



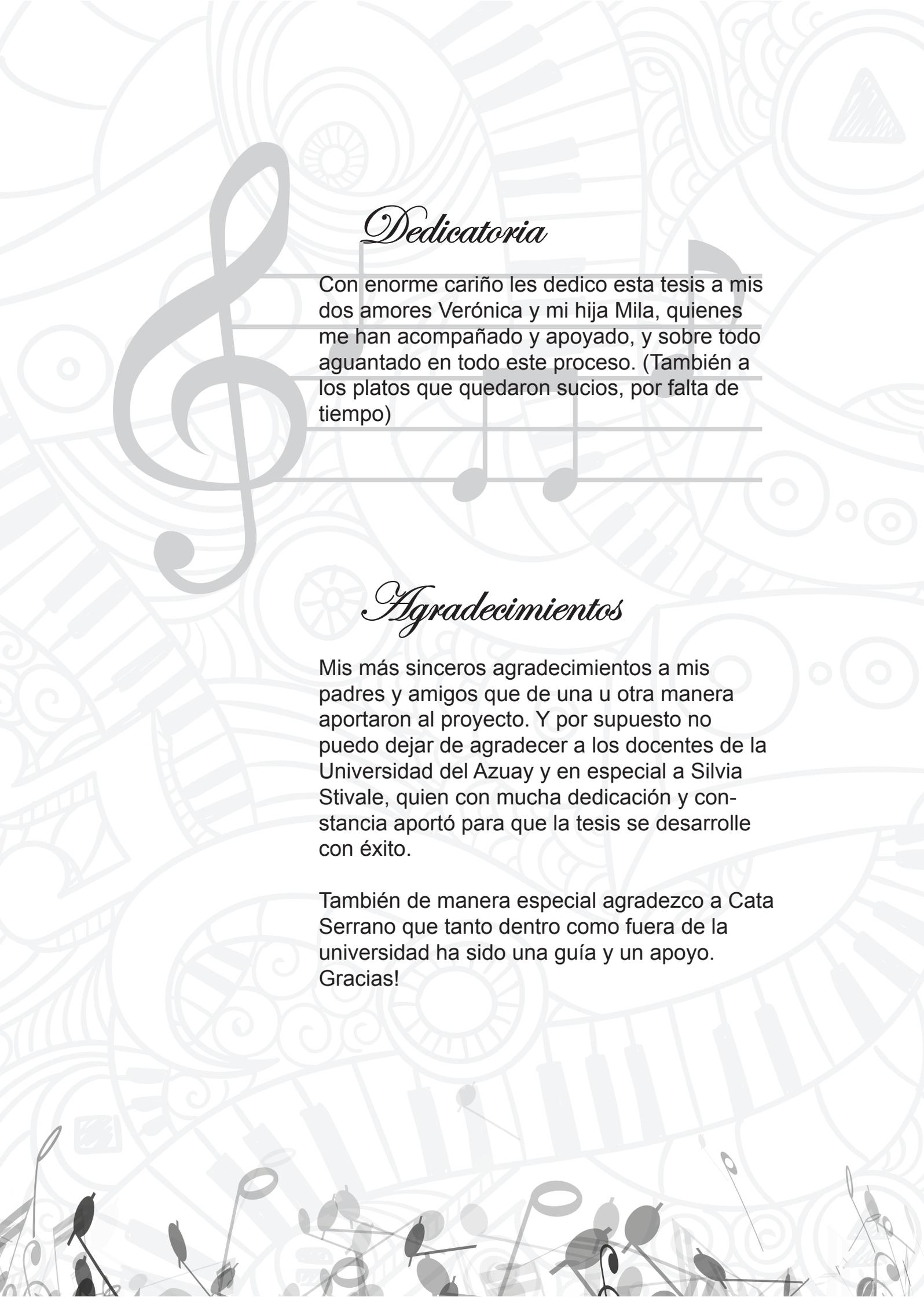
TÍTULO A OBTENER:
MAGISTER EN PROYECTOS DE DISEÑO

AUTOR:
PAÚL XAVIER
SÁNCHEZ BANEGAS

DIRECTORA:
SILVIA
STIVALE

Cuenca - Ecuador
Junio 2016

SOLO
EXITOS



Dedicatoria

Con enorme cariño les dedico esta tesis a mis dos amores Verónica y mi hija Mila, quienes me han acompañado y apoyado, y sobre todo aguantado en todo este proceso. (También a los platos que quedaron sucios, por falta de tiempo)

Agradecimientos

Mis más sinceros agradecimientos a mis padres y amigos que de una u otra manera aportaron al proyecto. Y por supuesto no puedo dejar de agradecer a los docentes de la Universidad del Azuay y en especial a Silvia Stivale, quien con mucha dedicación y constancia aportó para que la tesis se desarrolle con éxito.

También de manera especial agradezco a Cata Serrano que tanto dentro como fuera de la universidad ha sido una guía y un apoyo. Gracias!



RESUMEN:

En el presente documento se estudian portadas de los discos de artistas populares del Ecuador, con el fin de analizar su estética gráfica e identificar factores locales y globales que influyeron en su desarrollo.

Se registra parte de la historia de la música Ecuatoriana desde la perspectiva gráfica, se hace un repaso de las características técnicas y tecnológicas que intervinieron y como ellas influyeron como expresión de artes gráficos en los distintos soportes: discos de vinilo, casetes, cds, reproductores mp3, y su actual incursión en soportes digitales a través de la web.

Como método de investigación se recurrió a entrevistas e indagación en reproductores musicales online, la web y redes sociales.

La investigación posibilita evidenciar la íntima relación de exponentes de la industria cultura del país como la música y las propuestas gráficas con identidad local.

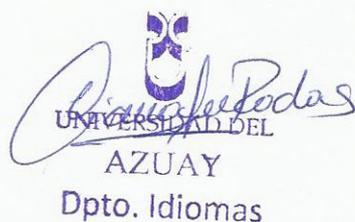
La suma de todo lo expuesto da apertura a nuevos campos de investigación, ya sea en el aspecto musical, social, histórico, y hasta en el plano comercial.

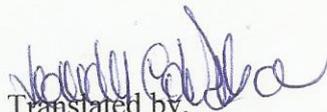


ABSTRACT

This paper discusses the study of album covers of popular Ecuadorian artists in order to analyze their graphical aesthetics, and identify local and worldwide factors influencing their development.

Part of the history of Ecuadorian music from the graphic perspective is recorded. A review of the technical and technological features that occurred and how they influenced the different media supports such as LPs, cassettes, CDs, DVD mp3 from the expression of graphic arts is carried out, as well as the current incursion into digital media through the web. As research method, interviews and inquiries in online music players, the web, and social networks were conducted. Research makes it possible to demonstrate the intimate relationship of exponents of the country's culture industry as music and graphic proposals with local identity. The sum of all the information gathered gives grounds to new fields of research in the musical, social, historical, and even commercial aspects



Translated by,

Lic. Lourdes Crespo



INDICE

Capítulo 1

MARCO REFERENCIAL

| | |
|--|----|
| Estética gráfica - Sintaxis de la imagen. | 1 |
| Anatomía del lenguaje visual | 1 |
| La Meta comunicación de la Imagen | 1 |
| La imagen representativa | 2 |
| La fotografía cómo representación | 3 |
| Factores relevantes de la fotografía, en la antropología visual: | 3 |
| Recursos gráficos | 4 |
| Diseñar para los ojos | 5 |
| La cultura visual | 5 |
| La percepción y la representación | 6 |
| El recurso tipográfico | 6 |
| La estética Kitsch | 7 |
| La estética de la Seducción | 8 |
| Influencias de la globalización | 9 |
| INDUSTRIAS CULTURALES | 10 |
| El papel del Estado | 11 |
| La Cultura y el desarrollo Socioeconómico | 11 |
| La internacionalización de la producción cultural | 12 |
| Peligros de la Industria Cultural Globalizada | 13 |
| La comunicación masiva | 13 |
| Los contenidos en los medios | 14 |
| Políticas, cultura y participación social | 14 |
| El mercado global y el consumo | 15 |
| ANTECEDENTES | 17 |
| La sociedad como influencia | 17 |
| “Madonna” sujeto-objeto global de consumo | 18 |
| La Tecnología expresada gráficamente | 19 |
| Contextualizando la problemática | 20 |
| Políticas gubernamentales | 20 |
| Actores involucrados | 21 |

Capítulo 2

MÚSICA E IDENTIDAD

| | |
|--|----|
| Canales de promoción y distribución de la música Popular del Ecuador | 23 |
| La piratería en la ciudad de Cuenca | 25 |
| LA MIGRACIÓN Y EL MERCADO MUSICAL | 27 |
| Efectos de la migración en las tendencias musicales | 27 |
| Migración: Efectos en la música del Ecuador. | 27 |
| Deducciones obtenidas sobre la Migración y La piratería digital | 28 |
| Evolución de los medios de difusión de la música. | 28 |
| Introducción a la música popular del Ecuador. | 29 |
| GÉNEROS MUSICALES A ESTUDIAR | 30 |
| La Rocola | 31 |
| Aladino “El Mago de la Rocola” | 32 |

Capítulo 3

ANÁLISIS ESTÉTICO GRÁFICO

| | |
|---|----|
| La Rocola | 35 |
| Ficha Técnica: Aladino “El Mago de La Rocola” | 36 |
| Disco de vinilo - Década de los 80 | 37 |
| CD - Década de los 90 | 40 |
| Ficha Técnica: Máximo Escaleras | 45 |
| Ficha Técnica: Gerardo Moran | 49 |
| Ficha Técnica: Sharon | 52 |
| Ficha Técnica: Mirella Cesa | 55 |
| Ficha Técnica: La Toquilla | 57 |
| Ficha Técnica: Juan Fernando Velasco | 60 |
| CONCLUSIONES | 62 |
| ANEXOS | 67 |
| Entrevista a Aladino | |
| BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES | 75 |



INTRODUCCIÓN:



El presente documento pretende hacer un estudio sobre la estética gráfica aplicada en las producciones musicales populares del Ecuador, para ello se hará un recorrido en la historia para ir descubriendo todos los factores en juego, ya sean factores de índole socio-culturales o influencias globales, y los efectos de la hibridación entre influencias globales y locales. Se plantea un análisis crítico sobre las propuestas gráficas de los músicos o artistas populares y como se compone su imagen-marca, tanto en su indumentaria como su representación visual en portadas de disco.

Justificación:

La mayor parte de músicos o agrupaciones musicales, buscan caracterizar su imagen para plasmarla en la portada de un álbum, como su tarjeta de presentación ante sus seguidores o fans. Es entonces cuando resulta conveniente investigar los diversos factores ya sean, sociales, culturales, o netamente mercantilistas que entran en juego para personificar al artista o grupo musical.

Junto a estos factores interviene la tecnología en relación con la cultura, en la cual empieza un notorio contraste entre música tradicional lograda a través de instrumentos acústicos, en relación a la música electrónica concebida por consolas y recursos digitales que producen, o emulan sonidos sin la presencia de instrumentos físicos. Con lo cual se evidencia que han sido los avances tecnológicos, los que han impulsado el desarrollo de este tipo de géneros musicales, que ya despiertan interés y grandes seguidores, y por lo tanto es importante saber qué transformaciones ha sufrido la música acústica-popular, como ha influido la tecnología ya sea como factor positivo y/o negativo.

Además en la construcción de la imagen entran en juego diversos criterios disponibles para ser estudiados, tales como:

- Sonido-imagen en sincronización
- Sonidos que evocan imágenes
- Imágenes que evocan sonidos
- Sonidos-imágenes con que denotan identidad, tecnología, o influencias globales.

Los distintos géneros musicales, pueden ser identificados por su estética visual, ya que tanto intérpretes como seguidores, llevan indumentaria, maquillajes con rasgos, morfológicos y cromáticos, que pueden dar cuenta de un determinado contexto, ideología o un fenómeno social-global. Por lo cual se deberá estudiar y comparar las propuestas gráficas de diversos artistas populares del Ecuador, enfatizando a aquellos que han tenido éxito y se encuentran en el imaginario colectivo, gracias a su música con rasgos culturales y con identidad nacional, así como artistas que integran cultura y tecnología.

Por ello se pretende obtener información y registrar la estética gráfica aplicada; cuáles fueron sus referentes, fuentes de inspiración, y el momento histórico que atravesaron, además de las características técnicas y tecnológicas que intervinieron y como ellas influyeron para plantear los artes gráficos en los distintos soportes tales como: los discos de vinilo, casets, cds, reproductores mp3, y su actual incursión en soportes digitales a través de la web.

Problema

Acorde con lo expuesto, surgen las siguientes interrogantes:

- ¿Qué información cultural y tecnológica se reconocen en los recursos gráficos de las portadas de los álbumes?



-
- ¿Cuál es la importancia de registrar esta información?
 - ¿Cuál sería su aporte a la historia de la música popular del Ecuador?

De no ser así, una parte significativa de la historia musical quedará en el olvido, sin conocer quienes fueron los autores de dichos procesos, qué fuentes de inspiración tuvieron y los conceptos o criterios aplicados en un entorno donde todavía el diseño no había entrado en acción, o estaba en proceso de desarrollo.

Es así como la historia que se encuentra actualmente en el país puede ser ampliada o enfocada desde la perspectiva del diseño, como un proceso de retroalimentación que involucre al diseñador en los procesos socio-culturales, y a su vez se convierta en un agente activo en la investigación, desarrollo e impulso de la cultura gráfica del país y su historia.

Como hipótesis de este trabajo, se destacan los siguientes puntos:

- El registro que se obtenga servirá como un documento que aporte información a la historia de la música Ecuatoriana, desde la perspectiva de la estética gráfica.
- Además se busca que la información obtenida pueda servir para ser expuesta a Diseñadores gráficos, despertar su interés y quieran involucrarse más en el aporte de criterios en la elaboración de propuestas gráficas, que representen a los artistas musicales del país.
- De igual manera se pretende brindar un panorama a los artistas musicales sobre lo que se está haciendo en el país, cómo se lo está haciendo, de manera que se impulse una postura crítica y analítica para las propuestas posteriores.



OBJETIVOS

Objetivo General:

Caracterizar la estética gráfica desarrollada en la Música Popular Ecuatoriana.

Objetivos específicos:

- Descubrir los referentes e influencias locales y globales por Emulación - simulación o "simulacro".
- Reconocer los factores socio – culturales e históricos que intervienen directa e indirectamente en las propuestas gráficas.
- Obtener datos que sirvan como referencia para impulsar el involucramiento más profundo del diseño, en el ámbito musical.





CAPITULO 1



Introducción:

En este capítulo se pretende elaborar un marco teórico que aborde todos los aspectos que intervienen, para un correcto y eficaz proceso de desarrollo de nuestro tema: **Análisis de la Estética Gráfica aplicada en la Música Popular del Ecuador.**

Para ello como base partimos segmentando el Tema en frases clave:

- **“Análisis de la estética gráfica”**

Qué involucra lo relacionado con el proceso de creación, recursos, composición, producción, estética y diseño, y como se percibe el resultado final de la imagen por parte de los usuarios. Para ello se tendrán en cuenta los siguientes temas.

- **“Música popular del Ecuador”**

Se abordarán temas socio-culturales y antropológicos del contexto donde se desarrollaron nuestros artistas populares, frente a influencias y transformaciones del mundo globalizado.

Estética gráfica

Sintaxis de la imagen.

Dado que el presente documento está orientado al análisis de imágenes, tomamos como un referente de alta importancia a Dondis, en su obra Sintaxis de la imagen.

Son múltiples técnicas a las que se puede recurrir para la comunicación visual, sin embargo cada una cuenta con características que pueden ser empleadas en función del contenido que se va a comunicar, entendiendo como es percibida e interpretada la imagen

por el observador (la percepción humana).

Tener conocimiento sobre los recursos visuales es de gran importancia tanto para el comunicador, como para el receptor, ya que permiten tanto elaborar imágenes con coherencia sintáctica y por otro lado, permiten ser un observador con un alto nivel de conciencia cuando se trate de configurar o descifrar un mensaje visual.

Dentro de los parámetros más significativos para un análisis formal se considerará:

- **La composición** y la organización sintáctica de los elementos, ya sea por equilibrio, simetría/asimetría o tensión.

- **Elementos básicos de la comunicación visual:**

Punto, línea, plano, junto con los parámetros del color y Textura.

Anatomía del lenguaje visual

Se refiere a los 3 niveles con los que se construye mensaje visual:

- **Lo representado** que proviene de la experiencia y el entorno.
- **Lo Abstracto**, es la reducción mínima de una imagen hasta sus elementos más básicos de representación.
- **Lo Simbólico**, es un sistema de símbolos elaborados por el hombre, con el cual les otorga un significado especial que puede adquirir carácter universal.

La Meta comunicación de la Imagen

Para este estudio se tomará como referente

a Donald Lowe y sus criterios sobre la Meta comunicación de la imagen:

El poder de la imagen se potencia por su capacidad de representar tanto objetos reales como imaginarios, lo cual le otorga una infinita gama de usos tanto a nivel expresivo como técnico. Ver una imagen permite indagar sobre su contenido, buscar sus inspiraciones, pensar por que el autor la desarrollo, ya que toda creación visual sea planificada o no, está comunicando algo.

Sin embargo cuando se tiene conocimientos sobre los recursos disponibles para la construcción visual, permiten al observador llegar e tener más conciencia de la intensidad del autor.

Por tal motivo a continuación hacemos un breve repaso de las técnicas de representación de la imagen y su evolución a lo largo del tiempo:

La imagen representativa

“La imagen resulta de la conexión perceptual de la persona en el mundo”.

(Lowe, 1986)

Toda obra o representación visual adquiere sentido de acuerdo a la relación que hace el sujeto, de lo que conoce con lo que observa, es entonces cuando le encuentra sentido y capta el mensaje. Sin embargo la representación tiene múltiples consideraciones para tener en cuenta, tales como:

- **La representación es arbitraria:** Debido a que siempre existe una razón o un motivo que impulse su creación, además de tener un sujeto

que es quien le da origen, quien de por sí ya cuenta con influencias propias de su entorno, y que en cierto grado se ven reflejadas en su representación.

- **La técnica:** Se convierte en un factor determinante en una obra visual, determina la intención arbitraria de representar lo más cercano a la realidad o simplificar la cantidad de detalles o elementos para componer una obra abstracta que se encuentra en el ámbito de lo artificial.
- **El espectador:** Es la razón por la que finalmente se hace una representación visual, por tal razón se debe considerar la capacidad perceptiva del observador: sus afectos, creencias, religión, cultura, clase social, época etc.
- **Efecto de rememoración:** Representar objetos, personas, lugares o sucesos, se emplea en función de rememorar situaciones pasadas, volver a verlas es volver a vivirlas.
- **La identificación:** Hacer referencia al proceso en el cual interviene la memoria del sujeto, en el cual relaciona e identifica formas, colores, texturas. Este proceso provoca una sensación de placer, de encontrar en la memoria un lazo o un nexo con lo que se está observando, es una apropiación de la imagen.
- **La imagen y el espectador se parecen:** Por su parte el espectador cuando adquiere una obra visual,

esta consiente o inocentemente identificándose con dicha imagen, con la cual proyecta sus sueños, ideales o anhelos.

