

# Karcasa

“Creación de un proyecto de espacios expositivos para la teoría y práctica del diseño”

La presente tesis enfoca su interés a la solución de problemas universitarios que se dan en el proceso vivencial de aprendizaje. La falta de espacios o la continuidad de estos repercuten en el estudiante y en el desarrollo de una escuela de diseño; ya que al no concebir una área continúa de competitividad, experimentación temática, vinculación académica, etc. el interés de alumno disminuye constantemente; es decir si al final de un ciclo o año de trabajo el estudiante a investigado, experimentado, propuesto y creado varios proyectos, estos no sirven de nada, si son percibidos ante la mirada de un solo profesor y después regalados o guardados en un armario que acumula propuestas e ideas negadas de ser criticadas, calificadas, medidas en competencia, simplemente admiradas o necesitadas para solucionar una función.

El sistema es concebido como una “Karcasa” contenedora, protectora y desarrolladora de proyectos universitarios independientes; es decir es un prototipo a seguir que desembocará en la muestra de proyectos universitarios, que toma en cuenta potenciales errores vivenciales e investigados, intenta solucionarlos y se propone como un referente teórico-práctico a ser tomado en cuenta en esta área de estudio.

“Karcasa” respalda el sistema mediante la práctica; “Surr” (Muestra final de diseño) es el apoyo tangible para garantizar la funcionalidad de aprendizaje del proceso y es el registro visual necesario en el que se ejemplifica el desarrollo de esta propuesta.

**“La creatividad necesita ser cuestionada, la percepción admirada.”**  
Franklin Siguenca 2008.

INDICE

RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN	5
<b>CAPITULO 1</b>	
<b>DESARROLLO DEL PROYECTO KARCASA</b>	
1.1 Presentación	6
1.2 Biographik	6
1.3 Investigación	7
1.3.1 Objetivos	9
1.4 Propuesta karcasa.	12
1.5 Conclusiones.	14
<b>2. CAPITULO 2</b>	
<b>CREACIÓN TEÓRICA DE “SURRE” MUESTRA FINAL DE DISEÑO.</b>	
2.1 Elaboración Teórica del Evento.	16
2.2 Gestión del Evento.	22
2.3 Organización del evento.	30
2.4 Conclusiones	32
<b>3. CAPITULO 3</b>	
<b>APLICACIÓN GRÁFICA Y RELACIÓN ACADÉMICA DE “SURRE”</b>	
<b>MUESTRA FINAL DE DISEÑO.</b>	
3.1 Diseño Gráfico	34
3.2 Publicidad.	37
3.3 Otras cátedras Relacionadas	47
3.4 Conclusiones	48
<b>4. CAPITULO 4</b>	
<b>Registro del evento y resultados de la Investigación</b>	
4.1 Registro del evento.	49
ARCHIVOS ADJUNTOS	51
CONCLUSIONES.	52

# Universidad de Cuenca

## Facultad de Artes

### Escuela de Diseño

**Tesis previa a la obtención del título de licenciatura en diseño gráfico**

**Tema:**

Karcasa

“Creación de un proyecto de espacios expositivos para la teoría y la práctica del diseño”

**Autor:**

Franklin Siguencia

**Director de tesis**

Magister Reynel Alvarado.

Cuenca- Ecuador

2009-2010

**Los criterios vertidos en la presente tesis son de exclusiva responsabilidad del autor**

Agradezco y doy mérito a la paciencia, las ganas, sabiduría y confianza de quienes supieron o pudieron ayudar y brindar su tiempo cuando lo necesité, durante todo el proceso de desarrollo de este proyecto. La deuda será eterna mientras existan y exista el diseño.

## INTRODUCCIÓN:

“La creatividad necesita ser cuestionada, la percepción admirada.”  
Franklin Siguencia 2008

*Karkasa* es el prototipo a seguir para la reproducción de espacios que conciben intervenciones Teóricas y Prácticas de Diseño. este proyecto es una aplicación Gráfica de la Elaboración, Gestión, Organización y Ejecución de un Evento de Diseño: “Surr” (Muestra final de Diseño), que es el tema central del desarrollo gráfico de la Tesis, además, sirve como ejemplo o plataforma para la generación de más espacios que den continuidad a un Proceso de identidad Gráfica de la Escuela de Diseño de la Universidad de Cuenca, proyectos que se encuentran desarrollados a manera Teórica como sugerencia de una cadena de eventos en esta Tesis.

A través de la estética, espectador\_obra, a través de la funcionalidad, cliente\_diseñador y a través del aprendizaje, concepto\_medio, podremos *obtener una crítica* acertada de diseño o la comprensión cultural y educativa de hacia quién observa, admira o critica una obra.

En resumen, en esta Tesis, encontraremos el desarrollo del proyecto *Karkasa*, el cual se lo ha dividido de la siguiente manera:

En el **CAPITULO 1** se hace la presentación y descripción del Anteproyecto *Karkasa*, es decir, se habla acerca del problema, el cual dio vida a la investigación, el entorno en el que está desarrollado, sus objetivos, alcances, línea de desarrollo, etc; además se plantea una posible solución a las problemáticas. En fin trata de introducir al espectador en el por qué de este documento, su importancia y aporte al tema de estudio.

En el **CAPITULO 2** se desarrolla la creación teórica de “Surr” Muestra final de Diseño siendo este capítulo el primer registro que ejemplifica la creación de un espacio para la teoría y práctica del diseño. “Surr” mostrará el desarrollo teórico de la elaboración, organización y gestión del proyecto.

El **CAPITULO 3** se centra en la aplicación gráfica y la relación académica de “Surr” Muestra final de Diseño. Dicho capítulo grafica y redacta los conocimientos adquiridos en la carrera y su aplicación directa en el Diseño Gráfico, este refleja la importancia de la continuidad y fortalecimiento de una estructura educativa dando lugar a una parte importante de esta Tesis investigativa y práctica.

Por último, el **CAPITULO 4**, muestra el registro del evento y los resultados de la Investigación. Este registro es el punto clímax del proyecto, su culminación, críticas y resultados, así como también su relación con el anteproyecto y las premisas de la investigación teoría y ejecutable; Este capítulo resume el grado de aprendizaje y experimentación obtenido en este proceso.

Para finalizar con este trabajo de Tesis, se señalan las conclusiones generales a las que se llegaron con el desarrollo de esta investigación, se recalca el cumplimiento de los objetivos y se demuestra que el trabajo de autogestión, la competitividad individual y colectiva, la crítica continua y la necesidad de un registro visual que los vincule, son de hecho, herramientas indispensables para elaborar un recurso teórico y práctico para el aprendizaje del diseño contemporáneo.

**CAPÍTULO I**

**DESARROLLO DEL PROYECTO KARCASA**

**1.1 PRESENTACION**

Este proyecto está dedicado a los miles de trabajos, desaparecidos dentro de cajones o carpetas, guardados o quemados, a todos ellos gracias por ser parte de la evolución en el diseño, esta vez se ha querido rendir un homenaje al esfuerzo de existir y de competir aun dentro del subconsciente de su autor.

*Karcasa* es el resultado de la necesidad imprescindible de la percepción de “hallarse”, consecuencia de pensar y luego existir, seguramente lo más aproximado a crear un trabajo Universitario, que luego será nada más que un recuerdo del desarrollo de la creatividad, entonces, lo más importante de la carrera Universitaria: El proceso de adaptación, de creación y libre pensamiento, no será distinguido y mucho menos percibido. Este proyecto desembocará en la creación de un espacio experimental tanto teórico como ejecutable, que nos permita percibir en materia, cuán complejo es el campo de la autogestión del diseño, su organización, restricciones, economía, cultura, percepción, etc, sirviendo como modelo de aprendizaje y de borrador para correcciones futuras en la creación de proyectos similares o su continuación. *Karcasa* será mostrada en práctica como desarrollo y aporte de su teoría; mostrará el rose de espacio y contacto con las personas que critican, defienden, y apoyan la importancia de existir en una colectividad.

Este proyecto, su investigación, su tesis y experimentación, pretenden ser un cernidor de críticas, del cual fluyan ideas de aporte e integración hacia la creación de espacios similares, que nos identifique dentro del campo de acción Universitaria de Diseño, y sobre todo distinga el proceso por el cual fue creada esta Escuela.

**1.2 BIOGRAPHYK.**



## 1.3 INVESTIGACIÓN.

### 1.3.1 Problemática o Línea de Investigación

“El materialismo premarxista examinaba el problema del conocimiento al margen de la naturaleza social del hombre y de su desarrollo histórico, y por eso era incapaz de comprender la dependencia del conocimiento respecto a la práctica social, es decir, la dependencia del conocimiento respecto a la producción y a la lucha de clases.”

Dr. Julio Mosquera / Febrero 2008 / Seminario de Pedagogía Revolucionaria.

El enfoque del Problema está en la falta de espacios virtuales o físicos que tiene la escuela, interna y externamente ante un espectador; ya sea ante un potencial estudiante para la facultad como posibles clientes o simplemente a su vez como un aporte cultural, a esto se suma que los pocos eventos desarrollados por la Universidad han carecido de continuidad, entonces al no tener un hilo conductor que hagan que estos se vuelvan pertinentes con una costumbre, fracasan.

### 1.3.2 Antecedentes

La inconstancia de proyectos o eventos de diseño, perjudican al desarrollo del mismo en la ciudad. La ausencia de espacios físicos o virtuales donde se puedan relacionar el público espectador, potenciales clientes, profesores, profesionales, estudiantes, etc., generan:

- Falta de referentes teóricos o registros que cuenten una posible evolución de la escuela.
- Falta de competitividad entre estudiantes, que sugiera un mayor esfuerzo de investigación y aplicación a su área y a su vez una nivelación de conocimientos entre ellos.

**Registro de espacios ejecutados que sirven como antecedentes a este proyecto:**

**Fecha referencial: Septiembre 2004 – abril 2009.**

*Antecedente de la Escuela de Diseño de la Universidad de Cuenca:*

-Muestra de la Escuela de Diseño de la U. de Cuenca, año 2006

Museo de los Metales.

-“Enterr” Muestra digital de Diseño de la U. de Cuenca/ año 2009/Puente Roto

*Antecedente dentro de la ciudad de Cuenca:*

-“Culto Urbano” Concurso Nacional de Diseño, AÑO 2005 (Homovidens)

-“Grafica Étnica” Salón Nacional de Diseño, años 2007, 2008 (Universidad del Azuay)

-“Casa Abierta” Muestra de trabajos estudiantes AÑO 2007 (Universidad Tecnológica América)

Antecedentes fuera de la ciudad de Cuenca:

"Open House School Design " [www.learningbydesign.openhouse.org.uk](http://www.learningbydesign.openhouse.org.uk).  
[learningbydesign@openhouse.org.uk](mailto:learningbydesign@openhouse.org.uk)

"National Design Centre Presents Melbourne Open House" - TAXI Design Network.mht

"Japan House University of Illinois "

"Design Edge Canada magazine Headline news/job board/ events for the Canadian graphic design industry.mht

### 1.3.3 Justificación

La motivación fue la necesidad de crear espacios físicos en donde los estudiantes puedan ser vistos, criticados, involucrados ante la sociedad del diseño, siendo estos espacios, los que den algún tipo de renombre a la escuela, y por medio de la continuidad de los mismos, formen parte de la cultura de diseño en Cuenca. La Universidad de Cuenca y su escuela de diseño no dispone de un evento o espacio que sea el referente de esta carrera, como tal, no existe para muchos, a más de escasear de registros visuales de los pocos eventos que ha realizado para promocionar la carrera, pero sobre todo la inexistencia de aportes teóricos o prácticos que fomenten el estudio en este tipo de temas. Es entonces que el proyecto planteado busca aportar teórica y prácticamente: siendo un referente en el área de conocimiento en el que se ubica el tema, tanto en la parte instructiva del evento como en su desarrollo y aplicación; además la creación de un registro, el mismo que servirá tanto de manera didáctica como contribución al estudio de proyectos de diseño.

### 1.3.4 Marco Teórico Conceptual

La argumentación de la tesis y su investigación obedece a que el diseño podría considerarse como el elemento común de comunicación y configuración de estrategias, es decir una expresión de uno o un grupo de creativos mediadores del hombre con su identidad, satisfaciendo limitaciones, para poder trascender en un espacio físico, en este caso la actividad científica y el objeto de la investigación se inclinará hacia el área de la gestión del diseño. La propuesta desarrollada estará basada en el marco académico de aplicación de los conocimientos adquiridos durante la carrera, o sea materias que fueron impartidas en el proceso de enseñanza y aprendizaje en la carrera de diseño gráfico, desembocadas en un solo proyecto que las abarque.

