really know what I was doing. However within that lies a strange energy because something not know what your doing can bring new and fresh results. To be honest I was not really a good student and I was not creating a good level of graphic design during my studies but during the my last semester something clicked and I cannot explain it but it was like all that hard work had come together to combine what I was visualizing and what I was producing. So from the year 2008 until now I think my work has been of a good standard and it is not of me to say which of my posters are better during this time. I will leave that opinion to the people.

Have you participated on editions of International Poster Design Biennials, How has been your experience?

I have won over 250 international awards in many competitions related to design. Some of those have been in poster biennials in such countries as Bolivia, Russia, USA, Finland and more. In general the experience has been great because a biennial is considered the pinnacle of any competition due to the level of participants and number of entries is normally something exceptional.

Fuente: Libro digital "Proyecto Cartelismo Ecuatoriano"

Elaborado por: Javier Jarrín

Gráfico N° 29: Sección - Cartel político + social



Fuente: Libro digital "Proyecto Cartelismo Ecuatoriano"

Elaborado por: Javier Jarrín

Gráfico N° 30: Carteles políticos + sociales



Fuente: Libro digital “Proyecto Cartelismo Ecuatoriano”

Elaborado por: Javier Jarrín

Gráfico N° 31: Carteleando – Segunda parte




Fuente: Libro digital “Proyecto Cartelismo Ecuatoriano”

Elaborado por: Javier Jarrín

Gráfico N° 32: Entrevista con Antonio Mena

84
85

ENTREVISTA CON ANTONIO MENA



Antonio Mena, 1961, diseñador gráfico de Ecuador. Sus estudios de diseño los realizó en la Facultad de Artes de la Universidad Central del Ecuador, en Quito y en Kuzochule Aldersham de Hamburgo, Alemania. Su actividad se ha desarrollado básicamente en el diseño de carteles y editorial para instituciones culturales, académicas y sociales. Desde 2012 es diseñador de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO-Ecuador). Su trabajo en carteles ha sido seleccionado para: Bienal Ecuatoriana de Diseño Gráfico, Bienal Internacional del Cartel en México, Bienal Internacional de Colorado (CIPE), Bienal Iberoamericana de Diseño de Madrid (Bid-Dimad).

Ha participado en muestras colectivas de carteles en Quito, Xalapa, México D.F., La Habana, Sao Paulo, Muestra individual en Quito (1994) y Morelia (México, 2014). Su obra ha sido rescatada en: Cañafrey Caba, World Graphic Design, Mural, Londres 2004 - Romulo Moya; Diseño Gráfico LA, Trama, Quito, 2006 - Conna Mufamed, Visual Language for Designers, Rotterdam, Beverly 2009 - Geallia Calderon y Manu Calisto, Diseño gráfico en Quito, PUCE, Quito, 2014.

¿Y qué fue lo que le impulsó a dedicarse a diseñar carteles?

Por un lado, como ya lo expliqué, la oportunidad de formarme en un país con fuerte presencia en el diseño gráfico, me motivó mucho en lo referente al diseño de carteles y cuando regresé a Quito, tras terminar mis estudios, allá por 1984, tuve la suerte de vincularme por un par de años con la Gerencia de Difusión Cultural del Banco Central, que organizaba distintos y variados eventos culturales como teatro, música, ferias, danza y muchas actividades culturales para las que yo tenía que diseñar los carteles. Fue una época increíble en la que pude iniciarme profesionalmente con mis temas preferidos. Tuve mucha suerte.

¿Actualmente, qué es el Cartelismo para U?

Si lo comparo con los primeros años en los que me dediqué al mismo, en la era predigital, frente a lo que sucede actualmente, la dinámica del cartel ha variado muchísimo. Pienso que la forma de difundir mensajes a través de medios digitales, especialmente el Internet transformó también la manera de percibirlos. Antes, de acuerdo a mi experiencia, se veía al cartel como un medio eficaz de comunicación y los promotores culturales, las agencias y cualquier persona que quisiera comunicar un evento, apostaba por este medio. En la actualidad se privilegia otros medios más económicos y masivos y el cartel ha sido relegado a un segundo plano. Hay países de larga tradición en los que la presencia del mismo sigue vigente, aunque a menor escala, precisamente en países como Europa, Corea, Japón, Estados Unidos. En el caso ecuatoriano, su demanda es muy escasa y si no fuera por las convocatorias internacionales para concurso como las bienales o los concursos como Poster for Tomorrow, habría muy poco que hacer.

