



**Departamento de Posgrado  
Maestría en Proyectos de Diseño**

**La gráfica popular y su inserción en el  
desarrollo del cartel contemporáneo.  
Relaciones y emergentes.**

**Trabajo de graduación previo a la obtención del título de  
Magister en Proyectos de Diseño**

**Autor: Diseñadora Julia Andrea Mena Freire**

**Director: Doctora Verónica Devalle**

**Cuenca, Ecuador**

**2016**

**AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a mis padres y hermanos que me apoyaron incondicionalmente. A Verónica Devalle, por ser una excelente tutora de tesis y tener siempre la disponibilidad de conversar y aportar con sus comentarios y conocimiento. A Carlos y Nicolás Rojas por darnos la mano con sus importantes críticas e ideas. A David Barzallo por su colaboración en el desarrollo de este trabajo. A Miriam Muñoz por su ayuda y consejos. A mis compañeros de clase con los cuales compartimos valiosos momentos de reflexión, debate y alegría. Finalmente a mis amigos y amigas que me han respaldado durante este proceso.

## **RESUMEN**

La gráfica popular, al estar en interacción con el contexto social, provoca la construcción de respuestas contemporáneas en relación a cambios y transformaciones culturales. Las vinculaciones y comparaciones de subjetividades ayudarán al análisis de los elementos utilizados en la cultura popular y sus imaginarios correspondientes en la constitución del cartel.

En el presente trabajo por medio del análisis y lectura de ejemplificaciones de carteles se pudo notar que la contemporaneidad resignifica la cultura popular, la traslada hacia nuevos escenarios, creando estructuras con características capaces de generar vínculos y relaciones que alimentan su conformación.

Por ello la cultura popular y su influencia en el cartel gráfico contemporáneo, es parte de un sistema abierto en alternativas y transformaciones que según el contexto da lugar a nuevos emergentes encontrando semejanzas, diferencias y estructuras vinculares.

## **PALABRAS CLAVE**

Cultura popular, gráfica popular, cartel, diseño gráfico.


### ABSTRACT

Popular graphics result from the interaction with the social context; therefore, it induces the construction of contemporary responses regarding changes and cultural transformations. The connections and comparisons of preconceptions will help the analysis of the elements used in popular culture and their imaginaries in the production of a poster.

The present work through the analysis and interpretation of examples of posters, allowed noticing that contemporaneity gives a new meaning to popular culture and transfers it to new scenarios, creating structures with features capable of generating bonds and relationships that contributed to their formation.

Therefore, popular culture and its influence on the contemporary graphic poster, is part of an open system in alternatives and transformations, that according to the context gives rise to new ideas, finding similarities, differences and binding structures



  
Translated by,  
Lic. Lourdes Crespo

**ÍNDICE DE CONTENIDO**

Introducción.....	6
<b>CAPÍTULO 1</b>	
Diferentes miradas sobre la Cultura Popular.....	8
La gráfica popular.....	16
Diferentes medios utilizadas por la gráfica popular en la contemporaneidad.....	9
Graffiti.....	9
Muralismo.....	20
Rotulismo.....	21
<b>CAPÍTULO 2</b>	
El cartel.....	23
Breve cronología del cartel.....	23
Características del cartel contemporáneo y su relación con la Cultura Popular.....	25
El diseño gráfico y la utilización de elementos de la gráfica popular.....	28
<b>CAPÍTULO 3</b>	
Análisis de ejemplos de cartel mexicano y ecuatoriano.....	37
Conclusiones.....	62

Julia Andrea Mena Freire

Trabajo de graduación

Verónica Devalle

Junio, 2016

**La gráfica popular y su inserción en el desarrollo del cartel contemporáneo.**

**Relaciones y emergentes.**

**INTRODUCCIÓN**

La gráfica popular, al estar en interacción con el contexto social, provoca la construcción de respuestas contemporáneas en relación a cambios y transformaciones culturales. Las vinculaciones y comparaciones de subjetividades ayudarán al análisis de los elementos utilizados en la cultura popular y sus imaginarios correspondientes en la constitución del cartel. Cuando la contemporaneidad resignifica la cultura popular, la traslada hacia nuevos escenarios, creando estructuras con características capaces de generar vínculos y relaciones que alimentan a su conformación, esta connotación hace que la noción de cultura popular identificada por el indigenismo, folklorismo y museo de un giro resignificativo.

Actualmente, dentro del diseño del cartel local existen propuestas que incluyen elementos de la cultura tradicional y popular ecuatoriana. Esto ha provocado, por un lado una nueva tendencia en la gráfica local del cartel y por otro, ha logrado que los elementos populares o ancestrales sean tomados en cuenta y estén presentes en nuestros días, a través del rediseño, herramienta que traslada conocimientos populares y ancestrales al presente y que, puede ser también, una manera de representar o proponer temas relacionados con el contexto social, político y cultural. Por ello se busca analizar a la cultura popular contemporánea y su influencia en el cartel gráfico, como un sistema abierto en alternativas y transformaciones que según el contexto dará lugar a nuevos emergentes.

Definir la cultura popular conlleva complejidad, varios autores expresan que existía un romanticismo que devenía de lo popular, se lo reducía a manifestaciones que se mantenían en comunidades y zonas rurales, aislando privando y hermetizando a lo popular del mundo contemporáneo; congelando, de esta manera, a la cultura popular en el tiempo y ubicándola, únicamente, en museos.

Rediseñar elementos de la cultura popular y trasladarla al cartel como medio de exposición, genera aceptación, valorización y apropiación en la producción local que anteriormente era difícil observar. Este proceso puede tener desencadenantes trascendentes que fortalezcan al cartel ecuatoriano y también, puede convertirse en un ejercicio banal y superficial de comercialización.

#### **Objetivo General:**

Describir la inserción de la gráfica popular en el diseño contemporáneo del cartel, mediante el análisis crítico de su composición.

#### **Objetivos Específicos:**

- Seleccionar casos de autores ecuatorianos y mexicanos que utilicen en su trabajo elementos de la cultura popular y lo apliquen al cartel, para analizar su constitución gráfica.
- Comparar los elementos gráficos de los carteles de cada autor, para encontrar semejanzas, diferencias o estructuras emergentes vinculares.

#### **Hipótesis:**

El desarrollo de la tesis pretende describir la utilización de la gráfica popular para la construcción del diseño contemporáneo del cartel, desde un posicionamiento que abre referentes para la creación vínculos que pueden contribuir a nuevas subjetividades y miradas en su constitución.

Enunciado que puede ser viable y posible en su desarrollo, ya que plantea la acción de interpretar, vincular y relacionar nuevos emergentes conceptuales, significativos y gráficos, que den una nueva mirada al cartel local; enfatizando que actualmente el mismo se encuentra en constante transformación ya que interactúa entre lo global y lo local.

La propuesta de relacionar rasgos recurrentes en diferentes tipos de construcción del cartel contemporáneo, nos llevaría a descubrir y plantear problemáticas en torno al estado del diseño local, al ser el cartel generador de rasgos estéticos y comunicacionales, puede crear una dinámica vincular en base a la interpretación de su composición y su relación con el exterior.

## Capítulo 1

### Diferentes miradas sobre la Cultura Popular

Actualmente, dentro del diseño del cartel local existen propuestas que incluyen elementos de la cultura tradicional y popular ecuatoriana. Esto ha provocado, por un lado una nueva tendencia en la gráfica local del cartel y por otro, ha logrado que los elementos populares o ancestrales sean tomados en cuenta y estén presentes en nuestros días a través del rediseño, herramienta que traslada conocimientos populares y ancestrales al presente y que puede ser también, una manera de representar o proponer temas relacionados con el contexto social, político y cultural.

Para poder entender al cartel contemporáneo y la inserción de elementos populares, debemos acercarnos a una problemática que involucra a la cultura popular.

Definirla ha sido un tema complejo de tratar a lo largo del tiempo, importantes autores tienen su propio enfoque y punto de vista para tratar este enmarañado tema; por esta razón es importante conocer a los más esenciales, que ayudarán en adelante a entender con más amplitud la gráfica popular en los carteles contemporáneos.

Definir a la cultura popular hoy en día es una permanente indagación ya que lo específico, concreto y particular pierde peso y pasa a ser una constante construcción donde la categorización no tiene lugar.

Desde hace varias décadas ha existido un diálogo sobre el tema, el mismo que ha sido discutido hasta nuestros días: Algunos escritores, antropólogos y especialistas en folklore desde principios de siglo limitaron en sus libros lo popular, a manifestaciones de zonas rurales más o menos ajenas a las transformaciones contemporáneas del capitalismo: lo redujeron a lo "tradicional". Viendo a la cultura popular como una colección de objetos, prácticas y creencias, congelaron los procesos sociales en las formas que asumieron en algún momento del pasado (Canclini, 1983).

De esta manera se hace una crítica de cómo antes se manejaba el término popular, esta crítica conlleva una nueva mirada para este término y así estudiarlo desde otro ángulo más cercano al mundo contemporáneo que está en constante cambio y movimiento, también explica que estos procesos son parte de una hibridación, término que usa para explicar las manifestaciones y procesos de la cultura popular. Este concepto viene de las ciencias naturales y se ha trasladado a las ciencias sociales, Canclini la define como la unión de prácticas y procedimientos que antes actuaban como aisladas y juntas emergen algo nuevo. "Entiendo por hibridación procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas" (Canclini, 1990).



Las prácticas que se generan desde la hibridación no necesariamente son pensadas o planeadas y no siempre tienen un objetivo, son el resultado de fenómenos sociales y culturales que han dado lugar a que algo nuevo se genere; pero al construirlas y objetivarlas pueden surgir iniciativas creativas. La hibridación puede darse de manera improvisada gracias a procesos o cambios migratorios, turísticos, económicos y comunicativos, pero también se produce desde “la creatividad individual y colectiva. No solo en las artes, sino en la vida cotidiana y en el desarrollo tecnológico. Se busca reconvertir un patrimonio para reinsertarlo en nuevas condiciones de producción y mercado” (Canclini, 1990). Los procesos sociales y culturales son explicados con facilidad bajo el nombre de hibridación, desde un punto de vista, facilitando la comprensión de estos fenómenos, y por otro reduciéndolos a su mínima expresión para estudiarlos o analizarlos. El autor claramente propone mirar estos procesos como híbridos, en su libro *La globalización imaginada* habla de como se abre paso a lo productivo de los intercambios y los cruces, para a partir de ello participar de la multiculturalidad saboreando las diferencias.

Pero no solo autores como Canclini utilizan este término dentro de su estudio, autores como Goetschel se inclina por el mismo camino refiriéndose a que los contenidos de la cultura popular, resignificados por las prácticas artísticas permiten cuestionar la noción de identidad estable. Si en la modernidad la cultura popular era vista como un resguardo de identidad, en la contemporaneidad artística una cultura popular híbrida, mestiza y portadora de otro tipo de modernidad, no 'universal' es articulada de una manera crítica. De manera directa o indirecta, el arte contemporáneo también se ha permeado de los debates en las ciencias sociales, el acercamiento a estas discusiones le ha sido útil para captar los procesos de cambio en la cultura popular (Goetschel, 2012).

Sin embargo para el autor Stuart Hall la cultura popular está definida como el dominio de las formas y actividades culturales como un campo que cambia constantemente. Habla de un proceso donde prima lo desigual, en donde existe una lucha entre la dominación y la subordinación “Lo que importa no son los objetos intrínsecos o fijados históricamente de la cultura, sino el estado de juego en las relaciones culturales: hablando francamente y con un exceso de simplificación: lo que cuenta es la lucha de clases en la cultura y por la cultura” (Hall, 1984).

Se a valorado a la cultura popular desde el punto de vista de la conservación de la tradición, como si esta fuera fija en invariable, cuando en realidad tiene mas relación con la vinculación y conexión de unos elementos con otros, por lo tanto ha estado en constante cambio. Por ello se ha cuestionado el valor estético de lo popular que está fundamentado por el origen de prácticas culturales “Qué podría ser más ecléctico y fortuito que esa colección de símbolos muertos y chucherías, extraídos del baúl de los disfraces del pasado,

con que muchos jóvenes de hoy han optado por adornarse? Estos símbolos y chucherías son profundamente ambiguos. Con ellos podrían evocarse mil causas culturales perdidas” (Hall, 1984).

Esto quiere decir que el significado de los elementos estéticos, populares o culturales dependerá de la corriente que sobresalga en ese momento más no del elemento como tal, por eso el autor se refiere a este proceso como una lucha constante. Cada vez y con mayor frecuencia nos acercamos al consumo de objetos que dialogan con esta dialéctica entre lo ancestral y lo moderno, lo rural y lo urbano, lo mítico y lo contemporáneo.

En este punto es interesante conocer el punto de vista del autor Pablo Alabarces con su libro *Transculturas pospopulares*. El retorno de las culturas populares en las ciencias sociales latinoamericanas, ya que hace una fuerte crítica a varios autores que según el, redujeron al estudio de las culturas populares a términos y ejemplificaciones fáciles de digerir como por ejemplo la hibridación, simplificando al análisis y a la investigación.

“La categoría de hibridación surgió como una presunta etapa posmoderna de la cultura, disolviendo los límites entre lo culto, lo popular y lo masivo, y reconvirtiendo toda la cultura en procesos de hibridación” (Alabarces, 2014).

El autor también expresa que en estos análisis poco profundos se considera novedad a algo que siempre ha existido a lo largo del tiempo, y nombrada según la época, como el intercambio, fenómenos de la interculturalidad, pulsión exploratoria y conquistadora de las sociedades, fusión, mestizaje, colonización, etc. y que la verdadera novedad era que los intelectuales empezaban a practicar un “neopopulismo liberal” seducidos por la hibridación.

“¿Quién nombra hoy lo popular? Si es el conflicto, si es el desvío, si es la insurrección, ¿quién pronuncia ese nombre? Una respuesta adecuada a esta pregunta está en la base de nuestras preocupaciones: arriesgar ese nombre es hoy nuestra tarea principal (Alabarces, 2014).

Para el autor una de las respuestas para estudiar a la cultura popular es “mirar todo el tiempo al mapa” es decir observar a las prácticas populares desde todos los sentidos posibles, desde el afecto a la artesanía pasando por la revuelta y sus experiencias; y hace parte de esta responsabilidad a estudiosos, académicos, intelectuales y escritores que intervienen en este proceso de manera muy cercana para debatir, reformular y así ampliar posibilidades.

Para la autora Silvia Rivera este discurso de hibridez y de multiculturalismo solo neutraliza a la cultura y al trabajar temas del indigenismo en su trabajo, plantea que solo se

intenta anular hechos históricos importantes con términos tan superfluos.

“El discurso del multiculturalismo y el discurso de la hibridez son lecturas esencialistas e historicistas, que no tocan los temas de fondo. Su función es la de suplantar a las poblaciones indígenas como sujetos de la historia, convertir sus luchas y demandas en ingredientes de una reingeniería cultural y estatal capaz de someterlas a su voluntad neutralizadora. Un "cambiar para que nada cambie" que otorgue reconocimientos retóricos y subordine clientelarmente a los indios en funciones puramente emblemáticas y simbólicas, una suerte de "pongueaje cultural" al servicio del espectáculo pluri-multi del estado y de los medios de comunicación masiva" (Rivera, 2010).

Al conocer el pensamiento de varios autores acerca de la cultura popular, podría decirse que la definición y el estudio de la misma ha sido y seguirá siendo parte de un debate conflictivo, replantear su significado conociendo su historia y varios puntos de vista a lo largo del tiempo, ayuda a entender su complejidad. Desde una propuesta que intenta definir a los procesos culturales como híbridos, pasando por la escenificación de la problemática popular como una lucha constante donde el elemento es resignificado según la corriente sobresaliente, hasta el cuestionamiento de teorías donde se afirma la falta de profundidad en el reconocimiento de la complejidad de los procesos populares culturales; son algunas de las miradas que podemos analizar cuando hablamos del tema.

Otra corriente que hace partícipe a la cultura popular, es el caso del Kitsch y se vale de la extensa e invasiva cantidad de información que tenemos a nuestro alcance, tener numerosas alternativas de consumo, nuevas tecnologías de la información y comunicación, hace que la esfera del diseño y la publicidad se amplíe. Esta corriente se vincula bastante bien con la parte popular ya que no necesita ningún proceso cuidadoso para ser utilizada, además que va de la mano con la cultura de masas que trabaja a gran escala la comercialización, el consumo y la publicidad, donde hay una tensión permanente entre la creatividad y la estandarización. Según Eco, esta tendencia comunica la cultura superior o de élite con la de masas, es decir que se da una correspondencia entre la vanguardia y lo kitsch, y los carteles al utilizar elementos populares tienden también a generar este tipo de respuestas.

Para Costa el término kitsch corresponde a una época de la génesis estética, a un estilo de ausencia de estilo. Esta palabra no sólo define la producción de lo falso, sino más aún, la acumulación ostentosa de lo falso.

“este movimiento universal alcanza hoy hasta los supermercados de Hong Kong y Disneylandia. Todo un repertorio de la civilización pequeño-burguesa nacida en el curso del Siglo XIX culmina en la madera pintada imitando el mármol, el conglomerado de falsa madera pintada imitando madera noble, las chimeneas con falso fuego en el salón, el

césped de plástico, "Los diez mandamientos" de Cecil B. De Mille, el mundo Barbie... El kitsch es típico de la sociedad de la abundancia" (Costa, 2009).

Siendo el Kitsch una situación, fácilmente comestible, del arte, es lógico que se proponga como cebo ideal para un público perezoso que desea participar en los valores de lo bello, y convencerse a sí mismo de que los disfruta, sin verse precisado a perderse en esfuerzos innecesarios. Se habla del Kitsch como un típico logro de origen pequeño burgués, medio fácil reafirmación cultural para un público que cree gozar de una representación original del mundo, cuando en realidad goza sólo de una imitación secundaria de la fuerza primaria de las imágenes (Eco, 1965).

Se dice del Kitsch que también representa el arte del mal gusto y la mentira, que sintetiza, de manera vaga y alegórica, a vanguardias artísticas, haciendo interpretaciones fáciles de ellas, es una estética pretenciosa, recargada y vana que prospera a causa de otros. Por otra parte, Eco en su libro *Apocalípticos e Integrados* habla de la cultura de masas que también hace referencia al tema de cultura popular ya que podría participar de esta. El concepto de cultura de masas aparece en el siglo XX donde se intensifica el tema de la tecnología, los medios masivos, la rapidez del mensaje, etc. Este término abarca varias instancias que pueden ir desde lo audiovisual, pasando por los medios editoriales e impresos que comprenden desde diarios, revistas, cartelismo, etc.

La cultura de masas al tener a su disposición estos medios, su alcance es extenso y por lo tanto las personas pueden tener todo tipo de información a la mano, y al decir todo tipo de información hablamos desde la más banal y superflua hasta información constructiva o que genere un uso efectivo. El autor habla de que los medios y la comunicación aprovecha esta cultura de masas para dominar e imponer propios lenguajes y exigencias, haciendo que el producto o el mensaje no necesariamente corresponda a la realidad de las personas; mas bien ofrece expresiones culturales burguesas a los sectores populares.

La cultura de masas al abarcar tanto público tiende a homogenizar el mensaje, sin importar minorías o gustos particulares de las personas, al contrario sugiere lo que se debería hacer, usar, comprar, pensar, actuar, escuchar, ver, etc. dejando a un lado el propio criterio y la reflexión; es superflua e inmediata.

Pero no todo se podría calificar como negativo dentro de la cultura de masas ya que tiene muchos beneficios que también la constituyen, como por ejemplo la facilidad de encontrar información, la divulgación del conocimiento, la rapidez de la comunicación, el desarrollo tecnológico vinculado con el "hágalo usted mismo", la facilidad de promocionar y también de trabajar con menos recursos desde el internet, la accesibilidad al arte en general, el conocimiento de sectores marginados, la posibilidad de expresarse libremente

desde otras plataformas; en general el rompimiento de una época donde el conocimiento era posesión de pocos y que hoy está al alcance de un gran número de usuarios.

Eco habla de los apocalípticos y los integrados, dos visiones antagónicas que pertenecen a la cultura de masas. Los primeros (pesimistas) dicen que una cultura apreciada por todos es una “anticultura” se aferran al pasado, a las viejas costumbres y métodos racionales.

“La cultura de masas es la anticultura. Y puesto que ésta nace en el momento en que la presencia de las masas en la vida social se convierte en el fenómeno más evidente de un contexto histórico, la «cultura de masas» no es signo de una aberración transitoria y limitada, sino que llega a constituir el signo de una caída irrecuperable, ante la cual el hombre de cultura (último superviviente de la prehistoria, destinado a la extinción) no puede más que expresarse en términos de Apocalipsis” (Eco, 1965).

Se resisten a reconocer un elemento nuevo como valioso ya que puede implicar un atentado a patrones establecidos, piensan que la distribución de información en grandes cantidades es vano y superficial, apuestan por una cultura que no siga la corriente de la mayoría y sostienen que los medios de comunicación contribuyen al sistema brindando conocimiento sin ningún esfuerzo, sin ni siquiera interés o curiosidad; haciendo que el público sea pasivo y no participativo.

“Si la cultura es un hecho aristocrático, cultivo celoso, asiduo y solitario de una interioridad refinada que se opone a la vulgaridad de la muchedumbre (Heráclito: «¿Por qué queréis arrastrarme a todas partes oh ignorantes?. Yo no he escrito para vosotros, sino para quien pueda comprenderme. Para mí, uno vale por cien mil, y nada la multitud»), la mera idea de una cultura compartida por todos, producida de modo que se adapte a todos, y elaborada a medida de todos, es un contrasentido monstruoso” (Eco, 1965).

Pero Eco también cuestiona a los apocalípticos al considerar que todo en la cultura de masas es irrelevante y no aporta en ningún sentido, cuando pueden generarse contribuciones valiosas a pesar de ser masiva e industrial.

Por otra parte, los integrados (optimistas) piensan en los beneficios que brinda la cultura de masas, sostienen que gracias a ella las personas pueden beneficiarse e informarse de maneras nunca antes imaginadas en la antigüedad, dejando a un lado el sentirse marginado por no poder acceder a ciertos beneficios que solo las élites gozaban y ahora están a su alcance.

“En contraste, tenemos la reacción optimista del integrado. Dado que la televisión, los periódicos, la radio, el cine, las historietas, la novela popular y el Reader’s Digest ponen hoy en día los bienes culturales a disposición de todos, haciendo amable y liviana la absorción de nociones y la recepción de información, estamos viviendo una época de ampliación del campo cultural, en que se realiza finalmente a un nivel extenso, con el concurso de los mejores, la circulación de un arte y una cultura popular” (Eco, 1965).

Los integrados aprovechan el fenómeno de la industria y sus múltiples formas de expresión y piensan que es una manera de libertad y equidad que puede desarrollarse en muchos sentidos como el tecnológico, es una forma liviana de promulgar la información y la absorción de la misma es fácil y efectiva, es una forma de incluir pensamientos de intelectuales con los de personas que pueden llegar a hacerlo. Pero el autor también cuestiona la filosofía de los integrados ya que no profundiza y carece de una actitud crítica.

“Los integrados raramente teorizan, sino que prefieren actuar, producir, emitir cotidianamente sus mensajes a todos los niveles.”

Ambas posturas son extremas, pero podríamos considerar la opción de siempre debatir y estar en constante cuestionamiento para un aporte más rico.

En este sentido, la cultura popular también participa de la cultura de masas, reproduciendo sus formas y sus diversas manifestaciones estéticas, desde la manipulación de industrias hasta la información valiosa, encontramos plataformas donde encontramos desde la ritualización del pasado y la cosificación de la cultura como producto; la globalización hizo que el arte popular se expanda y se vaya modificando junto con la sociedad y sus conflictos actuales, relaciones y emergentes.

“En el universo de la cultura global, podemos hablar de un permanente proceso móvil de elitización de lo popular y popularización de lo elitista, habiéndose superado la tendencia del pasado a mantener, de manera inamovible, determinados rasgos en uno de los dos compartimentos. Indiscutiblemente los avances de la democracia han contribuido a incentivar la movilidad social, especialmente las posibilidades de ascenso” (Malo, 2006).

Para Malo, la globalización ha dado paso a que haya un traslado de lo popular a escenarios donde antes no tenía lugar, podemos presenciar como la élite y lo popular se difuminan dando lugar a una especie de convivencia y en muchos de los casos de retroalimentación.

Los medios de comunicación, la tecnología y nuevas plataformas vendrían a diluir o a reafirmar la idea de identidad cultural, teniendo a un público fragmentado a pesar de ser cada vez más homogéneos, por ello términos como elitista, masivo y popular son faltos para

etiquetar o clasificar la cantidad de fenómenos sociales culturales y artísticos dando lugar a nuevas interacciones y relaciones, dejando a la concepción de popular como algo estático.

### **La gráfica popular**

La gráfica popular está relacionada estrechamente con la memoria social, representa un amplio espectro de posibilidades como la vida cotidiana hasta fragmentos de la historia, y de diversos fines como publicitarios, artísticos, informativos, corporativos, etc. En algunos casos la gráfica popular se realiza manteniendo técnicas antiguas que tratan de perdurar en el tiempo a pesar de la tecnología y la industria, pero actualmente muchos tratan de simular estas técnicas utilizando nuevas herramientas, en muchos casos hay un interés por fusionar la gráfica popular y ancestral con estilos actuales.

Para el autor Kingman los cambios dentro del campo del arte de las manifestaciones populares no solo provocan transformaciones en su universo, sino esto repercute e influye en la vida de las personas y sus relaciones.

“Se podría decir que los contenidos de la cultura popular pasaron a ser resemantizados en el campo del arte, deviniendo en significantes cargados de significados críticos utilizados para desestabilizar, descentrar y deconstruir nociones tradicionales y hegemónicas, entre ellas las de modernidad, nación, identidad nacional” (Kingman, 2012).

Por otro lado, existe una especie de temor de traer lo popular en un escenario actual ya que no es una garantía de que perdure en el tiempo porque fenómenos como la industrialización, comercialización, tecnología y las tendencias tienden a homogenizar y puede caer fácilmente en vanas aplicaciones y ejercicios de diseño complacientes.

“La gráfica popular, se inclina a preservar las tradiciones propias de cada comunidad especialmente en aquellos aspectos considerados como definidores e identificadores del grupo. Consciente o inconscientemente se cree que el cambio puede acabar con aquellos contenidos que proporcionan a las personas la satisfacción de pertenencia. Los niveles de comunicación son más profundos en colectividades de este tipo en las que se comparte áreas más amplias de la vida. Los símbolos, mecanismos de comunicación, ideas y visiones de la realidad están en este caso legitimados por la reiterada repetición a lo largo de los años” (Malo, 2006).

Los elementos que pertenecen a la cultura popular tienen un fuerte peso ante la mirada de la sociedad, ya que naturalmente son identificables y evocan a la historia y a la cotidianidad, pueden influenciar fácilmente en la colectividad por provocar un sentido de pertenencia, humor, irreverencia, sátira, respeto, identidad, espontaneidad, etc. Lo popular

se entrecruza con conceptos de identidad, hegemonía y cultura, se construye y se resignifica constantemente.

“...lo popular no se define por un repertorio fijo, ni está relacionado con identidades estables, se da dentro de un campo de fuerzas y de disputas, como las que se relacionan con lo público y el espacio público o con las formas de representación de imágenes” (Kingman, 2012).

Para Kingman es importante recordar que el término popular estaba ligado a lo campesino y atado a una valoración de las tradiciones, en ese entonces la cultura popular era lo contrario a la cultura de élite, de esta manera era difícil concebir la gráfica popular en museos a manera de exhibición, era mas bien una forma de expresión ligada con el pueblo y sus intereses.

Hoy día hablar de la gráfica popular como una acción que solamente vincula la tradición, o se encuentra encriptada en el pasado es no mirar con temporalidad a la misma y estancarla, por otro lado, mirar a la globalización como una amenaza de la gráfica popular es negar los procesos y transformaciones culturales que devienen del pasado y que hoy siguen en movimiento. Para la autora Rivera, estos procesos culturales se tejen entre sí, conviven y forman parte de la contemporaneidad.

Por otro lado, el autor Malo, se refiere a la gráfica popular como algo que no está estático, pero tampoco obsesionado por el cambio. El ritmo del cambio no es presionado, el cambio viene cuando tiene que venir. Los rasgos de otras culturas se incorporan sin forzamiento a la gráfica popular. El rasgo nuevo se manifiesta luego de que ha sido aceptado en su mundo.