Es decir, si el problema está en que no existen espacios expositivos o de relación de la escuela hacia afuera, y tampoco referentes teóricos o prácticos en los cuales podamos extraer conocimientos didácticos o de aplicación en el área que se ubica el tema; la solución sería general un proyecto teórico el cual muestre las diferentes etapas a seguir para la producción o puesta en escena del mismo. entonces, hablaríamos de temas relacionados estrictamente con la carrera, como: diseño corporativo, diseño editorial, diseño web, publicidad, marketing, proyectos, etc.

Ahora si bien se distingue el problema y su solución, la aplicación del proyecto como tal generaría una técnica de vinculación de cátedras con aplicación a un mismo proyecto, el cual puede ser estudiado y desarrollado en las mismas cátedras, sirviendo como recurso y condicionante del prototipo Karcasa para la continuidad de este espacio. Existen muchos puntos a tratar como concepto de esta investigación, pero quizá uno de los más fuertes sea en nivel académico entre compañeros de una cátedra, se lo percibe como un problema delicado,



entonces ¿cómo nivelar los conocimientos teóricos y la ejecución práctica entre los estudiantes?, la competitividad podría ser la respuesta, sería como la estimulación hacia la investigación y la constante práctica hacia su ejecución.

Hablamos también de la superación e incremento intelectual y de talento por estudiante, ya que en una exposición universitaria o una muestra visual del nivel de la carrera debería presentares lo bueno y lo malo de igual manera, además siendo irrelevante mostrar un proceso

### 1.3.5 Objetivos

#### 1.3.5.1 Principal

Elaborar, gestionar y ejecutar un proyecto de espacios expositivos para la teoría y la práctica del diseño, como recurso Teórico que aporte hacia la escuela de Artes y su facultad de diseño.

#### 1.3.5.2 Específicos

El proyecto tiene la expectativa y el propósito que mediante su continuidad y registro, la Facultad pueda tener un referente histórico y cultural de un espacio tradicional y expansivo en la sociedad del diseño en Cuenca

- Incrementar el nivel de investigación y aplicación, estética, conceptual, funcional en los estudiantes, mediante la competitividad.
- Crear un espacio de interacción entre estudiantes, profesores, posibles clientes, autoridades, y público espectador.

#### 1.3.6 Metodología:

"Surr" muestra final de diseño será la aplicación metodológica que se analizará y criticará, desde el origen de su planteamiento, hasta el estudio de su registro y los juicios de los objetivos esperados.

"Para Thorndike, la forma más característica de aprendizaje, tanto en los animales como en el hombre, es el proceso por ensayo y error o, como prefirió nombrarlo más tarde, por selección y conexión. El que está aprendiendo se enfrenta a una situación de problema en la que tiene que alcanzar una meta, como la de salir de una caja-problema o la de alcanzar alimento. Lo hace seleccionando la respuesta adecuada de entre cierto número de respuestas posibles." (Hilgard y Bower, 1973)

Esta metodología se basa en las ideas de Jhon Dewey, en los pasos del pensamiento reflexivo y fue formulado pedagógicamente por Kilpatrick en 1918. En síntesis se puede decir que el Método Proyecto emplea los pasos del pensamiento reflexivo y se lleva a la práctica a través de una serie de actividades colectivas y diversificadas, orientadas hacia la solución de un problema real que se desarrolla en su ambiente natural. El problema detectado se constituye en el eje unificador del proyecto y deriva de una o varias necesidades observadas en un proceso o sistema en esta caso el Universitario.

- La competitividad.

Dentro de la participación de “surr”, de su análisis por segmentos como calificativo, numérico (revisar estadísticas del punto 3.3.1 Diseño web y [www.watchsurr.wordpress.com](http://www.watchsurr.wordpress.com)), se pudo deducir tras esta investigación, que el poco interés que los estudiantes brindan a este tipo de espacios es debido a la falta de confianza, fortaleza y afirmación de sus conocimientos; es decir no existe competitividad. Se puede distinguir también una conforme valoración docente y estudiantil; o sea se está encerrando al estudiante en una falsa condición o nivel contemporáneo de la cual solo podrá salir a través de una crítica global del medio en el que se desenvuelve el individuo. (revisar 1.3.2 Antecedentes)

- Crítica permanente de espacios

Si bien es cierto que los estudiantes son parte del paredón de críticas favorables o no del proceso de una escuela, pues los activos docentes, administrativos, empresas comunes del producto o servicio del diseño, colegas y colaboradores, potenciales profesionales y público espectador del mismo, son las partes complementarias del verdadero proceso a seguir, para desembocar en una crítica total de aporte para la creación y la continuidad de espacios similares a “surr”. El sistema propone criticar y ser criticado, elaborando reglas fijas y laxas para el aporte teórico a través de una crítica de experiencia profesional, estudiantil o temática.

- Autogestión

Para la creación de este tipo de espacios existen factores que involucran tiempo, constancia, dedicación, apoyo, contactos, etc, pero existe uno por el cual se echan a perder mejores proyectos y oportunidades para la evolución de esta carrera, es el factor económico, el mismo que puede ser resuelto en base a tiempo, contactos y acuerdos mutuos; es decir autogestión, es la interacción del sujeto con el objeto deseado sin intermediarios. La investigación de este punto nos dice que es un método de trueque o canje de una dependencia funcional común.

- Generación de un registro visual.

Quizá el punto más importante en donde se ve concluida y redactada los métodos de esta investigación y el alcance de los objetivos sea un documento que compruebe la existencia de los mismos, un registro visual que dé lugar a críticas, memorias, reconocimientos, pero sobre todo a establecer bases para la continuidad de estos espacios; redactando y visualizando sus diferentes fases: de información, elaboración, gestión, promoción, organización y ejecución; es decir un escrito que facilite la investigación y guíe al individuo en un planteamiento para ahorrar tiempo, recursos, etc además que se plantee como un referente teórico para el estudio universitario en temas similares.

## 1.3.7 Cronograma

**CRONOGRAMA "Surr" Muestra final de diseño**

ACTIVIDAD	FECHAS	Marzo 4 semana	Abril 1 Semana	Abril 2 Semana	Abril 3 Semana	Abril 4 semana	Mayo 1 Semana	Mayo 2 Semana	Mayo 3 Semana	Mayo 4 semana	Junio 1 Semana	Junio 2 Semana	Junio 3 Semana	Junio 4 Semana	Julio 1 Semana	Julio 2 Semana	Julio 3 Semana	Julio 4 Semana	Agosto 1 Semana	Agosto 2 Semana	Agosto 3 Semana	Agosto 4 Semana
1	RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN REVISIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN	■	■																			
2	EXTRUCTURACIÓN TEORICA		■																			
3	ANÁLISIS FORMAL DE ELEMENTOS VISUALES Venta y canje de espacios Publicitarios y Auspicios		■																			
4	SELECCIÓN DE PROPIUESTA DEFINITIVA Convocatoria de estudiantes Cierre de recepción de obras de estudiantes Notificación a concursantes clasificados Recepción de obras clasificadas						■															
5	PUBLICIDAD DEL EVENTO. Elaboración de Piezas Publicitarias. Difusión en los medios seleccionados																					
6	GESTIÓN DEL EVENTO Gestión del espacio a Utilizar Gestión de recursos, humanos y Técnicos. Elaboración de Presupuestos																					
7	EJECUCIÓN DE "Surr" Muestra final de diseño Preparación del espacio a ser Utilizado. Montaje y Disposición de las obras en el espacio.																					
8	REGISTRO DEL EVENTO Registro fotográfico y Audiovisual.																					
9	DEVOLUCIÓN DE LAS OBRAS PARTICIPANTES Devolución en la Facultad de Artes (sitio de concentración)																					

SIGUENCIA FRANKLIN

## 1.4 PROPUESTA KARCASA.

### 1.4.1 Porque Karcasa?

Karcasa es el prototipo a seguir para la reproducción de espacios que conciben intervenciones teóricas y prácticas de diseño, este proyecto es una aplicación gráfica de la elaboración, gestión, organización y ejecución de un evento de diseño: “Surr” (muestra final de diseño), que es el tema central de desarrollo gráfico de la tesis, además sirviendo como ejemplo o plataforma para la generación de más espacios que den continuidad a un proceso de identidad gráfica de la escuela.

La manera en la que se desarrollará el proyecto será mediante la elaboración de una muestra de diseño, en la cual participarán estudiantes de segundo hasta cuarto año de especialización, mas egresados de la carrera, en donde mediante una temática conceptual concursarán en una especie de salón, obteniendo beneficios por su tiempo, dedicación y esfuerzo, mostrando así un proceso universitario y obteniendo resultados internos y externos de la carrera.

Karcasa es un sistema que en base a la investigación vivencial y experimentada propone soluciones frente a problemas de común índole presentadas a lo largo de una carrera universitaria, práctica profesional o campo investigativo (la gestión de diseño). Este sistema se alimenta de procesos y errores, fortaleciéndose como propuesta; por ejemplo: “El culto Urbano” organizado por un colectivo independiente de Diseño, evento el cual reunió a más de 3000 diseñadores Nacionales en un concurso gráfico de muy buen impacto, alta organización, y buena ejecución, apenas tuvo una sola edición. Este es el principal defecto en el que caen muchos proyectos culturales y de exposición relacionados al diseño en nuestro medio.

Para evitar esta situación debemos empezar buscando la causa del problema, la cual recae principalmente en lo económico, en lo administrativo o en la combinación de ambas partes. Nos centraremos en este punto para convertir este defecto en una oportunidad a nuestro favor, por ejemplo, en cuanto a lo económico, definiremos una estrategia con los auspiciantes: “Comprar el espacio publicitario o canje por mínimo 2 o más años”, en lo administrativo, se podría resolver designando horas laborables de mínimo 3 profesores hacia el campo investigativo cada año para este evento, además de vacantes para 60 horas para los alumnos de primer y tercer ciclo que no participan en el evento, etc.

En cuanto a la evolución del proyecto estará sujeta a la constante participación de la universidad, es decir, mientras más se desarrolle y se posicione el evento, más fuerte tendría que ser la participación de la universidad para el mismo.

### 1.4.2. El Prototipo

El denominado sistema “Karcasa” establece las condicionantes a seguir para la reproducción de espacios similares o superiores al planteado:

- Auto gestión.- El evento no tendrá fines de lucro, esto garantizará la colaboración sobre el interés económico y diferenciará el esfuerzo de la conformidad.
- Convenio con auspiciantes por 2 o más años.- Es uno de los puntos que servirá de garantía de la continuidad de este tipo de eventos por el tiempo que creamos conveniente; se deberá lograr la aceptación del interesado a colaborar estratégicamente por dos a o más años usando la misma

problemática como solución, es decir, convenciendo al interesado que estaría aportando a solucionar el problema de continuidad de estos espacios.

- Que el proyecto sea a modalidad de concurso o similar.- Esta condicionante ratifica y aporta a la solución de interés por parte de los potenciales participantes y promueve la competitividad, mejorando el estimado nivel mental y técnico de un grupo social inmerso al evento.
- Colectivo de trabajo.- Deberá existir un grupo de profesionales, egresados, estudiantes de la materia o que relacionen sus conocimientos hacia el área a tratar, ya que establecerá un grupo de afinidad, al cual deberá sumarse la dedicación al mismo trabajo bajo la misma iniciativa, aceptando estas condicionantes como prioridad.
- Renovación y oportunidades.- El 50% del grupo de trabajo deberá renovarse en cada aplicación del sistema; mediante este proceso refrescaremos en cada ejecución el nivel del proceso, obtendremos variables en resultados y sobre todo se vinculará y enseñará a nuevos potenciales reproductores del sistema.
- Temáticas propuestas por el target.- Se deberá considerar en un mínimo del 50% la opinión del grupo humano hacia cual vamos a dirigir el proyecto, antes de establecer la temática con la cual se guiará el evento; esto garantizará el interés por la colectividad de nuestro target e impulsará a la vinculación social del diseñador con el medio al cual se debe o se va dirigir en un futuro.
- Existencia de un registro Visual.- Deberá existir un registro que deje constancia de la elaboración, continuidad y funcionalidad del sistema “Karcasa”; este registro visual y digital tendrá que ser considerado en función del aprendizaje estudiantil y de la evolución del sistema, imaginándolo un documento de recopilación.

### 1.4.3 Elementos Flexibles

La flexibilidad como teoría de adaptación o reivindicación promueve a la renovación espontánea de acuerdo a las necesidades que el sistema exija en el evento, a continuación se enlistan los temas de consideración:

- Espacio expositivo
- Gráfica promocional
- Temática o concepto
- Artistas e invitados
- Participantes
- Aperitivos
- Creación o eliminación de condicionantes y elementos flexibles según considere la organización saliente.

### 1.4.4 El Resultado.

El resultado de la práctica o ejecución del sistema “Karcasa” desembocará en el registro visual de la misma, en la contribución teórica de este ejemplar hacia el grupo humano al cual está dirigido: alumnos, profesores, profesionales, facilitadores y conocedores del área de estudio e

investigación (gestión de diseño), ya que al ser un documento técnico impulsa al uso de referentes propuestos y generados a través del proceso de desarrollo de este; es decir se vuelve un prototipo teórico analítico, crítico, referencial y de optimización para la evolución de este tipo de espacios.

La reproducción del sistema es precisamente la clave para la intervención del espacio teórico y la gestación del mismo, ya que entrará en debate el método y sus procedimientos, ya sea por la parte organizativa, como la de aprendizaje. En el campo estudiantil o de propuestas participantes al evento deberán generarse discusiones del concepto temático antes de su aplicación o práctica dentro de las cátedras de relación tales como: teoría de la cultura, pensamiento contemporáneo, semiótica, etc; así también es un espacio interdisciplinario de aporte en áreas de estudio como el marketing, campañas o empresas publicitarias, economía, presupuesto, proyectos, etc y lógicamente cátedras prácticas y de la carrera de Diseño sea Gráfico o Interior.

Finalmente el sistema “Karcasa” y su ejecución “Surr” es un espacio concebido para la crítica de los procesos teóricos y didácticos impartidos en este caso en la facultad de artes en el programa de diseño, elaborando un espacio en donde tanto el autor de la obra como los facilitadores de conocimiento reflexionaran sobre los sistemas y procedimientos aplicados tanto a nivel teórico como en su ejecución, generando material de aporte para esta área de estudio del diseño dentro de la escuela y el programa.

## 1.5 Conclusiones

Analizar detenida y profundamente el área donde se encuentra la problemática, determinar los factores influyentes a un incorrecto proceso, recae sobre el tema investigativo el cual fundamenta los objetivos y la metodología aplicada, “karcasa” examina, descompone y clasifica los componentes de esta área y los vuelve visibles; además genera un orden lógico y una línea investigativa para el proceso de resultados y permite formular una tesis clara de apreciación, coherencia, que se sustenta en elementos propios de su trabajo.

Es entonces donde después de estudiar el problema se puede plantear objetivos, métodos, recursos, etc, que permitan enmendar las problemáticas trazadas; estos puntos dieron la importancia y la expectativa necesaria para el desarrollo del sistema a utilizar y fijaron claramente el enlace y aporte hacia el desarrollo de la carrera de diseño. Este análisis permitió desconectar la parte emotiva-soñadora de la real-práctica, determinado alcances existentes y sobre todo realizables.

En conclusión karacasa sugiere dar importancia de desarrollo a la investigación partiendo desde su anteproyecto como el primer paso para ordenar las ideas, diferenciarlas, segmentarlas para luego elegir las posibilidades de aplicación según sea el medio y el alcance en el cual se desarrolle, es decir, generar un sistema que mediante un proceso adecuado, no se quede en las palabras sino que pase a la acción, es entonces donde “Surr” Muestra final de diseño, es la ejemplificación de método elegido y tomar en cuenta como práctica, dentro de los siguientes capítulos en esta Tesis.

Karcasa desarrolla e interpreta hasta este punto conocimientos de gestión de diseño.

“Gestión del diseño es la planificación y organización de procesos que permiten llevar a cabo actividades que tienen como propósito ofrecer un producto personalizado y especializado que tenga en cuenta las necesidades del usuario. Así ofrecer un sistema de relaciones entre el producto y usuario que haga posible acceder a soluciones de sus necesidades, teniendo en cuenta características como la usabilidad, esto permite una retroalimentación entre el sistema y el usuario que permite mantener un control de funcionamiento y efectividad.”

Angie el 27/06/2007

Caldas, Colombia.



**CAPITULO II Creación Teórica de “Surr” Muestra final de Diseño.**

**2.1 Elaboración Teórica del Evento.**

2.1.1 Concurso “Surr” Muestra final de Diseño

2.1.1.1 Concepto Temático.

Todo parte de la histórica necesidad de comunicarse, siendo esta una expresión libre y de adaptación; es decir cada individuo se expresa mediante el medio cultural al cual está sujeto, aunque parte de nuestra expresión sea híbrida, producto de mestizaje o globalización, y no exista una identidad que lo niegue, la otra parte es el resultado de la “cultura del populacho, criollo o del sabido”, o sea de una pura intuición o percepción, más que de conocimiento; desarrollando un lenguaje visual que funciona sólo en este medio. “Grafico 1.0”.



Grafico 1.0

Analizando este fenómeno cultural nos encontramos frente a una desusada expresión visual del “surr” y nuestra hibridez cultural, que podría denominarse como el resultado de nuestro proceso sociocultural cotidiano. Entonces, pensar en la combinación de estos factores tiene sentido; ya que reapropiarnos como híbridos de lo producido por las mal nombradas naciones del “primer mundo” y forjarlo nuestro modo latinoamericano, nos llevaría a encontrar una cultura visual propia, sin necesariamente buscar entre lo étnico.

Ahora, diríamos que la investigación de estas teorías y la aplicación práctica en estos espacios (“Surr” muestra final de diseño), concebidos para la experimentación, dará el resultado de sensibilización hacia la búsqueda de una identidad que registre procesos culturales de los cuales somos parte, como creadores y comunicadores de una cultura existente.

2.1.1.2 Convocatoria.

Es importante establecer estrategias de comunicación masiva e individual, para poder atraer el interés de conocimiento y participación de un proyecto; es decir si establecemos canales de comunicación podríamos implantar, que los espacios públicos de concentración estudiantil tales como cafeterías, carteleras, baños y pasillos se vuelven un potencial flanco en donde informar acerca del concurso mediante medios impresos, además delimitar como portavoz de la convocatoria a individuos que ya sea por un cargo, popularidad, o importancia dentro de un espacio, se vuelven comunicadores directos, entonces concretar que la información sea transmitida en cada área de trabajo por los profesores, autoridades, organizadores, etc. convierte en óptimo el proceso comunicativo.



A continuación un ejemplo de la convocatoria estudiantil y al personal docente de la Facultad, el mismo se recomienda sea entregado impreso como por vía e-mail.

## CONVOCATORIA ESTUDIANTES:

Saludos estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico.

La Facultad de Artes de la Universidad de Cuenca, convoca a todos los estudiantes de la *Escuela de Diseño* a participar en **“Surr”, muestra final de diseño.**

Evento mediante el cual, se pretende sirva como cernidor de críticas de nuestros procesos y resultados en estos 5 años de Escuela.

Motivo por el cual se ha creado un Espacio de Exposición destinada para diseño básico, diseño gráfico, diseño de interiores y egresados de la carrera.

Revisa las Bases, Temática y ficha de Inscripción en:

<http://watchesurr.wordpress.com/>

### **Comunicado Profesores.**

Mediante la presente nos permitimos informarles a todos los profesores de la Facultad de Artes y en especial a los profesores de la Escuela de Diseño acerca de:” Surr “Muestra final de diseño, evento que pretende ser un cernidor de críticas de nuestros procesos y resultados.

Consientes de la existencia de su programa de trabajo hacia sus estudiantes, aprobamos solicitar un espacio en el mismo, para la difusión, preparación y ejecución teórica y práctica de una pieza visual (cualquier formato o Técnica) para esta muestra; por lo que requerimos tenga presente, la *temática conceptual* de la Muestra, incluido en este comunicado; además bases y requerimientos disponibles en el portal web del evento. <http://watchesurr.wordpress.com>

Pongo a consideración fechas importantes para el desarrollo de este evento:

- **5 de JULIO** ::::::: Cierre de recepción de obras participantes-
- **7 de JULIO** ::::::: Publicación de obras seleccionadas en esta web.
- **13 de JULIO** ::::::: Cierre de recepción de obras seleccionadas en formato Impreso.
- **17 de JULIO** ::::::: Inauguración de “Surr” muestra final de diseño, en la Quinta Bolívar.

Cualquier duda o sugerencia a:

Sr. Franklin Siguencia.  
Director del Evento.  
Contacto: 095616874  
[muestra.surr@gmail.com](mailto:muestra.surr@gmail.com).

2.1.1.3 Bases de la Participación.

## **BASES DEL EVENTO**

### **DESTINATARIOS.**

1. El concurso está dirigido a los estudiantes de la Escuela de Diseño de la Universidad de Cuenca, a estudiantes de Segundo a Octavo ciclo y egresados de la carrera diferenciados en cuatro categorías de organización.

**Categoría A:** Diseño Básico/General. (Estudiantes de Segundo a Cuarto ciclo)

**Categoría B:** Diseño de Interiores

**Categoría C:** Diseño Gráfico

**Categoría D:** Extra académico. (Egresados)

2. La participación puede ser de carácter individual o colectivo. Y podrá presentar hasta dos trabajos, los que deberán ser inéditos. (En el caso que fuera necesario se hará la selección de la mejor de las dos propuestas)
3. Podrán participar en el concurso personas (estudiantes y egresados) afectadas a la organización del concurso o jurados del mismo, pero sus trabajos no serán objetos de premiación.

### **TEMÁTICA.**

#### **Concepto Surr.**

4. La Temática deberá ser consecuente con el Texto Curatorial de la Muestra.

### **TÉCNICAS, DIMENSIONES**

5. Tanto el formato como el soporte son libres. Estarán definidos por el autor y su propia mirada acerca de la temática (web, interactivos, videos, animación, editorial, afiche, etc). Si la propuesta tuviese que ver con algún tipo de instalación tridimensional, deberá proveerse la manera de mostrarla bi-dimensionalmente a los jurados a través de paneles o filmación que registre la instalación o intervención.
6. El trabajo consistirá en presentar una pieza alusiva a la temática propuesta, ejecutada por cualquier medio de expresión visual, ya sea manual o digital, con cualquier procedimiento, técnica o material que se desee, salvo que se trate de materiales perecederos o que impidan su adecuada exhibición. \*En el caso de incluir fotografías o música, éstas deberán ser de autoría del concursante o poseer los derechos correspondientes.

### **ENTREGA DE LAS PIEZAS VISUALES CUALQUIERA SEA SU FORMATO**

**Estático:** archivo digital.jpg tamaño A4

**Dinámico:** archivo digital en extensión mov o avi y su impreso correspondiente (storyboard) más una gráfica A4 representativa.

### **FORMA Y DOCUMENTACIÓN QUE DEBERÁ PRESENTARSE**

**Recepción de las obras:**

7. Las obras se recibirán del 15 de Junio al 5 de Julio de 2009. Vía correo electrónico con los siguientes datos:
- Para la preselección se solicita enviar archivos en formato digital.
  - Las propuestas se enviarán al mail: [muestra.surr@gmail.com](mailto:muestra.surr@gmail.com)
  - El archivo que se envíe a la preselección debe estar en formato .JPG, tamaño A4 @72 dpi, etiquetado con el siguiente formato:  
Inicial de la categoría\_nombre\_apellido\_.jpg ejemplo: (*B\_Juan\_Chaca.jpg*) y en el cuerpo del mail los siguientes datos: Categoría en la que participa, nombre del archivo en el formato mencionado, título de la propuesta, nombres del autor, número de teléfono.
  - El archivo no puede pesar de más de 1mb.
  - Adjunto a estos datos, deberá estar el formulario de inscripción de la Categoría Participante, en formato Pdf. disponible en: [www.watchsurr.wordpress.com](http://www.watchsurr.wordpress.com)
  - Las propuestas que no cumplan con las especificaciones no se tomarán en cuenta.