Ahora, sobre los primeros carteles que hiciste ¿Cuál piensa de ellos?

Tuve una fuerte influencia del diseño alemán y su tendencia compositiva en base a retículas y al uso limitado de elementos gráficos; un diseño racionalista por excelencia. Creo que eso se percibe especialmente en los primeros trabajos. Con los años pude asimilar otras tendencias menos formalistas y más...

Fuente: Libro digital "Proyecto Cartelismo Ecuatoriano"

Elaborado por: Javier Jarrín

Gráfico N° 33: Sección - Cartel cultural



Fuente: Libro digital "Proyecto Cartelismo Ecuatoriano"

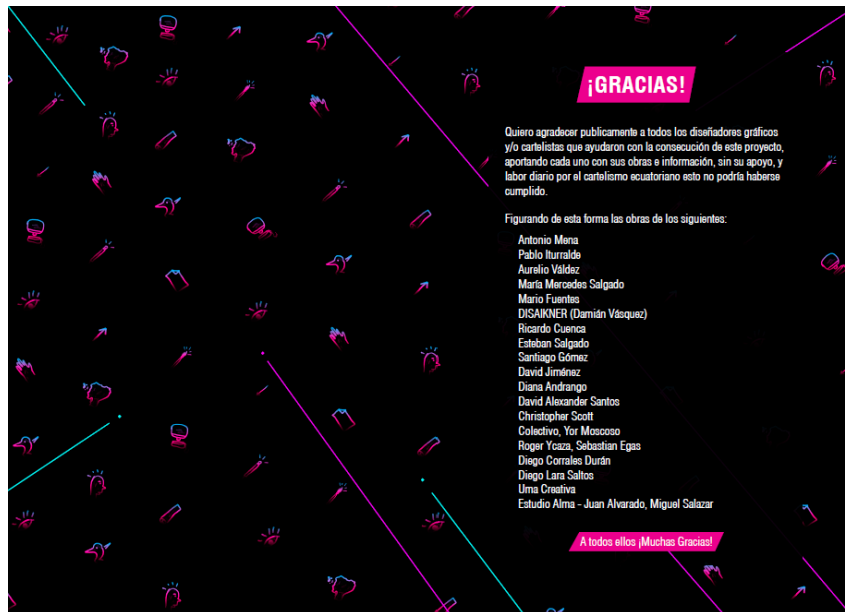
Elaborado por: Javier Jarrín

Gráfico Nº 34: Carteles culturales



Fuente: Libro digital “Proyecto Cartelismo Ecuatoriano”
 Elaborado por: Javier Jarrín

Gráfico Nº 35: Agradecimiento final



Fuente: Libro digital “Proyecto Cartelismo Ecuatoriano”
 Elaborado por: Javier Jarrín

6.6.17. Equipo editorial

Editor.- profesional encargado de todo el producto editorial, desde todo el proceso de creación hasta la difusión y venta del mismo. Es responsable tanto de supervisar que la calidad del proyecto sea óptimo hasta de que este se venda y genere ganancias, para lo cual contrata el trabajo de terceras personas, como diagramadores o directores de arte.

Director de arte.- se encarga de definir el concepto editorial, estructura de contenidos, naturaleza estética y conceptual de todo el producto editorial. Que luego es encomendado a los diagramadores con una supervisión continua de éste.

Diagramadores.- diseñadores editoriales que realizan todo el trabajo de diagramación bajo la supervisión de un Director de Arte. Asignándose un mínimo de dos por proyecto.

6.6.18. Costos de diseño y producción

DISEÑO

Cantidad de horas invertidas: 45 horas.

Desarrollo de un concepto editorial.

