

UCUENCA

Universidad de Cuenca

Facultad de Artes

Carrera de Diseño Gráfico

**El Cartel como medio de expresión de la desigualdad social
en la ciudad de Cuenca**


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

Autor:

Daniel Andrés Peña Ullauri

Director:

Jorge Daniel López Zamora

ORCID:  0000-0002-4654-7592

Cuenca, Ecuador

2023-12-11

Resumen

El presente proyecto parte de la problemática de la desigualdad social que existe en la ciudad de Cuenca, con la finalidad de realizar una serie de carteles políticos comunicativos. Para ello, se toma como referente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de Naciones Unidas que forman parte de la agenda de desarrollo sustentable 2030. Los carteles se proyectan en el sector urbano, ubicándose en espacios estratégicos por los que circulan los estudiantes que son el público objetivo, en los alrededores de la Universidad de Cuenca. Para lo cual, se construye un sistema de íconos homogéneo en base a una investigación previa acerca de la problemática de cada objetivo a tratar. Su construcción se basa en el desarrollo de la herramienta diario de bocetos, en el cual se plantea una serie de ejercicios creativos para llegar a la propuesta de diseño final. Posteriormente, esta serie se materializa produciéndose en serigrafía, para finalmente colocarlos en el espacio urbano establecido.

Palabras clave: serigrafía, íconos, urbano, impresión

Abstract

This project is based on the problem of social inequality that exists in the city of Cuenca, with the purpose of making a series of political posters. For this, the Sustainable Development Goals of the United Nations Organization that are part of the 2030 sustainable development agenda are taken as a reference. The posters are projected in the urban sector, being located in strategic spaces through which the students who are the target public, in the surroundings of the University of Cuenca. For which, a homogeneous icon system is built based on a previous investigation about the problem of each objective to be dealt with. Its construction is based on the development of the daily sketch tool, in which a series of creative exercises are proposed to arrive at the final design proposal. Subsequently, this series is materialized by being produced in serigraphy, to finally place them in the established urban space.

Keywords: serigraphy, icons, urban, printin

Índice de contenido

Capítulo I: El Cartel	11
1.1. El Cartel en la actualidad	11
1.1.1 Definición del cartel	11
1.1.2 Metodología de diseño.....	12
1.2 Etapa 1: Investigación de Homólogos	14
1.2.1 Historia del cartel.....	14
1.2.2 Tecnología de producción.....	15
1.2.3 Referentes del cartel.....	16
1.3 Brief creativo	17
1.3.1 Elaboración del brief	17
Capítulo II: Desarrollo	26
2.1. Etapa 2: Desarrollo de Moodboard.....	26
2.2.1. Look and feel	26
2.2. Bocetos de baja fidelidad (a mano)	28
2.2.1. Diario de bocetos.....	28
2.2.2 Bocetos de carteles (análogos).....	39
2.2. Etapa 3: Refinamiento (análogo a digital)	48
2.3.1. Bocetos de alta fidelidad.....	48
2.3.2 Carteles finales (digital con prueba de impresión).....	51
2.3.3 Ajustes pre-serigrafía.....	53
Capítulo III: Implementación	59
3.1 Etapa 4: Estrategias creativas.....	59
3.1.1. Serigrafía.....	59
3.1.2 Pruebas de tecnología.....	59
3.1.3 Impresión de carteles.....	60
3.2 Registro y aplicación	62
3.3 Etapa 5: Reflexiones finales y recomendaciones.....	64
Referencias	66
Anexos	68

Índice de figuras

Figura 1 Mapa de ubicaciones, 2022.	25
Figura 2 Moodboard, 2022.	26
Figura 3 Referente visual, 2018.	27
Figura 4 Referente visual, 2008.	27
Figura 5 Diario de bocetos, 2022.	28
Figura 6 Bocetos, 2022.	29
Figura 7 Bocetos y anotaciones, 2022.	29
Figura 8 Volcado visual, 2022.	30
Figura 9 Volcado visual, 2022.	31
Figura 10 Volcado visual, 2022.	31
Figura 11 Volcado visual, 2022.	31
Figura 12 Asociaciones forzadas, 2022.	32
Figura 13 Asociaciones forzadas, 2022.	33
Figura 14 Asociaciones forzadas, 2022.	33
Figura 15 Verbos de acción, 2022.	34
Figura 16 Verbos de acción, 2022.	34
Figura 17 Verbos de acción, 2022.	35
Figura 18 Verbos de acción, 2022.	35
Figura 19 Verbos de acción, 2022.	35
Figura 20 Verbos de acción, 2022.	36
Figura 21 Lluvia de ideas, 2022.	37
Figura 22 Lluvia de ideas, 2022.	37
Figura 23 Lluvia de ideas, 2022.	37
Figura 24 Lluvia de ideas, 2022.	38
Figura 25 Lluvia de ideas, 2022.	38
Figura 26 Lluvia de ideas, 2022.	38
Figura 27 Boceto agua limpia y saneamiento, 2022.	40
Figura 28 Boceto agua limpia y saneamiento, 2022.	40
Figura 29 Boceto reducción de desigualdades, 2022.	41
Figura 30 Boceto reducción de desigualdades, 2022.	42
Figura 31 Boceto igualdad de género, 2022.	43
Figura 32 Boceto igualdad de género, 2022.	43
Figura 33 Boceto paz, justicia e instituciones fuertes, 2022.	44
Figura 34 Boceto paz, justicia e instituciones fuertes, 2022.	44
Figura 35 Boceto salud y bienestar, 2022.	45

Figura 36 Boceto salud y bienestar, 2022.....	45
Figura 37 Boceto salud y bienestar, 2022.....	46
Figura 38 Boceto trabajo decente y crecimiento económico, 2022.	47
Figura 39 Boceto trabajo decente y crecimiento económico, 2022.	47
Figura 40 Refinamiento de boceto, primera propuesta, 2022.....	48
Figura 41 Refinamiento de boceto, primera propuesta, 2022.....	49
Figura 42 Refinamiento de boceto, primera propuesta, 2022.....	49
Figura 43 Refinamiento de boceto, primera propuesta, 2022.....	50
Figura 44 Refinamiento de boceto, primera propuesta, 2022.....	50
Figura 45 Refinamiento de boceto, primera propuesta, 2022.....	51
Figura 46 Pruebas de impresión, tamaño real, 2022.....	51
Figura 47 Pruebas de impresión, tamaño real, 2022.....	52
Figura 48 Pruebas de impresión, tamaño real, 2022.....	52
Figura 49 Diseño cartel final, 2022.	53
Figura 50 Diseño cartel final, 2022.	53
Figura 51 Diseño cartel final, 2022.	54
Figura 52 Diseño cartel final, 2022.	54
Figura 53 Diseño cartel final, 2022.	55
Figura 54 Diseño cartel final, 2022.	55
Figura 55 Paleta de color, 2022.....	56
Figura 56 Paleta de color, 2022.....	56
Figura 57 Paleta de color, 2022.....	57
Figura 58 Paleta de color, 2022.....	57
Figura 59 Paleta de color, 2022.....	58
Figura 60 Paleta de color, 2022.....	58
Figura 61 Impresión serigráfica con vinil troquelado, 2022.	60
Figura 62 Impresión serigráfica con vinil troquelado, 2022.	60
Figura 63 Impresión serigráfica en base a emulsión, 2022.	61
Figura 64 Impresión serigráfica con vinil troquelado, 2022.	61
Figura 65 Impresión serigráfica con vinil troquelado, 2022.	61
Figura 66 Aplicación de serie de carteles en el sector urbano, 2022.	62
Figura 67 Aplicación de serie de carteles en el sector urbano, 2022.	63
Figura 68 Aplicación de serie de carteles en el sector urbano, 2022.	63
Figura 69 Aplicación de serie de carteles en el sector urbano, 2022.	63
Figura 70 Aplicación de serie de carteles en el sector urbano, 2022.	64
Figura 71 Aplicación de serie de carteles en el sector urbano, 2022..	64

Índice de tablas

Tabla 1 Recorrido metodológico.....	13
Tabla 2 Preguntas clave.....	18
Tabla 3 Preguntas clave.....	19
Tabla 4 Brief creativo.....	24

Dedicatoria

A todas las personas que creen en mí y en mi talento desde muy pequeño, especialmente a mi familia que pese a las circunstancias siempre me apoyan. A mi abuelo, por inculcar en mí el arte y la creatividad, siempre dedicaré mi trabajo a su memoria. A mi madre y a mi abuela, mujeres que han luchado solas y me han servido de ejemplo e inspiración para salir adelante por mis propios medios. De igual manera, a mi mejor amigo Francisco Agustín por su gran apoyo y compañía durante todos estos años.

Agradecimiento

Gracias a mis profesores que me ayudaron con mi formación y desarrollo de habilidades, a descubrir esta carrera que será mi pasión durante toda mi vida. A la Facultad de Artes y a mis amigas y amigos, ahora colegas que compartieron y recorrieron conmigo este camino.

Introducción

Uno de los lenguajes de comunicación visual, dentro del diseño gráfico que más ha perdurado en la historia, es el cartel. Puesto que es capaz de comunicar temas tanto políticos como panfletarios y publicitarios. En el siguiente proyecto se pretende comunicar las problemáticas que se toman de los casos de desigualdad social que se vive en la ciudad de Cuenca utilizando como referente los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

El objetivo es que este sistema de carteles se vincule con el público objetivo, en este caso jóvenes estudiantes universitarios. Por otro lado, para lograr un proceso metódico, creativo e idóneo, el proyecto se desarrolla en base a los ejercicios de Ellen Lupton planteados en su libro *Graphic Design Thinking*, los cuales proporcionan las fases necesarias para la creación de un trabajo creativo. Un elemento clave, es también, la elaboración del diario de bocetos.

Se utiliza El Cartel para fomentar su manejo, como medio de expresión para transmitir un mensaje y generar un mayor impacto al colocarlo en lugares estratégicos, previamente seleccionados, por donde transita el público objetivo. El Cartel como medio de expresión de la desigualdad social en la ciudad de Cuenca, se desarrolla mediante un estudio y análisis acerca de los Objetivos de Desarrollo Sostenible desde una perspectiva general, para llevarlos a temas más específicos de problemáticas reales en nuestro contexto social.

Para cumplir con los objetivos se utilizaron metodologías de diseño de Ambrose, Harris y durante el desarrollo del proyecto, en los diferentes capítulos se presenta un recorrido teórico sobre la historia del cartel, historia, tecnologías y referentes. Finalmente, se elabora un sistema de iconos que cumplan con los requisitos y sean funcionales para su futura producción en serigrafía, como tecnología de impresión.

Capítulo I: El Cartel

1.1. El Cartel en la actualidad

Dentro de los elementos de comunicación urbana, el cartel es uno de los principales medios de expresión visual, como describen Bermúdez, de la Rosa, Riaño (2011), “los carteles son un espejo de la sociedad, donde ésta puede reconocer sus gustos e intereses de época, sus tensiones sociales y políticas, sus sueños, sus debates y frustraciones, sus necesidades y dinámicas de consumo”. De esta forma, pasa a ser una de las labores más reconocidas del diseñador por su capacidad de sintetizar y comunicar todo tipo de información.

Entonces, en el diseño gráfico, el cartel es un soporte tangible donde se puede transmitir un mensaje, estos pueden ser: anuncios, información, eventos o bienes sociales. La gráfica y el mensaje son un resultado de un estudio sociocultural realizado previamente para su producción. Barnicoat (2000) afirma que “gracias al éxito material de esta exhibición pública del arte, se ha llegado a decir que los carteles son una galería de arte en la calle” (p.12). Además, estos conservan su vigencia debido a que el desarrollo de los mismos es la consolidación de simbolismos en los contextos sociopolíticos de las sociedades humanas. Bermúdez y colaboradores (2011) señalan que:

Los carteles a lo largo del proceso de consolidación y profesionalización del Diseño Gráfico se han convertido en pilares fundamentales para el reconocimiento del oficio de diseñar como escenario de transformación social y cultural de nuestro entorno. Ahora más que nunca y a pesar de la explosión de los medios digitales, el cartel sigue iluminando nuestras calles y paredes con el único objetivo de pintar e ilustrar la vida de las ciudades a través de la poesía del diseño. (p.2)

1.1.1 Definición del cartel

El cartel es un recurso de expresión urbana, su función es causar un impacto por medio de imágenes y textos. Debido al alcance que genera y el discurso que toma, puede variar desde

lo panfletario a lo publicitario. Por otra parte, al hablar de su elaboración se puede decir que el cartel es, tradicionalmente, un producto material, es decir, que necesita de un soporte ya que está diseñado para ser impreso en papel y expuesto en el espacio. Pero a medida que el tiempo avanza, las tecnologías cambian el panorama de la información visual.

En la actualidad, sigue siendo una herramienta para generar impacto y comunicación, aunque con la llegada de la era digital, el cartel como medio de difusión, ha disminuido su presencia en el sector urbano; pero, la atracción que genera en el espectador sigue siendo importante, sobre todo cuando se lo percibe desde una perspectiva artística o artesanal. Arias (2008) afirma que:

El uso de computadoras introdujo rapidez, eficacia y perfección técnica, que no es poco, vista la torpeza en la que se instalaron cómodamente algunos cartelistas históricos. También hay que contabilizar el beneficio de recursos expresivos tipificables, como las sobreimpresiones, inversiones, degradados, duplicaciones y repeticiones, zooms y composiciones con el mayor cálculo de probabilidades jamás ejercido por parte ningún cartelista de los llamados manuales.

Por lo tanto, hoy las herramientas digitales favorecen la creación técnica para su construcción, siendo la tecnología un apoyo para resaltar su valor simbólico y creativo. La combinación de herramientas digitales y artesanales, como en la serigrafía, vuelven al cartel una pieza llamativa e irremplazable.

1.1.2 Metodología de diseño

Este proyecto se basa en la metodología de Ambrose y Harris que consiste en 7 etapas: definición, investigación, ideación, prototipo, selección, implementación y aprendizaje. Para la elaboración de este proyecto, se optó por una sintetización de todo el proceso creativo propuesto por el autor debido a las características de los carteles. Razón por la que el proceso se ha adaptado a cinco etapas:

- Definición e investigación
- Soluciones
- Desarrollo
- Implementación
- Aprendizaje

De esta manera, la estructura se adapta tanto al proceso creativo de la campaña, como al proyecto de titulación. Las herramientas seleccionadas para cada etapa se organizan según la tabla 1:

etapa 1	etapa 2	etapa 3	etapa 4	etapa 5
Cap 1. Definición / Investigación	cap. 2 Soluciones	cap 2 Desarrollo	cap 3 Implementación	Conclusiones Aprendizaje
Herramientas: • Definición metodológica del proyecto • Investigación homólogos Brief Creativo	Herramientas: • Moodboard • Bocedato • Palabras - acciones • Doodle • Diario • Boceto baja resolución	Herramientas: • Digitalizar • Prototipo • Materiales • Boceto en alta resolución	Herramientas: • Técnica • Prueba de color • Impresión final	
Objetivo: Brief Creativo	Objetivo: 67 Propuestas	Objetivo: Refinamiento	Objetivo: Propuesta final serigrafía Fotos	Objetivo: Conclusiones

Tabla 1 Recorrido metodológico.

Cada etapa tiene objetivos generales que combinan diferentes herramientas para obtenerlos, estos son: brief creativo (etapa 1); propuestas (etapa 2:); refinamiento (etapa 3); propuesta final (etapa 4); conclusiones del proyecto (etapa 5).

1.2 Etapa 1: Investigación de Homólogos

1.2.1 Historia del cartel

En sus inicios, en el siglo XIX, los carteles eran obras elaboradas por artistas, pero no fue hasta el siglo XX donde junto con las escuelas de diseño como la Bauhaus, se da paso a su función dentro de la comunicación, en la cual el diseñador es el actor clave para enfocar el rumbo a estas consideradas piezas de arte. En ese mismo contexto, los acontecimientos históricos abren paso a movimientos como el cartel polaco y cubano, de ahí que durante este siglo las creaciones cartelísticas logran tener una gran connotación de manifestación social.

La forma del cartel que ha llegado a nosotros data de 1870, cuando este acababa de nacer y se debe a la coincidencia de dos factores: mejoras técnicas en la impresión litográfica y la presencia del pintor Jules Chéret quien transforma la ciudad en la “galería de arte de la calle”. Así mismo, estas particulares obras, además de estar vinculadas a las corrientes pictóricas imperantes de cada periodo, son los marcadores de la historia publicitaria desde sus inicios. (Barnicoat, p. 2)

Hoy en día, como se menciona anteriormente, el panorama de la comunicación es distinto. El cartel se ha adaptado a soportes diversos, como vallas publicitarias colocadas en el medio de la urbe o pequeñas pantallas digitales. Estos siguen apuntando a un público objetivo, aunque por razones publicitarias estos públicos no necesariamente comparten los mismos simbolismos socioculturales, y menos aún responden a una necesidad o un mismo contexto. Por el contrario, la gran mayoría de las veces, la publicidad es la que crea necesidades y de esta manera establece su público para el plan de negocio.

También, cabe señalar acerca de la importancia de las bienales de cartel, ya que son un

medio en donde los diseñadores desarrollan propuestas en torno al clima de pensamientos contemporáneos, aquí estas obras dejan de ser una herramienta para ser piezas de registro para las sensibilidades a temas actuales de expresión y cultura. Como se puede inferir, el cartel ha mantenido su presencia en el mundo de la comunicación, el enfoque y sus estructuras no han cambiado.

1.2.2 Tecnología de producción

En cuanto a tecnología, el proyecto tiene la intención de producir una serie de carteles serigráficos de manera artesanal, técnica que ha sido usada desde inicios del siglo XX por su fácil mecanismo y por los costos accesibles al producir. Acerca de esta, Faine (1991) describe:

La serigrafía es una de las formas más simples que dispone el artista para hacer impresiones. Implica el uso de un stencil aplicado a una malla de seda que se registra sobre un marco rectangular rígido. La tinta se deposita en el marco que se entiende con un rasea sobre las áreas abiertas del stencil. (p.12)

El stencil consiste en una plantilla de una imagen agujereada en la zona positiva, en donde la tinta pasa trasladando el arte al soporte donde se va a aplicar. La imagen debe estar reflejada, para que así al pasar la tinta, el diseño quede en sentido positivo en su respectivo soporte. El marco sirve para estirar la tela donde está impregnado el stencil, esta se expande por cada uno de sus extremos hasta dejarla tersa y se sujeta con una solución que sirva para fijarla, con el motivo de que no se afloje.

Históricamente, los primeros vestigios de la serigrafía datan de los años 14000 a 9000 a.C. en Cuevas Magdalenas y luego manifestaciones como el diseño de tumbas en Egipto o letreros pintados sobre muros en la Roma clásica. Por otra parte, Japón fue pionero en la técnica que consiste en poner el stencil sobre una tela fina estirada en un marco de madera. Este nuevo descubrimiento en oriente ayudó a que el proceso de producción tenga un mayor tiempo de vida y una mejor calidad, aplicándose hasta nuestros días. (Feine, 1991, p.9)

La técnica de impresión serigráfica que se conoce en la actualidad, apareció a principios del siglo pasado en Europa y Estados Unidos, a base de plantillas de papel engomado que se pegan sobre un tejido de algodón cosido a una lona, la cual era previamente sujeta y tensada manualmente, con grapas o cordón, a un marco de madera. Con la ayuda de un cepillo o racleta de madera con caucho se arrastraba a presión la tinta o pintura colocada en la lona, de esta manera la tinta pasa a través de la plantilla y permite la impresión y reproducción de imágenes sobre una base, principalmente tejidos. Más tarde, se sustituye el papel engomado sobre el tejido, por una laca o emulsión que agiliza y perfecciona el procedimiento. (Feine, 1991, p.9)

Según el libro de Manual de Producción de Ambrose y Harris (2008), el formato estándar de un cartel es de la serie A que se basa en el formato (sheet) presentado de forma vertical, 762 mm de alto por 508 de ancho. La ventaja de este formato es su gran apego con el público del sector urbano, ya que está pensado para ser difundido en las calles. Este formato presenta diferentes variaciones como el six-sheet con una medida de 1524 mm por 1016 mm, el 12-sheet con dimensiones de 1524 mm por 3048 mm, y por último el 48-sheet con dimensiones de 3048 mm por 6096 mm.

De la misma manera, en el libro Dibujando Carteles de Ivan Tabau (1991), el formato estándar del cartel urbano es de 70 cm de alto por 50 de ancho, el cual está pensado para la producción de impresiones masivas. Ambas propuestas presentan dimensiones similares y aplicables ya que la proyección de un cartel está pensado para generar un impacto en el espectador cuando se moviliza en el día a día en el sector urbano.

1.2.3 Referentes del cartel

La búsqueda de referentes que hayan trabajado en el mismo campo de investigación es esencial para realizar un recorrido visual en un proyecto de diseño. En este caso, se realiza una investigación de diseñadores de carteles contemporáneos que trabajan en el tema del cartel de protesta con el objetivo de obtener ideas, jerarquizar información e indagar con

diferentes perspectivas. Para ello, se aplican herramientas de investigación y documentación visual planteadas por Lupton en su libro, *Graphic Design Thinking*, en el cual explica: “este tipo de exploraciones pueden servir de base sólida para crear soluciones visuales innovadoras y bien informadas” (2013, p.38).

El mismo, plantea tres pasos para un proceso de investigación visual de un proyecto: recopilar, analizar y visualizar. Para el desarrollo de este proyecto, se resuelve dividir los homólogos en base a los elementos que utilizan, en tres categorías: imágenes, imágenes con texto y enteramente textuales. Para esto, se tuvo como referente al libro “*New Masters of Poster Design*” de John Foster (2006).

1.3 Brief creativo

1.3.1 Elaboración del brief

El brief es el informe en donde se muestra la parte estratégica del desarrollo proyecto. “El briefing creativo sirve, por lo tanto, como un puesto de control que permite evaluar el trabajo a medida que progresa.” (Lupton, 2013, p.56). Para la elaboración de este, se toma como referente al proceso descrito en el libro *Graphic Design Thinking*, en donde se propone cuatro etapas para afinar un brief creativo: plantear preguntas: investigación, estrechar el cerco y definir mensajes clave.

Plantear preguntas

Lupton (2013) propone 4 preguntas clave para partir con el proceso de desarrollo del brief .

“Las respuestas servirán como un primer borrador del briefing creativo”. (p.57).

¿Qué características describen mejor el resultado deseado?	¿Qué hace del proyecto algo único?	¿Por qué tendrá éxito el proyecto?	¿A quién va dirigido el proyecto?
El uso de la ilustración digital icónica para transmitir un mensaje de carácter social, con un impacto en el sector urbano.	La producción de los carteles en serigrafía, con un estilo tradicional duotono y gráfica homogénea, desarrollada únicamente para esta serie.	Esta serie de carteles trata temas de equidad dirigidos al contexto social actual, con una línea gráfica de fácil asimilación ante los mensajes que se van a comunicar.	Está dirigido al sector educativo, a jóvenes estudiantes universitarios, manteniendo un margen de edad de 18 a 25 años, que transitan espacios públicos y de alta circulación.

Tabla 2 Preguntas clave.

Investigación

Conocer al público es la siguiente etapa para el desarrollo del brief creativo. La autora Lupton (2013) propone parámetros para el desarrollo metodológico de la investigación: *“Realiza investigaciones de campo y habla con desconocidos. Invierte tiempo en explorar iniciativas similares”*. (p.57).

¿Qué se ha hecho antes?	¿En qué entorno se desarrollará tu proyecto?
-------------------------	--

Carteles con mensajes políticos y activistas, de carácter crítico y de impacto hacia problemáticas sociales	Espacios donde los estudiantes se educan y buscan nuevas perspectivas o puntos de vista sobre la realidad social.
---	---

Tabla 3 Preguntas clave.

Estrechar el cerco

En esta etapa, la autora propone concretar toda la información previamente obtenida: “intenta explicar las características más significativas del proyecto condensándose en una sola frase”. (Lupton, 2013, p.57). De esta forma, la frase sirve para canalizar la idea general y enfocar el proyecto en una sola dirección. El enunciado obtenido es el siguiente:

Producción de carteles ilustrados dirigidos a estudiantes de universidades de la localidad, que abordan temáticas de problemáticas sociales de nuestra situación actual.

Definir mensajes clave

Para establecer mensajes clave Lupton (2013) propone: “elabora una lista con las ideas principales que el proyecto tiene que transmitir”. Para este proyecto se utilizan seis de los diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible, un proyecto planteado en el año 2015 con el fin de hacer un llamado a nivel mundial para tratar temas de pobreza, medio ambiente y equidad social.

Entonces, la razón por la cual el presente trabajo de titulación selecciona los siguientes seis objetivos es por su familiarización con el contexto social de la ciudad y el público objetivo a trabajar. Cada uno de estos, brindan material significativo a tratar en el tema de equidad en la serie de carteles sociales que se presentan más adelante. Por lo tanto, dichos objetivos son los mensajes clave establecidos para el proyecto.

Salud y bienestar

Este objetivo tiene como misión el promover el acceso a la salud, para que se encuentre al alcance de todos los ciudadanos. En su base argumental se expresa: “las personas sanas están en mejor calidad para fomentar el desarrollo de sus países”. También, responde a la creciente accesibilidad de la salud con el tema de desarrollo, las desigualdades socioeconómicas, el gran aumento de la urbanización, amenazas medioambientales. Asimismo, Bárcena y Prado (2016) sostienen que se debe “lograr la cobertura sanitaria universal, incluida la protección contra los riesgos financieros, el acceso a servicios de salud esenciales de calidad y el acceso a medicamentos y vacunas inocuos, eficaces, asequibles y de calidad para todos.” (p.14).

En nuestro país, el reclamo sobre el mal servicio que se le da a los usuarios afiliados a centros públicos de salud, en cuanto a medicamentos y atención, representan una amenaza hacia la salud pública debido al mal manejo por parte de las entidades. Como se ha publicado en el diario El Comercio (2019): “La falta de abastecimiento, en ciertos productos, puede ser letal o detener tratamientos delicados. En Salud Pública parece más grave todavía. Muchos pacientes señalan que no hay suministros hospitalarios y las medicinas son insuficientes.”

Igualdad de género

El siguiente artículo sostiene que poner fin a la discriminación entre mujeres y niñas no solo es un derecho, sino es un elemento crucial para fomentar el desarrollo social. Se demuestra frecuentemente que empoderar a las mujeres logra un efecto de mayor crecimiento económico y desarrollo mundial. Es por esto que, alrededor del mundo se ha dado un notable auge por la lucha hacia la igualdad de género, en varios países. Se puede evidenciar que existe un mayor auge de niñas que alcanzan la educación, que hace veinte años atrás, constituyendo el 41% de la fuerza laboral remunerada. Sin embargo, aún existen desigualdades en el campo laboral, negando el acceso al empleo y continuando con la violencia y la explotación sexual.

Daniel Andrés Peña Ullauri

En la misma línea, al referirnos a los diferentes grupos de género entre la comunidad LGBT, se puede decir que su lucha por hacer cumplir y respetar sus derechos es aún vigente, ya que la desigualdad que afecta al colectivo es alta. Es por esta razón que, fomentar la equidad, incentivar el diálogo y la aceptación de diferentes perspectivas como el derecho de unión libre, es crucial para una sociedad democrática y de libre expresión.

Agua limpia y saneamiento

El 40% de la población mundial carece de acceso al agua y según los cambios medioambientales esta cifra seguirá aumentando. A pesar de que, gran parte de la población tiene acceso a una mejor calidad de agua, la decreciente disponibilidad de la misma es un problema que afecta a todos los continentes. En 2011, varios países entraron en estado de alerta, al agotar el suministro de agua renovable, llevándolos a depender de fuentes alternativas. Esto provoca que las sequías y la desertificación de las tierras sea un hecho ahora global. Si se planea mitigar la escasez del agua es fundamental la protección y restauración de los ecosistemas afectados como bosques, montañas, humedales y ríos.

Como si fuera poco, la constante amenaza de los proyectos mineros pone en riesgo las tomas de agua y perjudica a todos los sectores de la población en general. Es así que, existen comunidades dispuestas a reclamar el derecho a la sanidad del agua, pero la minería tanto legal como ilegal no deja de ser un factor de riesgo, poniendo en desventaja la salud de sus usuarios y la contaminación de áreas protegidas.

Trabajo decente y crecimiento económico

En la última década, ha incrementado la crisis del capital en todo el mundo, provocando un

crecimiento de las desigualdades y un déficit de empleos que abarquen la tasa poblacional actual. Según la OIT, a nivel mundial se despidieron alrededor de 204 millones de personas para el 2015. Este objetivo de desarrollo apunta a la estimulación de empleo y el crecimiento económico. Para esto, es necesario fomentar políticas que estimulen la creación de nuevas vías de empleo, así como la eliminación del trabajo forzoso, esclavitud y tráfico humano. De esta manera, se plantea lograr establecer empleos sólidos y productivos para hombres y mujeres.

En ese mismo contexto, los recurrentes desequilibrios geopolíticos han provocado una inmensa ola de migración por toda América Latina, causando precariedad laboral y desigualdad en el estilo de vida. Bárcena y Prado (2016) argumentan que se debe “proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios” (p.24).

Paz, justicia e instituciones fuertes

En un mundo cada vez más dividido, no es posible vivir en seguridad y paz. Los gobiernos no efectivos, la desigualdad de derechos y la inestabilidad social cada vez son más vigentes mundialmente. La violencia y la inseguridad generan consecuencias negativas en el desarrollo de las sociedades. Los altos niveles de violencia sexual, delincuencia y explotación son focos en donde los países deben tomar medidas para proteger a la población de estos sucesos. Por lo tanto, este objetivo busca una reducción a todas las formas de violencia, buscando un diálogo con los gobiernos y las comunidades para encontrar soluciones a estos casos de inseguridad, para así lograr establecer un estado de derecho donde se promuevan los derechos humanos.

En cuanto a la libertad de prensa en Ecuador, esta es limitada. Desde la presidencia de Rafael Correa, mediante la Ley de Comunicación se decretó en el artículo 26 “los medios de comunicación ya no podrán, a través de terceros, manipular la información e injuriar a

personas naturales o jurídicas y de esta manera, atentar contra la honra de los ciudadanos”, opacando el trabajo de periodistas, aplicando sanciones y multas para los que no tienen un discurso oficial.

Reducción de las desigualdades

Por último, este artículo recalca la realidad de la desigualdad económica global, en donde el 10% más rico de la población se queda con el 40% de los ingresos. Al mismo tiempo, el 10% más pobre se queda entre el 2 y el 7% del ingreso total. Para reducir esta disparidad, se plantea adoptar políticas de empoderamiento hacia los grupos estadísticamente inferiores en la escala de ingresos, promoviendo así la inclusión.

Dicho brevemente, la desigualdad económica en nuestro país es un caso vigente y debido a esta situación, solamente un pequeño porcentaje de la población se queda con la mayor cantidad de recursos, siendo la extrema pobreza un estado actual en el Ecuador. En tal sentido, Ramírez y Díaz, en su artículo “Fuentes de la desigualdad económica en Ecuador” (2017) argumentan:

En las últimas décadas, el problema de la desigualdad económica ha tomado relevancia en la mayoría de economías en el mundo. Ecuador no ha sido la excepción. En el año 2014, el 5% de la población más rica del país concentró 46 veces el ingreso del 5% de la población más pobre. Esta disparidad entra en seria controversia con los principios de desarrollo estipulados en la constitución ecuatoriana.

Para concluir, la siguiente tabla sistematiza a manera de brief creativo los puntos más relevantes a considerar en el proyecto:

Brief Creativo	
Entregable	6 carteles formato A1
Audiencia	Estudiantes universitarios de 18 a 25 años de la ciudad de Cuenca, Ecuador.
Tecnología	Serigrafía artesanal a dos colores sobre cartulina
Mensaje visual	Simbólico, vectorial, simple, político, irónico.
Contenido - mensaje	<p>Cada cartel abordará una temática con los siguientes mensajes:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1- Salud y bienestar: Reforzar el acceso a la salud pública 2- Igualdad de género: Respeto a los derechos, matrimonio igualitario 3- Agua limpia y saneamiento: Protección de fuentes de agua, no a la minería 4- Trabajo decente y crecimiento económico: Enfoque en la migración 5- Reducción de las desigualdades: Disparidad económica 6- Paz, justicia e instituciones fuertes: Libertad de prensa

Tabla 4 Brief creativo

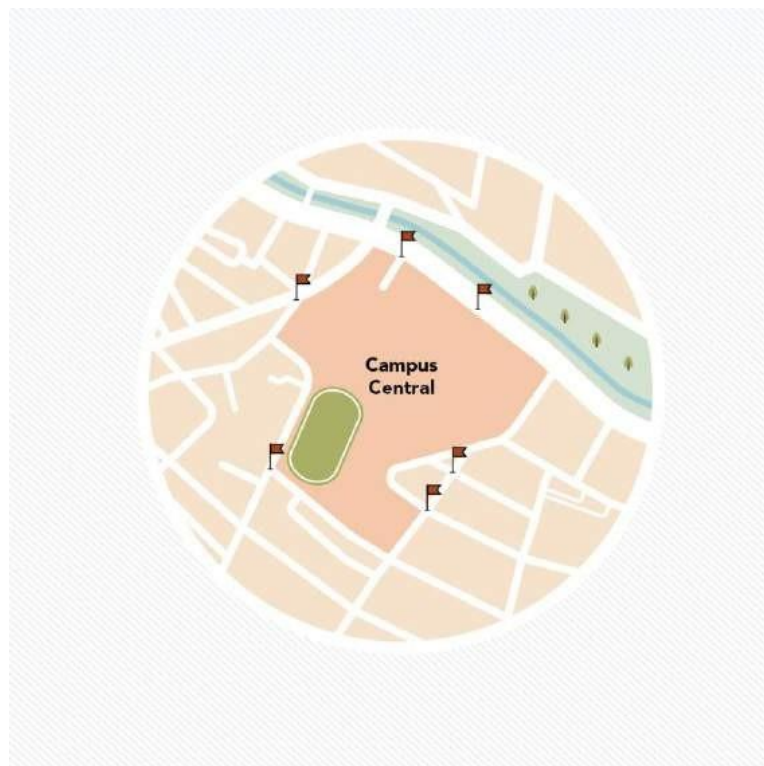


Figura 1 Mapa de ubicaciones, 2022.

Según el público establecido, el segmento se mantiene en la Universidad de Cuenca en donde se ha tomado como principal sector el campus principal de la misma. Para ello, se pensó en lugares de impacto visual como paradas de buses, muros, postes de luz, pancartas, entre otros, debido a que son espacios por donde circula el público objetivo. El recorrido va por las calles: Av. 12 de abril, Av. Loja, Lorenzo Piedra, Remigio Romero, Honorato Loyola y Agustín Cueva.

Capítulo II: Desarrollo

2.1. Etapa 2: Desarrollo de Moodboard

El moodboard o “tablero de inspiración”, consiste en el desarrollo de un collage de imágenes sobre un tema específico, se genera una composición en la cual debe contener toda la información con respecto al público objetivo, cromática y referentes de estilos gráficos de interés, que establecen los puntos clave para el proceso de diseño.

El siguiente moodboard está compuesto por imágenes icónicas, simplificadas, de estilo gráfico minimalista, la cromática se basa en tonos que contrastan y generan atracción visual. A partir de este ejercicio, el objetivo es crear ilustraciones simbólicas en las que el mensaje se interprete a primera vista, con una narrativa irónica acerca de problemáticas sociales, en las que el uso de colores contrastantes logren captar la atención del público.



Figura 2 Moodboard, 2022.

2.2.1. Look and feel

En el diseño gráfico, cuando se habla de *look and feel* se hace referencia a lo que se ve y se siente de un proyecto. El *look* es cómo se describen los elementos visuales generales y por otro lado; el *feel* es la parte conceptual del tono de comunicación. De esta manera, se logra finalmente establecer un sistema general de comunicación tanto visual como comunicacional.



Figura 3 Referente visual, 2018.

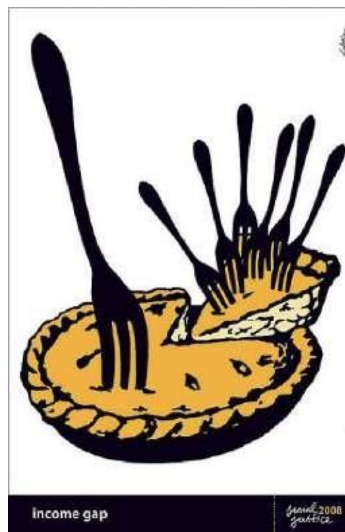


Figura 4 Referente visual, 2008.

La primera imagen, cartel “La Lutte Continue” parte de la colección de los movimientos revolucionarios de mayo del 68, París. Siguiendo a ésta, “Desigualdad” de Luba Lukova. Estos referentes toman se toman en cuenta debido a cómo se desea transmitir en la expresión pictórica y comunicacional del mensaje de cada cartel, teniendo como constante la iconicidad.

Look

La estética visual del proyecto es iconográfica, mediante ilustración vectorial simbólica. Contiene elementos que transmiten una comunicación directa y mantiene como constante el fondo / figura. La paleta de color esta formado por tonos en alto contraste, con superposición del color en duotonos.

Feel

La serie de carteles se construyen con un perfil político y activista, la comunicación se da mediante el uso de la sátira y el humor, con carácter reflexivo, en los cuales se tratan temas de actualidad social. Estos, están pensados para ser expuestos en lugares estratégicos que conecten con jóvenes universitarios.

2.2. Bocetos de baja fidelidad (a mano)

2.2.1. Diario de bocetos



Figura 5 Diario de bocetos, 2022.



Figura 6 Bocetos, 2022.



Figura 7 Bocetos y anotaciones, 2022.

El diario de bocetos sirve como un registro del proceso de bocetaje e ideación del proyecto. Para ello, se toma como referente la herramienta “lluvia de ideas visual” de Lupton (2013), donde comenta “son necesarias las herramientas de volcado visual, conexiones forzadas, creación de bocetos y lluvia de ideas en el proceso de diseño.” (p.72). Es así como, en este cuaderno se desarrollan una serie de ejercicios para obtener ideas, asociaciones y conexiones de imágenes que sirven de ayuda para concretar ideas y luego pulirlas. Estas herramientas son: volcado visual, asociaciones forzadas, verbos de acción y lluvia de ideas visuales.

En primer lugar se debe realizar el volcado visual. Lupton plantea iniciar con dibujos de ideas

visuales rápidas con un rango de tiempo determinado, enfocado en explorar la mayor cantidad de conceptos generales. Para este caso, se plantea un tiempo de tres minutos para la creación de cada uno de los bocetos. Los parámetros básicos del proyecto se establecen como imágenes iconográficas con una construcción de fondo-figura. Como resultado, se obtienen sesenta bocetos de íconos, diez por cada tema de los objetivos de desarrollo sostenible.

En las siguientes imágenes se pueden apreciar los primeros bocetos del volcado visual donde se muestran los íconos realizados en el tiempo señalado, con las temáticas de cada uno de los objetivos a tratar. Por ejemplo, en el tema de salud y bienestar, se realiza una abstracción de algunos símbolos y elementos ya establecidos de este universo, como medicamentos, utensilios, señalética, entre otros. Teniendo así como resultado, un conjunto de pictogramas que abordan este tema.

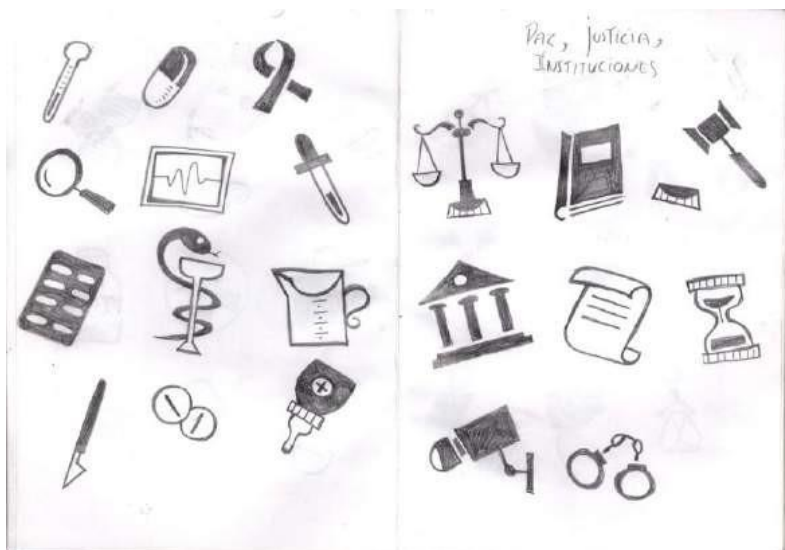


Figura 8 Volcado visual, 2022.

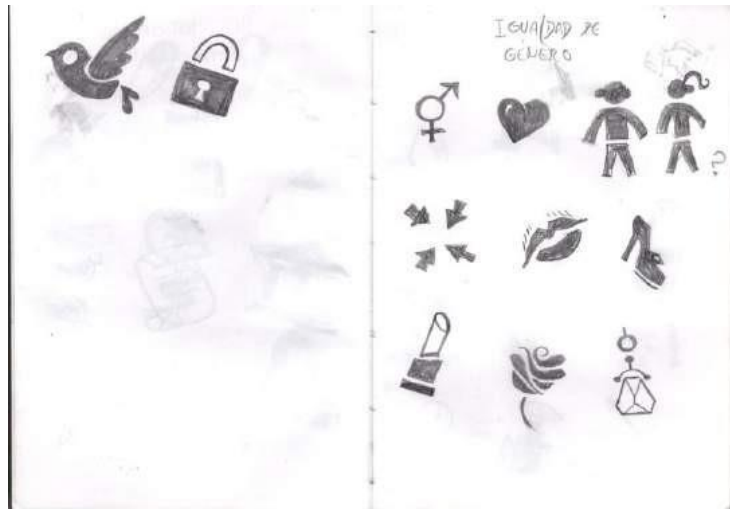


Figura 9 Volcado visual, 2022.

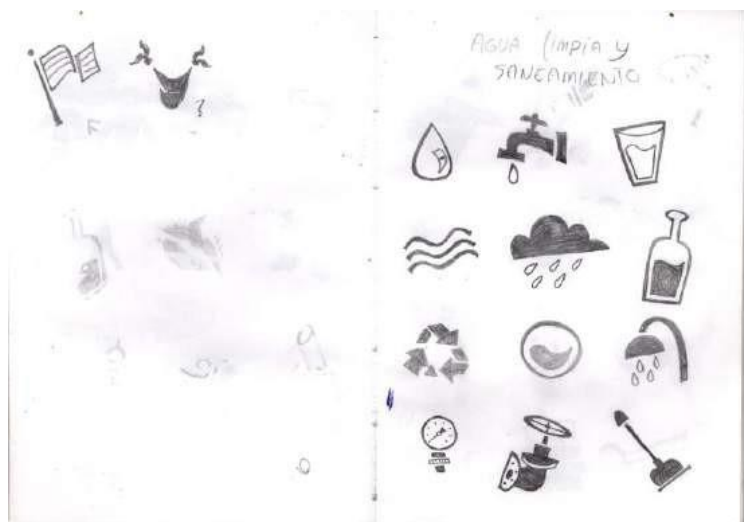


Figura 10 Volcado visual, 2022.

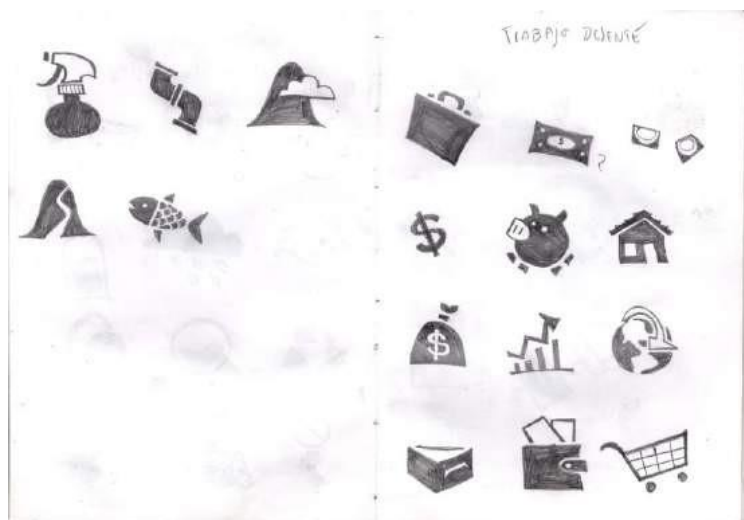


Figura 11 Volcado visual, 2022.

Ahora bien, el siguiente paso es el desarrollo de asociaciones forzadas, ésta herramienta creativa consiste en mezclar ideas de las temáticas que se abordan y concluye en una composición iconográfica de alto contraste. Para ello, se realizan cinco listas de palabras: adjetivos, ambientes, artículos, tonos y acciones. Una vez que se termina de realizarlas, se escogen tres palabras al azar de cualquier lista para proseguir a dibujarlas. Sobre esto, Lupton escribe: “los diseñadores recurren a menudo al humor para suscitar el interés del observador” (2013, p. 73). En el presente trabajo de titulación esta herramienta es de gran utilidad para lograr expresar ironía, sátira y humor, cualidad que se plantea en el moodboard. Lo anteriormente expuesto, se muestra en el ejercicio consecutivo del cual se obtuvieron valiosos resultados para el desarrollo del proyecto. En uno de los ejercicios se escogieron las palabras al azar: el artículo grifo, el tono informativo y la acción penetrar para generar una interesante e ilustrativa composición visual.



Figura 12 Asociaciones forzadas, 2022.



Figura 13 Asociaciones forzadas, 2022.

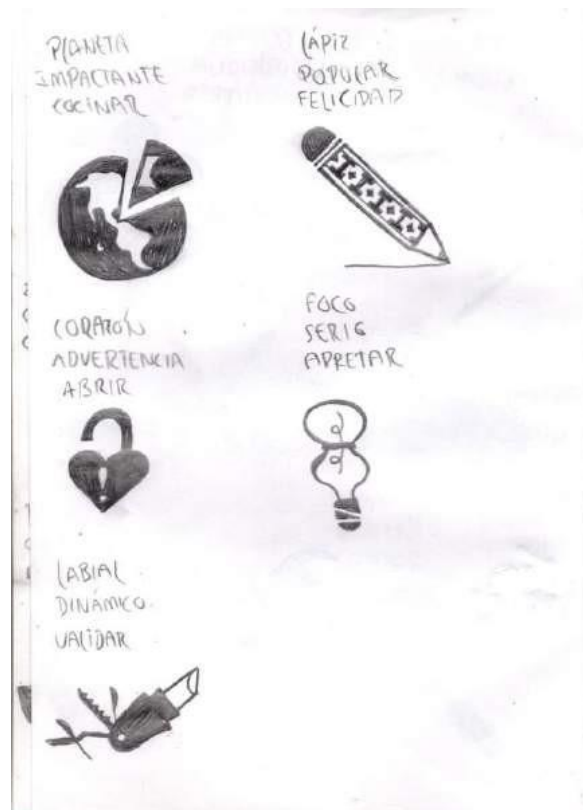


Figura 14 Asociaciones forzadas, 2022.

Luego de las asociaciones forzadas, se realiza el ejercicio de los verbos de acción. El propósito de este, es desarrollar una idea más cercana a una propuesta de cartel. Se utilizan como guía los objetivos de desarrollo sostenible y se componen ideas visuales de manera aleatoria. Para ello se emplean los íconos obtenidos en el ejercicio de volcado visual y cuatro palabras al azar de las listas de las asociaciones forzadas. Para luego asociarlas con cada objetivo de desarrollo sostenible. Como resultado se obtienen seis nuevas composiciones visuales experimentales para cada mensaje. Esto, por ejemplo, se realiza con el objetivo número cinco, igualdad y género, en el cual se utiliza un ícono de reloj de arena obtenido del ejercicio volcado visual. A lo dicho, se agregan las palabras: feliz, calle, empático, resolver, para obtener como resultado una abstracción más cercana a una propuesta de cartel sobre el tema a tratar.

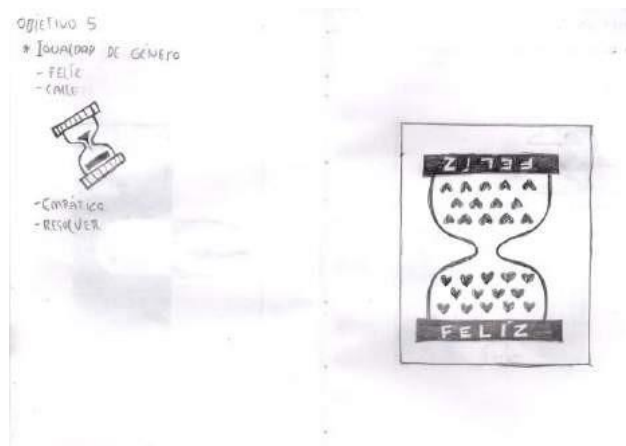


Figura 15 Verbos de acción, 2022.

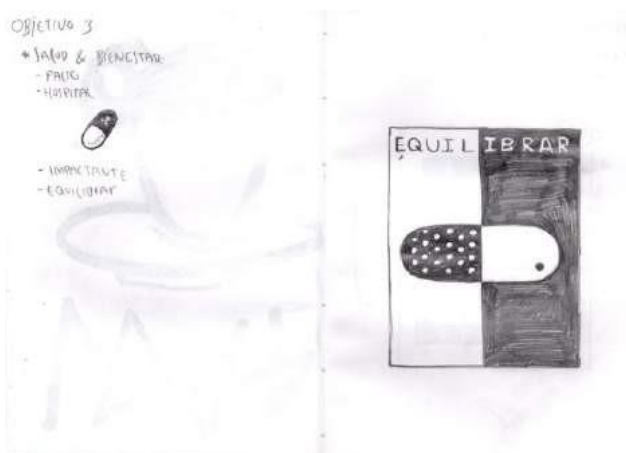


Figura 16 Verbos de acción, 2022.

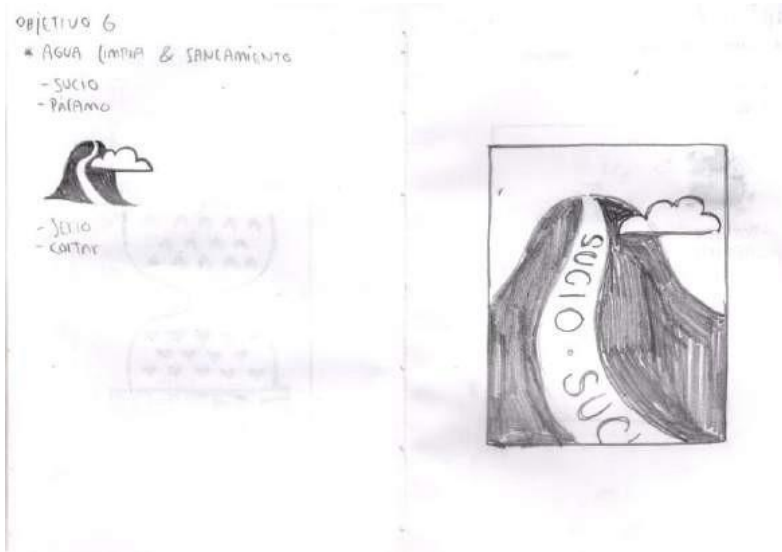


Figura 17 Verbos de acción, 2022.

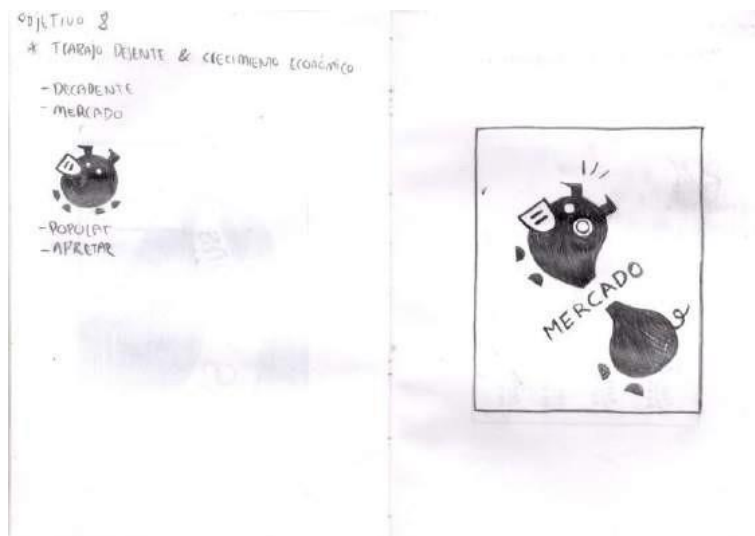


Figura 18 Verbos de acción, 2022.

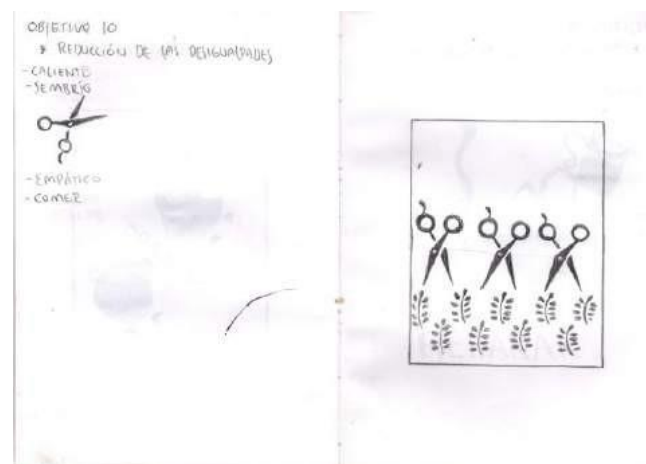


Figura 19 Verbos de acción, 2022.

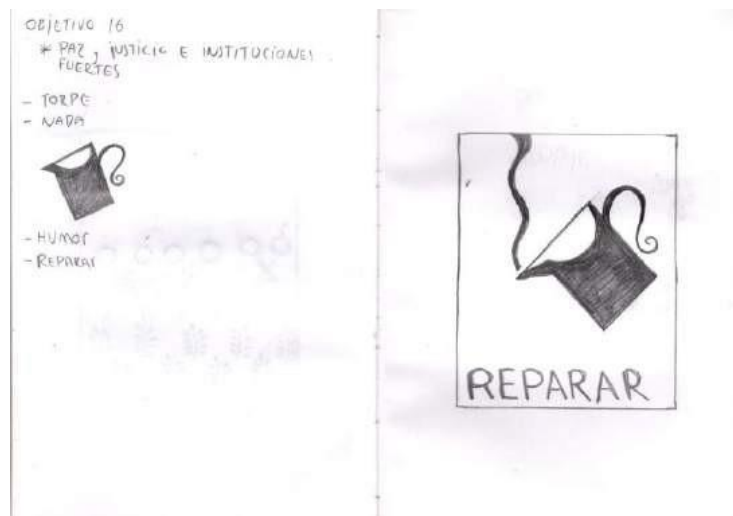


Figura 20 Verbos de acción, 2022.

La lluvia de ideas visual es una de las herramientas más utilizada por los creativos y se refiere a proyectar varias micropropuestas, para lo cual se toma como inspiración la herramienta que describe Lupton (2013). Un elemento clave en esta etapa es el tiempo y la rapidez. Se propone desarrollar cada idea en un minuto y los resultados son micro ilustraciones de baja definición, ya que la finalidad radica en conseguir propuestas visualmente sencillas pero con un alto grado de significado.

Este ejercicio da como resultado dieciocho bocetos por cada tema, con un total de ciento ocho ideas. Para el objetivo de agua y saneamiento se desarrollan las micropropuestas enfocadas al mensaje: Protección de fuentes de agua, no a la minería. Como producto, se obtienen propuestas de ideas visuales más cercanas a las esperadas al final del proyecto.

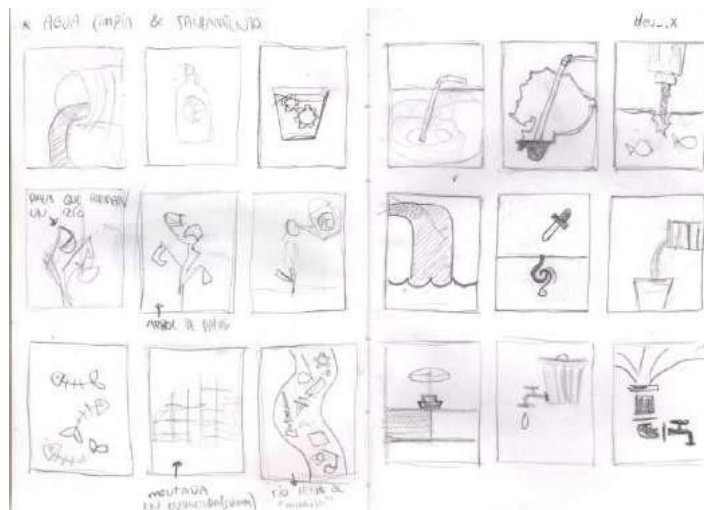


Figura 21 Lluvia de ideas, 2022.

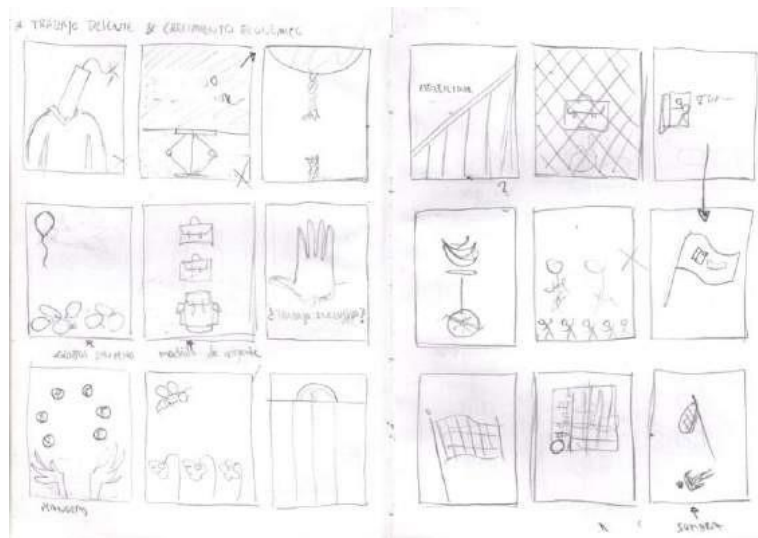


Figura 22 Lluvia de ideas, 2022.

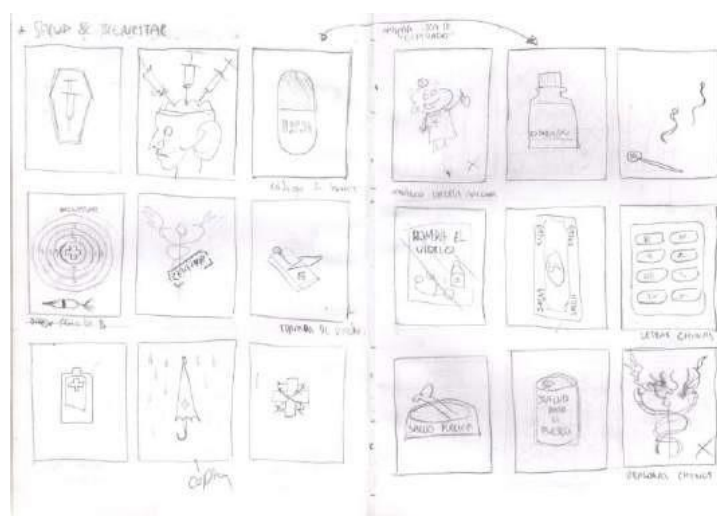


Figura 23 Lluvia de ideas, 2022.

En definitiva, el diario de bocetos se convierte en un instrumento con un total de cuatro actividades o etapas que permiten ampliar y generar un óptimo desarrollo del proceso de creación visual. De esta serie de ejercicios se derivan varias ideas sólidas para transmitir visualmente los mensajes de los objetivos de desarrollo sostenible, que se buscan evidenciar en la serie de carteles. El diario y registro que se realizan sirven para asentar bases e ideas claves para el progreso del presente proyecto y también, dan paso a la creación de carteles en baja definición.

2.2.2 Bocetos de carteles (análogos)

En el proceso creativo se desarrolla un diario de bocetos, el cual contiene un total de ciento ocho micropropuestas de la serie de carteles. Dichas propuestas, sirven de guía para el desarrollo de un boceto de baja resolución o poco desarrollado, que se acerca más a la temática de cada uno de los carteles. En esta etapa del proyecto, se empieza a establecer una línea gráfica.

Es así como, para el objetivo de agua limpia y saneamiento se propone como elementos base: un vaso, una llave, y una broca. Todos los elementos surgen a partir del volcado visual, el cual aporta con representaciones para cada construcción. De esta manera, se empieza a experimentar con la composición, mediante la adición de otros elementos, con una interpretación poética de cada composición visual. Como resultado se argumenta sobre el extractivismo y la manera en la que perjudica a la población, en el servicio de agua potable.

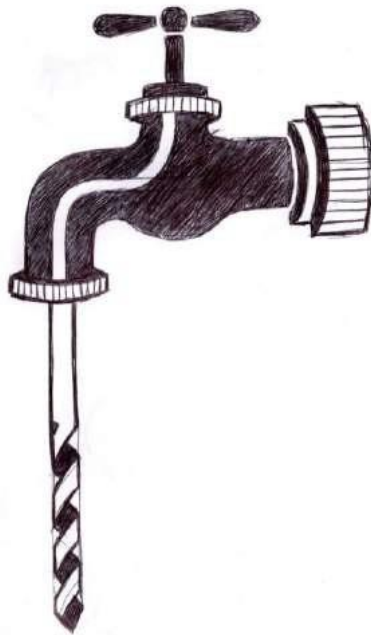


Figura 27 Boceto agua limpia y saneamiento, 2022.



Figura 28 Boceto agua limpia y saneamiento, 2022.

Para abordar la reducción de las desigualdades, surge la idea de tomar como partida la desigualdad laboral; el actor, en este caso el perjudicado, representado en el pueblo. Para ello se elaboran dos personas que sostienen una tabla. La composición forma una mesa y encima se encuentra un recurso de necesidad básica, que surge a partir del ejercicio de la lluvia de ideas visual, dando como resultado un mensaje de ironía sobre cómo se vive la desigualdad de oportunidades en el contexto social.

En tal sentido, la idea principal es generar una mesa donde los protagonistas se presentan a manera de patas. Los cuales, en la primera propuesta sujetan el peso de un vino que representa la clase social alta y en la segunda, el peso de una bolsa de dinero, como un recurso de necesidad. Así, se muestra la desigualdad de clases sociales.

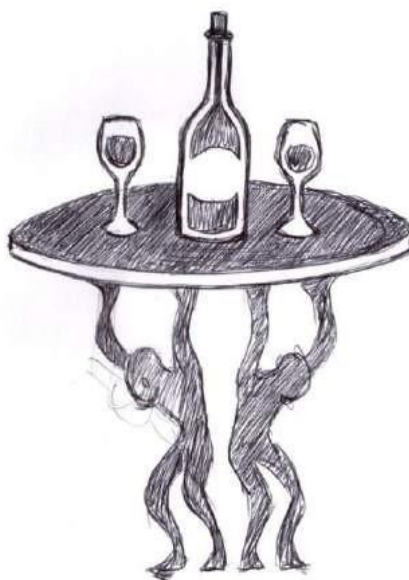


Figura 29 Boceto reducción de desigualdades, 2022.



Figura 30 Boceto reducción de desigualdades, 2022.

El tema de igualdad de género se enfoca en el derecho al matrimonio igualitario. Para transmitir un mensaje de que aún existe un rechazo de parte de ciertos actores de la sociedad, se opta por tomar una postura más optimista sobre el tema. Esto, debido a que si se centra el enfoque en mantener una postura completamente irónica se puede malinterpretar la intención de este tema. En base al proceso de lluvia de ideas, se toma en primera instancia dos de ellas: el primer recurso, es usar una jaula y combinarlo con un corazón, para dar alusión a una libertad encerrada; y el segundo, utilizar el símbolo de las esposas atando a dos manos que se quieren estrechar.

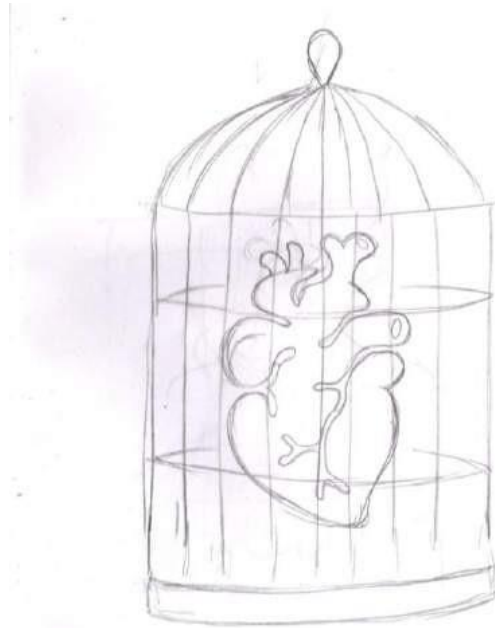


Figura 31 Boceto igualdad de género, 2022.



Figura 32 Boceto igualdad de género, 2022.

Asimismo, la libertad de expresión y la comunicación son los mensajes que se abordan para tratar el objetivo “paz, justicia e instituciones fuertes”. Para ello, se desarrolla la idea de crear una marioneta como referencia a quienes controlan los medios de comunicación y este maneja y mueve figuras dentro de una pantalla representando al transmisor del mensaje que en este caso son reporteros. Como resultado se pueden observar dos opciones generadas de la misma idea, en la primera aparece una televisión, y en la segunda, un celular para reflejar el mundo digital contemporáneo.



Figura 33 Boceto paz, justicia e instituciones fuertes, 2022.

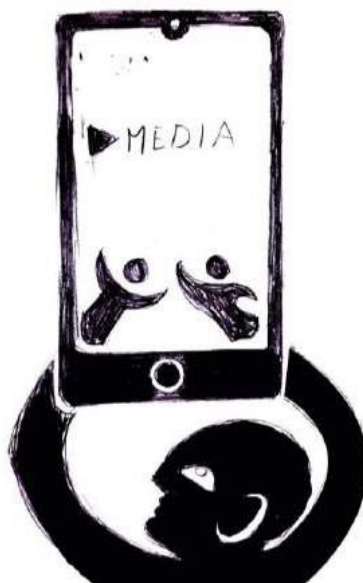


Figura 34 Boceto paz, justicia e instituciones fuertes, 2022.

La precariedad de la salud pública se trata en el objetivo de salud y bienestar. En este punto las ideas se desarrollan con el uso de elementos como una jeringuilla que representa un utensilio de la salud que proviene del diario de bocetos, se destaca por llevar el símbolo de radiación en la mitad como representación de peligro o daño. También, se toma como referente el símbolo del caduceo de la salud que son dos serpientes rodeando un báculo con alas y se realiza una imagen con una tendencia a lo tétrico y oscuro: las alas del báculo y las serpientes están muertas. De esta forma, se obtienen dos propuestas en donde se juega con la ironía del símbolo, comunicando todo lo opuesto a lo que originalmente representa.

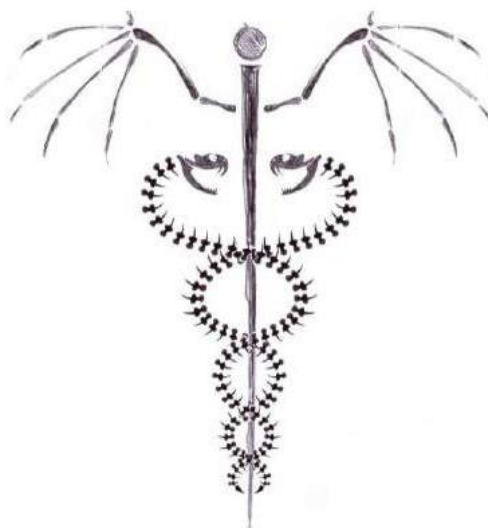


Figura 35 Boceto salud y bienestar, 2022.



Figura 36 Boceto salud y bienestar, 2022.

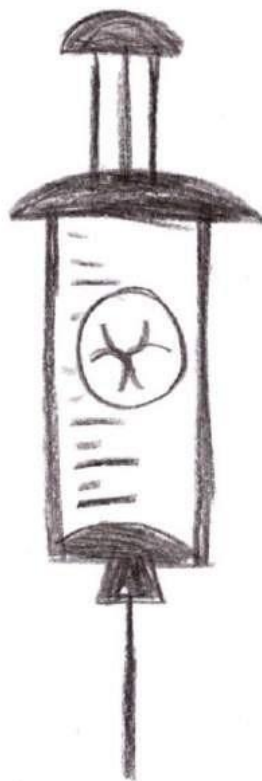


Figura 37 Boceto salud y bienestar, 2022.

Para terminar, la gran ola de migración que vive América Latina debido a los acontecimientos políticos que han surgido en la última década es el mensaje a exponer del objetivo “Trabajo decente y crecimiento económico”. Es así como se plantean dos ideas: la primera es presentar a Latinoamérica como un laberinto en el que es difícil encontrar una vía de desarrollo y en la segunda se muestra al continente dividido y en el medio un sujeto que camina por una cuerda floja, lo cual muestra la inestabilidad sociopolítica que existe.

Cabe señalar, que con esta serie de carteles se busca manifestar los mensajes y exhibir las problemáticas, sin ningún afán de atacar a sectores específicos, al contrario, se opta por una visión global.

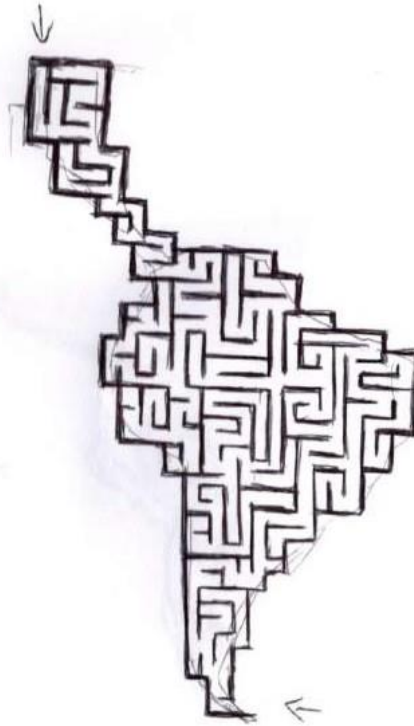


Figura 38 Boceto trabajo decente y crecimiento económico, 2022.

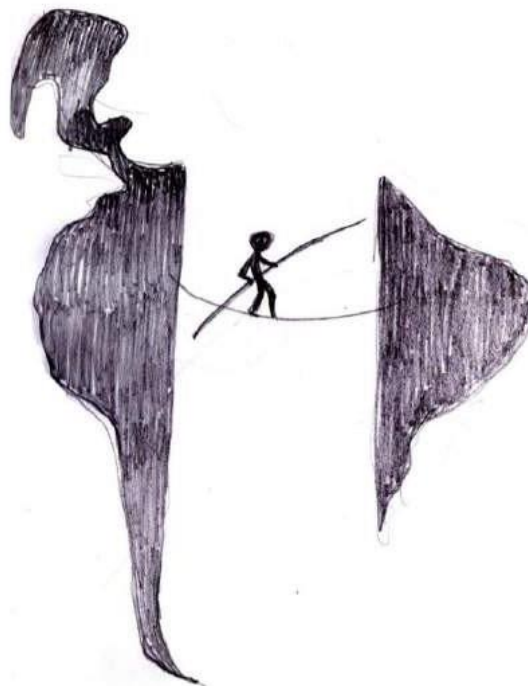


Figura 39 Boceto trabajo decente y crecimiento económico, 2022.

2.2. Etapa 3: Refinamiento (análogo a digital)

2.3.1. Bocetos de alta fidelidad

Una vez determinadas y seleccionadas las ideas principales sobre cada mensaje a tratar, se procede a digitalizar y refinar los bocetos mediante el uso de herramientas digitales como Adobe Illustrator. En esta etapa, el concepto de cada idea ya se encuentra concretado, entonces, el concepto y el desarrollo del sistema gráfico buscan un equilibrio de homogeneidad en la serie de carteles.

Lo primero a desarrollar es el sistema gráfico. Para cada diseño se establece el concepto de fondo y figura, donde la mancha pasa a ser la forma del objeto resaltando sobre el fondo que es el espacio en blanco. Por otro lado, para la separación y dibujo de formas existe una constante de 0,5 puntos de grosor de línea. De esta forma, se plantea la primera propuesta de línea gráfica para el desarrollo de la familia de los seis carteles, la cual se aprecia a continuación.

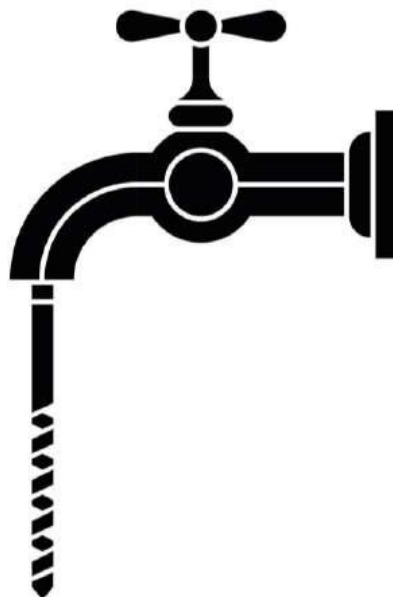


Figura 40 Refinamiento de boceto, primera propuesta, 2022.



Figura 41 Refinamiento de boceto, primera propuesta, 2022.

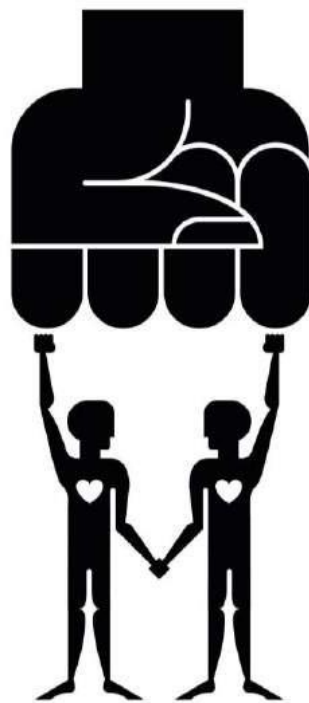


Figura 42 Refinamiento de boceto, primera propuesta, 2022.

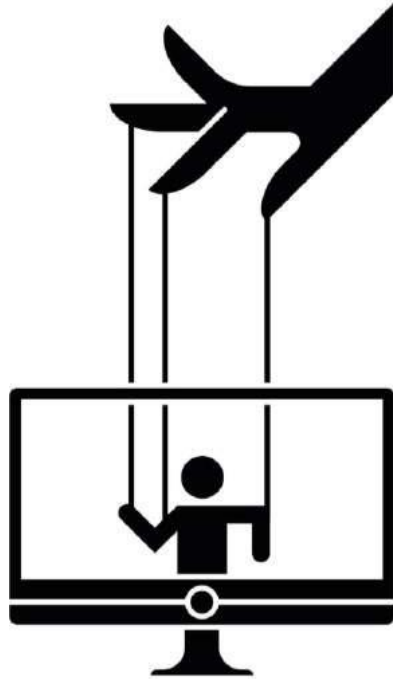


Figura 43 Refinamiento de boceto, primera propuesta, 2022.

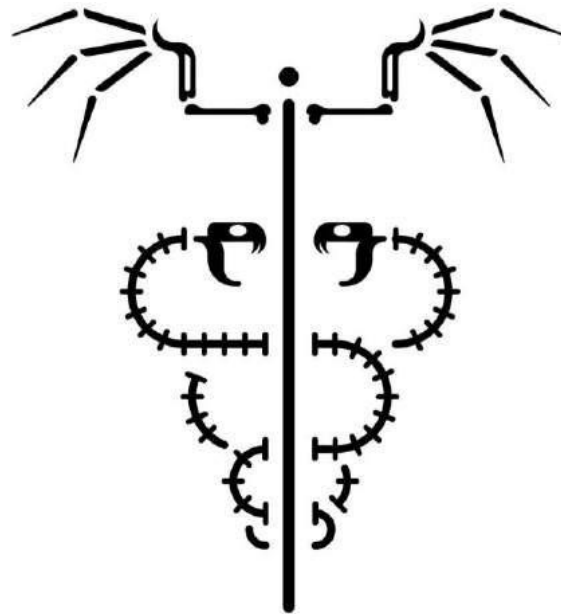


Figura 44 Refinamiento de boceto, primera propuesta, 2022.



Figura 45 Refinamiento de boceto, primera propuesta, 2022.

2.3.2 Carteles finales (digital con prueba de impresión)

La forma de comprobar que los carteles cumplan con los requisitos, es verlos a tamaño real, lo cual se realiza mediante una prueba de impresión casera. El requisito principal es que se vean como una familia de íconos y que al mismo tiempo cada uno funcione y comunique un mensaje por separado. Las pruebas ayudan a visibilizar que tan bien funcionan los espesores, grosor de línea, el balance de la serie y su uniformidad. Con intervención manual se toman notas, para saber en qué se debe mejorar o realizar cambios.



Figura 46 Pruebas de impresión, tamaño real, 2022.

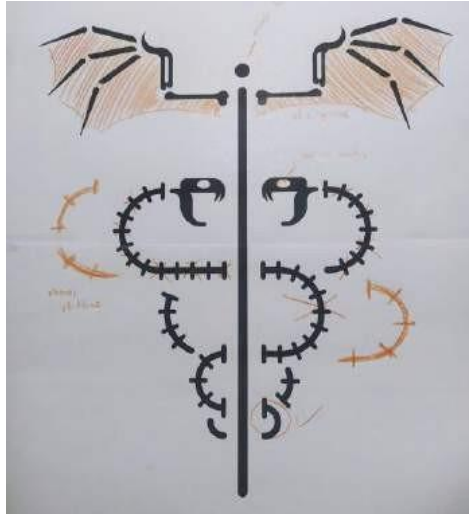


Figura 47 Pruebas de impresión, tamaño real, 2022.



Figura 48 Pruebas de impresión, tamaño real, 2022.

2.3.3 Ajustes pre-serigrafía

Luego de analizar las impresiones a tamaño real, se hace un análisis de funcionalidad gráfica, que consiste en revisar las líneas y sus grosores, el balance de peso de cada figura, y si se encuentra o no un balance como serie. Es así que, con las correcciones debidas se llega al resultado esperado, con una línea gráfica con personalidad y tono unificado.



Figura 49 Diseño cartel final, 2022.



Figura 50 Diseño cartel final, 2022.

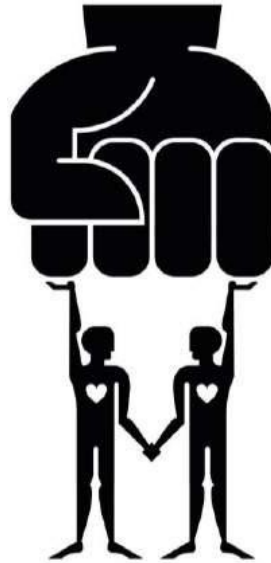


Figura 51 Diseño cartel final, 2022.



Figura 52 Diseño cartel final, 2022.



Figura 53 Diseño cartel final, 2022.

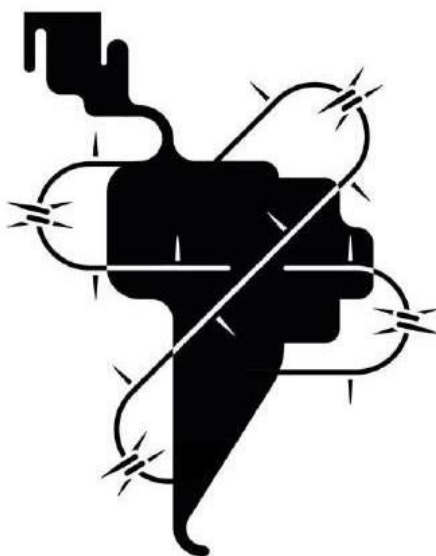


Figura 54 Diseño cartel final, 2022.