### **CLASIFICACIÓN Y GANADORES.**

#### **Información sobre resultados:**

8. Se seleccionarán 30 trabajos que clasificarán a la muestra. Se informará a los participantes clasificados vía correo electrónico además por medio de la web de la Muestra. Y de la decisión del jurado para con los 5 ganadores, el día del evento. (17 de Julio)
9. Las obras clasificadas se recibirán del 6 hasta el 13 de Julio de 2009, sin excepción. Se tomará la fecha de entrega como fecha de recepción del mismo.
10. El envío de las obras seleccionadas será a la siguiente dirección: Museo "Quinta Bolívar" de 9h00 a 13h00 y de 15h00 a 18h00. La obra deberá estar en cualquier técnica que no sobrepase 50cm x 50 cm x 50cm, en una sola pieza en cualquier técnica de impresión y lista para ser expuesta.
11. Para la muestra final no se recibirá obra que no cumpla con las condiciones propuestas por el autor al momento de su registro.
12. Si el jurado determina que la resolución formal de las obras seleccionadas y enviadas, no satisface la propuesta inicial, no se aceptará para la muestra
13. **Premiación:** Se realizará a cabo el 17 de Julio de 2009.
14. **Exposición:** del 17 de Julio al 24 de Agosto. Quinta Bolívar.
15. En ningún caso la Universidad será responsable por las pérdidas y/o deterioros y/o hurto y/o robo de las obras participantes del concurso. No obstante lo cual la Universidad extremará sus esfuerzos para el mejor cuidado de cada obra. Atento lo expuesto, es condición del presente evento y el participante expresamente acepta que en ningún caso podrá efectuar

reclamo alguno contra la Universidad fundados en la pérdida, deterioro, hurto y/o robo de las obras del presente concurso.

## **RECHAZOS DE TRABAJOS**

16. No podrán acceder a los Premios o Diplomas Honoríficos aquellas personas que no cumplan con los requisitos y condiciones establecidos por las presentes bases.

## **PREMIOS**

17. Se entregarán reconocimientos por categorías:

- **Categoría A:** Diseño Básico/General. (Estudiantes de Segundo a Cuarto)
- **Categoría B:** Diseño de Interiores
- **Categoría C:** Diseño Gráfico
- **Categoría D:** Extra académico. (Egresados)
  
- Y una mención especial, que otorga el Jurado.

Además todos los ganadores se publicitarán en el registro oficial del evento, virtual e Impreso.

18. Las obras que resulten galardonadas, quedarán irrevocablemente en poder de la Escuela de Diseño, como parte de su patrimonio visual, sin que esto genere derecho a compensación o pago de importe alguno a favor de su autor, más allá del correspondiente al premio indicado en el presente artículo, reconociendo la autoría intelectual de las obras.

19. Los autores de los trabajos participantes ceden los derechos de uso sobre los mismos a la Escuela de Diseño, quien se reserva el derecho de publicación o exposición, sin reconocer por ello honorarios y otra compensación.

20. La entrega de los reconocimientos se efectuará en un acto público que se realizará el día 17 de Julio, día de la Inauguración del evento del corriente año.

21. Sin perjuicio de lo expuesto, se deja expresamente aclarado que la fecha de realización del acto será el viernes 17 de julio de 2009 a las 17:00 Pm, La falta de asistencia de los estudiantes o profesionales cuyas obras hayan sido premiadas no impedirá la realización del evento.

22. Los participantes no podrán rechazar ninguno de los Premios o Diplomas Honoríficos otorgados. Todos los Premios poseen carácter irrenunciable.

### **JURADOS**

23. La conformación del jurado se realizará en instancias diferentes, específicas a cada categoría. Este jurado será determinado por alumnos profesores y profesionales relacionados con el evento los mismos que no podrán participar en dicho evento además deberán certificar su juramento frente a el titulo de especialidad que está ejerciendo.
24. Si, por razones de fuerza mayor y/o por cualquier causa, alguno/s de los miembros del jurado no pudieran estar presentes, corresponderá exclusivamente a la Universidad de Cuenca, designar a su reemplazante o disponer la continuidad de la actividad con los jurados presentes en ese momento.
25. Los premios podrán ser declarados parcial o totalmente desiertos, en caso que el Jurado no los encuentre pertinentes, a los fines de la Muestra de Diseño "Surr"

### **DISPOSICIONES GENERALES**

26. Estarán a exclusivo cargo de los participantes los gastos de impresión, envío de la documentación y proyectos que deberán remitirse para la participación del evento.
27. Los autores de todos los trabajos premiados serán únicos responsables por los reclamos que pudieran surgir de cualquier naturaleza, que terceros pudieran hacer respecto a la originalidad, parecidos, copias parciales, derechos de propiedad intelectual etc., sobre dichas obras. Asumiendo la obligación de mantener indemne a la Universidad por cualquier reclamo al respecto.
28. Cualquier aspecto técnico, de organización o de cualquier otro tipo que no estuviese contemplado en las bases, será resuelto por la comisión de organización y ejecución de la Muestra final de Diseño "Surr" según los criterios que fije oportunamente y de forma unilateral e inapelable.
29. La participación en este evento implica la total aceptación de las presentes bases y su plena conformidad con el contenido de las mismas.

### **INFORMACIÓN ADICIONAL**

30. Las consultas sobre el presente Concurso deberán realizarse al correo electrónico [muestra.surr@gmail.com](mailto:muestra.surr@gmail.com)
31. Toda novedad que se produzca sobre este Concurso, en cualquiera de sus etapas, será informada a través del sitio web de la Universidad y del Evento.

### **DIA DEL EVENTO:**

**Viernes 17 de Julio 19:00 Pm**

### Contacto y Portal guía.

Sr. Franklin Siguencia  
Director del Evento.  
Contacto: 095616874  
[muestra.surr@gmail.com](mailto:muestra.surr@gmail.com).  
<http://watchesurr.wordpress.com/>

### Surr\_ Muestra final de Diseño.

12 de Octubre y Don Bosco  
Universidad de Cuenca  
Facultad de Artes  
Escuela de Diseño

#### 2.1.1.4 Ficha Técnica.

Imagen de fichas.

## 2.2 Gestión del Evento.

**El factor económico se convierte en la nebulosa más grande al momento de poner en práctica o continuar con la ejecución del proyecto. Para esto se necesita cabeza fría y ágil, concentración y tranquilidad, pero sobre todo creatividad para buscar solución a las problemáticas que van presentándose, solo ahí está el verdadero aprendizaje de un proceso y la experimentación de un sistema que garantizará su continuidad.**

**Esta tesis sustenta firmemente que el trabajo autónomo y recíproco es la constante a mantener para solucionar adversidades como las económicas, es decir la autogestión, los auspicios o trueques servirán como recurso de continuidad y constancia de la labor realizada.**

### 2.2.1 Espacio Físico.

La necesidad de un espacio físico en donde se pueda montar el proyecto y la búsqueda del mismo, determinan que dentro del sector urbano de la ciudad de Cuenca no existe un solo museo o galería, creado específicamente bajo parámetros que estos necesitan cumplir. La investigación establece que la disposición de uso de los mismos esta bajo el control de la "Ilustre Municipalidad de Cuenca" y su departamento: "Dirección de Educación y Cultura". Encargándose de espacios como:

## Museos:

- Museo de Arte Moderno.
- M. Catedral Vieja de arte religioso.
- Salón del pueblo\_casa de la cultura.
- M. de esqueletología.
- M. taller del sombrero.
- M. Remigio Crespo Toral.
- M. de la medicina.
- M. de la identidad Cañari.
- M. de las Conceptas.
- Centro Interamericano de artesanías y artes populares (CIDAP).
- M. culturas aborígenes.
- M. arqueológico Universitario.
- M. del colegio Benigno Malo.
- M. Manuel Agustín Landívar.
- M. Pumapungo.
- M. de los Metales.
- Quinta Simón Bolívar.
- Casa de las Posadas.
- M. Taller la magia del sombrero.

## Galerías:

- G. Larranzabal.
  - G. de la alcaldía.
  - G. el Barranco.
  - G. Latina.
  - G. Margem.
  - G. Illescas.
  - G. Montesinos.
  - G. Paul Cézanne.
  - G. Proceso.
- Además administran permisos para, plazoletas, parques, iglesias y ruinas arqueológicas.

Entonces se analizará los datos de acuerdo al alcance del proyecto y se interpretarán las características técnicas que exige el mismo:

- Espacio.- El lugar en donde se desenvuelva la obra deberá considerar un mínimo y un máximo de personas, que tenga flexibilidad en cuanto a ambientes escénicos, infraestructura eléctrica en buen estado, etc; dependerá de los requisitos de montaje de la producción.

- Ubicación.- El sitio en donde se lleve a cabo el proyecto deberá ser fácilmente reconocido en orientación de espacio en la ciudad, intentando en lo posible tener rutas de movilidad para cualquier tipo de transporte, público o particular para su acceso.
- Museografía.- El espacio museográfico deberá considerar la cantidad, tamaño, soporte y forma exposición de las obras, de ello dependerá el uso de ambientes del museo; es decir deberá adaptarse a elementos artísticos tales como música, escénicas, artes plásticas; vuelco a recalcar que aquello dependerá única y exclusivamente de las exigencias y limitaciones del modelo del proyecto a proponer.
- Cabe averiguar y analizar el cronograma de disposición de estos espacios con un tiempo mínimo de 4 meses, informarse de eventos anuales y proyectos prioritarios como por ejemplo la “Bienal Internacional de Cuenca” nos dará una idea inclusive de la fecha de ejecución del proyecto.

En este caso se designo un mínimo de 300 y un máximo de 500 personas, se decidió una ubicación no céntrica en la ciudad debido al malestar vehicular o tráfico existente en aquella zona, a más de que las galerías céntricas estaban ocupadas por la X bienal Internacional de Cuenca, además se necesitaba un sitio en donde se puedan percibir diferentes espacios 4 en total (Muestra Surr, muestra paralela de Artes, espacio de Teatro y música, espacio de muestra audiovisual AFN), Siendo estas las características esenciales para poder seleccionar un espacio. Una vez definido el lugar y acoplados los requisitos técnicos en este caso se designó “la Quinta Bolívar”, trabajaremos en la parte final de la gestión: oficio, entrega del mismo y una muestra del proyecto con sus potenciales alcances; (revisar anexo1)

## 2.2.2 Material Publicitario.

Es trascendental destacar que el objetivo es informar, comunicar, gestionar y vender el evento para lo cual se desarrollará un Briefing (3.2.1), el mismo que contendrá información específica acerca de la generación del concepto y mensaje publicitario, analizados y elegidos de acuerdo al target previamente definido ya que el sistema publicitario de “Karcasa” se basa en un análisis cabal de marketing, el cual da como resultado el público objetivo al cual se quiere llegar mediante el concepto, argumento y mensaje elaborados secuencialmente en este proceso; el estudio de mercado finalmente nos ayudará para definir los medios de difusión, componentes o piezas publicitarias al igual que un potencial presupuesto ; siendo este método, la secuencia a crear en la cual nos basaremos antes de vender, promocionar o intercambiar cualquier paquete publicitario.

Una vez estructurado y desarrollado el briefing inmediatamente se creará una lista de potenciales colaboradores económicos, así como potenciales empresas que ofrezcan el producto o servicio requerido con las cuales se pueda negociar un canje o trueque publicitario. Se debe tomar en cuenta que se tendrá que proponer el proyecto vía mail, como reuniones físicas acordada por cualquier medio de comunicación al alcance



Ejemplo Económico:

Constructora Construvicor

Arquitecto. Pablo Vintimilla Gerente propietario.

Contacto: 4089775 / [pablovintimilla@pablovintimilla.com](mailto:pablovintimilla@pablovintimilla.com)

## **ESPACIOS PUBLICITARIOS**

### **DEFINICIÓN**

Evento expositivo de diseño (gráfico e interior), que pretende ser un cernidor de críticas, procesos, etc., pero sobre todo de resultados, es decir el evento servirá como base para elegir los mejores trabajos así considerados bajo los parámetros del jurado designado. Llevando así al evento hacia la competitividad entre participantes y convirtiéndose en un incidente de nivelación del conocimiento. Este proyecto Pretende reunir dentro de un mismo espacio a la comunidad visual de Cuenca; potenciales clientes, industrias de diseño, universidades, docentes y administrativos del medio, público en general que consume al diseño día a día. Estos serán los encargados de potencializar el evento mediante críticas y aportes individuales hacia el mismo.

### **PAKETES PUBLICITARIOS**

#### **COMPLETO 150 \$**

- **Invitación general/personal (A5) (500 UNI)**
- **Afiche a3 (500 unid)**
- **Postales (a5) (150x5).**
- **4 baners 1,20 x 2,50 mts**
- **Derecho a repartir o ubicar publicidad en el evento.**
- **Reconocimiento honorifico.**
- **Registro del Evento.**

#### **COMPLETO + EXTRA 250\$**

- **Valla 5x2.5 mts (Quinta Bolívar.)**
- **Publicidad Web**
- **E-mail.**
- **Ubicación de una Animación 20-30 seg (spot en la web)**
- **Credenciales.**
- **Diplomas Ganadores.**

Att:

Sr.Franklin Siguencia

Director del Evento.