Diagramación: 110 páginas.

Diseño portada/contraportada.

Costo hora: 25\$.

Costo total por horas de diseño: 1125\$.

COSTOS DE PRODUCCIÓN

A continuación se muestra una proforma solicitada a una imprenta de la ciudad de Ibarra, en la que se detalla la cantidad total de libros a producir, los materiales a usar en su producción, el costo unitario y el costo total de producción.

Gráfico N° 36: Proforma de costos de producción

Nueva Imagen
Imprenta Offset

D | Borrero 6-68 entre Olmedo y Bolívar
T | 2 954 874
C | 0991 659 566
E | nuevaimagen2076@yahoo.es
Ibarra | Ecuador

PROFORMA N° 000

UNIDADES	DETALLE	VAOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1.000	ELABORACIÓN DE LIBROS EN LA MEDIDA DE 15,5 X 22 CON LAS SIGUIENTES ESPECIFICACIONES PORTADAIMPRESA A FULL COLOR CON PLASTICO MATE ARMADO CON PASTA DURA INTERIOR IMPRESION A FULL COLOR EN PAPEL COUCHE DE 115grs TERMINADO COCIDO Y ENCOLADO AL CALOR	3.634	3.634,00
			3.634,00

NOTA:
NUESTROS VALORES DETALLADOS NO GRABAN IVA YA QUE SOMOS ARTESANOS CALIFICADOS.

Afiches | Libros | Revistas | Carpetas | Folletos | Trípticos - Dúpticos | Hojas Membretadas | Portadas de Cds | Volantes | Tarjetas de Presentación | Etiquetas...

Fuente: Imprenta "Nueva Imagen"

Elaborado por: Imprenta "Nueva Imagen"

Generándose un total entre costos de diseño y costos de producción

4.759\$, de lo que se infiere un costo unitario neto de 4 dólares con 76 centavos por unidad, con la posibilidad de costo al público de 30 a 40 dólares por unidad.

6.7. Impactos

Mediante la publicación del presente libro digital se logra recopilar la producción gráfica ecuatoriana a nivel de cartel en bienales internacionales, dar a conocer cada una de las obras recopiladas y así mismo el autor de cada uno, motivación para nuevos diseñadores gráficos y para la realización de nuevos proyectos como éste.

Además de ser un aporte al registro histórico en lo que se refiere a la gráfica nacional y más en específico al Cartelismo y la cultura en el Ecuador.

6.8. Difusión

Se subirá a plataformas como Issuu y Calaméo para luego ser difundido a través de la red social Facebook con el objetivo de generarle al tema viral, y por consecuencia ser influencia para los futuros diseñadores gráficos, cartelistas de la Universidad Técnica del Norte, la ciudad de Ibarra y del país en general.

6.9. Bibliografía

90+10, R. (23 de Septiembre de 2015). *Las bienales de afichismo alrededor del mundo: Revista 90+10*. Obtenido de Revista 90+10: <http://90mas10.com/2015/09/23/las-bienales-de-afichismo-alrededor-del-mundo/>

ADG. (1991). *Papagayo*. Quito: S/N.

Association, B. B. (2011). *IBCC: Sdružení Bienále Brno | Brno Biennale Association*. Obtenido de Sdružení Bienále Brno | Brno Biennale Association: <http://sbb-bienale-brno.cz/ibcc/>

Ávila Baray, H. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. Chihuahua: Eumed, Edición electrónica.

Baena, G. (1985). *Manual para elaborar trabajos de Investigación Documental*. México: Editores Unidos Mexicanos.

Baena, G. (1997). *Instrumentos de Investigación*. México: Editores Unidos Mexicanos.

Baker, T. (1997). *Doing Social Research*. Unites States: McGraw-Hill.

Barnicoat, J. (2000). *Los Carteles, su historia y su lenguaje (Quinta Edición)*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.

BICeBé. (2015). *BICeBé: BICeBé Bolivia*. Obtenido de BICeBé Bolivia: <http://www.bicebebolivia.com/bicebe.html>

BICeBé. (2015). *Bienal del Cartel Bolivia 2015*. La Paz: BICeBé, Diseñadores Gráficos Bolivia.

BICeBé. (2015). *Convocatoria 2015: BICeBé Bolivia*. Obtenido de BICeBé Bolivia: <http://www.bicebebolivia.com/Convocatoria.html>

BICM. (21 de Marzo de 2011). *Historia de la Bienal del Cartel en México: BICM en Issuu*. Obtenido de BICM en Issuu: https://issuu.com/bienalcartelmexico/docs/historia_bienal

BICM. (2014). *13a Bienal Internacional del Cartel en México*. México D.F.:

Bienal Internacional del Cartel en México.

BICM. (2015). *Acerca de la BICM: Bienal Internacional del Cartel en México*. Obtenido de Bienal Internacional del Cartel en México: <http://bienalcartel.org/acerca/index.html>

BICM. (2016). *14ª BICM / Categoría D: Bienal Internacional del Cartel en México*. Obtenido de Bienal Internacional del Cartel en México: <http://www.bienalcartel.org/14/d.html>

BID. (2008). *Catálogo BID 08*. Madrid: Equipo BID-DIMAD.

BID. (5 de Abril de 2016). *Declaración BID Madrid: Bienal Iberoamericana de Diseño*. Obtenido de Bienal Iberoamericana de Diseño: <http://www.bid-dimad.org/wp-content/uploads/Declaracion-BID-Madrid.pdf>

BID. (5 de Abril de 2016). *QUÉ ES LA BID: Bienal Iberoamericana de Diseño*. Obtenido de Bienal Iberoamericana de Diseño: <http://www.bid-dimad.org/que-es-la-bid/>

Calderón, G. (1997). La imagen, un recurso poderoso. *Periódico ADG(7)*, pág. 2.

Calisto, M. L. (1996). La Primera Bienal. *Periódico ADG(5)*, págs. 4, 3.

Calisto, M. L. (1996). La Segunda Bienal del Afiche en Ecuador. *Periódico ADG*, págs. 3-4.

Calisto, M. L., & Calderón, G. (2011). *Diseño gráfico en Quito-Ecuador 1970-2005*. Quito.

Dillon, M. (2014). *Afiches de cine ecuatoriano*. Quito: Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión.

Garza, A. (1988). *Manual de técnicas de Investigación para estudiantes de Ciencias Sociales*. México: Harla.

Kerlinger, F. (1983). *Investigación del Comportamiento, Técnicas y Metodología*. México: McGraw-Hill.

McGraw-Hill. (2001). *Diccionario Enciclopédico McGraw-Hill Ilustrado*. Barcelona: McGraw-Hill Interamericana Editores.

Mena, A. (2000). Tercera Bienal de Diseño Gráfico en Ecuador. *Papagayo*(19), pág. 4.

Ternorio, J. (1992). *Técnicas de Investigación Documental*. México: McGraw-Hill.

6.10. ANEXOS

6.10.1. Cronograma de Actividades

MES/SEMANA ACTIVIDADES	AGOSTO			SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				
	2° S	3° S	4° S	1° S	2° S	3° S	4° S	1° S	2° S	3° S	4° S	1° S	2° S	3° S	4° S	1° S	2° S	3° S	4° S	1° S	2° S	3° S	4° S	
Revisión bibliográfica	X																							
Planteamiento y delimitación del problema	X	X	X																					
Marco teórico				X	X	X																		
Revisión de datos						X	X																	
Recolección de información						X	X	X	X	X	X	X	X											
Análisis de información													X	X										
Elaboración de borrador de informe final														X	X	X	X	X						
Revisión del informe final																X	X	X						
Correcciones y elaboración de la propuesta																		X	X	X	X	X		

6.10.2. Recursos

Humanos

- Estudiante de la carrera Diseño y Publicidad
- Docente Proyecto de grado
- Un asesor de tesis de la FECYT - UTN.

Materiales

- Computadora
- Software
- Internet
- Copias
- Transporte
- Impresora
- Alimentación
- Anillados
- Materiales de oficina

Presupuesto

NO.	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Papel Bond tamaño A4	500	\$ 5,00
2	Software	3	\$ 600,00
3	Computadoras	1	\$ 800,00
4	Impresora	1	\$ 200,00
5	Pasajes		\$ 20,00
6	Internet		\$ 40,00
7	Anillado y Empastado	3	\$ 40,00
8	Imprevistos		\$100,00
TOTAL			\$ 1805,00

6.10.3. Matriz de coherencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
<p>La producción del Diseño Gráfico ecuatoriano (marcas, ilustraciones, piezas publicitarias, etc) es en ciertos casos recopilada en libros o publicaciones. Pero en el caso del Cartelismo, y más aún en temas de Cartelismo político, social, y cultural estas recopilaciones son casi inexistentes y en términos de Cartelismo producido y seleccionado en Bienales Internacionales totalmente nulas.</p>	<p>Recopilar la producción gráfica referente al Cartelismo ecuatoriano seleccionado en las Bienales internacionales: Bienal del Cartel en Bolivia (BiCeBé), Bienal Internacional del Cartel México (BICM) y Bienal Iberoamericana de Diseño (BID), durante el período 2006 – 2015.</p>
SUBPROBLEMAS / INTERROGANTES	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es nivel de conocimiento que tienen los estudiantes y profesionales de Diseño Gráfico de la ciudad de Ibarra sobre el Cartelismo ecuatoriano? • ¿Cómo aportará el proyecto a los registros históricos de Cartelismo en el Ecuador? • ¿Cómo el difundir los resultados del proceso de recopilación incentivaría a la creación de nuevas obras por parte de otros diseñadores gráficos y/o artistas? • ¿Los trabajos recopilados en el presente trabajo de investigación podrían servir de referencia para nuevos talentos del Diseño Gráfico del país? 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar el nivel de conocimiento que tiene profesionales y estudiantes de Diseño Gráfico de la ciudad de Ibarra sobre el Cartelismo en el Ecuador. • Contribuir a los registros históricos sobre Cartelismo en el Ecuador. • Incentivar la producción de cartel en el Ecuador por parte de diseñadores gráficos, cartelistas, artistas, ilustradores, etc. • Aportar a la difusión de la producción gráfica del Cartelismo ecuatoriano, mediante este tipo de publicaciones recopilatorias, dentro y fuera del país. • Servir de referencia gráfica para nuevos talentos en temas relacionados al Cartelismo.

6.10.4. Matriz Categorial

CONCEPTO	CATEGORÍAS	DIMENSIÓN	INDICADOR
<p>El Cartelismo es un área del Diseño Gráfico, dedicada a la creación de Carteles/Posters/Afiches que nació del Arte, los primeros Cartelistas eran por lo general Pintores, Ilustradores, o Artistas. Actualmente en el Cartelismo se hace uso de otras áreas relacionadas con el Diseño Gráfico, como: Ilustración, Fotografía, etcétera.</p>	<p>Cartelismo (Diseño de Carteles)</p>	<p>Cartel Político y Social</p>	<p>Presencia de producción gráfica a nivel de Cartel Político y Social en las Bienales: BICM, BICeBé y BID</p>
		<p>Cartel Cultural</p>	<p>Presencia de producción gráfica a nivel de Cartel Cultural en las Bienales: BICM, BICeBé y BID</p>
		<p>Cartel Publicitario</p>	<p>Presencia de producción gráfica a nivel de Cartel Publicitario en las Bienales: BICM, BICeBé y BID</p>

6.10.5. Encuesta

Objetivo: Conocer el nivel de conocimiento y aceptación sobre el tema en cuestión por parte de estudiantes y profesionales del Diseño Gráfico de la ciudad de Ibarra, y además sobre qué medio se debería usar para difundir todo el material recopilado en proyecto.

Datos iniciales:

Edad: 18 a 20 años 21 a 25 años 26 a 30 años

31 a 40 años 41 en adelante

Género: Masculino Femenino

Estado civil: Casado/a Soltero/a Unión libre Divorciado/a
Viudo/a

Educación (nivel): Primaria Secundaria Superior
Postgrado Doctorado

Preguntas:

1. ¿Sabe usted a qué se refiere el término Cartelismo?

