



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

**PROPUESTA DE DISEÑO GRÁFICO DIGITAL QUE FOMENTE Y DE A
CONOCER EL ARTE Y CULTURA ECUATORIANA PARTIENDO DE UN
ANÁLISIS AL MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO DEL ECUADOR**

**Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los
requisitos establecidos para optar por el título de
Licenciado en Diseño Gráfico e Industrial**

**Profesora Guía
Mgt. Paulina Lorena Castro Galarza**

**Autora
Stephanie Guevara Coronel**

**Año
2015**

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Paulina Lorena Castro Galarza

Master en Diseño, Línea Investigación y Nuevas Tecnologías

C.I.: 171565647-4

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Stephanie Guevara Coronel

C.I.: 171643471-5

DEDICATORIA

A mis padres, gracias por brindarme todo su apoyo a lo largo de mi vida, y siempre darme las fuerzas necesarias para seguir adelante y terminar cada objetivo que me propongo; este en especial se lo debo a ustedes, que su amor infinito siempre me acompañe.

A mis hermanas, mi más grande orgullo y ejemplo, quienes me enseñaron a crecer y luchar por lo que quiero, y saber que nada es imposible, todo esta en proponerse de corazón y alcanzar todo aquello que desees.

Stephanie

AGRADECIMIENTO

A la Universidad de las Américas y todos los docentes que fueron parte de mi desarrollo a lo largo de la carrera, gracias por todos los conocimientos y grandes momentos compartidos.

A mi tutora, Paulina Castro, por ayudarme durante el desarrollo de la tesis y lograr terminar de manera satisfactoria este proyecto.

A todos mis amigos que fueron parte de este proceso, gracias por su ayuda y apoyo incondicional, son personas muy especiales en mi vida, este un logro más juntos.

Stephanie

RESUMEN

En los últimos años, el desarrollo artístico cultural en el Ecuador ha aumentado considerablemente, brindando más oportunidades para el crecimiento de nuevos artistas. Sin embargo, el conocimiento por parte de la ciudadanía ecuatoriana acerca de estas importantes áreas sociales es mínimo.

Partiendo de un análisis al Ministerio de Cultura y Patrimonio, el cual es la entidad encargada del manejo de estos ámbitos a nivel nacional, se logró tener un panorama claro de la situación actual que vive el país, en cuanto a estas áreas y con la aplicación de metodologías de investigación se delimitó que material gráfico digital será el adecuado para trabajar en este proyecto.

De esta manera el producto final propuesto fue pensado y diseñado para cumplir todos los objetivos establecidos, además pretende ser una fuente de apoyo continuo de los artistas ecuatorianos, y trabajar como un medio de difusión masivo que busca no solo dar a conocer lo que se hace en el país a nivel nacional e internacional, también desea mostrarse como una puerta para la inversión en el arte y de esta manera ayudar al desarrollo de más artistas. Adicionalmente, contribuye directamente al desarrollo social, brindando información de suma importancia que ayuda a fortalecer la identidad nacional de los ciudadanos ecuatorianos.

ABSTRACT

In the last years the artistic and cultural development in Ecuador has increased considerably, providing more opportunities for the expansion of new artists, however the knowledge about these important social areas in Ecuadorian citizens is minimal.

Starting from an analysis of the Culture and Heritage Ministry, which is in charge of managing these areas all over Ecuador, a more clear and specific idea of how things are managed inside the country was established, and with the results of specific research was delimited the best graphic and digital artwork that will be used in the actual project.

With all of the above in consideration, the final product has been conceived and designed to meet all the proposed objectives and aims to be a source of support for Ecuadorian artists, and work as a way to promote what is created inside the country not only at national level, but also international. In addition to this, the project wants to be a gateway for art investment and with this help the development of more artists. Besides to contribute directly to the social development, providing vital information to help strengthen the national identity of Ecuadorian citizens.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1 ECUADOR LLENO DE ARTE Y PLURICULTURALIDAD	3
1.1 El arte y cultura	3
1.1.1 Cultura	3
1.1.2 Arte	5
1.2 El arte y cultura en el Ecuador	9
1.3 El Plan del Buen Vivir y el desarrollo cultural de la sociedad ecuatoriana	10
2 LA CREACIÓN ARTÍSTICA Y CULTURAL PARTE FUNDAMENTAL DEL DESARROLLO EN EL ECUADOR	13
2.1 Ministerio de Cultura y Patrimonio (MCYP)	13
2.1.1 Misión.....	13
2.1.2 Visión	14
2.1.3 Funcionamiento del Ministerio	14
2.2 Fomento a la creación y participación del arte y cultura ecuatoriana	17
2.2.1 Incentivos	19
2.2.2 Ferias y festivales	21
2.2.3 Concursos y auspicios	26
2.3 Análisis general del arte y cultura en el Ecuador	34
2.4 Referencias internacionales de manejo de cultura y arte ...	39

3	EL DISEÑO COMO PARTE DEL ARTE	43
3.1	Diseño gráfico como medio de difusión.....	43
3.1.1	Qué es el diseño?	43
3.1.2	Diseño Gráfico	44
3.1.2.1	Comunicación Visual.....	46
3.1.3	Diseño gráfico editorial, ