

# UCUENCA

## Universidad de Cuenca

Facultad de Artes

Carrera de Diseño Gráfico

### Diseño editorial sobre el Graffiti y el Street Art en la ciudad de Cuenca desde el año 2015-2016

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

**Autor:**

Christian Santiago Lucero Saquichahua

**Director:**

Jorge Daniel López Zamora

ORCID: 0000-0002-4654-7592

**Cuenca, Ecuador**

2023-04-03

### Resumen

Los orígenes del arte urbano se han vinculado con prácticas ilegales o vandálicas, pero con el paso del tiempo se pudo reconocer su legitimidad como medio de expresión logrando que sea incluido y auspiciado por los gobiernos locales, se presume que inicio en Francia con una característica basada en la literatura y filosofía, luego en Estados Unidos como protesta de las clases oprimidas y finalmente llegó a Latinoamérica por la cultura del hip-hop. En Ecuador se utiliza como un medio de expresión para protestar al gobierno y al poder económico de grupos privilegiados o dirigencias abusivas. Por lo que el presente proyecto plantea elaborar un libro sobre el Graffiti y el Street Art en la ciudad de Cuenca desde el año 2015 al 2016. Se usa como guía el libro "Metodología del Diseño" de Ambrose-Harris, que tiene siete fases: definición, investigación, ideación, prototipo, selección, implementación y aprendizaje. La información se obtuvo por el método de investigación cualitativa: recopilación bibliográfica, entrevista a expertos y recopilación de información etnográfica a diversos autores locales, nacionales, internacionales y *crews*. Con la entrevista a expertos se pudo conocer referentes del Street Art que no tenían registro tanto nacional como internacional. El producto final permite, de manera sistemática, organizada y atractiva, dar a conocer la variedad de estilos, tendencias, diferentes expresiones y agrupaciones del arte urbano en la ciudad de Cuenca. El libro tiene el nombre "Puro Aerosol" ya que es el medio esencial de todo graffitero.

*Palabras clave:* diseño editorial, arte callejero, hip-hop

### Abstract

The origins of urban art have been linked to illegal or vandalistic practices, but over time its legitimacy as a means of expression was recognized, making it included and sponsored by local governments, it is presumed that it began in France with a characteristic based on in literature and philosophy, then in the United States as a protest of the oppressed classes and finally arrived in Latin America through the culture of hip-hop. In Ecuador it is used as a means of expression to protest the government and the economic power of privileged groups or abusive leaders. Therefore, this project proposes to prepare a book on Graffiti and Street Art in the city of Cuenca from 2015 to 2016. The book "Methodology of Design" by Ambrose-Harris, which has seven phases, is used as a guide: definition, research, ideation, prototype, selection, implementation and learning. The information was obtained by the qualitative research method: bibliographical compilation, interviews with experts and compilation of ethnographic information to various local, national, international authors and crews. With the interview to experts, it was possible to know works of Street Art that did not have national or international registration. The final product allows, in a systematic, organized and attractive way, to publicize the variety of styles, trends, different expressions and groupings of urban art in the city of Cuenca. The book has the name "Puro Aerosol" since it is the essential medium for all graffiti artists.

*Keywords:* editorial design, street art, hip-hop

## Índice de contenido

1. El Graffiti y el Street Art
  - 1.1 Historia del arte urbano
  - 1.2 Narrativa
  - 1.3 Principales referentes de la década de los 80
  - 1.4 Técnicas
    - 1.4.1 El Tag (Firma)
    - 1.4.2 El estencil (Plantilla)
    - 1.4.3 Stickers
    - 1.4.4 Pegatinas
    - 1.4.5 Otras técnicas del Street Art
  - 1.5 Graffiti y Street Art en Ecuador y Cuenca
    - 1.5.1 Ecuador
    - 1.5.2 Cuenca
    - 1.5.3 Conclusión.
2. Metodología y Conceptualización
  - 2.1 Desarrollo del brief y sistematización de información
    - 2.1.1 Entrevista a expertos
    - 2.1.2 Segmentación de usuario
    - 2.1.3 Brief
    - 2.1.4 Identidad Visual-Naming
    - 2.1.5 Mapa de percepciones
    - 2.1.6 Mapa mental y jerarquía de contenido
  - 2.2 Inmersión - experiencia etnográfica y protocolos
    - 2.2.1 Antes - acción
    - 2.2.2 Durante-acción
    - 2.2.3 Sistematización y reflexión de entrevistas
    - 2.2.4 Texto- Tono de voz
    - 2.2.5 Manejo de archivo del contenido
    - 2.2.6 Reflexión – descubrimientos
    - 2.2.7 Panorámica final
3. Proceso de Diseño
  - 3.1 Estructura de Contenido
  - 3.2 Bocetos
  - 3.3 Layout
    - 3.3.1 Imposición
    - 3.3.2 Formato
    - 3.3.3 Retícula
    - 3.3.4 Imágenes
    - 3.3.5 Tipografía
  - 3.4 Prototipo y maquetación
  - 3.5 Sistemas de Impresión
  - 3.6 Conclusiones
  - 3.7 Recomendaciones y reflexiones finales

## Introducción

Se cataloga al Graffiti y Street Art en Ecuador y Cuenca como parte del lenguaje icónico que usa textos o representaciones artísticas en el espacio público y privado; usualmente buscan expresar la realidad desde su perspectiva y mostrar la inconformidad con contextos políticos y sociales, por lo que este estudio tiene el siguiente objetivo general: generar un diseño editorial sobre el Graffiti y el Street Art en la ciudad de Cuenca desde el año 2015-2016 donde se pueda visualizar la gran variedad de estilos, tendencias, diferentes expresiones y agrupaciones del arte urbano y el Graffiti en la ciudad.

De aquí se desprenden dos objetivos específicos:

1. Dar a conocer detalles relevantes y poco conocidos de los principios del Graffiti en el país con un mayor enfoque en la ciudad de Cuenca por medio de entrevistas a expertos.
2. Investigar acerca de los principales exponentes del arte urbano con investigación etnográfica: autores locales, autores nacionales e internacionales y crews.

Este proyecto editorial y de investigación tiene como audiencia personas que conforman un grupo de interés común; el arte urbano, practicantes activos del Graffiti y Street Art en la ciudad de Cuenca en los últimos años, diseñadores, artistas y personas relacionadas con el movimiento hip hop. El libro tiene 312 páginas que permite disponer de contenido especializado en arte urbano y de alta calidad recolectado en la investigación cualitativa. Su costo de impresión bordea los \$300,00 USD por una edición, por lo que para su producción se requiere la impresión a gran escala que reduce considerablemente el costo, además de buscar auspiciantes a fin de que el precio de venta pueda disminuir sin perder rentabilidad.

El uso de tecnología para la editorial permitió aplicar distintos materiales: varios tipos de papel, hojas plegables y acabados de imprenta. La tipografía usada fue Sans Serif con variedad de estilos para el texto de corrido como para los títulos, dando jerarquía al contenido; también se usó retículas diferentes para los tres tipos de autores, separadores de contenido y acabados de imprenta. La estructura de cada capítulo priorizó el diseño con el entorno, buscando que cada elemento clave resalte del fondo, de esta manera se logra ayudar al lector a enfocarse en el contenido más relevante causando un mayor impacto.

La metodología que se utilizó para el desarrollo del libro está basada en Ambrose-Harris "Metodología del Diseño", donde se muestran las técnicas y métodos de los diseñadores para generar ideas creativas que permiten al lector aprender de cada trabajo y contribuir al conocimiento del diseño.

Este proceso de diseño consta con siete fases: definición, investigación, ideación, prototipo, selección, implementación y aprendizaje, mismas que son necesarias para el planteamiento del proyecto, en el proceso se utilizó varias técnicas y mecanismos en busca de soluciones creativas e innovadoras.

Como resultado se obtuvo un libro que permite comprender a profundidad al diseñador por medio del contenido, la calidad y la información que se transmite en el Graffiti y Street Art desde la óptica del arte, contribuyendo al desarrollo y comprensión de la expresión sociocultural del pueblo por medio de sus artistas de manera ordenada y sistemática, a fin de que sus obras sean apreciadas en una colección con varios autores que tienen el mismo objetivo: comunicar emociones, sentimientos, sueños y luchas por medio de colores y diseños artísticos.

## 1. El Graffiti y el Street Art

Las diversas técnicas artísticas que se pueden encontrar en la calle se han denominado *Street Art* o *arte urbano*; en el libro *Ultimate street art*, Nicholas Ganz (2009) se refiere a que: «cualquier intervención artística desarrollada en un espacio público, [...] es Street Art»; aunque los orígenes de este tipo de arte se han vinculado con prácticas ilegales o vandálicas, con el tiempo se pudo reconocer su validez, logrando que sea incluido y auspiciado por los gobiernos locales.

Como es natural en el arte, el *Street Art* también se ha visto susceptible a un constante devenir en su forma, siendo los cambios socio-políticos y culturales, uno de los factores que motiva a los artistas detrás de esta corriente contemporánea, a expresar su propia filosofía o razón, desarrollando una obra cuyo discurso, en esencia, manifiesta su oposición al sistema.

### 1.1 Historia del arte urbano

El *Graffiti*, término que proviene del italiano *sgraffio*, o «arañazo», ha existido desde los orígenes del ser humano. Representaciones como las de las cuevas de Lascaux, en Francia, se plasmaban en paredes con la ayuda de huesos y piedras; además, se podría decir que el hombre primitivo anticipó las actualmente conocidas técnicas de la plantilla y el spray, al crear siluetas soplando polvo de color en sus manos mediante huesos huecos.

Sería cuestión de tiempo para que el ser humano sintiese la necesidad de volver a sus orígenes prehistóricos, dejando de lado la tradicionalidad del arte y su relación con las élites, para enfocarse en una forma de expresión totalmente libre y salvaje. El *graffiti* fue importante para los movimientos de resistencia como un método para hacer pública su oposición; un ejemplo de ello fue *La Rosa Blanca*, un grupo de estudiantes alemanes que a partir de 1942 manifestó su rechazo a Hitler y a su régimen a través de panfletos y pintadas –aun cuando los nazis pintaban símbolos en las paredes como parte de su maquinaria propagandística para provocar el odio hacia los judíos y disidentes–. Algunos años después, el *graffiti* volvió a tomar fuerza entre los movimientos políticos, y durante las revueltas estudiantiles de las décadas de 1960 y 1970 en Francia, los manifestantes expresaron sus puntos de vista mediante pósters y pancartas, la técnica más usada fue la denominada «pochoir», un término local para designar al *graffiti* realizado con una plantilla, la precursora del actualmente conocido arte del estencil.

El desarrollo del *graffiti* como se lo conoce actualmente tuvo lugar gracias a la influencia de artistas como Taxi 183, Julio 204, Cat 161 y Cornbread, quienes pintaban sus nombres en paredes o las estaciones del metro de Manhattan. La particular estructura de la ciudad de Nueva York, en la que los barrios más degradados de Harlem se encuentran al lado del

glamour del mundo de Broadway, parece haber sido el cultivo de los primeros artistas del Graffiti, reuniendo en un mismo lugar tanto culturas como grandes diferencias de clase. Se trataba de una especie de batalla contra los agentes del poder y de una salida de la pobreza y del gueto. Cornbread, por ejemplo, se hizo famoso por pintar con spray su *tag* (la llamativa firma de un escritor) en un elefante del zoológico. A través de estos pioneros nació el *graffiti* y se extendió a lo largo y ancho del mundo arrastrando tras de sí a miles de jóvenes.

El ya mencionado Nicholas Ganz (2004), resalta que, al principio, los artistas del graffiti utilizaban con frecuencia su nombre real o sus apodos, pero pronto comenzaron aparecer los primeros pseudónimos. Debido al exceso de nuevos artistas que blandían sus nombres por toda la ciudad, se necesitaban nuevas formas que resalten su trabajo. Los *tags* se hicieron cada vez más grandes, hasta que aparecieron las primeras «piezas» (abreviatura de masterpiece) en los trenes de Nueva York. Seen, Lee, Dondi, Stayhigh 149, Zephyr, Blade, estaban entre aquellos que se convirtieron en héroes gracias a la calidad y cantidad de su obra.

## 1.2 Narrativa

Resulta muy poco probable que los primeros practicantes de lo que hoy se conoce como *Street Art*, se hubieran imaginado que sus obras se convertirían en las primeras manifestaciones que dieron origen a una importante corriente dentro del mundo del arte contemporáneo; y aunque son varios los artistas reconocidos por sus intervenciones artísticas en las décadas de los años 80 y 90 respectivamente, también abundan quienes quedaron en el anonimato total.



Ilustración 1 *Intervención Urbana*. Obra del Artista Banksy

### 1.3 Principales referentes de la década de los 80

En un principio, los artistas del *graffiti* se centraron en los trenes, porque viajaban alrededor de toda la ciudad y los veían diariamente millones de personas. A mediados de la década de los 1980 se afirmaba que no había ni un solo tren que no hubiese sido pintado de arriba a abajo, al menos una vez. Esta situación cambió hacia 1986, cuando las autoridades de Nueva York tomaron medidas para protegerlos de los *graffitis*, colocando vallas alrededor de las estaciones y limpiando los trenes de manera regular. Al mismo tiempo que las pintadas de Nueva York viajaban por toda la ciudad, el fenómeno del *graffiti* se extendía por todo Estados Unidos y llegaba a casi todas las ciudades. Pronto, los trenes se convertirían también en un objetivo en Europa. Por la misma época, se celebran las primeras exposiciones en Ámsterdam y Amberes.

Ganz (2004) apunta a que los *graffitis* empezaron a aparecer prácticamente en todas las ciudades europeas desde principios de la década de 1980, aunque en Ámsterdam y Madrid se había alentado un movimiento del *graffiti* más temprano, teniendo sus raíces en el punk, fue a mediados de la década de 1980 cuando realmente despegó la escena del *graffiti* europeo. La mayor parte del *graffiti* de este continente está basado en el modelo estadounidense. Con el hip-hop, el punk e internet, el *graffiti* se introdujo en casi todos los países occidentales u occidentalizados y llegó posteriormente a lugares más lejanos. Asia y América del Sur entraron más tarde, pero la cultura del *graffiti* está creciendo de una manera exponencial y ha alcanzado ya un nivel muy alto, sobre todo América del Sur.

### 1.4 Técnicas

Las técnicas apegadas al *Street Art* son variadas, hay artistas que se apropian de alguna de ellas y la convierten en parte esencial de su estilo identitario; por otra parte, hay quienes, mediante la fusión de los estilos de otros, logran obtener nuevas formas de expresar arte en la calle. Louis Bou (2009), señala en *Ultimate Street Art, a celebration of graffiti and urban art* que:

El *Street Art* abarca desde el *Graffiti* tradicional pasando por el *Stencil Art* hecho con plantillas, el *Sticker Art* que incluye pegatinas y posters, las nuevas tendencias creativas como las video proyecciones, el arte de guerrilla, hasta obras realizadas mediante rayos de luz o instalaciones, y una infinidad de técnicas y códigos que engloban e identifican a este imparable movimiento artístico. (p. 11)

Las intervenciones artísticas en espacios públicos se han vuelto comunes, desde un *tag* o una pegatina, estas imágenes a las que generalmente no se les atribuye demasiada importancia, tienen la potencialidad de quedar grabadas en las mentes de los transeúntes incluso de manera inconsciente

## 1.4.1 El Tag (Firma)

Es el *graffiti* en su estado más puro y nace a finales de los años 70 en el metro de la ciudad de Nueva York. La verdadera filosofía del *Tag* va más allá que el de una simple firma hecha en escasos segundos, en realidad es una forma de expresar un sentimiento de rebeldía contra la sociedad mediante un apodo, mediante la cual los jóvenes de los suburbios neoyorquinos exteriorizaban su furia contra el sistema social de la época.

En este contexto histórico del arte empezaron a surgir nuevos grafiteros, quienes a su vez formaron bandas a las cuales se las denominaba *crew*; es gracias a estos grupos rebeldes que el *graffiti* empieza a cobrar notoriedad, pues los tags se reproducían en grandes dimensiones y número de réplicas. Así pues, mientras más firmas hay en la ciudad, más respeto ganan los demás artistas; esto por otra parte, conllevó a que se desarrollaran nuevos estilos de tags, partiendo de una simple firma hecha con un aerosol o rotulador, a formas más complejas y elaboradas como el caso de los *bubble* de letras grandes, huecas, coloreadas y perfiladas, o las más conocidas, *Throw ups*, o bombas, pintadas con spray.



*Ilustración 2* Taki como protagonista de un artículo publicado por el New York Times en 1971 que provocó la explosión inicial de Graffiti

### **1.4.2 El estencil (Plantilla)**

El estencil se convirtió en uno de los estilos más utilizados por los artistas del *Street Art*, esta técnica se dio a conocer en la Primera Guerra Mundial cuando los soldados norteamericanos la usaban para marcar las cajas de armamento, uniformes y varios objetos. En la misma época, en Europa, existieron también ciertos movimientos sociales que usaban el estencil con fines de protesta y como un tipo de propaganda.

Las plantillas han sido una de las técnicas que más acogida tuvo desde sus inicios, en la actualidad, miles de artistas alrededor del mundo se identifican con la corriente del *Street Art* al hacer uso del estencil. Gracias a la rapidez al momento de ejecutar una obra, se puede considerar que esta técnica no tiene límites, pues el artista puede presentar ingeniosas creaciones, a la vez que reproducirlas en grandes cantidades y formatos en cualquier espacio, y casi sobre cualquier superficie.

La confección de una plantilla requiere cualquier material rígido y plano, como, por ejemplo, láminas de plástico, cartón, acetato etc.; y la posibilidad de usar distintos tipos de materiales pictóricos es casi infinita, pues dependerá del objetivo que escoja el artista. Después de obtener el material se procede a crear el motivo en la superficie y se corta las partes que van a ser pintadas, una vez generada la plantilla solo se necesita un aerosol (de ser el caso) para pintar en la calle; las plantillas pueden combinar textos, logos, personajes, autorretratos y se puede sobreponer varias capas de distintas plantillas para conseguir resultados y texturas espectaculares. «Una vez en la calle se trata de repetir el motivo con insistencia, marcando el territorio con la plantilla a modo de tag. Mientras más veces se repita el logo, mayor prestigio y respeto se causará entre los demás artistas que pintan en la calle» (Monsa Publications, 2012).

### **1.4.3 Stickers**

Esta técnica de *Street Art* es un de las más fáciles y rápidas al momento de intervenir un espacio público, varios artistas utilizan este método para bombardear en las calles; una de las formas con las cuales se obtienen los stickers, va desde lo más simple porque se puede crear desde un boceto rápido y fotocopiarlo tantas veces como se quiera; para lo cual también existen diversos tipos de papeles con los cuales se puede jugar, sea por su textura, o método a aplicar, como por ejemplo, pasar de un simple boceto a generar imágenes en digital y después imprimir para luego ser colocadas en la superficie escogida.

### **1.4.4 Pegatinas**

En el mundo del *Street Art* se han generado varias formas de intervenir espacios en la calle, de entre las cuales se aprecia también el uso de las pegatinas. Esta técnica se puede trabajar

en diferentes dimensiones para obtener resultados de calidad; el uso de las pegatinas se asemeja al de los ya mencionado stickers, pero a diferencia de estos, las pegatinas se pueden definir como trabajos de grandes dimensiones que al momento de ser colocados en el espacio escogido, necesitan de un pegamento transparente que se aplica en toda la superficie del diseño creado, por lo cual la pegatina se convierte en una obra totalmente resistente a las variantes del clima., y por lo tanto su mensaje perdura más tiempo en contraste a otras expresiones de arte urbano.



*Ilustración 3* Shepard Fairey. Fue uno de los primeros artistas urbanos en propagar la técnica de pegatinas como intervención callejera.

#### **1.4.5 Otras técnicas del Street Art**

Una gran característica del arte urbano es la de innovar con cada una de las obras que se ejecutan en la calle; en varias ocasiones la simplicidad es el modo más eficaz para comunicar algo, como la artista Carla Ly, quien utiliza banditas sanitarias que adhiere en todo el espacio urbano, especialmente en las grietas de las paredes, creando un múltiple debate con respecto al concepto de su técnica.

Se ha demostrado que la tecnología también puede formar parte del *Street Art*, donde los artistas han sido grandes creadores de estilos y han buscado formas de fabricar su propia tinta, modificar sus rotuladores y buscar maneras para acomodarse al momento de intervenir un espacio. El *GRL* (Graffiti Research Lab) es un equipo de trabajo donde se mezcla la tecnología y el arte, su objetivo era el de competir con la publicidad y hacer visibles sus obras en la noche, para ello utilizaban *LEDS*. Actualmente trabajan en proyectores láser que se hacen en casa, muchas de estas piezas parecen ser abiertamente políticas y tratan sobre el consumismo, contra el gobierno de Bush y sobre la idea de qué es público y qué es privado.

Cuando se trata de generar nuevas técnicas de *Street Art* y sobre todo utilizado diferentes materiales, pocos superan al artista Mark Jenkins, quien empezó a experimentar con cinta adhesiva en el año 2003, técnica que consiste en cubrir con cinta un objeto para luego córtalo a la mitad y obtener un molde, pero no todo termina ahí, Jenkins ha experimentado con varios objetos, incluso su propio cuerpo para crear sus propias improntas; realizó además varios moldes a partir de la fisonomía de un bebé, para dejarlos luego colgados en los árboles o en la parte superior de los rótulos de la tiendas, insinuando así un extraño relato ambiguo. La yuxtaposición de la naturaleza y el espacio urbano es un tema constante en su obra, dentro de la cual destacan las representaciones de jirafas proyectadas en tamaño real, comiendo hojas en el parque; o patos hechos con la misma técnica y flotando en charcos, mientras que bocas de incendios y parquímetros aparecen en espacios verdes; se podría decir que entre este equilibrio pervertido, también destaca una particular forma de mitigar la división que existe entre lo natural y lo hecho por ser humano.



*Ilustración 4* Mark Jenkins. Intervención urbana utilizando cinta adhesiva

## 1.5 Graffiti y Street Art en Ecuador y Cuenca

El Graffiti y el Street Art son fenómenos relacionados, el Graffiti y el Street Art resultan ser una forma de expresión enmarcada, aunque no limitada, en el contexto del espacio urbano,

es una forma de lenguaje icónico con textos o representaciones pictóricas que interrumpen lo rutinario y homogéneo del espacio público y privado.

Es esta forma de irrupción estética en la linealidad y estandarización urbanas la que lo vuelven un arte de naturaleza controversial, ecléctico en su interrelación con distintas manifestaciones y expresiones culturales de una sociedad y usualmente vinculado con espacios contextuales donde la hostilidad y clandestinidad son características:

“El Graffiti puede ser considerado como una forma artística de resistencia a la autoridad y al mismo tiempo una expresión de solidaridad y explicitación del propio contexto cultural en el que se formó (...) da muestra de forma constante a los escritores, de su propio pasado estético y la evidencia de su evolución. En cierto modo la dinámica de acción del Graffiti es autor-reflexiva ya que ha de mirar continuamente en su propia historia.” (De Diego, 1997)

A nivel conceptual la palabra Graffiti es utilizada en la actualidad para referirse a prácticamente cualquier escritura mural, que contenga imágenes, símbolos o marcas de cualquier clase, sobre cualquier superficie y sin que la motivación del escritor o artista sea un factor determinante para entenderlo como tal; es decir que si bien el Graffiti tiene un origen estrechamente relacionado con la expresión de lo político, su segunda naturaleza es la del cambio y expansión, trasciende sus raíces y logra influir en los contextos urbanos de casi todo el planeta.

Esta influencia a nivel mundial, deriva de dos vertientes principales, la división más usual suele distinguir entre el Graffiti europeo, cuyo énfasis radica en el componente verbal con matices poéticos y filosóficos, y el norteamericano que más o menos ligado a la expresión política contra la represión y racismo, se deja influenciar principalmente por los medios de comunicación y la cultura del hip-hop, poniendo mayor énfasis en la experimentación técnica y el arte pictórico.

### **1.5.1 Ecuador**

La tradición ecuatoriana refiere que el primer Graffiti en el país, apareció en el siglo XIX: “Último día del despotismo y primero de lo mismo”, esta frase anónima aparece presuntamente en los muros del Quito colonial durante los días posteriores a la independencia, el Graffiti en este sentido parece entonces presentarse como una forma política de expresión.

No se debe confundir, sin embargo, la idea de la expresión política y del propio ejercicio político, con la del proselitismo o en lenguaje vernacular “politiquería”, la frase aparecida en

los muros del Quito colonial, más allá de ambiciones políticas de cualquier tipo y en medio de la poética clandestinidad de la posindependencia, presenta una ironía casi humorística que termina siendo a la vez predicción para el futuro político del país y sustento primigenio del arte urbano del Ecuador durante mucho tiempo, pues son precisamente las características de este “Graffiti” premonitorio, las que identificarán al street art del país desde incluso antes de que este y sus ejecutores sepan que es un arte.

Más el Graffiti es un fenómeno global, atado a su propia naturaleza de innovación y reinención, Alex Ron en el libro “Quito, ciudad de Graffitis” postula que el arte del Graffiti atravesó tres momentos, el primero originado en Francia y de características literarias y filosóficas, el segundo en Estados Unidos, basado en la reivindicación de los oprimidos y con énfasis en lo pictórico y finalmente un tercer momento que corresponde al arribo del Graffiti a Latinoamérica.

Más específicamente en Ecuador, la interacción entre factores como la clandestinidad, el arte, la poesía, filosofía, ironía y la reivindicación social se funden en una lucha contra el poder y lo establecido, el arte urbano se desarrolla como un debate entre las mecánicas del poder, discurso y arte hegemónicos acaparados por las élites económicas y el ideal de la libertad de expresión y pensamiento.

Durante los años noventa, los Graffitis paulatinamente dejan de ser únicamente casos aislados, comienzan a aumentar en número y critican ferozmente a una sociedad percibida como saturada de inequidad, moralidades ambiguas y racismo. A mitad de la década se desarrolla una tendencia que resta atención a la técnica de escritura mural, y la diversifica hacia carteles, stickers y estencil, en este sentido la vuelve irrelevante al brindar prioridad a lo que se busca expresar, lo cual usualmente aún mantiene conciencia política o poesía agridulce.

Con la internacionalización de arte urbano gracias al hip-hop a finales de los 90, empieza una nueva época en la que el énfasis en lo filosófico y la irrupción discursiva en el espacio público se mezclan también con el desacato estético, el Graffiti y el Street Art ecuatorianos aumentan vertiginosamente en cantidad y dejan de ser fundamentalmente discursivos para volverse llamativos y chillones, menos poéticos quizá en cuanto a semántica, pero notoriamente más subjetivos y polémicos en cuanto a la percepción que brindan.

Este arte, el ambiente y las realidades han evolucionado con el paso de los años, lo que en un principio era una actividad remarcablemente clandestina y punible en casi todas sus formas empieza lentamente a ganar terreno dentro de las normativas, se abre poco a poco y

en contados casos, espacios en lo privado, emulando al Graffiti comercial de metrópolis estadounidenses y aunque no sin polémicas va obteniendo regulaciones, normativas y ordenanzas en el ámbito de lo público.

## **1.5.2 Cuenca**

Pese a la existencia de una dicotomía, que se debate entre el apoyo al arte en todas sus formas, pues Cuenca es ciudad que se contempla a sí misma como un núcleo de producción cultural del Ecuador, y la conservación de las tradiciones impolutas en espacios entendidos como inalterables dentro de la misma ciudad que es vista como patrimonio cultural de la humanidad gracias a sus tradiciones seculares: el 6 de julio de 2012 la alcaldía de Cuenca emitía la “Ordenanza Municipal reguladora del uso del espacio público para arte Graffiti y mural, así como para difusión de información” denominando a las obras de Street Art y Graffiti como procesos de “intervención” y reconociendo la existencia de 3 tipos de espacios en los que esta forma de arte es factible:

Artículo 4.- Espacios de Acceso Libre. - Son aquellos espacios urbanos y rurales no patrimoniales, que se crearen o identificaren para ser intervenidos de manera directa por las y los artistas.

Artículo 5.- Espacios de Acceso Restringido. - Serán aquellos espacios urbanos y rurales que, una vez creados o identificados, por sus características especiales de conservación, requieren para ser intervenidos de un permiso de la Dirección de Cultura, que coordinará en función de las competencias con las direcciones que corresponda.

Artículo 6.- Espacios privados con autorización de sus propietarios. - Serán aquellos espacios no patrimoniales a los que de manera voluntaria sus propietarios autoricen su intervención. En estos casos se coordinará directamente con el propietario.

El otorgamiento de autorizaciones para los espacios que así lo requieran estará a cargo de la Dirección de Cultura en coordinación con las direcciones competentes, la que deberá pronunciarse en el término máximo de quince días de recibida la petición, caso contrario el permiso se entenderá que ha sido otorgado.”(Gad Municipal del Cantón Cuenca, 2012)

En añadidura el gobierno municipal reconocía como su obligación el respetar la existencia y creación de espacios públicos de acceso libre, así como fomentar los intercambios culturales y a la difusión del arte en sus múltiples formas. Sin embargo y según recoge Diario El Tiempo (2016), todo este proceso no estuvo exento de críticas, por un lado, de parte de quienes como la concejal María Tello o el artista urbano Galo Mosquera consideraban que la ordenanza

“proponía regular algo que en general es difícil de regular” (Tello, 2016) y hacía “del arte un trámite burocrático que casi ningún artista usa” (Mosquera, 2012).

Según el diseñador gráfico Cristopher Guzmán (2010), lo que más nos encontrábamos eran “firmas” o “tags” cuyo único objetivo era el de demarcar la territorialidad de un sector, sin respetar los espacios públicos o privados, y las obras tenían estilos que, aunque definidos generalmente carecían de técnica y refinamiento.

Así terminaba siendo inevitable, aunque igualmente indeseable el encontrarse con que “la gente tiene una visión equívoca de las personas que hacen Graffiti, cuando escuchan la palabra Graffiti se les viene a la mente pandillas, drogas, robos, vandalismo” (Guzmán Larriva, 2010) percepción que pese a que han pasado ocho años, es difícil que haya desaparecido, pues los denominados “tags” o firmas, son aún predominantes en la ciudad.

Como no puede ser de otra manera, el Street Art y el Graffiti son aún un tema en desarrollo, una búsqueda en el repositorio digital de la Universidad de Cuenca muestra la existencia de 66 trabajos de titulación que tocan al Graffiti y Street Art, bien sea como una parte o como centro de la investigación de pregrado, mismas investigaciones que sin embargo y según la Arquitecta y Magister en Artes, Soledad Cabrera “realizan un acercamiento fotográfico únicamente, a las diferentes formas y estilos del Graffiti presente en la urbe en la década de los ´80. Más que un estudio se trata de un registro fotográfico comentado” (Cabrera García, 2015).

En este sentido se presenta el análisis del Graffiti y Street Art cuencanos, entendidos como una amalgama de las tendencias que identifican las distintas vertientes o posibilidades que ofrece esta forma de expresión, que va fusionando la realidad latinoamericana y la inconformidad con contextos políticos, sociales y artísticos que fueron predichos en los muros del Quito colonial hace casi doscientos años, a la par que va trascendiendo hacia una forma de arte que ya no radica únicamente en la lucha política por la democracia y el derecho a expresarse, sino también hacia el arte por el simple gusto de ser estético o llamativo y hacia la libertad de escoger el lienzo más adecuado para plasmar una idea.

### **1.5.3 Conclusión.**

El Graffiti y el Street art siempre estuvieron vinculados a la revolución desde sus inicios en Francia, y en el caso de Ecuador primeramente no se conoce una fecha exacta de cuándo y cómo fueron los inicios del Graffiti y del street art, pero lo que sí se conoce es que fueron en las ciudades del norte de país y en la ciudad de Guayaquil donde tuvo inicio el Graffiti y según un artículo publicado por diario “La Hora” en el año 2010 “*En Latinoamérica el Graffiti no iba*

*más allá de fines políticos e ideológicos, pero para los años 90, en Quito y Guayaquil, los graffitis dejan de ser casos aislados, crecen en número y en impacto, convirtiéndose en una avalancha de ellos.”*, Conforme han ido avanzando los años el Graffiti y el street art en Ecuador va tomando cada día más y más apoderamiento en nuevos espacios, con nuevas ideas y donde se ve un desarrollo notable en cuanto a técnicas, cromáticas y creatividad se trata.

Hoy en día se conoce mucho más sobre el Graffiti y el street art, por lo que sabemos que el Graffiti llega a Ecuador mediante la escena “Hip-Hop” puesto que el graffiti es uno de los 4 principales elementos que conforman el “Hip-Hop”. Por lo tanto, este estudio da a conocer un poco más de lo que no se sabe de los principios del Graffiti en el país y teniendo un mayor enfoque acerca del Graffiti en la ciudad de Cuenca.

Los inicios del Graffiti en el Ecuador se los conoce como en la mayoría de países latinoamericanos por la llegada de la cultura urbana “Hip Hop”; una cultura que muchas veces es comprendida por la sociedad. Está compuesta por 4 subgéneros principalmente que son: el dj (Música), el rap (Lírica), el break dance (Baile) y el Graffiti (Pintura).

El movimiento “Hip- Hop” en Ecuador según el sitio web [www.ecuadorhiphop.com](http://www.ecuadorhiphop.com) “se remontan al final de la década de los ochentas. Parece ser según relatos urbanos que el primer elemento en llegar al país, concretamente en Quito fue el Breakdance en el año de 1988.”, teniendo también como referencia que la llegada del movimiento hip-hop a Ecuador se la hizo gracias a la llegada de “emigrantes” ecuatorianos que vivieron un tiempo en Estados Unidos; en fin, las historias del inicio del Graffiti en Ecuador pueden ser varias.

Es por eso que en Cuenca el Graffiti y el Street de igual manera llegó de varias formas, siendo las mismas personas las que vemos y transmitimos los acontecimientos que se viven en el mundo, en Cuenca existen varias historias acerca de cómo inicio ésta cultura que se sigue expandiendo por todos lados, el caso es que no se podría definir quien o quienes empezaron con esta cultura en Cuenca, pues a cada quien le ha tocado vivir una historia diferente acerca de cómo iniciaron con el Graffiti y el Street Art, cada persona que practica este movimiento.

## 2. Metodología y Conceptualización

### 2.1 Desarrollo del brief y sistematización de información

La metodología que se utilizó para el desarrollo del libro está basada en el libro de Ambrose-Harris “Metodología del Diseño”, donde se muestra los métodos de los diseñadores para generar ideas creativas que permitan aprender de cada trabajo y contribuir a futuros encargos de diseño, explorando posibles soluciones que cumplan con los objetivos establecidos, este proceso de diseño consta con siete fases: definición, investigación, ideación, prototipo, selección, implementación y aprendizaje, mismas que son necesarias para el planteamiento del proyecto, en el proceso se utiliza varias técnicas y mecanismos en busca de soluciones creativas e innovadoras, este desarrollo se muestra en la tabla 1 (Ambrose & Harris, 2010).

**Adaptación de la metodología de Ambrose-Harris a un proyecto editorial de investigación**

| <b>Etapas</b>        | <b>Metas</b>     | <b>Actividades (productos)</b>  |
|----------------------|------------------|---|
| <b>Definición</b>    | Investigación    | Entrevista exploratoria a expertos.   |
|                      | Brief            | Modelado de usuario<br>Brief  |
|                      | Contenido        | Requerimientos. contenido: entrevistas, fotografía, historia<br>Requerimientos técnicos<br>Identidad visual, naming,<br>Mapa de percepción<br>Mapa mental y jerarquía del contenido |
| <b>Investigación</b> | Trabajo de campo | Protocolo de entrevistas<br>Para contenido<br>Investigación de campo  |
|                      | Contenido        | – fotografía, observación, video  |
|                      | Fotografía       | Sistematización   |
|                      | Textos           | - carpetas, gestión, digitalización, Textos<br>Tags, autores  |

Contenido organización Reflexión y descubrimientos

|                       |                               |  |
|-----------------------|-------------------------------|--|
|                       |                               | Estructura de contenido  |
| <b>Ideación</b>       | Bocetaje                      | -sistema   |
|                       | Diseño a mano                 | -digitalizar los bocetos<br>-Concepto  |
|                       | Digitalización                | -Soltar ideas<br>-Boceto bajo  |
|                       |                               |  |
| <b>Prototipo</b>      | Diseño editorial digital      | Layout<br>-Paso de análogo a InDesign<br>-Calidad media-alta   |
|                       | Maquetación                   |  |
|                       |                               |  |
|                       |                               |  |
| <b>Selección</b>      |                               | -Imposición<br>-Formato  |
|                       | Diseño editorial              | -Retícula<br>-Imágenes<br>-Tipografía  |
|                       |                               | -Tomar decisiones sobre las altas calidades  |
|                       |                               |  |
|                       |                               |  |
| <b>Implementación</b> |                               | -Prototipo y maquetación<br>-Sistemas de Impresión   |
|                       | Diseño Refinamiento Prototipo | -A partir de lo seleccionado se hace el volcado de contenido con las selecciones de retícula, tipografía, fotografía, etc.<br>-Se hace ajustes y detalles<br>-Imprimir prototipo |
|                       |                               |  |
|                       |                               |  |
| <b>Aprendizaje</b>    | Reflexión                     | Conclusiones<br>Recomendaciones  |
|                       |                               |  |

Tabla 1. **metodología del proyecto.** En cada etapa se mencionan las metas y las actividades

### 2.1.1 *Entrevista a expertos*

Esta investigación empezó con un diálogo con 4 autores con varios años en el movimiento urbano, 2 personas que practican Graffiti y 2 personas que practican Street Art, este diálogo tuvo como objetivo comprender más a fondo esta cultura que ha venido creciendo en los últimos 7 años, así como la visión que tienen a futuro, las nuevas ordenanzas que se han dado en la ciudad, su conocimiento acerca de lo que están haciendo así como obtener información acerca de si en la ciudad se ha publicado algún artículo, reportaje, o directamente si existe alguna publicación formal con autores acerca del Graffiti o el Street Art y como la gente reacciona ante esta nueva tendencia que ha venido creciendo en la ciudad.