Contacto: 095616874

[muestra.surr@gmail.com](mailto:muestra.surr@gmail.com)

<http://watchesurr.wordpress.com/>

Ejemplo canje Publicitario: **SelfPrint**.

Servicio de pre imprenta.

Ing. Giovanni Castillo

Dir: Tárqui 10-43 y Lamar

Contacto: 2828846 / [selfprint@gmail.com](mailto:selfprint@gmail.com)

## CANJE PUBLICITARIO

Proponemos que el valor del paquete que usted elija será canjeado por servicio de impresión de menor o igual valor.

### DEFINICIÓN

Evento expositivo de diseño (grafico e interior), que pretende ser un cernidor de críticas, procesos, etc., pero sobre todo de resultados, es decir el evento servirá como base para elegir los mejores trabajos así considerados bajo los parámetros del jurado designado. Llevando así al evento hacia la competitividad entre participantes y convirtiéndose en un incidente de nivelación del conocimiento. Este proyecto Pretende reunir dentro de un mismo espacio a la comunidad visual de Cuenca; potenciales clientes, industrias de diseño, universidades, docentes y administrativos del medio, público en general que consume al diseño día a día. Estos serán los encargados de potencializar el evento mediante críticas y aportes individuales hacia el mismo.

### PAKETES PUBLICITARIOS

#### COMPLETO 150 \$

- Invitación general/personal (A5) (500 UNI)
- Afiche a3 (500 unid)
- Postales (a5) (150x5).
- 4 baners 1,20 x 2,50 mts.
- Derecho a repartir o ubicar publicidad en el evento.
- Reconocimiento honorifico.
- Registro del Evento.

#### COMPLETO + EXTRA 250\$

- Valla 5x2.5 mts (Quinta Bolívar.)
- Publicidad Web
- E-mail.
- Ubicación de una Animación 20-30 seg (spot en la web)
- Credenciales.
- Diplomas Ganadores.

Sr.Franklin Siguencia

Director del Evento.

Contacto: 095616874

[muestra.surr@gmail.com](mailto:muestra.surr@gmail.com)

<http://watchesurr.wordpress.com/>

Ejemplo auspiciante o colaborador:

Casa de la cultura de Cuenca.

Doctor. Tito Astudillo Presidente.

Presidente Córdova y Luis Cordero.

(Anexo 2/ solicitud hacia la imprenta de la Casa de la cultura.)

### **2.2.3 Participantes.**

El respaldo de tener participantes en el evento es una arma de doble filo, ya que si bien puedes tener una masiva convocatoria pero si no alcanza el nivel técnico y temático no servirá de mucho, al contrario de tener pocos participantes pero que sean dignos de una exposición o muestra, en cualquiera de los dos casos es bueno ejecutar un “plan B”; es decir, invitar a individuos que por características aseguren un nivel de calidad y asistencia, estos no participarían, pero atraerían la atención del medio ya que al momento de escogerlos se tiene que tomar en cuenta características como: nivel profesional, curriculum, aplicación estética como conceptual, lineamiento con el tema, etc., así se determinó a los artistas invitados a “Surr” (Alias Collective)

### **2.2.4 Premios.**

El premiar el esfuerzo, dedicación y talento se convierte en una obligación en este proceso, ya que reconocer de cualquier manera a los participantes los motivará a competir sanamente, incrementando el nivel de atención colectiva y calidad del proyecto, a más de generar una expectativa que ayude y refuerce la publicidad.

El análisis de los sistemas de premiación de proyectos que registramos como antecedentes, nos sirvieron como cernidor para definir que la remuneración económica no genera una competencia sana, tampoco profesional, y que la satisfacción emocional solo perdura mientras dure el dinero; en cambio el reconocimiento Honorífico otorga al galardonado una satisfacción más duradera, crea una atmósfera de respeto por su trabajo, y la confirmación de profesionales jurados de su calidad, curriculum, etc. Mediante este estudio establecemos los siguientes premios simbólicos para Surr:

Diploma Honorífico firmado por el jurado calificador.

200 Impresiones tamaño Postal de la obra ganadora.

Publicación de la obra en la mejor revista local de Diseño.

Los premios antes mencionados se gestionarán con empresas colaboradoras que puedan facilitar los mismos o sea:

Diploma Honorífico firmado por el jurado calificador.

(Impresión en Self print + firma de jurados).

200 Impresiones tamaño Postal de la obra ganadora.

(Impresión en la Casa de la Cultura o gracias a los auspiciantes económicos).

Publicación de la obra en la mejor revista local de Diseño.

(Gestión de trueque con la revista Bg magazine).

Ejemplo auspiciante o colaborador vía mail:

Dis. Andrés Álvarez.

Director de la Revista Bg Magazine.

Saludos

Gracias por la acogida, el proyecto en desarrollo es: "Surr" una exposición de diseño (gráfico e Interior) de la Facultad de Artes de la Universidad de Cuenca dirigido hacia la comunidad visual en general; en fin, esta muestra pretende premiar a los 4 mejores trabajos; y consientes de su colaboración con los artistas y diseñadores locales, optamos por solicitarles un espacio dentro de su revista para la publicación del evento y sus ganadores.

A medida de lo posible quisiéramos proponer un intercambio publicitario, es decir su colaboración de espacio, a cambio de la publicidad de su marca en todos los medios publicitarios de evento:

- **Invitación general/personal (A5) (500 UNI)**
- **Afiche a3 (500 unid)**
- **Postales (a5) (150x5).**
- **4 baners 1,20 x 2,50 mts**

- **Reconocimiento honorífico.**
- **Valla 10x10 mts (Presidente Córdova y Luis Cordero) en espera de respuesta.**
- **Publicidad en la Web (Link + imagen)**
- **E-mail.**
- **Derecho a una Animación 20-30 seg (spot en la web)**
- **Diplomas Ganadores.**
- **Derecho a repartir o ubicar publicidad en el evento.**

Es todo cuanto se puede informar por este medio, realmente quisiéramos tener la apertura y colaboración de su parte, reiteramos desde ya nuestros agradecimientos.

Dr. Julio Mosquera.(Decano de la Fac.Artes)

Sr.Franklin Siguencia  
Director del Evento.  
Contacto: 095616874  
[muestra.surr@gmail.com](mailto:muestra.surr@gmail.com).

<http://watchesurr.wordpress.com/>

## 2.2.5 Jurado.

Quizá el punto más complicado dentro de la gestión de este proyecto es la selección del jurado, ya que se vuelve el organismo más importante que certifica y garantiza la credibilidad de la puesta en escena y la continuación del proyecto. El intentar escoger a personas que palpiten desde afuera y adentro lo que se pretende recolectar en resultados, se vuelve una tarea de semanas, es por ello que se tienen que tomar en cuenta ciertos factores que alivien en algo la difícil decisión. Lo primero, es aconsejable definir un número de veredicto impar, así se garantiza democracia y participación de todos los miembros de este tribunal; en fin tomaremos en cuenta a profesionales responsable del proceso de enseñanza de un espacio en este caso la Facultad, así mismo a catedráticos exitosos que desenvuelvan sus labores en margen de lo posible fuera de la ciudad o país, y por último, se elegirá a un estudiante egresado o titulado que haya realizado su proceso de estudio en este espacio, estos tendrán que responder a lineamientos conceptuales de la propuesta temática, si es posible participando en su elaboración o control.

En mención del párrafo anterior se deduce que obtendremos imparcialidad del resultado, diferentes puntos de vista y perspectivas del proceso con sus consecuencias, cualquiera que fueran los efectos o resultados de sus decisiones.

Es así como “Surr” determinó como jurado a:

Mtsr. Guido Álvarez.

<http://www.hyperscholar.com/>

Dis. Daniel López.

<http://www.danielopezamora.com/>

Egresado. Franco Moscoso

[www.amorf0.wordpress.com](http://www.amorf0.wordpress.com)

La organización de este evento siempre tuvo en cuenta los objetivos planteados dentro del sistema “Karcasa” desde el principio hasta el final de su labor, encontrando formas creativas que resuelvan de manera exitosa tanto la comunicación del evento “surr” como su aplicación técnica y visual.

## **2.3 Organización del evento.**

La organización deberá siempre tuvo en cuenta los objetivos planteados dentro del sistema “Karcasa” desde el principio hasta el final de su labor, encontrando formas creativas para que la comunicación del evento “surr” y su aplicación técnica como visual.

### **2.3.1 Inauguración**

Una vez elaborada y gestionada las instancias necesarias de “surr” la organización más importante recae sobre la fecha de inauguración de la muestra en adelante, entonces se puede determinar si el espacio expositivo de las obras se adapta a la primera intervención visual por parte del público o si es necesario otro espacio solo para la lanzamiento de este evento; en este caso la quinta Bolívar se adaptó perfectamente a lo propuesto.

Una vez definido el espacio se considero la posibilidad de intervenciones artísticas que den realce a la apertura y que sirvan como hilo conductor de lo mostrado en este espacio; siendo las artes escénicas, musicales y visuales las necesarias para llevar a cabo el acto. Es entonces donde la organización investiga, analiza, define y gestiona lo necesario para el desarrollo de estas intervenciones y se preocupa por destinar los segmentos de orden necesario para el cumplimiento del evento.

La organización de la inauguración fue responsable desde la alimentación, transporte, utilería, del recurso humano, artístico, escenográfico, comestible, etc; así como de gestionar los medios necesarios para ello, tratando siempre de llevar a cabo los objetivos propuestos por el sistema Karcasa.

### 2.3.2 Equipamiento Escénico.

Una vez definido el espacio y la hora de la inauguración, y las diferentes intervenciones artísticas se vio apropiado el acoplamiento de sonido e iluminación que facilite y proporcione un mejor control y calidad del espectáculo de apertura, para ello se definirá, presupuestará y gestionara elementos básicos necesarios para el desarrollo de la propuesta, tales como:

#### **Sonido**

*Amplificación escénica.*-Se debe tomo en cuenta cada una de las escenas o niveles que requieran amplificación, desde obras o intervenciones artísticas hasta la amplificación del maestro de ceremonias.

*Amplificación musical e instrumentos musicales.*-Este variara de acuerdo a las exigencias del grupo musical que intervendrá, para lo cual se convoco a una prueba de sonido días antes de la inauguración.

*Técnico de Sonido.*- Para la mayor tranquilidad y garantía de la organización se gestiono a un profesional, el cual se encargo de controlar y proporcionar el sonido adecuado para los espacios que fueron necesarios.

#### **Luces**

Se deberá tomar en cuenta la iluminación necesaria tanto como de las obras expuestas, así como de las intervenciones artísticas e iluminación ambiental del espacio del día de la inauguración en adelante, entonces la necesidad de un personal o profesional que asesore y justifique su contratación tubo sentido.

Para mayor seguridad y coherencia se sugiere responsabilizar a un profesional o empresa que administre el sonido, luces, escenografía, etc a favor de las necesidades requeridas por la organización de acuerdo al evento.

### 2.3.3 Intervención Artística.

De acuerdo a la demanda, expectativa y presupuesto del evento este dispondrá de diferentes intervenciones artísticas, para “surr” se vio necesaria la intervención de varias artes aplicadas, que sacien al potencial publico de interés y calidad de su producción, para ello en esta oportunidad se gestiono la participación de:

## *Artistas (capítulo 4)*

Barojo -Teatro Experimental-

Aflatnoise · digital soundwaves ·

Los paracaídas –Rock experimental-

La Ventana –indirock-

### 2.3.4 Recurso Humano.

La organización deberá estar rodeado de profesionales, aspirantes e individuos que aporten con las necesidades técnicas como conceptuales de lo que se pretende mostrar o lograr en el proceso, la importancia de este punto es vital para el tiempo de producción y encadenamiento de las diferentes instancias e intervenciones; “karcasa” recomienda e hizo uso un personal mínimo para la administración de los recursos gestionados:

- Técnico de luces
- Técnico de Sonido
- Fotógrafo de registro.
- Departamento de gestión
- Departamento de diseño
- Departamento de publicidad y Marketing
- Recurso Humano de museografía o montaje.
- Asistentes o personal de apoyo.

