



UNIVERSIDAD  
DEL AZUAY

Facultad de Diseño, Arquitectura y Arte



# EL EMBARQUE

*Diseño de un producto editorial que difunda  
el Arte y la Cultura de Guayaquil.*

Trabajo previo a la obtención del título de  
**Diseñador Gráfico**

Mario Ramos P.  
**Autor**

Mgs. Juan Lazo  
**Director**

**Cuenca - Ecuador**  
**2017**

---

---

*Diseño de un producto editorial que  
difunda el Arte y la Cultura de Guayaquil.*

---

---

Mario Ramos P.



# Dedicatoria

---

## **A mis padres,**

por presentarme el mundo sin envases ni moldes.

## **A mis hermanos,**

por levantarme cuando más lo necesitaba.

## **A Luna,**

porque a veces hace falta una patada en la cara  
para darte cuenta que la vida es grande y hermosa.

## **Autor:**

Mario Ramos Pareja

## **Tutor:**

Mgs. Juan Lazo

## **Fotografía e ilustraciones:**

Realizadas por el autor excluyendo las que se encuentran con su respectiva cita.

## **Diseño y diagramación:**

Mario Ramos Pareja

## **Impresión:**

La Buhardilla

## **Julio 2017**

*Cuenca - Ecuador*



## Capítulo 4: Bocetación

4.1. Isologo/mancheta	66
4.2. Diagramación	68
4.3. Tipografía y Elementos de Página	69
4.4. Cromática	72

## Capítulo 5: Diseño

Portada	76
Titulares	77
Páginas enfrentadas	79
Entrevista/galería	81
Prototipo de aplicación móvil	82
Producto final impreso	83

## Capítulo 6: Validación

Encuestas y pruebas de lectura	89
Encuesta post - lectura	90
Resultados de evaluación	91

## Capítulo 7: Conclusiones

Conclusiones	95
Recomendaciones	95
Bibliografía	96

# Índice de imágenes

---

- Mano de Miguel Angel  
• <http://elzo-meridianos.blogspot.com/2014/12/el-arma-secreta-del-david-de-miguel.html>
- David de Miguel Angel  
• <http://elsacodelogro.blogspot.com/2014/11/miguelangel-el-tormento-y-el-extasis.html>
- Marcos Santos pintura  
• <http://www.museoluisnoboanaranjo.com/noticias/marcos-santos-espinel-biografia-de-un-pintor/Artefactoria>  
• <http://www.paralaje.xyz/la-artefactoria-en-contexto-fue-inutil-sublevarse-en-los-ochenta/>
- Huelga de Alumnos del ITAE, 2010  
• <http://deskafuero.itae.edu.ec/wp-content/uploads/2011/07/5.jpg>
- Punks de los 70s  
• <http://missowl.com/wp-content/uploads/2014/04/jpg?w=776&h=523&crop=1>
- Portada de diseño editorial  
• <https://www.behance.net/gallery/37151145/LADN-n7>
- Pila de periodicos  
• <https://s3-production.bobvila.com/slides/19718/original/newspaper-pile.jpg?1479763563>
- Revista Casa Palabras  
• [https://image.isu.pub/140205155658-bfcb3437b9bdb42cc044352fb721b0a6/jpg/page\\_1.jpg](https://image.isu.pub/140205155658-bfcb3437b9bdb42cc044352fb721b0a6/jpg/page_1.jpg)
- Portada Pancho Jaime  
• [https://c1.staticflickr.com/5/4062/4364244498\\_67ea6185fb\\_o.jpg](https://c1.staticflickr.com/5/4062/4364244498_67ea6185fb_o.jpg)
- Portada El apuntador  
• <http://www.elapuntador.net/wp-content/uploads/2016/01/portada-62.jpg>
- Revista PCI  
• [https://image.isu.pub/130807144843-78018c20f1b93a42a03308fec2c70baa/jpg/page\\_1.jpg](https://image.isu.pub/130807144843-78018c20f1b93a42a03308fec2c70baa/jpg/page_1.jpg)
- Revista MIRA!  
• <https://valentinatruneanu.com/wp-content/uploads/2012/04/Portada-Mira1.jpg>
- Portada clavo 01  
• [https://image.isu.pub/150622195055-0ae7d93f0d19070b2d5a6d9498f99656/jpg/page\\_1.jpg](https://image.isu.pub/150622195055-0ae7d93f0d19070b2d5a6d9498f99656/jpg/page_1.jpg)
- Portada clavo 02  
• [https://image.isu.pub/160517222448-58718e24bc467f87c9ee4d1aa79444cf/jpg/page\\_1.jpg](https://image.isu.pub/160517222448-58718e24bc467f87c9ee4d1aa79444cf/jpg/page_1.jpg)
- Portada bacanika 01  
• [https://image.isu.pub/110408215257-4ff2f9585c624401b94246e27d199732/jpg/page\\_1.jpg](https://image.isu.pub/110408215257-4ff2f9585c624401b94246e27d199732/jpg/page_1.jpg)
- Portada bacanika 02  
• [https://image.isu.pub/111201170213-2426d770d7644ae2bf9c11b3396dd9f0/jpg/page\\_1.jpg](https://image.isu.pub/111201170213-2426d770d7644ae2bf9c11b3396dd9f0/jpg/page_1.jpg)
- Bacanika pagina 01  
BACANIKA EDICION 39

- Portada 01 escalier
  - [https://image.isu.pub/130116154734-7a91368528c54c2099bc20f34d2da8cf/jpg/page\\_1.jpg](https://image.isu.pub/130116154734-7a91368528c54c2099bc20f34d2da8cf/jpg/page_1.jpg)
- Portada 02 escalier
  - [https://image.isu.pub/131209221331-8209a5c024b9ea2ca088c68a3de52182/jpg/page\\_1.jpg](https://image.isu.pub/131209221331-8209a5c024b9ea2ca088c68a3de52182/jpg/page_1.jpg)
- Portada Alternativas
  - [https://image.isu.pub/150605180343-bac41a41779c9db829c6b57b3646d082/jpg/page\\_1.jpg](https://image.isu.pub/150605180343-bac41a41779c9db829c6b57b3646d082/jpg/page_1.jpg)
- Portada revista Buensalvaje
  - <http://www.casadela-literatura.gob.pe/wp-content/uploads/2012/09/Buensalvaje-portada-1.jpg>
- LIFE LOGO
  - [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/7/7f/LIFE\\_magazine\\_logo.svg/1200px-LIFE\\_magazine\\_logo.svg.png](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/7/7f/LIFE_magazine_logo.svg/1200px-LIFE_magazine_logo.svg.png)
- New York World - Telegram
  - [https://1.bp.blogspot.com/-\\_PTNzp0Xqsc/WEgx2HLXMBI/AAAAAAAAE30/b5eQBySMYXseQKomS8cRg5roFelVqAJBQCLcB/s1600/Titulares%2Bde%2Bperi%25C3%25B3dicos%2Bdel%2Bataque%2Ba%2BPearl%2BHarbor.jpg](https://1.bp.blogspot.com/-_PTNzp0Xqsc/WEgx2HLXMBI/AAAAAAAAE30/b5eQBySMYXseQKomS8cRg5roFelVqAJBQCLcB/s1600/Titulares%2Bde%2Bperi%25C3%25B3dicos%2Bdel%2Bataque%2Ba%2BPearl%2BHarbor.jpg)
- Ejemplo de código QR
  - <https://mocomorfosis.files.wordpress.com/2012/10/codigo-mocomorfosis-copia.jpg>
- Plana del Universo
  - [http://img.kiosko.net/2015/01/20/ec/ec\\_universo.750.jpg](http://img.kiosko.net/2015/01/20/ec/ec_universo.750.jpg)
- Portada Diario Extra
  - <https://graficosnacionales.com/images/home/extra.png>
- Portada Diario El Telégrafo
  - <http://4.bp.blogspot.com/-4aN5Ce6jmGc/TZ5jKTAO4BI/AAAAAAAAEJY/1EsvZd4PCk4/s1600/el%2BTel%25C3%25A9grafo%2B110401.jpg>

# Abstract

**Title:** Design of an editorial product to disseminate the art and culture of Guayaquil

**Abstract**

Guayaquil is a city that is recognized for its commercial trajectory but not for its art and culture. Despite the fact that in the last few years there is a growth in this segment within the city, there are no specialized media on the subject, and the diffusion tools have not been effective. Through a publishing product, this project aims to become a means of dissemination and registration of the current situation of the cultural industry of Guayaquil, through generating dialogues on topics of interest among cultural entities. In addition to putting value into local creation, this project proposes to revitalize communication and target new audiences through an enriched reading experience.

**Keywords:** interactivity, magazines, music, theater, youth, local

Juan Carlos Lazo  
Thesis advisor

Mario Ramos  
Student  
Code: 66569



Translated by  
Lic. Lourdes Crespo  
Translated by,  
Lic. Lourdes Crespo

# Resumen

---

Guayaquil es una ciudad que es reconocida por su trayectoria comercial mas no por su arte y cultura, a pesar de que en los últimos años se observa dentro de la ciudad un crecimiento en este segmento, no existen medios especializados en el tema, y las herramientas de difusión han resultado poco efectivas.

Mediante un producto editorial, este proyecto pretende llegar a ser el medio de difusión y registro de la actualidad de la industria cultural guayaquileña, generando diálogos entre los entes culturales sobre temas de interés, además de poner en valor la creación local, dinamizar la comunicación y captar nuevos públicos a través de una experiencia de lectura enriquecida.

# Introducción

---

En los últimos 5 años el escenario cultural de Guayaquil ha evolucionado de manera positiva, activándose nuevos espacios de acción gracias a las acciones de diferentes colectivos, organismos públicos y privados, y la explotación de las herramientas de comunicación digital. El boom de industrias culturales en el país y bien en la ciudad han generado un conjunto de redes de cooperación y nuevos públicos los cuales van evolucionando a la par con el desarrollo cultural de la ciudad.

Este proyecto plantea la creación de una revista la cual sirva como radiografía de las diferentes manifestaciones artísticas y culturales de la ciudad, para así fortalecer la comunidad y motivar a los jóvenes a interesarse en temas de arte y cultura mediante una aplicación gráfica fuerte y directa de fácil recordación, además de estar al día con las nuevas tecnologías .

Es por eso que este proyecto propone una nueva forma de lectura para captar a una generación de universitarios y jóvenes los cuales casi ya no leen, a invitarlos a interesarse por una ciudad la cual ha crecido mucho en la última década.

# Capítulo 1

---

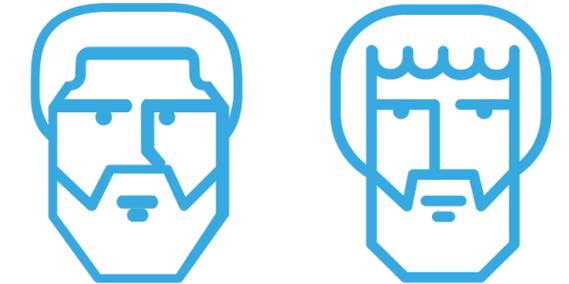
## Diagnóstico

# 1.1. Marco Teórico

## 1.1.1. Arte y Cultura

### 1.1.1.1. Teoría del arte

#### 1.1.1.1.1. La problemática de una definición de arte.



Hablar de una definición del arte siempre ha sido un gran conflicto dentro de la historia de la humanidad. Los enfoques y aproximaciones con los cuales se lo ha visto no permiten que se defina claramente lo que es arte o una obra de arte.

Durante siglos se tomó como válidas las aproximaciones que hizo Platón en su libro República, en el cual él justifica que la poesía es una actividad la cual no aporta al estado, por lo cual no es justificable. Al poner su mirada sobre la poesía, definirla como la copia de la copia de las ideas.

Si aplicamos esta aproximación platónica a las artes plásticas podríamos decir que la representación de un objeto real es una simple imitación, una mera copia. El afán de Platón por la búsqueda de la verdad era lo que hacía que menosprecie el arte, a pesar de valorar la obra terminada por el trabajo que requería, el perfeccionamiento de la destreza. También menciona que la carga emocional es lo que corrompe al arte, tergiversando la búsqueda de la verdad.

George Dickie nos explica que "... una obra de arte es una imitación constituye para Platón un tipo de defecto. Una pintura de una silla es menos real que la silla de la que es pintura." El mundo de las formas es uno distinto al de los objetos físicos. Platón considera que la pintura es solo la representación de la forma, mas no del objeto representado. El concepto de verdad se ha perdido en esta expresión pictórica imitación del mundo real. (Dickie, 2005)

En contraparte, Aristóteles en su obra Poética clasifica las actividades humanas en 3: Investigación, Acción y Producción.

Así, el individuo se dedica a sus diferentes tareas de día a día. Las primeras corresponden a los estudios, la búsqueda de la verdad y el razonamiento.

Las segundas se refieren a la interacción con el mundo externo, el yo en relación al universo.

Las terceras son creaciones, la elaboración de elementos artificiales dentro del universo. El arte en ojos de Aristóteles es una "producción consciente"

El concepto de mimesis aristotélico, puede compararse con un personaje del teatro clásico, el mimo, el cual dentro de escena se dedica a la reproducción inconsciente de un objeto o situación real, en contraparte el arte es la producción consciente, dado que el aporte del creador en sí es una búsqueda de una nueva expresión. Este texto es importante, dado a que es el primer tratado y aproximación de estética registrado en la historia de la humanidad.

La visión platónica adoptada en Occidente y por las civilizaciones románicas utilizaron esta definición del arte por años, ya que todo estado debe apoyar las actividades que busquen el bien. Si ponemos en perspectiva la política como elemento de la ecuación, la representación de la realidad estará alineada a los poderes de turno, siendo así aprobada o reprobada, de acuerdo a los lineamientos del poder y el discurso que desea difundir.

En la Edad Media, con la imposición de la religión católica en Occidente, el arte se vuelve una herramienta de difusión y comunicación de la Iglesia, un instrumento de empoderamiento y significación de lo divino. La configuración de lo divino y lo bello se alinean en esta época para así ser la representación humana de lo que estaba fuera del

alcance de los mortales, la colocación de piezas artísticas en templos, iglesias y catedrales le daban una carga simbólica. En contraposición, lo feo y lo mundano son rechazados por las escuelas de pintura. El arte en esta época de la civilización se vuelve servil a la religión.

Sixto J. Castro menciona que “Las sociedades cristianas retoman la división de los griegos entre artes liberales, nobles por intelectuales, que ponen en juego el lenguaje – la lógica, la retórica, la música -, y las artes mecánicas, más comprometidas con la materia, más serviles, entre las que se halla la arquitectura, la pintura y la escultura.” La búsqueda de lo bello y sublime eran requisitos para el arte, al servicio del poder y condicionado a su aceptación o censura. Lo que no era bello, era considerado una aberración, la imperfección está relacionada a lo terrenal, lo incompleto, lo abominable. (Castro, 2005, pág. 85)

Podemos observar que el arte comienza a tener más dimensiones de acción a lo largo de la historia, de acuerdo al momento histórico y el contexto en el cual se ubican, esto es una característica que se ha presentado en toda la historia, siendo los teorizadores y los actores del mundo del arte dos grupos distintos y los cuales nunca se han puesto de acuerdo en una definición única. El arte no puede desligarse de aspectos primordiales, políticos, filosóficos, institucionales, sociológicos.

Una teoría mucho más contemporánea es la de Danto, y comprobada en un experimento realizado en 1981, denominado “Galería de Imperceptibles”, una muestra de pintura en la cual todos los cuadros tenían las mismas dimensiones y el mismo tono plano pintado sobre él. Con el simple cambio de las cédulas indicando un diferente nombre y autor para cada obra, cambiaban por completo el sentido que tomaba cada una de ellas. Con esto Danto concluye que el arte está por encima de la forma, por lo cual los aspectos teóricos y contextuales tienen un gran peso en la importancia de la obra. Los imperceptibles descriptivos pueden también ser entendidos mediante la obra de Andy Warhol, el cual les daba un nuevo contexto a objetos mundanos y dándoles una nueva visión. (Danto, 1981)

Podemos entonces decir que el arte siempre estará ligado a un contexto y a la óptica que el artista pone en la obra. Pero ¿se puede definir un conjunto de características para darle a un objeto la calificación de obra de arte?

Las escuelas clásicas de las bellas artes optaban por la búsqueda del perfeccionamiento de la técnica para realizar una representación de lo bello. A partir del siglo XX con la llegada de las vanguardias artísticas, apoyados en las teorías deconstructivas y el rechazo de la tradición tenemos visiones del arte mucho más enfocadas en el fondo

que la forma. De cierta manera es muy complicado poner un punto de comparación de obras clásicas del siglo XVI como un Velázquez con las obras dadaístas de Duchamp.

Para entender lo siguiente y definir una obra de arte tomamos la explicación de Castro sobre la teoría de racimo de Gaut, “Una definición racimo es verdadera respecto de un concepto sólo en el caso de que haya propiedades cuya instanciación por un objeto se considere un asunto de necesidad conceptual para que éste caiga bajo el concepto.”

Es decir, cada artista le da ciertas características que son verdaderas por hecho, y por tanto son válidas para la valoración de dicha obra. De esta forma se van agrupando los movimientos artísticos de la historia, por el conjunto de características que los unen, y cada obra como una expresión única. (Castro, 2005, pág. 24)

En conclusión, tenemos distintas visiones del arte, pero podríamos tomar como una buena referencia la de Danto que liga al contexto y la teoría a la obra. Las ideas y la cultura de cada pueblo son los que le dan el carácter de “obra de arte” al objeto. No nace necesariamente de la intención, ya que podemos tomar el arte popular, cuyo fin es la transmisión de valores culturales inmateriales y la reproducción material del mismo.

La otra problemática que se confiere a definir una obra de arte es la institucionalidad como un condicionante. La profesionalización y el sistema de relaciones que existe entre museos, galerías, artistas y críticos vuelven subjetiva la caracterización de lo que es arte y lo que no. El arte es una respuesta al tiempo en el cual es generado, una representación de un concepto con diferentes medios, la intención de una creación plasmada sobre la obra. Es por esto necesaria la indagación sobre el arte con el carácter geográfico que requiere este trabajo de tesis, encontrando la necesidad de estudiar y definir el arte guayaquileño.



IMG 1, El David de Miguel Ángel

## 1.1.1.2. Estética y experiencia estética

El concepto de estética aparece por primera vez gracias a Baumgarten en el siglo XVIII, podemos definirla en pocas palabras como la ciencia de lo bello. Fiz explica en su libro sobre estética la aproximación de Baumgarten para tener una teoría sólida. La investigación sobre el espíritu humano y la experiencia sensible son conceptos los cuales buscan lineamientos que iluminen la esfera de los sentidos. Podemos entonces concluir que la estética es la ciencia de lo bello. (Fiz, 1982, pág. 48)

Tuvo diferentes transmutaciones filosóficas a lo largo de la historia, y Fiz también nos explica un poco sobre la aproximación dicotómica que hace Nietzsche retomando los conceptos grecorromanos de lo apolíneo y lo dionisiaco. Lo apolíneo busca la verdad, el bien y la perfección.

Apolo era el dios de la luz, en cambio lo dionisiaco se acerca a las irreverencias y las exaltaciones. Dionisio es el dios del vino, de la embriaguez. Lo clásico en contraposición de lo anti clásico, a pesar de su interdependencia evidente en los cantos clásicos. Lo clásico y lo anti clásico están en guerra, pero necesitan el uno del otro para seguir existiendo.

“El arte es exaltado por Nietzsche a una actividad propiamente metafísica del hombre, tanto en su papel de órgano cuanto en la función salvadora a él confiada cara a los instintos destructivos de la existencia” El absolutismo estético de Nietzsche respaldado por su teoría del superhombre, exalta al artista a un nivel superior, donde es un ser amoral capaz de la creación, un medio el cual lo salva de su propia destrucción. La capacidad de la creación no es vista como algo divino, sino como un elemento de auto salvación. (Fiz, 1982, pág. 276)

Entonces, la exaltación de los sentidos es parte de lo que compone una experiencia estética, necesitamos para que haya una experiencia estética un espectador. El arte siempre se relaciona con la contemplación, uno de los conceptos que Schopenhauer toma para definir la estética en sus estudios.

Para que el sujeto encuentre dentro de lo universal (la idea) en el objeto (obra de arte) debe tener un ojo crítico. La experiencia estética tiene como objeto generar esta respuesta de parte del observador, bien sea una obra que se incline hacia un aspecto político, hacia los cánones rígidos que han impuesto las escuelas clásicas de bellas artes, o bien puede ser una herramienta para conservar la identidad de los pueblos.

Para esto se debe observar con detenimiento cada obra, ya que la experiencia estética debe ser un proceso consciente de percepción ante la obra que tenemos frente a nuestros ojos. Danto explica que “...en la experiencia del arte se trata de que aprendamos a demorarnos de un modo específico en la obra de arte. Un demorarse que se caracteriza porque no se torna aburrido.



IMG 2, Sin título - Marcos Santos

Cuanto más nos sumerjamos en ella, demorándonos, tanto más elocuente, rica y múltiple se nos manifestará” Las lecturas de las obras con detenimiento nos provocan una sensación placentera al ir elaborando nuestra experiencia estética, individual e indivisible. (Danto A. , 2008)

Durante los años 80 Danto y otros filósofos comenzaron a analizar la “muerte del arte” al estudiar el desarrollo del pop art de los 60s. El concepto de indiscernibles perceptivos y el famoso experimento de los cuadrados rojos.

Entonces podemos concluir que el arte está condicionado a ser una práctica cultural significativa, lo cual lo liga a la sociedad, momento histórico y demás variables independientes que lo hacen ser llamado arte.

Es por eso que hoy en día vemos obras en las cuales los artistas no están concentrados en el perfeccionamiento de la técnica, sino en la búsqueda y experimentación de nuevos medios y soportes, o bien la creación de la novedad en una era en la cual creemos que ya lo hemos visto todo. El artista contemporáneo responde hacia el mundo en el que vive con su obra.



IMG 3, Expo Artefactoria

### 1.1.1.3.Arte y expresiones contemporáneas

Luego de presenciar un conjunto de transmutaciones sobre el concepto de arte, el arte de nuestros días está aún por definirse a sí mismo. A continuación analizaremos diferentes puntos de vista vertidos por artistas, curadores y críticos, fragmentos del libro “Conceptos de arte contemporáneo” producido en 2012 en Bogotá Colombia.

#### Adriana Bustos (Artista, Argentina)

“Construcción (invención) de tiempo y espacio

El arte sucede en un tiempo y un espacio específicos, diferentes al tiempo diacrónico y distinto al acontecimiento histórico. Un evento que se despliega en el espacio del discurso e irrumpe en la línea del tiempo como en un presente perfecto. Por eso mismo, el arte viene a romper la linealidad del relato histórico y resulta siempre impertinente. En este sentido, y a decir de Georges Didi-Huberman, en toda obra de arte hay algo del orden del síntoma. Algo viene a alterar y perturbar la pretendida estabilidad de un discurso, produciendo como efecto un conocimiento. Es la imagen dialéctica benjaminiana que reconfigura el presente y el pasado sorteando el espacio que la historia crea entre las palabras y las cosas. (NC-Arte, 2012)

Bustos nos da una definición la cual le da al arte contemporáneo una suerte de capacidad disruptiva y contestataria ante su contexto. Considera al arte una expresión atemporal, distinta a la “realidad real” en la cual el artista va inventando su propio tiempo y espacio gracias a la obra. La alteración como medio para la creación de conocimiento en el espectador son parte de su definición de lo contemporáneo en el arte.

#### ALEXIA TALA (Curadora, Chile )

Arte contemporáneo: La idea estética como obra

Hasta hace pocos años el artista se inspiraba en la belleza o en escenas cotidianas (impresionistas) y en estados de ánimo (expresionismo abstracto), ante los cuales se destacaban las habilidades técnicas del artista. Antiguamente, artistas como Gauguin pintaban escenas de su cotidiano, o como Monet, que pintaba paisajes idílicos en los que se encontraba, logrando capturar lo sublime del paisaje, pero no reflejando las problemáticas de ese lugar ni dando pistas de las problemáticas de su contexto. Eran cuadros muy fuertes en cuanto al virtuosismo del artista; hoy se espera mucho más de un artista y el virtuosismo por sí mismo ha sido prácticamente relegado a la decoración. (NC-Arte, 2012)

Alexia Tala en cambio también nos habla de disrupción, dado que las artes ya no se limitan simplemente a la reproducción pictórica, las artes teatrales, la arquitectura, escultura, cine, música. La implementación de nuevos materiales es algo que podemos observar al visitar un museo con una exhibición de arte contemporáneo. Además habla del artista y las exigencias que el mundo del arte tiene para con él; La técnica queda relegada a un segundo plano, ponderando en una mayor proporción al fondo conceptual de la obra. El artista le da a su obra diferentes concepciones estéticas luego de hacer una extensa investigación la cual le permite crear con su obra un discurso mucho más profundo y que permitirá muchas más lecturas a los diversos espectadores.

### Germán Botero (Artista, Colombia)

La producción artística actual se expande en un maremágnum de clasificaciones en el cual no quisiera entrar; deseo, más bien, explorar objetos, eventos, espacios que son Arte, con mayúscula.

Para mí, arte contemporáneo no es lo que se produce ahora, sino lo que actualmente definimos como arte. Si discutimos el término contemporáneo, diría que en el presente determinamos unas cosas como hechos artísticos aunque no han sido realizados en esta época (contemporáneo no son las obras sino la "mirada").

¿Es la distancia temporal la que nos permite apreciar el valor estético? Especulamos y nos atrevemos a dar juicios sobre la producción artística actual, pero será quizá más adelante que la obra se va a sostener y obtener su potencia real de hecho artístico. (NC-Arte, 2012)

En su definición Germán Botero nos habla de la "mirada" que se le da a las obras, es decir que el observador cumple un papel importantísimo en determinar qué es arte y qué no lo es de acuerdo a su conocimiento.

En este punto se generan muchos conflictos ya que cada persona tiene un diferente nivel de conocimientos, cultura y sistema de creencias, entonces cada persona va tejiendo gracias a estos preceptos propios su experiencia estética.

Además podemos resaltar que el arte contemporáneo muchas veces está institucionalizado debido a los círculos de arte, los cuales desmerecen otro tipo de expresiones las cuales no tienen la misma carga conceptual que las ya apreciadas por sus grupos colectivos. Botero también habla desde una perspectiva temporal, con la esperanza de que nuestras futuras generaciones puedan realizar lecturas más claras y concisas que le permitan a la obra explotar todo su potencial.

### 1.1.1.4. El arte contemporáneo en Guayaquil

Para hablar del arte contemporáneo en Guayaquil debemos remontarnos un poco en la historia y el desarrollo que tuvo a lo largo de las últimas décadas del siglo XX.

El escenario artístico tuvo que luchar contra corriente para desarrollarse en los 80s y 90s y era caracterizado por disponer de más espacios en galerías que en museos. No existía una infraestructura adecuada para realizar exposiciones de gran escala, además que la producción estaba saturada de lo que se denomina un "modernismo tardío" del arte ecuatoriano. El registro del desarrollo artístico solo puede observarse en catálogos de arte, mas no en un libro.

En cuanto a educación, no existía dentro de la ciudad ni de la región un instituto de educación superior el cual impartiera artes plásticas o visuales, los artistas bien podían tomar el camino del aprendizaje empírico o emprender viajes a la sierra para recibir una instrucción formal en artes. No sería hasta el 2004 que el ITAE\* comenzaría a funcionar gracias a la presentación de un proyecto al BCE\* por parte de Marco Alvarado, antiguo miembro del extinto colectivo de arte Artefactoria. (Brito, 2015, pág. 16)

En 1999, con la crisis económica causada por el feriado bancario en nuestro país, la mayoría de las galerías tuvieron que cerrar sus puertas y abandonar sus actividades.

Esto tuvo como consecuencia la llegada de nuevos actores culturales, los cuales le dieron una nueva visión y enfoque a lo que sería para inicios de siglo XXI. En el 2000 se comienza la construcción del MAAC, el primer espacio de la ciudad con las condiciones óptimas para muestras y exhibiciones de arte contemporáneo, y el cual podía competir con otros museos de la región, poniendo ya un punto a favor para comparar el desarrollo cultural y artístico de las otras 2 principales ciudades del Ecuador.

Con el funcionamiento del ITAE, el cual en su apertura solo ofertaba una instrucción en artes visuales, cambió el paradigma del arte en la ciudad. A partir del 2005 se incorpora gracias al aporte de Santiago Roldós, conocido dramaturgo de la ciudad, un laboratorio de teatro, un primer paso para la creación de la carrera de Arte Teatral. Luego en 2007 gracias a Daniel Sais, ex tecladista de Soda Stereo, la carrera de Producción de sonido y música es incorporada al instituto.



\*Instituto Tecnológico de Arte Ecuatoriano  
\*Banco Central del Ecuador

IMG 4, Expo Artefactoria

En el año 2010 El ITAE es declarado por el CONESUP como institución de derecho público, dándole la oportunidad a muchas más personas para estudiar artes. En el 2015 el ITAE es adscrito a la Universidad de las Artes y suspende su funcionamiento. (Brito, 2015, pág. 19)

En el 2015 la Universidad de las Artes se convierte en la primera universidad dedicada a las artes en el país. Actualmente funciona en el antiguo edificio de la Gobernación.

Otro de los puntos importantes para el cambio del escenario guayaquileño de las artes es la llegada de críticos de arte, y profesionales extranjeros especializados en el tema. Su aporte a las organizaciones culturales bien institucionales o independientes aportó a mejorar la calidad de las obras, la instrucción formal y el mercado del arte en la ciudad.

Podemos también destacar eventos anuales como el Salón de Julio, el cual ha ido creciendo tanto en producción como en premios monetarios para incentivar el desarrollo de propuestas artísticas en la ciudad.

Al principio se limitaba a la pintura, pero poco a poco ha ido abriendo más puertas para propuestas mucho más contemporáneas. Otro evento importante organizado por el municipio es el FAAL (Festival de Artes al Aire Libre) el cual convoca a más de 50 artistas plásticos cada año, adjuntando a su agenda varios espectáculos musicales y de artes escénicas en diferentes espacios de la ciudad. (Brito, 2015)

La censura impuesta por el municipio de la ciudad siempre ha sido un problema en el desarrollo de las obras de arte, causando un malestar en la comunidad artística y un completo rechazo por parte de algunos actores culturales. Es por esto que el desarrollo cultural de la ciudad también se ha realizado desde la subversividad ocupando espacios no tradicionales para manifestaciones artísticas.

La creación de colectivos independientes ha tomado fuerza en los últimos 5 años y gracias a la implementación de nuevas tecnologías de la información han podido desarrollar varias propuestas interesantes.

Colectivos de poesía, de artes visuales, arte electrónico, entre otros son los nuevos protagonistas de la escena underground del arte local. La escena musical de la ciudad se ha visto caracterizada por acogerse dentro de bares y centros nocturnos de la ciudad, además de la aparición de nuevos festivales que intentan competir con eventos paralelos de Quito y Cuenca.

Como podemos observar, el círculo del arte guayaquileño ha crecido en los últimos 15 años a un nivel acelerado, a pesar de muchas dificultades que se han ido presentando debido a la censura, la falta de espacios y la inestabilidad del primer centro de estudios que se creó en la ciudad. La tecnología y medios de difusión digitales han ayudado a mejorar la difusión de los eventos que ocurren en la urbe.



IMG 5, Huelga de estudiantes del ITAE, 2010

## 1.1.1.2. Teoría de la cultura

### 1.1.1.2.1. Definición de cultura

Las definiciones más básicas de cultura lo definen como el conjunto de prácticas y costumbres que nos diferencian entre diferentes grupos sociales, dándole diferente valor a distintas situaciones de nuestro diario vivir.

Margaret Mead lo define como “el conjunto de formas adquiridas de comportamiento, formas que ponen de manifiesto juicios de valor sobre las condiciones de la vida, que un grupo humano de tradición común transmite mediante procedimientos simbólicos (lenguaje, mito, saber) de generación en generación”.

Es decir, sabemos quienes somos gracias a nuestra herencia, lo que aprendemos en nuestros hogares transmitido por nuestros padres, y todo está representando en estos procedimientos simbólicos, transmitidos por una cultura material y una lingüística. Además, nuestras fiestas populares o celebraciones, la gastronomía y las artes van definiendo quiénes somos.

Además podemos sumar a este tipo de características de grupo nuestras creencias religiosas, expectativas dentro de nuestro grupo social, la forma en la cual interactuamos con ellos y los que forman parte de otro grupo social, nuestros gustos y preferencias.

La otra definición un poco más clara es la de Pierre Bourdieu, sociólogo el cual hace la definición de habitus, en la cual lo define como “...el principio generador de prácticas objetivamente enclavables y a la vez el sistema de enclavamiento de esas prácticas.” (Bourdieu, 1966)

En otras palabras, nuestras formas de vida y cómo se van clasificando de acuerdo a las distintas características de cada individuo, para así sentirse identificado con ciertos pares y con otros afirmar su identidad mediante la diferencia que hay entre ellos.

En nuestros tiempos, donde la tecnología inunda nuestras vidas y ha configurado nuevas formas de comunicación, intercambio e interacción tenemos que referirnos a una Sociedad Red, un concepto acuñado por Castells, un reconocido sociólogo español.

La sociedad red es el conjunto de esos grupos enclavables de los que nos habla Bourdieu, y las interrelaciones que se desarrollan entre dichos grupos. En la teoría de Castells la sociedad es ese conjunto de

relaciones que nos vuelven interdependientes a cada grupo de la sociedad con otro, de manera directa o indirecta de acuerdo a las relaciones de producción.

El otro factor que Castells incluye en sus teorías contemporáneas es el Internet y la forma en la cual ha influido en los modos de vida de diferentes grupos. (Castells, 2006)

Internet es una nueva plataforma que se presenta como un paralelismo de la sociedad, con nuevas oportunidades para interactuar con otros individuos. Además, podemos observar la opinión del público y poner en evidencia ciertos intereses de distintos grupos sociales.

Así es como podemos decir que con la huella digital que dejamos en internet podemos tener una mejor definición de diversos grupos sociales. Al mismo tiempo hablamos de la construcción de identidad con una teoría mucho más antigua, la de Ruth Benedict, famosa antropóloga estadounidense la cual observó a distintas tribus aisladas y comparó los modos de vida con los de la cultura occidental de su país.

El individuo construye su percepción a partir de estímulos externos y su saber. Otorga la oportunidad de auto reconocerse dentro del mundo gracias a factores diferenciadores que lo integran a un grupo social. Lo que era importante para cada pueblo variaba de acuerdo a estos estímulos externos que influían en cómo se desarrollaría a lo largo de su vida de acuerdo a los alcances y expectativas que tenga para consigo mismo y con su grupo social.

# Cultura

## Cultura

Conjunto de prácticas que denotan la pertenencia a un grupo humano, el cual transmite dichas prácticas mediante procedimientos simbólicos (lenguaje, mito, saber) de generación en generación. (Mead, 1971)



**El rol de las comunicaciones visuales no termina en su producción y distribución, sino en su efecto sobre la gente.**

**Jorge Frascara**



### 1.1.1.2.2. Los modelos culturales

Entonces tenemos entendido gracias a las definiciones anteriores que la sociedad está integrada por muchos universos diferentes de estudio que se interrelacionan de distintas formas de acuerdo a sus distintas condiciones.

¿Podemos definir un conjunto de características para analizar a cada uno de dichos grupos y así compararlos entre sí? Es algo muy difícil ya que los distintos modos de vida dan distintas experiencias y expectativas. Entonces tomamos la teoría de racimo de Gaut, en la cual explica a los sistemas sociales como racimos de frutas.

Cada uno de ellos compartirá ciertas características pero no son iguales. Cada uno de estos sistemas se justifican a sí mismos ya que saben su trayectoria en la historia, su lugar dentro del contexto social y situación política. (Gaut, 2005)

Así es como podemos ir definiendo la cultura occidental y la latinoamericana a grandes rasgos. Un conjunto de praxis que vienen de nuestra herencia alineadas al sincretismo de la cultura global, e influenciado día a día por el internet y los medios de comunicación. Un sistema de relaciones sociales entre los grupos de los cuales formamos parte y los que no, un sistema de creencias y de ponderación de nuestro entorno de acuerdo a lo que experimentamos y nuestro conocimiento.

¿Qué influencia tenemos los diseñadores en el rol de la comunicación visual dentro de estos multiversos culturales que construyen a esta sociedad definida en el concepto de ciudad? Jorge Frascara define al "...rol de las comunicaciones visuales no termina en su producción y distribución, sino en su efecto sobre la gente." (Frascara, 2000)

El rol del diseñador gráfico influye en la gente debido a que nuestra percepción del mundo es en mayor proporción visual, además que los individuos van definiendo su identidad de acuerdo a signos, gustos y preferencias los cuales pueden nacer muchas veces a partir de comunicaciones visuales efectivas.

Este es el efecto del cual nos habla Frascara, es decir es posible para un diseñador modificar ciertos aspectos del mundo gracias a el poder de la imagen.



**Los consumos de los objetos culturales que la industria del espectáculo y del entretenimiento ofrecen, son los mediadores que estructuran en buena medida los vínculos sociales entre los jóvenes, así como sus cosmovisiones, sus valoraciones, sus códigos de reconocimiento social.**

**Carlos Tutivén**



### 1.1.1.2.3. Culturas e identidades juveniles

¿Cómo se define lo joven dentro de una sociedad? Beatriz Sarlo lo define como una estética de la vida cotidiana más allá de ser un referente a edad. La cultura juvenil viene dada por los factores que la configuran de acuerdo a los estímulos externos. Los jóvenes se relacionan al igual que otros grupos mediante símbolos, o lo que se conoce como ritos de socialización para así pertenecer a un grupo determinado.

El mundo material en el cual vivimos se divide en dos grandes grupos los cuales influyen en las vidas de los jóvenes: el mundo material-visual, y el mundo semiolingüístico. Un mundo más visual en el cual la vestimenta, la moda, los objetos y la cultura audiovisual; y el mundo del lenguaje donde se ubica la música, el lenguaje y los signos. (Sarlo, 1994)

En su estudio de 1997 sobre lo joven en la ciudad de Guayaquil, Tutivén concluye que "Los consumos de los objetos culturales (música,

moda, marcas) que la industria del espectáculo y del entretenimiento ofrecen, son los mediadores que estructuran en buena medida los vínculos sociales entre los jóvenes, así como sus cosmovisiones, sus valoraciones, sus códigos de reconocimiento social."

Los jóvenes van generando su sentido de pertenencia social de acuerdo a estos consumos culturales que son hoy paralelos a los diálogos y opiniones en Internet y la industria del entretenimiento. Ser joven es escuchar cierto tipo de música, y leer cierto tipo de publicaciones, y vestir de cierta forma determinada.

El escenario cultural joven de Guayaquil se ve englobado hoy en día de acuerdo a las tendencias que día a día cambian, nuevos actores de la escena cultural y artística, un conjunto de nuevos espacios los cuales permiten el desarrollo de nuevas propuestas y más cambios positivos los cuales generan nuevos públicos y una industria mucho más sólida.



IMG 6, Punks de los 80s

## 1.1.2. Diseño Editorial

### 1.1.2.1. Diseño de publicaciones

¿Qué es una publicación editorial?

Es un producto donde se conjugan texto e imágenes sobre un soporte físico o digital, y su finalidad es la de transmitirle al lector una narrativa concreta.

Zapatera lo define como "periodismo visual" donde el producto editorial, a diferencia de otros procesos que nacen del diseño gráfico no tiene como finalidad una venta o está enfocado en objetivos de marketing, sino en diferentes funciones como "...entretener, informar, instruir, comunicar, educar o una combinación de todas las anteriores."

El producto editorial se acerca más a la comunicación que a la comercialización. (Zapatera, 2008)



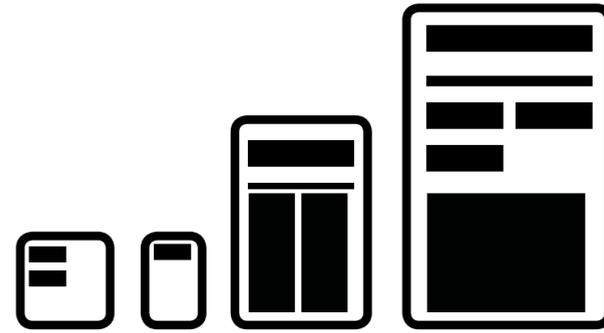
IMG 7, Portadas de Diseño Editorial

## 1.1.2.2. Elementos básicos del diseño editorial

### 1.1.2.2.1. Formato

El formato se refiere a cómo se presenta de forma física el producto editorial, es decir el tamaño que tiene, el tipo de papel, grosor y otras características tangibles. El presupuesto es la primera condicionante del formato, ya que hay ciertos proyectos los cuales podrían tener productos editoriales con un ciclo de vida extendido gracias a materiales de mejor calidad.

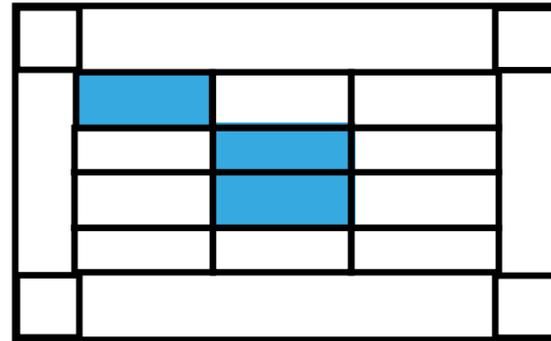
Bhaskaran nos recomienda en el caso de las revistas se ha estandarizado el uso del A4 por costos, pero algunas revistas especializadas utilizan otro tipo de formatos especiales. Todo esto dependerá de las exigencias del proyecto, en cuanto a ciclo de vida del producto y el valor que tendrá para el lector. (Bhaskaran, 2006, pág. 52)



### 1.1.2.2.2. Retícula

La retícula es el conjunto de guías, que a manera de superestructura ayuda al diseñador a ubicar los diferentes elementos que conforman una página de una manera más organizada y práctica.

Timothy Samara menciona que "...una retícula aporta a la maquetación un orden sistematizado, distinguiendo los diversos tipos de información y facilitando la navegación del usuario a través del contenido." Se vuelve una herramienta tanto para el diseñador como para el lector, además que con estos parámetros definidos para un proyecto editorial permiten que varias personas trabajen en el mismo, sin que se llegue a tener grandes cambios en la gráfica y el resultado final. (Samara, 2004)



### 1.1.2.2.3. Tipografía

La tipografía es una de las partes más importantes de un proyecto editorial. Un tipo es una imagen por sí misma, además de tener una carga emocional de acuerdo a sus características morfológicas. El tipo de textos que se vayan a diagramar dentro del proyecto también son una condicionante para escoger un juego tipográfico. No será lo mismo organizar un informe anual de ventas que una novela o una revista.

Es necesario entonces crear un juego tipográfico que resulte armónico para su lectura, cumpliendo con las exigencias de acuerdo a la información del proyecto. Esto incluye al cuerpo de texto, titulares, entradillas, folios, pies de foto, subtítulos, entresacados, textos de infografías, etc. Con esto ayudamos al lector a tener una lectura más organizada y coherente de la página, haciendo el recorrido visual mucho más pleno y agradable para él. (Zapaterra, 2008, pág. 60)

**Abc**    **Abc**  
**abc**    **abc**

### 1.1.2.2.4. Color

El color es cuestión de emociones y de cultura. Bhaskaran menciona que desde muy pequeños ya le damos asociaciones a ciertos colores con situaciones, además de comunicar de manera más inmediata una emoción al lector.

El uso del color es amplio en cuanto a productos editoriales ya que también es una herramienta para guiar al lector en la página o para encontrar cierta información asociada con mayor facilidad. El color en la impresión también influye en los costos de producción. (Bhaskaran, 2006, pág. 80)



### 1.1.2.3. Diseño de revistas y periódicos

Dentro de una jerarquía de diseño editorial, podemos ubicar a los periódicos, suplementos y revistas como los principales. Las pautas y normas que establecen estas 3 piezas fundamentales son seguidas por otro tipo de publicaciones bien sean online, o tomos mucho más cuantiosos de información como reportes anuales, libros, etc.

Las principales reglas del diseño editorial nacen de que defina cada proyecto de acuerdo a la narrativa que necesita transmitir, sus características están dadas según su naturaleza. Los periódicos tienen circulación diaria, y al poco tiempo se desechan.

Las revistas tienen una circulación mucho más cíclica y espaciada, algunas de ellas tienen un valor extra de acuerdo a lo que representen, bien sea por carácter estético o algo dentro de su narrativa, o bien algún contenido muy relevante.

Los suplementos acompañan a los periódicos y visto bajo un análisis de marca, el periódico se convierte en la marca paraguas de estas revistas de temas especializados y forman parte del conjunto "periódico" con las otras secciones regulares del diario.

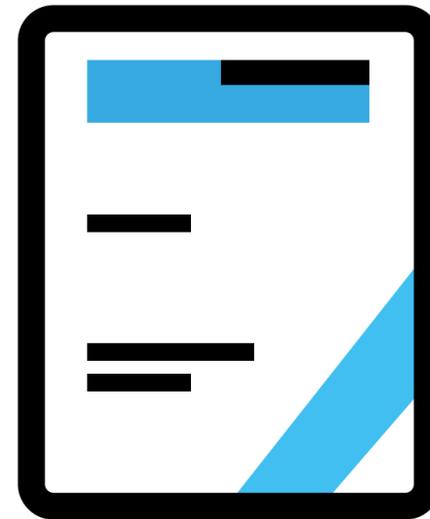


IMG 8, Periódicos varios

### 1.1.2.5. Portada

La portada es la primera impresión que se hace de un producto editorial. Tiene como función transmitir todo lo que compone al producto en sí, que contiene condensados en una imagen sus valores de marca y lo diferencia de otros en un estante. En cuestiones de marketing es la herramienta principal para que se venda una revista, ya que contiene un recordatorio de marca, y una imagen impactante que sea distintiva en un kiosko.

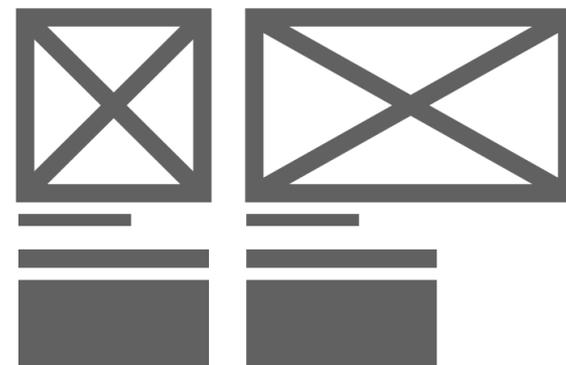
Existen tres tipos de portadas: figurativas, abstractas y de texto. Las primeras utilizan recursos fotográficos y directos, combinados con texto, los contenidos de las mismas pueden variar de acuerdo al target y la sensibilidad que tengan, el objetivo es no causar una reacción negativa la cual haga que el posible lector rechace la publicación. Las abstractas reducen el uso de sus recursos gráficos y no tienen las exigencias formales que requieren las figurativas pero suelen usarse solo en revistas especializadas o con públicos mucho más perspicaces y experimentados en la lectura. Las portadas que se basan en texto hoy en día son muy poco comunes, ya que vivimos en una época donde predomina en creces lo visual, a pesar que funcionan muy bien en ciertos casos específicos.



### 1.1.2.6. Uso de imágenes

Las imágenes que componen una publicación editorial son parte de la identidad que comunica, juegan con la estética de la publicación y son parte de su narrativa. Complementadas y equilibradas correctamente con el texto, le proporcionan ritmo a la lectura.

Es necesario la optimización de las imágenes bien sea para impresión o para publicaciones digitales, además de tener en cuenta la capacidad de la maquinaria para imprimir el producto editorial.



### 1.1.2.3.1. Diseño de revistas

Las revistas han tenido un gran impacto desde inicios del siglo XX para temas especializados y con contenidos los cuales son dirigidos siempre a públicos determinados. A pesar de sufrir grandes golpes por la llegada de Internet, muchas revistas luchan por la fidelidad de sus lectores.

En una era digital, las revistas han tomado cierto carácter especial y enigmático cuando la mayor cantidad de información vista en la historia de la humanidad nos llega día a día en la pantalla de nuestra computadora o en nuestro teléfono móvil. “Es posible que las publicaciones en Internet sean más baratas, más rápidas y más fáciles de producir, pero no puede compararse el mirar una pantalla con el tacto y sensación que comunica un libro o revista” menciona Bhaskaran en su libro.

Siempre va a haber algo mucho más especial en la experiencia que nos brinda tomar una revista en nuestras manos, que deslizar un mouse frente al monitor o con nuestros dedos recorrer una página de un blog o sitio web.(Bhaskaran, 2006)



IMG 9, Portadas de Raygun Magazine, de David Carson

### 1.1.2.3.2. Dirección de contenidos

Ya hablamos de las características morfológicas de un producto editorial, pero el texto tiene otras reglas claras dentro del diseño de una revista, hacia quien va dirigido y lo que desea comunicar o informar a sus lectores.

El caso de las revistas está un poco más resuelto en lo que serían contenidos y relaciones entre los mismos para generar una identidad, crear una narrativa coherente y que pueda ser empática para con el lector. Esta empatía es la que motiva al lector a volver a comprar una revista, el deseo de volver a consumir los contenidos que propone la misma. Es la voz de la revista la cual la caracteriza siempre.

### 1.1.2.3.3. Géneros periodísticos

Los productos editoriales se componen de diferentes tipos de textos, los cuales se corresponden a una naturaleza bien más objetivista o subjetivista. Los más objetivos clasificados en informativos se resuelven como una recopilación puntual de los hechos relevantes que interesen al lector.

Los interpretativos conjugan la creatividad para expresar cierto tipo de sensaciones o conceptos más personales de parte del lector, basándose en la realidad. Los artículos de opinión en cambio vierten comentarios de parte de expertos en ciertos temas, ciudadanos o lectores que desean dar a conocer su opinión, o bien la opinión del medio, una suerte de pensamiento de la institución.

Cada uno de los sub-ítems que componen estas clasificaciones tienen su función definida, e informan de manera distinta diversos hechos. Es importante conocer sobre los tipos de texto que van a componer una publicación ya que definiremos así ciertos aspectos clave para el diseño en general. (Martínez Albertos, 1996)

### 1.1.2.3.4. El tono de comunicación

Cada revista tiene una voz característica la cual la diferencia de cualquier otra. Esto se define como tono, para esto nos referimos a conceptos publicitarios de García Uceda, “... El sentimiento, estilo o enfoque de la publicidad, que le darán al producto una personalidad definida.” Lo que cada revista causa en nosotros por la narrativa propuesta es lo que se definirá como tono de comunicación del producto editorial. (Uceda, 2001)

Esto debe reflejarse tanto en la morfología (diseño de página, uso de imágenes, tipografía) como en el contenido (temas, estilo de redacción). Cuando se conjugan ambos podemos decir que un producto editorial tiene un tono de comunicación poderoso el cual creará en el lector fidelidad hacia el medio y lo que le transmite.



IMG 10, Cada medio tiene voz propia y un estilo para comunicar. De arriba hacia abajo: El Universo (2015), Diario Extra (2016), El Telégrafo (2011)

### 1.1.2.3.5 Revista como marca o identidad

El objetivo de una revista es fidelizar al cliente, el lector; el diseñador tiene la tarea de transmitir junto al editor un mensaje en el cual la editorial pueda transmitir su marca y valores al cliente. La revista así va tomando su propia identidad, gracias a que el lector va encontrando características familiares sin perder el producto editorial lo novedoso en cada nueva edición que llega a sus manos. (Zapaterra, 2008, pág. 28)

“La coherencia también es vital para realizar ese paso tan importante de pasar de ser una revista a una marca por derecho propio.” Menciona Bhaskaran, por lo cual es clave que el editor y el director de arte trabajen juntos para conseguir un producto que resulte muy valioso para el lector, además que invite a disfrutar de su lectura. (Bhaskaran, 2006, pág. 97)

### 1.1.2.3.6. Creación de un sistema gráfico

El trabajo del diseñador es definir la imagen y encargarse de crear todas las reglas de estilo gráfico que nacen a partir de los elementos básicos del diseño editorial (márgenes, formato, cromática, uso de imágenes). Para esto debe tener un conocimiento básico sobre periodismo y comunicación, para así poder ir construyendo la gráfica que conformará una revista.

El doble objetivo de crear un producto que se vea familiar, y a la vez con cada nueva edición novedoso es un verdadero reto el cual permite muchas opciones para configurar cada nuevo número que vaya a lanzarse. (Bhaskaran, 2006, pág. 96)



IMG 11, Life Magazine, un medio ícono como revista fotográfica



IMG 12, Juxtapoz Magazine, revista de arte y cultura

### 1.1.2.3.7. El poder de los titulares

Volvemos a referirnos a conceptos publicitarios dentro de este ítem. El titular es lo primero que se lee al abrir un periódico o iniciar la lectura de un artículo dentro de una revista. Es responsable de la primera impresión, que marca el éxito o fracaso de la comunicación. El lector toma una decisión de leer o no leer en base al titular. (Castellblanque, 2005)

Es por esto que un titular poderoso acompañado de imágenes novedosas resulta en un lector atraído hacia la lectura. La primera impresión siempre será la más importante.



IMG 13, Primera plana de Diciembre 8 de 1941, EEUU entra a la Segunda Guerra Mundial

## 1.1.2.4. Revistas culturales

En el plano de cultura hay mucho de lo que podemos hablar para la construcción de una revista cultural. Noe Jitrik la define como el “Vehículo de algo, Y eso implica un rasgo de generosidad, se trata de que otras cosas que no son las de uno mismo puedan ser integradas a un conjunto en el cual uno suele estar, pero que están integradas como para dar cuenta de fenómenos que uno supone que son significativos de lo que está ocurriendo en la sociedad en ese momento.”

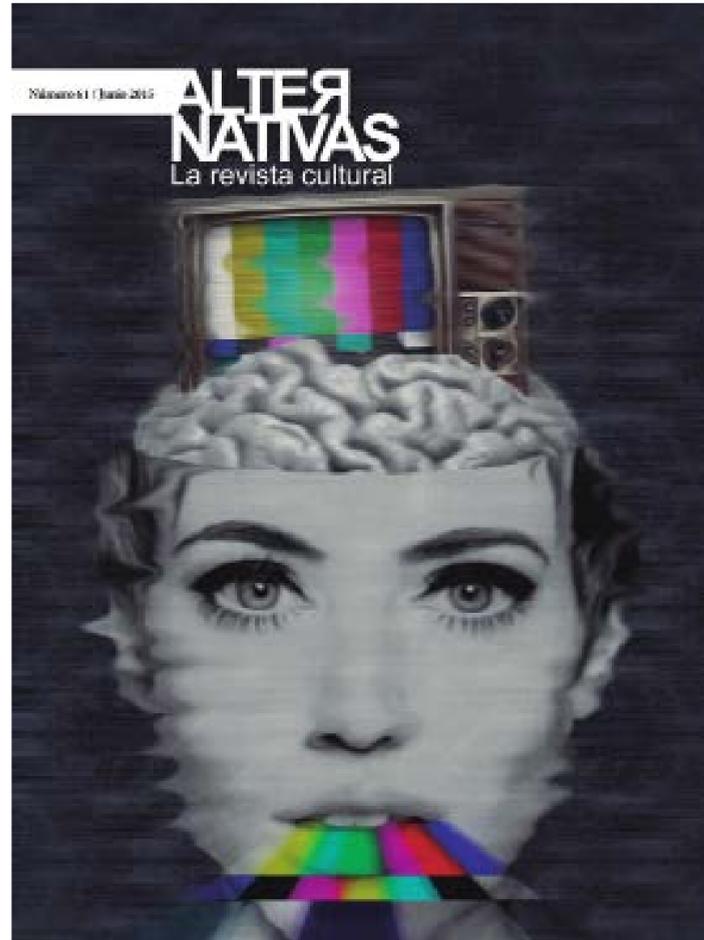
Una revista nos lleva a conocer sobre los hechos importantes para nosotros, además de ofrecer la oportunidad de crear diálogo entre sus lectores, o bien de los lectores con la revista.

Darse cuenta sobre estos fenómenos con temas especializados de interés hacia un grupo determinado enriquecen la escena cultural. Los temas especializados son importantes para los grupos sociales implicados en la cultura, además de reforzar la identidad y servir de registro de los hechos importantes dentro de este mundo. (Jitrik Noe, 1993)

### 1.1.2.4.1. ¿Cómo funciona una revista cultural?

Una revista cultural tiene una concepción muy parecida a la de una revista tradicional, solo que sufre ciertos cambios por la naturaleza del medio. Existirá una dirección en la cual estará el director de arte y el editor, y bajo ellos jerárquicamente los redactores.

O bien en organizaciones más pequeñas las revistas suelen ser colectivas dado a que los miembros resuelven distintas tareas cada uno. Las 5 etapas definidas por Tarantino en su estudio de una revista cultural independiente en Buenos Aires son: producción de contenidos, diagramación y diseño, distribución, logística y organización, formación. (Tarantino, 2016, págs. 59,60)



IMG 14, Revista alternativas, España

### 1.1.2.4.2. Producción de contenidos

La primera etapa puramente dialéctica es de organización y definición de temas, una suerte de lluvia de ideas colectiva “Se genera una serie de ideas a partir de los integrantes de la dirección, los redactores y todos los colaboradores. Se discuten, de manera colectiva, los ejes de las notas para los meses venideros; también ideas de tapa y sumarios.” (Tarantino, 2016, pág. 65)

Además es una etapa donde se va definiendo fechas, y se organiza, a manera de preproducción el armado de la revista con los temas, los contenidos necesarios, etc. “Se arma una grilla con las notas futuras, se encarga una fecha concreta, se trabaja con ilustradores, diseñadores, fotógrafos, columnistas, etc. Se trata de un trabajo de revista más típico y tradicional.” (Tarantino, 2016, pág. 65)

Esta es la etapa de curar textos, hacer correcciones e ir planificando con tiempos determinados la duración de cada tarea posterior, de definir cuántas hojas tendrá el siguiente número, cuántos textos se requieren, qué imágenes se planea utilizar y hasta los espacios dedicados a publicidad o a ciertas funciones inherentes de la revista.

### 1.1.2.4.3. Diseño

Dentro del estudio de Tarantino, la tapa de la revista es uno de los procesos los cuales se invierte más esfuerzo que en otros, los entrevistados coinciden en que la venta de la revista está sujeta a la estética de la misma y a lo que anuncian los titulares.

Una portada fuerte que se distinga de otras hará que la revista tenga su propia identidad, y acompañada de titulares alineados a su tono de comunicación son lo más importante para ser compradas por sus lectores.

En la revista Sudestada el diseño de la portada se tomaba 2 meses, mientras que la diagramación del resto de la misma se tomaba solo 20 días. Para la etapa de diagramación ya deben estar concluidas todas las notas, además de contar con todo el material digital e imágenes listas. (Tarantino, 2016, pág. 66)

### 1.1.2.4.4 Distribución

La distribución de la revista es tanto parte de las tareas del reducido grupo de integrantes o bien no es siempre mediante un kiosco de revistas como las tradicionales. Muchas veces es distribuida en ferias de libros, o eventos públicos para tener más llegada al público. Una distribución mixta por medio de distribuidores y de la acción directa asegura esta difusión. (Tarantino, 2016, pág. 68)

Esta etapa es una de las más cruciales donde es primordial llegar a la gente, ya que sino se vende no se asegura la salida de la siguiente edición. Una distribución efectiva está dada por muchos factores más, la relación que se tiene con los distribuidores, la publicidad para cada número.

### 1.1.2.4.5 Logística y Organización

Esta etapa consiste en la evaluación de las anteriores, además de la distribución de números anteriores, envíos y demás tareas. Otra tarea de esta etapa es la de corregir cualquier problema que se haya generado en las etapas previas, y mejorarlo para la próxima edición.