Se conoció que en la ciudad existen pocas publicaciones acerca del movimiento, la mayoría trata de dar una visión general de lo que pasa en la ciudad, posicionando a este movimiento como algo mal visto por los transeúntes y sin modelos de gestión cultural apropiados. También se han hecho publicaciones que han abordado el tema, Arízaga en su libro “*Las paredes hablan: El Graffiti Cuencano*” (Img. 5) muestra y clasifica al Graffiti de varias maneras tales como sociales, políticos, filosóficos, humorísticos, poéticos, sociales, obscenos, ecológicos, amatorios, y también los relacionadas con el Hip Hop. Ninguna de estas publicaciones considera a los autores de las obras para hacer una lectura más completa de su arte.

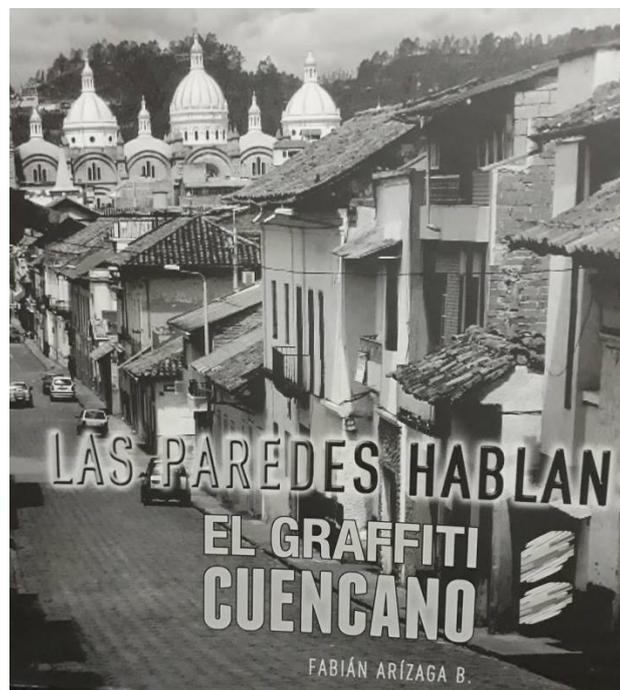


Imagen 5. **Publicación por Fabián Arízaga.** Libro que recoge el testimonio gráfico del Graffiti en los últimos veinticinco años en la ciudad de Cuenca.

### 2.1.2 *Segmentación de usuario*

La información que se obtuvo del primer diálogo con los cuatro exponentes sirvió para conocer la gran cantidad de personas que practican esta tendencia de la calle, ampliando más el interés por conocer a la mayoría de exponentes en la ciudad, tomando en cuenta a personas que llevan muchos más años de experiencia como a personas emergentes en este movimiento.

Se logró identificar que al momento existen grupos o colectivos de arte urbano y Graffiti, autodenominados por la palabra en inglés *crew*. Estos colectivos operan por intereses en común para gestionar espacios, proyectos y logística. El proyecto propone realizar un acercamiento con algunos exponentes de 8 *crews* para obtener una visión inmersiva de sus prácticas artísticas en la ciudad.

Gracias a la información obtenida anteriormente por los autores expertos, se pudo constatar que sus conocimientos en el movimiento, vienen también de referentes nacionales e internacionales, sobre todo de la capital donde este movimiento es más considerable que en otras provincias. Se vio oportuno incluir a exponentes nacionales, tomando en cuenta sus años de experiencia en el movimiento y también que hayan realizado sus intervenciones en la ciudad de Cuenca, haciendo que varios exponentes locales puedan visualizar los diferentes estilos que se manejan en otros lugares, siendo 5 precursores de la ciudad de Quito y una persona de Atuntaqui que ha realizado varias intervenciones en otras provincias, incluida la ciudad de Cuenca. Igualmente, se pudo contactar a un exponente de Francia con muchos años en el movimiento y que se ha mantenido haciendo Street Art en la ciudad, todo esto para dar más relevancia al proyecto mostrando no sólo la escena local si no también la nacional e internacional.

### 2.1.3 *Brief*

---

**Audiencia**

El público objetivo está enfocado en personas que llevan practicando Graffiti y Street Art en la ciudad de Cuenca en los últimos 10 años, dirigido a diseñadores, artistas, personas relacionadas con el movimiento hip hop y que gustan y practican Arte urbano en la ciudad de 20 a 30 años de edad.

---

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <b>Consideraciones técnicas</b>    | Producto editorial impreso en formato no estándar de aproximadamente 250 páginas a color, con aplicaciones en distintos materiales, varios tipos de papel, hojas plegables y acabados de imprenta.  |
| <b>Sistema gráfico - editorial</b> | En cada capítulo se toma en cuenta el espacio en blanco que permite respirar a los elementos claves del diseño y que se puedan identificar eficazmente, ayudando al lector centrar su atención en el contenido, logrando un impacto mayor. Se utilizará una tipografía Sans Serif con variedad de estilos que servirán para el texto de corrido como para títulos dando jerarquía al contenido. retícula - separadores contenido – acabados de imprenta |
| <b>Meta</b>                        | Realizar un producto editorial en donde se pueda visualizar la gran variedad de estilos, tendencias, diferentes expresiones y agrupaciones del arte urbano y el Graffiti en la ciudad, ya que, no existe un registro formal como memoria de su obra. Investigar acerca de los principales exponentes del arte urbano con investigación etnográfica.   |
| <b>Proposición de valor</b>        | El proyecto tomará 8 meses en la investigación y diseño, tendrá una vigencia de 2 años con posibles ediciones nuevas, este libro estará en estudios de diseño gráfico, arte y pintura, bibliotecas. Será exhibido en eventos relativos con el movimiento del arte urbano y el Graffiti a nivel local y regional.  |

### 2.1.4 Identidad Visual-Naming

En busca de una coexistencia entre el Graffiti y el Street Art se toma en cuenta diferentes factores esenciales para generar el nombre del libro, tales como pensar en la brevedad y concisión para que sea fácil de recordarlo, que tan agradable suena es fundamental para transmitir lo que se quiere comunicar dejando a la expectativa al consumidor, se compara con diferentes tipos de publicaciones locales y nacionales relacionadas con el tema como referencia para crear algo diferente.

Con estos factores se propone una lluvia de ideas como herramienta para generar el nombre, pensando también en los participantes, haciendo que se sientan identificados, pues el

contenido muestra a autores que no se consideran grafiteros sino artistas urbanos y viceversa. (Figura 1)

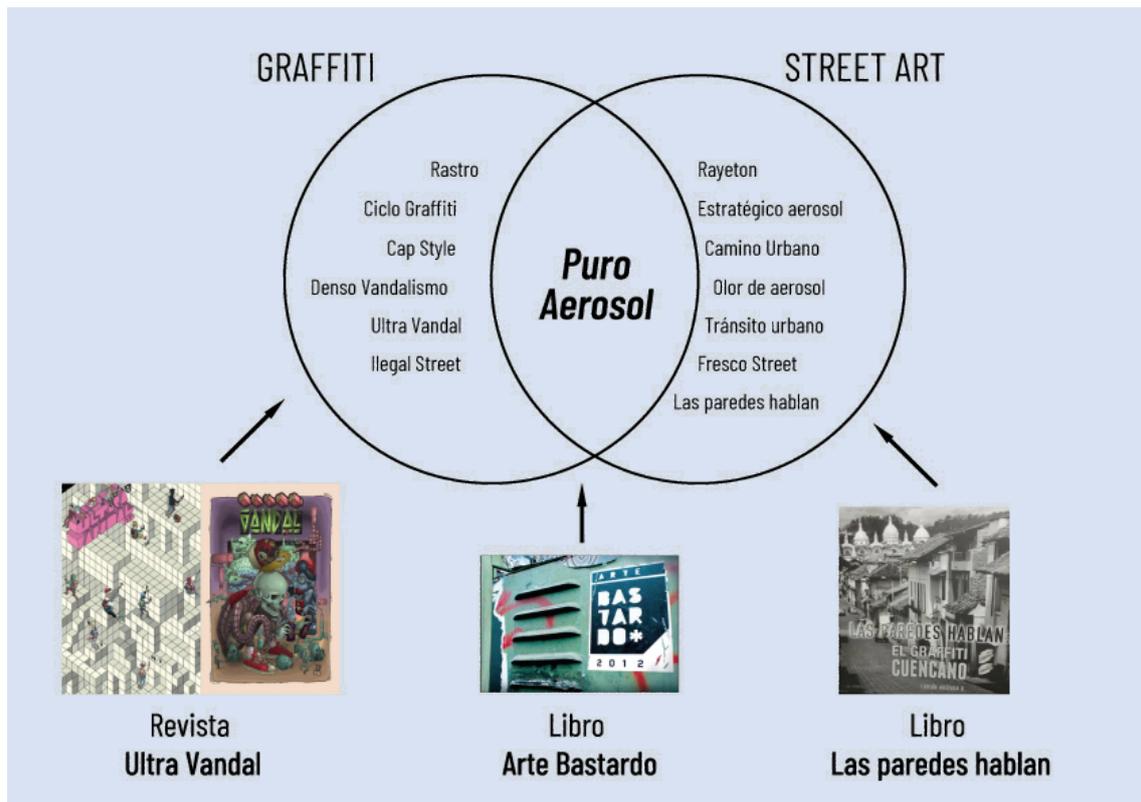


Figura 1. **Lluvia de ideas.** Mediante la lluvia de ideas se propone el nombre con el cual los participantes se sientan de algún modo identificados, presentando publicaciones similares al movimiento.

### 2.1.5 Mapa de percepciones

Se expone un mapa de percepción en donde se analizó el contenido y los rasgos de mayor importancia que se quiere mostrar en el producto, relacionándolo con la publicación del Graffiti en Cuenca del autor Fabián Arízaga (Figura. 2)

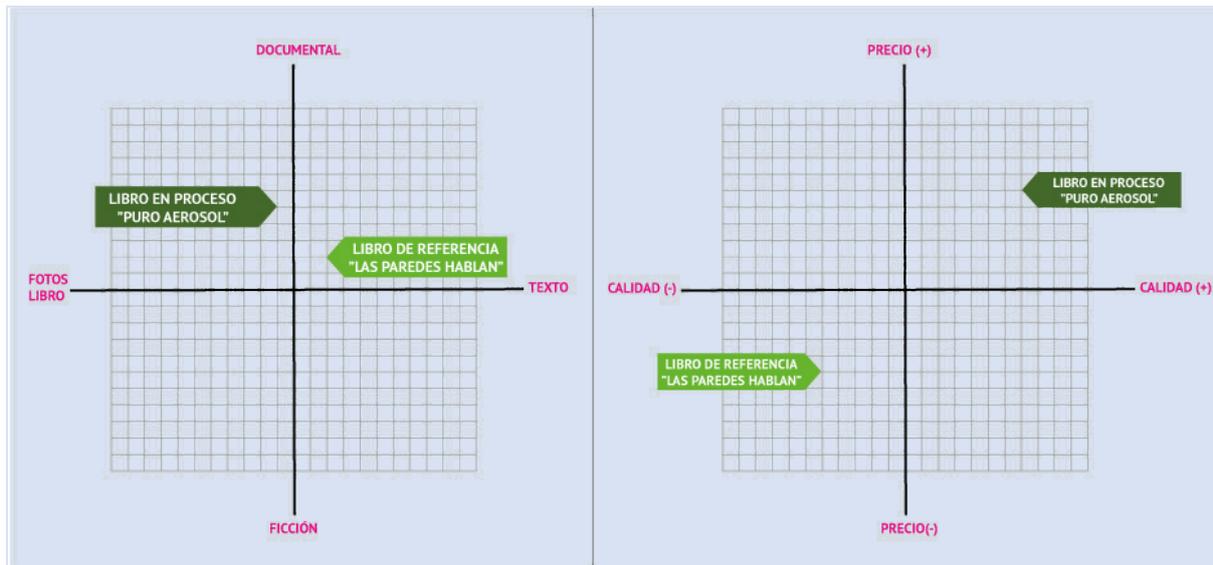


Figura 2. **Mapa de percepciones.** Mapa de percepciones para el análisis del nuevo producto frente al referente impreso “Las paredes hablan” de Fabián Arízaga.

### 2.1.6 *Mapa mental y jerarquía de contenido*

Posteriormente se desarrolló un mapa mental con la intención de visualizar y organizar la información obtenida dentro de la investigación de campo con el objetivo de comprender de manera más clara los diferentes tipos de relaciones que formarán parte de la fase de ideación (Figura. 3)

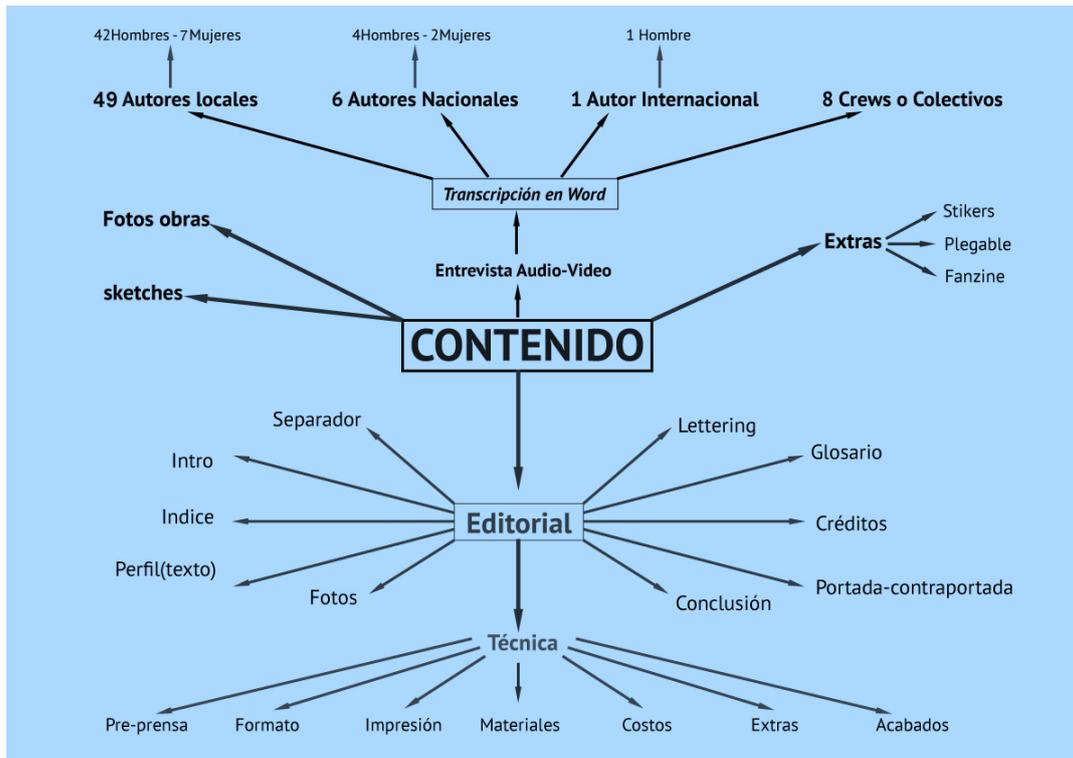


Figura 3. **Mapa mental.** Mapa mental con el contenido recopilado y las relaciones que forman parte del proceso de ideación. Autor: Christian Lucero.

**2.2 Inmersión - experiencia etnográfica y protocolos**

| Etapa              | Antes acción   | Durante acción   | Reflexión   |
|--------------------|--|--|---|
| <b>Actividades</b> | Formal - acuerdos - antes  |  |   |
|                    | ¿Cómo se escogió la gente?<br>¿Cuántos se escogieron?<br>¿Qué pueden aportar?<br>naturaleza de la información<br>permisos, firmas, consentimiento<br>logística | Registro<br>Foto<br>Tag<br>Video<br>Entrevista<br>Mails de recepción de archivos | Manejo archivo<br>Registro<br>Aprendizajes                  |
| <b>Entregables</b> | Guion de entrevista<br>Preproducción   | Empleo de guion<br>Sistematización de contenido                                  | Textos, tono de voz<br>tag seleccionado<br>panorámica final |

### **2.2.1 Antes - acción**

La segunda fase trata de la investigación de campo, la cual sirve para recopilar información de los autores de primera mano. El guión contiene un balance de información cuantitativa como cualitativa, por ejemplo, factores como educación, carrera profesional, preferencias personales de acuerdo con el movimiento, aspiraciones y experiencias.

Se pudo contactar a 49 exponentes locales, 8 crews, 6 exponentes nacionales y un internacional. Que están activos, ya sea, en Graffiti o Street Art. Se realizó un primer acercamiento con el objetivo de dar a conocer el proyecto editorial, explicando a los exponentes que se trata de una publicación formal acerca del Graffiti y el Street Art que contendrá el perfil de cada autor con varias fotos de sus obras, comentando que para este proceso se necesitaba de una entrevista directa con el autor, con el fin de obtener la información para la construcción de su perfil recalcando que esta indagación sólo será utilizada con fines académicos y se identificará al autor con su seudónimo o *aka*<sup>1</sup>, mas no con su nombre.

Se definieron los objetivos, problemas y posibles soluciones para el proyecto, dando paso a la investigación de manera formal, explicando el motivo por el cual los autores han sido contactados y dando detalles del proyecto en cuestión. Se pidió una entrevista personal, la comunicación con los exponentes se la realizó mediante redes sociales teniendo gran aceptación de todos y acordando el lugar, fecha, hora del encuentro, en el caso de los exponentes nacionales e internacional en la mitad de ellos se vio la necesidad de viajar hacia el lugar donde residen.

### **2.2.2 Durante-acción**

La entrevista realizada a los exponentes locales, nacionales, crews y el exponente internacional está basada en preguntas cuantitativas como cualitativas para obtener información como: edad, años de experiencia, inicios, acontecimientos y sus preferencias sobre el movimiento urbano, las cuales se realizaron cara a cara con los exponentes ya confirmados, para la realización de la entrevista se contó con la ayuda de Camila Dunia estudiante de comunicación social en la Universidad del Azuay, con experiencia en investigación de campo relacionada con el arte urbano. De esta manera se pudo desarrollar la entrevista con los exponentes con un mejor ambiente, siendo una persona imparcial quien

---

<sup>1</sup> Aka o Alias en español es el nombre que se da a una persona en vez del suyo propio y que, generalmente, hace referencia a algún defecto, cualidad o característica particular que lo distingue.

haga las preguntas y mi persona se encargaba del registro en audio y video, previa autorización de los autores.