(Aumont, 1992)

utilizado por la antropología visual, para documentar el comportamiento social. En este proceso interviene tanto el fotógrafo, la cámara y lo fotografiado, tres aspectos que tienen sus propios condicionantes que influyen en el resultado final.

Factores relevantes de la fotografía, en la antropología visual:

La fotografía cómo representación

En pos de adentrarnos a nuestro tema de estudio, haremos un análisis planteado desde una visión antropológica de la Imagen, ya que considera necesario y justificado incluir este tema, debido a que se ha podido observar que muchos de los artistas populares del país, recurren al recurso fotográfico para representar su imagen de marca.

Eva Nieto (2005), pone de manifiesto que el uso de la fotografía tiene connotaciones históricas, que le otorgan una fantástica percepción de que lo que se observa, representa el mundo real tal cual es, pese a que dicha captura de la realidad es obtenida por decisión predeterminada del fotógrafo.

Como recurso la fotografía a diferencia de la memoria humana, nos permite inmortalizar lugares, personas, escenas de la vida, un tiempo determinado que con el paso de los años se convierte en un documento histórico que nos lleva de regreso en el tiempo, evoca recuerdos, es la evidencia de cambios estéticos, avances tecnológicos y la reconfiguración de estilos vida.

En base a estos argumentos es que la fotografía ha sido un medio ampliamente

- Su valor documental es importante para el registro del patrimonio visual de una cultura o una sociedad.
- Fotografiar una escena en diferentes momentos, permite establecer comparaciones, formular hipótesis que pueden ser confirmadas o negadas.
- La fotografía debe incluir un relato que contextualice su origen, de manera que goce de los elementos necesarios para complementar aquellos datos que la imagen no alcanza a comunicar, lo cual permite una comprensión más exacta para el observador.
- La cámara y sus características tecnológicas, dan cuenta de su evolución y su paso en el tiempo. Una imagen en blanco y negro deteriorada por ejemplo, nos lleva a una determinada época con su carga de nostalgia; sus propias limitaciones tecnológicas hoy en día se convierten en un recurso para hacer fotografías que evoquen esa sensación.

- La imagen tiene un alto valor

representacional, es por ello que puede generar ambigüedades en su discurso, que ponen al observador como un juez que “juzga” por lo que ve, en relación a su subjetividad, su experiencia.

- La fotografía detiene miradas, evoca sensaciones, tiene una “fuerza de silencio y de inmovilidad”, cercano a la muerte de aquello que ya pasó.

(Aumont & Ruiz, 1992)

Recursos gráficos:

- **El Signo Lingüístico.-** Esta representación visual es arbitraria, tiene un sentido de comunicación directo, tal como la tipografía representa la palabra hablada, no da lugar a reinterpretaciones. Generalmente es usado en documentos bibliográficos, libros, diarios, revistas etc.
- **El cine y la fotografía.-** Revolucionaron el mundo de la representación visual en relación a la pintura, ya que podía registrar exactamente un instante de la realidad, lo cual daba la percepción de ser una representación fiable de lo captado, pese a que en realidad la fotografía en la mayoría de los casos es programada, no es casual ni arbitraria, ya que fue un operador quien decidió disparar una toma fotográfica.

Más adelante en la historia la fotografía evoluciono tecnológicamente, dando paso a la aparición del cine a través de la secuencia de fotogramas.

A diferencia de la fotografía, el cine es más dinámico, combina imágenes y sonidos, y permite documentar o construir historias y sucesos.

Bajo este mismo criterio se afirma que todo cambia cuando pasamos de la imagen fija a la imagen animada, debido a que el tiempo o la duración son impuestos por su autor, entonces el observador se ve obligado a recorrer esta línea de tiempo para llegar a codificar el mensaje o en caso contrario, no podrá acceder íntegramente a ese mensaje.

Realizar cine sin embargo es una actividad que requiere la suma de muchos esfuerzos, tanto humanos como tecnológicos, además de la disponibilidad de un presupuesto mucho más amplio que otros medios de comunicación visual.

- **La imagen publicitaria.-** Estrechamente relacionada con el marketing, una herramienta que tiene presencia global, debido a su capacidad para comunicar todo tipo de contenido, ya sea social, religioso, político, económico, social o mercantilista.

Abarca diversidad de materiales y acabos, que van desde la publicidad impresa en pequeños y grandes formatos, la publicidad digital para medios de comunicación audiovisuales, y en la actualidad la publicidad multimedia para la web y redes sociales.

(Lowe, 1986)

Diseñar para los ojos

Este es un tema ampliamente abordado por Joan Costa, de quien tomaremos los criterios muy valiosos, como aporte académico a este documento.

Diseñar para los ojos, es diseñar para el cerebro que constantemente recibe sensaciones, emociones, información y conocimiento. Por tal razón el diseñador puede comunicar visualmente, ya sea con fines positivos (**campañas sociales**) o

Negativos (**contaminación visual, morbo**), lo cual repercutirá directa o indirectamente en la sensibilidad del observador.

Sin embargo cabe considerar que **el diseñador influye y es influido por la sociedad, la cultura, economía, política y todas las ciencias sociales**, es entonces cuando un arte denota los referentes e inspiraciones que le dieron origen.

Ahora bien la comunicación visual ha sido constantemente ligada a la industria y el marketing de consumo, en conjunto con las nuevas tecnologías, que responden a un mundo cada vez más complejo.

Es entonces que a través del color, los signos funcionales, los símbolos y con las técnicas que se construye el lenguaje de los esquemas y la digitalización, en conjunto con referentes conceptuales y técnicos.

- **El ojo y la visión**

El ojo no está siempre distraído ni desinteresado, pero tampoco está completamente en estado de búsqueda activa. **Todo mensaje gráfico estático requiere del receptor humano una inversión en tiempo**, la imagen se capta de un vistazo, y es más lento captar un mensaje secuencial, como es el caso los **Cómics y el cine**.

Mientras tanto que la imagen estática (**cartel**) más texto (**anuncio, embalaje**) requiere menos tiempo y esfuerzo que el mensaje complejo o lento (**anuncio textual**) y que el mensaje secuencial (**manuales de instrucciones de uso**).

- **El placer del ojo**

La visión identifica imágenes, textos y colores, en búsqueda de encontrar placer e interés, o puede ser impactado agresivamente, es por ello que los ojos son el órgano del cuerpo que puede provocar en el cerebro múltiples sensaciones.

Joan Costa explica qué esto se debe a que las imágenes contienen mensajes semánticos y estéticos, que se perciben y entienden de una manera muy diferente de cómo se lee un texto impreso; las imágenes invitan a recorrerlas y gozar de formas, líneas, colores, texturas y demás recursos expresivos.

La cultura visual

Se trata de la identificación de imágenes por sus formas y la asociación que hacemos de ellas con la realidad, con lo que tenemos en nuestro entorno cotidiano ya sea personas, paisajes, comidas, vestimentas etc.

Es por ello que un ilustrador o comunicador visual de ficción, no puede liberarse de su cultura visual, la prueba es que se recurre fuertemente a la **figura “antropomórfica” (Figura humana)** como se ejemplifica en la ilustración de marcianos, o figuras de ficción, es el caso por ejemplo de la clásica caricatura de las Tortugas Ninjas, ya que la forma real de este reptil en realidad no tiene ninguna semejanza a la figura humana, pero sin embargo al ser caracterizada en el mundo

de las caricaturas y el comic, pasa a ser representada con rasgos humanos, y de esta manera presentarse como un ser amigable semejante a nosotros.

También un ilustrador puede recurrir al **modelo zoomórfico (forma animal) como referente**, y construye sus seres ficticios poniéndoles “alas, rabo, cuernos o garras”, como es el caso de **las figuras míticas y de las fábulas**.

De modo que, incluso cuando se pretende crear seres imaginarios, ni el dibujante ni el espectador pueden prescindir de los referentes mentales y universales de los que nos servimos para poder imaginarlos, como expone Joan Costa.

Pero la cultura visual es un proceso que se va desarrollando con el tiempo, es por eso que **los dibujos infantiles son representados con formas geométricas** elementales como el cuadrado, el círculo: Un árbol es un círculo y una línea vertical; una silla de perfil son tres trazos, etc.

- **Una imagen puede ser atractiva por diversos motivos, tales como:**
- **Las ilustraciones fantásticas**, porque tienen un sentido místico que invita a la ilusión, además de tener un alto contenido atractivo porque no son reales.
- Otro factor de atracción puede ser por el uso de una estética identificable, como es la estética, Pop, Vintage, Art deco, etc.

- La perfección de la técnica, el misterio por descubrir cómo está hecha una Imagen.
- Incluso como en el caso de la estética Kitsch, la imagen puede tener atractivo por romper los cánones típicos de belleza, como exaltar y usar colores en alto contraste.

La percepción y la representación

“La visión reconoce las formas y reconstruye en cierto modo la percepción real, el reconocimiento de las formas, en cuyo acto el individuo experimenta:

- a) La libertad del ojo por viajar a placer sobre su superficie
- b) El goce estético, mientras la mente descifra
- c) El discurso y la retórica visual (aquello que la imagen significa, muestra, expresa o simboliza a través de su relato) y que da lugar a la interpretación del mensaje gráfico.

La mirada se desplaza por la imagen, y va tomando de ésta un elemento tras otro con lo cual establece una relación temporal entre ellos.

El registro establece relaciones llenas de significado entre los elementos, extrayendo de este modo el sentido de la imagen”.

(Costa, 2007)

El recurso tipográfico

Generalmente el último punto de interés para el diseñador es la tipografía, por el miedo y la



resistencia a aplicar tipografías que puedan dar los siguientes problemas:

- Que los caracteres resulten ser muy pequeños.
- Por la falta de contraste entre la letra y fondo genere dificultad en la legibilidad.
- El predominio de las imágenes en relación a los textos.
- Cuando la distorsión de los textos, vuelve a los textos ilegibles.

¹Al respecto Costa (2007) señala:

1. El lector adivina más que lee.
2. La mitad de una palabra, y hasta la cuarta parte, bastaría para intuirlo.
3. Si una palabra faltara, sería adivinada por el encadenamiento de la palabra precedente y la siguiente.
4. La casi totalidad de los lectores no lee más que la parte superior de las líneas.
5. La parte superior de las líneas, con sus mayúsculas y sus acentos, basta para una lectura corriente y rápida.
6. La velocidad de lectura es función del número de palabras y no del número de letras.

La estética Kitsch

Esta estética en particular es un excelente referente que se acerca hacia una respuesta que permita comprender las propuestas gráficas populares.

El Kitsch desde sus inicios entre 1860-1870 se caracterizó por romper con las estructuras racionalistas definidas en la modernidad, transformando lo que se consideraba arte.

²Elena Moreno hace referencia que el termino Kitsch se acuña como termino internacional en el siglo XX. Este fenómeno social fue asociado directamente con el mercado de consumo masivo, pero con la característica que rompía todos los estándares, terminaba por confundir a los críticos, si este movimiento entraba en el ámbito de arte o encajaba en una simple forma de expresión banal y pretenciosa.

En el campo del diseño, el Kitsch permitía al diseñador romper los cánones impuestos por la modernidad, inmiscuyéndole en el mundo de la experimentación y la explotación del proceso creativo e imaginativo. Ya no solo se trataba de pensar en la función, sino se daba preferencia al “entretenimiento”, para provocar al máximo la sensibilidad del ser humano, lo cual fue un impulso para el consumo de productos y obras banales.

“... la concepción general lo define como todo aquel objeto de pobre contenido artístico o gusto vulgar, cuyo consumo aspira a acceder a un estatus social superior, mediante la paupérrima evocación o imitación de un estilo artístico pre-existente”.

(Irizarry, 2006: pág. 12)

Tanto el Kitsch como el Posmodernismo se vinculan por un eje problemático: un rompimiento a lo pre-establecido lo rígido y

² Moreno, E. La cara kitsch de la modernidad.

Uno de los principales representantes del Kitsch fue Andy Warhol.

¹ Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos* (Vol. 1). Universidad de Medellín.



lo formal, su perspectiva está enfocada en la expresión de los colores fuertes, la iconicidad, lo ironía como expresión de arte.

Este movimiento despierta nuevas sensibilidades, es una nueva mirada sobre sí mismos y el resto, dichas sensibilidades son moldeadas por los ideales del contexto social. El Kitsch como movimiento artístico sin embargo, por sí solo no es significativo, ya que, parte de un referente para gozar de sentido, lo cual demuestra que a pesar que las nuevas corrientes estéticas del posmodernismo intentan desvincularse del racionalismo, todo se encuentra entrelazado, en donde el pasado vuelve a ser presente a través de una nueva mirada.

La estética de la Seducción

La globalización y los medios de comunicación masivos han permitido que la industria musical nos quiera presentar “modelos inalcanzables” como referentes para seguir, una tendencia, o el último grito de la moda.

“También en materia de sexo, la proliferación está cerca de la pérdida total. Ahí está el secreto de esta superproducción de sexo, de signos del sexo, hiperrealismo del goce, particularmente femenino: el principio de incertidumbre se ha extendido tanto a la razón sexual como a la razón económica” (Baudrillard, 1981: pág. 7)

Desde grandes intérpretes de la industria musical como Madonna, y artistas relativamente más nuevas como Nicky Minaj, que al igual que Jennifer López, cantante con amplia trayectoria, han optado por recurrir a la seducción y coreografías de alto contenido erótico, a través de la exposición de su figura como recurso para idealizar su imagen. Ambas interpretres musicales en sus últimas producciones publicadas en la plataforma de youtube, con millones de reproducciones cada una, son la ejemplificación del análisis de Baudrillard, ya no hay límite o restricción,

“el sexo obsesiona” lo cual es una respuesta del porque se viralizaron dichos videos, “Esta fuerza de lo femenino es la seducción”.

Pero si bien, se tiene la idea generalizada que: “el sexo vende”, estas propuestas gráficas eluden criterios y argumentos de diseño, es apelar a lo más fácil, lo directo y explícito. Se trata de un juego de seducción para desconcertar al espectador, con lo cual las intérpretes demuestran idolatrar su propia imagen.

De igual manera sucede en el Ecuador con el género musical de la tecno cumbia, la mayor parte de agrupaciones de este género están conformados por mujeres, su imagen denota sensualidad, se exalta la figura femenina, una estética de seducción.

A continuación un extracto de la tesina de grado de Silvia Rodas (2010) sobre la Tecno cumbia en el Ecuador.

“Estos grupos dentro de su ambiente estético, poseen ciertas características distintivas. Con esto me refiero a elementos propios como: los nombres que adoptan para llamar a la agrupación, vestimentas, maquillaje acentuado, accesorios que utilizan (lentes de contacto, pelucas, pestañas postizas, etc.), música, canciones, bailes coreográficos, entre otros: “[...] conlleva elementos nuevos como el show en vivo y el baile en base a coreografías y a un vestuario predeterminado que posibilita la exaltación de ciertos atributos corporales.

Sin embargo cabe investigar más a profundidad que sucede comparando con otros grupos representativos de este género para validar lo mencionado. Además en un capítulo más adelante se hará la recopilación de información e imágenes para un análisis mucho más detallado y crítico, y recurriendo



a las fuentes respectivas.

Sobre la estética de la seducción hay muchos referentes tanto locales como internacionales, de este último vamos a tomar a la leyenda de la música Pop, Madonna quien a explotado el recurso de la sexualidad ampliamente a lo largo de toda su trayectoria, como se analizara más ampliamente en el capítulo de “Referentes”.

Influencias de la globalización

La globalización es un fenómeno que afecta a todas las sociedades del mundo, pero particularmente en Latinoamérica se ha recibido gran parte de tecnología y productos importados, sin embargo lo global adquiere una nueva significación denominada “glocal”, en la que cada sociedad desarrolla una interacción entre sus características locales - globales.

Es por ello que podemos ver que por ejemplo un grupo de rock del país, puede tener valores estéticos reconocibles en cualquier lugar del mundo, pero que sin embargo adquiere rasgos propios de identidad.

El fenómeno global es una realidad latente que desencadena múltiples y variados resultados, sobre todo en países latinoamericanos como Ecuador, de economías basadas fundamentalmente en producción primaria y commodities, y dónde las producciones industrializadas que incluyen valor agregado, provienen en su mayoría de importación.

Así mismo en el ámbito digital y tecnológico, debido a la monumental y múltiple cantidad de información que se encuentra en la red y que está disponible en todo el mundo, resulta muy difícil generar contenido con niveles de calidad tecnológica.

Si bien en la red se puede compartir todo tipo de contenido, este mismo factor se convierte en una barrera de entrada para las pequeñas

industrias, un ejemplo de ello se puede evidenciar en la red, es el caso de los videos musicales en la plataforma de Youtube, tanto músicos principiantes como leyendas de la música publican sus producciones, en búsqueda de alcanzar la mayor cantidad de visualizaciones y por supuesto las grandes industrias dominan este mercado; mientras los cantantes pop de USA alcanzan millones de visitas, los cantantes pop latinos luchan por alcanzar estas cifras, compitiendo tanto contra pequeños y grandes músicos de todo el mundo.

“Hoy, cuarenta años después, los ordenadores y muchas otras «tecnologías de la información» desarrolladas en este lapso se convierten rápidamente en autónomas y totalitarias, redefiniendo nuestros conceptos básicos y eliminando puntos de vista alternativos”. (Capra, 1998: **pág. 88**)

La globalización y la tecnología pueden ser recursos que permiten generar grandes beneficios para la humanidad y el desarrollo. Resulta necesario tener referentes como el criterio citado, para tomar una postura crítica, ante un fenómeno tecnológico que también puede impulsar el consumo masivo, que a través de la web y los medios de comunicación convencionales, intenta modelar preferencias, estilos y formas de vida de la sociedad.

No podemos creer que exista una imagen idealizada o un modelo en el ámbito de la industria del entretenimiento, que llegue a ser una imagen de culto, que pueda llegar a desplazar los valores sociales o culturales de una nación.

Industrias culturales

Las actividades económicas relacionadas con la cultura, representan fuentes de empleo y estimulan el vínculo con otras naciones; en este aspecto Canclini (2000) enfatiza la necesidad de Latinoamérica por regular y afrontar el desequilibrio de consumo entre lo propio y lo importado.

Poniendo en contexto lo expuesto, resulta fácil ejemplificar este hecho en la sociedad Cuencana, tan solo se necesita ingresar a la página web de la empresa “Multicines” que es la única que brinda el servicio de proyección de películas en la ciudad, se evidencia que la balanza de contenido en cartelera, tiene en mayoría presencia de producciones audiovisuales extranjeras, lo cual representa una realidad constante en la historia del país que ha venido aquejando a la producción nacional.

Paralelamente en la industria musical también existe un considerable desequilibrio de presencia de producciones extranjeras sonando en las radios locales, por lo cual actualmente en Ecuador se impulsan leyes que protejan y obliguen a los medios de comunicación radiales y televisivos a reproducir contenido de producción nacional en mayor proporción con respecto al contenido extranjero.³

Al respecto Canclini manifiesta:

“Al mismo tiempo, es preciso reconsiderar lo que se concibe como cultura propia

(nacional o latinoamericana) teniendo en cuenta su recomposición en tiempos globalizados y lo que hoy entienden los consumidores por interés público y calidad de

Vida.”

³ Más adelante se acotara información con respecto a las leyes que van a regir en el país.

En esta cita se extraen dos criterios muy significativos para nuestro estudio:

- 1) Por una parte se encuentra la re significación y los cambios que ha sufrido la cultura debido a los factores ligados a la globalización. Por tal razón, surge una preocupación generalizada por recuperar tradiciones, cultura, gastronomía, indumentaria y música nacional.

Esta misma preocupación puede tornarse negativa y transgredir los valores históricos de una nación, ya sea por falta de planificación y conceptualización, o debido a un efecto “Glocal” en el cual se hibridan costumbres locales con costumbres globales,

Un ejemplo es el tradicional Halloween de origen Estadounidense, que se celebra en el Ecuador el 31 de Octubre, mismo día que se celebra el día del Escudo Nacional pero que sin embargo no tiene la misma respuesta y acogida en la sociedad.

- 2) Por otra parte también se encuentra la percepción de los consumidores, en cuanto a la calidad y beneficios que brindan los productos importados frente a los locales. Debido al adelanto tecnológico de los países desarrollados, estos se lograron posicionar como industrias que traían a Latinoamérica productos de calidad, innovadores y tecnológicos, lo que dio como resultado un lento desarrollo y la predilección por el producto internacional, realidad que comienza a revertirse siempre y cuando se emprendan nuevos retos que impulsen las industrias locales.

El papel del Estado

Representa un vínculo entre productores y el Estado que actúa como garante en un proceso de desarrollo, que busca introducirse en un mercado internacional.

Este proceso involucra que el estado sea participativo y genere políticas económicas y sociales, además de establecer los vínculos necesarios con los países de la región, de manera que, como propone Canclini se impulse la creación de Consejos Nacionales de Industrias Culturales. Cuya actividad sería regular y realizar estudios de financiamiento sobre todo para pequeños productores, que no tienen la misma capacidad de inversión que las industrias privadas, lo cual les obliga a recurrir a préstamos en la banca privada, cuando el estado puede generar incentivos o préstamos con intereses bajos, de tal forma que de verdad sea un apoyo para las pequeñas y medianas industrias Nacionales.

“El dilema decisivo hoy en las culturas latinoamericanas no es definir las identidades o globalizarnos, sino integrar sólo capitales y dispositivos de seguridad o construir la unidad solidaria de ciudadanos y sociedades que reconocen sus diferencias”. (Canclini, 2000:pág. 91)

Han sido los medios de comunicación, como la radio, la televisión que junto con la publicidad han aportado para que el proceso globalizador se desarrolle en forma vertiginosa, generando intercambio e ⁴**hibridación** no solo de economías sino de culturas. Es tan complejo el proceso globalizador, que por ello se requiere de planificación y organización de todos los sectores, privados, independientes

4 Altamirano (2002) pp124. mezcla intercultural de procesos en que estructuras o prácticas sociales que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas en los que se mezclan los antecedentes.

y gubernamentales, con fin de fortalecer el proceso de desarrollo en Latinoamérica.

La Cultura y el desarrollo Socioeconómico

Las expresiones artísticas populares a largo de la historia, no han sido del todo valoradas en los procesos de desarrollo, pero sin embargo en la actualidad existe una tendencia en la cual ésta ocupa un lugar estratégico en el desarrollo económico. Un ejemplo local es el caso de la música folklórica, con la que muchos de sus intérpretes intentan obtener un sustento económico, vendiendo sus discos en plazas y lugares públicos, pero no consiguen la repercusión necesaria en el ámbito local, si bien son reconocidos por los turistas como expresiones legítimas de contenido artístico.

Sin embargo representa una micro industria que no tuvo mayor impacto, hasta que en el año 2011 un **migrante Ecuatoriano** participó en un programa de talentos en **Alemania**, y ganó el primer lugar interpretando **música folklórica**. El mayor logro de este artista fue el despertar la sensibilidad y la conciencia de sus propios compatriotas, lo cual re valoro la música folklórica a nivel local.

Ampliando el panorama a Latinoamérica, se puede encontrar claros ejemplos de industrias locales que han dado grandes avances hacia el mercado internacional, es el caso de **las telenovelas** producidas en países como Brasil, Colombia, Argentina y México entre otros.

Colombia por ejemplo en los últimos años ha llevado a la pantalla chica, grandes producciones basadas en la vida de **narcotraficantes, capos y Carteles**, ha sido una estrategia que les ha dado éxito tanto a nivel local como internacional. De hecho actualmente han recurrido a



producir historias basadas en la vida figuras populares localmente: futbolistas, cantantes, artistas, como medio para llegar a públicos internacionales, una estrategia que le permite al país Colombiano tener una industria creciente que representa ingresos económicos y ganar peso en sus producciones para captar medios que hace una década podían ser muy difíciles de penetrar, como lo es Estados Unidos y España.

Estos sucesos permiten tener una reciprocidad, integración e intercambio económico entre naciones, además de ser un fenómeno social que empieza a invertirse, ya que si en el pasado dominaban en totalidad las producciones Norteamericanas por ejemplo, hoy la balanza empieza a equilibrarse, por lo que el proceso debe ser continuo e impulsar el apoyo entre toda Latinoamérica para consolidarse e ir superando cada vez más fronteras.

La internacionalización de la producción cultural

Es necesario por lo tanto para generalizar y reforzar estos procesos acompañarlos de políticas que promuevan y regulen la producción y la comercialización de la cultura local ampliando sus fronteras (Canclini, 2000).

Posibilitar la protección de la propiedad intelectual y regular las inversiones extranjeras y multinacionales en preservación de las expresiones culturales populares latinoamericanas.

Televisión, cine y vídeo: hacia una cultura multimedia

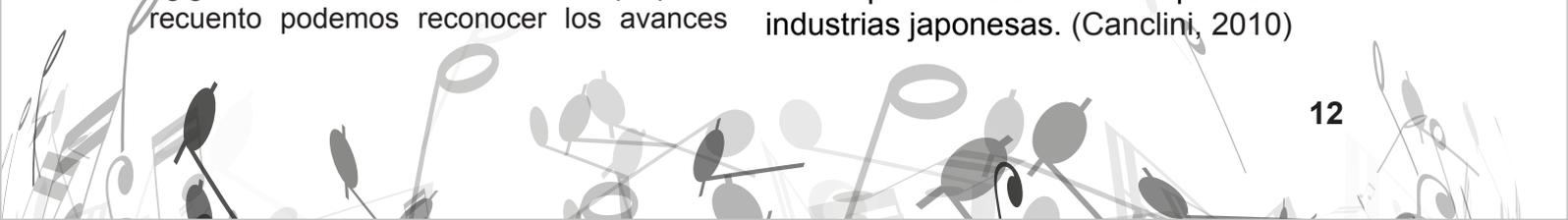
A lo largo de la historia los medios audiovisuales ha evolucionado a pasos agigantados, haciendo un pequeño recuento podemos reconocer los avances

tecnológicos que han ido moldeando las producciones audiovisuales, empezando desde las imágenes a blanco y negro, luego su salto al color y posteriormente con mega producciones que ya incursionaban con los denominados “efectos especiales”, han podido dar cuenta de un fenómeno global que evoluciona imparablemente, tanto que ya ha conformado una industria que mueve cifras estratosféricas.

El alcance que representa esta industria es ilimitado, ya que mueve a la par otra industria de igual magnitud, se trata del mercado de los objetos eléctricos y electrónicos, que también han evolucionado de la mano con los medios audiovisuales, desde la radio, la televisión, las computadoras y en la actualidad infinidad de modelos de dispositivos móviles que van desde celulares, laptops, Tablet y reproductores multimedia, han dado pautas que intervienen y limitan el proceso de creación de contenido multimedia, ya sea por el clásico formato de pantalla 3:2, que en hoy en día tiene una proporción 16:9.

Todos estos factores permiten infinidad de posibilidades para el campo visual, sobre todo actualmente en un mundo donde la comunicación y la información son masivas, sin embargo este panorama también es motivo de análisis en Latinoamérica, ya que la relación entre producción y consumo es asimétrica, todavía las pantallas latinas transmiten y consumen en mayor proporción contenido estadounidense, y de hecho la mega industria visual producida por este país, es tan sobre valorada que gracias a Hollywood siempre el súper héroe, o el presidente del mundo es un ciudadano americano, lo cual es una mentira que repetida millones de veces llega a penetrar en el subconsciente de muchas sociedades, tanto que representan una verdadera amenaza para las producciones Latinoamericanas⁵.

5 El 70% de la producción audiovisual y de entretenimiento proviene de EE.UU, mientras que la producción y venta de aparatos electrónicos proviene de industrias japonesas. (Canclini, 2010)





“En verdad, sólo dos, Brasil y México, están incorporados a la economía global de bienes culturales, y son sedes de gigantes del audiovisual, Red Globo y Televisa respectivamente.

Globo es básicamente un exportador de audiovisuales, que condujo a Brasil al cuarto lugar como productor y tercero como exportador audiovisual, pero no ha transnacionalizado su producción; Televisa, en cambio, actúa en la región como una genuina corporación transnacional, que compra canales e internacionaliza sus actividades productivas”

(Roncagliolo, 2000: pág. 98).

Estos datos demuestran que de todos los países latinoamericanos, tan solo un pequeño porcentaje internacionaliza sus producciones, e incluso son ellos quienes en cierto modo limitan o monopolizan el mercado audiovisual de la región.

Pese a lo expuesto siguen siendo las series de televisión y los contenidos de entretenimiento internacional, las que mueven los motores económicos del mundo, a la vez que simétricamente repercuten en los valores socio-culturales de los países con bajas producciones locales. Para reducir este impacto existen dos consideraciones, por un lado los productores locales deben innovar en contenido, tecnología y por supuesto en calidad, a la vez que el estado debe impulsar leyes que regulen este contenido, y propongan normativas que reduzcan el consumo de producciones importadas, lo cual permite que la inversión local aumente y nuestras producciones puedan ir creciendo significativamente.

Peligros de la Industria Cultural Globalizada

Si bien las industrias culturales permiten el desarrollo económico en Latinoamérica, también hay que cuestionarse quienes son los verdaderos protagonistas en este proceso.

Si los logros son colectivos o actúan individualmente en respuesta a fines privados y netamente capitalistas, desvirtuando e ignorando las necesidades sociales por reducir el consumo importado para fortalecer nuestra propia industria, como se ha venido recalando en todo este documento.

“La convicción de que los pueblos necesitan afirmar su identidad se vuelve el núcleo argumental en las defensas de la producción audiovisual de cada país”.

(Canclini, 2000: pág. 104)

Desde una perspectiva antropológica, el fortalecimiento de lo local es un método de defensa de la cultura, ante un constante bombardeo de información que amenaza con transformar y desestabilizar los valores históricos de una nación, ya que gracias a la globalización y la constante circulación de imágenes y contenido audiovisual sin rasgos propios “sin alma”, únicamente cumple con su función de entretenimiento e impide la demanda de contenido de carácter social-cultural, con identidad y sentido de pertenencia. Por tal motivo el mayor reto para los latinoamericanos es despojarnos de la fascinación por la industria del entretenimiento, empezar a apoyar y demandar más espacios para nuestra propia industria, sin satanizar el contenido global sino más bien equilibrar el consumo local vs el importado.

La comunicación masiva

Todo el contenido que circula por la red, responde a infinidad de gustos e intereses y es el usuario quien decide que contenido desea ver y qué páginas visitar, pero siempre queda la duda si a pesar que la mayor cantidad de contenido lo abarcan los países con alto desarrollo tecnológico, se puede generar nuevas propuestas que impulsen el interés público hacia una mejor calidad de vida.

Es entonces cuando la cantidad desigual



de contenido digital se puede equilibrar, por ejemplo actualmente en Ecuador, ya se puede disponer de información en línea de los servicios que brinda el estado sobre educación, salud, vivienda, empleo y bienestar social, lo cual a pesar que no sea una garantía que llegue a todos los usuarios, al menos ya se va integrando a las necesidades y exigencias de un mundo digitalizado.

Sumado a estos avances tecnológicos en el país, a nivel local ya se van dando pequeños pasos en la ciudad de Cuenca por parte del municipio, para brindar servicio de internet gratuito en plazas y parques públicos, permitiendo que quienes no dispongan de este servicio, puedan al menos tener una oportunidad para acceder a contenido en línea, además que ya es cada vez es más frecuente encontrar en moles, restaurantes y hoteles, la presencia zonas wi-fi gratuitas.

Los contenidos en los medios

En este aspecto cabe tener consideraciones sobre quien realmente tiene el poder de decisión, con respecto a lo que publican los medios de comunicación masivos tradicionales como la televisión y la radio.

- Lo que los usuarios desean y esperan ver, sus expectativas, la demanda. Consumo de elites y consumo de masas, que demuestra que sobre todo los medios de comunicación gratuitos en realidad actúan de acuerdo a cifras y tendencias de consumo, que le generan rédito económico.

Generalmente los intereses del mercado no están alineados con las temáticas socio-culturales, a menos que dichos contenidos sean orientados para el mundo del espectáculo y lo mundano.

- La participación del estado para

involucrarse en el proceso desarrollo de contenidos culturales y sociales en los medios de comunicación, su deber es “no permitir que la sociedad civil se reduzca a los intereses empresariales” (Canclini, 2000: pág. 106)

De manera que el estado garantice los Intereses públicos sobre los intereses privados.

Políticas, cultura y participación social

⁶Existe la necesidad de dar un carácter profesional a las producciones que involucran a la cultura, de manera que los profesionales en las distintas ramas de la comunicación y las artes visuales, puedan elaborar verdaderas propuestas conceptuales, estéticamente planificadas y creativas; por ello este proceso no solo involucra un número reducido de personas, sino impulsa la cooperación multidisciplinaria e intercultural.

Por tal razón a su vez el estado debe generar políticas culturales, dentro de las cuales se debe integrar e incluir a los sectores menos participativos de la sociedad, como los indígenas y las personas que habitan en zonas rurales con escasos recursos. Se trata de ejercer una verdadera inclusión, dando espacios y voz para estos sectores olvidados.

La importancia de fortalecer estos procesos productivos en Latinoamérica, representa un proceso histórico para el desarrollo y la cooperación entre regiones. Por ello se requiere una acción decidida por parte de los gobiernos, organismos internacionales y los movimientos socio-culturales.

6 Canclini. N (2000) / Industrias culturales y globalización: Procesos de desarrollo e Integración en América Latina, Estudios Internacionales, 33 (129), p. 3-17.





Recogiendo y resumiendo los puntos expuestos tratados en la reunión sobre Industrias culturales e integración latinoamericana realizada en 1998 en Buenos Aires.

En definitiva se trata de generar un proceso complejo para estudiar y entender el mercado de las industrias culturales, de manera que se recopile información valiosa que permita ejecutar acciones para los fines propuestos.

Además se debe ir generando propuestas acordes al mercado actual y la comunicación de masas con sus respectivas exigencias tecnológicas, pero considerando que el apoyo estatal es sumamente importante para generar los recursos económicos y financieros, en base a asociaciones con el sector privado.

10 años más adelante se plantearon nuevas propuestas para fortalecer las industrias culturales. Doldan (2008) aborda este tema relacionándolo con la disciplina del Diseño.

Se plantea que el Diseño este acorde a las nuevas tecnologías, en un mundo que ha formado “nativos digitales” que viven constantemente rodeados de tecnología, y por ende exigen mayor calidad en contenidos.

Partiendo desde el ámbito académico se trata de formar futuros profesionales que puedan actuar de manera reflexiva y analítica, y vinculando el proceso creativo y conceptual.

Entonces si se pretende una participación conjunta, justamente se trata de una planificación bien organizada que junte tanto a la academia, la empresa privada, sectores sociales- étnicos, y los organismos públicos, con el mismo objetivo en común que es fortalecer la industria cultural como recurso para el desarrollo conjunto de los países latinoamericanos, poniendo y regulando la industria en favor de la cultura y el desarrollo social, y no en sentido contrario.

Todo lo mencionado debe empezar a hacerse sin perder el ritmo, por tal razón cabe hacer un

estudio de lo que ya se ha hecho en el resto del mundo, buscar referentes en y proponer cooperativismo para enriquecer mutuamente el conocimiento científico, tecnológico y cultural.

En base a lo expuesto, a continuación se describe los principios obtenidos de El segundo foro de Escuelas Latinoamericanas de Diseño (2008):

- Trabajar en la formación académica tanto de estudiantes como docentes.
- Consolidar el diseño Latinoamericano desde la disciplina académica y el ejercicio profesional.
- Promover al Diseño como un recurso estratégico para el desarrollo económico, social, y cultural.
- Promover programas de integración e intercambio institucional en áreas de investigación, desarrollo y reflexión.
- Fomentar proyectos que involucren las identidades locales, tanto en su forma material como simbólica.
- Desde la academia desarrollar mecanismos de difusión e intercambio de experiencias y conocimientos con el fin de responder a las nuevas demandas de productos y servicios.

El mercado global y el consumo

Entendiendo que músicos y artistas que quieran vivir de la música, inevitablemente





tendrán que vender sus propuestas como productos de consumo, por tal razón se aborda la problemática del consumo en el mercado global, con el fin de establecer un panorama para proyectar la producción musical local.

“Propongo partir de una definición: el consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos. Esta caracterización ayuda a ver los actos a través de los cuales consumimos como algo más que ejercicios de gustos, antojos y compras irreflexivas, según suponen los juicios moralistas, o actitudes individuales, tal como suelen explorarse en encuestas de mercado.

En la perspectiva de esta definición, el consumo es comprendido, ante todo, por su racionalidad económica.” (Canclini, 1991: pág. 2)

A criterio personal pienso que con este concepto se pueden explicar no solo fenómenos de consumo tangibles, sino de costumbres o actividades que se han vuelto globales, como es el caso de la fiesta de Halloween, tradicionalmente celebrada en Estados Unidos y que hoy en día, países muy distantes como el Ecuador, que lo ha adoptado como propio obviando e ignorando que el mismo día 31 de Octubre, se celebra el día del escudo Ecuatoriano. Sucesos como estos dan cuenta sobre las repercusiones o efectos de la globalización, en los cuales se enfrentan factores socioculturales locales, contra fenómenos globales.

Retomando el concepto de consumo, no se trata de una actividad subjetiva o únicamente abordada en plano del marketing y el mercadeo, en el cual los sujetos se vuelven “target”, un objetivo para vender un determinado servicio o producto, sino todos los factores que entran en juego en este contexto en el que desenvuelve cada persona, ya sea por la sociedad, la cultura, la economía, la religión y todo lo que se relaciona con cada una de ellas.

La industria ya no solo satisface necesidades

sino también se muestra “amigable” ante el consumidor, le hace pensar que se preocupa de sus deseos, ideologías, sentimientos. En este contexto se desarrolla un juego en el que productores industriales y consumidores se encuentran en un círculo de constantes cambios y renovaciones.

Estos criterios tienen relación con la perspectiva de Manzini (1992), quien pone de manifiesto que paradójicamente lo nuevo tiende a ser masificado por la industria, lo cual deja en evidencia el accionar social: “buscar lo nuevo por lo nuevo” y “lo diferente por lo diferente”.

Es entonces cuando las expresiones populares regionales se ven afectadas, ya que son opacadas o distorsionadas por la constante aparición de nuevas tecnologías, productos o servicios de consumo. Así como la aparición de nuevos materiales o técnicas, que llegan a ser reproducidos o imitados por los actores de cada época, lo cual llega a masificarlo de tal forma que lo nuevo en determinado momento, deja de ser nuevo y empieza una nueva cadena de innovaciones que repiten el círculo.

Ahora si bien estos procesos son propios del carácter globalizador, nos ponen en alerta para no ser absorbidos por el consumo por el consumo, a no cegarnos por la tecnología surrealista que aparece hoy en día, sino más bien para aplicarlo como herramientas y recursos para fortalecer lo local y todos los factores sociales culturales que ello implica y junto a ello proponer una industria nacional que verdaderamente tenga identidad local para afrontar la competencia global.

Entonces como se ha venido tratando en este documento, si partimos de un análisis de la estética aplicada en la música del Ecuador, debe permitir dar un panorama para saber las fortalezas y debilidades en las producciones locales, para involucrar al diseño en función de aportar al mercado local y hacer frente al mercado global.

Esto nos permitirá crecer y cuidarnos juntos ante la tan mencionada globalización, donde

a las grandes industrias no les conviene perder a sus más fieles consumidores, imponiendo formas y tendencias de consumo donde las ganancias únicamente son para la industria, desconociendo casi totalmente los rasgos culturales y sociales de cada sujeto.



ANTECEDENTES

Nuestro estudio se enfoca en la estética gráfica aplicada en los géneros musicales populares del Ecuador que serán definidos en el siguiente capítulo, y como sus rasgos estéticos-morfológicos-cromáticos, dan cuenta de un contexto, ideología o un fenómeno social-global. Para este fin, a continuación se estudiará propuestas gráficas en las portadas de diversos artistas musicales internacionales que sirven como referentes de estudio.

La sociedad como influencia

Molotov es un grupo mexicano con una trayectoria de aproximadamente 20 años, se caracteriza por su irreverencia ante los acontecimientos sociales de su país, y a través de su música expresa sus críticas con carácter social y político, por tal razón su música ha sido censurada en varios países del mundo incluido su natal México.

“Gimme the Power nos introduce al contexto histórico que nos ubica en la realidad que se vive actualmente en México. Tomando como pretexto y eje central la carrera del grupo Molotov, cuenta de manera rápida, puntual y divertida la historia de la banda, y la tragicomedia de la historia mexicana, a la cual está íntimamente ligada. Un país en crisis permanente, su fallido intento por alcanzar la verdadera democracia, y una banda que proporciona el soundtrack del descontento generalizado.



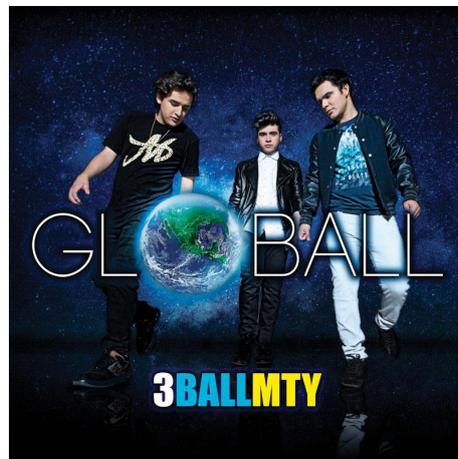
El largometraje producido por Molotov en el año 2012, fue difundido en nuestra ciudad de

aspecto muy marcado que en su trayectoria de más de 30 años tan solo 3 de sus portadas no llevan su imagen.

Esta fórmula le ha dado tal cantidad de éxito que todavía en la actualidad la sigue usando, pero su personaje nunca ha estado desconectado de su vida personal, de ahí que su fama se extendió gracias a los medios de comunicación masivos, quienes hicieron de su vida un espectáculo, que trajo a Madonna más presencia en el mundo del espectáculo.

Cadenas internacionales como MTV, han sido los medios que han contribuido a la internacionalización de la artista, sobre todo para el mercado juvenil al cual iba dirigido. A la par mientras incrementaba su fama y su fortuna, también sus intereses se alinearon con otras grandes industrias, como las de moda, perfumería, y diversos anuncios comerciales, lo cual fue fortaleciendo su leyenda, además de ser cantante también hoy en día es empresaria exitosa.

atrasamos. La electrónica como género musical, es producida a través de consolas y programas de edición, para componer sonidos con características propias de los recursos tecnológicos. Los recursos como el color, la abstracción de formas que simulan luz que envuelve al DJ, son recursos estéticos que lo tornan perfectamente reconocibles, e identificables sobre todo para quienes gusten de la electrónica.

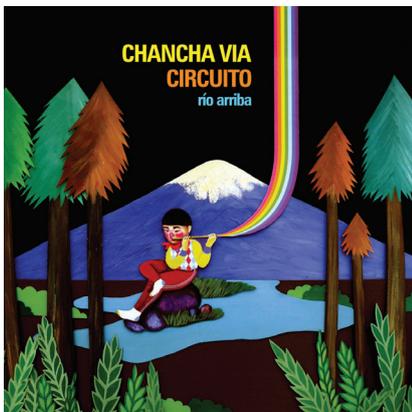


La tecnología expresada gráficamente



Portada del álbum de Dj Tiesto, productor de música electrónica. En dicha imagen se evidencia una cromática en donde predomina una gama de tonos del color Cian, asociados según la psicología del color con la tecnología y la electrónica. En esta portada se denota un tratamiento de edición y retoque fotográfico, lo cual evidencia una intervención tecnológica propia del contexto por el que

“3BallIMTY” Grupo de DJ provenientes de México, se distingue justamente por su carácter “Glocal” que fusiona música propia de la cultura mexicana y latinoamericana, con el género electrónico, sin embargo la estética empleada en su discografía, es muy semejante a las propuestas de DJ Europeos, norteamericanos o de cualquier otro país del mundo. Y es que a su corta edad y poca experiencia, ya han atravesado el continente llevando su música.



De igual forma sucede con el DJ “**ChanCHA Vía Circuito**” proveniente de Argentina, quien juega experimentando sonidos locales como la cumbia y el folklor latinoamericano. La estética en la portada de su disco representa esta experimentación combinando colores expresivos y contrastantes. El uso de ilustración concuerda con los valores estéticos culturales que quiere comunicar, por su carácter expresivo y dinámico.

Sus producciones dan cuenta de la integración de sus raíces locales proyectadas para un panorama global, lo cual le ha dado éxito internacional, entonces se convierten en referentes que pueden ser objeto de estudio para entender cómo se desarrolla el fenómeno Glocal⁷.

Contextualizando la problemática

La globalización ha sido un fenómeno que se ha asentado fuertemente en el Ecuador, basta con hacer un mapeo general en nuestro contexto más cercano, en el cual se observa que en la mayor parte de hogares de la ciudad de Cuenca, existe la presencia masiva de artículos importados en el uso cotidiano, particularmente resulta interesante el nivel de consumo sobre todo de productos tecnológicos.

⁷ La glocalización surge de la interacción entre lo global y lo local, debido a la crisis del Estado-Nación y a otros factores emergentes. (González, 2010)

Ejemplificando lo expuesto, tomo conciencia que también soy un consumidor global, me encuentro sentado redactando en una computadora HP, y puedo ver en mi entorno una impresora Epson, un teléfono Samsung, cámara fotográfica Nikon, parlantes Genius, pero ningún producto electrónico es de producción local, tan solo el mobiliario es nacional.

En términos generales lo mismo sucede en las otras zonas del hogar, pero esta problemática no solo sucede en el aspecto material sino también en lo intangible, específicamente hago referencia a la producción musical, que no logra equilibrar presencia en medios de comunicación masivos como la radio, la televisión y la web, en relación a las producciones extranjeras. De hecho encendiendo la radio espontáneamente y en una emisora aleatoria, la primera canción en sonar estaba en idioma inglés y por supuesto no era nacional.

Políticas gubernamentales

Cabe resaltar que ya se está intentando revertir esta realidad en el Ecuador, como se explica en la siguiente noticia de El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM) publicada en octubre del 2014:

“El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM) aprobó este miércoles el Reglamento para la Aplicación del 1X1, una herramienta normativa que garantiza a los contenidos musicales ecuatorianos un espacio de difusión en las radios del país”

Pero la ley también estipula que será aplicada siempre y cuando la producción sea realizada por autores ecuatorianos dentro del territorio nacional, lo cual ya restringe a muchos talentos que han ido a productoras extranjeras a grabar sus discos con alta calidad, en cuanto a producción. Por tal razón todavía queda mucho por trabajar para llegar a posicionar la música propia, lo cual requiere

un estudio amplio y multidisciplinar además de recurrir a las fuentes pertinentes.

Actores involucrados

Además de los medios de reproducción tradicionales (radio, televisión, web) actualmente se impulsa un programa de televisión llamado “Expresarte” que se transmite en cadena nacional todos los días sábados a las 9am, en el cual se exponen los talentos nacionales en el ámbito musical, artístico, literario-filosófico y todas las formas de expresión artísticas proveniente de talentos sobre todo locales, tal como se comunica en su página web.

“Expresarte” es un equipo conformado por productores audiovisuales apoyados por instituciones comprometidos con el arte y la cultura tales como:

- Ministerio de Cultura y Patrimonio
- Sociedad General de Autores y Compositores -SAYCE
- Secretaría Nacional de Comunicación

Su objetivo es brindar una vitrina para el talento ecuatoriano, de todos los rincones del país. A continuación un extracto de su página

web:

“...analizamos y descubrimos las mejores formas de integrarlos a partir del criterio rector de la inclusión y de la calidad, definidos por expertos en cada área. Las expresiones rurales y urbanas están involucradas desde diferentes ángulos de análisis y reflexión, porque en el ejercicio del arte, de la creatividad, todos ocupamos un papel principal.”

Desde esta perspectiva se puede afirmar que en el país actualmente se está trabajando por impulsar la música y el talento nacional, utilizando medios gratuitos de llegada masiva a todo el país.

Pero citando a Manzini (1992) en su publicación “Artefactos”, no se trata de mostrar **cantidad** de talentos, sino de calidad que inspire a los futuros consumidores y sean un apoyo para continuar produciendo.

Espacios como estos son fuentes de información para conocer la situación actual de las producciones nacionales, y a la vez llevar un registro de lo que se está haciendo y con qué resultados, por tal razón próximamente se buscará establecer un contacto con los productores y enriquecer el estudio planteado en la tesis a futuro cercano.

CAPITULO 2





Actualmente en el Ecuador se producen gran variedad de géneros musicales que denotan influencias globales, tales como el Rock, Pop, Hip-Hop, Reggae y Reguetón, entre otros.

¿Pero cómo afecta su presencia a la música nacional? El principal efecto negativo es el desplazamiento a las producciones musicales que conservan sonidos y melodías autóctonas, lo cual ha ido estableciendo un entorno donde los nuevos talentos, únicamente buscan introducirse en un mercado de música comercial que obedece más a criterios de la globalización, en este mundo interconectado que refleja la infinidad de medios de comunicación masiva que publican producciones audiovisuales sin diferenciación, que solo siguen patrones establecidos por clichés del mercado, lo cual ha llevado a un declive de las producciones con identidades nacionales.

Sin embargo en un mercado donde existen productos y servicios estandarizados sin personalidad, también surge un tipo de consumidores con sensibilidades que requieren fortalecer su identidad-sujeto y por ello demandan contenido que tenga relación con sus raíces.

Stuart Hill al respecto propone un concepto de identidad, en donde se refiere al sujeto como un ser centrado y unitario, en donde su esencia es la identidad formada por la interactividad del “Yo” en la sociedad, y por lo tanto no se concibe por separado al individuo, la sociedad y el contexto.

Desde el argumento Freudiano, la identidad se construye a través de procesos inconscientes acentuados en las experiencias de la cultura, el lenguaje, la vestimenta y diversos factores sociales, lo cual está directamente relacionado con la música popular del país y sus representantes, ya que en términos de construcción de un artista como sujeto – objeto de consumo; las influencias se acentúan y permiten ser identificadas por los consumidores locales.

Entonces sabemos que un sujeto que forma parte de una sociedad, adopta ciertos

patrones de ella, de tal forma que en el caso de los músicos, tienen la potestad de liberarse de sus influencias locales o emplearlas en sus producciones con fines comerciales.

Canales de promoción y distribución de la música Popular del Ecuador

Todo músico que desee introducirse en la industria musical, se ve obligado a contar un sello discográfico que impulse y promueva su carrera, por los distintos canales de distribución disponibles, tales como la radio, la televisión, y la web.

Esta promoción requiere de una inversión de dinero que tiene como objetivo generar la mayor cantidad de ganancias posible, para ser divididas entre el artista y la productora, sin embargo en el caso de la música popular del país, se ha venido dando a lo largo de la historia un fenómeno de alta trascendencia, conocido popularmente como “**Piratería**” de contenido audiovisual, que es un delito penado por el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (**IEPI**), tipado de la siguiente manera:

“De conformidad con el Art. 423 del Código Penal Ecuatoriano se conoce a la Piratería como “(...) El delito de piratería o asalto cometido a mano armada en alta mar, o en las aguas o ríos de la República (...)”. Esta definición dista de lo conocido en el campo del Derecho de Autor, en el cual es conocida como aquella reproducción no autorizada de obras por parte de terceros; de esta definición nacen varias hipótesis como el Derecho de Autor frente al Derecho al Trabajo; y, el Derecho a la Información frente al Derecho de Autor, todos éstos derechos que ya ha quedado claro no se oponen sino que coexisten en armonía, lo cual se ha logrado gracias a la decisión de las autoridades en la rama, quienes a través del “Proyecto de Legalización y Regularización del Comercio de Música y Películas a través de medios Digitales CD’S y DVD’S”, que nace en el

año 2009 han conseguido un equilibrio que permite un acceso legal a la Cultura y a su vez un reconocimiento para los creadores intelectuales.”

Ciertamente la distribución y venta ilegal de producciones audiovisuales nacionales, representa grandes pérdidas económicas, sin embargo también dio paso a un tipo de publicidad no convencional que permitió un alcance masivo y completamente accesible para el público en general, debido a los bajos costos de un cd de música nacional o internacional.

La piratería es una realidad de la que todos los artistas ecuatorianos están conscientes. Máximo Escaleras cantautor Ecuatoriano de amplia trayectoria da su opinión al respecto, en el siguiente extracto de una entrevista concedida a Sandra Armijos:

“Hay canciones que uno saca y que a los 15 días están en el más recóndito sitio del país donde con un disco original no llegarías nunca, entonces yo lo he dicho abiertamente, YO no estoy en contra de la piratería, más aún porque si alguien sobrevive en este país vendiendo 15, 10, 20, 50 discos míos y ganándose unos centavitos para llevar el pan a su casa, Bendito sea Dios y que lo siga haciendo por mi parte”.

(Armijos, 2013, pág. 105)

Este mercado fue un auténtico fenómeno que acerca a miles de fans con sus artistas favoritos, ya que si un disco original puede costar alrededor de unos \$20 dólares, una copia puede costar \$1 dólar.

Dentro de los aspectos más considerables de la Piratería se destacan los siguientes:

- Permiten a los usuarios adquirir un cd con cientos de canciones en formato mp3, en el cual encuentran diversidad de artistas con sus más recientes producciones.
- Dispone de una gran variedad de géneros musicales, para todos los gustos y edades.
- Incluyen mezclas con canciones locales e internacionales tanto en inglés como en español.
- Pese a que el sonido no es de alta calidad, muchos usuarios no llegan a notar la diferencia de sonido con respecto al audio de un disco original.
- Su cobertura es tan amplia que se encuentran tanto en las principales ciudades del país, como en los pueblos más recónditos, lo cual dificulta su control y regularización, y facilita su distribución y accesibilidad masiva.
- La piratería junto con la globalización han sido los principales factores que han llenado las perchas musicales, de una miscelánea de imágenes en donde se funde gráfica popular local y la imagen de iconos musicales globales, como se ejemplifica en la imagen a continuación de portadas contemporáneas entre sí:



Según datos de la Asociación de Comerciantes de Productos Audiovisuales ASECOPAC, la piratería actualmente ha crecido en tal magnitud que en el Ecuador alrededor de 60.000 familias viven del comercio de música y video sin licencias. Por tal razón buscan acuerdos apoyados en la ley, que permitan legalizar su actividad y a la par promover las producciones nacionales a costos accesibles y prácticamente con presencia masiva en los miles de kioscos y pequeños centros de audio y video.

Un ejemplo que ya ha dado resultados positivos bajo este sistema de cooperación entre comerciantes informales y el IEPI, fue la comercialización del largometraje Ecuatoriano "A tus espaldas" que obtuvo un

promedio de ventas que superó los 75.000 copias al poco tiempo de su estreno, lo cual permitió que por primera vez una obra con derechos de autor tuviera éxito suficiente como para poder continuar produciendo y mejorando la calidad. Esta cooperación dio un paso sumamente importante para el mercado local, ya que motivó a comerciantes y productores a cooperar e impulsar nuevos proyectos que puedan tener una oportunidad real, para competir frente a las millones de producciones extranjeras que han frenado la industria local.

La piratería en la ciudad de Cuenca





A través de una observación de campo realizada del 2 al 8 de Febrero del presente año se llegó a evidenciar qué:

- En los mercados hay afluencia de pequeños kioscos de música y películas, uno detrás de otro, todos ellos disponen de la misma mercancía y al mismo precio. En sus alrededores también vendedores ambulantes ofrecen a los transeúntes dichas producciones.
- El Centro histórico de la ciudad tiene la mayor afluencia de locales comerciales especializados en la venta de material audiovisual, pero prácticamente la gran mayoría de ellos no limitan sus ventas solo a este tipo de contenido, también ofrecen desde programas especializados, videojuegos para todo tipo de consolas, películas, documentales, música, libros científicos y novelas, e infinitud de opciones.
- Existen pequeños comercios como bazares y farmacias que destinan espacios para comercializar principalmente películas, aunque más de la mitad de este contenido ya está desactualizado.
- Tan solo existen dos lugares en el centro de la ciudad que únicamente venden producciones musicales originales y autorizadas: “Círculo Musical” y “El surtido”, en estos lugares se vende mayormente música importada.
- La mayoría de avenidas de la ciudad, al menos tienen una tienda de contenido audio visual especializada, es decir con los últimos estrenos y programas.

En conclusión tanto grandes como pequeños negocios, obtienen ganancias a través de la venta de contenido audiovisual sin licencias, y tanto consumidores como vendedores están conscientes de ello. Por otro lado los lugares

para adquirir contenido audiovisual ilegal, es abrumadoramente superior al número de establecimiento que cuentan con todos los permisos y licencias para vender este tipo de contenidos legalmente.

Según una entrevista realizada al Productor audiovisual Christian Narváez, pudimos conocer que en la ciudad se encuentran lugares especializados para copiar masivamente discos en cd, dvd y blue-ray, lo cual facilita su distribución. Narváez comenta que se puede elaborar hasta 300 copias o más en el lapso de una hora.

En cuanto al contenido indicó que fácilmente en la web se encuentran hackers que ofrecen contenido audiovisual en alta definición, condicionando al usuario para que se suscriba a una determinada página web, u otra alternativa que ofrecen es realizar un pago para poder descargar infinitud de archivos, y a mayor velocidad de descarga.

De hecho todo el proceso para realizar una descarga en la web, tiene detrás una cadena de plagios, y robo de patentes. Por ejemplo, un productor audiovisual que requiere de **Software y hardware** lo puede encontrar en el mercado a precios muy bajos en versiones copiadas sin licencia.

- **Software:** Prácticamente todo programa puede ser descargado gracias a la ayuda de Torrents (Protocolos para el intercambio de archivos pesados) y a la par se dispone de páginas web, blogs o tutoriales en youtube que permiten manipular todo tipo de contenido. Es decir disponemos de un mundo de posibilidades en un universo digital para la auto-formación, y el acceso a las herramientas para generar cada vez más contenido que vulnera derechos de autor.
- **Hardware:** Incluso un CPU de escritorio es clonado para que cumpla funciones muy similares a las de un computador creado por HP, Toshiba o Dell, lo cual resulta una tarea

fraudulenta teniendo en cuenta el tiempo y las inversiones millonarias que realizaron estas empresas para desarrollar sus equipos.

Una vez asentados en suelo extranjero comenzó el envío masivo de remesas al país, desencadenando desde el año 2000 hasta la actualidad, la entrada de todo tipo de artículos que formaron una generación que crecía con objetos importados, provenientes principalmente de Estados Unidos y Europa. Para la sociedad en general estos artículos llegaban a representar un sinónimo de estatus y calidad.

LA MIGRACIÓN Y EL MERCADO MUSICAL

Efectos de la migración en las tendencias musicales

El proceso migratorio abarca un amplio rango de temas de discusión y análisis, que pueden ser abordados acompañados por melodías y tonadas que nos recuerdan el pasado, nos trasladan a aquella época donde la música sufrió grandes transformaciones e influencias extranjeras, así como también fue la puerta que permitió la entrada de músicos Ecuatorianos al escenario internacional.

Por tal razón es importante recurrir a la historia para entenderlo; en Ecuador en el año de 1999 hubo una migración masiva debido a un “feriado bancario”, que afectó a miles de familias del país.

Según datos de la Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica “Andes”:

“En ese momento la inflación llegó hasta el 60%, el desempleo se ubicó en 14,7%, la depreciación del sucre aumentó un 190%. Se produjo una fuga neta de capitales de 422 millones de dólares en 1998 y de 891 millones en 1999, según datos oficiales mientras que miles de ecuatorianos migraban golpeados por los efectos económicos”

La magnitud de este suceso, caló hondo en la historia social y económica del Ecuador dejando innumerables secuelas, tales como la desintegración de familias debido a la migración de los cabezas de hogar, que iban con sueños de prosperidad económica para su hogar.

Migración: Efectos en la música del Ecuador.

- **Efectos negativos:**

En el ámbito musical los efectos más negativos en este periodo de la historia y que continúan hasta la actualidad, fue que desplazó a las producciones locales, superándolas en consumo y limitando su presencia en los medios de comunicación.

Tan fuerte fue la demanda por la música extranjera que artistas y agrupaciones Norte Americanas como Britney Spears, Cristina Aguilera, N'sync, y Backstreet Boys, resultaban personajes tan populares en la vida cotidiana, como si de artistas locales se tratase. Su presencia era común en noticieros, emisoras de radio e incluso en camisetas y posters, se transmitían tal como el lenguaje natural.

- **Efectos Positivos:**

Como se sabe según la historia, miles de ecuatorianos migraron principalmente a EE.UU y Europa, y junto con ellos se llevaron sus raíces, costumbres, lenguaje y modismos. Lo cual para “los dueños de casa” era un contraste con su estilo de vida y su constructo social, por tal motivo dentro de la curiosidad

propia del ser humano se produjo una dinámica de intercambio socio-cultural, que favoreció la entrada e internacionalización de la música Ecuatoriana.

En este contexto, la nostalgia del migrante y su identidad nacional, demandó la presencia de sus ídolos musicales en tierras extranjeras. Fue por ello que las colonias Ecuatorianas dieron el espacio necesario para montar escenarios donde se pondrían en escena “las celebridades” más representativas de la música popular del país, tales como: Aladino “El Mago de la Rockola”, Gerardo Morán “El más querido”, Sharon “La hechicera”, entre otros.

Es así como a través del Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana y la Cancillería del Ecuador, se desarrollan actividades con fines de recreación y esparcimiento en las diversas ciudades del mundo donde existe afluencia de migrantes, de manera que permanezca latente la unidad y el sentido de identidad y pertenencia del ciudadano ecuatoriano.

En conformidad con lo expuesto a continuación citamos noticias de diarios y sitios web, que dan cuenta de los lugares en los cuales se ha desarrollado encuentros de compatriotas, donde la música y la cultura popular han tenido una importante presencia.

- “Día Nacional del Ecuador se conmemora en Beijing” (Cancillería)
- “Fiesta Nacional de Ecuador se conmemoró en Viena y en Londres” (Cancillería)
- “Ecuatorianos en España reviven sus tradiciones en la fiesta nacional del Ecuador” (Diario El Universo)

- “Ecuatorianos en Panamá compartieron noche de confraternidad por fiestas de fin de año y Día Internacional del Migrante” (Embajada de Panamá)
- “Ecuatorianos se darán cita en Madrid en la fiesta: Todos Somos Migrantes” (El Diario Manabita)

Deducciones obtenidas sobre la Migración y La piratería digital

Recapitulando todo lo dicho sobre el proceso migratorio, en cuanto a sus aspectos positivos y negativos, podemos enfatizar que lo que en un inicio fue una *amenaza* para las producciones musicales locales, hoy representa *oportunidades* para los artistas ecuatorianos, quienes pueden a la par de mantener la cercanía con su gente también pueden llevar su talento al mundo y encontrar posibilidades de éxito internacional.

En cuanto a la piratería fue un hecho que inconscientemente se convirtió en una herramienta de promoción masiva para la música popular, ya que se encontraba en todos los lugares del país y al alcance de todos debido a su bajo costo de \$1 dólar por cada cd, y pese a que su calidad no era la mejor, su reproducción recorría todas las carreteras del país en los medios de transporte masivo público.

Evolución de los medios de difusión de la música.

Se ha venido destacando la evolución tecnológica a nivel mundial, lo cual a su vez ha generado nuevos campos de acción para el diseño, es decir, si bien el desarrollo de una portada no es el principal enfoque de una artista, en la misma web se evidencian cambios que superan la presencia de discos físicos.



Por tal motivo actualmente se ofertan canciones en versión digital y accesible en cualquier lugar del mundo, gracias a sitios web tales como Youtube, Itunes y Spotify. La interfaz presentada obliga que el autor de una producción musical debe contar con una portada que permita identificar al artista, por tal razón aun es necesaria la producción de una portada pero en versión digital.

Si extendemos el campo de acción en la web y las redes sociales, se evidencia que los músicos pueden cargar diversidad de contenido audiovisual: fotografías, videos, noticias, enlaces con otras páginas y reproductores de música.



Introducción a la música popular del Ecuador.

Nuestro estudio se ha delimitado principalmente a la **Música Popular**, debido a su poder de alcance en todos los sectores sociales, gracias a su autenticidad sin libreto e idealizaciones comerciales, además cuenta con temáticas de alta carga emotiva que cantan al amor, la decepción, la infidelidad o la picardía.

Sus letras no son complejas ya que apelan al lenguaje cotidiano y los modismos más populares; es lo más cercano a lo que la mayor cantidad de ecuatorianos pueden escuchar en el colectivo social, ya sea en una parada de bus, un centro comercial o en el parque.

“El placer de la música popular, a diferencia de los placeres obtenidos a partir de otras formas

de cultura de masas, no deriva de ningún recurso imaginario: no está necesariamente mediatizado por ilusiones o idealizaciones y se experimenta de un modo muy directo.”

(Frith, 2001.Pag 7)

Se extrajo esta cita de Simon Frith en su publicación “Hacia una estética de la música popular”, ya que nos ayuda a comprender por qué permanece vigente la música popular, pese a que no representa un mercado de consumo masivo como la música Pop, pero que sin embargo encuentra su nicho de mercado en la clase social media-baja.

A pesar de ello ningún Ecuatoriano puede desconocer su existencia, tanto por empatía o rechazo lo cierto es que forma parte activa de nuestra cultura popular, gracias a que su contenido por se genera reacciones en el receptor.

de selección son:

- Amplia trayectoria musical de 10 años o más, de manera que se pueda garantizar que haya sido la música su principal sustento, debido al éxito y aceptación por parte del público.
- Presencia masiva a lo largo y ancho del país, ya que esto les ha convertido en géneros musicales que representan símbolos de identidad nacional y forman parte de la historia musical del país.
- Contar con presencia dentro y fuera de los límites territoriales, para establecer la relación en el mercado local-global.

Parámetros de selección del género Balada-Pop:

“La música pop de éxito es aquella que logra definir su propio estándar estético.” (Frith, 2001.Pag 4)

En esta cita se pone de manifiesto una consideración trascendental, que dirige una crítica hacia a los moldes sin alma de la industria capitalista, es decir, para el éxito de un artista, este debe poner estilo o personalidad a su música como un agente diferenciador, que entendido en términos de las Industrias culturales, resulta un proceso que puede integrar conceptos locales y globales, para producir música comercial basada en valores socio-culturales.

En base a este criterio para el caso del género **Balada-Pop** los parámetros de selección, tiene como condicionante que los artistas y sus producciones sean **contemporáneas** e involucren temáticas influenciadas en algún nivel por el contexto local del país, y que a su vez estas producciones hayan tenido éxito por destacar valores locales en una industria musical sin rasgos de identidad.

Bajo estos criterios en este capítulo proponemos sumergirnos en una

GÉNEROS MUSICALES A ESTUDIAR

A lo largo del presente documento se han expuesto continuamente criterios y argumentos sobre cultura, sociedad y globalización en relación con la industria y la economía, es por ello que se seleccionaron artistas Ecuatorianos representativos en los géneros musicales de: **La Rocola, Tecno cumbia, y la Balada-Pop.**

Dicha selección se justifica ya que reúne a artistas que denotan influencias de nuestro contexto social en su carrera musical, lo cual les ha otorgado éxito y reconocimiento a nivel local e internacional. Para ello se seleccionarán representantes de cada género, de manera que puedan ser valorados en función de encontrar similitudes o diferencias.

Parámetros de selección:

Cómo acotación en el caso de la música **Rocola y la Tecno cumbia**, los parámetros



investigación histórico-social, que esclarezca el panorama donde se situaron nuestros artistas seleccionados, y bajo que contexto pudieron sobresalir y permanecer durante décadas en la industria musical.



LA ROCOLA

Se hace una acotación en particular a este género ya que no es reconocido como tal en todo el mundo.

La Rocola en Ecuador es un género musical muy popular que ha perdurado por décadas. El origen de su nombre proviene del “Jukebox o Rocola”, que era una caja de grandes proporciones donde se introducía una moneda para escoger una canción del repertorio. Procedía de Estados Unidos y su característica física era muy colorida con lámparas de neón y acabados altamente elaborados.

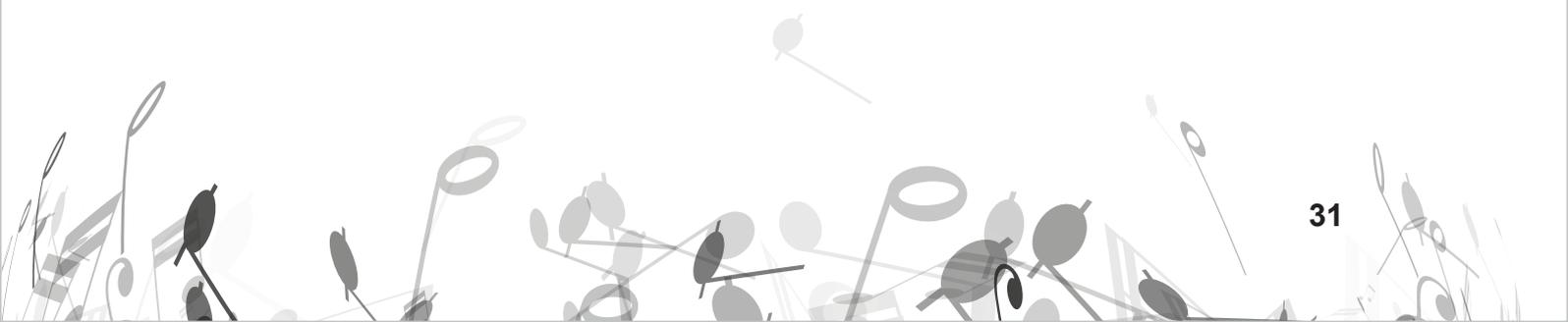
“El público ecuatoriano se fue adaptando paulatinamente a la llegada del *jukebox* desde los años cincuenta, la gran escala de valores tecnológicos se apropia del mercado de consumidores ecuatorianos.”

(Nogales, 2011. Pág. 83)

La llegada de este reproductor al país tuvo gran aceptación, se encontraba principalmente en lugares de afluencia masiva como restaurantes, bares, picanterías, discotecas y cantinas. Pronto la cultura ecuatoriana se fue apropiando de las oportunidades que brindaba este aparato y los artistas de la época encontraron el medio para promocionar y reproducir su música, desencadenando un auténtico sentido de Identidad Nacional.

Patricia Nogales expresa que este fue un contexto favorable para la música nacional donde la gente consumía lo propio, ya que lo identificaba y le era más significativo que la música extranjera con idioma distinto al propio.

Es en esta época que se acuña el término de “Música Rocolera”, como una definición de lo que se consideraba propio y formaba parte del colectivo social. Artistas como Julio Jaramillo encuentran su auge, que les permite no solo posicionarse en el mercado Ecuatoriano, sino que encuentra nuevos mercados fuera del país.





Aladino “El Mago de la Rocola”

Enrique Vargas Marmol, más conocido como Aladino cuenta con una amplia trayectoria en la industria musical del país tanto local como internacionalmente. Es un auténtico icono de la música Rocolera, que con sus letras y su carisma ha conquistado al público ecuatoriano, quien ha respondido favorablemente permitiendo que sus ventas alcanzaran disco de Oro.

Producciones musicales

De acuerdo a información obtenida de su página oficial de facebook, se obtuvo los siguientes datos:

Ha producido 13 Long plays, 80 discos de 45 RPM, 17 CD, y a recibido más de un centenar de distinciones y condecoraciones, otorgadas por sus intervenciones en las 22 provincias del Ecuador, América Latina, Estados Unidos, y Europa.

Tanto entidades gubernamentales, municipales, como emisoras radiales, y canales de televisión han hecho reconocimiento de su trayectoria artística, llenando de premiaciones la sala de su casa.

Entrevista

Tuvimos la oportunidad de hacerle una entrevista, de la cual obtuvimos información

de gran relevancia para nuestro estudio. Gratamente reconocemos su apertura para recibirnos en su hogar y atendernos como familia.

Aladino es un artista que se muestra siempre accesible a cualquier persona, es por ello que publica sus números personales para que puedan contactarlo directamente sin intermediarios. Fue así como pudimos contactarlo fácilmente y sin complicaciones.

Desde que llegamos a su morada enseguida se pudo notar que a pesar que es una celebridad, vive de forma humilde y modesta cerca del centro de la ciudad de Guayaquil, en un pequeño departamento.

Entrando en materia, destacamos los puntos más destacados de la entrevista:

Su aporte principal radica en obtener la información directa del autor de las obras, para luego poder ser valorado desde la perspectiva del diseño.

De su personalidad podemos dar cuenta que Aladino como ya se ha dicho es un hombre y artista autentico, quien a lo largo de su carrera profesional como músico ha ido puliendo su personaje, manteniendo una misma línea con la que sus seguidores lo identifican.



Le gusta el uso de colores vivos, lo cual se evidencia desde las fachas de su casa, la vestimenta que usa, y las portadas de sus producciones.

Su éxito radica en la fortaleza de sus valores sociales y su sentido de pertenencia sólido, que se denota en sus producciones y la gente así lo percibe.

La imagen que presenta de sí mismo, es de un hombre común y corriente que está siempre

accesible, razón por la cual los medios de comunicación masiva lo solicitan y es fácil encontrar entrevistas que le han sido hechas.

Ha sido muy constante en su carrera durante sus 37 años de trayectoria, convirtiéndolo en uno de los artistas vigentes más representativos del país, siendo un icono de este género musical tanto dentro y fuera del país.



CAPITUL 3





ANÁLISIS ESTÉTICO GRÁFICO



En el presente capítulo se realizará un análisis de la estética gráfica de las portadas obtenidas, acotando que los parámetros para el análisis vienen dados acorde a los objetivos planteados y el marco teórico.

Dicho material gráfico ha sido obtenido a través de un arduo proceso de búsqueda e investigación, consultando directamente a las fuentes y también gracias a material obtenido de reproductores de música en la web, tales como Itunes y Spotify.

Muchas portadas gráficas se han perdido precisamente porque no ha existido un interés por recopilar este material, es por ello que existe imprecisión en las fechas exactas de publicación de dichas obras.

Consideraciones de selección:

- Hay artistas de gran trayectoria que cuentan con amplia discografía, por ello se seleccionaron portadas que no repitan recursos, a menos que permitan comparar e identificar si hay criterios afines con sus homólogos musicales.
- Se ha seleccionado portadas desde la década de los 80 hasta la actualidad, de manera que se pueda comparar los cambios que se han dado en la línea de tiempo, e identificar los factores que intervinieron en dicho proceso de creación.

“La Rocola”

Introducción:

Sin más preámbulos traemos a escena a 3 de los pioneros en este género, quienes cuentan con décadas de trayectoria exitosa a nivel local e internacional, y por ello forman parte integral del imaginario colectivo social.



Aladino "El Mago de la Rockola"

INFORMACIÓN GENERAL

Nombre real: Norberto Enrique Vargas Mármol.

Fecha de Nacimiento: 21 de agosto de 1955.

Lugar de Nacimiento: Guayaquil, Provincia del Guayas.

INFORMACIÓN ARTÍSTICA

Nombre artístico: Aladino "El Mago de la Rockola"

Género musical: Rocola, Bolero, Balada, "rocobachata".

Grupo/solista: Solista.

Trayectoria: 37 Años de trayectoria artística.

Colaboraciones: Chaucha Kings, Grupo Niche, Lisandro Meza, Wilfrido Vargas, entre otros.