Las imágenes producidas en el ámbito de la gráfica popular representan identidades no esenciales (Hall, 1984), es decir construcciones identitarias posicionales. Estas representaciones son creadas a partir de una relación entre un hacedor de imágenes y un usuario, ambos influenciados por lo local y por el influjo de la circulación masiva de imágenes y deseos.

Es interesante observar como a pesar de la homogenización que tiende a generar lo masivo, la gráfica popular todavía puede ser identificada, es utilizada para formar parte de tendencias actuales influenciando así a la estética, es de procesos múltiples y complejos siendo así un elemento dinámico.

Algunos de los autores concuerdan en que la gráfica popular no pretende ser homogeneizante ni universalizadora, “...su universo es el de la colectividad en la que se da y no aspira a que sus rasgos sean aceptados íntegramente por todo el estado o el mundo. Podríamos hablar de un cierto sentido de exclusividad y de poco o ningún empeño para que



sus contenidos sean adoptados por otros grupos. Si es que se pretendiera sistematizar el estudio de los elementos integrantes y peculiarizantes de la cultura popular, probablemente el primer factor que saltaría a la vista es el de su diversidad” (Malo, 2006).

### **Diferentes medios utilizados por la gráfica popular en la contemporaneidad.**

La aplicación de la gráfica popular en la contemporaneidad son el resultado de varios movimientos urbanos culturales, corrientes estéticas y sociales en donde diseñadores particulares, artistas gráficos y empíricos, reflejan en su trabajo transitorio o perdurable infinitas formas de visualizar la gráfica popular; entre las más frecuentes tenemos: El graffiti, el muralismo, los rotulistas y el cartelismo.

Estos ejemplos no agotan los elementos de la gráfica popular ni los ancestrales ya que en algunos casos se encuentran fusionados con técnicas utilizadas actualmente, se puede presenciar evocación a lo popular pero también una fusión con elementos contemporáneos, es una breve descripción de las diferentes técnicas y plataformas que sirven de exposición.

#### **Graffiti:**

Esta forma de expresión tiene la particularidad de re definir al espacio a través de sus diversas técnicas y significados que están sujetos a las transformaciones que la sociedad urbana y la ciudad han tenido a largo de la historia. Es transgresivo y genera diversas opiniones en la sociedad, desde aceptación hasta ideas de vandalismo.

“El graffiti se concibe como un medio de comunicación y autoafirmación desde el desarrollo de una mentalidad y actividad urbana, puede ser el resultado del deseo de cambio y mejora, el exponente del conflicto y de la lucha hacia su superación como entidad marginada, no sólo se toma como un medio de comunicación o autoafirmación, sino que además se contempla como un medio de concienciación, movilización y rebeldía; otra característica puede ser que se muestra como un medio gráfico a través del cual se pueden manifestar las características de una realidad y las pretensiones de unos ideales proyectados hacia el futuro, entre la fantasía más lúdica y la programación ideológica, entre los avatares sociales y políticos y el desarrollo personal” (Saavedra, 2007).

Encontramos autores que plasman en su trabajo la estética popular fusionándola con un sin número de técnicas, morfología, composición, rasgos y nuevas tendencias que pertenecen al graffiti.



Autor: Edgar Flores (Saner)

País: México - 2013



Autora: Verónica Ibarra (Vera)

Tema: Queen Valdivia

País: Ecuador - 2015

**Muralismo:**

Se caracteriza por la utilización de grandes superficies y soportes fijos para plasmar pictóricamente una expresión artística, es una corriente artística que a lo largo del tiempo ha representado fuertemente a movimientos sociales y políticos, resistencia, identidad, lucha indígena, revolución, etc. Hoy en día se mantienen estas temáticas pero se unen también innumerables fines y estéticas que van tomándose las ciudades, pretende integrar el arte al espacio urbano y colectivo.

México fue uno de los pioneros y contribuyentes con diversas técnicas y el perfeccionamiento de procesos que ayudaron a lo que hoy en día es el muralismo, utilizan diversas técnicas entre ellas el empleo de la encáustica, el fresco, pintura al temple, pintura al acrílico, el mosaico, el vitral entre otros procedimientos que contemplan la intemperie y otros factores para proporcionar longevidad al mural.

“Cabe destacar que los muralistas mexicanos fueron de los principales contribuyentes en el perfeccionamiento de la técnica muralista utilizada durante el Renacimiento. Puesto que era práctica común utilizar las paredes exteriores de los edificios, se debía adaptar la pintura a las cualidades climáticas del lugar; la respuesta fue cambiar del óleo al acrílico debido a que éste soporta mejor los cambios climáticos” (Beard, 2012).



Autor: STEEP

Tema: Visión

País: Ecuador – 2015





Autor Saner

País: México

### Rotulismo

Es cercano a la ejecución de un oficio y a la artesanía que cumple con una demanda específica, la de informar. Se caracteriza por la habilidad de manejar ilustraciones y sobre todo tipografías de manera singular para resaltar del resto de anuncios.

La característica del rotulista es que su trabajo es completamente manual y usa las mismas técnicas por años, por esta razón su trabajo se deja de visualizar en la ciudad, ya que por lo general el público opta por la digitalización y otros medios para satisfacer sus necesidades.

"Los rótulos cumplen múltiples funciones: una muy evidente es llamar la atención del transeúnte hacia un local comercial; en segundo término, según su carácter, informan del giro de dicho local y finalmente, sirven como un mnemónico que permite asociar el nombre, la naturaleza del negocio y la ubicación de un local comercial a una imagen (ideograma), lo que facilitará recordar en dónde puede adquirirse tal mercancía", describe Soto en su ensayo.

El oficio del rotulero pasa de generación en generación, el aprendiz guarda técnicas de ilustración y tipografía que más adelante se apropiará para seguir con el legado.



Autor: Don Pili Escalante

Tema: Los auténticos cebiches de Damián

País: Ecuador – Playas



País: México

## Capítulo 2

### El cartel

#### Breve cronología del cartel

Es necesario conocer que la presencia del cartel “viene desde finales del siglo XIX siendo el mismo uno de los medios más funcionales para la comunicación de mensajes de cualquier tipo, desde lo comercial hasta la representación de ideologías” (Barnicoat, 2000).

Es de valor conocer a breves rasgos la reseña del cartel gráfico y el por qué de su importancia e influencia a lo largo del tiempo hasta nuestros días. En un inicio el cartel empezó junto con el invento de la litografía en 1798 que era una técnica lenta y costosa que consistía en trazar un texto, ilustración, fotografía, etc. en una piedra calcárea o en una plancha metálica y de esta manera imprimir cualquier número de copias de la original; también se usaba la xilografía que era la impresión por medio de bloques de madera. El desarrollo de este proceso litográfico de tres colores, permitió un registro cromático amplio alcanzando acabados cada vez mas complejos. La combinación de la imagen junto al texto permitió dar nacimiento al cartel litográfico de gran alcance e innovación.

Se dice que la persona que comenzó con el cartelismo fue el francés Jules Chéret (31 de mayo de 1836 – 23 de septiembre de 1932) , desde temprana edad se inclinó por la litógrafo y la pintura. Chéret se dedicaba a estudiar las técnicas de artistas antiguos y modernos, con el pasar del tiempo descubrió su inclinación por el cartel de anuncio. Tuvo una gran acogida y demanda en el ámbito de eventos artísticos como en el publicitario.

“Jules Chéret llegó a realizar más de 1000 afiches, caracterizados por la utilización de composiciones verticales, asimétricas, y de gran dinamismo. Destaca en sus carteles la figura de una mujer joven y bella, que con actitud sensual y provocadora actúa a modo de reclamo publicitario intentando atraer al público a los principales teatros, cabarets y operas de París en la “Belle Époque”. La joven danesa Charlotte Wiehe, aunque era por todos conocida como “La Chérette”, fue su musa e inspiración en la mayoría de sus creaciones.”

Chéret fue una gran influencia para el Art Nouveau y para las artes decorativas ya que trata de romper al estilo artístico del naturalismo, dándole a su obra más libertad y un sentido alegórico de representar la vida.



Pippermint. Jules Chéret (1899)

Fue en 1870 en Milán, Berlín y París donde las calles se volvían galerías de arte, entrando a la edad moderna publicitaria. Veinte años después la Belle Epoque en Francia estaba en pleno apogeo, ubicando al cartel en el ámbito artístico. En 1894 la corriente artística llamada Art Nouveau logró llegar hasta el cartel, este estilo fue uno de los más importantes de la escena parisina los siguientes 10 años, llegando a ser el principal movimiento artístico e introduciéndola en otros países. El cartel se encargaba de protagonizar la forma de vida de la sociedad, popularizando de esta manera ciertos productos “En Francia, el culto del café (absenta y otros productos alcohólicos) era omnipresente; en Italia la ópera; en España las corridas de toros y los festivales; en la literatura y los productos para el hogar; en las ferias comerciales, en los diarios literarios de Gran Bretaña y de América y en el circo” (www.sitographics.com, 2012).

A pesar de la fuerte influencia de la Belle Epoque, cada país optaba por crear propios estilos, con el tiempo eran mas evidentes “Los carteles holandeses fueron marcados por el orden lineal; los carteles italianos por su drama y escala magnífica; Los alemanes para su franqueza y medievalismo. La gran influencia de Francia había encontrado un contrapeso” (Chwast, 2010). Con el tiempo y la llegada de nuevos artistas y estilos el Art Nouveau fue quedando atrás y en su lugar algunos autores optaban por una imagen simple, dando paso

al Art Deco en 1923, esta característica en los carteles dio paso a la identidad de marcas. Mientras tanto en Alemania, Escocia y Austria rechazaban los ornamentos.

Con la llegada de la Primera Guerra Mundial el cartel dio un giro, su papel era el de la propaganda, manejando campañas publicitarias con amplios contenidos, recaudar dinero, reclutamiento, estimular la producción o provocar ultraje y atrocidades en las líneas enemigas entre otros. El alcance que el cartel tenía en época de guerra era abundante por ello se extendió por el mundo. Lenin utilizaba muy bien este recurso popularizándolo, entre sus opiniones tenemos “El arte pertenece al pueblo. Sus raíces deberían penetrar profundamente en el mismo centro de las masas del pueblo. Debería ser comprensible para esas masas y amadas por ellas” El autor Barnicoat en su libro *Los carteles, su historia y su lenguaje*, opina que Lenin se contradecía ya que el arte soviético era académico y pretencioso y no dejaba al pueblo participar del mismo.

Después de la Primera Guerra Mundial, nuevas expresiones artísticas tomaban importancia así los ismos empezaban a sobresalir (Cubismo, Dadaísmo, Expresionismo , etc.). “En la Unión Soviética, el movimiento Constructivista tomó el liderazgo en los años 20 con la meta de crear una nueva sociedad tecnológica, este trabajo tendría un impacto importante en diseño occidental, sobre todo a través del Bauhaus y del movimiento Stijl” ([www.sitographics.com](http://www.sitographics.com), 2012).

Durante la Segunda Guerra mundial, el cartel sigue manteniendo importancia siendo parte de la comunicación y de los medios. La mayoría de carteles eran impresos en offset por lo cual el tiraje era mayor y se economizaba el tiempo. Se utilizaba la fotografía e ilustración con manera común. Después de la guerra, el uso de cartel declinó en la mayoría de los países mientras que la televisión y el cine se convirtieron en los protagonistas de la difusión de mensajes. El cartel ha cambiado continuamente durante último siglo para resolver las necesidades y los cambios de la sociedad. Este se presenta en nuevos soportes digitales y virtuales, que están revolucionando la manera de comunicarnos en el siglo XXI” ([www.sitographics.com](http://www.sitographics.com), 2012).

### **Características del cartel contemporáneo y su relación con la Cultura Popular**

Costa nos dice que la función del cartel es hacer saber algo a la gente, poner algo en común, es decir, comunicar un mensaje. El cartel que usa imágenes o símbolos de la cultura popular, puede construir una narrativa crítica capaz de presentar al espectador una fuerte realidad que se desee mostrar. Permite que el pasado no sea olvidado, al contrario lo recontextualiza y permite comulgar con la contemporaneidad de diversas maneras, hasta como flash backs pero desde una mirada del presente; Silvia Rivera en su libro *Ch'ixinakax utxiwa: una reflexión sobre prácticas y discursos descolonizadores*, plantea que a partir de



imágenes de antaño se puede generar un ejercicio de la interpretación y desmitificación del pasado.

"coexisten en paralelo múltiples diferencias culturales, que no se funden sino que antagonizan o se complementan" (Rivera, 2010).

Al encontrarnos con un exceso de imágenes de desborde visual, es complejo identificar de donde proviene cada una, en el caso de carteles con elementos populares o ancestrales, alude por lo general al pasado recurriendo a la memoria de las personas de manera natural, esta acción puede generar un alto impacto sobre ellas a pesar de compartir un escenario amplio en opciones visuales.

"Las imágenes nos ofrecen interpretaciones y narrativas sociales, que desde siglos precoloniales iluminan este trasfondo social y nos ofrecen perspectivas de comprensión crítica de la realidad" (Rivera, 2010).

Hoy en día la utilización de elementos de la cultura popular no solo en el cartel sino en diversas plataformas es bastante común y es utilizada por jóvenes exponentes culturales como algo novedoso de fusión. Diseñadores, músicos, pintores, etc. forman parte de esta ola y surge un interés que trata de reunir al pasado con lo contemporáneo. Esta acción puede ser construida bajo referentes sólidos conceptuales, y a su vez también puede ser un ejercicio vano y superficial del momento.

"Sea por miedo a la chusma o por seguir la agenda de sus financiadores, las élites se sensibilizan a las demandas de reconocimiento y de participación política de los movimientos sociales indígenas, y adoptan un discurso retórico y esencialista, centrado en la noción de "pueblos originarios" (Rivera, 2010).

Por otro lado, los elementos populares o ancestrales dejan de permanecer estáticos como fragmentos de museo, al contrario son partícipes de la contemporaneidad y dejan de lado estereotipos ya que existe una retroalimentación donde se teje una identidad que está articulándose y en constante movimiento.

La utilización de elementos populares en el cartel contemporáneo contiene desarrollos y significados que están en constante transformación. Conceptualmente, éste se construye de la mano de fenómenos sociales y culturales en cuanto a su formación estética, puede utilizar diversas herramientas como la ilustración, el uso de libre de la cromática, collage, fotografía, tipografía, etc. éstas variarán con el tiempo y las tecnologías que se dispongan o por disposición del autor.

Son varias las respuestas que puede traer el cartel consigo, al indagar en su constitución, podemos ver que las imágenes pueden ser intencionales, y son una

representación que tienen efectos en la realidad, significan mucho más que composiciones, tienen fuerza e identidad por sí solas. Por ellos se busca analizar a la cultura popular contemporánea y su influencia en el cartel gráfico, como un sistema abierto en alternativas y transformaciones que según el contexto dará lugar a nuevos emergentes, propuestas, replanteamientos teóricos, etc.

“Las imágenes quieren igualdad de derechos con el lenguaje, no ser reducidas a lenguaje, al "signo" o al discurso. No quieren ni ser niveladas hacia la "historia de las imágenes" ni a la "historia del arte", sino ser vistas como individuos complejos ocupando múltiples identidades y sujetos” (Mitchell, 1996).

En el caso del cartel contemporáneo que usa elementos de la gráfica popular, explora y combina elementos sin alguna regla o norma fija, fusiona al diseño contemporáneo con sus diferentes plataformas y tecnologías para presentar un trabajo que se fusiona con elementos populares. Esto provoca nuevas tendencias en la gráfica local y por otro, ha logrado que los elementos populares o ancestrales sigan presentes en nuestros días.

“La cultura popular funciona de manera más vital y espontánea. No es que falten normas ordenadoras del comportamiento y las realizaciones humanas, pero se encuentran más fundidas con el hacer y su conformación obedece a una acumulación y enriquecimiento lentamente forjados por la tradición. El artista popular, por regla general, no se pregunta si él pertenece a una escuela, menos aún por los principios estructuradores de la misma. Realiza su obra aplicando sus habilidades y destrezas, hija del aprendizaje directo y del contacto con los maestros y no de complejas formaciones teóricas” (Malo, 2006).

Encontrar una esencia o características invariables a la gráfica popular está por fuera de su construcción ya que ésta se teje sobre una idea de nosotros mismos, la cual varía y cambia en todo momento, reproduce un amplio umbral de posibilidades que van desde el rediseño de iconografías de culto popular, hasta la adecuación o fusión de estéticas contemporáneas con las tradicionales imágenes folklóricas. El amplio y complejo significado de la gráfica popular se encontraba limitado al estrato social, al indigenismo, a las zonas rurales y a la iconografía popular; hoy notamos diversas maneras de exponer la misma, en muchos de los casos mantiene una lógica de correspondencia con el público.

El autor Malo expresa que existe una gran paradoja; mientras más nos globalizamos, las identidades locales ganan preponderancia, este fenómeno es muy curioso ya que debido al comercio, la tecnología, las tendencias, etc. tienden a homogenizar y se pensaría que lo popular terminaría diluyéndose, pero podemos observar que al contrario, lo popular sigue a su paso juntándose, tejiéndose con la contemporaneidad de manera natural.

El tono del cartel es amplio, va desde fines exclusivamente estéticos, humorísticos, irónicos, hasta un cartel vinculado a manifestaciones artísticas. Entre los tipos de cartel más utilizados podemos encontrar el informativo, que tiene relación con la difusión de actividades específicas, también carteles oficiales que tienen un tinte político o religioso, los comerciales, carteles formativos que está ligado a un tema de conciencia social o campañas, etc. La función del cartel al igual que su tono abarca todo tipo de situación como la comunicativa, la de persuasión, donde juegan factores como la emotividad, la económica donde se trata de ocupar la menor cantidad de recursos para expresar su finalidad, la función ambiental, etc.

Es de gran complejidad caracterizar narrativas, formas del decir de una identidad cultural construida, elementos, símbolos, gráficos, temáticas, etc. pertenecientes a la cultura popular, su extensión es inabarcable ya que no necesariamente tiene que ver con actividades realizadas a lo largo de la historia, sino con hechos o memorias que pueden ser identificados o significativos para una o varias personas. A pesar de ello, existen elementos que se pueden visualizar con mayor claridad en los carteles, no representan la totalidad pero es de uso frecuente.

Los rituales religiosos, las festividades, la política o manifestaciones populares, la identidad, los valores, las creencias, las normas y sanciones, el status, los héroes, los ritos funerarios, los juegos, la cotidianidad, etc. son algunos de los tópicos que se usan para la realización del cartel que maneja la gráfica popular, según Malo, la motivación básica para la producción del cartel con elementos de culturas populares es reforzar esa identidad que tiene un contenido de originalidad colectiva y tradicional con relación a otras agrupaciones humanas similares y un contenido de preservación conservadora de los valores identificadorios del grupo comunitario de que el grupo que controla el poder está en lo correcto, tienen muy poca cabida en estos ámbitos.

### **El diseño gráfico y la utilización de elementos de la gráfica popular**

Hoy en día la esfera del diseño está influenciada por nuevas tecnologías de la comunicación e información, la publicidad vinculada a la invasión sin límites de la sociedad de consumo y del espectáculo. La gráfica popular junto al diseño gráfico, al encontrarse en este entorno, pueden crear un gran espectro de posibilidades y manejar una infinidad de herramientas y estilos para cumplir con su finalidad.

Para Rojas, el diseño es una forma y diseñar es una forma de distribuir sensibilidad, para él, existen diversas formas “forma arte, formas ancestrales, forma artesanía... forma diseño. Se tiene que caracterizar adecuadamente la forma diseño a fin de diferenciarlas de las otras, aunque comparta elementos” (Rojas, 2011).

Al diseñar estamos conscientes de los procedimientos y los pasos que vamos a realizar, seguimos una especie de reglas o normas que van desde una serie de pasos, orden, secuencia, jerarquía, etc. estas normas o procedimientos no son inmóviles y están cambiando constantemente. “Esto quiere decir que la característica que aparece inmediatamente es el acuerdo entre un grupo o más concretamente, de la comunidad de diseñadores y de la industria cultural en la que está inmersa” (Rojas, 2011).

Rojas en su obra “Estética del Diseño” comenta que diseñar no es una acción arbitraria donde no existen normas y todos tienen la libertad de hacer lo que les parezca, existe obviamente la parte donde la creatividad están presentes y hacen del diseño esencial. Por otra parte el diseño sigue ciertas normas y leyes pero estas pueden ser flexibles.

Existen distintas formas de expresar el diseño gráfico, en el caso de la utilización de elementos popular también, pero una característica para que se identifique que estamos trabajando un cartel con elementos populares es que estos elementos sean reconocibles, puede haber variaciones y también la utilización de herramientas, efectos, cromática etc. pero se debe reconocer sus formas originales. Esta puede ser una de las reglas que anteriormente mencionábamos y que nos permitirá tener horizontes al momento de trabajar.

Al decir que el elemento popular sea reconocible, también debemos considerar no caer en los extremos, la réplica exacta del elemento popular y por otro lado la deconstrucción morfológica, donde el elemento se geometrice y se vuelva casi irreconocible.

Al utilizar en el cartel gráfico contemporáneo elementos populares, estamos conectando y haciendo que estos elementos dialoguen y se conecten entre sí. Por esta razón no podemos ignorar algunas características de la contemporaneidad que pueden influenciar en el cartel de manera directa, Como por ejemplo la moda, lo efímero, la rapidez con la que llegan las fechas de caducidad de la estética, la difusión gracias a la tecnología, volviendo al diseño casi imperdurable privilegiando la forma ante la función en la mayoría de los casos.

De esta manera el diseño puede tender a ser parte de este sistema e ideologías que fomentan el consumo por el consumo, la contaminación visual, la banalización de temas relevantes, etc. El diseño es una herramienta que puede influenciar directamente a las personas, por ello se habla de un trabajo responsable y capaz de generar y aportar. El autor Joan Costa en su libro Diseñar para los ojos habla sobre este compromiso que debe tener el diseñador para con la sociedad, traspasando los fines estéticos para recuperar el interés del concepto y la sustentación.

“A tal extremo que podemos caracterizar la época entera en la que vivimos como la época del mundo como imagen. En el momento tecnológico de la imagen. Esta última llega

a su plena realización, en la medida en que penetra en todas las esferas de la vida además de volverse completamente transportable” (Rojas, 2011)

Al utilizar elementos populares estamos realizando un ejercicio de repetición, donde conocer el origen de las mismas es complicado, pero al utilizar estos elementos una y otra vez a pesar de que los rodeen formas distintas, éstos tienden a perdurar en el tiempo.

“Las imágenes son portadoras de deseos: de los nuestros y de los deseos de los otros que de este modo penetran en nosotros, casi sin encontrar resistencia. Conferimos a las imágenes, con su aura, un cierto poder animista, como si estuvieran vivas, como si actuaran, hablaran, nos contradijeran, nos interpelaran, muchas veces hasta se ríen de nosotros” (Rojas, 2011).

Es complejo ennumerar las características del cartel contemporáneo que utiliza elementos de la gráfica popular, pero otro de los rasgos que se pueden visualizar con facilidad en alguno de los casos, es la utilización recargada de elementos, diferenciándose a su manera de otras corrientes artísticas que también estaban caracterizadas por la ostentisidad como por ejemplo el arte barroco, que es una de las tantas manifestaciones artísticas que abandona la serenidad clásica para expresar un mundo exagerado, lleno de movimiento y sobre todo de ostentación. También tenemos al estilo Rococó del siglo XVIII que se caracteriza por ornamentos elaborados, representa el refinamiento y la opulencia, la frivolidad, los excesos, el sensualismo, el buen gusto y el placer de la clase alta y la Monarquía de esa época. A pesar de que estos tres estilos tienen características similares, a simple vista los podemos diferenciar; sobre todo al que utiliza elementos populares.

Costa nos dice que el diseñador que ocupa elementos externos, en este caso, elementos de la gráfica popular, puede sobrepasar los límites de un trabajo común, ya que puede crear una actividad interdisciplinar que junto a la creatividad llega a interactuar con otras ciencias o saberes, que fortalezcan su obra y también la enriquezca no solo estéticamente sino en bases conceptuales.

El diseño gráfico y la interdisciplina pueden tejer respuestas que vayan más allá del absolutismo ya que generan discusiones y miradas que puedan ser profundas y trascendentes. Al realizar un trabajo interdisciplinar, el diseñador amplía sus propios conocimientos y en lugar de enfocarse en soluciones que premeditadamente brinda al realizar su trabajo, puede aportar a otras disciplinas y a la sociedad; alimentándose de conocimiento y a la vez compartiendo.

“Encuentro entre diferentes disciplinas donde se destruye el aislamiento de cada una, implicando el intercambio y cooperación en virtud de un proyecto o de un objeto en común. Importa ello que cada disciplina sea al mismo tiempo abierta al intercambio y cerrada para

mantener su esencia. La misma necesita ir más allá de su frontera para no automatizarse y volverse estéril” (Morin, 1990).

Este significado de interdisciplina habla de la libertad que debe tener el conocimiento de la disciplina por sí misma para poder aportar y no volverse rígida, interactuando entre sí, sin perder cada una de ellas sus rasgos particulares, logrando un crecimiento interior por el enriquecimiento del intercambio con otras disciplinas.

La disciplina en el diseño gráfico como comúnmente es definido, es aquella que da respuesta o soluciones a problemas y necesidades específicas pasando por un proceso de creación, analítico, científico, deductivo dependiendo las necesidades; usando diferentes herramientas para comunicar visualmente. Es el proceso o labor destinado a proyectar, coordinar, seleccionar y organizar un conjunto de elementos para producir y crear objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados. Al decir que “comúnmente” el diseño gráfico parte de estos conceptos, se lo tiende a enmarcar y por lo tanto los resultados en el trabajo se vuelven predecibles. Pero cuando vemos un poco más allá, nos podríamos encontrar con nuevos problemas y nuevas respuestas.

“Nunca pude, a lo largo de toda mi vida, resignarme al saber parcelarizado, nunca puede aislar un objeto del estudio de su contexto, de sus antecedentes, de su devenir. He aspirado siempre a un pensamiento multidimensional. Nunca he podido eliminar la contradicción interior. Siempre he sentido que las verdades profundas, antagonistas las unas de las otras, eran para mí complementarias, sin dejar de ser antagonistas. Nunca he querido reducir a la fuerza la incertidumbre y la ambigüedad” (Morin, 1990).

Según Morin, la disciplina puede llegar a tener mejores resultados cuando mira a su alrededor, ya que presencia un nuevo contexto; pues cree que no se puede aislar lo uno de lo otro. La disciplina se centra en sus propios saberes, se mira a sí misma en un espejo, se conoce muy bien, o al menos debería; solo así podría integrar el conocimiento de manera coherente desde su profunda interacción para poder comprender que pasa con otras ciencias, partiendo de que debe conocerse la disciplina a profundidad para poder mirar a otras direcciones. Es en este punto donde participa la interdisciplina. Partiendo de un concepto general: se conoce como interdisciplina a la forma de relacionar una disciplina con otra, conviviendo juntas producen contacto y cada una aporta sus problemas, conceptos, métodos de investigación, etc. Constituye uno de los aspectos esenciales en el desarrollo científico actual.

La interdisciplina juega un papel fundamental dentro del diseño gráfico, puede llevar al producto del diseño a direcciones más profundas con resultados mas productivos, consigue indagar en lugares donde nunca antes había estado. Se vuelve interdisciplinar cuando

abandona su zona de confort y se relaciona con disciplinas con las que nunca tuvo o nunca se hubiera imaginado tener contacto para convivir, llegando a conocer y aprender de las mismas pero también aportando y en medio de esa interacción, dando lugar a nuevos problemas y soluciones.

Por otra parte, Costa habla de la finalidad del diseño con tintes de responsabilidad, tocando el tema del significado que no solamente es que el mensaje del diseño se entienda o no, sino en potenciar el estímulo que puede generar el producto de diseño por medio de sus elementos, hace énfasis en la cromática como uno de los factores principales. También comenta en su libro *Diseñar para los ojos*, que el diseñador gráfico es visualista y se refiere a este término ya que sobrepasa los límites de lo textual y lo icónico.

“Diseñar para los ojos es o debería ser diseñar para la inteligencia. Es diseñar emociones, pero también información y conocimientos. Por tanto, no se trata tan solo de combinar imágenes, tipografías y colores sobre el espacio gráfico de la hoja de papel o de la pantalla. Se trata de comunicar” (Costa, 2009).

Al decir que el cartel tiene intenciones que van más allá de la estética, estamos exponiendo que hay elementos que representan y son reconocidos por el espectador de manera intrínseca, el autor hace énfasis en el símbolo y lo que representa para el hombre; en el caso de la gráfica popular, es uno de los componentes que la hace perdurar en el tiempo y haciendo que atraviese la historia.