Para las entrevistas a autores locales se planteó 19 preguntas, para los autores nacionales y el autor internacional se simplificó el número de preguntas tratando de definir más el perfil de autor, en cuanto a las crews se planteó de igual manera menor número de preguntas para la construcción de su perfil. (Img. 6)

|   |  |
|---|--|
| <p><b>Entrevista autores locales</b></p> <p>Saludos, Mi nombre es Christian Lucero estudiante de Diseño Gráfico de la Universidad Estatal de Cuenca, me es grato manifestarle mi interés por profundizar acerca del Graffiti y el Street Art en la ciudad de Cuenca, por las razones citadas me dirijo a usted con el fin de recopilar y ampliar antecedentes acerca de la escena del Graffiti y Street Art en la ciudad, esta información será utilizada únicamente con fines académicos.</p> <p>¿Cuál es tu Aka? ¿Por qué?</p> <p>¿Qué edad tienes?</p> <p>¿Cuál es tu formación académica?</p> <p>¿Cuánto tiempo llevas en el movimiento?</p> <p>¿Habla de tus inicios en la escena del Graffiti o Street Art?</p> <p>¿Tienes referentes? ¿Quiénes son, habla de ellos?</p> <p>¿Al momento de intervenir un spot le das algún tipo de tratamiento antes de pintar?</p> <p>¿Cuál es el mejor medio o herramienta para pintar?</p> <p>Habla brevemente de tu proceso al intervenir un spot</p> <p>¿Que tipo de estilos te gusta ejecutar?</p> <p>¿Tus obras tiene algún tipo de estudio o valor conceptual?</p> <p>¿Conoces algún libro o revista sobre el Graffiti o el Street Art en general? ¿en Cuenca?</p> <p>¿Has perdido algún objeto por pintar?</p> <p>Habla de alguna experiencia que hayas tenido con la policía o guardia Municipal</p> <p>¿Cuál crees que sea la razón por la que se tapan o se tachan los spots?</p> <p>¿Te has sentido discriminado en algún momento cuando pintabas en la calle?</p> <p>¿En que ciudad del Ecuador crees que existe más Graffiti y Street Art, y cuales continúan?</p> <p>Compara el Graffiti y el Street art de Quito con el de Cuenca</p> <p>¿Cual es tu visión a futuro del Graffiti en Cuenca?</p> | <p><b>Entrevista autores nacionales e internacional</b></p> <p>¿Cuál es tu aka?</p> <p>¿Qué edad tienes?</p> <p>¿Cuál es tu formación académica?</p> <p>¿Cómo empezaste y cuánto tiempo llevas en el movimiento?</p> <p>¿En que ciudades del Ecuador tienes más intervenciones?</p> <p>¿Has asistido a festivales internacionales de graffiti o arte urbano?</p> <p>¿Qué tipo de contenido (revistas, libros, documentales, páginas web, videos, etc) sobre graffiti y arte urbano te ha gustado y sugieres?</p> <p>¿Tus obras tienen algún tipo de estudio o valor conceptual? (estilo)</p> <p>¿Cual es tu visión a futuro del Graffiti en Cuenca? ¿A dónde quieres llegar?</p> <p><b>Entrevista a Crews o Colectivos</b></p> <p>¿Cuál es el nombre de la Crew, por qué?</p> <p>¿Cuánto tiempo llevan como Crew?</p> <p>¿Quiénes la integran?</p> <p>¿Cómo nació y como se mantiene en la actualidad?</p> <p>¿A dónde quieren llegar como crew?</p> <p>¿Qué estilos les gusta manejar, qué conceptos?</p> <p>¿Qué significa representar a una Crew?</p> |
|---|--|

Imagen 6. **Guión de Entrevistas.** Preguntas realizadas a los autores Locales, Nacionales, Crews y el autor Internacional para la construcción de cada perfil. Autor: Christian Lucero.

La entrevista contó con la creación de un boceto breve o tag por parte de cada autor, la cual se realizó con marcadores negros en un mismo formato para todos, posteriormente se le dio un tratamiento de digitalización con el fin de usarla en cada perfil para darle más identidad a cada exponente. (Img. 7)

Para la recepción de imágenes de las intervenciones realizadas por autor se designó un mail para todos ([cuencastreetfotos@gmail.com](mailto:cuencastreetfotos@gmail.com)), se propuso que enviaran un número de 8 imágenes seleccionadas a su gusto por cada exponente.

### 2.2.3 Sistematización y reflexión de entrevistas

La recopilación de información se la realizó mediante audio, video, en pocos casos por correo electrónico, y se utilizó la herramienta *Word* para la transcripción del perfil de todos los autores y crews, considerando información como su aka, edad, años en el movimiento, inicios,

pequeños fragmentos relacionados con su experiencia personal y visión a futuro sobre el movimiento urbano en la ciudad. (Img. 8)



Imagen 7. **Boceto-Tag (firma)**. Registro realizado por cada autor para posteriormente ser digitalizado.

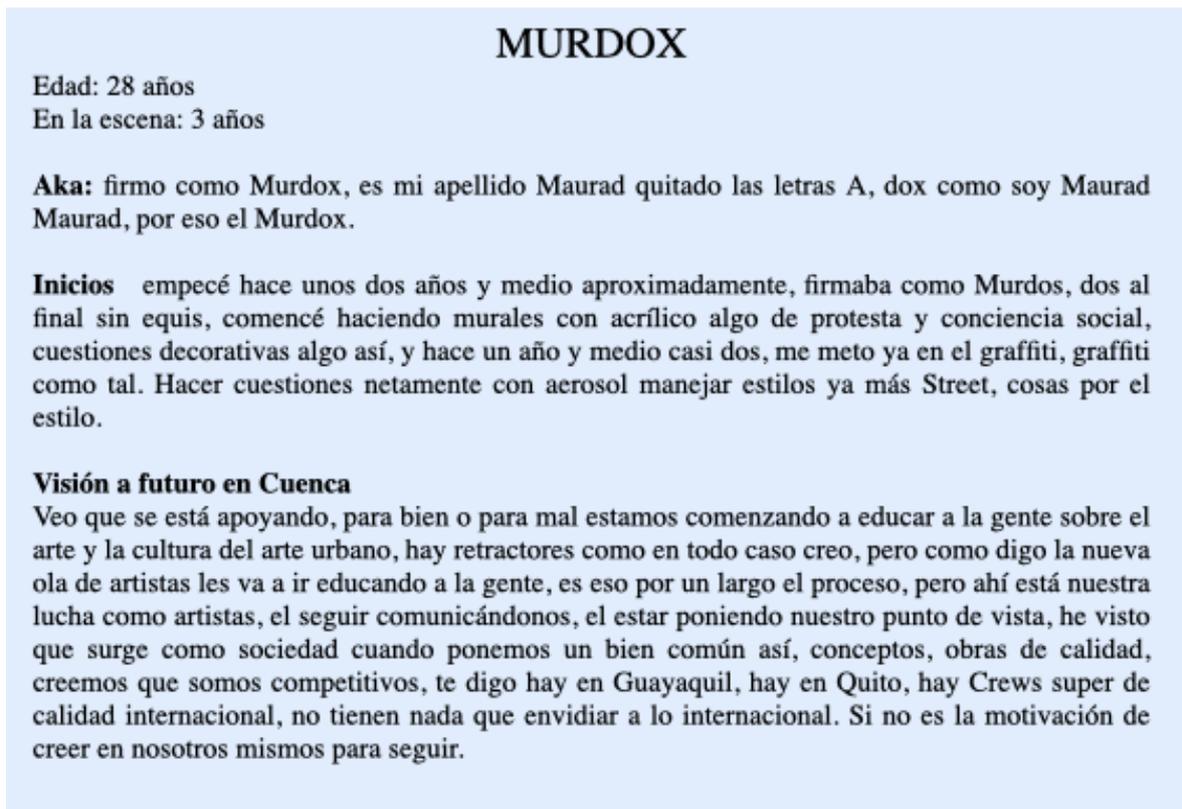


Imagen 8. **Perfil de Autor.** Ejemplo de la información que se ha sintetizado para cada exponente y crew.

#### 2.2.4 **Texto- Tono de voz**

En este proceso de selección es importante encontrar un tono de voz adecuado para poder relacionarse con el público objetivo, pues un mensaje se puede expresar de distintas maneras o con un tono de voz distinto. En el libro de Ambrose-Harris expone que: “Durante los últimos cincuenta años, en los medios de comunicación se ha observado una tendencia creciente hacia un lenguaje más informal, con un aumento de la flexibilidad gramatical y el uso de dialectos regionales, acentos y jerga” (Ambrose & Harris, 2010, p.110) de esta forma se elige mantener el contenido de los autores en primera persona formando un sólo bloque de texto (Img. 9) para colocarlo de acuerdo a cada retícula.

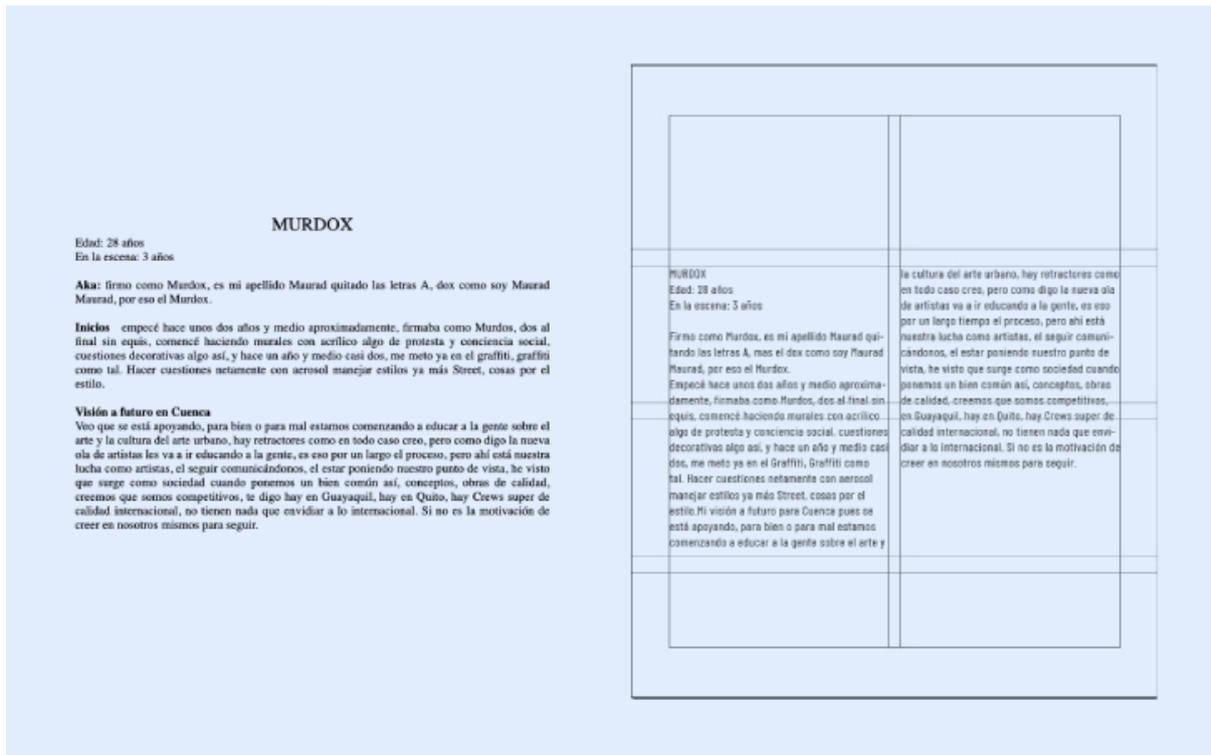


Imagen 9. **Manejo de contenido.** Se mantiene el aka de autor, edad y años en la escena de cada autor, y se unifica el contenido para ser estructurado

### 2.2.5 Manejo de archivo del contenido

En cuanto al manejo de archivos, se clasificó por carpetas en orden alfabético con el contenido recopilado para una mejor manipulación en el momento de diagramar el libro. (Img. 10)

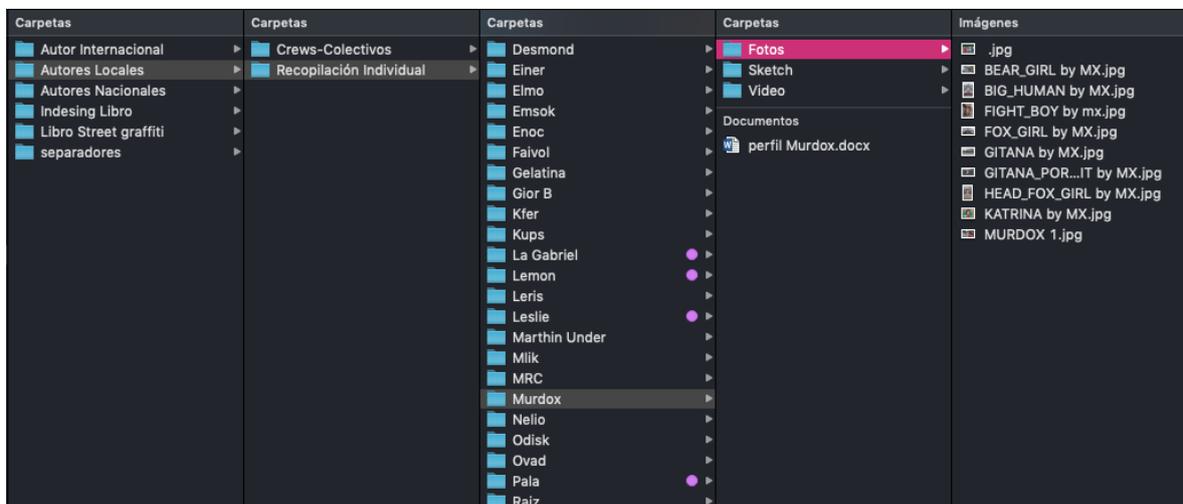


Imagen 10. **Manejo de archivos.** Estructura de las carpetas con todo el contenido recopilado.

### **2.2.6 Reflexión – descubrimientos**

No todos los exponentes accedieron a la entrevista por distintas razones, como, por ejemplo, no le interesa salir en ninguna publicación, pues para el autor no es importante manifestar o divulgar su obra en ningún lado que no sea la calle misma, queriendo mantenerse en el anonimato para este tipo de publicaciones.

Mucho del contenido recopilado, en especial las imágenes, no cuentan con una buena calidad para impresión lo cual dificulta si se quisiera mostrar estas imágenes en doble página, en algunas ocasiones se realizó un registro fotográfico al no haber una buena recepción de imágenes, observando que varias intervenciones ya estaban renovadas o ya no existían debido a que este movimiento es muy efímero.

En esta investigación podemos ver la diversidad de estilos, tendencias y pensamientos de varios autores, dándome cuenta que no todos los exponentes vienen de estudiar arte o diseño, la gran mayoría de estos autores hacen y se dedican a realizar cosas diferentes al arte, clasificándose como autodidactas, esto pasa no solamente en la ciudad sino también a nivel nacional. Parte de los exponentes que estudian arte o diseño con el tiempo intentan darle un enfoque, sentido o valor conceptual a su obra.

Existen personas que defienden mucho lo que realizan y lo califican como Graffiti solamente, no se denominan artistas, son muy apegados a las intervenciones ilegales y ver su nombre en toda la ciudad.

### **2.2.7 Panorámica final**

En el medio existen gran variedad de materiales para pintar murales y graffiti, todos en algún momento utilizaron aerosoles para sus intervenciones, haciendo que esta herramienta sea muy cotizada y más accesible para cualquier persona. Esta cultura cada vez va creciendo en la ciudad y tiene más acogida por los hombres, al ser una tendencia relacionada con la calle, pues existen pocas mujeres en el movimiento.

Los espacios también tienen gran importancia para la realización de cada obra, en el centro de la ciudad se controla más las intervenciones de todo tipo al ser una ciudad patrimonio cultural, pues la mayoría se manejan con temáticas propuestas por entidades que auspician la obra, esto no pasa en las afueras de la ciudad pues existe más libertad de expresión, existen lugares como pasos a desnivel o muros de contención donde los autores se expresan libremente, recalcando que estos espacios son autofinanciados.

No existen muchos eventos relacionados con el Graffiti o el Street Art en la ciudad, los pocos eventos que se han dado en Cuenca son organizados por los mismos exponentes tratando de autofinanciarse, o buscar entidades privadas para la gestión de los materiales, pero estos acontecimientos no tienen continuidad y no existe un evento de arte urbano que se realice cada año en la ciudad.

### 3. Proceso de Diseño

#### 3.1 Estructura de Contenido

Durante la fase de ideación se recurre a los datos recopilados y a las limitaciones impuestas durante la fase de definición, esta información será utilizada para generar el esbozo de ideas para la estructura del libro basándome en las direcciones de diseño, con el fin de generar nuevas ideas a partir de diseños ya existentes. Se propone darle una dirección de punto de diferencia que dice: “Es la combinación de valores y atributos que diferencia del resto de productos similares, como tal es una forma de divergencia, puesto que implica alejarse de los diseños utilizados por otras publicaciones” (Ambrose & Harris, 2010, p.52). En esta fase hago relación a la revista “Ultra Vandal” (Img. 11) y analizo su sistema (Img. 12). Se propone una estructura (Img. 13) para el nuevo producto editorial con el contenido recopilado, pues el desafío es hacer encajar grandes cantidades de información en formatos con espacio limitado sin hacer que el lector pierda interés en el contenido.