INFORMACIÓN DE CONTACTO

Contactos: 0989 796 663 / 042924080

Sitio web: (No dispone)

Redes Sociales: Facebook: Aladino El Mago de la Rockola



"Para ti colorada infiel,
por el daño que me hiciste"

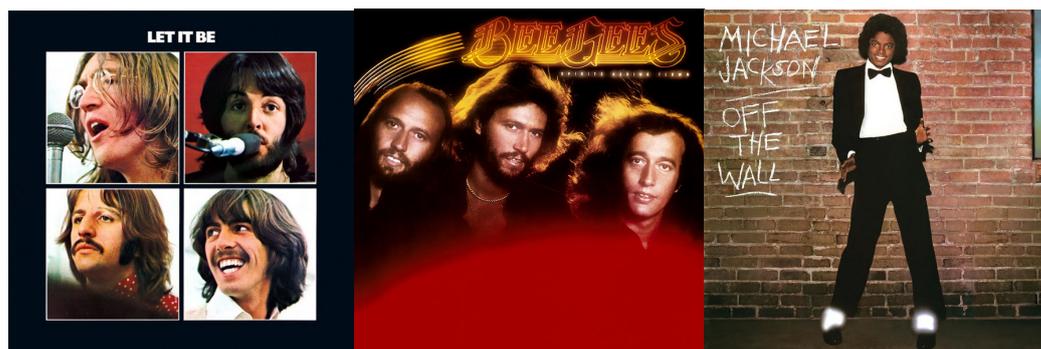
Disco de vinilo - Década de los 80



Anatomía del lenguaje visual

- **Imagen representacional:** El personaje “Aladino” en esta portada lleva una estética que responde a la pulsión de la época de los años 70, vestimenta ajustada y cabello largo, abultado, afro o rizado.

Es la evidencia de sus influencias y referentes globales, quienes seguían una tendencia mundial que se veía proyectada por músicos en diversos lugares del mundo, como **Michael Jackson** y los **Bee Gees** en EE.UU, Los **Beatles** en Inglaterra, y a kilómetros de distancia “Aladino” en Ecuador.



- **Simulación:** Si bien la imagen representada denota referentes globales, no llega a ser una representación fidedigna o copiada. Hibrida influencias locales y globales, se apropia de un estilo y lo adapta al género de la Rocola.
- **Contexto Socio-Cultural:** Aladino inició en su tierra natal en la costa Ecuatoriana, en donde tuvo el éxito que lo impulsó para difundir su música hacia el resto del país. Por tal motivo como **estrategia publicitaria** elaboraron la portada del primer álbum,

en la ciudad de Loja ubicada en la región Sierra del país, con el objetivo de captar más seguidores en esta región, según comentó su autor en la entrevista que nos concedió.

Recursos gráficos, técnica y tecnología.



- **Fotografía retrato:** Empleada en función de representar al artista con la mayor fidelidad y credibilidad, es dar a conocer a quien interpreta la música contenida en el disco, lo saca del anonimato y enfatiza su “yo” como sujeto-objeto de consumo.

Su mirada se dirige hacia la cámara para ser capturada y luego ser impresa y dirigirse hacia la persona que tiene en frente. Representa la cercanía y la frontalidad.

- **Tecnología:** Considerando que dicha portada fue elaborada a finales de la década de los 70, el recurso por excelencia en Ecuador fue la cámara fotográfica, ya que por su tamaño y costo era lo más accesible en el mercado, teniendo en cuenta la falta de desarrollo tecnológico en el país.

En este punto del tiempo en el país no existía noción del “Diseño” como profesión sino como una habilidad intrínseca en el proceso de creación.

Fue a mediados de la década de los 80 que la Universidad del Azuay en Cuenca se convirtió en la primera institución educativa en el Ecuador que fundó una Facultad de Diseño, lo cual se convierte en una evidencia de que antes de su creación no existía Diseñadores profesionales formados académicamente.

el mago de la rockola **ALADINO**

• **Tipografía:** El eslogan “El mago de la Rocola” es tipado con una tipografía San serif, de textura Bold que le permite tener mayor tamaño y legibilidad. El nombre artístico. El texto “Aladino” tiene una proporción superior con respecto al eslogan; se encuentra enmarcado y contorneado con un trazo que denota la intención de enfatizar al texto.

Se encuentra ubicada en la parte superior como encabezado, lo cual facilita al usuario para poder encontrarla, entre un grupo de discos, y en las perchas de venta.

- **Indumentaria:** Entérminos simbólicos representa la percepción social sobre el uso de ropa formal como sinónimo de estatus y categoría. Es un tipo de vestimenta que acompaña a la figura de artista, no es de uso habitual para actividades cotidianas.

- **Cromática:** La tipografía hace uso de colores cálidos (amarillo y rojo), su aplicación responde a la intención de evocar vitalidad, fortaleza y expresividad.

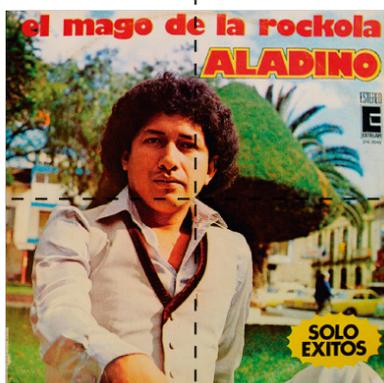


- **Símbolo de destello:** Representa un destello de luz o una explosión en función de exaltar el texto que lleva en su interior. Frecuentemente ha sido utilizado en la publicidad para enfatizar ofertas, y hoy 30 años después sigue siendo utilizado.



Proporción: Formato cuadrado, condicionado por las dimensiones del disco de vinil que media 30x30cm, lo cual influyó directamente en la propuesta gráfica y sus elementos compositivos.

Es por ello que la fotografía enfoca del medio cuerpo hacia la cabeza, de manera que divide al cuerpo en dos partes iguales y jerarquiza el espacio en función de la persona y sus proporciones.



Meta comunicación de la Imagen

En la actualidad la fotografía que fue capturada para esta portada, se convierte en un documento que adquiere un valor documental; congela un momento y un lugar de la ciudad de Loja, que con el paso de los años se ha venido transformando, y si hoy el mismo artista fuese fotografiado en el mismo lugar, los efectos del tiempo se hacen evidentes en los cambios físicos del sujeto, así como del lugar y su arquitectura.

Composición y sintaxis

En primer plano se encuentra el retrato del artista ubicado hacia el margen izquierdo rompiendo con el eje de simetría, pero sin embargo retiene el mayor peso visual, gracias a su proporción con respecto al resto de elementos de la composición, lo que dirige la mirada del observador hacia ese sector de la imagen.

- **Efecto de rememoración e identificación:** Cuando el usuario reconoce esta escena y se identifica con lo que observa; evoca en el sensaciones, sentimientos, y le rememora acontecimientos pasados.

- **El espectador:** La fotografía no cuenta con un texto informativo, lo cual limita su reconocimiento y muchos

usuarios no llegan a descubrir el lugar donde fue capturada la imagen.

El artista Ecuatoriano tenía presencia superior frente a la música extranjera que en los años 70-80, todavía no llegaba con fuerza al país, permitiendo que lo más inmediato sea lo propio, y sea la música una profesión que movía la economía del país.

Industria Cultural

La acepción de la palabra “Rocola” en la portada, tiene un vínculo directo con la época en la que se publicó, representaba al reproductor musical por excelencia en los lugares de afluencia.

Tal fue el impacto que la Rocola pasó a ser un género musical que hasta la actualidad sigue vigente, y ha sido el principal sustento económico de artistas como Aladino.

Este objeto comercializado globalmente tuvo éxito en el país, y se convirtió en un recurso favorable para la industria musical local, donde existía una Rocola, sonaba música nacional.

Anatomía del lenguaje visual

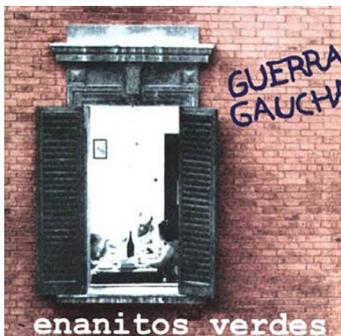
- **Imagen representacional:** Representa la presencia del artista en un contexto y espacio dirigido hacia sus seguidores en el extranjero, evoca en ellos una sensación de empatía

CD - Década de los 90



y cercanía con un representante musical de su tierra.

- **Simulación:** Se denota la presencia de una intervención tecnológica, esta portada fue representada con una fotografía procesada y un fondo producido por un ordenador, tal como se evidencia en esta época en **referentes latinos** tales como Maná, Gloria Estefan y los Enanitos Verdes.

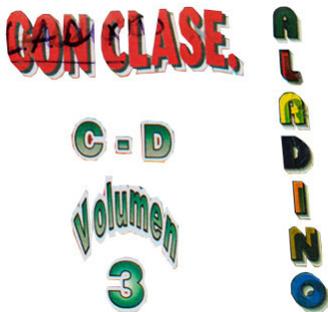


- **Contexto Socio-Cultural:** Fotografía capturada en EE.UU, lugar donde el artista tuvo acogida gracias a la presencia masiva de colonias de ecuatorianos que migraron a este país.
- **Estética Kitsch:** La portada se puede catalogar en esta estética ya que hace uso de colores en alto contraste y abusa del uso recursos gráficos, busca sorprender y llamar la atención del observador con la saturación de recursos, alude a las manifestaciones del gusto popular (características descritas en esta tesis en pág. 11).

Recursos gráficos, técnica y tecnología.



- **Fotografía retrato:** Capturado con un Plano americano de $\frac{3}{4}$, permite que se pueda observar el fondo y se reconozca su entorno, de una típica terraza en una edificación norte americana.
- **Tecnología:** Contextualizando la portada, se evidencia que fue elaborada con las primeras versiones ya sea de Photoshop, PageMaker, FreeHand, o CorelDraw, que en la década de los 90 eran recursos digitales que innovaron en la edición y retoque fotográfico, así como la diagramación y creación de contenido gráfico digital.



- **Tipografía:** Como factor común todos los textos llevan un acabado San Serif, su aplicación denota la predilección por utilizar constantemente este tipo de fuentes.

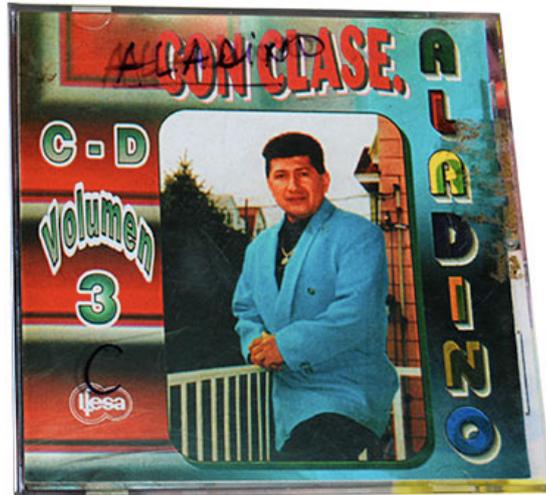
El texto “Con clase” se jerarquiza en proporción y se ubica como encabezado, evidencia un tratamiento para ser distorsionado, lo cual requiere de tecnología.

Su ubicación y su formato horizontal, le dan un eje de lectura que intenta interactuar con el texto “Aladino”, para que pueda ser leído: “Con clase A”. Sin embargo necesita de una inversión de tiempo para que el espectador lo entienda.

El texto “Aladino” con orientación vertical, rompe con la disposición clásica de lectura, de izquierda a derecha y de arriba abajo, su aplicación obedece a una fallida intención de dinamizar la propuesta tipográfica.

Todos los textos tienen efectos que no armonizan entre sí, distraen la mirada y saturan la composición.

Connotación: El empleo de la palabra “clase” intenta darle doble significación, hace referencia al estatus de una persona que “tiene clase” y a la vez se emplea para definir una categoría (Clase A-B-C, etc.)



- **Cromática:** Aplica alto contraste entre colores cálidos y fríos que se van degradando, ostentan gran parte de la composición lo cual le brinda expresividad y un fuerte punto de atracción visual para el ojo.

Su aplicación cromática responde a la abstracción de los colores vibrantes y expresivos que llevaban las Rocolas, su objetivo es que se vincule este objeto valorado popularmente con la propuesta gráfica del álbum, para evocar en el público la misma sensación de festividad.

- **Indumentaria y accesorios:** Al igual que la portada anterior Aladino lleva traje, en esta ocasión es de color Turquesa, un tono que no es de comercialización masiva, su uso es para caracterizar y enfatizar un personaje artístico, de manera que pueda ser identificado como tal.



Composición y sintaxis

En el centro de los ejes de simetría se encuentra en primer plano al retrato. El texto junto con el fondo de color es ubicado a los extremos enmarcando la composición, su peso visual compite con la fotografía.

No existe oxigenación en toda la composición, cada espacio cuenta con un recurso gráfico, que se opone radicalmente al concepto de menos es más.

Proporción: Dimensión de 14x13cm condicionado por las dimensiones del Disco compacto. A diferencia de los soportes publicitarios impresos, su proporción limita el uso y la cantidad de tipografía, no es un formato que se acople eficientemente a una fotografía panorámica y por ello se optó por un plano de 3/4.

Meta comunicación de la Imagen

- **Técnica:** Se evidencia el uso de dos técnicas: la fotografía que ha sido intervenida y lleva sus vértices redondeados, de manera que busca dar un acabado que aporte a la presentación del retrato.

Además se pueden reconocer técnicas digitales tales como: distorsión de textos, combinación de imagen fotográfica con imagen vectorial. El abanico de posibilidades para diseñar es mucho más amplio que apenas unos años atrás, es por ello que el autor de una propuesta gráfica como esta portada, podía sentirse tentado a abusar de los recursos disponibles en función de sorprender al espectador y terminar haciendo una obra Kitsch.

- **El espectador:** Es el eje por el cual se desarrolló esta portada, por tal motivo su mirada encuentra similitud de sí mismo con lo que observa, inconscientemente consume un producto Ecuatoriano a su alcance, disponible en su nueva morada en el extranjero.

El espectador es el medio que promueve, impulsa y permite la internacionalización del artista Ecuatoriano hacia el resto del mundo, de tal forma que el público migrante es de gran importancia como un consumidor que rompe fronteras y debe ser bien atendido.



INFORMACIÓN GENERAL
Nombre real: Máximo Antonio Escaleras Encalada.
Fecha de Nacimiento: No confirmada en fuentes oficiales
Lugar de Nacimiento: Puyango, Provincia de Loja.

INFORMACIÓN ARTÍSTICA
Nombre artístico: Máximo Escaleras.
Género musical: Rockola, Tecnocumbia, bachata, Corridos.
Grupo/solista: Solista.
Traectoria: 27 Años de trayectoria artística.
Colaboraciones: Juanita Proaño, Piedacita Lasso.

INFORMACIÓN DE CONTACTO
Contactos: 0999454800 / 0984393939
Sitio web: www.maximoescaleras.com
Redes Sociales: Twitter: @maximoescaleras
 Facebook: MaximoEscalerasOficial




Introducción

Máximo Escaleras es un artista contemporáneo con Aladino, ambos intérpretes han llevado una exitosa y amplia trayectoria que continua hasta la actualidad. Es por ello que dentro de sus propuestas gráficas existen **similitudes que serán analizadas** a continuación:



“quiero volver a ser soltero para a nadie mantener,
 linda es la vida del soltero trago y mujeres a escoger,
 triste es la vida del casado de un carajaso a mantener”



Recursos gráficos, técnica y tecnología.

el mago de la rockola **ALADINO**



- **Tipografía:** Las limitaciones tecnológicas reducían las opciones a escoger dentro del catálogo tipográfico, por tal motivo es presumible que la opción más directa se dirigía hacia una tipografía San serif y de contextura bold, ya que por su volumen y proporción se tiende a pensar que será más vistoso.
- **Cromática:** Además de los rasgos morfológicos en la tipografía, ambos textos coinciden parcialmente en la aplicación cromática, hacen uso del color rojo por su nivel de expresividad y efusividad.

Como constante existe la presencia de un trazo de contorno que contrasta con el color del texto, sin embargo su uso denota ser empleado para remarcar al texto más no como apoyo a la legibilidad.

- **Técnica y tecnología:** La técnica aplicada para la fotografía evidencia la existencia de un juego de luces que permite matizar el fondo, lo cual le brinda a la imagen un efecto degradado de color.

Para ello la tecnología disponible eran luces incandescentes, revotes, telas de colores y un proceso largo para el revelado de la fotografía, en el cual se trabajaba minuciosamente para conseguir el mejor contraste y calidad en resultado final.

Proceso que actualmente puede ser logrado en una cantidad de tiempo mucho menor y con mayor facilidad a través de programas de edición y retoque fotográfico.

Influencias globales

Más adelante en la carrera de Máximo Escalera a mediados de los años 80, lanza su nuevo álbum titulado “El auto fantástico”, del cual se evidenciaron los siguientes aspectos:



- “El auto fantástico” fue una serie norte americana que se transmitió en los años 80 con mucho éxito a nivel internacional.

Su principal éxito radicaba en las avanzadas características tecnológicas del auto y las hazañas increíbles en las que se encontraba. Cualquier persona en el mundo quisiera tener uno, sobre todo en lugares como Ecuador donde la tecnología llegaba sobre todo del extranjero y a pasos lentos.

- **Contexto:** Escalera en aquel entonces ya gozaba de buena acogida en el país; su éxito musical dio los mismos frutos en sus ingresos económicos, lo cual le permitió adquirir un vehículo que no era accesible para la mayor parte de la población.
- **Estética Kitsch:** La cultura popular se hace presente, el pueblo se apropia de lo que ve en la pantalla de televisión, lo toma como suyo e intenta reproducirlo acorde a sus posibilidades, basta con ingenio y creatividad para convertir un vehículo en el mítico KIT.

Pese a que no existe ningún vínculo entre la música del artista y la serie, es la intención lúdica y extravagante la que impulsó esta portada.

Recursos gráficos, técnica y tecnología.

- **Simulación:** Al ser un artista exitoso, podía darse el lujo de plasmar su versión de la famosa serie en la portada de su disco,



Vestimenta: El personaje “Michael Knight” en la serie lleva chaqueta negra como su sello característico; de igual forma Máximo se caracteriza llevando una chaqueta negra que no tiene los mismos acabados, pero sin embargo no resulta relevante para plasmar su idea.

Automóvil: Ningún auto de la época gozaba de las avanzadas características tecnológicas del “Auto fantástico”, de manera que generó un alto impacto para los usuarios de

todo el mundo.

- **Tipografía:** Nuevamente se evidencia el uso de tipografía San Serif, en esta propuesta se da la sensación de profundidad a través de la repetición del texto y su reducción a escala.

El texto “Máximo Escaleras” queda en segundo plano debido a su tamaño inferior con respecto al otro texto presente; un error que minimiza la imagen del artista y se enfoca directamente en la imagen lúdica.



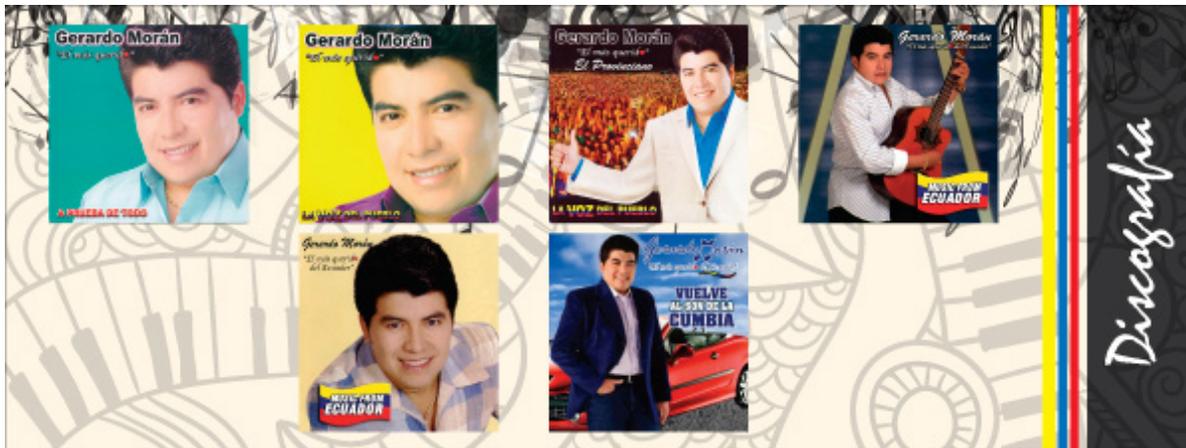
- **Cromática:** La tipografía hace una abstracción de los colores de la bandera del Ecuador, como un símbolo de identidad. Se establece como medio para llegar a la sensibilidad del usuario y ponerle un sello al producto de identidad local.



INFORMACIÓN GENERAL
Nombre real: Gerardo Moran.
Fecha de Nacimiento: 2 de diciembre del año 1968.
Lugar de Nacimiento: San Pablo de Pita, Provincia de Bolívar.

INFORMACIÓN ARTÍSTICA
Nombre artístico: Gerardo Moran "El más querido."
Género musical: Rockola, Bolero, Balada.
Grupo/solista: Solista.
Trayectoria: Más de 30 años.
Colaboraciones: Juanita Burbano, Máximo Escaleras.

INFORMACIÓN DE CONTACTO
Contactos: 593(2) 509 350 / 0998035101 / 0997276715
Sitio web: www.gerardomorán.com.ec
Redes Sociales: Facebook: Gerardo-Moran-Pagina-Oficial



“...que más hombre querías que te cuidó noche y día
qué más hombre querías que te aguantó tus tonterías...”

Introducción

Junto con los dos artistas citados anteriormente, Gerardo Morán es un exponente digno para entrar en escena.



Con su disco “Gerardo Morán vuelve al son de la cumbia”, se puede establecer un punto de comparación ya que la igual que Máximo Escaleras, se utilizó un vehículo para la portada.



Recursos gráficos, técnica y tecnología.

- **Auto:** Se protagoniza al vehículo Peugeot como un símbolo de estatus y éxito por ser un auto extranjero y poco accesible por su elevado costo. El vehículo se encuentra ubicado sobre el asfalto y con un cielo profundo, que genera una sensación de indiferencia, es impersonal ya que no se sitúa en un lugar identificable.



Sin embargo se evidencia nuevamente que prevalece el artículo importado sobre el producto nacional. Históricamente El “Andino” (Jeep de la derecha) fue el primer vehículo de producción nacional, pero debido a sus deficientes características y diseño, no tuvo éxito en el país.

Entonces surge la incógnita ¿Se podía elaborar una portada que destaque al vehículo Ecuatoriano y que a su vez estéticamente resulte atractivo para el usuario? Y por supuesto desde el ámbito del diseño es un reto que puede ser realizado, además de recurrir a un auto que forma parte de la historia del país.

- **Tipografía:** Nuevamente se hace uso de una tipografía bold, con la diferencia que la cromática aplicada se inclina por el color azul y blanco, lo cual le da una percepción más sobria y formal.



VUELVE AL SON DE LA CUMBIA

“Gerardo Moran” lleva una tipografía cursiva, asociada generalmente por sus acabados con el trazo dinámico y artístico similar al de una pluma o un pincel, lo cual le brinda un acabado elegante y refinado.

Se interactúa el recurso tipográfico con un símbolo musical, de manera que suple la letra M y se integra con el resto del texto sin perder legibilidad.

Los textos llevan un contorno que puede obedecer a fines de legibilidad para aumentar el contraste, o simplemente se intentó enfatizar el texto enmarcándolo con un trazo.

- **Cromática:** Se hace uso de una gama de colores fríos que se combinan armónicamente, únicamente se contrastan con el fondo del auto de color rojo, un color muy atractivo y utilizado con fines comerciales en el sector automotriz.



- **Tecnología:** Valorando que la portada fue elaborada aproximadamente por el año 2006, las herramientas tecnológicas ya permitían un amplio abanico de posibilidades para diseñar con técnicas de mucha precisión.

Es por ello que resulta un error considerable de edición el recorte realizado en la llanta del vehículo, que se atribuye a falla del diseñador más no a una limitación tecnológica.

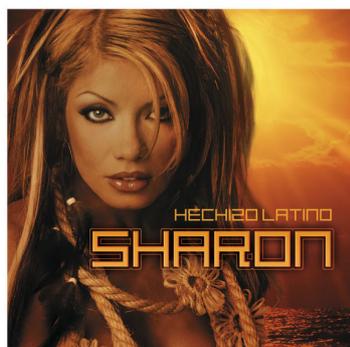
“Tecnocumbia”



INFORMACIÓN GENERAL
Nombre real: Edith Rosario Bermeo Cisneros.
Fecha de Nacimiento: 28 de marzo de 1974.
Fecha de muerte: 4 de enero de 2015.
Lugar de Nacimiento: Guayaquil - Provincia del Guayas.

INFORMACIÓN ARTÍSTICA
Nombre artístico: Sharon "La Hechicera."
Género musical: Tecnocumbia, Cumbia.
Grupo/solista: Solista.
Trayectoria: 15 Años de trayectoria artística.
Colaboraciones: Anita Lucia Proaño, Franklin Band, Gerardo Moran.

INFORMACIÓN DE CONTACTO
Sitio web: www.sharonlahechicera.com
Redes Sociales: Facebook: sharonoficial
Twitter: sharonoficial



Sharon fue una artista que con su propuesta musical, llegó a tener tal éxito que rompió las fronteras del país, llevando sus coreografías y atrevidos atuendos a distintos escenarios

del mundo. Su éxito le permitió incursar en revistas, diarios, y más adelante llegó a la televisión en programas de farándula y telenovelas.

Anatomía del lenguaje visual

- **Imagen representacional:** Representa la algarabía de la mujer costeña, libre y sin inhibiciones, lo cual se refleja en su imagen con atuendos exuberantes, coloridos y brillantes, en juego con el uso de maquillaje.
- **Simulación:** Pese a que “Tecnocumbia” se conforma de la mezcla de sonidos concebidos digitalmente, propios de la música Techno, sin embargo su estética se dirige hacia la dinámica de la cumbia, de tal forma que se hibrida los conceptos Techno en el aspecto tecnológico y Cumbia en su expresividad festiva.
- **Estética:** Tanto en escenario como en sus fotografías publicitarias y las portadas de sus discos, Sharon hace uso de la “Estética de la seducción” a través de indumentaria que enfatiza su cuerpo y deja poco a la imaginación.



Estas premisas son evidentes en agrupaciones del mismo género, como: “Las chicas dulces”, “Candela y Son” o “Las Musas”.



NICKI MINAJ
ANACONDA



La seducción como recurso se ve reflejada en otros géneros musicales y por artistas de fama mundial como Jennifer López y Nicky Minaj.



Dicha estética se ve reflejada en diferentes ámbitos, la vemos presente directamente en la industria del entretenimiento como es el caso de la mundialmente reconocida “PlayBoy”, que ha permanecido durante décadas generando fuertes sumas económicas.

Recursos gráficos, técnica y tecnología.

- **Cromática:** Recurre a una paleta cromática de colores cálidos, lo cual hace referencia al entorno playero, evocando una sensación de calor.
- **Tecnología:** Los rasgos físicos en la fotografía denotan un tratamiento de edición en el que se han suprimido rasgos de expresión, perfeccionando y estilizando el rostro, a través de sombras y brillos resalta enfatiza el volumen de los labios y la profundiza la mirada.
- **Tipografía:** Aplica una tipografía San serif, y como factor común con otros artistas locales, también enmarca el nombre artístico como recurso para destacar al texto.



“Balado Pop”

Introducción

En el análisis de portadas anteriores se evidenció como factores locales y globales entraron en juego para personificar a los artistas musicales que cuentan con amplia trayectoria, sin embargo en el análisis que se desarrollará a continuación, se evaluará las propuestas gráficas de **artistas contemporáneos** que han utilizado los valores sociales como un recurso para hacer propuestas con identidad cultural, en función de presentar un producto para exportación hacia nuevos mercados.



Mirella Cesa

INFORMACIÓN GENERAL
Nombre real: Mirella Cesa.
Fecha de Nacimiento: 18 de diciembre de 1984.
Lugar de Nacimiento: Guayaquil - Provincia del Guayas.

INFORMACIÓN ARTÍSTICA
Nombre artístico: Mirella Cesa.
Género musical: Pop Andino.
Grupo/solista: Solista.
Trayectoria: Aproximadamente 5 años.
Colaboraciones: Sie7e, Franco de Vita, Carlos Baute, Armando Manzanero y Axel.

INFORMACIÓN DE CONTACTO
Contactos: (593 4) 230 9801 / 230 4828 / 230 4904
Sitio web: www.mirellacesa.com
Redes Sociales: www.facebook.com/mirellamusic/
www.instagram.com/mirellamusic/
www.twitter.com/Mirellamusic





MIRELLA CESA



Se acabó el amor

Se acabó el amor

Anatomía del lenguaje visual

- **Imagen representacional:** Conceptualiza su imagen y música inspirándose en los sonidos de la música e indumentaria andina, estableciendo un vínculo con sus raíces.
- **Simulacro:** Aplica sonidos y cánones estéticos del Pop, sin embargo la artista lleva un estilo propio que se ha conformado en base a referentes locales, su propuesta marca la diferencia convergiendo en un género nuevo que ha denominado “Andipop.”
- **Estética:** Refleja una estética Pop-art en donde se expresa un lenguaje figurativo y colores planos en alto contraste que simbolizan fiesta, alegría y efusividad. Una característica que se puede evidenciar en referentes internacionales como Mika y Katy Perry o aquí en Latinoamérica como el grupo Miranda.



MIRANDA! EL TEMPLO DEL POP

Recursos gráficos.

- **Cromática:** En el fondo se aplica una paleta cromática de colores cálidos, y la fotografía lleva un color frío que permite un contraste para que se distinga en primer plano.
- **Tipografía:** El texto “Mirella Cesa” se encuentra como encabezado, sus rasgos morfológicos son alargados y comprimidos; lleva un trazo que contornea al texto para mejorar el contraste,

Además se suma la presencia de una textura que lleva trazos diagonales, y aporta dinamismo al texto.

Texto “se acabó el amor” simula una escritura manual, en función de representar una nota escrita en un cuaderno, lo cual intenta hacerlo más personal, más real.



La Toquilla

INFORMACIÓN GENERAL
Nombre real: Alejandra Elizabeth Garcia Mera.
Fecha de Nacimiento: 19 de junio de 1982.
Lugar de Nacimiento: Manabí

INFORMACIÓN ARTÍSTICA
Nombre artístico: La Toquilla
Género musical: Pop Latino
Grupo/solista: Grupo
Trayectoria: Aproximadamente 5 años.

INFORMACIÓN DE CONTACTO
Contactos: 098 842 2220
Sitio web: www.latoquillaecuador.com/
Redes Sociales: Facebook: **La Toquilla**
Twitter: latoquilla

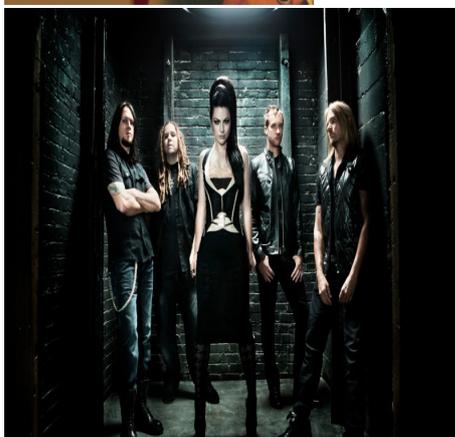
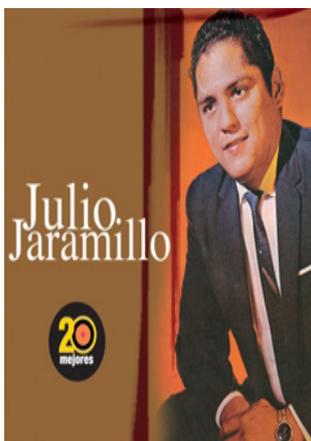


Anatomía del lenguaje visual

- **Imagen representacional:** Artista que con corta trayectoria impulsó su carrera tomando como referente a celebres intérpretes de la música Ecuatoriana, como Julio Jaramillo.

Su imagen busca reinterpretar la imagen y música de referentes históricos de la música nacional e hibridarlo con influencias globales como el rock y el pop.

- **Estética:** Se caracteriza por llevar una indumentaria diseñada bajo su estilo propio pero que mantiene influencias locales, es decir música e imagen guardan estrecha relación con nuestro contexto socio-cultural.



En la última imagen de la izquierda se encuentra una fotografía promocional de los integrantes del grupo “La Toquilla”. Uno de sus guitarristas lleva una estética rockera-gótica, inspirada en referentes globales como el grupo Evanescence, (imagen central) o Metallica.

Dicha imagen contrasta con la de su homólogo en la guitarra quien por otro lado viste de terno inspirado en los referentes musicales del pasado, quienes en sus presentaciones siempre llevaban un traje formal. (Julio Jaramillo - primera imagen)

Todo su contenido gráfico y audiovisual mantiene una misma constante, una línea grafica que se evidencia en la portada, en el contenido audiovisual y su página web.



- **Fotografía:** La portada lleva en el centro de la composición el retrato enmarcado con un estilo barroco - recargado; aplicado en función de adornar la fotografía y evocar un estilo clásico, formal y elegante.
- **Indumentaria-Estética:** La Toquilla lleva un vestido rojo y guantes largos, inspirado en el estilo Victoriano, su uso representa a la dama que viste con glamour.



Artistas mundiales han hecho uso de esta indumentaria para su caracterización en portadas o en el escenario, como por ejemplo iconos de la moda y la música como Marilyn Monroe o Madonna.

INFORMACIÓN GENERAL

Nombre real: Juan Fernando Velasco.
Fecha de Nacimiento: 17 de enero de 1972.
Lugar de Nacimiento: Quito - Provincia de Pichincha.

INFORMACIÓN ARTÍSTICA

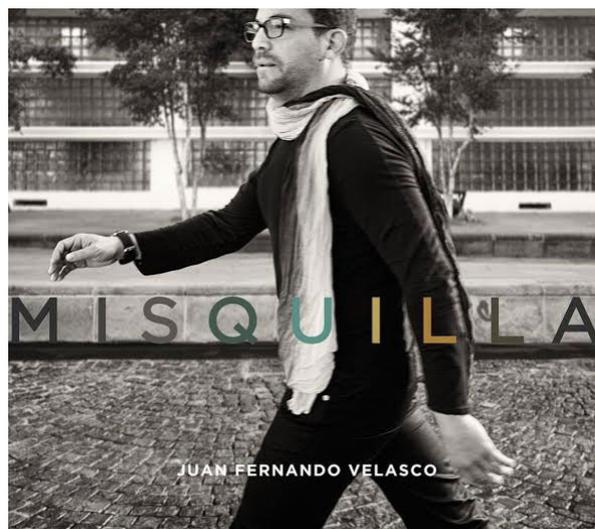
Nombre artístico: Juan Fernando Velasco
Género musical: Balada - Pop
Grupo/solista: Solista
Trayectoria: Más de 20 Años de trayectoria artística
Colaboraciones: Tercer mundo, Andrés Cepeda, Fonseca, Américo, Franco de Vita, Gilberto Santa Rosa, Samo (Ex Camila).

INFORMACIÓN DE CONTACTO

Contactos: 0999 017 801
Sitio web: www.juanfernandovelasco.com/
Redes Sociales: Facebook: [JuanFernandoVelascoOficial](https://www.facebook.com/JuanFernandoVelascoOficial)
 Twitter: twitter.com/juanfervelasco
 Instagram: [instagram.com/juanfervelasco](https://www.instagram.com/juanfervelasco)



Juan Fernando Velasco a lo largo de su carrera conserva la imagen que ha venido proyectando, sin embargo el aspecto más significativo para su inclusión en el análisis, es que a diferencia de Mirella Cesa, Velasco no lleva una estética gráfica que se inspire en la cultura o el contexto social del país, sino es a través de la música que establece el vínculo con sus raíces.



- **Cromática:** De todos los artistas que han sido estudiados, ninguno ha optado por el uso de la escala de grises. En este caso particular la aplicación se debe a un concepto planificado.
- **La fotografía** captura al sujeto en movimiento, lo cual en términos simbólicos hace referencia al contenido musical del disco, representa el paso del tiempo, los sonidos nostálgicos que vuelven bajo la actualizada propuesta del artista en mención.



Sonidos que evocan imágenes

La portada desde la perspectiva gráfica y la comunicación social, cuenta con alta carga conceptual que se presume no llegará de la misma forma al usuario final, ya que se requiere de una cultura visual para entender el mensaje que conlleva esta propuesta, para muchos simplemente será una portada más donde se encuentra el protagonista de la obra.

Pese a ello, el contenido audiovisual de este álbum tiene la capacidad de evocar imágenes en el receptor, transportarlo a esa época donde la música Ecuatoriana hacía vibrar con los sonidos de un requinto, donde el cortejo incluía una serenata bien acompañada de potentes voces.



A MODO DE CONCLUSIONES

Estética gráfica

- Han sido los recursos gráficos quienes han permitido recorrer la historia musical e identificar como han influenciado los mercados globales.
- El recurso más explotado por el 100% de los artistas Ecuatorianos seleccionados ha sido la fotografía, como medio para estar siempre presentes en la memoria del consumidor, en todos los casos el recurso tipográfico acompaña a la imagen.
- Se evidencia el uso de herramientas tecnológicas, sobre todo por los artistas más contemporáneos quienes las aplican con un criterio más enfocado en el concepto a transmitir, a diferencia del género de la Rocola donde sus propuestas gráficas se enfocan en un mensaje más directo e impactante.
- La repetición constante de recursos y herramientas gráficas en los diferentes géneros musicales, ya permiten que se pueda tener las pautas para construir la imagen de un artista nuevo que ingrese al medio. Sin embargo cada uno de los artistas seleccionados tiene rasgos particulares que permiten que se diferencie su propuesta.
- Sobre todo en el caso de las portadas de artistas populares el proceso de diseño es fácilmente reproducible, lo que facilita la piratería de este contenido gráfico que confunde fácilmente al observador sobre que contenido es oficial o copiado.

Sin embargo no deja de ser un tipo de publicidad gráfica inconsciente y de alcance

masivo, del cual tienen conocimiento todos los actores involucrados.

- Gracias a la comunicación masiva de la actualidad y al proceso migratorio por el que atravesó el país, las propuestas gráficas denotan fuertes influencias globales que se han hibridado con las propuestas locales.

Tecnología

- En la década de los 80-90 los recursos para diseñar los artes gráficos en las portadas, todavía eran escasos, sin embargo disponer de dichos recursos no influye directamente en el resultado, se apela más a la sensibilidad del usuario, a lo que conoce y se evidencia en su entorno directo.
- Las portadas más actuales denotan la presencia tecnológica, lo cual responde a su generación de nativos digitales, que les ha facilitado su intervención en los medios digitales de comunicación global más actuales.
- Han sido los avances tecnológicos de las industrias globales los que han determinado e impuesto las condiciones, ventajas y desventajas para las pequeñas industrias musicales en Latinoamérica.
- Técnicamente ya sea con programas legítimos o pirateados, se puede elaborar producciones audiovisuales complejas y de calidad, lo que hace falta es mayor creatividad e impulso para innovar y emprender nuevos retos.

Influencias

- Cada sujeto ya cuenta con una influencia dada por su contexto y por la globalización, es entonces cuando se decide si la propuesta gráfica va dirigida al plano exclusivamente comercial, o si obedece a una propuesta con identidad como recurso para identificarse con el usuario.
- En nuestro contexto particular las propuestas han sido influenciadas principalmente de referentes globales, y se han hibridado con aspectos locales.
- El esfuerzo colectivo por apoyar nuestra industria, aunque suene trillado permitirá la creación de nuevas plazas de trabajo y además impulsa a los profesionales a especializarse de manera que tengan los recursos para competir con las propuestas internacionales.



Música con identidad, hacia una industria cultural

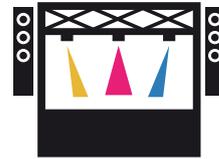
- Todos los artistas nacionales que han sido traídos a escena, han ido adaptándose a los cambios sociales y los continuos avances tecnológicos que se han dado en la marcha y han influenciado directamente en la caracterización del sujeto-artista.
- En términos generales, las propuestas musicales afines a la cultura popular se han convertido en un sinónimo de producto de exportación, esta ha sido la puerta que ha llevado talento ecuatoriano hacia los distintos lugares del mundo, donde se encuentran compatriotas. Es por ello que sobre todo los artistas populares han desarrollado propuestas musicales enfocadas directamente hacia ese nicho de mercado.
- Como nos contó Aladino, son los migrantes quienes incluso desde lejos envían el dinero para pagar su presentación en las zonas rurales del país.
- En cierto modo apostarle a la música Ecuatoriana tiene también un cierto riesgo sobre la acogida que va a tener por el público que todavía prefiere el contenido extranjero, sin embargo se están dando los canales y las políticas gubernamentales para impulsar y fortalecer el sector de la música, promoviendo que se desarrollen contenidos de calidad en donde se involucren valores sociales.
- Es por ello que el panorama tiene un aire esperanzador, ya que se busca crear conciencia en el usuario Ecuatoriano para que sea el principal inversionista de la industria local.

¿QUÉ PAPEL TIENE EL DISEÑO?

Esquema gráfico de la Cadena de Valor de un artista musical



Caracterización del artista en el escenario



Indumentaria



Promoción y publicidad



OPORTUNIDADES Y CAMPOS DE ACCIÓN PARA EL DISEÑO

Medios de promoción y distribución

Medios de comunicación convencionales



Reproductores musicales en línea



Principales redes sociales



Apoyo Gubernamental y privado



Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual



USUARIO FINAL



Se ha propuesto en este cuadro los aspectos que un artista debe tener en cuenta para manejar su imagen y su carrera musical, como una empresa que necesita propagarse en todos los ámbitos comunicacionales y económicos.

Todo el proceso requiere de una fuerte inversión económica, sin embargo ya se están dando canales gubernamentales y privados para impulsar la industria musical local que tenga como impulso los valores socio-culturales del país.

Es indudable que los cambios en estilos de vida, factores globales y locales que colaboran en la formación de valores, evolución estética y funcional, así como adelantos tecnológicos implican una forma diferente de abordar la íntima relación entre los recursos gráficos y los estilos musicales.

El aporte sustancial desde esta óptica consiste en promover un “feed-back” entre sonidos que evocan imágenes e imágenes que evocan sonidos, a la vez que amplifica las oportunidades y campos de acción del diseño, capaz de dar respuestas a las nuevas demandas sociales.





ANEXOS

Entrevista a Aladino completa:





Destacamos los puntos más destacados de la entrevista:

- **Información general**

Su nombre artístico: Aladino “El mago de la Rockola”, proviene del arte de la música que interpreta.

Asegura que su éxito está en ser auténtico, gracias a que creció con mucho amor y fue su padre quien lo formó como ser humano con valores, y le inculcó el respeto por el género femenino. Trabajaba desde muy niño, por lo que no se divirtió como tal y gracias a ello aprendió a ser responsable. Es un hombre muy católico, se considera un ser humano íntegro con valores, orgulloso de sus raíces, de su raza, su etnia y su cultura.

El éxito de su carrera no ha sido una tarea fácil, pero tampoco ha sido imposible encontrar los espacios para lograrlo. Afirma que lo que canta le puede pasar a cualquiera, “nadie está exento de nada”.

Empezó con baladas y más adelante intervino en la música popular latinoamericana, a lo largo de su carrera ha hecho desde covers, colaboraciones con otros artistas y ha interpretado gran variedad de géneros musicales.

Va y viene constantemente de Estados Unidos, para realizar presentaciones artísticas y también porque tiene la ciudadanía Norte Americana, ya que su esposa y sus hijos radican ahí.

- **Diferencia Sujeto-Músico**

Como Enrique Vargas en su hogar es un hombre sencillo que hace los quehaceres del hogar y prefiere mantener un perfil bajo. En su vida cotidiana prefiere usar una gorra, gafas, pantaloneta (shorts)

En la vida pública y la televisión muestra su personaje y vestimenta de Aladino, y es



el mismo quien administra y representa su figura artística. Nos comenta que diferencia su vida personal de su vida artística que ha sido consolidada y representa un valor económico. “Aladino te cobra”. El mismo es quien se encarga de llevar su música para venderla en EE.UU.

- **Su imagen artística**

Principalmente le asesoran su familia: Su esposa que es licenciada en marketing, uno de sus hermanos y sus hijos.

Su color preferido es el verde encendido, sus primeras caracterizaciones se realizaban de forma más empírica.

Siempre trata de renovar su imagen, en principio utilizada ternos color de palo rosa, verde limón, rojo, tomate etc. Luego se puso un arete, más adelante se hizo rayos en el pelo.

Actualmente usa un sombrero como sello personal de Aladino. Aladino sabe cómo salir en cámara, por lo que cuenta con su maquillaje para retocar su rostro y mejorar su imagen para salir en pantalla.

- **Su relación con el Diseño**

En el año ochenta trabajó en conjunto con la empresa disquera IFESA, que ya contaba con un diseñador, quien según nos cuenta Aladino, tenía “imaginaciones bonitas” y por ello fue quien diseño por si solo su primera portada.

Comenta que está dispuesto y le gusta trabajar con diseñadores porque les considera presionales que son un complemento para él, por lo que prefiere dejarse guiar y asesorar por el diseñador para enriquecer su trabajo.

Estudió periodismo y adquirió conocimientos de marketing que le facilitaron entenderse con diseñadores.



- **Inspiraciones**

Se inspira a cualquier hora y en cualquier lugar del país le puede llegar la inspiración para crear su música. Le inspira todo lo que está vivo.

A él le gusta Sandro de América, por su capacidad de representación y talento.

- **La tecnología**

Vive la tecnología acorde al tiempo y espacio en el que vivimos, intenta acoplarse a todo, ya sea si tiene que utilizar instrumentos como sonidos pre establecidos digitalmente.

Le ha costado acoplarse a las nuevas tecnologías, pero no le ha resultado muy difícil ya que su familia le ha ayudado.

Lo que no le gusta de la tecnología actual es que permite ser utilizada para plagiar y distribuir su música sin su aprobación, lo cual le representa una pérdida económica ya que invierte alrededor de unos \$10.000 en una producción.

- **Sobre la piratería**

Lo considera un trabajo deshonesto que le molesta profundamente, aunque reconoce que le ha servido como medio de difusión, aun así perjudica, al arte, al compositor, al intérprete, y a la empresa productora. A veces el problema también viene de la disquera no cumple con todo lo que ofrece.

No se le da la importancia suficiente a la piratería que está afectando a los artistas, además que no se valora el trabajo del artista nacional y se critica la calidad de la producción pero no se tiene en cuenta los costos que eso representa.

“Aquí no hay un Pitbull (artista internacional), los pitbull de aquí son sin dientes, no muerden” Con lo cual hacía referencia a que no tenemos el poder de mercado y el control que tienen las grandes disqueras para proteger los derechos de autor.

- **Fama Internacional**

“Yo voy a donde está un Ecuatoriano”

Ha ido repetidamente a Europa y EE.UU durante 30 años y se ha presentado constantemente en ciudades como New Yérsey, Nueva York, Connecticut, Orlando, Miami Beach, Boston, Chicago, Illinois, lugares donde existe afluencia de colonias de ecuatorianos.

- **Su imagen para el futuro**

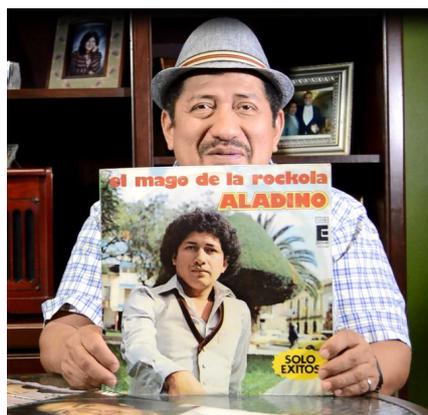
Desea proyectar una imagen más Neoyorquina, “más peluche”. Posiblemente a futuro tenga que recurrir a la cirugía estética.

- **Recomendación para los músicos Ecuatorianos**

Recomienda mucha constancia para que no desmayen a la mitad del camino, y que busquen los espacios para alcanzar sus metas. “ Para atrás solo para coger impulso”.

Enfatiza que los jóvenes deben saber administrar el tiempo y aprovechar

Comentarios sobre el proceso de creación de la gráfica de sus portadas.

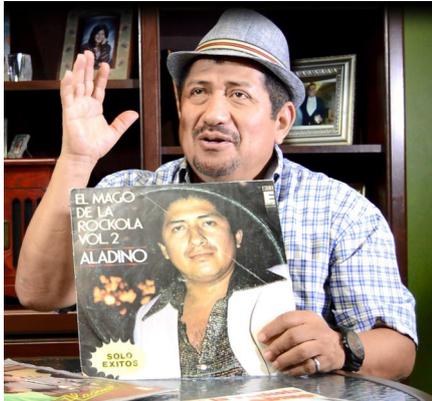


Portada elaborada en los años 80, en la ciudad de Loja. Al diseñador se le ocurrió hacerlo así para mostrar frescura con ese afro,

Se hizo en Loja para impulsar su carrera en la sierra.

Su sello discográfico fue IFESA en esta portada.

El disco tenía 12 canciones y todas fueron éxito y se vendieron como 100 mil copias asegura, lo cual para esa época era de mucho respeto, lo cual le acreditó un disco de oro.



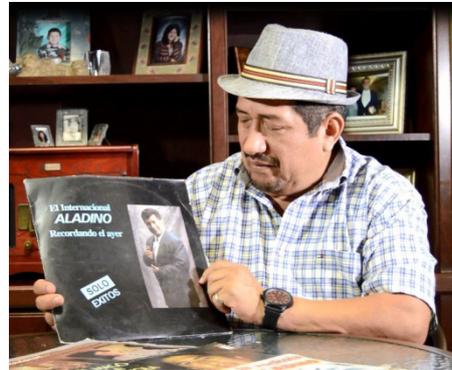
En esta portada se le ocurrió al diseñador que la portada debía ser más natural. En el departamento de promoción de IFESA le preguntaron: ¿cómo tu defines? Como un hombre autentico respondió. Entonces le tomaron la foto como estaba “un hombre que tuvo una mala noche”.

El hace bromas sobre su rostro, que asegura que no tiene futuro, sino se enfoca en dar preferencia al contenido musical del disco, que es lo que le ha dado resultado en las ventas.



En esta producción, el departamento de prensa dijo que tenía que ser en el bar de un departamento, con una mujer de espaldas, celebrando por el éxito de los 10 años de Aladino. Viraron las botellas de alcohol para

no vender auspiciar dichas bebidas.



En él años 85 acudieron unas 150.000 personas a Queens para verlo y en respuesta a ello lanzaron este disco de recopilaciones.

Fue uno de sus primeros viajes a Estados Unidos y Canadá con éxito.

No tiene guardados casetes, pero recuerda que también se vendieron bien gracias a que los autos ya venían con radios para este tipo de objeto de almacenamiento, a la vez que también salieron los minicomponentes con casetera.

Del Long Play al Compact Disc



Gracias a la tecnología del cd, el disco contaba con 20 canciones, con esa producción se llevó el disco de oro.

Estos éxitos todavía los sigue agregando a nuevos discos por pedido del público que quiere conservarlos.



Fue una recopilación que contenía baladas del año 77 con éxito de 50.000 copias vendidas.

Nos reitera que para esos discos recurría al uso de ternos formales como recurso de identificación de su personaje Aladino.



Trabajo hecho bajo pedido de gente de Alausi-Ecuador, que radicaban en Venezuela. En aquel entonces había grandes colonias de ecuatorianos que vivían en el país vecino. Contenía tecno cumbias y bachatas.

Fue ahí cuando empezó con los ternos de colores.



Producción hecha para gente de los estados unidos, que pedían su música y Aladino enfatiza siempre estar dispuesto a complacerlos.

También radica en Estados Unidos y tiene una parte de sus producciones allá.



El niño de la portada es su hijo.

El disco trata sobre las malas influencias y las drogas, y la fe en Dios y la virgen para salvar a su hijo.

En este disco también incluye covers, con su estilo propio.

También incluye canciones de iglesia, por su devoción a Dios y el agradecimiento por su carrera y su vida.



Bibliografía y fuentes:

- Lowe, D. M. (1986). *Historia de la percepción burguesa*, pág. 256. México: Fondo de Cultura Económica.
- Nieto, E. M. (2005). El valor de la fotografía. *Antropología e imagen*. Gaceta de Antropología, 21.
Link: <http://www.gazeta-antropologia.es/?p=2710>
- Aumont, J. & Ruiz, A. L. (1992). *La imagen*. Barcelona: Paidós.
Link: <http://www.farq.edu.uy/slv-i/files/2013/05/biblio-6.pdf>
- Irizarry Natal, F. (2006). *Kitsch. Puerto Rico. Isla editores*.
- Moreno, E. (2003). La cara kitsch de la modernidad». *Documentos Lingüísticos y Literarios* 26-27: 23-26
Link: http://humanidades.uach.cl/documentos_linguisticos/document.php?id=48
- Canclini, N (2000) / Industrias culturales y globalización:
Procesos de desarrollo e Integración en América Latina, *Estudios Internacionales*, 33 (129), p. 3-17.
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos* (Vol. 1). Universidad de Medellín.
- Baudrillard, J (1981). *De la séduction*. Ediciones Cátedra, S. A.
- Canclini, N. (1991). El consumo sirve para pensar. *Diálogos de la Comunicación*, Vol 30.
Link: http://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/garcia_canclini._el_consumo_sirve_para_pensar.pdf
- Manzini, E. (1992) *Artefactos hacia una nueva Ecología del Ambiente Artificial*. Madrid, Ediciones Celeste.
- Gonzales, B. (2008) *La globalización del cuerpo*. En: Pasen y Vean, *Estudios Culturales*. España, Editorial UOC,.
- Barbero M. (2012), *Diversidad cultural y convergencia digital*, publicada en: documentos, formación, noticias.
- (Capra, Fritjof. *La trama de la vida*. Barcelona:Editorial Anagrama, S.A. 1998)
Link: <http://www.fisica.ru/dfmg/teacher/archivos/23628553-Capra-Fritjof-La-trama-de-la-vida-1996.pdf>
- Dondis (D.A. Dondis, *Sintaxis de la imagen*.)
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/5934_14635.pdf
- Link:http://www.uv.mx/personal/lenunez/files/2013/06/D._A._Dondis-_Sintaxis_de_la

Imagen.pdf

- Rodas, S. (2010) “Análisis de las canciones, bailes y vestimentas de los grupos femeninos de tecno cumbia: Estudio de caso en Cuenca de la agrupación ‘Sabor’ “. Universidad de Cuenca, Cuenca Ecuador.
- <http://biblioteca.casadelacultura.gob.ec/cgi-bin/koha/opac-search.pl?q=su:%7BMusica%20popular%7D>
- Doldan, J. (2008). Enseñanza del Diseño en Latinoamérica. Cuadro de situación y perspectivas Reflexión Académica en Diseño y Comunicación. pp. 31-214. ISSN 1668-1673. http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/275_libro.pdf#page=99
- Siles González, J. (2010). La naturaleza histórica y dialéctica de los procesos de Globalización-Glocalización y su incidencia en la cultura de los cuidados. *Index de Enfermería*, 19(2-3), 162-166.
- (Frith, S. (2001). Hacia una estética de la música popular. *Las culturas musicales. Lecturas en etnomusicología. Madrid. Trotta.*)

Link: (<http://sociologiacultura.pbworks.com/f/Frith.pdf>)

- Armijos, S. (2013), Difusión de la música nacional popular vs. Socialización de la música nacional académica. (Tesis de Pregrado). Universidad Central del Ecuador. Quito-Ecuador.

Link: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2322/1/T-UCE-0009-139.pdf>

- Nogales, P. (2011), La magia de la rockola”: Lenguajes e identidades de la música popular ecuatoriana. (Tesis de Pregrado). Universidad politécnica salesiana. Quito-Ecuador.
- <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/08/09/nota/3355596/ecuatorianos-espana-reviven-sus-tradiciones-fiesta-nacional-ecuador>
- <http://www.cancilleria.gob.ec/fiesta-nacional-de-ecuador-se-conmemoro-en-viena-y-en-londres/>
- <http://panama.embajada.gob.ec/ecuatorianos-en-panama-compartieron-noche-de-confraternidad-por-fiestas-de-fin-de-ano-y-dia-internacional-del-migrante/>
- <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/166737-ecuatorianos-se-daran-cita-en-madrid-en-la-fiesta-todos-somos-migrantes/>
- <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/pirateria/>
- <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/125611-cine-nacional-se-difunde-en-formato-dvd/>



Referentes en la web

- <http://www.discogs.com/label/284424-Fediscos-SA>
- <http://soymusicaecuador.blogspot.com/2014/12/cuando-el-cine-era-mudo-y-la-musica.html>
- <http://www.3ballmtty.com.mx/>
- <http://www.gimmethethepower.com/>
- http://www.zzkrecords.com/artista/Chancha_Via_Circuito