1. Sí 2. No

En el caso que su respuesta sea “No”, salte a la pregunta 3.

2. ¿En dónde o cómo se enteró del tema?

1. Universidad 2. Trabajo 3. Por un taller 4. Por un amigo/a
5. Otro

3. ¿A qué cree usted que esto se deba?

1. Falta de información sobre el tema 2. No se ha tomado en cuenta
3. No hay publicaciones sobre el tema 4. Desinterés
5. Otro

4. ¿A qué piensa usted que se refiere el Cartelismo?

1. Diseño de Carteles/Afiches/Posters 2. Creación de logotipos
3. Creación de Campañas políticas 4. Creación de Campañas
publicitarias 5. Otra

La pregunta que sigue está organizada en otra sección de Google Forms.

5. Teniendo en cuenta que el Cartelismo es un área del Diseño gráfico enfocada al diseño de Carteles/Afiches/Posters. ¿Conoce usted profesionales ecuatorianos (Cartelistas, Diseñadores gráficos, Artistas, etcétera) que se dediquen a esta actividad?

1. Sí 2. No

6. ¿Cuántos de ellos conoce?

1. Uno 2. Dos 3. Más de dos

7. Señale el o los medios por los que los conoció:

1. Internet 2. Publicaciones impresas 3. Publicaciones digitales
4. Exhibiciones de Cartelismo 5. Talleres de Cartelismo
6. Redes Sociales 7. Referencia Personal 8. Otro

8. ¿Sabe usted si sus trabajos (entendiendo estos como afiches/carteles/posters) han sido seleccionados en concursos o Bienales de Diseño o Cartelismo?

1. Sí 2. No

9. ¿Cuál diría usted que es la razón de no conocer ninguno de estos

profesionales?

1. Falta de información sobre ellos 2. No se los ha tomado en cuenta
3. No hay publicaciones sobre el tema 4. Desinterés
5. No se exponen sus trabajos 6. Otro

10. ¿Conoce usted de qué tratan las Bienales de Cartelismo?

1. Sí 2. No

En el caso que su respuesta sea “No”, salte a la pregunta 12.

11. Señale el o los medios por las que se familiarizó con las Bienales de Cartelismo:

1. Internet 2. Publicaciones impresas 3. Publicaciones digitales
4. Exhibiciones de Cartelismo 5. Talleres de Cartelismo
6. Redes Sociales 7. Otro

12.Cuál cree usted que es el motivo de su desconocimiento:

1. Falta de difusión del tema 2. Falta de interés
3. No hay una cultura de Diseño 4. Otro

La pregunta que sigue está organizada en otra sección de Google Forms.

13. ¿Cree usted que se debería documentar y dar a conocer la participación de estos profesionales del Diseño Gráfico en Bienales Internacionales de Cartelismo, cuál sería su importancia?:

1. Sí, sería muy importante 2. Sí, estaría bien que se haga
3. No, no es importante

14. Señale cuál de estas opciones considera más apropiada para documentar la participación ecuatoriana en Bienales Internacionales de Diseño/Cartelismo:

1. Libro o Catálogo digital 2. Libro o Catálogo impreso

6.10.6. Entrevista

Objetivo: Identificar cartelistas ecuatorianos y su participación en bienales internacionales. Profundizar sobre el Cartelismo en el Ecuador, diseñadores gráficos, artistas, ilustradores, y otros dedicados a esta área del Diseño tan emblemática en muchos países, y sobre su participación en las diferentes Bienales Internacionales de Cartelismo y/o Diseño, con el objetivo de documentarla a través de un período de tiempo determinado.

Entrevista dirigida a Cartelistas y/o Diseñadores Gráficos ecuatorianos que han participado en Bienales de Cartelismo y/o Diseño, priorizando las siguientes: BICM, BICeBé, y BID.