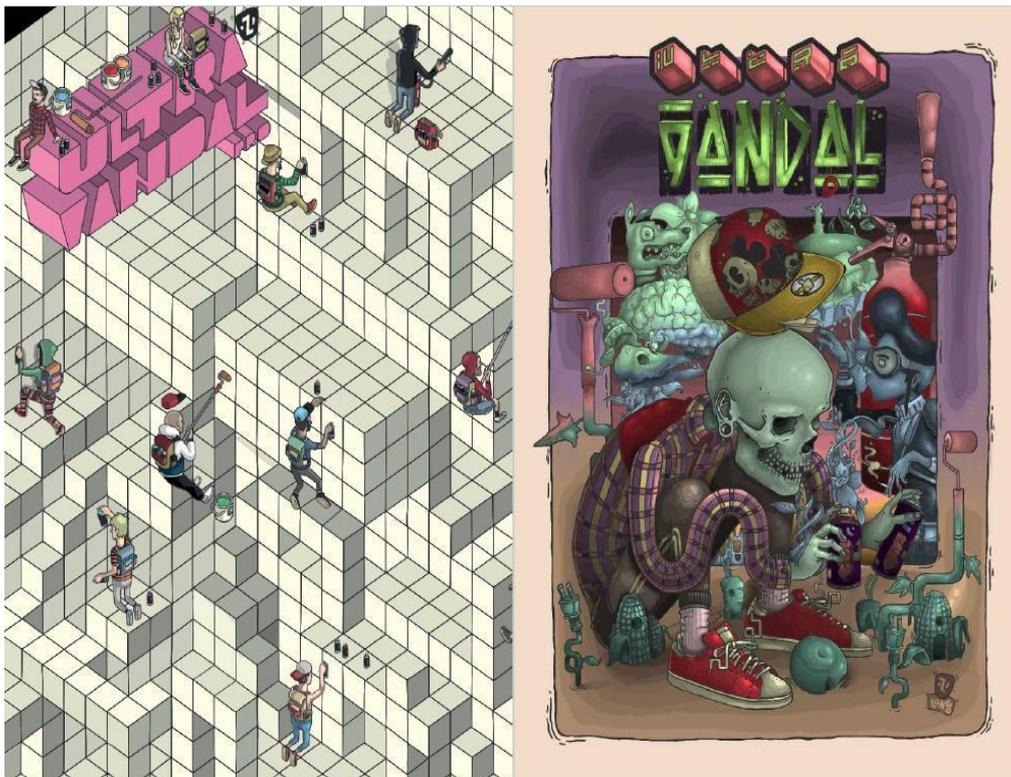


Imagen 11. **Revista Ultra vandal.** Tiene como objetivo visibilizar el Graffiti vandálico en Quito, entre los años 2015 al 2017.

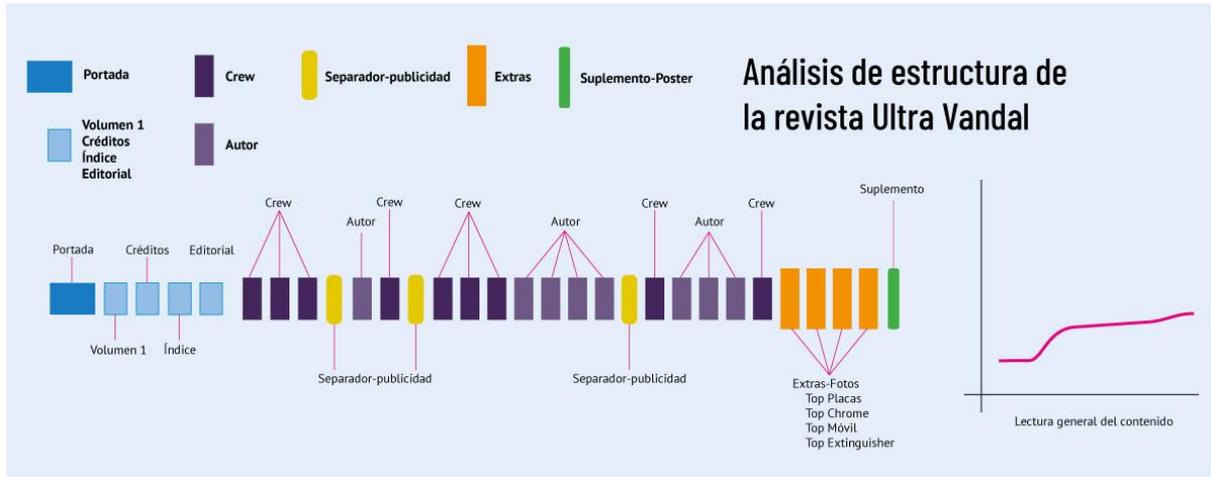


Imagen 12. **Estructura de la revista Ultra Vandal.** Sistema utilizado para colocar contenido de la revista con extras y suplementos. Autor: Christian Lucero.

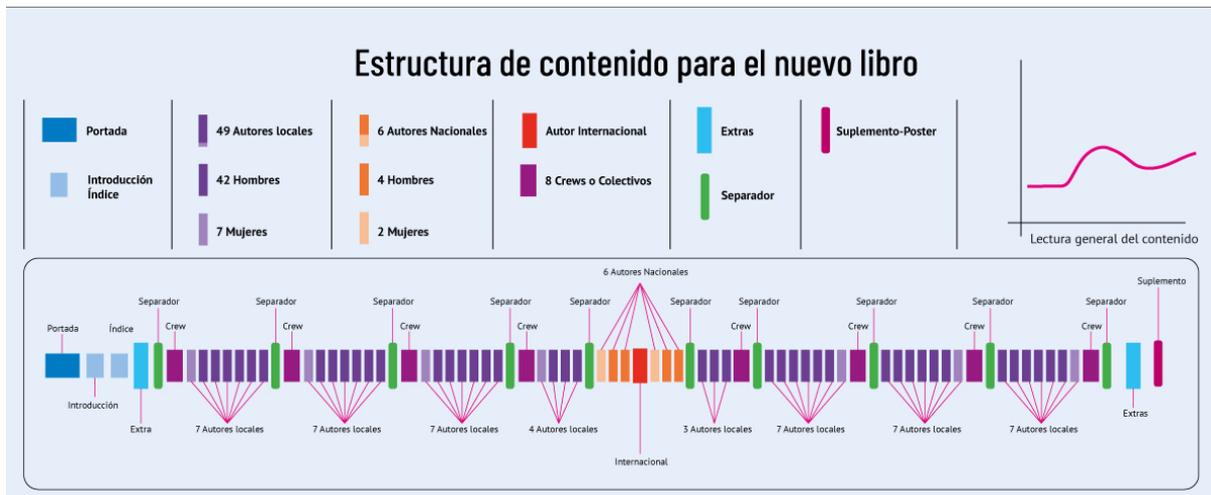


Imagen 13. **Estructura Propuesta.** Sistema para manejar el contenido adquirido tomando en cuenta las direcciones impuestas. Autor: Christian Lucero.

**3.2 Bocetos**

Para darle un enfoque y conformar el proceso de diseño se recurre las ideas presentadas por Tim Peters en *The Zen of Phytion* (El zen de Phytion) estos principios incluyen los siguientes: “hermoso es mejor que feo; simple es mejor que complejo; escaso es mejor que denso; la legibilidad cuenta.”

Se toma en cuenta el *Espacio Blanco*, para que permita a los elementos claves del diseño identificarse fácilmente y ayude al lector centrar su atención en ellos, logrando un impacto mayor. Con estos conceptos se procede al bocetaje, para colocar el contenido en las páginas tratando de seguir con las ideas presentadas por Tim Peters y de esta forma se busca resolver aspectos como la paginación (Img. 14) del libro, también esbozar composiciones sin meterse en detalles tipográficos o maquetación final (Img. 15)

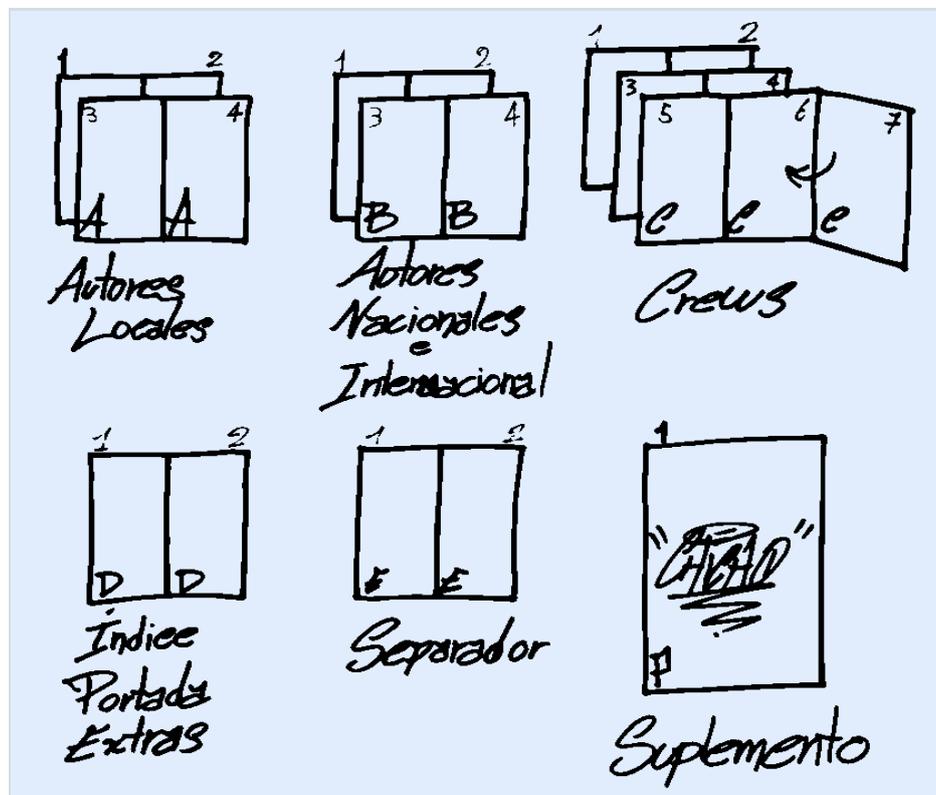
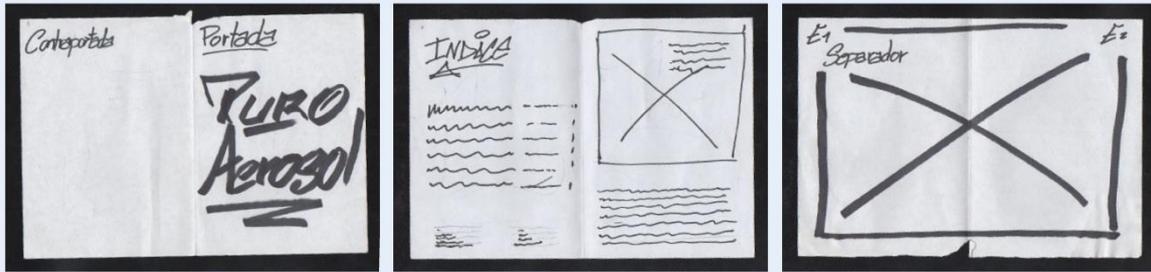


Imagen 14. **Disposición de páginas.** Boceto para la distribución de contenido Autor:  
Christian Lucero

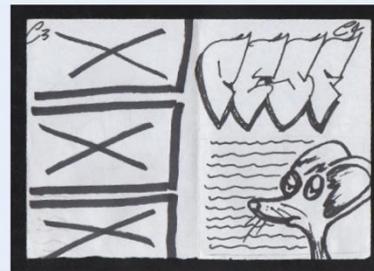
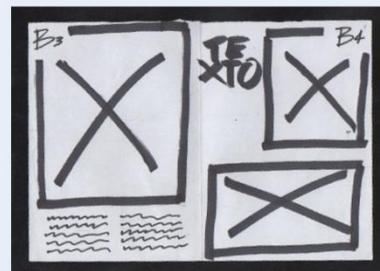
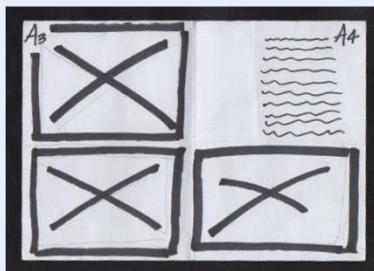
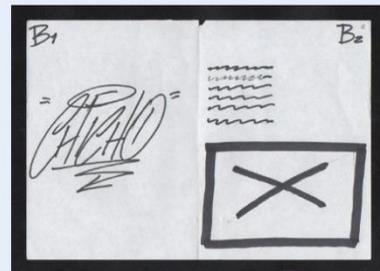
## PORTADA-ÍNDICE-SEPARADOR 2 páginas



## AUTOR LOCAL 4 páginas



## AUTOR NACIONAL INTERNACIONAL 4 páginas



## CREWS 6 páginas mas pliegue

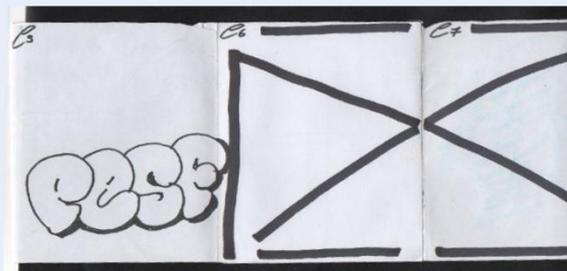


Imagen 15. **Bocetos a mano.** Esbozo de ideas para diagramar el contenido con el número de páginas designadas que ayudarán a tomar decisiones importantes al momento de colocar la información.

### 3.3 Layout

En esta fase se pondrá en práctica las posibles soluciones que permitan evaluar determinados aspectos y proporcione una mejor base para la diagramación del contenido. Factores como el coste y el tiempo son importantes en el proceso de selección.

Pensar en imágenes es de mucha importancia en el proceso, debido a que pueden tener interpretaciones culturales o sociales distintas y se les puede dar forma por los contextos en los que se usan. Existen factores que pueden influir en el significado suscitado por una imagen como los grupos culturales a los que se dirigen, la inclusión de determinadas señales y símbolos compartidos por los autores.

Poner importancia a las formas y el color tomando en cuenta las relaciones espaciales que existen entre diferentes elementos de diseño y cómo llenan una página, considerando el equilibrio y armonía. El uso sutil del color puede enfatizar lo necesario para aumentar la comunicación, por ejemplo, un acabado mate o brillante en títulos de texto puede hacer más atractiva su apariencia. Se pretende dar vida a los conceptos generados durante la fase de ideación para facilitar el proceso de selección para la disposición de los elementos de texto e imagen.

#### 3.3.1 Imposición

Se ha creado un plan de imposición, básicamente es un esquema de todas las páginas del libro (Img. 16) que va a permitir tomar decisiones sobre los tipos de papel que se van a utilizar para crear variación de color y tacto, pudiendo así diferenciar el contenido que se está mostrando.

**Esquema con todas las páginas del libro.**

|     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 1   | 2   | 3   | 4   | 5   | 6   | 7   | 8   | 9   | 10  | 11  | 12  | 13  | 14  | 15  | 16  | 17  | 18  | 19  | 20  | 21  | 21  | 23  | 24  |
| 25  | 26  | 27  | 28  | 29  | 30  | 31  | 32  | 33  | 34  | 35  | 36  | 37  | 38  | 39  | 40  | 41  | 42  | 43  | 44  | 45  | 46  | 47  | 48  |
| 49  | 50  | 51  | 52  | 53  | 54  | 55  | 56  | 57  | 58  | 59  | 60  | 61  | 62  | 63  | 64  | 65  | 66  | 67  | 68  | 69  | 70  | 71  | 72  |
| 73  | 74  | 75  | 76  | 77  | 78  | 79  | 80  | 81  | 82  | 83  | 84  | 85  | 86  | 87  | 88  | 89  | 90  | 91  | 92  | 93  | 94  | 95  | 96  |
| 97  | 98  | 99  | 100 | 101 | 102 | 103 | 104 | 105 | 106 | 107 | 108 | 109 | 110 | 111 | 112 | 113 | 114 | 115 | 116 | 117 | 118 | 119 | 120 |
| 121 | 122 | 123 | 124 | 125 | 126 | 127 | 128 | 129 | 130 | 131 | 132 | 133 | 134 | 135 | 136 | 137 | 138 | 139 | 140 | 141 | 142 | 143 | 144 |
| 145 | 146 | 147 | 148 | 149 | 150 | 151 | 152 | 153 | 154 | 155 | 156 | 157 | 158 | 159 | 160 | 161 | 162 | 163 | 164 | 165 | 166 | 167 | 168 |
| 169 | 170 | 171 | 172 | 173 | 174 | 175 | 176 | 177 | 178 | 179 | 180 | 181 | 182 | 183 | 184 | 185 | 186 | 187 | 188 | 189 | 190 | 191 | 192 |
| 193 | 194 | 195 | 196 | 197 | 198 | 199 | 200 | 201 | 202 | 203 | 204 | 205 | 206 | 207 | 208 | 209 | 210 | 211 | 212 | 213 | 214 | 215 | 216 |
| 217 | 218 | 219 | 220 | 221 | 222 | 223 | 224 | 225 | 226 | 227 | 228 | 229 | 230 | 231 | 232 | 233 | 234 | 235 | 236 | 237 | 238 | 239 | 240 |
| 241 | 242 | 243 | 244 | 245 | 246 | 247 | 248 | 249 | 250 | 251 | 252 | 253 | 254 | 255 | 256 | 257 | 258 | 259 | 260 | 261 | 262 | 263 | 264 |
| 265 | 266 | 267 | 268 | 269 | 270 | 271 | 272 | 273 | 274 | 275 | 276 | 277 | 278 | 279 | 280 | 281 | 282 | 283 | 284 | 285 | 286 | 287 | 288 |
| 289 | 290 | 291 | 292 | 293 | 294 | 295 | 296 | 297 | 298 | 299 | 300 | 301 | 302 | 303 | 304 | 305 | 306 | 307 | 308 | 309 | 310 | 311 | 312 |

Imagen 16. **Esquema.** Las páginas señaladas corresponden a autores de fuera de la ciudad y se propone hacer un cambio de papel en esta parte central del libro.

Se ha tomado la decisión de trabajar con estructura, para mostrar el contenido de cada autor con el fin de lograr que comuniquen eficazmente al lector, de igual manera se pretende trabajar sin estructura en la parte de introducción, créditos y contenido, pues los diseños sin estructura pueden considerarse entre los más creativos y por definición, son más difíciles de controlar para conseguir los resultados deseados, teniendo en cuenta que el público al que se dirige será capaz de identificar la información que contiene y acceder a la misma.

**3.3.2 Formato**

Elegir el formato es el primer aspecto en la fase de implementación, la orientación es importante en este punto, porque el texto y las imágenes deben leerse y verse claramente para que el lector obtenga la información. Uso como referencia el libro de “Shepard Fairey” Edición No. 0051, de (19cmx25,4cm) y de 96 páginas.

El libro en proceso tiene 312 páginas, se propone ampliar 2cm hacia el lado horizontal para encajar de mejor manera los elementos con el libro abierto y colocar imágenes o texto horizontales en doble página, de manera que se está utilizando un formato no estándar y tendrá la oportunidad de diferenciarse y distinguirse físicamente de sus competidores (Img. 17).



Imagen 17. **Formato.** Referencia utilizada y tamaño final para el libro en proceso.

### 3.3.3 *Retícula*

La estructura de cada retícula sirve de guía para colocar los elementos en la página con una precisión difícil de conseguir a simple vista. Después de revisar los bocetos a mano se propone realizar tres tipos de retícula para el contenido, tomando en cuenta los conceptos propuestos anteriormente, se construyen diferentes estructuras para autores locales (Img. 18), autores nacionales e internacionales (Img.19), y finalmente para las crews (Img. 20). En las demás páginas, como los separadores o el contenido se propone manejar las páginas sin estructura (Img. 21).

Esta retícula simétrica cuenta de dos columnas empleadas principalmente para el texto base, dando variedad en la presentación de las cajas de texto para cada exponente.

**Cabecera repetitiva**

Esta línea de texto se repite en cada presentación de autor, con el nombre y datos descriptivos.