“Muchos de estos símbolos han desaparecido en el olvido, pero su figura mínima de signo convencional ha permanecido. Mas el tiempo histórico les da la facultad de reaparecer una y otra vez para actualizarse con nuevos significados, y anclarse así, en tanto que símbolos, en nuestra memoria colectiva. La energía psicológica y la pregnancia formal de estos símbolos privilegiados los hace prácticamente eternos, pues siempre reaparecen pero encarnando significados diferentes. es el caso de la cruz y el sol, la estrella, el triángulo, la espiral o la esvástica. No sólo vivimos en un mundo de símbolos: un mundo de símbolos vive en nosotros” (Costa, 2009).

Al realizar un trabajo gráfico que tiene como soporte el cartel y la utilización de elementos populares, por lo general nos inclinamos utilizar estéticas o tendencias occidentales que nos han influenciado directamente por mucho tiempo, por esta razón se podría usar elementos que corresponden a nuestra realidad de una manera más coherente.

En el caso de específico de la utilización de la iconografía ancestral o popular en el cartel contemporáneo, el ejercicio gráfico suele ser el mismo que para cualquier otro cartel, muchas de las veces no se toma en cuenta que manejar esta estética conlleva vínculos sociales e históricos; pocas veces los autores tienen presentes un concepto claro, suele ser una acción superflua y trivial, retomar las imágenes que son parte de nuestro pasado y de nuestro proceso social conlleva a una apropiación y reconocimiento de estos elementos.

El autor Carlos Rojas, llama a este procedimiento “diseño post-ancestral” “El diseño post-ancestral hace su trabajo desde esta perspectiva: retomar las imágenes –y con ellas, la imaginación- de nuestros pueblos ancestrales, reconocerlos como parte fundamental de nuestro pasado y traerlos al presente, apropiándonos de sus signos y símbolos para dar sentido al orden visual contemporáneo. De este modo, la memoria de lo que somos se fortalecerá y nos permitirá diseñar de mejor manera el futuro de nuestros pueblos” (Rojas, 2014).

El objetivo de este proceso de diseño en el cartel tiene como finalidad diseñar desde una mirada propia, con la ayuda de elementos populares o ancestrales, productos de diseño que pueden ser valorados nacional e internacionalmente integrando corrientes actuales, de esta manera puede ser parte de la gráfica contemporánea sin perder un “origen” nacional.

“Una mirada de inspiración en el pasado aborigen para fundamentar una propuesta de futuro es necesaria, tiene enorme sentido, potencialidad, actualidad y capacidad de generar un movimiento diverso” (Rojas, 2014).

El autor sustenta esta propuesta y dice que tiene sentido esta clase de procesos ya que en medio de la globalización que homogeniza, es necesario no cerrarnos y al contrario participar de estos fenómenos, de manera que podamos tener acceso a la suficiente información para acercarnos a temas populares o ancestrales, dando lugar a la exploración sobre culturas pasadas.

“El poderoso resurgimiento étnico del movimiento indígena ecuatoriano cambió para siempre la mirada de los ecuatorianos. Por fin, tras largos años de una mirada desvalorizadora, de miedo y desconfianza de lo indígena, lo afro y lo popular, comenzamos a tener conciencia de algo que pareciera tan obvio: la enorme diversidad y conflictividad del espacio ecuatoriano. Diversidad, por donde se la mire: un espacio con múltiples ambientes naturales, con diversas identidades regionales y locales y un abigarrado conjunto de pueblos, etnias y culturas en constante cambio y adaptación. Conflictividad, no resuelta y agravándose: una población sumamente heterogénea en lo étnico, social y cultural; con increíbles diferencias económicas entre las élites y el pueblo; marcada por profundas formas de exclusión y dominación; por enormes brechas rural-urbanas, de género e intergeneracionales; con creencias, opiniones y cosmovisiones del mundo diferenciadas” (Rojas, 2014).

Por estos complejos motivos, por la realidad actual y las oportunidades que nos trae con ella, podemos decir que la globalización no es un obstáculo, mas bien puede actuar como vehículo y una oportunidad para poder expresar de muchas maneras propuestas gráficas de cartel ricas en diversidad y creatividad.

“De una parte, utilizar exclusivamente una estrategia de copy-paste, lo que simplemente



significaría el traslado sin más de las imágenes ancestrales: de otra, la aplicación de estrategias de análisis morfológico que tienden a ser exhaustivas y que generalmente conducen a formas universales, que disuelven las características específicas de lo ancestral, impidiendo su reconocimiento” (Rojas, 2014).

Encontrar un equilibrio para este proceso requiere de trabajo y responsabilidad, por ello Rojas propone una serie de pasos a manera de sugerencia la elaboración de gráfica y elementos populares y ancestrales.

Estos pasos no son una ley estricta para realizar un cartel donde se utilice iconografía ancestral o popular, pero una guía o una pequeña ayuda, podría favorecer a re pensar la utilización de estos signos e imágenes. La idea sería trabajar con criterio y concepto para obtener resultados mas profundos y trascendentes.



El primer paso que el autor nos sugiere es que aprendamos del ancestralismo, que a pesar de las herramientas de diseño, la información fácil de encontrar, dediquemos un tiempo a tratar de reconocer estas imágenes en el estado más cercano a su nacimiento,

tratando de huir de la repetición y de la copia. El informarse y comprender de la cultura hará que el trabajo esté más comprometido en su desarrollo y finalidad.

“La primera tarea para los diseñadores es aprender del ancestralismo, de sus soluciones, de sus hallazgos, de sus limitaciones en la comprensión de las otras culturas”. (Rojas, 2014).

El segundo paso que Rojas propone es la de comprender la estética propia de los pueblos ancestrales, este paso puede causar un poco de problemas si es que no encontramos documentación o información que profundice estas prácticas.

“La elaboración de estrategias de diseño neo-ancestralista deberían como punto de partida la reconstrucción detallada de la estética y de las formas artísticas de los pueblos ancestrales. Por el momento, o bien tenemos los estudios arqueológicos y antropológicos que se quedan en el marco de estas ciencias, o bien la utilización sin más de estas formas en la producción de objetos” (Rojas, 2014).

En el tercer paso tenemos las estrategias deconstructivas y morfología parcial, el autor nos dice que al diseñar basándonos en análisis morfológicos, estas observaciones llevan a universalizar las formas, como por ejemplo representar los componentes de manera geométrica, formas curvas, planas, líneas, etc. Por ello es recomendable conocer parte de la historia del elemento que vayamos a utilizar en el cartel para no cerrarnos en procesos mecánicos.

“Se trata en el enfoque deconstructivo de llevar el análisis morfológico hasta un límite: encontrar las formas básicas no de la geometría en general, sino de esa estética en particular” (Rojas, 2014).

El siguiente paso trata de procedimientos de etnogénesis, quiere decir que los pueblos originarios que quedan, son lo que pueden reinventar las cosmologías, los mitos y los significados.

“Las nuevas matrices simbólicas servirán de base para la reinterpretación y la reinención de las estéticas ancestrales.”

Las estrategias metonímicas son el quinto paso que el autor sugiere, son los desplazamientos de las formas ancestrales y de la estética hacia nuevos campos. “Introducción en contextos diferentes que al mismo tiempo que se separan de su fuente inicial, conservan un “aire de familia”, mantienen unos elementos que hacen que el origen sea todavía visible” (Rojas, 2014).

Como siguiente paso tenemos a la re-contextualización que consiste en llevar a las formas ancestrales a espacios estéticos diferentes, se diferencia de la metonimia ya que el control lo toma la estética y toma como base lo ancestral.

“Las conexiones parciales guían este proceso, porque muestran que la pertenencia de los elementos resultantes de un análisis morfológico –también parcial- pueden incorporarse a otros espacios visuales, creando nuevos nexos y relaciones” (Rojas, 2014).

Como punto final se sugiere revisar los catálogos de las formas ancestrales, que podrían no tener una lógica estricta pero se agrupan siguiendo grandes clasificaciones geométricas abstractas.

## **CAPÍTULO 3**

### **7. Análisis de ejemplos de cartel mexicano y ecuatoriano**

La metodología a utilizar para la lectura de los ejemplos escogidos es por medio del trabajo de dos autores: David Dabner que extrae la parte compositiva del cartel, los fundamentos y las prácticas del diseño por medio de la observación de sus componentes. Para ello se profundizará en la comprensión del lenguaje del diseño tomando en cuenta varios puntos que describe en su obra diseño gráfico, fundamentos y prácticas: estructura, cromática, composición, forma y espacio, fondo figura, simetría / asimetría, forma tridimensional, tipografía, legibilidad, contraste, peso y demás puntos que se vayan encontrando.

Para continuar con la lectura de cada ejemplificación, se incorporó según el caso, ideas que se han venido desarrollando en el capítulo uno y dos, donde se agregó los puntos de vista de varios autores y los análisis desplegados durante este proceso, generando vínculos entre los ejemplos y las miradas analizadas a lo largo de este estudio; también se sumó el aporte del sociólogo David Barzallo que desde su punto de vista opina sobre las ejemplificaciones.

Es por ellos que conocer la constitución y estructura de los ejemplos escogidos desde el punto de vista gráfico, tener miradas vinculares y el aporte desde un punto de vista sociológico, hace que emerjan semejanzas, diferencias entre ejemplos. El resultado es un análisis compositivo y crítico de la gráfica popular en diseño contemporáneo del cartel.

Ejemplo 1



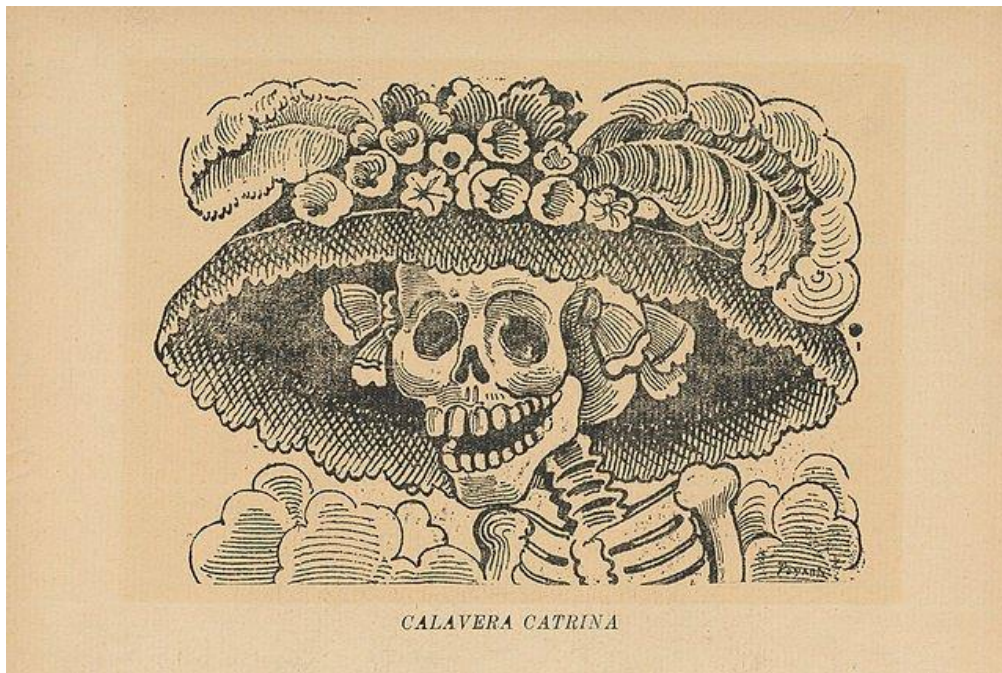
Autor: Saner

Tema:

País: México

En este primer ejemplo podemos notar dos figuras que tienen forma humana con cabezas esqueléticas semejantes a la Catrina.

En México éste es un símbolo popular que representa la muerte y nace a partir de la crítica social ante la situación del país. El autor de la primera Catrina es José Posada caricaturista y grabador que entre sus obras figuraban las calacas o calaveras ubicándolas en escenarios con aires cotidianos y contestatarios burlando a vivos y muertos recordando que todos moriremos. Varios artistas reinterpretaron la catrina originaria y hoy en día la podemos observar en diferentes escenarios, en este caso en el cartel.



Este cartel está ligado con una memoria social y cotidiana, en sus trazos sencillos vemos representado figuras que manifiestan inconformidad o muerte, recordemos que la gráfica popular tiene una gran cercanía con la identidad nacional, por lo tanto con la parte irreverente y cultural. En este caso el cartel puede ser utilizado para representar una inconformidad o hablar de temas contestatarios, este se encuentra ligado al pueblo y a sus intereses o demandas. Al relacionar la forma humana con la calaca vemos claramente como representa la muerte, o al mismo tiempo la salvación.

“Me parece que este es el diseño más fuerte de los cuatro. No hay nada en la escena que transmita alegría o esperanza. Supongo que en lo iconográfico, las máscaras de las calacas son lo que conecta este diseño con el imaginario popular mexicano del día de los difuntos, sin embargo el contraste se da en que dicha iconografía (las calacas) se suele representar en contextos mas bien festivos. La fiesta de la Santa Muerte. Pero esta imagen no es festiva, es dramática. Podría tener muchas interpretaciones, la que yo le doy es la

siguiente: La madre representa la esperanza resignada, puede asociarse a la madre, a la patria, a la pobreza... y el niño representa la esperanza posible, por ello lo intentan levantar, sacar del lodo en el que se encuentra, pero el niño no parece tener ganas de ser rescatado. Como si en la misma imagen condensara, de forma muy pesimista, el presente y el futuro de todo un País” (Barzallo, 2016).

### **Principios básicos de diseño:**

#### **Forma y espacio**

Transmitir mediante el diseño el mensaje deseado, debemos cuidar de la complejidad de sus elementos para que esta no sea excesiva. Para Dabner el diseño gráfico se realiza en su mayor parte dentro de los confines de dos dimensiones (alto y ancho) y la bidimensionalidad se vuelve más compleja a medida que se aumenta un número de elementos. En este caso tenemos un cartel que posee pocos elementos, tienen a direccionarse verticalmente, podemos apreciar un silencio visual que ocupa casi la mitad de la gráfica; la bidimensionalidad es clara ya que son pocos los elementos que encontramos, hablamos de dos personajes y una base donde se sostienen.