## 2.4 Conclusiones

En una globalización saturada por tecnología digital o habilidad estética, la herramienta más poderosa para competir en este sistema es el uso de las neuronas; los lineamientos conceptuales y perceptuales más la continua alimentación de estos, darán origen a alternativas originales de creación y creatividad, “surr” intenta concientizar ante esta reflexión y aplicar la teoría en la elaboración teórica para este evento, recurriendo al medio en el que se desarrolló en esta instancia, hizo uso de influencias establecidas teóricamente, como criterios de varios artistas y diseñadores, para debatiendo encontrar la propuesta temática, las bases, etc, que desarrolle la muestra de una manera más clara y profesional.



Ahora bien si tenemos las ideas claras, ahora solo debemos encontrar las manera de gestionarlos, es decir buscar a alguien que confíe en que las locuras que están hablando son realizables, a tal punto que financie de alguna manera tu proyecto; en este medio no hay recurso más valido que la auto-gestión, el poder relacionarte y enlistar contactos que te puedan ayudar es una tarea ardua, de paciencia, eficiencia, y mucho tiempo. Esta instancia es la más difícil en realidad, no solo porque tienes que pedir financiamiento, sino por que debes buscar y convencer que todo tu trabajo es tan profesional que se concursar, premiar, ser jurado o aportar de una u otra manera con el proceso dará gratitud, reconocimiento y afectará al interés del potencial colaborador.

Cuando se llega a concretar y resolver lo hablado en los párrafos anteriores, es hora entonces de organizarte y te darás cuenta que no lo puedes hacer solo, se necesita un equipo o recurso humano que intervenga en los diferentes espacios que se definirán de acuerdo al alcance del proyecto; la importancia de una organización alineada que visualice el mismo resultado y tenga claro como llegar hacia él, será más fácil si los individuos relacionan y se identifican con el plan de acción, ya sea por concepto, estética, medio profesional e inclusive lasos de amistad. Una vez resuelto el rompecabezas es hora de ejecutar o llevarlo a la práctica, aplicando la teoría y desarrollando el diseño en todos los espacios por los que fue elegido este proyecto para formular una tesis; es decir la aplicación experimental de diseño de proyectos, diseño gráfico, editorial, web, publicitario, etc, puestos en escena en el siguiente capítulo.

### 3. CAPITULO 3 APLICACIÓN GRÁFICA Y RELACIÓN ACADÉMICA DE “SURR” MUESTRA FINAL DE DISEÑO.

#### 3.1 Diseño Gráfico

La experimentación teórica nos da pautas que no se sujetan ni obedecen a ningún sistema, su interpretación es libre en función y forma; solamente la percepción estética, conceptual y cultural del diseñador puede llevarnos a resultados criticables. Es entonces donde el proceso gráfico toma forma, a través de herramientas teóricas y prácticas, las mismas que se sujetan a un sistema de enseñanza-aprendizaje del cual somos parte activa o influyente, en fin, se intenta exponer que “Karcasa” y su aplicación “Surr”, son reflejo intuitivo del sistema académico Universitario, de la búsqueda de integración de proyectos catedráticos, es decir un resultado visible del diseño gráfico aplicado y la relación académica formativa, los mismos que se exponen en este capítulo.

##### 3.1.1 Concepto.

Este hace referencia al concepto temático de “Surr” muestra final de diseño  
 (Capítulo 2 / 2.1.1.1)



##### **Concepción del nombre.**

En primera instancia el logotipo nace como ubicación geográfica como subcontinente, ciudad, ubicación del campus de la Facultad, etc, siempre en una orientación y reforzándose en el concepto Temático antes planteado, dando como resultado la primera aberración lingüística de asentamiento cultural que se adaptó gráficamente, de Sur a Surr.

##### **Concepto gráfico.**

En primera intención, “**Sinónimos Visuales**”, se convertiría en la base del trabajo, de relación, concepción y experimentación que nos daría forma a la palabra **Surreal**, que en principio será el primer esbozo que lleve a la determinación de su influencia gráfica, tanto como en corriente artística, aplicaciones conceptuales, y quizá la más atractiva por la aberración de su nombre en asentamientos territoriales o culturales. (lengua, escritura, iconografía, etc.)

Es decir que más allá del movimiento artístico, contemplamos la palabra “**Surreal**” como conjunto de fantasía, magia, estética, concebidos por el artista o diseñador mediante la percepción cultural del medio al que se debe, este es el que admira su mundo desde afuera mostrando lo ya existente por el hombre, entonces podemos hablar de **Sur\_realidad**, como una interpretación física o visual de sus pensamientos, plasmados en el lienzo de la creatividad de un proceso, es decir proponer un diseño que intente identificar gráficamente a un individuo o a una multitud, o sea una “**identidad de diseño**”.

3.1.2 Logotype.

La necesidad de obtener una imagen que identifique, diferencie, transmita o comunique un mensaje hacia el público al cual nos dirigimos, depende de factores funcionales, los mismos que se describirán en este logotipo.

En primer lugar podemos denominar que es un logotipo de nominación toponímica, la estructura del diseño es tipográfica y simbólica, el estilo gráfico es vectorial; además esta marca está acompañada de la descripción de su actividad: *muestra final de diseño*,

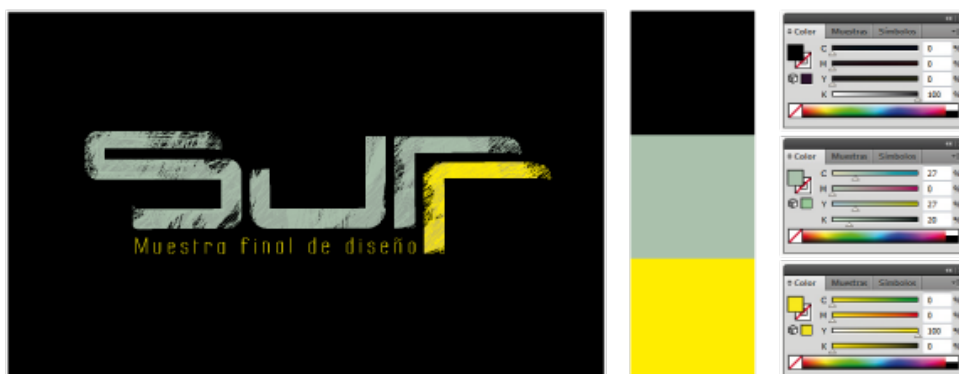
Una marca es algo muy complejo que abarca al mismo tiempo un signo verbal, un signo gráfico, un signo cromático, etc; además comprende aspectos psicológicos como la posición y la valoración. Es un “supersigno” que debe entenderse y estructurarse según un manual de marca.

3.1.3 Manual de marca.

*Versiones del logotipo*



*Cromática.*



## Aplicación en el arte publicitario



### 3.1.4 Semiótica.

Jalaludin Rumi escribió en el siglo XIII:

"Nuevos órganos de percepción surgen a consecuencia de nuevas necesidades. Por lo tanto, oh criatura, incrementa tus necesidades, a fin de que se desarrollen tus percepciones".

El uso semiótico, semiológico o la interpretación semántica como análisis y aplicación se vuelve una herramienta atractiva para la generación de conceptos y aplicaciones gráficas, tanto así que las posibilidades de aplicación son afirmantes en esta marca.

Podríamos detallar que marcas posicionadas generan ya una descripción: emocional, de significado, estatus, e incluso son tan bien estructuradas por sus años que llegan a convertirse en una señal, que dicho sea de paso adviene e indica o implica una acción o momento determinado.

Analizando estas teorías estudiadas durante el proceso estudiantil y fuera de él, definimos que nuestra marca se incorporó a la sociedad siendo ya un icono el cual determina un significado (signo) y una simbología (símbolo) desarrolladas a continuación.

#### Signo

Definimos que signo es aquello que reviste a la señal o símbolo; es su manifestación en el mundo de las percepciones y de la comprensión. Es una unidad capaz de transmitir contenidos representativos, es decir, es un objeto material, llamado signifiante, que se percibe gracias a los sentidos y que en el proceso comunicativo es portador de una información llamada significado.

## Sur

Lo escrito aquí es un conjunto de signos, que conllevan un mensaje. Y precisamente, ésta es la función esencial del signo: el de transmitir un mensaje.

#### Símbolo.

Cuando un signo no sólo informa de un significado, sino que además evoca valores y sentimientos, representando ideas abstractas de una manera metafórica o alegórica, se conoce como símbolo.

En las religiones se utilizan símbolos que evocan en sus seguidores los valores y creencias propios de cada una de ellas, por ejemplo la luna creciente simboliza al islamismo; la cruz es el símbolo de los cristianos y la estrella de David representa a la religión hebrea, etc; entonces la marca pretende demostrar que este símbolo es parte de nuestra cultura o asentamiento lingüístico, llevado a la gráfica interpretativa para ser reconocido por la percepción Humana.

## Surr

“En primer lugar, para interpretar un símbolo de una cultura X se debe estar familiarizado con sus signos, sus escrituras, y en particular sus escrituras sagradas, pues éstas aportan el contexto cosmogónico en el cual el símbolo o los símbolos se desempeñan e interactúan en dicha cultura y su comprensión del cosmos. Se debe conocer el idioma. Esto conlleva una gran cantidad de esfuerzo y estudio acerca de toda la información básica indispensable y pormenorizada para la interpretación simbólica de UNA cultura. Pretender estudiar en profundidad los símbolos de una cultura sin sumergirse en la cultura misma, pretendiendo estudiarlos desde una cultura ajena, resulta en un injerto que no dará frutos.”

Rodolfo García / la coctelera/ Dramaturgia\_1

### 3.2 Publicidad.

#### 3.2.1 Briefing

Palabra inglesa que, en español, puede traducirse por “Informe” y es muy del argot del mundo de la publicidad y el marketing. De hecho, mediante un *briefing* desde un departamento de marketing se proporciona información sustancial de una empresa o marca sobre las que los del departamento de publicidad deben elaborar una campaña concreta. También, mediante un *briefing*, se informa a la fuerza de ventas sobre las características de las novedades del catálogo de referencias de la empresa. Originariamente la palabra *briefing* designaba el conjunto de instrucciones precisas que recibían los pilotos de combate de las fuerzas aéreas norteamericanas conocidas como USAF.

#### Briefing

##### Descripción

“Surr” Muestra final de diseño

- Característica del producto: Exposición de diseño a modalidad de concurso
- Motivación: Identidad Visual o cultura
- Eje de comunicación: diseño popular o criollo.

##### Concepto

El concepto publicitario que tendrá está basado en el concepto temático de la muestra, hablamos de la reivindicación del diseño en el surr, nuestra hibridez y mestizaje en fusión con la intuición de lo criollo o populacho, intentando descubrir una Cultura Visual.

Estrategia de comunicación:

## Mensaje.

Muestra de la gráfica + diseño local.

## Target.

La muestra está dirigida para virtuales diseñadores, profesionales, potenciales clientes, docentes y administrativos de la materia, estudiantes, público relacionado directa o indirectamente con la Universidad y el diseño en general.

Edad: público entre los 17-46 años de edad.

Clase Social: media baja, media, media alta.

Sexo: Cualquier tipo de sexo existente o por haber.

Esta dirigido para diseñadores, publicistas, y empresas gráficas.

Nicho de mercado: Geográficamente estará dirigido hacia el Ecuador y el objetivo base la ciudad de Cuenca.

## Estrategia de medios.

Medios para la campaña Publicitaria

La campaña se maneja mediante medios tradicionales.

- **Medio impreso.** Se ha seleccionado este medio debido a su influencia publicitaria en nuestro entorno, ya que al desarrollar invitaciones, afiches, y un promocional en la agenda cultural de la Casa de la Cultura y el Municipio, estaremos estableciendo un medio más directo y podremos controlar, seccionar y garantizar a quien va dirigido. Esta estrategia funcionará como un canal de información amplio y masivo, que segmentara a los interesados en este caso a diseñadores, además se obtendrá ventajas como: flexibilidad, actualidad, buena cobertura de mercados locales, aceptabilidad amplia, credibilidad alta.
- **Medio Interactivo.** Se creará un blog que comunique consecutivamente las actividades del concurso, sea interactivo con los participantes, genere estadísticas de visita, etc; con esta página lograremos recoger cantidad y calidad de público, es decir un interés objetivo y de mayor participación por parte del potencial activo de la muestra. obteniendo resultados de posicionamiento entre los principales buscadores (Google, Yahoo, AltaVista) para llegar al 85% de personas que utilizan esos recursos; una estrategia más dentro de este medio publicitario sería colocar links en otros sitios web (relacionados directa o indirectamente con la muestra).
- **Medio Informativo.** Como son los periódicos o revistas más comerciales en este aspecto intentaremos negociar un canje publicitario con los periódicos locales, las

revistas más vendidas y conocidas: marca o bg, así optaremos por un medio más comercial ganando selectividad geográfica y demográfica alta; credibilidad y prestigio; reproducción de calidad alta; larga vida y varios lectores del mismo ejemplar físico.