**Guías**

Se coloca guías horizontales para delimitar el espacio cuando se coloque imágenes o texto dividiendo en 4 partes..

**Numeración.**

Se ubica en la esquina inferior derecha a mano alzada.

**Boceto de Autor.**

Se ubica con el texto base, y se propone disponer de varias maneras dependiendo el boceto.

**Imágenes**

Se dispone una imagen de portada para cada exponente en doble página, y para las 2 páginas restantes varia la disposición de contenido analizando cada imagen para una mejor presentación.

**Márgenes**

Están delimitados para que las cajas de texto y las cabeceras o títulos se mantengan dentro de los márgenes con más amplitud en el margen superior e inferior.

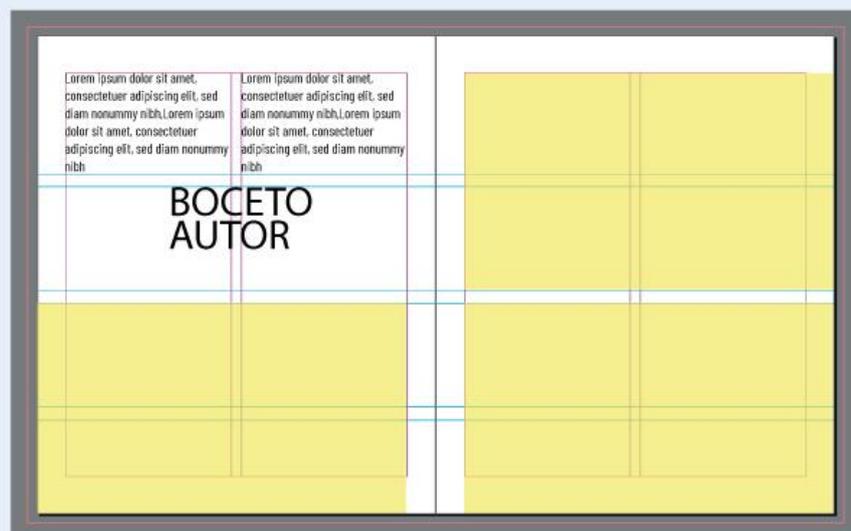
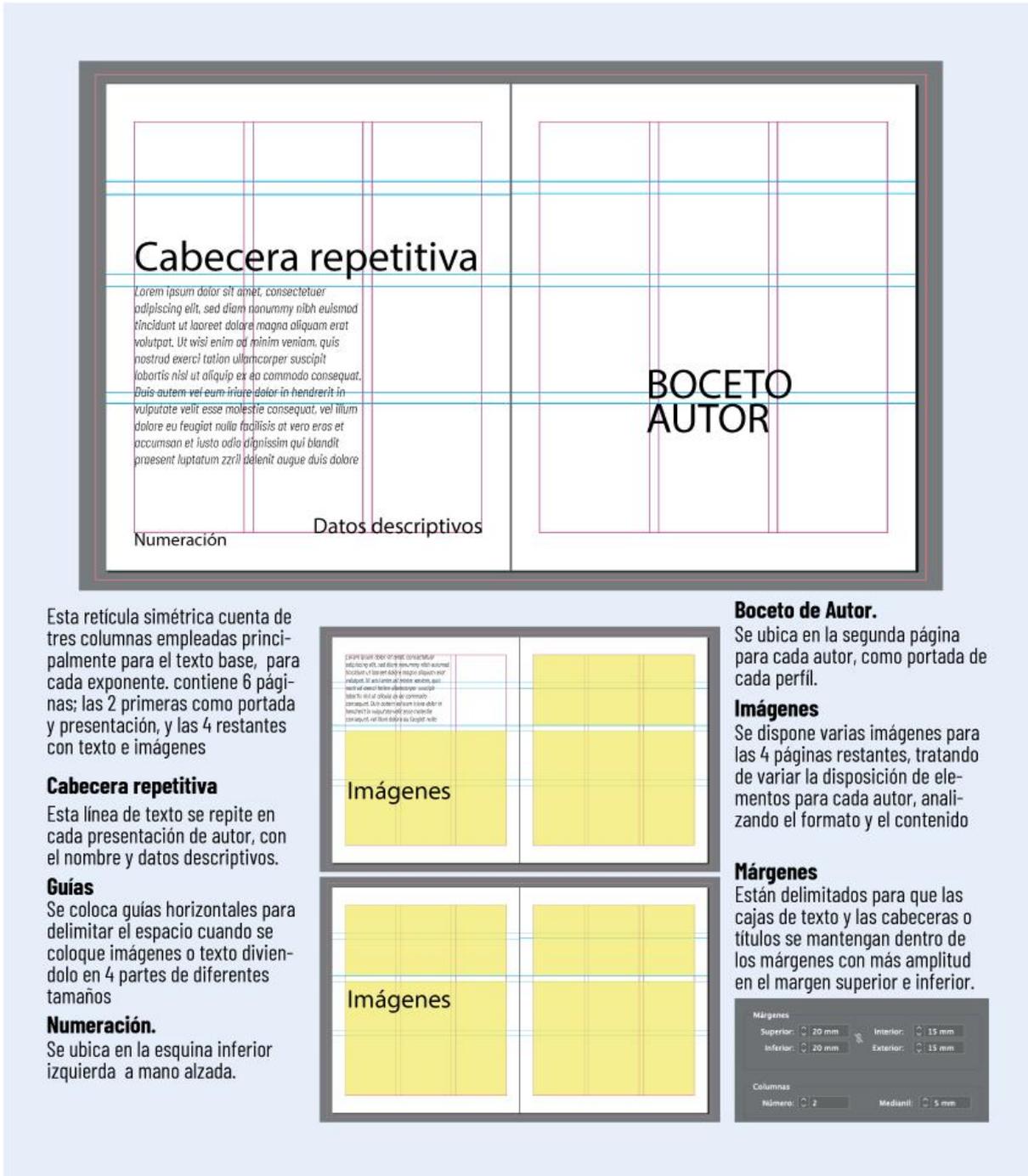


Imagen 18. **Autores locales.** Descripción de la retícula con la disposición del contenido.



Esta retícula simétrica cuenta de tres columnas empleadas principalmente para el texto base, para cada exponente. contiene 6 páginas; las 2 primeras como portada y presentación, y las 4 restantes con texto e imágenes

**Cabecera repetitiva**

Esta línea de texto se repite en cada presentación de autor, con el nombre y datos descriptivos.

**Guías**

Se coloca guías horizontales para delimitar el espacio cuando se coloque imágenes o texto dividiendo en 4 partes de diferentes tamaños

**Numeración.**

Se ubica en la esquina inferior izquierda a mano alzada.

**Boceto de Autor.**

Se ubica en la segunda página para cada autor, como portada de cada perfil.

**Imágenes**

Se dispone varias imágenes para las 4 páginas restantes, tratando de variar la disposición de elementos para cada autor, analizando el formato y el contenido

**Márgenes**

Están delimitados para que las cajas de texto y las cabeceras o títulos se mantengan dentro de los márgenes con más amplitud en el margen superior e inferior.

Márgenes

Superior: 20 mm Interior: 15 mm

Inferior: 20 mm Exterior: 15 mm

Columnas

Número: 2 Mediant: 5 mm

Imagen 19. **Autores nacionales-internacional.** Descripción de la retícula con la disposición del contenido.

Esta retícula simétrica cuenta de cuatro columnas empleadas principalmente para el texto base para cada exponente. Contiene 6 páginas; las 2 primeras como portada y presentación, y las 4 restantes con texto e imágenes. Además se propone realizar un pliegue en la sexta página para la visualización de imágenes en formatos grandes.

**Cabecera repetitiva**

Esta línea de texto se repite en cada presentación de autor, con el nombre y datos descriptivos.

**Guías**

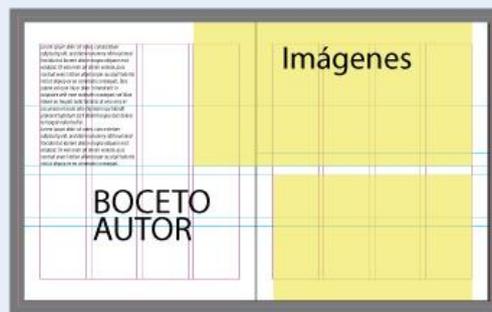
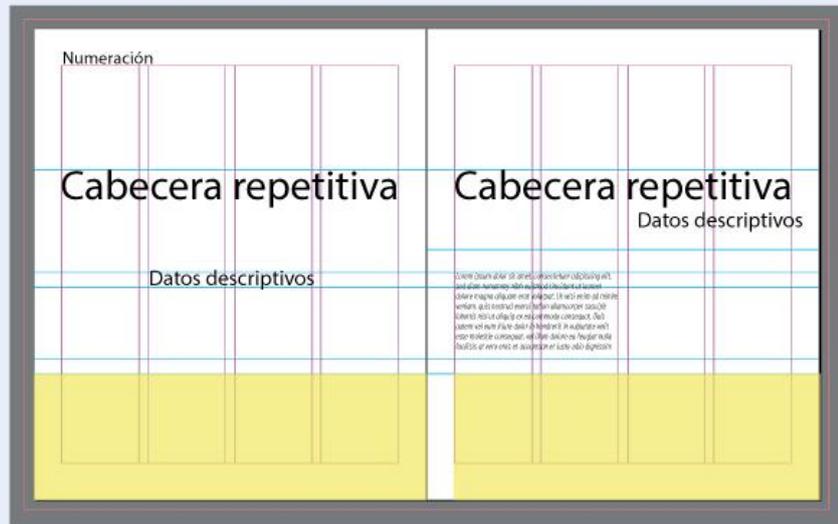
Se coloca guías horizontales para delimitar el espacio cuando se coloque imágenes o texto dividiendo en varias partes de diferentes tamaños

**Numeración.**

Se ubica en la esquina superior izquierda a mano alzada.

**Imágenes**

Se dispone varias imágenes para las 6 páginas, tratando de variar la disposición de elementos para cada autor, analizando el formato y el contenido ya que en esta sección existe un pliegue hacia la derecha



**Boceto de Autor.**

Se ubica a partir de la tercera página

**Pliegue**

Se propone un pliegue en la sexta página de cada crew, para variar el estilo de presentación con respecto a otras publicaciones

**Recurso Gráfico**

Se propone colocar el nombre de cada crew con un mismo estilo de letra hecho a mano.

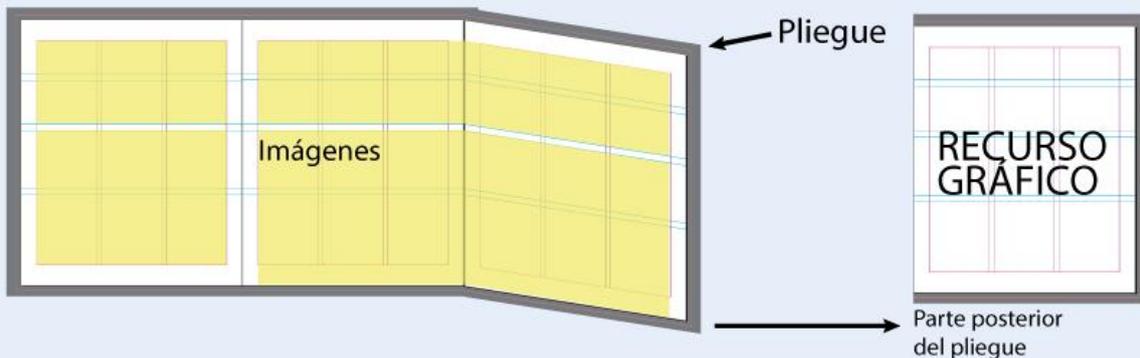


Imagen 20. **Retícula para Crews.** Descripción de la retícula con la disposición del contenido.

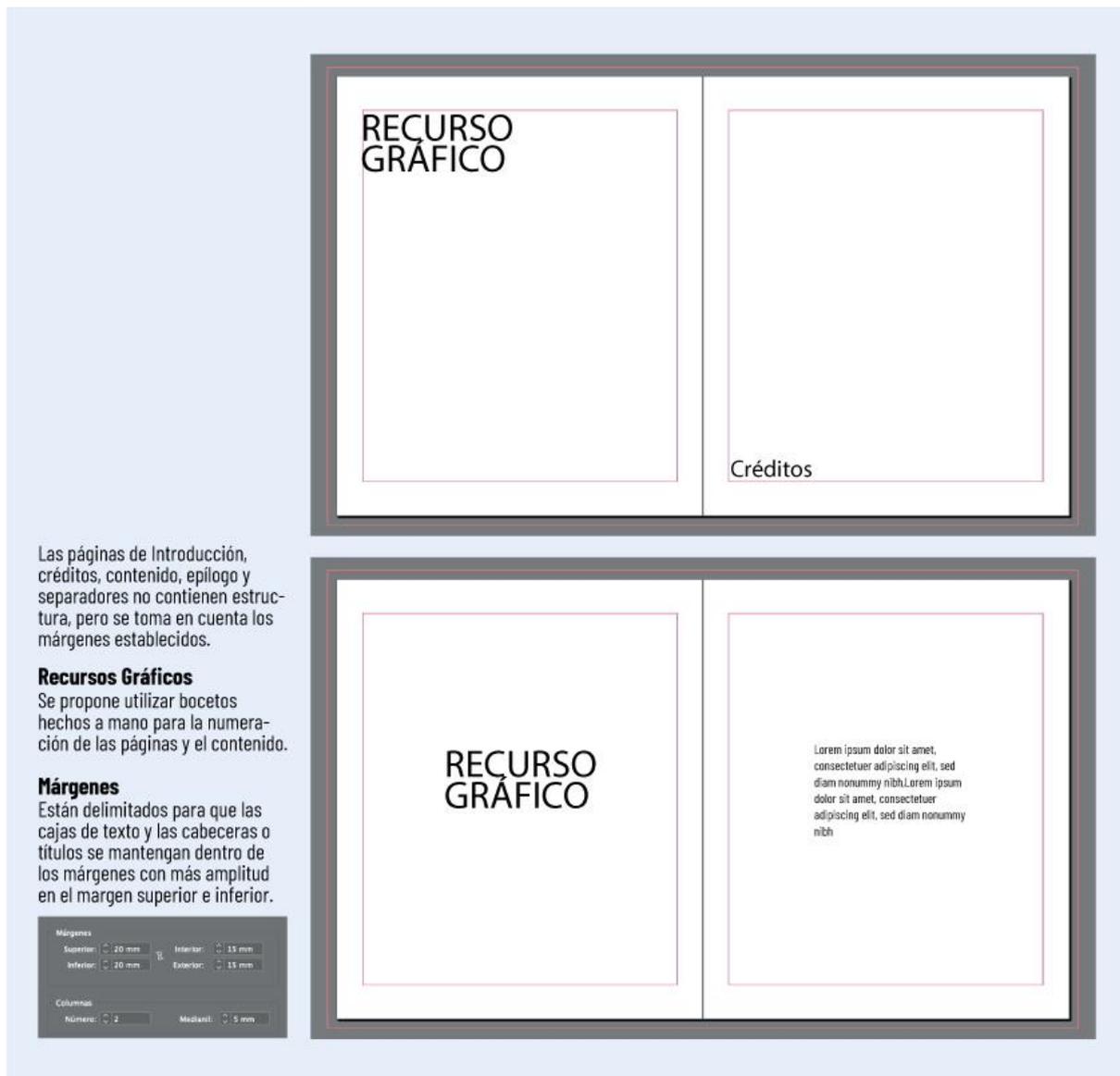


Imagen 21. **Páginas sin estructura.** Descripción de las páginas que no contienen estructura, pero se toma en cuenta los márgenes.

### 3.3.4 Imágenes

Las imágenes son uno de los aspectos gráficos que más vida puede dar al diseño, las imágenes tienen un papel esencial en la comunicación de un mensaje y más aún si se trata de mostrar la obra de un autor, por lo que son un factor clave para establecer la identidad visual de una obra.

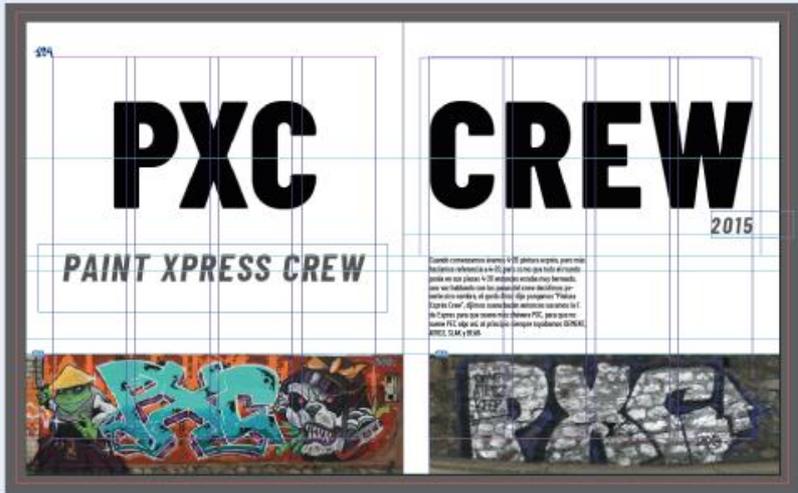
Para seleccionar las imágenes y ver dónde se ubican, se toma en cuenta la relación con los demás elementos como el texto o los bocetos de autor, el centro de atención de la página es importante para cada portada de autor y la gestión del espacio en blanco. Se procede a observar las imágenes por cada autor para seleccionar las fotos que mejor se adapten a cada

retícula; autores locales (Img. 22), autores nacionales e internacionales (Img. 23), y crews (Img.24), citando la frase tomada del libro Layout; “*La perfección se consigue, no cuando ya no se puede añadir nada más, sino cuando ya no queda nada más por eliminar*” (Ambrose & Harris, 2005, p.67).



Imagen 22. **Imágenes seleccionadas.** Contenido de Imágenes y boceto de autor dispuestos en la estructura para autores locales.