Preguntas:

1. ¿Cuál fue tu primer acercamiento con el Cartel?
2. ¿Qué fue lo que te motivo a dedicarte al Cartelismo?
3. ¿Hoy en día, qué es el Cartelismo para ti?
4. ¿Qué piensas actualmente sobre tus primeros carteles?
5. ¿Haz participado con tus trabajos en Bienales Internacionales de Cartelismo y/o Diseño, y cuál ha sido tu experiencia en ellas?
6. ¿Cuáles son para ti, las mejores Bienales de Cartelismo y por qué?
7. ¿Qué opinas acerca de la participación ecuatoriana en estas Bienales? ¿Qué es lo malo y lo bueno?
8. ¿Qué les dirías a las y los jóvenes que están comenzando en el

Cartelismo? ¿Cuál sería tu consejo?

9. ¿En tu opinión, piensas que se debería documentar la participación del país en las diferentes Bienales de Cartelismo y/o Diseño existentes? ¿Se debería dar prioridad a los trabajos seleccionados y/o premiados?
10. ¿Conoces el nivel de participación ecuatoriana en estas Bienales? ¿Cuáles según tú serían las Bienales con más participación ecuatoriana a nivel de Cartelismo?
11. ¿Consideras que el Cartelismo en el Ecuador ha llegado a su punto más alto, qué apenas está comenzando o está en proceso de crecimiento?

6.10.7. Análisis Urkund



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TRABAJO DE GRADO - JAVIER JARRÍN - FINAL.pdf (D25557985)
Submitted: 2017-02-07 21:54:00
Submitted By: prodsfly@hotmail.com
Significance: 6 %

Sources included in the report:

La Encuesta.pdf (D11232893)
TRABAJO PRÁCTICO-YURI-OCHOA-.docx (D16414551)
CAPÍTULO III Jessy Bury.docx (D11240321)
JIRÓN GUEVARA GABRIELA ALEXANDRA - VILLACÍS MOLINA ANDRÉS DE JESÚS.pdf (D21426924)
La investigación y sus tipos ensayo.docx (D14908165)
P.G. JUAN TAMBA FINAL.docx (D25407560)
MERCY TESIS FINAL.docx (D21312484)
[http://90mas10.com/2015/09/23/las-bienales-de-afichismo-](http://90mas10.com/2015/09/23/las-bienales-de-afichismo)
<http://www.bicebebolivia.com/Convocatoria.html>
<http://bienalcartel.org/acerca/index.html>
<http://www.bid-dimad.org/que-es-la-bid/>

Instances where selected sources appear:

23

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "Prodsfly".



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL
NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	100363810-1	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Jarrín Flores Darío Javier	
DIRECCIÓN:		Ibarra (Elías Almeida y José Nicolás Vacas)	
EMAIL:		prodsfly@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0997628881

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"RECOPIACIÓN DE LA PRODUCCIÓN GRÁFICA REFERENTE A CARTELISMO

	ECUATORIANO SELECCIONADO EN LAS BIENALES INTERNACIONALES: BICEBÉ, BICM Y BID; DURANTE EL PERÍODO 2006 - 2015”
AUTOR (ES):	Jarrín Flores Darío Javier
FECHA: AAAAMMDD	2017-06-19
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Diseño y Publicidad
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Gandhi Godoy

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Jarrín Flores Darío Javier, con cédula de identidad Nro. 100363810-1, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos

patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 19 días del mes de junio de 2017

EL AUTOR:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Javier Jarrín', is written over a horizontal dotted line.

Javier Jarrín
C.C. 100363810-1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL
TRABAJO DE GRADO
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL
NORTE

Yo, Jarrín Flores Darío Javier, con cédula de identidad Nro. 100363810-1, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: **“RECOPIACIÓN DE LA PRODUCCIÓN GRÁFICA REFERENTE A CARTELISMO ECUATORIANO SELECCIONADO EN LAS BIENALES INTERNACIONALES: BICEBÉ, BICM Y BID; DURANTE EL PERÍODO 2006 - 2015”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: licenciatura en Diseño y Publicidad en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 19 días del mes de junio de 2017

.....
Javier Jarrín

C.C. 100363810-1