- **Medio Directo**\_ Se refiere a publicidad gratuita ya que debido a que es un concurso los participantes clasificados se encargarán de distribuir la información del evento, fechas, premios, jurado, etc a los que estos consideren interesados en sus trabajos en general con la muestra. Este medio generará un canal de distribución para la publicidad de boca en boca.

**Presupuesto.** La inversión necesaria para el desarrollo del evento.

## **Inventario.**

### *Impresiones Lona.*

3 rollup de 220 x 80 cm = \$200

1 flex en X de 160 x 60 cm = \$ 45

### **Impresiones Papel**

300 afiches de 60 x 40 cm = \$300

500 invitaciones tamaño postal = \$150

500 postales de los ganadores tamaño postal = \$150

100 invitaciones personalizadas. = \$50

50 fichas de identificación participantes = \$15

6 diplomas ganadores = \$7.50

### **Escenografía**

Alquiler museo, quinta, o espacio cualquiera. = \$500 por 1 mes

Luces Led par 64 de 500 y 1000 + torre = \$150 6 horas

Amplificación escénica = \$75

Amplificación musical = \$225

Instrumentos musicales = \$100

### **Recurso Comestible**

#### *Licor*

Canelázo = \$40

Cerveza = \$30

### *Bocaditos*

Chispiolas = \$30

Melcochas = \$30

### **Recurso Humano**

#### *Artistas*

Teatro Experimental Barojo = \$200

Aflatnoise = \$200

1 Banda: Los paracaídas = \$100

2 Banda: La Ventana = \$100

#### *Técnicos*

Técnico de luces = \$100

Técnico de Sonido = \$150

Fotógrafo de registro. = \$50

Departamento de diseño y publicidad. = \$500

Recurso Humano de museografía o montaje. = \$300

#### **Extras**

Transporte = \$50

Viáticos = \$50

Extras o caja chica. = \$100

**Total = \$3967.5**



## Componentes para la campaña Publicitaria

### - *Tipografía*

En General manejará formatos como:

Surr.- Tipografía creada para el diseño de la imagen del evento, es de palo seco, su principal característica son los cortes no tradicionales de una letra en su estructura, también su alineación horizontal, pero su kerning y tracking son libres depende de su posición.

Aldo Semi bold.\_ es una letra orgánica que expresa la fluidez de la empresa es de fácil legibilidad por lo que se utiliza para textos corridos y subtítulos, cuenta con la característica de ser de palo seco y el kerning será modificado de forma libre para expresar libertad

**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz;1234567890**

Labtop.- Esta tipografía acompañara a la estética y a la legibilidad del logotipo y su página web, es de palo seco y se añadirá un tracking para ayudar a su función.

**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz;1234567890**

### - *Cuadrícula*

Se utiliza una cuadrícula rectangular de módulo cuadrado con una inclinación de 17° para aprovechar características variables, ya que al ser una revista empresarial se necesita expresar un liderazgo firme pero contemporáneo, además este componente demostrará la organización de un diseño minimalista contemporáneo que es el que actualmente impacta en jóvenes diseñadores. Esta herramienta permitirá generar una identificación de marca ya que el resto de componentes estarán ubicados de igual manera en la misma cuadrícula obteniendo así una identificación de diseño.

### - *Cromática*

Dentro del concepto cromático se intentará manejar colores popularmente ecuatorianos y cuencanos; entonces:

Amarillo: bandera de Ecuador, bandera de cuenca, sol, mote choclo, Abdalá, Barcelona, mierda, etc; color representativo y socialmente cultural.

Cian Esmeralda: escogido por su importancia religiosa dentro de la ciudad, además color neutro desde la ropa unisex de un niño, cielo, catedral vieja, ríos de cuenca, zhumir con vivant, fashion, etc.

El resto de la cromática tendrá que ser la almohada del contraste de estos dos colores representativos, entonces los manejaremos en tonos ocres o que tengan tendencia hacia el negro.

### - *Ilustración.*

El tipo de ilustración es vectorial de 2 dimensiones, tratando de generar una falsa profundidad en esta, las líneas que se manejarán serán orgánicas y fluidas, en la parte conceptual se manejarán elementos culturales de nuestra gráfica callejera actual que jueguen con el primer y el segundo plano del arte a desarrollar, además que buscará alinear a los gráficos en inclinaciones variables sin interrumpir su lectura, más bien sirviendo de soporte a su diseño.

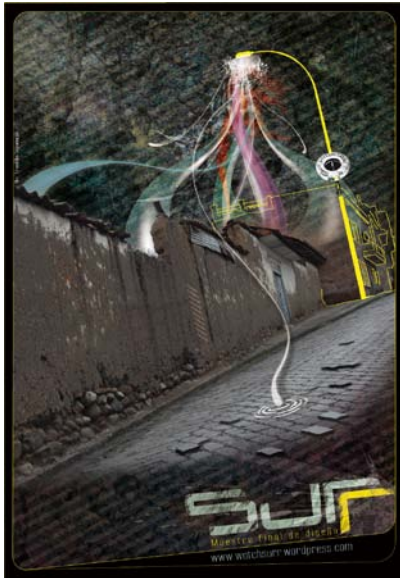
- *Fotografía.*

Pretenderá crear una confusión de lugar y momento, se analizó que esta fotografía deberá ser parte de un barrio representativo de la ciudad, pero que tendrá que crear un conflicto de memoria e identidad de su ubicación, más allá de que esta deberá expresar una gráfica, cromática, morfología, y estructura cultural contemporánea.

En el punto subcapítulo se encuentran adjuntas las muestras de los medios y componentes antes mencionados.

### **3.2.2 Gráfica Publicitaria.**

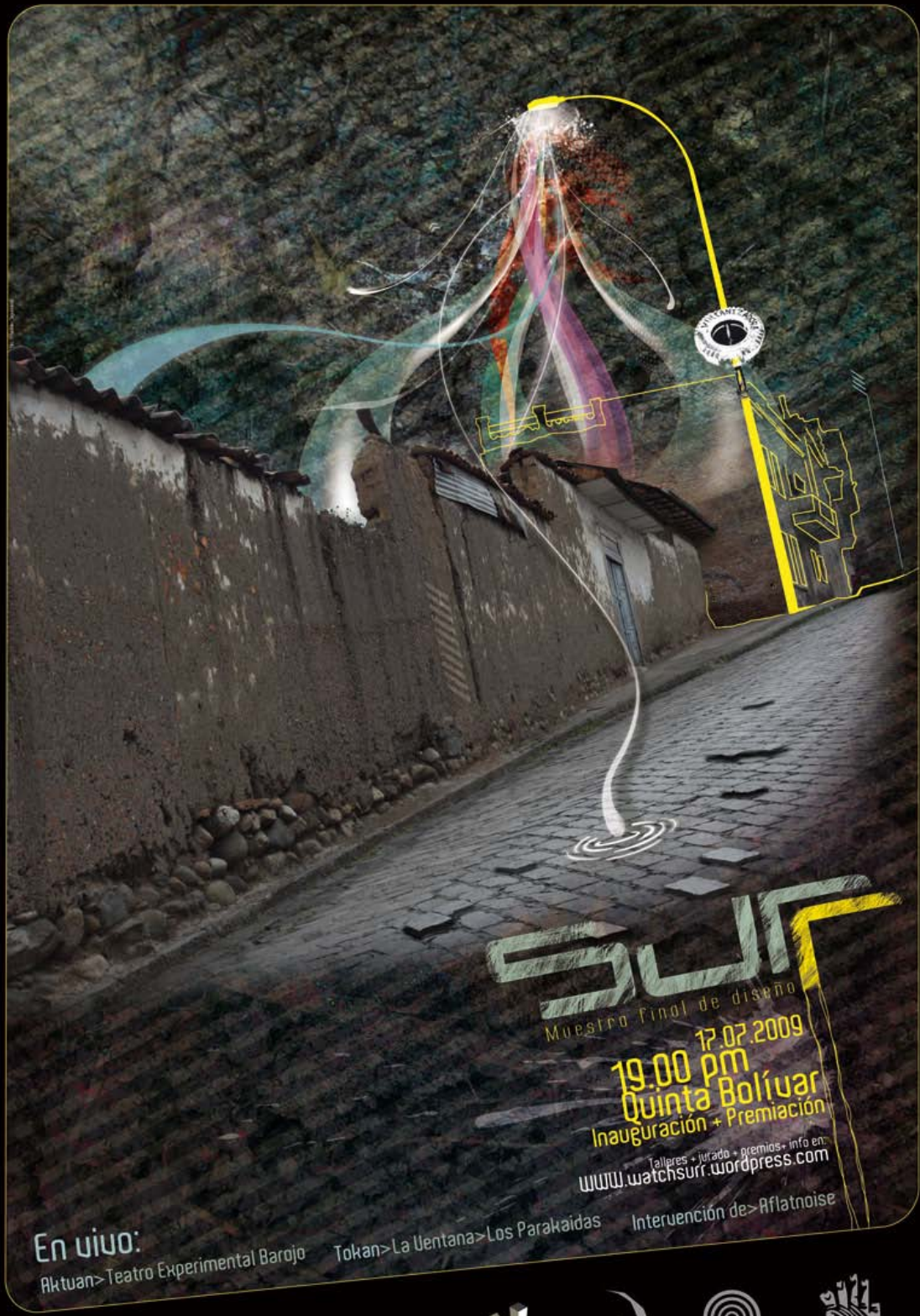
Arte general de Surr.



Afiche de convocatoria.



Afiche Publicitario.



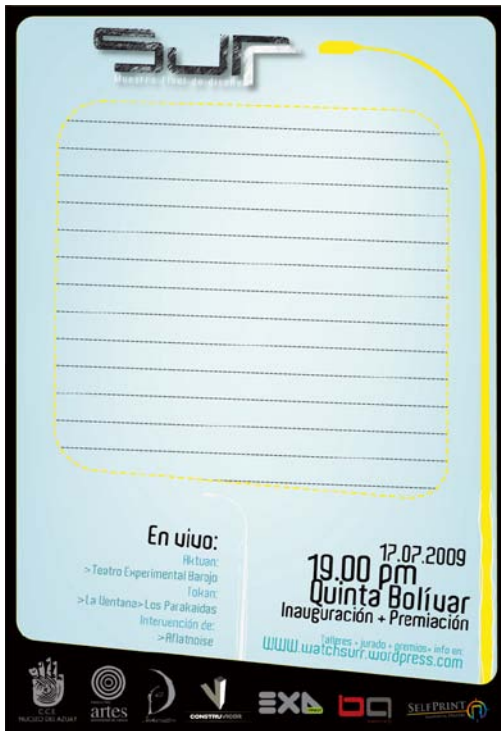
**WATTSURR**  
Mostró final de diseño  
17.07.2009  
19.00 pm  
Quinta Bolívar  
Inauguración + Premiación  
Talleres + Jurado + Premios + Info en:  
[WWW.watchsurr.wordpress.com](http://WWW.watchsurr.wordpress.com)

En vivo:  
Aktuan > Teatro Experimental Barojo Tokan > La Uentana > Los Parakaidas Intervención de > Aflatnoise

**LOGO**  
**EXA**  
**SELFPRINT**  
IMPRESIÓN DIGITAL  
**CONSTRUVIDOR**  
INTERNACIONAL  
**artes**  
universidad de cuenca  
**C.C.E.**  
NÚCLEO DEL AZUAY



Invitación.