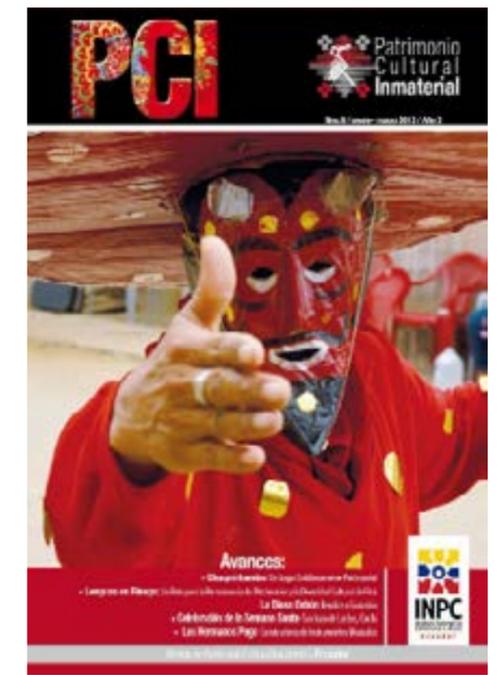
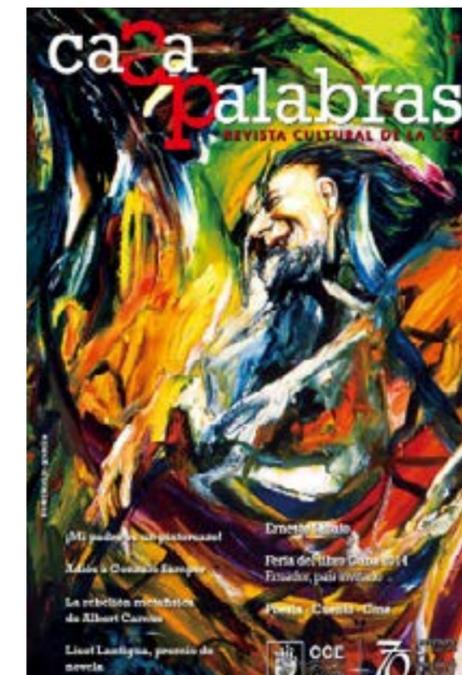
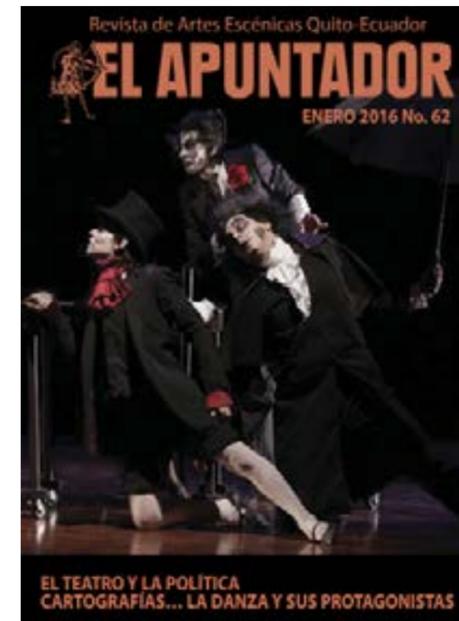
Aquí también tenemos la difusión como proceso de la logística, para esto se utilizan los sitios web como complemento, o la difusión por redes sociales tales como Facebook o Twitter. (Tarantino, 2016, pág. 69)

### 1.1.2.4.6 Formación

Esta última etapa es reflexiva, en la cual el equipo editorial define hilos conductores de la revista bien para la redacción de nuevos temas como la expansión a proyectos más ambiciosos como la redacción de un libro. O bien en revistas más tradicionales, cómo ligar ciertos temas a la venta de publicidad o espacios para la industria en la cual opera la revista. (Tarantino, 2016, pág. 71)



IMG 15, Revista buensalvaje, Perú



IMG 16, Revistas culturales de Ecuador. De izquierda a derecha: (arriba) El apuntador, Yaguarzungo, La Licuadora, (abajo) Mira!, Casa Palabras, PCI

### 1.1.2.4.7. Revistas culturales de Ecuador

Las revistas culturales en nuestro país han estado siempre alineadas hacia dos corrientes: Las institucionales, que son producidas por editoriales universitarias, ministerios, o editoriales propias de casas de la cultura; y las independientes que nacen como una corriente de rechazo hacia el sistema establecido, donde se lucha contra la censura y la opinión de los escritores es mucho más libre.

Vamos a referirnos a las segundas como objeto de estudio. En los últimos 15 años hemos presenciado diferentes propuestas en el país las cuales se han ido expandiendo en su difusión gracias a las nuevas tecnologías.

En la primera década del siglo XXI los blogs era la principal herramienta que utilizaron las revistas y medios alternativos para llegar a la gente.

Con la llegada de las redes sociales ha cambiado este tipo de herramientas para llegar a los lectores o incentivar la compra del producto físico por medio de la publicación en web de contenidos parciales, que pueden ser leídos en su totalidad en su edición impresa.

Han existido medios especializados tanto como más generales en cuanto a revistas culturales. Algunos ejemplos son El apuntador que se dedica desde el 2000 a cubrir las artes escénicas en Ecuador; Anaconda que es un medio que invita a la reflexión con una alta calidad fotográfica; Miratú! la cual funciona como una guía de eventos o agenda; Judas la cual propone temas sociales que son abordados por artistas gráficos.

Otro ejemplo local es el de L'Escalier, la cual funcionaba mediante números gratuitos impresos para su difusión, y una edición digital que circulaba en su página web.

El mayor problema que han sufrido estos proyectos ha sido una falta de financiamiento, debido a los altos costos de producción para semanarios impresos, o las crisis económicas que han afectado a todos los sectores del mercado nacional en los últimos 5 años.

En el caso de Guayaquil, las esferas culturales se encuentran muy aisladas una de otra, pero gracias a la tecnología se ha podido realizar una mejor gestión en lo que confiere a cultura otorgándole una poderosa herramienta de comunicación a los artista y gestores.



IMG 17, Polémica portada de revista de sátira política "Comentarios de Pancho Jaime"

## 1.2. Análisis de homólogos

A continuación analizaremos ciertos homólogos del proyecto editorial que estamos proponiendo. Se tomará en cuenta factores morfológicos, funcionales y tecnológicos para hacer un análisis de los mismos.

El factor común de todos: Revistas de cultura juvenil.

El análisis de estos factores nos ayudará a definir pautas y partidos de diseño para el producto final de esta tesis.

### 1.2.1. Revista El Clavo: Periodismo juvenil

*Para mentes jóvenes*



IMG 18, Portadas de revista El Clavo (Cali)



### ANÁLISIS

#### Datos generales

**Producida por:**

El Clavo Producciones (Cali, COL)

Revista con 21 años de vida

**Target:**

Jóvenes universitarios

#### Forma

**Formato:** A4 vertical

**Tipografía:** Juego tipográfico contrastado/varios pesos.

**Imágenes:** Uso de ilustraciones y fotos

**Cromática:** Colores brillantes/intensos

**Gráfica:** Uso de identificadores e hipervínculos.(RSS)

#### Función

**Uso:** Informativa/entretenimiento

**Funcionamiento:** Soporte de la revista dentro de la plataforma web. Tienen su propio canal local de tv y de radio.

**Circulación:** mensual

Cada número gira en torno a 1 temática concreta.

#### Tecnología

**Impresión:** Offset en Bond 120gr.

Grapado, 60 págs. Aprox.

## 1.2.2. Bacánika: Cultura para jóvenes

Cultura para jóvenes

# bacánika



### ANÁLISIS

#### Datos generales

**Producida por:** Editorial Bienestar SAS (Bogotá, COL)  
**Circula desde el 2009**  
**Target:** Jóvenes universitarios

#### Forma

**Formato:** A4 vertical  
**Tipografía:** Juego tipográfico amplio y legible/lettering.  
**Imágenes:** Colección de ilustraciones variada e interesante.  
**Cromática:** Colores brillantes/intensos  
**Gráfica:** Identificadores tipográficos/Juego de superposiciones.  
Alto contraste de formas.

#### Función

**Uso:** Plataforma web con contenidos respaldados.  
**Funcionamiento:** Difusión mediante uso de canales de redes sociales para multimedia.  
**Circulación:** mensual  
Ahora es una revista digital.

#### Tecnología

**Impresión:** Offset en Bond 120gr.  
Grapado, 60 págs. Aprox.



IMG 18, Portadas y páginas internas de revista Bacánika (Bogotá)

## 1.2.3. La Licuadora

Arte Licuado.

# La Licuadora



IMG 19, Portada de La Licuadora

### ANÁLISIS

#### Datos generales

**Producida por:** Sandra González (a.k.a. Lola Duchamp)  
**Circuló del 2010-2011**  
**Target:** Jóvenes de 12-14 años interesados en arte y cultura.

#### Forma

**Formato:** A4 vertical  
**Tipografía:** No existe una buena organización tipográfica.  
**Imágenes:** Colección de ilustraciones del mismo estilo.  
**Cromática:** Uso de tricromía para impresión. Cada número es de un color específico.  
**Gráfica:** Uso de recursos manuales y medios mixtos (análogo + digital)

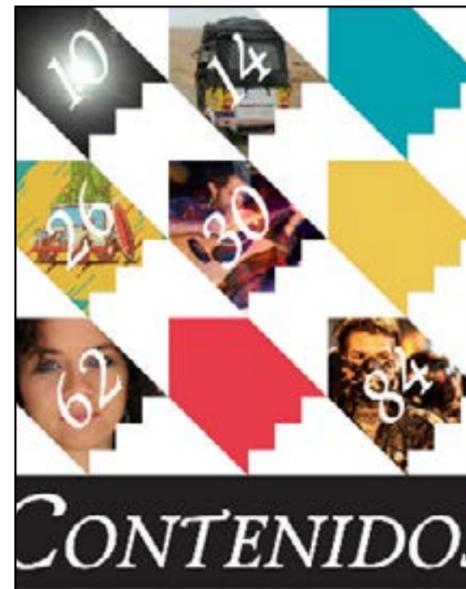
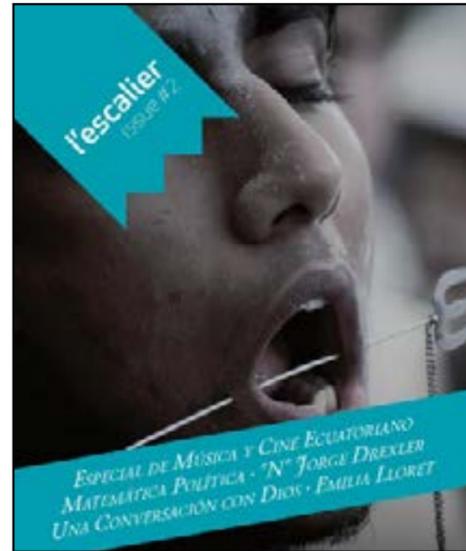
#### Función

**Uso:** Plataforma para difusión de cultura para jóvenes en primeros años de colegio.  
**Funcionamiento:** Difusión mediante microferias, financiamiento de publicidad..  
**Circulación:** Bimensual

#### Tecnología

**Impresión:** Offset en Bond 120gr.  
Tricromía, grapado, 60 págs. Aprox.

## 1.2.4. L'Escalier Mag



IMG 20, Portada y primeras páginas de L'Escalier

## ANÁLISIS

### Datos generales

#### Producida por:

Grupo L'Escalier (Dir. Santiago Muñoz)  
Circuló de 2012-2013

#### Target:

Jóvenes de 20-24 años de Cuenca

### Forma

**Formato:** A4 vertical

**Tipografía:** No existe un juego tipográfico muy extenso.

**Imágenes:** Diagramación algo monótona, amplio uso de fotografías.

**Cromática:** Cuatricromía sobre papel gloss

**Gráfica:** Ilustraciones y fotos a margen. Lettering.

### Función

**Uso:** Circulación de ejemplares mensuales impresos. Contenido completo en la página web.

**Funcionamiento:** Difusión mediante ejemplares impresos gratis.

**Circulación:** Bimensual

### Tecnología

**Impresión:** Offset full color sobre papel gloss.

Grapado, 60 págs. Aprox.

## 1.3. Investigación de campo

Para saber más a fondo sobre el escenario cultural y artístico de Guayaquil se condujo una serie de entrevistas a personas implicadas dentro del mismo.

Se escogió a un músico independiente que participa en 2 proyectos musicales (bandas) con alcance nacional, una periodista de un diario dedicada a la sección de cultura, y una artista visual la cual ya tuvo experiencia en la producción de una revista cultural en la ciudad.

### 1.3.1. Método de investigación

Se realizó una investigación cualitativa con preguntas abiertas para que los implicados puedan responder con facilidad y extraer aspectos importantes que nos ayuden a entender cómo visualizan ellos la situación cultural y artística de la ciudad.

### Preguntas de la entrevista:

- ¿A qué actividad cultural/artística te dedicas?
- ¿Qué opinas del consumo de arte y cultura de los jóvenes en Guayaquil?
- ¿De dónde nace tu proyecto?
- ¿Qué aprendiste de este proyecto?
- ¿Qué recomendaciones tienes sobre la producción de contenidos culturales?
- ¿Qué cambios has visto en los últimos 5 años en la escena cultural de Guayaquil?

### Entrevistados

#### 1. José Ariel Coveñas

Músico independiente. 24 años  
Integrante de Los Corrientes y Armada de Juguete.



#### 2. Mariella Toranzos

Periodista de cultura  
de Diario Expreso. 29 años



#### 3. Sandra González

Artista visual, Master en Antropología visual. 29 años.  
Productora y diseñadora de revista La Licuadora.



## 1.3.2. Resultados de investigación

### 1.3.2.1. José Coveñas

Guayaquil no cuenta con los espacios y las iniciativas suficientes para generar una escena musical independiente más activa.

Las iniciativas musicales están comenzando a surgir. Al fin los músicos reciben el apoyo que merecen

Hace 5 años la mayoría de las presentaciones era en locales improvisados, ahora los estándares y requerimientos (de bandas y organizadores) ha aumentado. Hay más equipos, mejores plazas

En Ecuador han aumentado el número de festivales, el intercambio con otras ciudades tiene un impacto positivo local y nacional.

No hay radios independientes como en Cuenca dedicadas a música ecuatoriana independiente, que si respeten el 1x1.

### 1.3.2.3. Sandra González

No creo en sí que a los jóvenes no les interese cuestiones culturales o artísticas, sino que es difícil que estén al alcance.

Se debe enfocar en los jóvenes para crear hábitos de consumo cultural.

Un proyecto cultural es como un embarazo, exige todo de tí.

Tal vez no cambies el mundo entero, pero puedes cambiar unos cuantos mundos.

Hay que dejar las poses y trabajar más

### 1.3.2.2. Mariella Toranzos

Cada vez hay más eventos, más conciertos, más exposiciones. Es de verdad un boom.

La UArtes ha cambiado el paradigma y acercamientos a la cultura en Guayaquil

El microteatro ha impulsado el crecimiento exponencial de las artes escénicas.

Cada vez se generan más públicos.

Debería replicarse estrategias de difusión que se ven en Quito y Cuenca. (Carteleras públicas)

Es bastante limitado lo que se puede hacer desde un medio genérico como un periódico.

## 1.3.3. Conclusiones de la investigación de campo

Gracias a las respuestas de los entrevistados podemos concluir que la situación del escenario cultural está en boom, creciendo gracias a diferentes factores beneficiosos, tales como el apoyo estatal, el establecimiento de la Universidad de las Artes, y el desarrollo de propuestas independientes y colectivas.

A pesar de este boom, sigue habiendo fallas en la manera que se difunde la cultura en la ciudad, un problema que viene dándose desde hace años por problemas de presupuesto.

Otro cambio positivo es que la infraestructura y la tecnología ha mejorado en creces, dándole más posibilidades a los gestores culturales.

---

---

## 1.4. Conclusión

El escenario cultural de la ciudad está en uno de sus mejores momentos, pero como hemos podido observar el problema está en la difusión.

Muchas propuestas que podrían tener mayor acogida tales como el microteatro o el crecimiento de nuevos escenarios y de la industria musical independiente brindan grandes oportunidades para que un producto editorial dedicado a esta escena sirva como medio para conectar entre la comunidad y los artistas, los gestores y demás participantes del arte y la cultura guayaquileña.

# Capítulo 2

---

## Programación

# 2.1. Mercado

---

## 2.1.1. Variables de segmentación de mercado

- **Sociográficas**

Clase social: Media alta  
Estilo de vida: Gusta del arte independiente, asiste a conciertos locales, consume alcohol, tabaco, no enfoca su vida en la religión como sus padres, extrovertidos e introvertidos.

- **Demográficas**

**Edad:** 20-29 años  
**Género:** Masculino & Femenino  
**Tamaño de familia:** 2 a 5 miembros  
**Ciclo de vida familiar:** Joven, soltero  
**Ocupación:** Universitarios, jóvenes profesionales  
**Ingresos:** 600-900 \$ mensuales  
**Educación:** Secundaria, Tercer nivel.  
**Generación:** Y/ Z  
**Nacionalidad:** Ecuatoriano

- **Psicográficas**

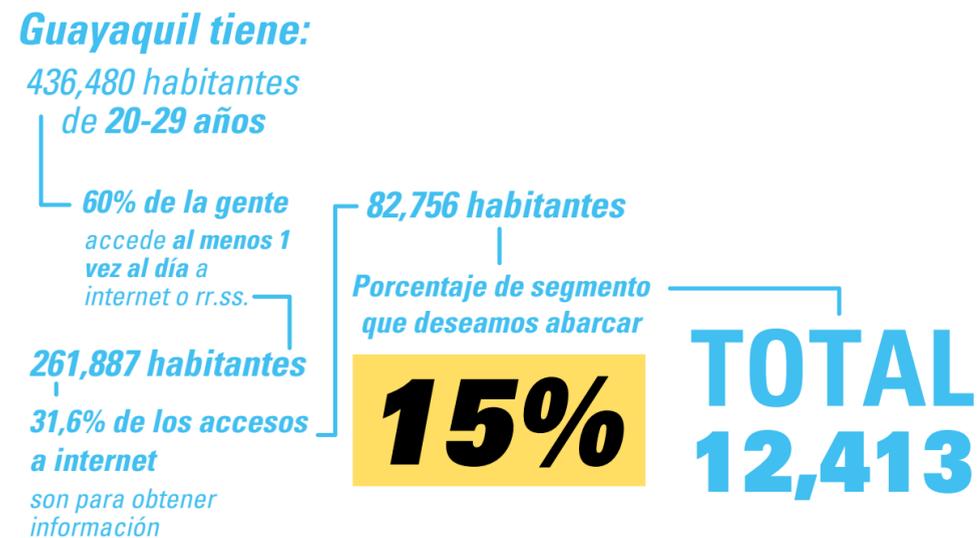
**Ocasiones:** Ocasión especial.  
**Beneficios:** Información, conexión.  
**Estatus del usuario:** Usuario potencial.  
**Frecuencia de uso:** Usuario ocasional.  
**Estatus de lealtad:** Ninguna  
**Etapas de preparación:** Inconsciente, no informado, posible intención de compra.  
**Actitud hacia el producto:** Entusiasta, positiva.

## 2.2. Segmentación de mercado

Para la segmentación de mercado tomaremos los datos del Censo de Población y Vivienda del 2010 como base y las proyecciones poblacionales del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos), además de un estudio sobre los usos de tecnologías en el país del 2015. Total de población de la provincia del Guayas de 20-29 años: 692,825 habitantes

La población total de Guayaquil representa el 63% de la población de Guayas. Esto sería 436,480 habitantes. Según el estudio de uso de tecnologías, un 60% de personas acceden a internet al menos una vez al día. Esto correspondería a 261,887 habitantes.

En cuanto a uso de tecnologías, el 31,6% de personas utilizan la tecnología con propósitos de comunicación, lo cual nos dejaría con un universo a investigar de 82,756 habitantes. Utilizando un estimado pesimista del 15% de penetración al mercado, concluimos que nuestro segmento corresponde a 12,413 habitantes en total.



### 2.2.1. Perfil de usuario

Una manera más efectiva de hacer una aproximación de la revista, es la creación de un perfil de usuario, para así saber los requerimientos que vaya a tener el proyecto y que tenga éxito para comunicarle a esta persona que se debe llegar a identificar con nuestro proyecto.



**Karen Quezada**

20 años

Estudia Artes

Hobbies: pintar, leer

Karen es estudiante de Artes visuales, actualmente está en 2do semestre y muestra un gran entusiasmo por su carrera. Suele acudir a centros culturales y eventos independientes que se realizan cada semana, se suele informar por redes sociales o mediante sus amigos sobre estos eventos.

Le gusta la música, la poesía y está enfocando sus esfuerzos en la pintura. Usa transporte público y no suele ir a muchas fiestas porque no le alcanza el dinero, su principal fuente de dinero es un trabajo de fines de semana en un local de ropa, su madre se dedica a la crianza de sus 2 hermanos pequeños con su ayuda. Ella siempre encuentra un momento libre en su día para dedicarse a pintar, y a pesar de esto es una persona muy sociable y que siempre se suele encontrar en los eventos culturales de la ciudad.



**Pablo Arévalo**

23 años

Estudia publicidad

Hobbies: música

Pablo es un estudiante de comunicación y publicidad en una universidad privada, frecuenta mucho con sus amigos de la carrera y otros grupos que corresponden a sus ex compañeros de colegio, y de intereses personales.

Tiene una banda con sus amigos, y los fines de semana suele salir a fiestas o reuniones con sus amigos. Valora mucho más el tiempo que pasa con sus amistades que con su familia, es un joven el cual está orientado a la acción. Le gusta ir a conciertos de bandas locales y de bandas de otras ciudades, suele informarse por redes sociales de su entorno, no lee periódicos, prefiere acudir a páginas independientes y fuentes que encuentra dentro de su feed de Facebook.



**Javier Calderón**

29 años

Ing. en marketing

Hobbies: leer, fotografía

Javier es ingeniero en marketing de una gran empresa de publicidad que funciona en la ciudad, trabaja como ejecutivo de cuentas y se mantiene siempre en contacto con sus clientes. Vive con su novia quien trabaja como administradora de un restaurante, ambos utilizan smartphones como principal herramienta de comunicación. No suelen escuchar radio o informarse por televisión, internet es su principal fuente para mantenerse al día de lo que sucede en su entorno.

En su tiempo libre suele salir de viaje o comer en restaurantes nuevos de la ciudad junto a su novia. No ve mucho a su familia porque todos trabajan pero reúne tiempo en ocasiones especiales para pasar junto a ellos. Se transporta en un auto propio a su trabajo, no tiene casa propia pero renta un departamento al norte de la ciudad. Tiene varios círculos de amigos que se componen de ex compañeros de colegio, compañeros de trabajo, y conocidos de parte de su novia. Una o dos veces al mes visita los microteatros de la ciudad o asiste a inauguraciones de exposiciones de arte, o presentaciones de libros.

## 2.3. Plan de Negocios

### 2.3.1. Análisis FODA

<b>Fortalezas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Este producto se plantea desde lo físico, y un producto impreso tiene un valor agregado que le da un valor extra de confiabilidad.</li><li>La experiencia en difusión y los nuevos medios facilitan la elaboración de estrategias de comunicación para el producto.</li></ul>	<b>Oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Guayaquil y su escena cultural/artística se encuentran en una etapa de crecimiento nunca antes vista.</li><li>Las grandes marcas también están apuntando a invertir en propuestas artísticas ya que es una estrategia efectiva para fidelizar con un nicho de mercado poco explotado.</li><li>La era multimedia ofrece nuevas formas de lectura y crear una auténtica experiencia de usuario, donde es realmente placentero realizar una lectura.</li></ul>
<b>Debilidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>No existe un gran equipo conformado para la producción de este producto editorial.</li><li>No se tiene experiencia en la elaboración de revistas culturales.</li></ul>	<b>Amenazas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>La falta de presupuestos puede detener la producción de la revista.</li><li>La industria aún es pequeña y existen otros sectores productivos que ofrecen una mejor rentabilidad cuantitativa mas no cualitativa.</li></ul>

### 2.3.2. Las 4 C's del Marketing

#### 2.3.2.1. Consumidor

Para determinar a nuestro consumidor vamos a considerar el análisis de persona design el cual se tomó en el capítulo anterior.

##### Capacidad del producto

Este producto tiene la capacidad de entretener y servir como medio especializado en cuanto concierne a cultura en la ciudad de Guayaquil. Además la naturaleza digital a la cual apunta evolucionar este proyecto le da la oportunidad a personas de otras ciudades y todo el mundo conocerla a fondo.

##### Compatibilidad del producto

De acuerdo a los datos del INEC (2012), el 56,8% de los ecuatorianos no leen por falta de interés, mientras el 31,7% dicen que no tienen tiempo para hacerlo. El producto en si como revista física se vuelve compatible al tener textos cortos y ponderando a la imagen para que este atractivo visual sea el vínculo con el cual podrán empatizar con el producto.

##### Orientación

En general podemos hablar de una orientación del consumidor hacia un impulso, a continuación detallamos el análisis.

###### *Orientación económica*

La revista es un producto periódico de bajo costo, satisface una necesidad de entretenimiento y está al alcance económico del público objetivo.

###### *Orientación psicológica*

Nuestro consumidor está sujeto a un flujo de información constante, lo cual determina la atención que le daría a nuestra revista. Es por esto que la información que cada artículo contiene es breve, concisa y con un lenguaje familiar para el target y fácil de comprender.

###### *Orientación motivacional*

La oportunidad de acercarse al mundo cultural de la ciudad es la motivación más grande que impulsaría al usuario a comprar nuestro producto, ya que vincula al público con los actores culturales y hace que crezca una comunidad fortalecida y unida.

#### 2.3.2.2. Costo

##### Precio estimado de pago

Las revistas en kioscos y espacios privados oscilan entre los 3-7 dólares. Para el precio de introducción del producto se lanzaría la revista a un precio de \$5,00.

#### 2.3.2.3. Conveniencia

##### Ubicación o punto de venta

Nuestro target se encuentra mayoritariamente en las universidades, este es el punto de venta en el cual se ubicaría el producto editorial.

##### Utilidad de lugar

El espacio universitario sirve para sacarle provecho a la técnica publicitaria del boca en boca. Este lugar refuerza la idea de comunidad que se construye a partir del diálogo indirecto que pretender crear este proyecto.

#### 2.3.2.4. Comunicación

##### Canales de comunicación

Los canales a manejarse serán digitales, ya que es el principal lugar donde se puede explotar un sinnúmero de herramientas para informar a nuestro público objetivo sobre la existencia del producto, y las novedades sobre nuevas ediciones u otras.

##### Embajadores de marca

Para reforzar la marca se utilizará embajadores de marca los cuales serán los mismos protagonistas de la escena cultural, para acercarlos también al público.

## 2.4. Partidas de diseño



### 2.4.1. Formales

- Orientación: Vertical
- Cromática: Orientada a la ciudad/ temas
- Reticula: Amplia/ asimetrías & simetrías
- Imágenes: fotografía/ilustración/infografía
- Formato: A4
- Tipografía: orientada a lectura



### 2.4.2. Funcionales

- Uso: Producto informativo de lo que sucede en cuanto a arte y cultura en la ciudad.
- Funcionamiento: Búsqueda por índice mediante lectura corrida.



### 2.4.3. Tecnológicas

- Impresión: Offset
- Acabados: Cuatricromía
- Materiales: Papel bond/reciclado

# Capítulo 3

## Ideación

# Palabras Clave

GRACIAS A LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE BRAINSTORMING SE OBTUVO ESTE CONJUNTO DE PALABRAS CLAVE PARA LA CONCEPTUALIZACIÓN DE ESTE PROYECTO.

---

ARTES · CULTURA · PUERTO ·ASTILLERO · COLORIDO · TROPICAL · FLUVIAL · ECOSIS-  
TEMA · ARTES · CULTURA · PUERTO ·ASTILLERO · COLORIDO · TROPICAL · FLUVIAL ·  
ECOSISTEMA · ARTES · CULTURA · PUERTO ·ASTILLERO · COLORIDO · TROPICAL · FLU-  
VIAL · ECOSISTEMA · ARTES · CULTURA · PUERTO ·ASTILLERO · COLORIDO · TROPI-  
CAL · FLUVIAL · ECOSISTEMA · ARTES · CULTURA · PUERTO ·ASTILLERO · COLORIDO ·  
TROPICAL · FLUVIAL · ECOSISTEMA · ARTES · CULTURA · PUERTO ·ASTILLERO · COLO-  
RIDO · TROPICAL · FLUVIAL · ECOSISTEMA · ARTES · CULTURA · PUERTO ·ASTILLERO  
· COLORIDO · TROPICAL · FLUVIAL · ECOSISTEMA · ARTES · CULTURA · PUERTO ·ASTI-  
LLERO · COLORIDO · TROPICAL · FLUVIAL · ECOSISTEMA · ARTES · CULTURA · PUERTO  
·ASTILLERO · COLORIDO · TROPICAL · FLUVIAL · ECOSISTEMA · ARTES · CULTURA ·  
PUERTO ·ASTILLERO · COLORIDO · TROPICAL · FLUVIAL · ECOSISTEMA · ARTES · CUL-  
TURA · PUERTO ·ASTILLERO · COLORIDO · TROPICAL · FLUVIAL · ECOSISTEMA · ARTES  
· CULTURA · PUERTO ·ASTILLERO · COLORIDO · TROPICAL · FLUVIAL · ECOSISTEMA ·  
ARTES · CULTURA · PUERTO ·ASTILLERO · COLORIDO · TROPICAL · FLUVIAL · ECOSIS-  
TEMA · ARTES · CULTURA · PUERTO ·ASTILLERO · COLORIDO · TROPICAL · FLUVIAL  
· ECOSISTEMA · ARTES · CULTURA · PUERTO ·ASTILLERO · COLORIDO · TROPICAL ·  
FLUVIAL · ECOSISTEMA · ARTES · CULTURA · PUERTO ·ASTILLERO · COLORIDO · TRO-  
PICAL · FLUVIAL · ECOSISTEMA · ARTES · CULTURA · PUERTO ·ASTILLERO · COLORIDO

# FORMA



## GLOCAL

## IMAGOTIPO

## SISTEMA DE 6-8 TIPOGRAFÍAS

## TRIADA CÁLIDA

## TENDENCIAS

## 6 COLUMNAS

## SATURACIÓN VISUAL

# FUNCIÓN

## Educativa

Nuevas tecnologías  
Destinos de viaje  
Tendencias/movimientos de otras ciudades

## De opinión

**Temas de interés**  
Nuevas políticas  
Reseñas

## De entretenimiento

**Eventos**  
Temas de interés  
**Ilustración/fotografía**  
Noticias curiosas  
Conciertos

## Informativa

**Temas de interés**  
Agenda cultural  
**Nuevos grupos/artistas**  
**Nuevos espacios**  
Teatros Pop-up  
Lanzamiento de libros

# TECNOLOGÍA

## Digital

WORDPRESS  
HTML5  
SMARTPHONES  
R. A.  
**QR SCANNER**

## Análogo

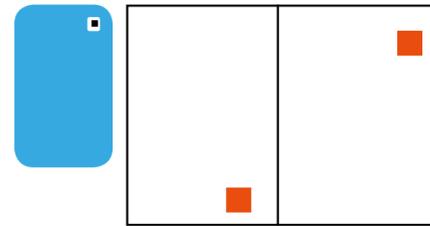
**OFFSET**  
IMPRESIÓN LÁSER  
SERIGRAFÍA  
SIM. RISOGRAFIA

# ¿Cómo innovar en una revista enfocada a jóvenes?

Mediante la interactividad y el uso de herramientas TIC's contemporáneas

## IDEA #1

QR SCANNER APP



### PROS

- Contenidos multimedia al alcance
- Capacidad de crear tráfico en plataformas
- Experiencia enriquecida

### CONTRAS

- Los usuarios pueden rehusarse a descargar app
- Falta de apps de contenidos. (Se interrumpiría la interacción)

## IDEA #2

PORTADA C/  
R. AUMENTADA



### PROS

- Primera impresión más interesante
- Mayor valor de producto real
- Mayor recordación de marca
- Enlaza pantallas (digital) y páginas (análogo)

### CONTRAS

- Smartphones sin software para R.A.
- Los usuarios pueden perder interés luego de revisar la portada. (No lectura)

## IDEA #3

GEOLOCALIZACIÓN  
PARA CONTENIDOS



### PROS

- Acciones reales desde interacciones digitales
- Mapas personalizados
- Nicho de mercado poco explorado

### CONTRAS

- Condiciona los contenidos a una localización.
- Dificultad para localizar ciertos sitios.