#### **Fondo y figura**

Apreciamos claramente como la forma corresponde de manera armónica al espacio donde se encuentra; los elementos gráficos, las formas humanas y a la vez estilizadas se pueden distinguir con facilidad. Una forma siempre se percibe en relación con el espacio donde se encuentra y se complementan entre sí. Todas las formas pertenecen a un contexto donde no pueden aislarse.

#### **Simetría y asimetría**

La simetría es el equilibrio perfecto entre dos partes o más, la asimetría es todo lo contrario, son partes desiguales que no están equilibradas. Vemos formas asimétricas que interactúan entre ellas, a pesar de esta característica notamos armonía en la composición del cartel.



### Forma tridimensional

La tridimensionalidad es la ilusión de la profundidad y volumen en el espacio, se desarrolló a principios del Renacimiento Italiano con la perspectiva. En este ejemplo, a pesar de tener un gran silencio visual y de contar con pocos elementos que lo constituyen, podemos notar que el efecto del agua o del líquido que actúa como base, da la impresión de que estuviera en movimiento y que los personajes estuvieran entre este líquido y saliendo del mismo. Este efecto rompe con la imagen plana.



### Composición

Según el autor Dabner, la composición debe considerarse tan importante como los elementos que se utilizan para construir la imagen. La composición es la estructura que construirá la imagen y por lo tanto será la que comunique lo que deseemos. Todo depende



del objetivo que nos planteemos, la simetría provoca serenidad y tranquilidad en los elementos, mientras que la asimetría puede causar mayor fluidez. En este ejemplo podemos notar que la estructura compositiva es de carácter asimétrico, por este motivo notamos movimiento y también contamos con una composición bastante legible, donde cada uno de sus elementos se los puede diferenciar sin problemas.

### **Definiciones de color**

El color y sus diferentes maneras de fusionarse puede dar como resultado una infinidad de gamas, para poder manejar de mejor manera estas amplias posibilidades se divide en tres formas significativas: tono, luminosidad y saturación. Para Dabner un color puro, como el rojo o el azul, se conoce como el tono. Un único tono tiene muchas variaciones de color puro, en una gradación que va desde claro a oscuro. El término para describir esta gradación se llama luminosidad. La saturación es la intensidad del tono. Para un mejor empleo cromático se puede utilizar el círculo cromático que ayuda a clasificar los colores. Podemos notar que el tono es el rojo y que se tiende a usar este color en gradación y en luminosidad, utilizando variantes de su paleta de color, jugando con tonos de su misma gama. También notamos tonos de grises que diferencian las formas humanas del agua.



### **Avanzar y retroceder**

Este es un efecto de color que nos ayuda a dar relevancia a algún objeto que deseemos, relevancia en el sentido si deseamos que este objeto lo podamos percibir más de cerca que sería (avanzar) que los demás (retroceder). Como podemos notar, tenemos dos formas que protagonizan esta composición que tienen a sobresalir, a pesar de ello se encuentran al mismo nivel, por eso el efecto de avanzar y retroceder no lo podemos apreciar con claridad.

### **Contraste simultáneo**

Un color que contraste al que se encuentre a lado será de más fácil distinción que uno que se encuentre en su propia gama, por lo tanto tendremos mayor impacto a la vista. Los colores que sean complementarios y que tengan igual luminosidad y alta saturación se dan entre sí intensidad. En este caso podemos ver que hay una armonía en la cromática de este cartel, los tonos rojos y sus gamas conviven con equilibrio y junto al gris no hay un mayor contraste.

**Peso**

Los objetos con colores claros se vuelven livianos a la vista que los de color más oscuro, esto nos sirve para obtener algún efecto deseado. El peso visual en este cartel lo podemos notar sin dificultad, vemos como el fondo blanco no compite con los elementos protagonistas del cartel, por ello estos elementos se vuelven visualmente claros con facilidad de reconocimiento.

**Legibilidad Cromática**

Es una expresión que nos dice si algo se puede leer fácilmente o no. Por ello el color será un factor muy importante para que el diseño sea claro. Para Dabner una buena legibilidad cromática se consigue cuando el color del fondo y el de la imagen superpuesta son opuestos, por ejemplo el violeta sobre un fondo blanco. El contraste es un factor importante, mientras más contraste encontremos más legible se vuelve. Este es un ejemplo muy claro de legibilidad en la cromática ya que el fondo no rivaliza con la ilustración del cartel, al contrario le da su espacio para que sobresalga.

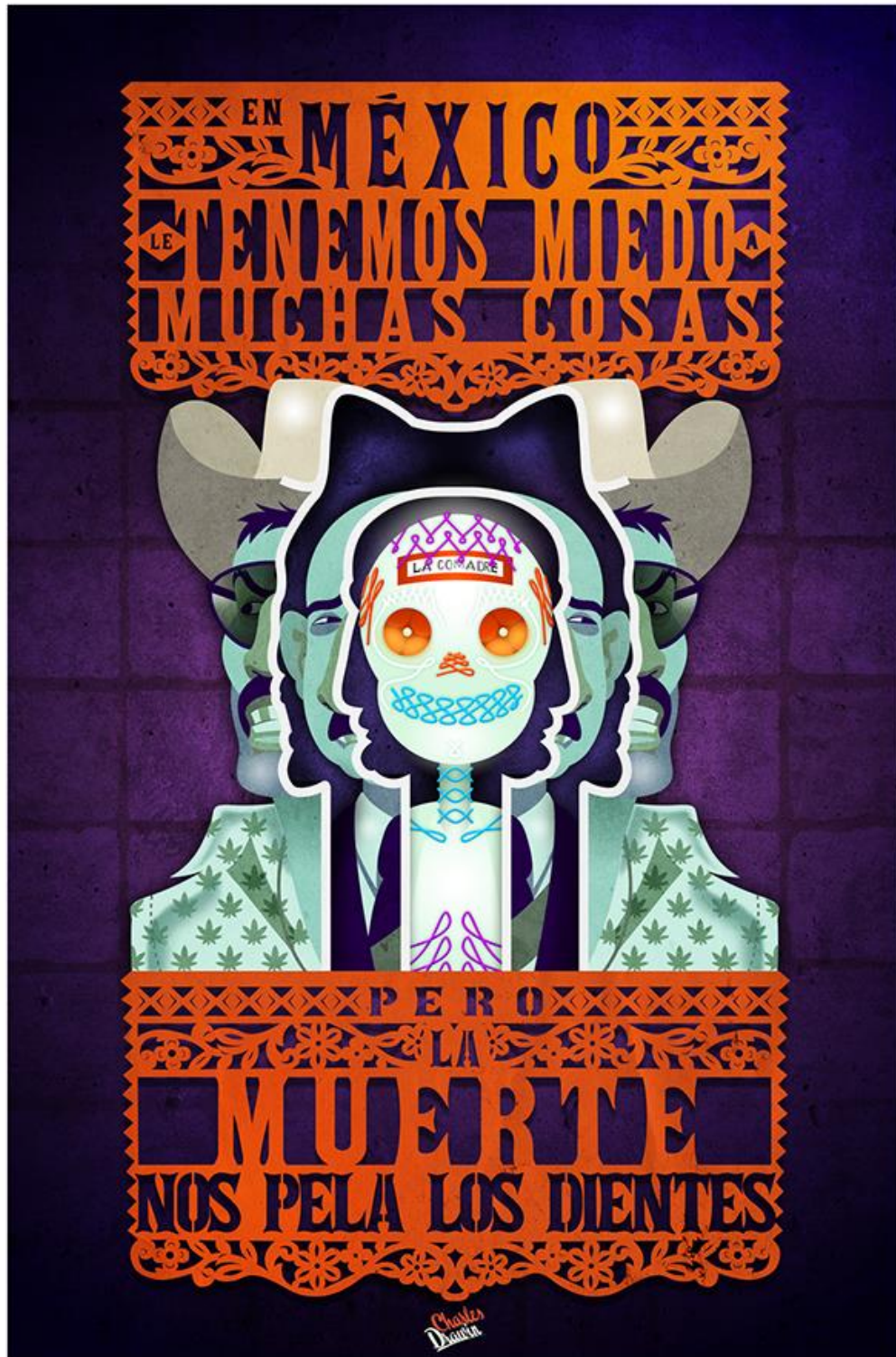
**El color en las emociones y el lenguaje.**

Los colores cálidos provocan energía, alegría vitalidad, buena salud, etc. mientras que los fríos llevan a percibir calma, serenidad, seriedad, estabilidad. Esto es una de las tantas definiciones de la psicología del color, ésta variara según la forma de ver de cada autor y del espectador, pero si estamos seguros que los colores pueden comunicar y evocar sensación. Para David Dabner los colores están profundamente arraigados en la psicología humana porque el lenguaje los utiliza con frecuencia para describir sentimientos.

**Rojo:** Se caracteriza por ser vibrante, agresivo, fuerte, directo al espectador. También denota amor, un tono ligado a los sentimientos, también dentro de nuestra cultura está asociado con el infierno, deudas, malas notas, peligro, etc.

Podemos notar una gran cantidad de tonos rojos en este cartel, da la sensación de intensidad pero a la vez de sangre. Este color es el que más resalta en el cartel, por ello a pesar de la cantidad de blanco, sigue siendo visualmente imponente.

Ejemplo 2



Autor: Charles Darwin

País: México

Obra: La Comadre

Podemos notar que el proceso de realización de este cartel comenzó con la resignificación y estilización de una pieza arqueológica, eso en un comienzo. Con técnicas y herramientas de diseño se obtuvo el resultado que este cartel presenta, con la característica que la única característica que permanece de la pieza arqueológica es la utilización de los rostros que se van abriendo como una especie de cascarón. Estos elementos han sido representados por exponentes de la cultura popular mexicana, al parecer pertenece a la cultura azteca que fue una entidad de control territorial, político y económico que existió en la zona central de Mesoamérica, antes de la Conquista española.



Fragmento de brasero antropomorfo azteca

La resignificación que se dio a la pieza arqueológica para trasladarla a un nuevo escenario que brinda una realidad distinta, realizar este traslado se cuestiona la noción de identidad estable, podríamos también hablar de la hibridación donde muchos elementos se mezclan y como resultado tenemos uno nuevo. Desde el punto de vista de lo kitsch, podríamos pensar que este cartel se desvinculó del origen para introducir temas "actuales" para posicionarse mejor en el público, cultura de masas.

"Me parece que en este caso la relación a nivel simbólico entre el ícono utilizado y el producto de diseño final está mucho mas explícita que en el caso anterior. Tomando como referencia una mascara precolombina que muestra distintos rostros contenidos en una misma cabeza el autor realiza un trabajo muy bien logrado en el que al mismo tiempo realiza un homenaje a la cultura precolombina y reseña una problemática muy actual y cotidiana en México. No hay elementos al azar. Los tres personajes de la ilustración están muy bien definidos: El Narcotraficante, el político, y adentro de todos ellos la muerte representada con los típicos rasgos de las "calacas" de día de muertos, otra tradición iconográfica tremendamente mexicana. Finalmente el texto que acompaña la imagen es

muy sugerente que complementa perfectamente el sentido y la intención de todo el cuadro” (Barzallo, 2016)

### **Principios básicos:**

#### **Forma y espacio**

Este cartel tiene un carácter vertical, la bidimensionalidad que lo constituye es compleja ya que consta de muchos elementos, también está formado con formas estilizadas y a la vez con tipografía y ornamentos propios de la cultura mexicana. A pesar de que hablamos de una cartel complejo por el número de elementos, está organizado y por lo tanto podemos identificar a todos y cada uno de los componentes.

#### **Fondo y figura**

Se encuentra caracterizado por tener un fondo oscuro que sirve de base para que otros elementos puedan sobresalir. Vemos como formas humanas y cadavéricas estilizadas se encuentran en el medio del cartel, pero a la vez disputan protagonismo con la tipografía y las frases que se encuentran alrededor. Este texto que tiene a su lado elementos ornamentales y es legible, es parte primordial del cartel debido a su intensidad.

El autor se basó en una figura tridimensional para su trabajo, estilizó los rasgos de la misma para llegar a su producto final, cambió ciertos personajes y conservó otros, trasladándolo a una nueva realidad y a tener un propio significado.

#### **Simetría y asimetría**

Este cartel consta de ambas características, por un lado la imagen principal es simétrica, ya que si la dividimos en dos partes iguales estas son idénticas; de igual manera los elementos compositivos ornamentales mantienen esta característica.





La asimetría podemos notarla en la frase, ésta tiene su propio sentido y a la vez de tener una expresión lingüística actúa como imagen en la parte estética del cartel.



### Forma tridimensional

Este cartel está constituido por formas planas, donde la tridimensionalidad no tiene un rol protagonista, la podemos observar en detalles como en el sombreado de la ilustración para dar profundidad a los elementos y distinguirlos entre sí.



### Entender y seleccionar tipos de letra

Los diseñadores tienen acceso a una gran cantidad de tipos de letras, lo que hace imposible conocerlas todas. Sin embargo estar familiarizado con la historia de un tipo siempre representa una gran ventaja, ya que puede ayudar a la hora de armonizar las características de dicha letra con el contenido del texto.

Es imposible conocer todos los tipos de letra existente, cada día tenemos a la mano una amplia gama que hace difícil la selección de la adecuada, para estar un paso adelante, sobre todo por el factor tiempo; es importante conocer la historia de algunas de ellas, con ello tenemos la seguridad de que nuestra paleta tipográfica se ampliará y usaremos sin duda las mejores alternativas con más seguridad.

En este caso el autor del cartel utilizó una tipografía que va de la mano con la estética de la cultura popular mexicana. Ésta es complicada de reconocer ya que pertenece a un grupo de tipos de fantasía, denota rasgos retros, es serif y recargada. Al seleccionar la fuente todo depende de la propósito y la dirección que queramos que tenga la misma, la finalidad y la intensidad del cartel, son factores principales a la hora de decidir la fuente a utilizar.

### Claridad y legibilidad

Escoger entre utilizar tipografía serif o sanserif es clave al momento de realizar el cartel, los remates ayudan a guardar distancia entre los tipos, de igual manera, la tipografía sanserif o palo seco pueden llegar a tener el mismo objetivo, todo depende de la costumbre del lector; sanserif está asociada a la vanguardia, mientras que la serif está relacionada a la tradición. Los filetes tienen como función darle importancia a ciertas partes del texto, ayuda a que la vista sea desplazada a cierto punto focal. Al igual que en la psicología del color, ésta no es una regla rígida, al contrario hoy en día vemos muchos usos tipográficos que siguen sus propias reglas, sin embargo las anteriores son guías o sugerencias generales.