Postal Ganadores

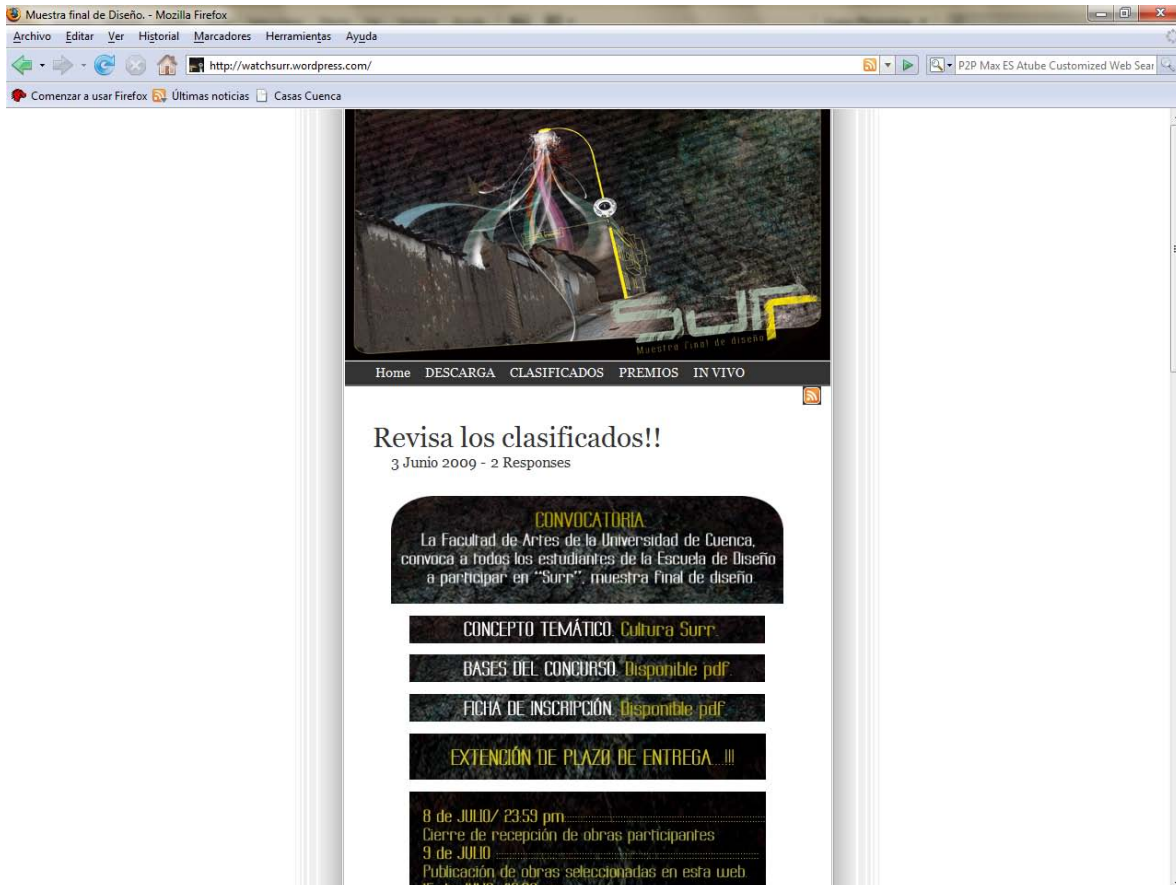


Banner.

Fichas de Identificación.



Página web o blog.



## 3.3 Otras cátedras Relacionadas.

### 3.3.1 Diseño Web

El diseño Web como recurso catedrático y profesional es la herramienta más contemporánea no solo por su alcance, sino por el desarrollo e importancia para el aprendizaje en el último y nuevo siglo, además sus ventajas para un evento de modalidad concurso son indispensable, por contenido de navegación, recursos visuales, e interactividad con el usuario, es decir las descargas de información de bases del concurso, ficha técnica y concepto temático de la muestra fueron visitados y descargados con mayor comodidad y facilidad por los aspirantes al evento.

Podríamos recargar recursos económicos y de tiempo para el proyecto pero gracias al recurso interactivo de un blog en Wordpress obtuvimos facilidades de velocidad de navegación, credibilidad, actualizaciones inmediatas, y una base de datos para analizar la cantidad de visitas. A continuación una pequeña estructura de secciones del blog y su flow chart.

Ejemplo gráficos y estadísticos.

### 3.3.2 Proyectos

La iniciativa real de poner en práctica los conocimientos adquiridos durante el proceso de aprendizaje e investigar falencias dentro del sistema académico resulta como consecuencia de esta materia, llegando a ser el punto de partida y el “patazo de burro” inicial para transformar el proyecto en realidad después de 2 años.

La materia vincula herramientas de investigación y criterios esperando obtener resultados que demuestren las teorías expuestas y resueltas dando la libertad al estudiante a experimentar con la Teoría y la práctica; pero sin embargo el sistema no brinda la oportunidad de ejecutarlos debido a varios factores: tiempo, economía, respaldo, una comisión que apoye proyectos y ayude a ejecutarlos, cambio de autoridades, falta de referentes, etc es entonces donde la problemática del anteproyecto toma una dirección diferente, para demostrar la teoría de autogestión y desarrollo independiente de proyectos pueden ejecutarse en la práctica.

El estudio de diseño, su análisis y crítica se vuelven fundamentales dentro de esta materia ya que solo gracias a estos factores podemos comprender la sociedad en la que se desarrollan y resolver sus problemáticas, estructurando proyectos que demuestren criterios formados y sistemas experimentales para su cura.

### 3.3.3 Marketing.

En la práctica o sociedad consumidora de diseño real, no basta con tener buenos procesos, sistemas, proyectos o ideas, hace falta estudiar al mercado o potencial cliente y saber cómo llamar su interés y vender o negociar el apoyo hacia la iniciativa.

Es entonces donde las materias como proyectos, diseño, publicidad, marketing, etc, se vinculan y conforman un proyecto consolidado y sólido para la estructuración académica y su disposición en la práctica real del mercado, es decir el aprendizaje se estructura de mejor manera en cuanto más real sea su aplicación.

El marketing de “surr” funcionó en base a la venta del proyecto como tal, de sus alcances, su vinculación con espacios alternativos y directos del diseño y su publicidad, ofreciendo así al potencial colaborador o auspiciante la venta de espacios y paquetes publicitarios; también elaborando un mini proyecto para el trabajo de autogestión, en donde este reproducía fielmente la intención de “surr”, examinaban su posición y disponían la aceptación o no de la colaboración solicitada. (revisar teoría y ejemplos del capítulo 2/2.2 Gestión del evento.)

### 3.4 Conclusiones

En este espacio es donde se ubica la piel “serr”, que se ha formado de una manera interior hasta el momento, es hora de hacer una interpretación gráfica en su honor, hora de llevar a la práctica los conocimientos adquiridos durante el desarrollo del sistema aplicado en la carrera, hora de utilizar la experiencia adquirida hasta este punto y de utilizar la percepción de esta tesis para experimentar un resultado expresivo de comunicación.

La estética y la técnica toman forma gracias al estudio previo de una teoría sólida que se defiende por sí misma, siendo tan fuerte que su aplicación puede ser ejecutada desde diferentes pensamientos y habilidades de interpretación, en fin a este punto está tan claro el proyecto que después de 9 meses solo queda esperar que la madre tierra de los frutos del trabajo realizado.



## CAPITULO 4

### Registro del evento y resultados de la Investigación

#### 4.1 Registro del evento.

**El registro fotográfico y documental del evento y su proceso se encuentra en la carpeta de Extras/ Registro del Evento incluido en este disco. gracias.**

##### 4.1.1 Previa

##### 4.1.2 Museografía.

La organización, comunicación y expresión de las obras se ven truncadas por el espacio, el saber adoptar el problema y convertirlo en oportunidad es objeto de la presión y la intuición experimental que se construye con experiencia.

##### 4.1.3 Inauguración.

El contacto del ser procreado, hace su primer contacto con el espacio que espera verlo desnudo para acariciarlo y criticarlo al mismo momento, la teoría se ha cumplido, la continuidad es el camino.

##### 4.1.4 Obras expuestas.

La desfragmentación y desdoblamiento de un sistema o proceso de diseño lo construyen la variedad de interpretación, herramienta y contexto de su autor, "surr" y su reivindicación con la comunicación.

### **Bibliografía.**

#### 5. Referencias Bibliográficas.

- *Virtuales:*
- **FLICKR. Diseño grafico**, Copyright © 2009 Yahoo! Inc.  
"<http://www.flickr.com/search/groups/?q=diseño&m=names>", [Consulta: viernes, 09 de Enero de 2009]
- **ARTZMANIA. Diseño grafico**, Copyright © 2007 [Artzmania](http://www.artzmania.com/). All rights reserved  
<http://www.artzmania.com/>, [Consulta: viernes, 09 de Enero de 2009]
- **NEWWEBPICK. Diseño grafico**, © 2001-2009 NewWebPick.com All rights reserved  
<http://www.newwebpick.com/issue/>, [Consulta: viernes, 09 de Enero de 2009]
- VICTORIA THORNTON (Director), OPEN HOUSE the architecture education organisation, © 2001-2009 Registered charity no. 1072104  
openhouse.org.uk " [www.learningbydesign.openhouse.org.uk](http://www.learningbydesign.openhouse.org.uk).  
[learningbydesign@openhouse.org.uk](mailto:learningbydesign@openhouse.org.uk)", [Consulta: viernes, 09 de Enero de 2009]

- Master design GUIDO ALVAREZ, Professor Marcel Cornis-Pope. **A paper that is not a paper** . 6 September 2007. [www.hyperscholar.com/MATX601\\_a.pdf](http://www.hyperscholar.com/MATX601_a.pdf) [Consulta: **viernes, 09 de Enero de 2009**]

- *Impresas:*

- AMY, Dempsey. ESTILOS Escuelas Y Movimientos.
- CHARLOTTE Y PETER FIELL. Diseño Del Siglo XX.
- BURDEK, Bernard. *Diseño*, G. Gili. Barcelona. España.1994.
- SWANN, Alan. *Diseño Gráfico*, Naturat Barcelona. España 1992.

- *Publicaciones y artículos:*

- AMORFO DEXIGN. Ética. "Manual del diseñador".2006
- DIS. DANIEL LOPEZ ZAMORA. Texto curatorial del salón de fotografía "Transito".2009

- Extra: revisar documentación Extras/Referentes incluido en este disco.

**Anexos.** Revisar documentación Extras/Anexos incluido en este disco.

**Créditos.**

AGRADECIMIENTOS

Intervención necesaria para el desarrollo del evento.

Impresiones Lona.(EXAPRINT)  
Impresiones Papel (SELFPRINT)

Casa de la Cultura:  
500 invitaciones tamaño postal  
500 postales de los ganadores tamaño postal

Escenografía:  
Museo de la "Quinta Bolívar"

Universidad de Cuenca/ Facultad de Artes:  
Luces Led par 64 de 500 y 1000 + torre =  
Amplificación escénica  
Amplificación musical  
Instrumentos musicales

Construivicor Internacional:

Recurso Comestible

Canelazo

Cerveza

Bocaditos

Chispiolas

Melcochas

Recurso Humano:

Artistas

Teatro Experimental barojo

Aflatnoise

1 Banda: Los paracaídas

2 Banda: La Ventana

Técnicos

Colectivo Cabeza INK

Técnico de luces

Técnico de Sonido

Fotógrafo de registro:

Santiago Calle y Roberto Ortiz

Amorfo Ddesign

Departamento de diseño y publicidad.

**Archivos Adjuntos.** Revisar carpeta de Extras incluido en este disco contendrá información extra como videos, fotografías y material inédito del proceso.

### Conclusiones.

Hacia este punto no sabemos con certeza qué resultados nos deja el sistema, buenos o malos solo dependerá de quien pueda definir esa paradoja; sin embargo se concluye defendiendo que lo que en realidad importa, que es disfrutar del proceso, saber aprovechar cada una de las etapas como auto aprendizaje, definir que la investigación y la educación neuronal es la clave para trascender mas allá de un medio físico, que los antecedentes guardados teóricamente en la cabeza o en un libro son claro ejemplo de inspiración y aporte hacia cualquier tema.

Ahora que la investigación es un aporte, no solo docente o científico también es auto gestionable, desde el principio del aprendizaje Universitario se intenta difundir este principio, es decir se reconoce que el sistema brinda el 25% del nivel adquirido, el 75% es auto gestionable, en libros concursos, maestro de diseño, etc que se encuentran en el mundo, dando batalla y difundiendo esta regla; en este medio no existe otra manera de sobresalir más que la preparación oportuna, competitiva, y de calidad, reflexionando en el entorno cultural del cual somos partícipes e interpretadores, ósea que la comunicación al igual que la expresión es un bien de enseñanza por parte del que lo necesita en este caso los diseñadores, artistas o cualquier medio.

Karcasa se establece como la herramienta para concebir espacios teóricos o prácticos, en desarrollo del diseño o el arte, basándose en un sistema lineal pero variable, mediante procesos de vinculación p inclusión académica, social y filosóficos de diseño, entonces esta la teoría o tesis desemboca en el cumplimiento de objetivos, alcances y metodologías aplicadas en un registro aportando así con una herramienta más dentro de este espacio, este servirá como primer referente, para la continuidad de estos espacios.

S.dis Franklin Siguencia A.  
2009