↑  
Parte posterior  
del pliegue  
↑

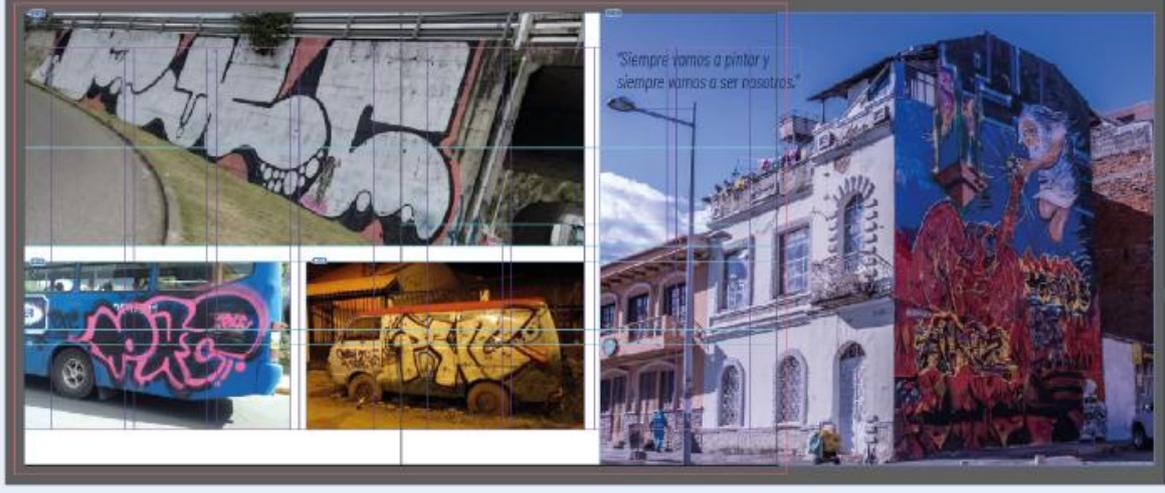


Imagen 24. **Imágenes seleccionadas.** Imágenes y boceto de autor dispuestos en la estructura para las crews. Tomando en cuenta que en esta estructura existe un pliegue más un recurso gráfico.

### 3.3.5 Tipografía

Se busca que la tipografía comunique la información detallada al espectador a un nivel básico, tratando de utilizar la menor cantidad de tipografías en el libro y fijándose más en la variedad de estilos. Se proponen tres tipos de letra con varios estilos para utilizar como base para todo el contenido del libro (Img. 25).

Para observar cómo actúa la tipografía con respecto al contenido, se propone utilizar los diferentes estilos y tamaños de la tipografía seleccionada, fijándose en aspectos importantes como la Jerarquía pues ayuda que el contenido tenga una guía lógica, organizada y visual, además indica los distintos niveles de importancia mediante el estilo.

Cuidar que los bloques de texto no estén saturados o llenos de guiones, sean legibles, utilizar letras grandes en los encabezados, si es necesario modificar el espaciado entre palabras, tomar en cuenta la alineación del texto, se propone que sea alineación a la izquierda/bandera derecha. Con estos aspectos se manejan diferentes estilos para el contenido principalmente para las portadas de cada autor, tomando en cuenta la disposición de los demás elementos (Img. 26).

**Montserrat** 18 styles  
Julius Ulanovsky, Sol Matas, Juan Pablo del Peral, Jacques Le Bailly

Almost before we knew it, we had left the ground.

**Poppins** 18 styles  
Indian Type Foundry

Almost before we knew it, we had left the ground.

**Barlow Condensed** 18 styles  
Jeremy Tribby

Almost before we knew it, we had left the ground.

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| A | B | C | Ç | Ć | D | Đ | E | F | G | H | I  | J | K | L | M | N | O | P | Q | R | S | Š | T | U |
| V | W | X | Y | Z | Ž | a | b | c | ç | ć | d  | đ | e | f | g | h | i | j | k | l | m | n | o | p |
| q | r | s | š | t | u | v | w | x | y | z | ž  | À | Á | Ê | Ë | Ë | Ë | Ë | Ë | Ë | Ë | Ë | Ë | Ë |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 0 | ' | ? | '  | ! | " | ( | % | ) | [ | # | ] | { | @ | } | / |   |
| & | \ | < | - | + | ÷ | x | = | > | ® | © | \$ | € | £ | ¥ | ¢ | : | ; | , | . | * |   |   |   |   |

Se plantea utilizar una tipografía con variedad de estilos para todo el contenido, se explora tres tipos de letra para elegir una para todo el contenido fijándose en los diferentes caracteres que contienen, estos recursos tipográficos se obtuvieron de (Google Fonts), se propone utilizar una tipografía estilo Sans Serif por ser funcional y eficiente con una apariencia neutral y pasiva.

Después de explorar las tres tipografías propuestas; Montserrat, Poppins y Barlow Condensed se ha tomado la decisión de utilizar la tipografía Barlow Condensed por poseer variedad de caracteres y funciona para colocar el texto base sin perder legibilidad o de igual manera sirve para colocar títulos grandes gracias a los diferentes estilos.

Imagen 25. **Selección de tipografía.** Descripción de tipografía seleccionada para el contenido del libro.

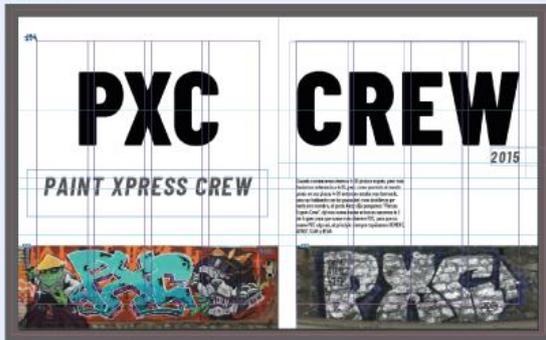
## Autores Locales



## Autores Nacionales e Internacional



## Crews



## Introducción y Contenido

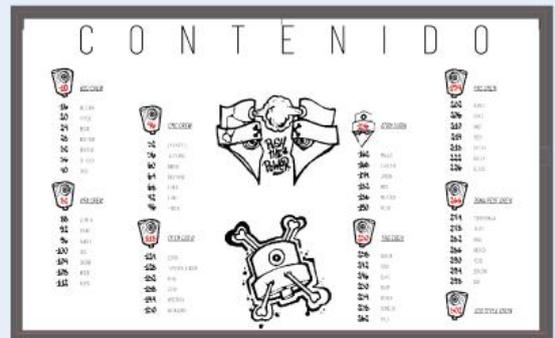
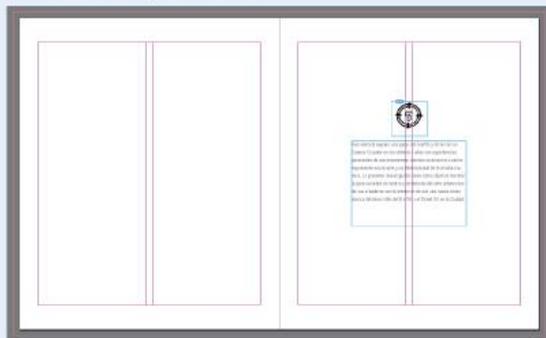


Imagen 26. Aplicación de estilos tipográficos. Estilos aplicados de acuerdo a los conceptos propuestos y la disposición de los demás elementos

### 3.4 Prototipo y maquetación

En esta parte se propone dar un acercamiento al producto y de esa manera poder entender cuestiones generales para el trabajo terminado, se muestran factores importantes como el tamaño real del libro, el número de páginas dispuesto anteriormente, también una impresión de prueba y así visualizar de mejor manera en tres dimensiones el producto en proceso, permitiendo una visión general de cómo serán los elementos táctiles del producto físico con el objetivo de comprobar si comunican bien a distancia (Img. 27).

Aspectos importantes como la encuadernación, influyen directamente en el contenido gráfico y la disposición de información que se está mostrando, ya que, una encuadernación de forma espiral o anillado no funciona con imágenes a doble página, la imagen se corta en el centro. Se propone una encuadernación cosida de esa manera será más sólida, El cosido simple cose a lo largo y en vertical el lomo de las hojas y la cubierta, de este modo la costura las mantiene unidas.

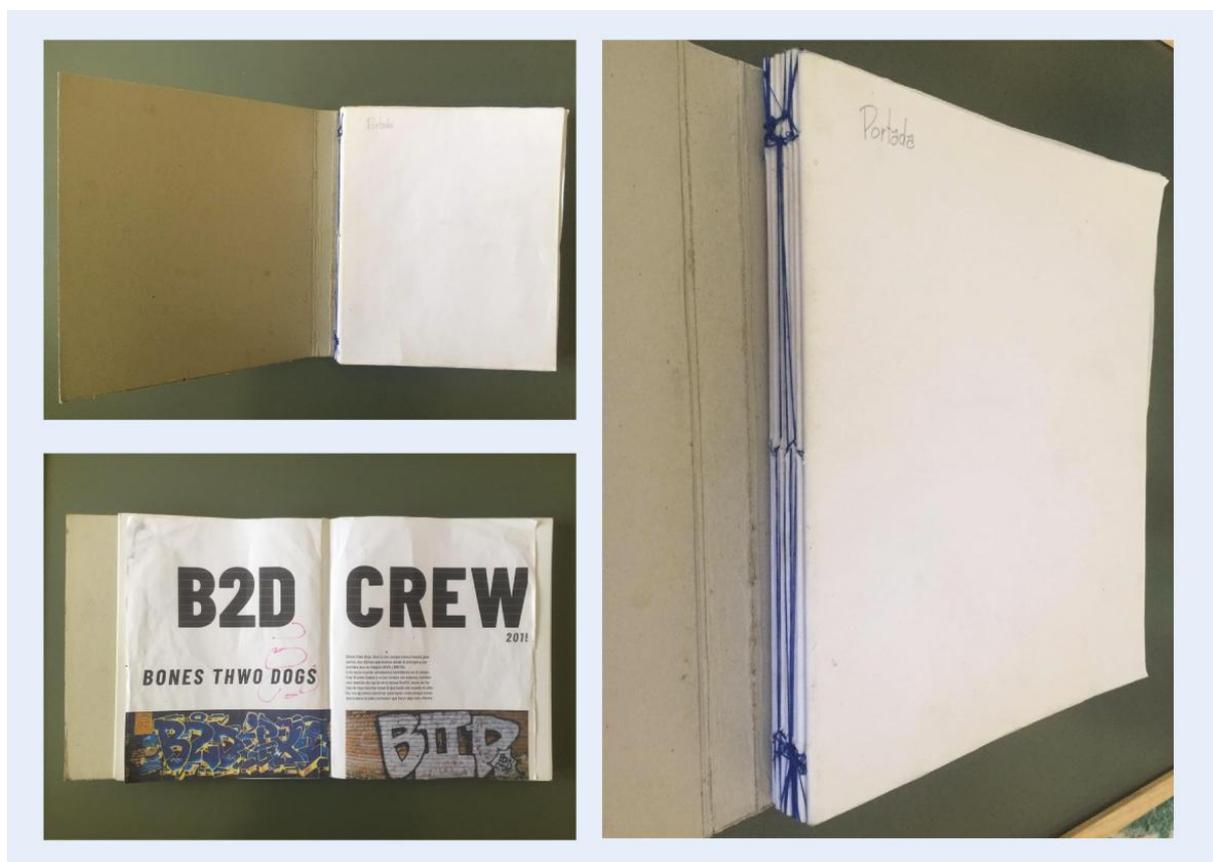


Imagen 27. **Prototipo.** Prototipo con dimensiones reales y referencia de la encuadernación cosida para el libro, además de una impresión de prueba para dar un acercamiento al producto final.

## 3.5 Sistemas de Impresión

Existe una amplia gama de materiales y soportes disponibles a los que se puede colocar una imagen impresa, estampada, o cortada.

Se realizan pruebas de impresión a tamaño real con diferentes papeles como: papel calco para los separadores, para el contenido se utiliza el papel Classic Linen Natural White de 90 y 270grs. (Img. 28). El uso de materiales alternativos puede añadir diferentes cualidades al diseño y presenta un desafío en la fase de implementación por los costes de producción más altos y plazos de tiempo excesivos. Los acabados de impresión refuerzan el mensaje que se tiene que comunicar y son elementos que diferencian claramente del resto de publicaciones similares, se ha planteado acabados como el pliegue hacia la derecha en cada sección de crews (Img. 29) y se propone un laminado para el tag con el nombre de cada crew que se ubica en la parte posterior del pliegue. Se considera probar un tipo de acabado en la portada con la técnica de serigrafía o vinil adhesivo.

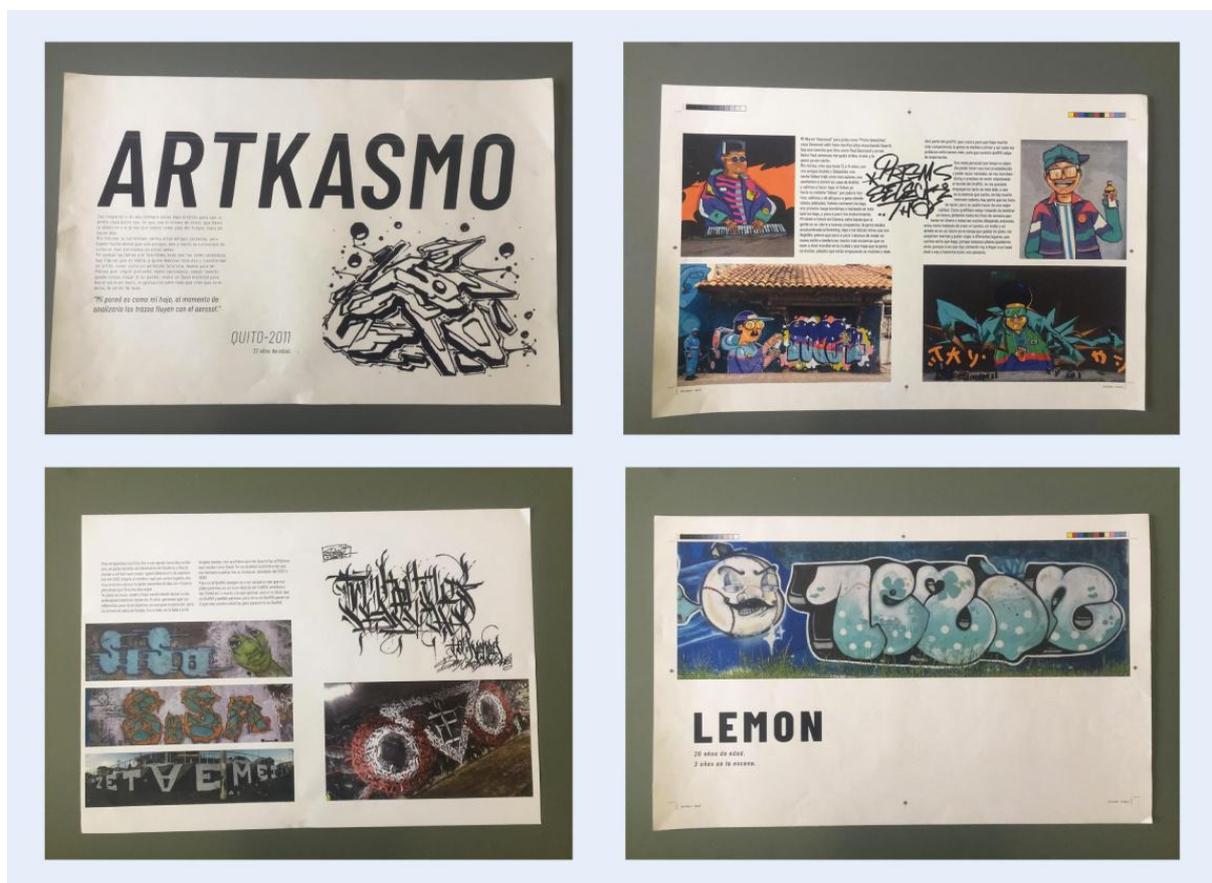


Imagen 28. **Pruebas de impresión.** Variedad de pruebas de impresión en distintos papeles reciclados y tipos de papel como el couche.



Imagen 29. **Pliegue.** Acabado para la sección de Crews, se plantea dar un laminado brillante al tag o recurso gráfico.

Página 58-71. **Registro.** Maqueta final

### Conclusiones

El Graffiti y el Street Art en Cuenca son técnicas gráficas poco estudiadas y analizadas en un contexto contemporáneo sociocultural, por ello se diseñó un libro acerca de la temática que permite disponer de contenido especializado en arte urbano y de alta calidad. El componente clave de la investigación fue la recopilación de información cualitativa de las que se concluye lo siguiente.

Recopilación bibliográfica: el Graffiti es un fenómeno reconocido mundialmente por ser un medio de expresión de la realidad económica y social, tuvo tres momentos, el primero en Francia con una característica basada en la literatura y filosofía, luego en Estados Unidos que se trataba sobre la revolución de clases oprimidas de manera pictórica y el tercer momento corresponde a la llegada a Latinoamérica. En Ecuador se utiliza como un medio de expresión para protestar al gobierno y al poder económico de grupos privilegiados.

Entrevistas a expertos: mediante la técnica de recopilación de información, se pudo conocer la opinión y puntos de vista de artistas locales nacionales e internacionales que practican Graffiti y les apasiona como medio de expresión, del cual se extrajo información con referencia fotográfica, historia, requerimientos técnicos, identidad visual, etc. Todo ello permitió estructurar el manual con información primaria adaptada a la temática. Fue importante conocer a cada exponente y escuchar su punto de vista con respecto al Graffiti o al Street Art. Se determinó que en la ciudad la mayoría usa con mayor frecuencia el Street Art, además de que se trata de autores que se definen como autodidactas, donde cada uno maneja un estilo o propósitos diferentes.

Como limitación de la investigación los artistas no contaban con un portafolio de sus trabajos por lo que algunas imágenes enviadas tienen baja resolución, adicional a esto la recopilación de información tomó más tiempo del planificado al esperar envíos y establecer contacto hasta organizar el material.

La metodología de Ambrose-Harris y la colección de libros del mismo autor resultaron ser una gran guía para desarrollar proyectos de diseño, los procedimientos se pueden adaptar para construir de manera ordenada y sistemática, obteniendo los elementos importantes de un proyecto editorial.

Este proyecto ha logrado contribuir al desarrollo gráfico urbano con crítica sociocultural del pueblo por medio de sus artistas, permitiendo que las obras sean apreciadas en una colección con varios autores que usan diferentes técnicas y tecnología para plasmar sus creaciones, está dirigido a personas que llevan practicando Graffiti y Street Art, diseñadores, artistas,

personas relacionadas con el movimiento hip hop y que gustan y practican arte urbano en la ciudad.

El éxito de un proyecto de diseño de esta naturaleza depende de la profundidad que el diseñador haga para sumergirse en el contenido, la calidad y la información recabada que tiene la capacidad de comunicar al Graffiti o al Street Art como arte y no solo como un hecho de contaminación visual, que no revela los objetivos de este medio de expresión. Se puede concluir que este proyecto ha logrado contribuir al desarrollo gráfico que plasma la expresión sociocultural del pueblo por medio de sus artistas, a fin de que sus obras sean apreciadas en una colección con varios autores que tienen el mismo objetivo: comunicar emociones, sentimientos, sueños y luchas por medio de colores y diseños.

### **3.6 Recomendaciones y reflexiones finales**

Como recomendaciones para esta investigación es importante obtener la información de cada exponente y encontrar un método que permita procesar la cantidad de datos, ya que al tratarse de entrevistas abiertas no permite limitarlas a un tipo de respuestas como es el caso de las encuestas. Para procesar esta cantidad de información en próximas ediciones de la revista, se recomienda el uso del programa Atlas.ti, un software para analizar datos cualitativos de manera profesional y eficiente.