Por último, para la paleta de color se considera la propuesta planteada por la ONU en sus Objetivos de Desarrollo Sustentable. Por lo tanto, los iconos se unifican como una mancha negra y el fondo el color del objetivo. Los colores a utilizar son: verde para salud y bienestar, azul para paz justicia e instituciones fuertes, naranja para igualdad de género, rojo para trabajo decente y crecimiento económico, cian para agua limpia y saneamiento y magenta para reducción de las desigualdades.



Figura 55 Paleta de color, 2022.



Figura 56 Paleta de color, 2022.



Figura 57 Paleta de color, 2022.



Figura 58 Paleta de color, 2022.



Figura 59 Paleta de color, 2022.

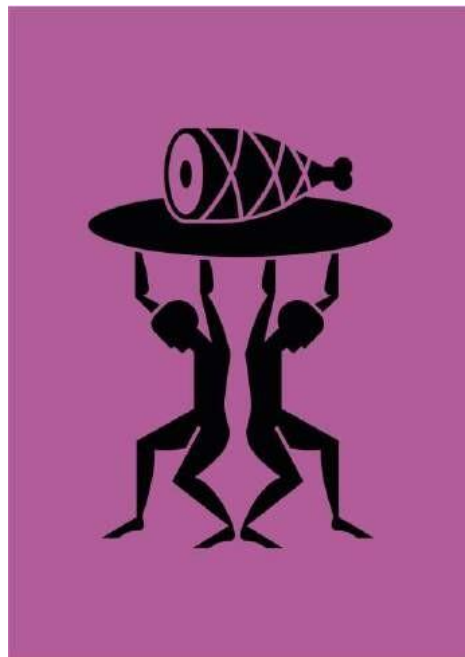


Figura 60 Paleta de color, 2022.

Capítulo III: Implementación

3.1 Etapa 4: Estrategias creativas

3.1.1. Serigrafía

Ahora bien, considerando que el formato idóneo para impresión es A2 (42,0 x 59,4 cm) se construyen tres bastidores de madera con el fin de reutilizarlos para producir dos diseños en cada uno.

La malla serigráfica que se elige es de poliéster número 90, puesto que este es el espacio de hilos que se recomienda para la producción de serigrafía en papel. La malla se extiende sobre el bastidor tensado, para asegurarla se utilizan grapas y posteriormente goma (solución). Para la impresión final se usa cartulina iris de 180 gr. ya que cada una aporta el color que se requiere de fondo por objetivo y para terminar, la tinta empleada es Screen Plast de color negro.

3.1.2 Pruebas de tecnología

Por otro lado, para la producción del diseño sobre la malla se realizaron pruebas con distintas maneras de trabajar. Una de ellas, consiste en imprimir un vinilo troquelado, para así evitar la técnica de emulsión sobre mesa de luz. Al momento de producir cada cartel, se observan los beneficios como la rapidez de elaboración y el bajo costo. Sin embargo, existen errores en los diseños ya que al encontrarse encima de la malla, la tinta no corre correctamente, se amontona en las partes del troquel al momento de pasar el racle y entorpece la calidad y rapidez de producción, en algunos momentos.



Figura 61 Impresión serigráfica con vinil troquelado, 2022.

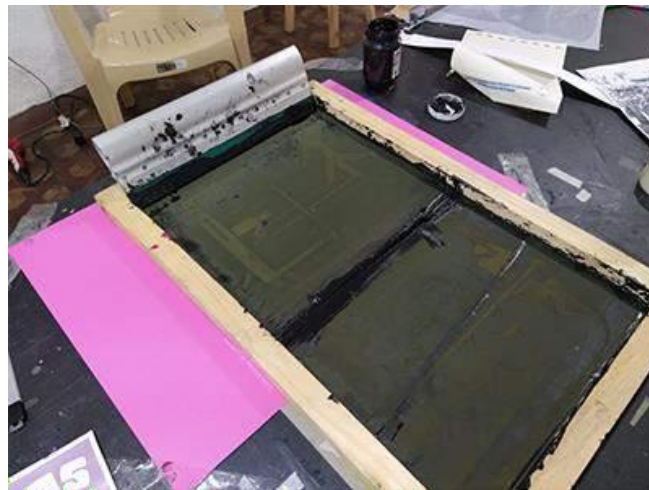


Figura 62 Impresión serigráfica con vinil troquelado, 2022.

3.1.3 Impresión de carteles

Finalmente, se opta por la segunda manera, en la que se hace un revelado de la malla con emulsión sobre la mesa de luz. Para lo cual, se imprime un acetato en negro de cada diseño y se deja pasar la luz sobre los espacios vacíos en blanco y se quema la emulsión en los mismos. De esta forma, el diseño queda libre para que pase la tinta. Ésta técnica, tarda un poco más de tiempo en producir y eleva el costo de mano de obra. Pero, ofrece mayor precisión en el producto final, con un resultado limpio y con tiempos de producción más acelerados.

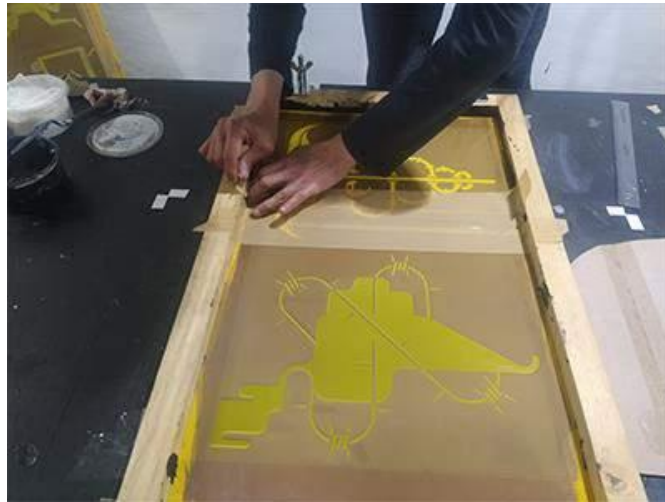


Figura 63 Impresión serigráfica en base a emulsión, 2022.



Figura 64 Impresión serigráfica con vinil troquelado, 2022.



Figura 65 Impresión serigráfica con vinil troquelado, 2022.

3.2 Registro y aplicación

Para la aplicación de los carteles se piensa en generar una ruta alrededor de la universidad, se tiene en cuenta lugares estratégicos donde exista mayor tráfico del público objetivo, en este caso estudiantes. Para ello se analizan los siguientes lugares:

- Salud y Bienestar: Calle Agustín Cueva e Inés Sancedo.
- Agua limpia y saneamiento: Av Loja y 12 de abril (muro junto a la segunda puerta de la universidad).
- Paz, Justicia e Instituciones Fuertes: Av. Loja y Lorenzo Piedra.
- Trabajo decente y crecimiento económico: Parada de bus de la 12 de abril y Agustín Cueva.
- Igualdad de género: Aurelio Aguilar V. y Agustín Cueva.
- Reducción de las desigualdades: Calle Remigio Romero y Honorato Loyola.



Figura 66 Aplicación de serie de carteles en el sector urbano, 2022.

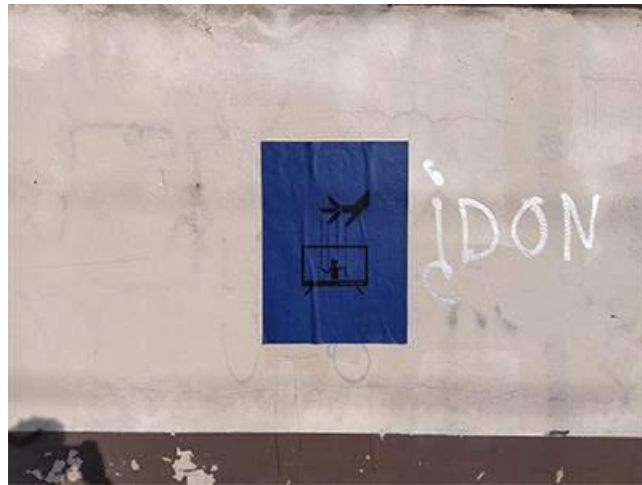


Figura 67 Aplicación de serie de carteles en el sector urbano, 2022.



Figura 68 Aplicación de serie de carteles en el sector urbano, 2022.



Figura 69 Aplicación de serie de carteles en el sector urbano, 2022.



Figura 70 Aplicación de serie de carteles en el sector urbano, 2022.



Figura 71 Aplicación de serie de carteles en el sector urbano, 2022. Registro del autor.

3.3 Etapa 5: Reflexiones finales y recomendaciones

Durante el proceso de desarrollo del proyecto y al tener la experiencia de generar una serie de carteles de carácter panfletario, se puede inferir que muchas veces un mensaje subjetivo, no literal, trasciende más que algo directo y atacante, con un buen uso de poética narrativa, como herramienta para la construcción de un mensaje visual.

Como recomendación para futuros proyectos de serigrafía la sugerencia es ir por procesos de producción ya establecidos, ya que facilita la producción, ahorrando tiempo e inversión económica. Experimentar nuevas tecnologías siempre es bueno, pero para resultados inmediatos pone en riesgo la calidad de los resultados y se termina pagando más que un proceso ordinario.

Por otra parte, para la aplicación en el área urbana se recomienda utilizar mayor cantidad

Daniel Andrés Peña Ullauri

para generar un impacto más invasivo, ya que al colocar sólo un cartel en un muro, no es lo mismo que una serie de 6 o más en el mismo lugar. Cabe recalcar, que el formato A2 está pensado para series de carteles en instalación, si se aplica por unidad sobre la superficie se pierde el impacto.

Las ventajas de hacer un proyecto de cartel protesta es lograr entender cómo el diseño se puede fusionar con diferentes disciplinas, con la aplicación de conocimientos técnicos y así, obtener como resultado productos que pueden tener un impacto social fuera de lo publicitario. En contraposición, la desventaja es que al ser un proyecto social multidisciplinario, se necesita de un equipo que aporte con conocimientos en diferentes áreas, como el social. Es por esto, que para cualquier proyecto, el trabajo cooperativo siempre será mejor que el individual. Contar con una comunidad de artistas, antropólogos y diseñadores es de gran ayuda para lograr tener otros puntos de vista diferentes a los que un productor de contenido visual conoce.

Referencias

Barnicoat, J. (2000). Los carteles, su historia y su lenguaje. Barcelona, España:

Gustavo Gili.

Bermudez, D., De la Rosa, J., Riaño, C. (2011) El cartel: la estampa del mundo que fluye. Santander, Colombia: Uma editorial, Universidad de Málaga.

Harris, P., Ambrose, G. (2010). Metodología del diseño. Barcelona, España: Parramón ediciones.

Faine, B. (1991) Nueva guía de serigrafía. México: Editorial Diana.

Harris, P., Ambrose, G. (2008). Manual de producción. Barcelona, España: Parramón ediciones.

Tubau, I. (1991). Dibujando Carteles. Barcelona, España: CEAC.

Lupton, E. (2015). Intuición, acción, creación. Graphic Design Thinking. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Foster, J. (2006). New Masters of Poster Design: Poster Design for the Next Century, Volumen 1. Massachusetts, Estados Unidos: Rockport Publishers.

El Comercio. (2019, 02 de julio). Medicinas caducadas y abastecimiento. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/opinion/editorial/editorial-elcomercio-medicinas-caducadas-abastecimiento.html>.

Bárcena, A., Prado, A. (2016). El imperativo de la igualdad. América Latina y el Caribe: CEPAL, Siglo Veintiuno Editores.

Gobierno del Ecuador. (2013). Ley de Comunicación es una contribución para la democracia. Presidencia de la República del Ecuador. Recuperado de: <https://www.presidencia.gob.ec/ley-de-comunicacion-es-una-contribucion-para-la->

democracia/.

Ramírez, J., y Díaz, J. (2017). Fuentes de la desigualdad económica en Ecuador.

Ecuador: Revista Economía y Política.

Anexos