Los adornos u ornamentos se encargan de la parte estética, puede ser desde una tipografía fantasiosa hasta una tipografía icónica. Para dar jerarquía y énfasis utilizando la tipografía, podemos valernos de varias opciones, entre ellas tenemos según Dabner el espacio, peso y forma. El espacio depende del grosor de la tipografía, una letra negrita necesita mayor espaciado que una regular, también podemos jugar con los grosores para darle relevancia a lo que queremos mostrar, una negrita se podrá utilizar para títulos y textos que se deseen dar notabilidad, mientras que una tipografía regular se podría usar para el texto en general.

Se recomienda cuidar de no recargar el cartel y de usar los elementos disponibles con la finalidad de que sea estéticamente agradable pero a la vez que no se pierda la legibilidad y la funcionalidad. Esto no es una regla estricta a seguir, más es una sugerencia básica al momento de elaborar el carácter, tomando en cuenta que el texto también puede convertirse en imagen, este puede tener el objetivo de comunicar literal y visualmente a la vez.

### **Composición**

Encontramos una composición donde la simetría se presenta de manera imponente, esto hace que el cartel tenga un carácter fuerte donde ningún elemento se encuentra suelto o fuera de lugar, provocando que el ejemplo no tenga mayor movimiento, pero sí estabilidad y rigidez. El texto que lo compone "En México le tenemos miedo a muchas cosas, pero la muerte nos pela los dientes" maneja un espacio importante dentro de la composición, pero a pesar de ello por su ubicación a los extremos, sigue permitiendo que la ilustración estilizada que se encuentra en el centro, siga siendo el punto focal.

### **Definiciones de color**

Podemos apreciar todos cálidos que contrastan con tonos fríos, los fríos que están compuestos por una gama de azules y violetas, se encuentran en su mayoría en el fondo del cartel y en los detalles de la ilustración; podemos observar tonos verdes con tintes azules que también pertenecen al punto focal mas importante del cartel para contrastar con tonos anaranjados ubicados en la tipografía y en sus ornamentos.

Es interesante como el violeta contrasta de manera fuerte con el naranja, dando vida al cartel pero manteniendo un orden. El violeta está asociado con la muerte, puede ser que el autor del cartel escogió este tono para el fondo, debido a su relación con el texto y la ilustración.

### **Avanzar y retroceder**

Podemos notar este efecto gracias a la ilustración, vemos como estos rostros se encuentran uno junto al otro pero dando relevancia al principal que se encuentra en el



centro, la cromática ayuda para que este siga siendo el más imponente del cartel, a pesar de parecer estático provoca profundidad.



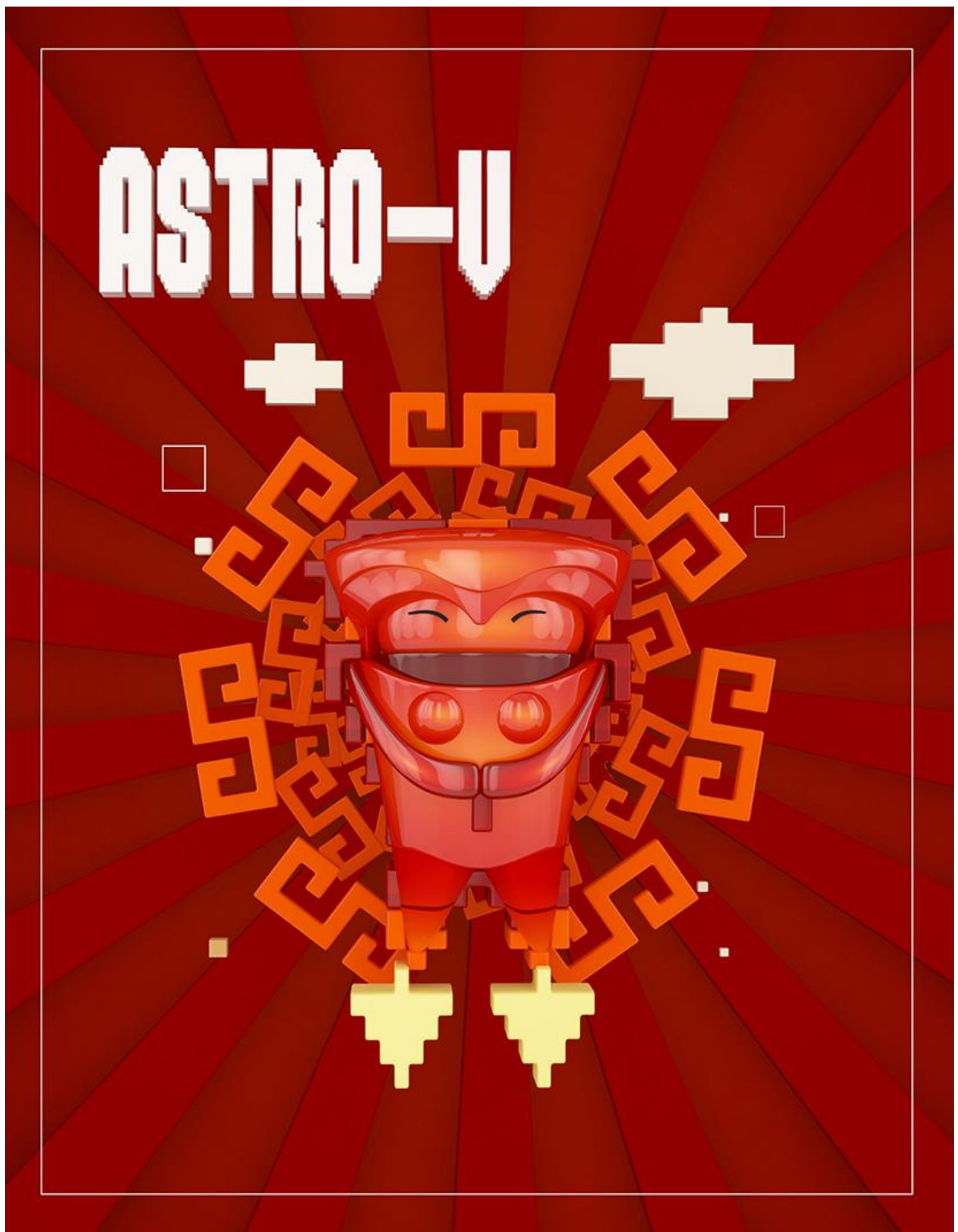
### **Contraste simultáneo**

Como dijimos anteriormente, encontramos un contraste que hace que los elementos que componen el cartel se diferencien entre sí, provocando un mayor impacto visual, también vemos colores brillantes que ayudan a provocar este efecto.

### **Peso**

Al encontrar colores claros, brillantes y oscuros; podemos decir que el peso se encuentra en un juego constante, a pesar de esta característica los tonos violetas predominan.

## Ejemplo 3

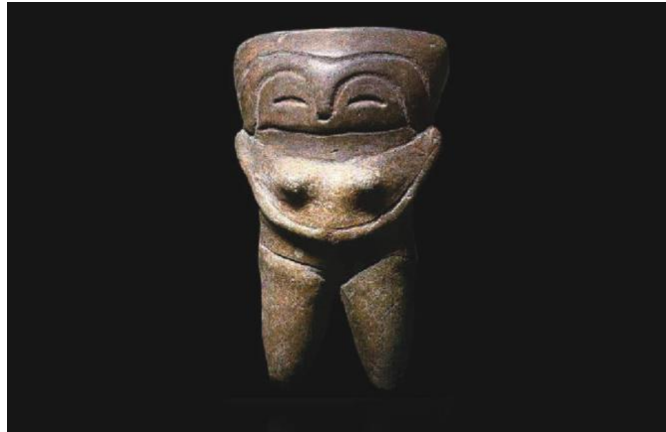


Autor: Raúl Ramos

País: Quito – Ecuador

Obra: Astro V

El elemento principal de este ejemplo, se basa en una figura que perteneció a una cultura precolombina llamada Valdivia que se desarrolló entre el 3500 y el siglo XIX a.C. en la costa occidental de Ecuador. Dentro de esta cultura se destacó la cerámica que entre sus confecciones más importantes tenemos la elaboración de esculturas con formas femeninas llamadas Venus de Valdivia, son realizadas de barro y piedra y se caracterizan por destacar figura femenina, muy posiblemente representaban la fecundidad en la tierra y la fertilidad además de mostrar en su forma rasgos de una estructura física, peinados prominentes, rostros, busto, órganos reproductores, piernas y accesorios.



Venus de Valdivia

Hoy en día La Venus de Valdivia sigue formando parte de escenarios diversos, no solo como hallazgo precolombino, esta ha sido trasladada a nuevos escenarios y es utilizada para diversas aplicaciones, en este caso el cartel.

Como podemos observar en el ejemplo, aparentemente se trata de una Venus de Valdivia que mantiene sus rasgos mas imponentes a pesar de haber sido estilizada en sus formas; se podría decir que está fusionada con elementos gráficos utilizados hoy en día tanto estética como técnicamente.

Este cartel al igual que el anterior ejemplo, parte de una imagen arqueológica, que tuvo un proceso de re diseño mediante una técnica 3d, sobresale la vanguardia y tecnología siendo trasladada a un escenario fantástico donde tiende a separarse del origen de la pieza para adaptarse a corrientes estéticas del momento. Podríamos hablar de la cultura de masas donde se acostumbra a homogenizar todo a su paso, llevándola a la transitoriedad con fecha de caducidad, resistiéndose a reconocer un elemento nuevo como valioso ya que puede implicar un atentado a patrones establecidos, piensan que la distribución de información en grandes cantidades es vano y superficial, apuestan por una cultura que no siga la corriente de la mayoría y sostienen que los medios de comunicación contribuyen al sistema brindando conocimiento sin ningún esfuerzo sin ni siquiera interés o curiosidad; haciendo que el público sea pasivo y no participativo.

“La figura que usa como referencia es una Venus de Valdivia, uno de los íconos más reconocibles de la cultura Valdivia (2000 a.C.), símbolo de la cultura ecuatoriana, es una figura muy antigua, símbolo de fertilidad, ya que en esta cultura es muy común encontrar este tipo de iconografía de figuras femeninas, desnudas, que no hacen referencia a una divinidad. Sabemos que los pobladores de esta cultura estaban asentados en la costa ecuatoriana, probablemente la mayoría eran pescadores y fue una de las primeras culturas en dominar el arte de la alfarería. El diseño parece identificar la figura con una divinidad, tal vez por ello la asociación con el término "Astro", sin embargo no se trata de una figura astral sino terrenal, y femenina. El uso de otros elementos gráficos como la Chacana que aparece, o las figuras que están detrás del ícono principal recuerdan a la iconografía del indigenismo "andino". Sin embargo la Venus de Valdivia no pertenece a la cultura "andina". Por otra parte esa mezcla de símbolos "andinos" con una figura precolombina de la Costa termina simbolizando de manera muy interesante la diversidad en términos culturales del Ecuador” (Barzallo, 2016).

### **Principios básicos de diseño:**

#### **Forma y espacio**

Este cartel del autor Raúl Ramos nos muestra elementos tridimensionales que corresponden a la ilustración, está compuesto por un fondo y elementos bidimensionales haciendo que el cartel sea complejo pero a la vez no rompa con la armonía visual que tejen entre sí sus elementos, cromática y tipografía. Tenemos como punto focal en el centro del cartel una Venus de Valdivia estilizada y llevada a un efecto 3d con rasgos futuristas muy alineado al comic; a primera vista y desde un punto de vista personal, hace alusión al personaje de anime y manga japonés astro boy.



### Fondo y figura

El apartado de fondo y figura que trabaja el autor David Dabner, dice que una forma se considera positiva y que el espacio que la rodea negativo. En este caso podemos ver una forma que está claramente diferenciada del espacio que la rodea, a pesar de esta característica, podemos notar que la cromática que se utiliza en la forma y en el espacio es la misma, dejando los contrastes cromáticos atrás y jugando con contrastes 2d y 3d.

### Simetría y asimetría

Este cartel es en su mayoría simétrico, podemos notar que los elementos más relevantes al dividirlos en dos, comparten similitudes en ambas partes.



### **Forma tridimensional**

La tridimensionalidad es la ilusión de la profundidad y volumen en el espacio, podemos observar que la ilustración principal está realizada en 3d rompiendo completamente con el fondo 2d, da la ilusión de profundidad y podemos notar la aproximación a una textura metálica.

### **Entender y seleccionar tipos de letra**

La tipografía escogida es de fantasía, se aproxima a una estética tradicional ancestral que a la vez tiene rasgos contemporáneos. Esta tipografía a pesar de tener estos rasgos antiguos, está formada de pequeños pixeles que pertenecen a una estética contemporánea.



### **Composición**

Podemos notar que la composición en su mayoría es simétrica, la ilustración estilizada de la Venus de Valdivia posee esta cualidad, a pesar de ello los elementos que la acompañan ayudan a que la imagen no sea estática y genera cierto movimiento y fluidez ascendente, el contraste que provocan los elementos tridimensionales hacen que el cartel no sea estático y generen complejidad en su constitución, también la dirección del mismo tiende a ser vertical.

### **Definiciones de color**

El tono que prima en este cartel es el rojo y podemos notar que a partir de este encontramos una amplia gama derivados del mismo, algunos autores indican que los colores cálidos están relacionados con la tierra, en este caso el autor utilizó una figura de Venus de Valdivia real para realizar su cartel; ésta puede ser una de las razones por la que escogió estos tonos cálidos.

### **Avanzar y retroceder**

El hecho de que se ha utilizado una técnica 3d para la realización de la imagen central de cartel, podemos notar que éste tiende a sobresalir del resto, por lo tanto el efecto de avanzar es percibido a simple vista.

**Contraste simultáneo**

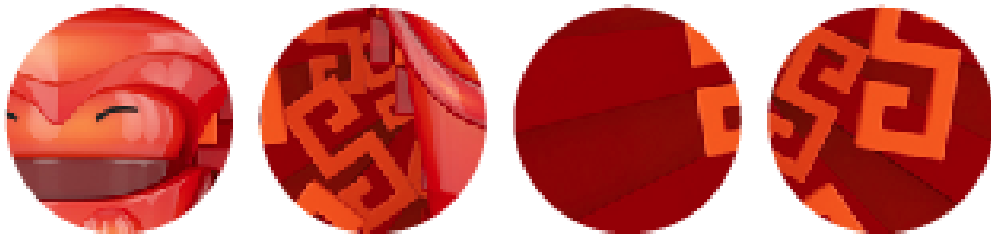
Podemos notar que en este caso la cromática no posee un contraste, las tonalidades escogidas por el autor conservan tonalidades tierra, manteniendo una armonía visual.