Las características del prototipo son 312 páginas, 8 plegables, formato de 21cm x 25,4cm y su costo de impresión llega a los \$300,00 USD por una edición factor que limita la producción de más ejemplares, sin embargo, se requiere buscar otras fuentes de financiamiento como la producción por escala y auspicios. La impresión a gran escala reduce considerablemente el costo es por eso que se pone en evidencia cuánto puede costar la impresión de 100 y 500 libros en Offset (Img. 30) y 100 libros en digital (Img. 31). Se toma en cuenta que en esta parte aún pueden surgir micro ajustes de impresión.

**GRAFIXA**  
IMPRESA  
PROFORMA  
N° 000094393

Cliente: **Cristian Lucero**  
RUC:  
Dirección: El Valle  
Atención a:

Teléfono: 0989 494 305  
Ciudad: Cuenca  
Fecha: 25 /Julio/2022

Reciba un cordial y atento saludo de **Imprenta Grafixa**, ponemos a su conocimiento la siguiente proforma que nos a sido solicitada:

| DESCRIPCIÓN  | V. UNITARIOS \$ 108,00       | V. Total \$ 1800,00          |
|--|------------------------------|------------------------------|
| <b>100 libros</b> de 165 hojas   |                              |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Impresión full color tiro y retiro</li> <li>papepel cuché de 150gs</li> <li>dimensiones 25,5x 21cm</li> <li>8 hojas plegadas cuché de 300 gramos, ful color solo tiro</li> <li>40x25,5</li> <li>Pegado hotmeld</li> </ul> |                              |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Pasta rígida,</b></li> <li>Impresión full color</li> <li>papel adhesivo</li> <li>acabado plastificado mate</li> <li>dimensiones 21,5x 26,5</li> </ul>  |                              |                              |
| <b>DESCRIPCIÓN</b>   | <b>V. UNITARIOS \$ 35,00</b> | <b>V. Total \$ 17.500,00</b> |
| <b>500 libros</b> de 165 hojas   |                              |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Impresión full color tiro y retiro</li> <li>papepel cuché de 150gs</li> <li>dimensiones 25,5x 21cm</li> <li>8 hojas plegadas cuché de 300 gramos, ful color solo tiro</li> <li>40x25,5</li> <li>Pegado hotmeld</li> </ul> |                              |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Pasta rígida,</b></li> <li>Impresión full color</li> <li>papel adhesivo</li> <li>acabado plastificado mate</li> <li>dimensiones 21,5x 26,5</li> </ul>  |                              |                              |

**NOTA: LOS DISEÑOS COMO EL ARMADO DEL LIBRO PARA LA IMPRESIÓN NO ESTA CONSIDERADOS EN LA PROFORMA**

Forma de pago: 70% ANTICIPO y 30 % CONTRA ENTREGA Válidez de la oferta: 10 días Tiempo de Entrega: 10 días

Nota: Los diseños, serán establecidos por la entidad, caso contrario se enviará una prueba digital de la elaboración de los mismos

Vega Muñoz 9-88 y Padre Aguirre

E-mail: info@grafixa.com.ec

Cel: 0966402137 - Tcn: 2 623402

**NOTA: Debido a que somos Artesanos Calificados no facturamos con IVA**

Imagen 30. **Cotización en Offset.** Detalles de impresión a gran escala por la imprenta Grafixa

**Cliente: Cristian Lucero**  
**RUC:**  
**Dirección: El Valle**  
**Atención a:**

  
**IMPRESA**  
**PROFORMA**  
**N° 000094394**

**Teléfono: 0989 494 305**  
**Ciudad: Cuenca**  
**Fecha: 25 /Julio/2022**

---

Reciba un cordial y atento saludo de **Imprenta Grafixa**, ponemos a su conocimiento la siguiente proforma que nos a sido solicitada:

**DESCRIPCIÓN**

**100 libros** de 165 hojas **V. UNITARIO \$ 295,00**

- Impresión full color tiro y retiro
- papepel cuché de 150gs
- dimensiones 25,5x 21cm
- 8 hojas plegadas cuché de 300 gramos, ful color solo tiro
- 40x25,5
- Pegado hotmeld

**Pasta rígida,**  
 Impresión full color  
 papel adhesivo  
 acabado plastificado mate  
 dimensiones 21,5x 26,5

**IMPRESIÓN 100% DIGITAL** **V. TOTAL \$ 29.500,00**

Forma de pago: 70% ANTICIPO y 30 % CONTRA ENTREGA Válidez de la oferta: 10 días Tiempo de Entrega:

Nota: Los diseños, serán establecidos por la entidad, caso contario se enviará una prueba digital antes de la elaboración de los mismos

**NOTA: Debido a que somos Artesanos Calificados no facturamos con IVA**

Vega Muñoz 9-88 y Padre Aguirre  
 E-mail: [imprentagrafixa@hotmail.es](mailto:imprentagrafixa@hotmail.es) • Cuenca  
 Cel: 0986402157 • Telf: 2 825402

Imagen 31. **Cotización en Digital.** Detalles de impresión a gran escala por la imprenta Grafixa

El proyecto es extenso pues el tiempo y el costo de reproducción del libro son factores importantes en la implementación, el libro se diferencia del resto de sus competidores por los acabados, el formato, la calidad y cantidad de información, se debe encontrar imprentas

donde se pueda gestionar la impresión y posteriormente la distribución, a fin de que lleguen al público interesado y el contenido sea comunicado eficazmente.

En un futuro cercano el proyecto podrá gestionarse con auspicios y un presupuesto de ventas que garantice la rentabilidad de la obra, también se puede involucrar a la Universidad de Cuenca y sus escuelas administrativas a fin de que los estudiantes apliquen sus conocimientos de publicidad, marketing y ventas en este proyecto cultural.

### Referencias

Aucancela, D. (2011). Análisis del graffiti ecuatoriano y su aplicación en la campaña publicitaria del proyecto de “formación ciudadana y derechos” (Ingeniería en Diseño Gráfico). Escuela Superior Politécnica del Chimborazo. Recuperado de:

<http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/3275>

Ambrose, G., & Harris, P. (2005). *Layout*. AVA.

Ambrose, G., & Harris, P. (2010). *Metodología del diseño* (1ª Ed.). Parramón Ediciones, S.A.

<http://biblioteca.univalle.edu.ni/files/original/60921c7a1a416a68f6859db5eb3494474868ac8b.pdf>

Cabrera García, M. S. (2015). “*Urbanismo y Arte no Convencional: El Graffiti en Cuenca-Ecuador*” [Universidad de Cuenca].

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/22861/1/TESIS.pdf>

Diario el Tiempo. (2016). *Arte urbano en las paredes de Cuenca*.

<https://www.eltiempo.com.ec/noticias/cultura/7/arte-urbano-en-las-paredes-de-cuenca>

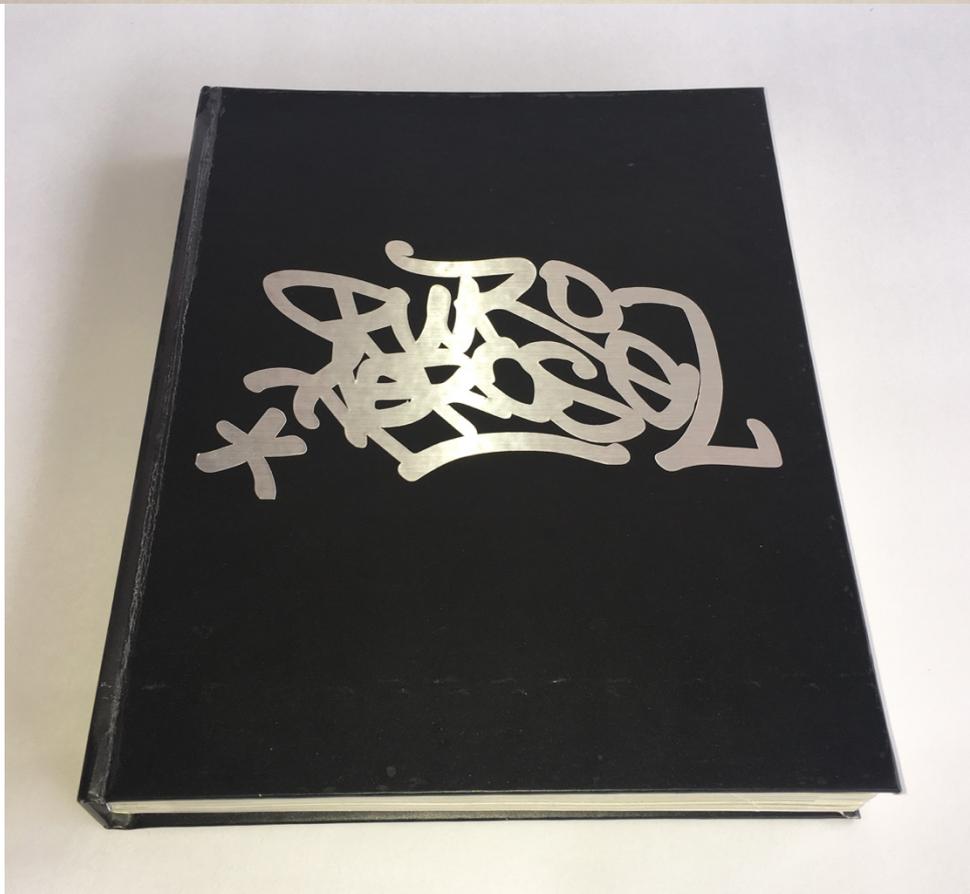
Gad Municipal del Cantón Cuenca. (2012). *Ordenanza Municipal Reguladora del Uso del Espacio Público para Arte Graffiti y Mural Asi Como Para Difusión de Información*.

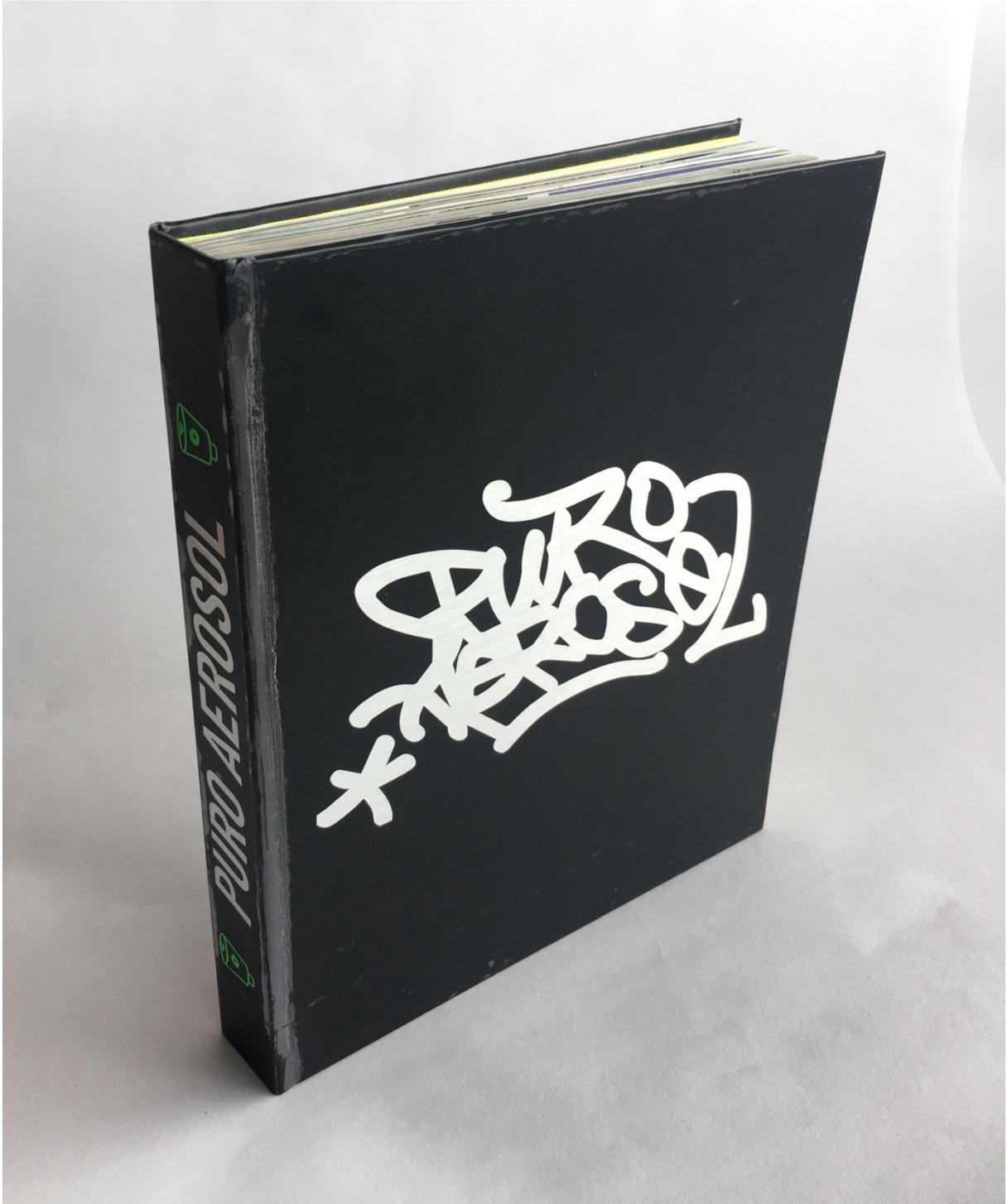
<http://www.cuenca.gob.ec/?q=node/11206>

Guzmán Larriva, C. (2010). *Propuesta de Graffiti Digital como Expresión Social en Cuenca* [Universidad de Cuenca].

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/3152/1/tdis46.pdf>

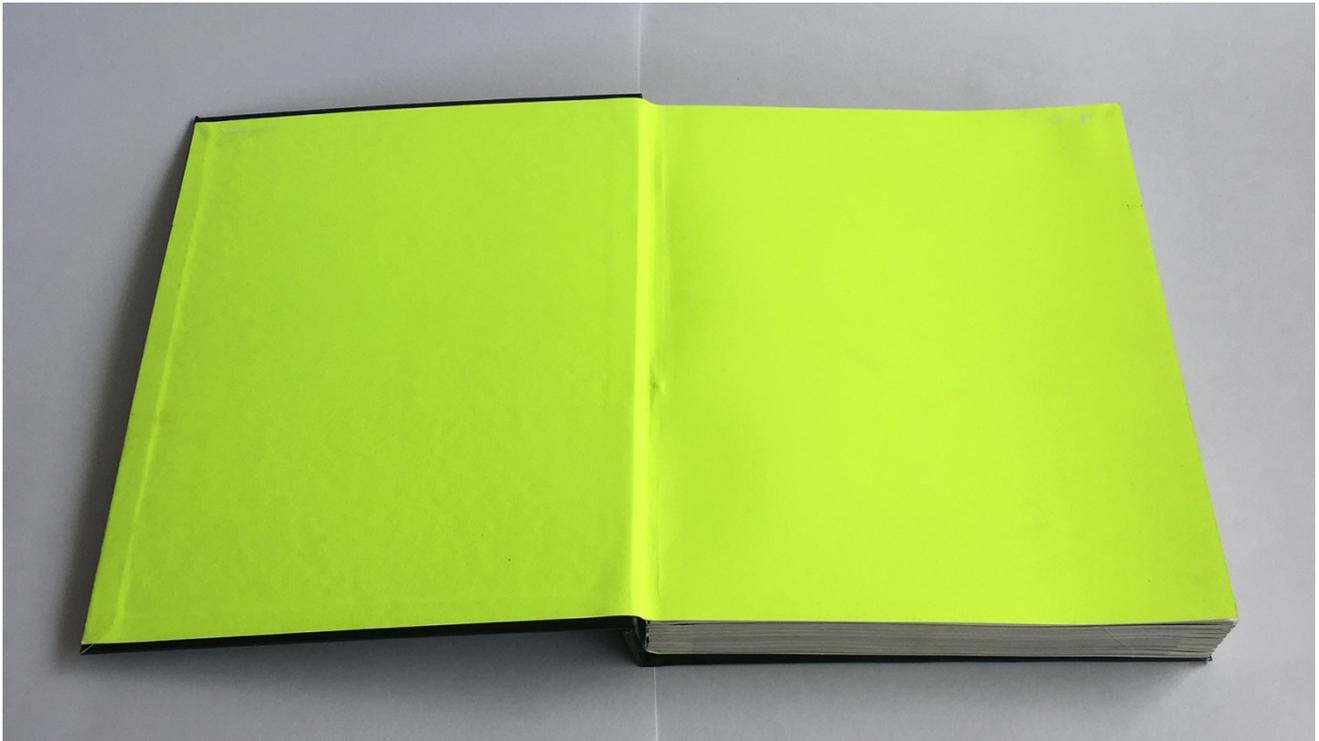
Anexos











# CONTENIDO

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <p><b>020 CREW</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>16 RUDDA</li> <li>20 AREZ</li> <li>24 BEAR</li> <li>28 BOOMER</li> <li>32 BROTHA</li> <li>36 CHICKO</li> <li>40 DADA</li> </ul> <p><b>081 BEA CREW</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>88 LEMON</li> <li>92 ENOC</li> <li>96 FIBOL</li> <li>100 DEL</li> <li>104 DONS</li> <li>108 KTER</li> <li>112 KUPS</li> </ul> | <p><b>046 CMC CREW</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>52 LA GABRIEL</li> <li>56 DECHENTE</li> <li>60 DESOX</li> <li>64 DESMONO</li> <li>68 EINER</li> <li>72 ELMO</li> <li>76 EPSOX</li> </ul> <p><b>048 OTEM CREW</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>124 LAZE</li> <li>128 LERS</li> <li>132 MARTIN UNDER</li> <li>136 MLK</li> <li>140 VEBA</li> <li>144 APTIATAN</li> <li>148 ARTKASMO</li> </ul> | <p><b>160 ATOM LUDIX</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>166 MALES</li> <li>172 LATENTE</li> <li>176 JASON</li> <li>180 MIC</li> <li>184 MURDOX</li> <li>188 NELIO</li> </ul> <p><b>254 TNS CREW</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>242 SEREX</li> <li>246 SISA</li> <li>250 SLAK</li> <li>254 SNAP</li> <li>258 SNYCH</li> <li>262 SOMECK</li> <li>266 PALA</li> </ul> | <p><b>198 PXC CREW</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>206 OOSK</li> <li>210 OVAR</li> <li>214 RAIZ</li> <li>218 RESA</li> <li>222 SAMBO</li> <li>226 SEDEK</li> <li>230 LESLIE</li> </ul> <p><b>290 ZONA PESF CREW</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>248 TOPHERMAN</li> <li>252 TUCO</li> <li>256 WANSI</li> <li>260 WEIRD</li> <li>264 YOSE</li> <li>268 ZENZAK</li> <li>272 SAS</li> </ul> <p><b>506 ZOO STYLE CREW</b></p> |
|---|--|--|--|