## IDEA FINAL



### QR SCANNER APP

- Mayor factibilidad
- Flexibilidad para enlazar contenidos web
- Recordación de marca más fuerte
- Diseño de experiencia de usuario

El hipervínculo con el que se accede desde el papel otorga la oportunidad de aprovechar los contenidos actualizables e intercambiables de la red mediante un vínculo fijo.

# Capítulo 4

---

## Bocetación

# 4.1. Isologo/mancheta

## Bocetos



IMG 21, Bocetos de isotipo para marca de revista cultural

## Digitalización de propuestas



## Propuesta final



## Tipografía

**EL EMBARQUE** Alegreya  
**EL EMBARQUE** Coda Heavy  
**EL EMBARQUE** Gotham Condensed Bold  
**EL EMBARQUE** Interstate plus  
**EL EMBARQUE** Univers 85 Black

## Pruebas de contraste y cromática



## Mancheta: Propuesta final



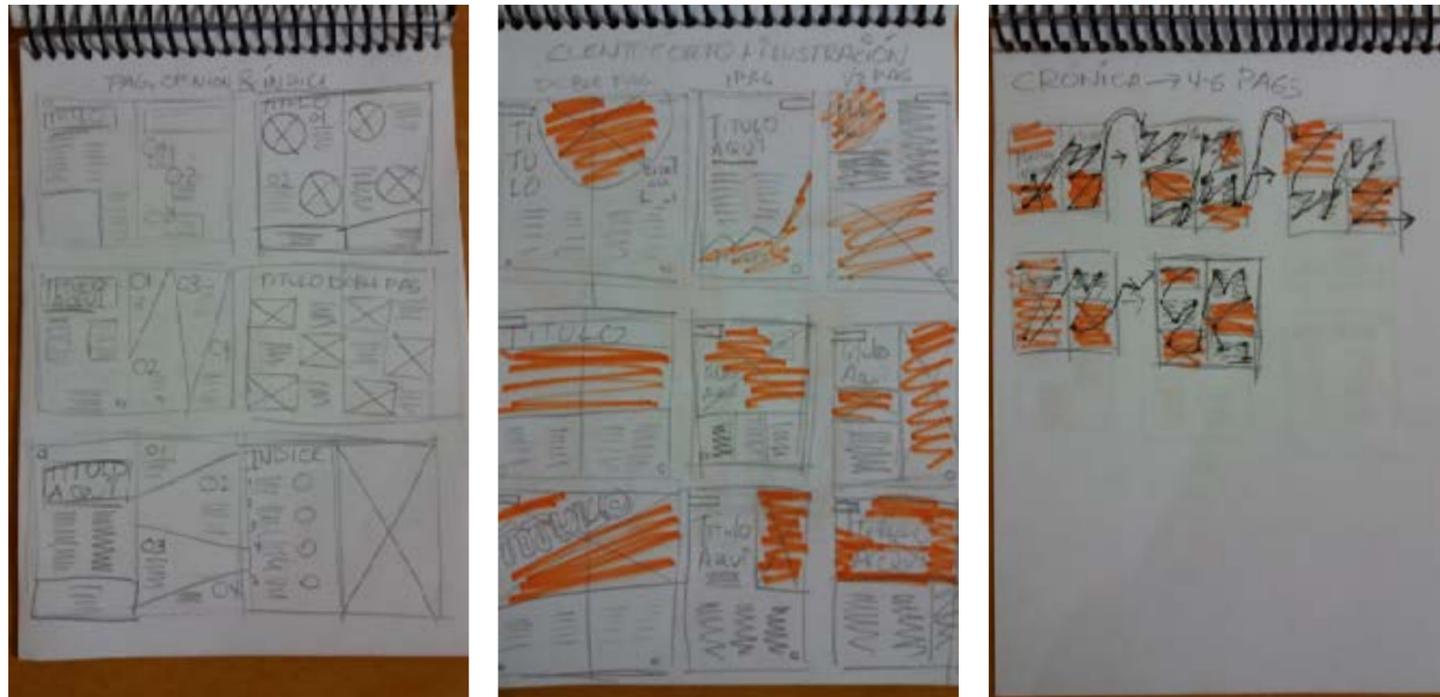
# EL EMBARQUE

## 4.2. Diagramación

### Por tipo de artículo

CUENTO/RELATO CORTO  
POESÍA + ILUSTRACIÓN  
PERFIL  
ENTREVISTA

FOTOREPORTAJE  
CRÓNICA  
FOTOGALERÍA  
COLUMNA DE OPINIÓN



IMG 21, Bocetos de diagramación de página

## 4.3. Tipografía y Elementos de Página

### Titulares

*Ubuntu 36pt*

Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectepiscing elit, se e

**Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectepiscing elit, se**

*Univers Extra Black 34pt*

**Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectepiscing elit, se**

*Interstate Plus 36pt*

**Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectepiscing elit, se**

*Source Sans Black 36pt*

**Lorem ipsum dolor sit amet**

# Texto corrido

Times 10 pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hen

Garamond 10 pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hen

Cardo 10 pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hen

Roboto Slab 10 pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in he

# Folio

Interstate Bold

01 · REVISTA EL EMBARQUE

Akzidenz Grotesk Condensed

01 · REVISTA EL EMBARQUE

DinPro

01 · REVISTA EL EMBARQUE

# Cita

“ **Roboto Slab Bold 20 pt**

**Ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hen** ”

“ **Bodoni Oldstyle 20 pt**

**Ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hen** ”

# Indicador de sección

Interstate Mono bold 10pt

Cultura

Entrevista

Agenda

Cultura

Entrevista

Agenda

Akzidenz Grotesk Bold 10pt

Cultura

Entrevista

Agenda

Cultura

Entrevista

Agenda

Roboto Slab Bold 10pt

Cultura

Entrevista

Agenda

Cultura

Entrevista

Agenda

# Subtítulo

Josefin Slab 24pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore

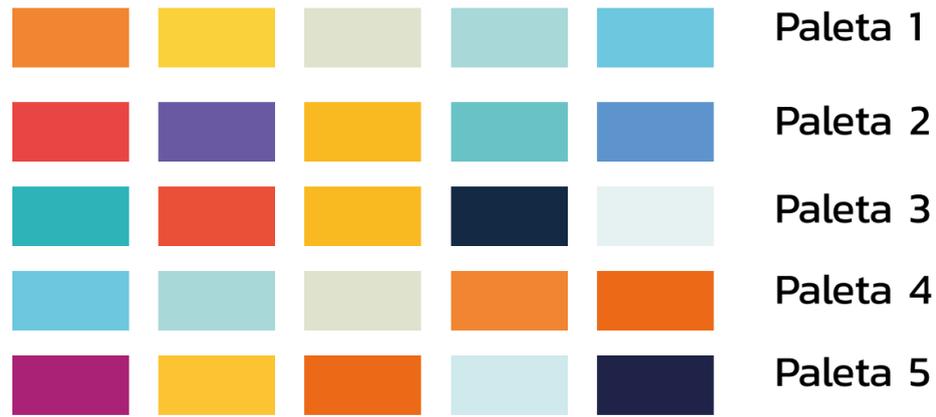
Avenir Next 24pt

**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore**

Source Sans 24pt

**Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore**

## 4.4. Cromática



Cultura

### Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur elit, se

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper

suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam

Ejemplo de una página compuesta con titular, subtítulo, texto corrido e imagen a sangre.

Titular

Subtítulo

Texto corrido

# Capítulo 5

---

## Diseño Final

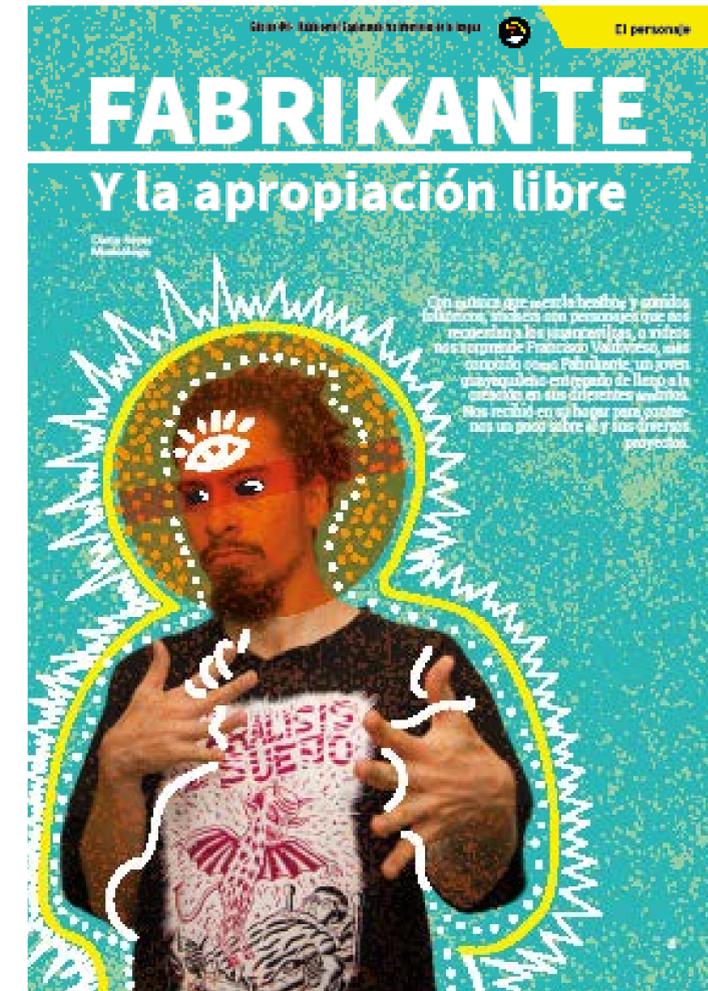
# Portada



Para la portada de la revista se tomó en cuenta la temática escogida "Habla Serio: Explorando los laberintos de la lengua" como referencia directa para comunicar el aspecto lúdico que tiene el lenguaje hablado para los guayaquileños.

Mediante la técnica de la superposición obtenemos una gama de colores diferentes que asimilan a los procesos de superimpresión con transparencias.

# Titulares



Los titulares deben tener un sistema flexible para poder ajustarse bien sean muy cortos o con una extensión mucho mayor.

En este artículo podemos observar cómo la primera línea tiene un mayor peso visual, y la segunda continúa el titular pero en una escala menor.

El titular está seguido de una entradilla la cual se ajusta a la ilustración aplicada en la página.



En este artículo observamos un titular alineado al centro en el cual se utiliza una jerarquía visual del mismo titular para obtener este resultado estable y que hace mucho acento e hincapié en lo más importante.



En esta imagen observamos otro ejemplo de aplicar un titular sobre una foto. En este caso es un fondo oscuro y el texto pasa a ser de color blanco para asegurar el máximo contraste y una legibilidad correcta.



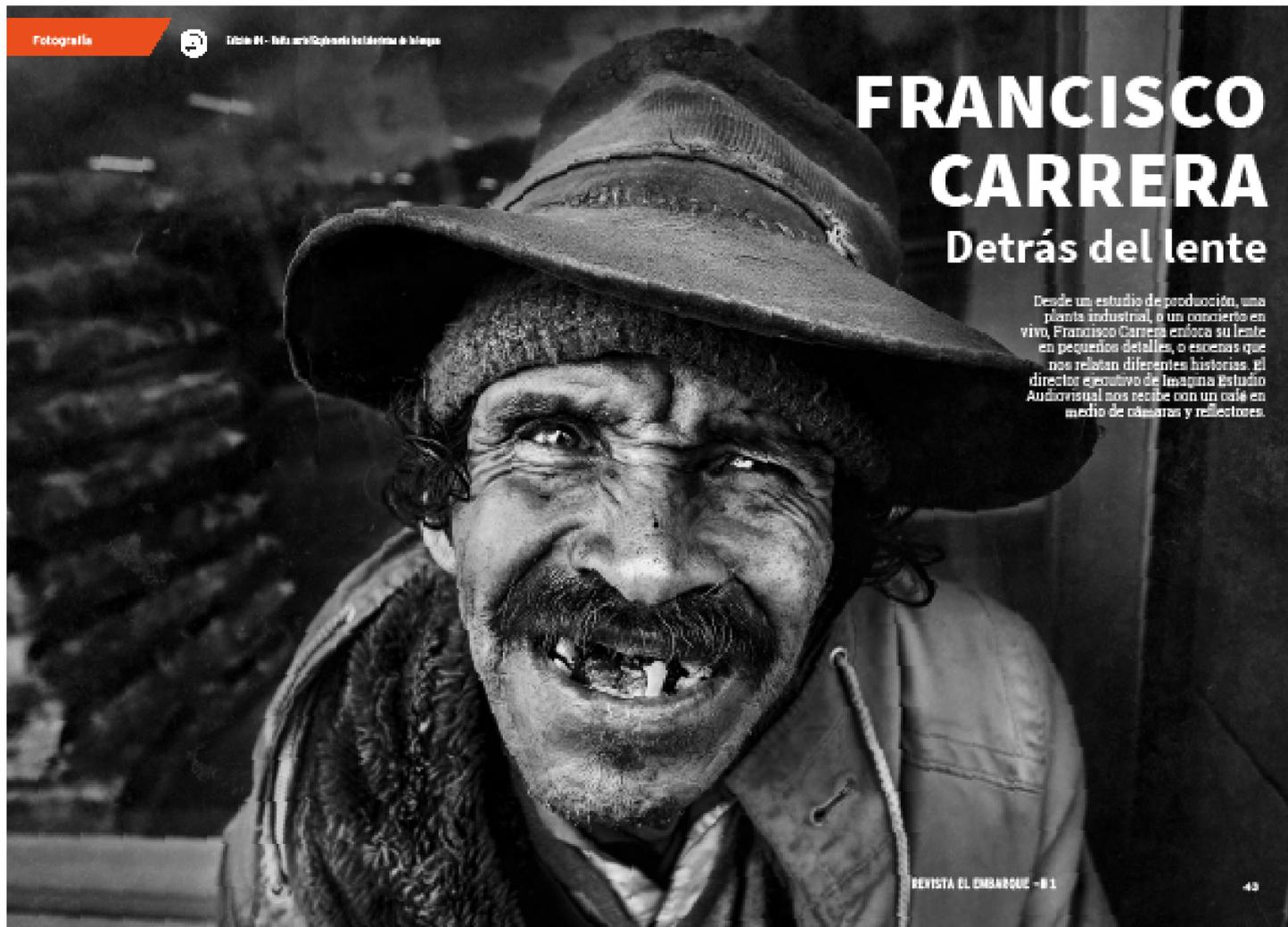
Otro titular más donde se juega con la escala de la tipografía, en este caso se hace una escalera inversa para guiar al ojo. Se complementa esta lectura con la máscara en ángulo que se utiliza para recortar la imagen con la que se abre el tema