**Peso**

El cartel cuenta con varios elementos que se encuentran de manera armoniosa, a pesar de que la cromática y la estética tenga esta característica, el cartel visualmente es pesado debido a las técnicas escogidas para su realización; el 3d, tipografías y más elementos vectoriales con estética de pixel, pesa visualmente pero a la vez no llega al límite de ser recargado.

**Legibilidad Cromática**

A pesar de mantener una cromática que se rige bajo un mismo tono, podemos apreciar sin ninguna complicación a cada uno de los elementos que pertenecen al cartel, los diferenciamos sin problemas y por lo tanto existe una legibilidad a pesar de la cromática.





## Ejemplo 4



Autor: DOEZ

País: Ecuador

Obra:



Este cartel muestra un personaje típico de la cultura ecuatoriana, el diablo huma, caracterizado por sus bailes y por tener dos caras. Al bailar da pasos fuertes para que lo escuchen, es un personaje alegre y colorido y según algunas historias tiene relación con las fiestas, muerte y sobre todo con la naturaleza. La palabra huma, significa en Quichua "cabeza", por lo que su nombre cabeza de diablo, se lo asocia con festividades como el Inti Raymi que es una ceremonia andina en honor al dios Inti (sol), encarna la dualidad, es considerado guía o consejero de la comunidad y poseedor de la energía vital de la naturaleza.



Diablo Huma

A pesar de que este personaje está rediseñado y completamente estilizado, podemos notar que sigue en conexión con la música y no pierde muchas características de su típica.

Por este motivo el personaje es fácilmente reconocible y también es utilizado dentro de un contexto actual, usa técnicas utilizadas por cartelistas de cualquier parte del mundo, pero a pesar de esta característica se nota que es un cartel perteneciente a Ecuador. Los elementos que pertenecen a la cultura popular tienen un fuerte peso ante la mirada de la sociedad, ya que naturalmente son identificables y evocan a la historia y a la cotidianidad, pueden influenciar fácilmente en la colectividad por provocar un sentido de pertenencia, humor, irreverencia, sátira, respeto, identidad, espontaneidad, etc.

“En este caso se utiliza un ícono muy popular y ampliamente reconocido: el Diablo Huma, aunque en una variante más estilizada que prescinde de los tradicionales "cachos".

En las festividades andinas, sobre todo en el Inti Raymi, el Diablo Huma es un personaje absolutamente festivo, por lo general asociado a la danza y a la música, ya que el rol simbólico del Diabluma es, precisamente, espantar a los diablos con su danza y con su música. En ese sentido podríamos ver en la imagen un homenaje al carácter festivo y musical del diablo huma, actualizado a las condiciones de la modernidad: el calzado deportivo, la camiseta sin mangas (con el escudo bien presente, lo que denota también un apego nacionalista en el autor), la guitarra eléctrica. Este cartel transmite parte de la esencia del personaje Diablo Huma en un contexto actual” (Barzallo, 2016).

### **Principios básicos de diseño:**

#### **Forma y espacio**

En este caso podemos notar un trabajo asimétrico que posee la técnica de collage digital, distinguimos texturas y figuras sobrepuestas y estilizadas que se generan dentro de un escenario, es de dirección vertical y sus características generan movimiento a la vista.

#### **Fondo y figura**

Encontramos que el personaje principal se desenvuelve en un fondo donde no hallamos mayor contraste, pero debido a la técnica utilizada para su realización, los elementos se distinguen entre sí.

#### **Simetría y asimetría**

Los elementos y la composición que caracteriza a este cartel es asimétrico, pues notamos que ningún parte guarda un orden regido por este principio, al contrario, mantiene un propio ritmo visual.

#### **Forma tridimensional**

El efecto de collage digital genera tridimensionalidad en el cartel, haciendo que algunos elementos sobresalgan, las texturas en este caso juegan un papel protagónico, podemos apreciarlas y ayudan a que las partes se distinguan entre sí.

**Composición:**

La asimetría que mantiene este cartel como característica, ayuda a generar una sensación de movimiento, podemos notar elementos que se mantienen en la base y también elementos que están alejados de ella. Esta característica puede dar el efecto de desorden pero a su vez existe una lógica compositiva en este ejemplo. Un escenario creado para que el personaje principal se encuentre en el centro del mismo interactuando con los demás elementos.

**Contraste simultáneo**

No existe mayor contraste cromático en esta ejemplificación, a pesar de esta característica, podemos apreciar cada uno de los elementos que componen la misma. Esto es debido a su ubicación, y a que se ha manejado la paleta de color de tal manera para que se guarden armonía entre sí.

**Peso**

El peso visual está direccionado sin duda al personaje que utiliza la máscara de diablo huma, su posición y las características por las que está compuesto, hace que este actor sea el punto focal del cartel.

**Legibilidad Cromática**



El cartel guarda armonía en cuanto a su cromática, existen tonos que tienen baja saturación, a pesar de contrastar entre sí, no es notorio a la vista. Los colores que más sobresalen son el amarillo y el rojo que le dan relevancia al punto focal del trabajo que es el personaje como actor principal.

**Conclusiones:**

La gráfica popular y su inserción en el desarrollo del cartel contemporáneo trae consigo el tratamiento de varios temas que pertenece a su amplia significación y constante cambio, se observó que actualmente existe una recurrencia a utilizar elementos pertenecientes a la cultura popular en el desarrollo del cartel y a partir de ello se estructuró un análisis el cual implicó conocer sobre varias posturas, diálogos y debates sobre la cultura y la gráfica popular, lo mismo que resultó bastante complejo por ser un tema que se encuentra en constante y construcción donde la categorización no tiene lugar.

Como punto de partida se analizó la postura de varios autores ante la cultura popular, esta crítica conllevó a conocer miradas que concordaban entre sí y otras que generaban debate o nuevas propuestas. Entre las miradas analizadas se explica que la fusión de procesos culturales transformaciones generan nuevos significados, algunos autores lo llaman hibridación, este término se usa para dar explicación a las manifestaciones de la cultura popular y la define como la unión de prácticas y procederes que antes actuaban como aisladas y juntas generan algo nuevo. Por otro lado tenemos posturas que hacen una fuerte crítica a este término ya que sostienen que procesos tan complejos como los culturales no pueden ser sostenidos por una sola expresión ya que los limitaría. También se habla de que la toma de elementos populares pueden caer en un simple ejercicio de copia y repetición hasta ser usados por moda o vanguardias. Esto quiere decir que el significado de los elementos estéticos, populares o culturales dependerá de la corriente que sobresalga en ese momento, más no del elemento como tal, por eso se refieren a este proceso como una lucha constante donde el más fuerte sobrevive.

Pasamos a conocer como la cultura popular también participa de la cultura de masas, reproduciendo sus formas y sus diversas manifestaciones estéticas, desde la manipulación de industrias hasta la información valiosa, donde encontramos desde la ritualización del pasado hasta la cosificación de la cultura como producto; la globalización hizo que el arte popular se expanda y se vaya modificando junto con la sociedad y sus conflictos actuales, relaciones y emergentes; pero podemos decir que es interesante observar como a pesar de la homogenización que tiende a generar lo masivo, la gráfica popular todavía puede ser identificada, es utilizada para formar parte de tendencias actuales influenciando así a la estética, es de procesos múltiples y complejos siendo así un elemento dinámico. Otro de los apartados que se han encontrado en el análisis de la cultura popular, da lugar a términos como la cultura de masas y lo kistch, que es la estética del mal gusto, que habla de los fenómenos sociales que pueden llegar a manifestarse a gran escala.

Luego de conocer varias miradas y generar reflexiones acerca de la cultura popular, nos acercamos a la gráfica popular donde está relacionada estrechamente con la memoria social, representa un amplio espectro de posibilidades como la vida cotidiana, hasta

fragmentos de la historia, y de diversos fines como los publicitarios, artísticos, informativos, corporativos, etc. Para conocer de mejor forma las maneras de expresar la grafica popular, nos detuvimos para hablar de los diferentes medios donde se puede manifestar la misma como por ejemplo: el graffiti, muralismo y rotulismo, para pasar por una breve cronología del cartel donde se expone su importancia a través de la historia, sus principales exponentes y sus diversas finalidades como políticas, comerciales, artísticas, etc. Posteriormente se menciona como funciona el diseño en la actualidad, sugiriendo temas como el rediseño como herramienta que puede ser conductora y trasladar el pasado hacia el presente.

Pasamos a dar lugar al análisis de los ejemplos seleccionados, los mismos que se leyeron de tres maneras, la primera se basó en el elemento popular que ha sido utilizado en el cartel para conocer un poco de su historia y de su proveniencia, y como este ha sido utilizado y trasladado por medio de nuevas interpretaciones al cartel gráfico contemporáneo. Se notó que los cuatro ejemplos recurren a utilizar personajes que atañe a la cultura popular o ancestral de cada país. Esta imagen es reconocida por la mayoría de personas que pertenecen al lugar, a pesar de que no todos conocen su origen o historia, tiene un gran impacto en la memoria.

La segunda manera de analizar los ejemplos, fue por medio de la colaboración de un profesional sociólogo que desde su punto de vista aportó al análisis de cada uno de los ejemplos desde una nueva mirada, y desde su perspectiva dio lectura a cada ejemplo remontándose al origen del personaje y analizando como éste es recontextualizado en el cartel contemporáneo.

La tercera manera de analizar los ejemplos, fue medio de desglosar los elementos compositivos del cartel y usar los principios básicos del diseño gráfico para profundizar en las partes y en la totalidad del mismo.

Entre los carteles existen puntos donde los autores concuerdan, como el uso de elementos muy propios de la cultura de cada país, personajes o figuras que han perdurado a lo largo de mucho tiempo y que cada uno con su propio estilo los han resignificado y trasladado a una nueva realidad, también se puede apreciar que los cuatro ejemplos realizan un trabajo de apropiación de iconografía ancestral incorporada a la contemporaneidad, y puede ser un síntoma de una necesidad de identificación y de identidad.

Estas tres miradas dieron lugar a que se pueda articular el análisis de los ejemplos con las diferentes entradas conceptuales, tratadas a lo largo de la tesis, reconociendo a cada cartel en las distintas formas de ver a la cultura popular. Por estas razones se pudo conocer la constitución y estructura de los ejemplos escogidos desde el punto de vista gráfico, tener

miradas vinculares y el aporte desde un punto de vista sociológico, hace que emerjan semejanzas, diferencias entre ejemplos. El resultado es un análisis compositivo y crítico de la gráfica popular en diseño contemporáneo del cartel.

## Bibliografía

- Canclini, N. G. (Agosto de 1983). *Culturas Populares e Indígenas*.
- Canclini, N. G. (1990). En *Culturas Híbridas*. Buenos Aires: Paidós Ibérica SA.
- Barnicoat, J. (2000). *Los carteles, su historia y su lenguaje*. México: Gustavo Gilli.
- Eco, U. (1965). En *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.
- Mitchell, W. (1996). *¿Qué quieren realmente las imágenes?* México: COCOM.
- Ford, A. (1985). *Medios de comunicación y cultura popular*. Buenos Aires, Argentina: Legasa.
- Hall, S. (1984). *Notas sobre la deconstrucción de lo popular*. Barcelona, España: Ralph.
- Canclini, N. G. (1999). *La globalización imaginada*. Barcelona, España: Paidós.
- Alabarces, P. (2014). Transculturas pospopulares. Las culturas populares, las hibridaciones y lo nacional - popular. *Oficios Terrestres* (30).
- Chwast, S. (5 de junio de 2010). *sities.google.com*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/historiadeldisenografico1/el-siglo-xx/raices>
- www.sitographics.com*. (27 de diciembre de 2012). Obtenido de <http://www.sitographics.com/conceptos/temas/historia/cartel.html>
- Saavedra, F. F. (2007). Estética popular y espacio urbano: El papel del graffiti, la gráfica y las intervenciones de calle en la configuración de la personalidad de barrio. *Revista de Dialectología y Tradiciones populares*, *IXII* (1), 111-114.
- Beard, R. (4 de 10 de 2012). *www.culturacolectiva.com*. Obtenido de [www.culturacolectiva.com/losmuralistas-mexicanos/](http://www.culturacolectiva.com/losmuralistas-mexicanos/)
- Rojas, C. (20 de 04 de 2014). *www.esteticascanibales.blogspot.com*. Recuperado el 29 de 02 de 2016, de <http://esteticascanibales.blogspot.com/2014/04/estrategias-de-diseño-neo-ancestralistas.html>
- Neufeld, M. R. (s.f.). Crisis y vigencia de un concepto: La cultura de la óptica.
- Rivera, S. (2010). *Ch'ixinakax utiwa: una reflexión sobre prácticas y discursos descolonizadores*. Buenos Aires, Argentina: Tinta, limón y Retazos.
- (2012). En M. Kingman, *Arte contemporáneo y cultura popular en caso de Quito*. Quito, Pichincha, Ecuador: FLACSO, Sede Ecuador.
- Malo, C. (2006). *Arte y Cultura Popular*. Cuenca, Ecuador: Centro Internacional de Artesanías y Artes Populares, CIDAP.
- Azuay, R. d. (2012). Cultura Popular. *Universidad - Verdad* (59).
- Hallnäs, L. *On the foundation of interaction design aesthetics: revisiting th notions of form and expression*.



- Entwistle, J. (2009). *The aesthetics of economic fashion. Markets and values in clothing and modelling*. Oxford : Berg.
- Costa, J. (2009). *Diseñar para los ojos*. España: Costa Punto Com, S.L.  
[www.conceptodefinicion.de](http://www.conceptodefinicion.de) . (s.f.).
- Morin, E. (1990). *Introducción al pensamiento complejo*. Francia.
- Valarezo, G. (2014). *Una iconografía multicolor en la mitad del mundo: las bellas y diversas expresiones del Ecuador aborigen*. Quito, Ecuador.
- Algarra, M. (2003). 167.
- Algarra, M. (2003). 166.
- Rojas, C. (2011). *Estéticas caníbales*. Cuenca, Azuay, Ecuador: Cuenca : Fundación Municipal Bienal de Cuenca.
- Barzallo, D. (24 de Abril de 2016). Ejemplificaciones - Cartel. (J. Mena, Entrevistador)