# Páginas enfrentadas



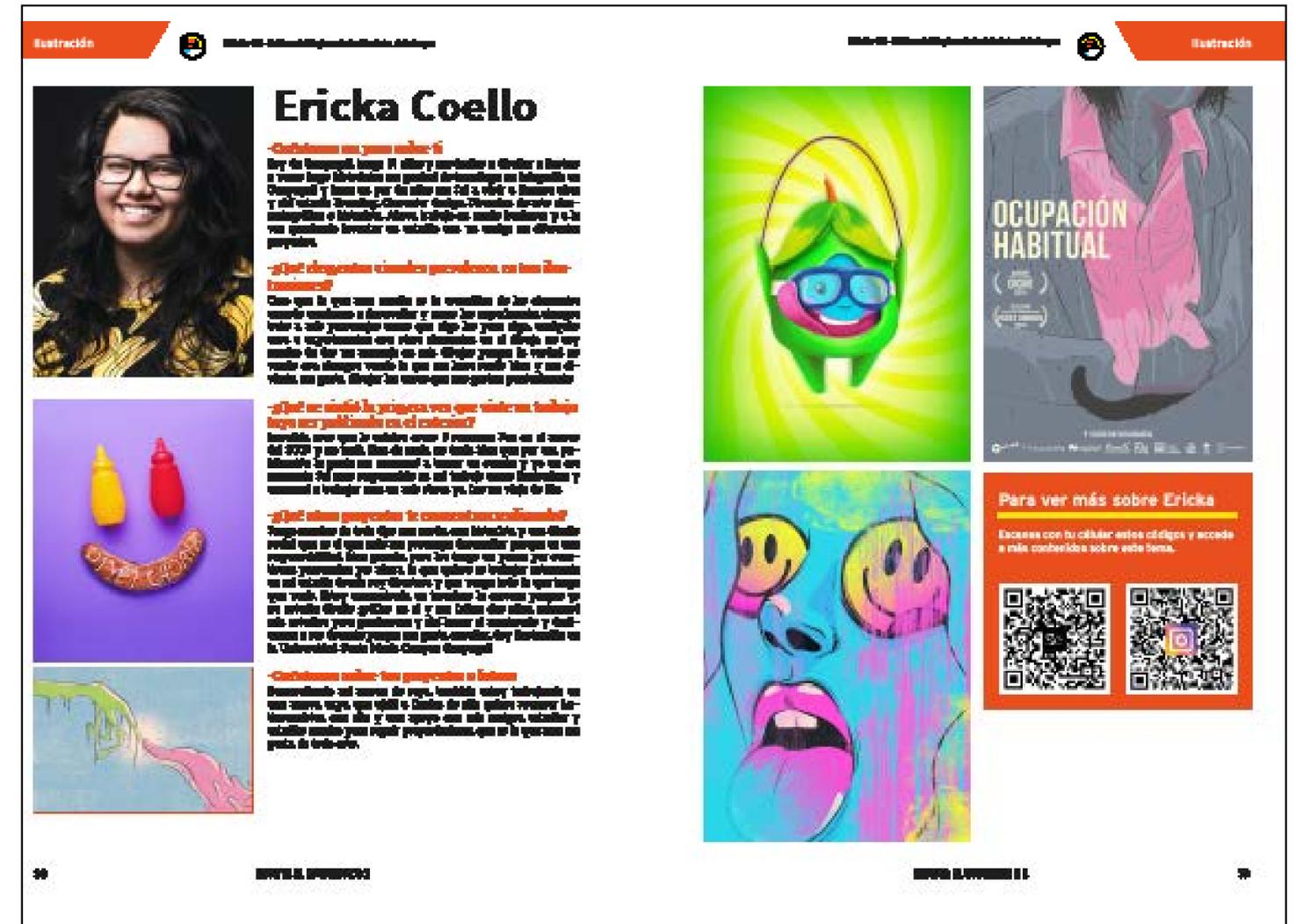
En esta doble página podemos observar como se alinea y se rompe en dos líneas un nombre para convertirlo un bloque de texto. Este bloque se alinea hacia la izquierda y tiene alto contraste con la fotografía que ocupa las dos páginas.

Para complementar el artículo, se sitúa la entrada en la esquina superior derecha para crear un equilibrio visual.



En esta doble página a blanco y negro, el titular está seguido de la entrada, jugando con las formas que la foto tiene.

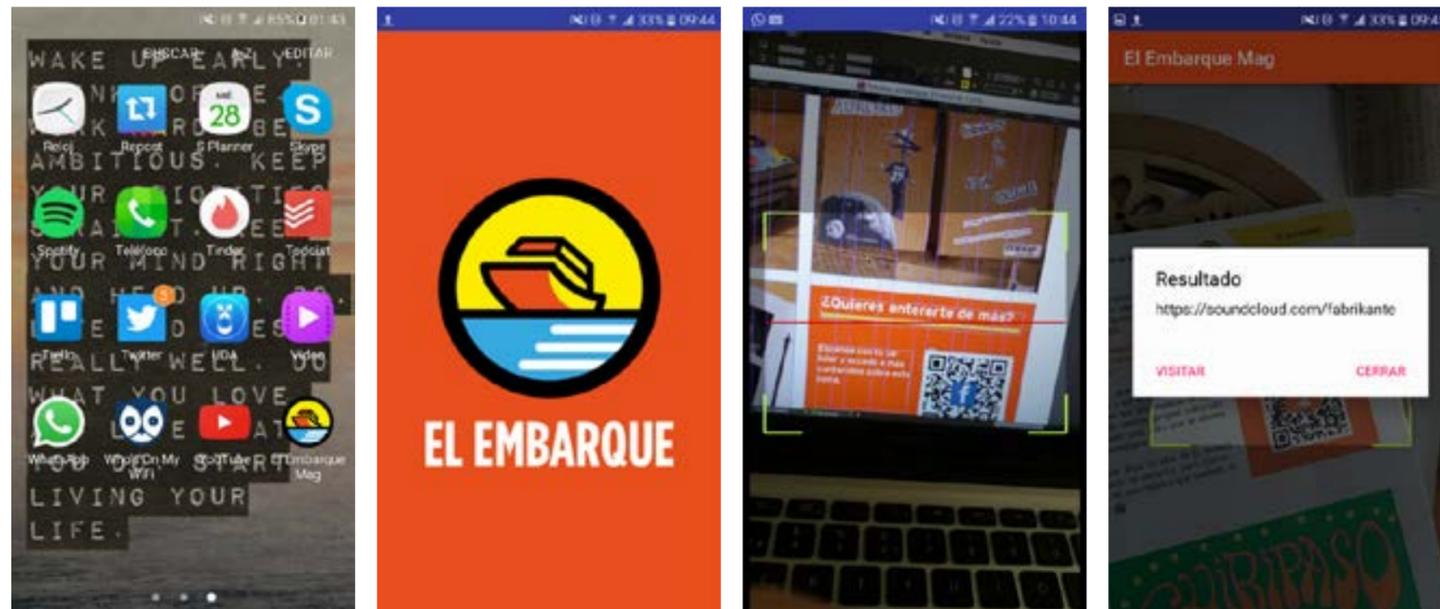
# Entrevista/galería



Otro formato explorado es el de entrevista en páginas enfrentadas. se aprovechó los contenidos visuales de los artistas para crear una diagramación fluida y con mucho que mirar.

# Prototipo de aplicación móvil

Para la lectura enriquecida que plantea este proyecto, se diseñó una aplicación móvil básica la cual escanearía los códigos QR situados al final de cada tema el cual tenga contenidos multimedia los cuales puedan ser revisados desde el telf.



# Producto final impreso

Para simular una impresión offset se utilizó diferentes tipos de papeles para realizar pruebas. Los métodos de impresión utilizados fueron inkjet e impresión láser.





# Capítulo 6

---

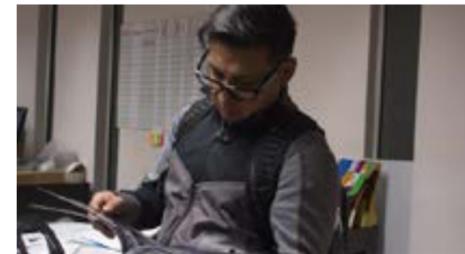
## Validación

# Encuestas y pruebas de lectura



Para la validación de este proyecto se hizo pruebas de lectura y de pregnancia de ciertos elementos importantes de la revista, tal como isologo, nombre de la revista, etc.

Además se tomó en cuenta los temas preferidos de las personas que hacían la prueba para así saber qué temas tienen mayor impacto.



Para concluir, se usó el prototipo de aplicación móvil para demostrar la facilidad de navegación que tiene la revista al enlazarse con la pantalla del celular.



# Encuesta post - lectura

Para esta encuesta se realizó preguntas abiertas en su mayoría y un par de preguntas específicas en las cuales se podría evaluar la efectividad de ciertos factores gráficos y comunicacionales.

- 1.- ¿Cómo se llama la revista?
- 2.- Dibuje lo que recuerde del logotipo
- 3.- Conocía sobre alguno de los artistas presentados?
- 4.- ¿Qué sección le llamó más la atención?
- 5.- ¿Qué artista/tema le pareció más interesante?
- 6.- ¿Quisiera saber más a fondo sobre algún tema?
- 7.- ¿Cuál?
- 8.- ¿Cuánto pagaría por esta revista?

## ¿Qué medirá cada pregunta?

1. - Medición de recordación de nombre. Fonotipo
- 2.- Pregnancia del isologo
- 3.- Conocimiento/desconocimiento sobre contexto de revista
- 4.- Evaluar interés
- 5.- Evaluar interés
- 6.- Juicio de valor/interés
- 7.- ""
- 8.- Medición de precios



# Resultados de evaluación

Como son preguntas abiertas y otras de escala vamos a hablar sobre los resultados obtenidos.

## 1. - Medición de recordación de nombre. Fonotipo

El fonotipo utilizado es recordado por todos los evaluados.

## 2.- Pregnancia del isologo

Todos los evaluados recordaron la forma básica de un barco del isotipo.

## 3.- Conocimiento/desconocimiento sobre contexto de revista

El 60% de los evaluados no conocía previamente a los artistas entrevistados.

## 4.- Evaluar interés

Un 50% de los evaluados estaba más interesado por temas de arte y diseño, 40% sobre música y 10% varios.

## 5.- Evaluar interés

El tema que más les llamó la atención fue el de Fabrikante

## 6.- Juicio de valor/interés

Todos los evaluados deseaban saber más sobre el tema que les llamó más la atención.

## 8.- Medición de precios

El 70% de los evaluados pagaría entre 2,50 y 5,00 por esta revista.

# Capítulo 7

---

## Conclusiones

# Conclusiones

El desarrollo de este proyecto ha tenido épocas muy ocupadas y exigente en cuanto a la cantidad de personas involucradas y los presupuestos.

Se considera un proyecto viable gracias a los resultados que ha dado en las pruebas de validación y la apertura que tienen los artistas para colaborar en el medio. Otro factor muy importante es el mercado creciente y las empresas que ahora invierten en cultura y otros intereses de público joven.

El prototipo de aplicación móvil tuvo resultados positivos y fue una de las herramientas principales las cuales los usuarios que realizaron la validación mencionaron que desearían utilizar para que la revista tenga un valor agregado para ellos.

# Recomendaciones

Se sugiere conseguir un financiamiento sólido para poder realizar la versión impresa de la revista, y una mayor presencia dentro de redes sociales, web, y contenidos multimedia.

Esto ayudaría a abaratar costos y hacer el proyecto mucho más viable.

# Bibliografía

**Dickie, G. (2005).** El círculo del arte: Una teoría del arte. (S. J. Castro, Trad.) Barcelona, España: Paidós.

**Castro, S. J. (2005).** En teoría, es arte: una introducción a la estética. Salamanca, España: San Esteban.

**Danto, A. (1981).** The Transfiguration of the Commonplace. Cambridge, EEUU: Harvard University Press.

**Castro, S. J. (2005).** En teoría, es arte: una introducción a la estética. Salamanca, España: San Esteban.

**Fiz, S. M. (1982).** La Estética en la cultura moderna. Barcelona, España: Gustavo Gili.

**NC-Arte. (2012).** Conceptos de arte contemporáneo. Bogotá, Colombia: Fundación Neme.

**Danto, A. (2008).** El abuso de la belleza. La estética y el concepto de arte . Buenos Aires: Paidós estética.

**Castells, M. (2006).** Internet y la Sociedad Red. (pág. 2). Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

**Gaut, B. (2005).** The cluster account of Art Defended. (pág. 273). Londres: Brit J Aesthetics.

**Frascara, J. (2000).** Diseño para la Gente. Buenos Aires: Ediciones Infinito.

**Sarlo, B. (1994).** Escenas de la vida posmoderna. Buenos Aires: Ariel.

**Zapatero, Y. (2008).** Diseño de periódicos y revistas. Barcelona: Gustavo Gili.

**Bhaskaran, L. (2006).** ¿Qué es Diseño Editorial? . Barcelona: Index Book S.L. .

**Martinez Albertos, S. S. (1996).** Manual de Estilo. Indianapolis: Inter American Press Books.

**Uceda, M. G. (2001).** Las claves de la publicidad. Madrid: Esic Editorial.

**Castellblanque, M. (2005).** Manual del redactor publicitario. Madrid: ESIC Editorial.

**Jitrik Noe, R. N. (1993).** El rol de las revistas culturales. Revista Espacios , 12.

**Tarantino, N. (2016).** El proceso de trabajo en revistas culturales independientes. Sudestada: un estudio de caso.

Universidad Nacional de la Plata, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Buenos Aires: Bibhuma.

**Brito, S. (2015).** El escenario de las artes visuales contemporáneas en la ciudad de Guayaquil durante el presente siglo.

Universidad de Cuenca, Facultad de Artes . Cuenca: Universidad de Cuenca.

**Samara, T. (2004).** Diseñar con y sin retícula. Barcelona: Gustavo Gili.

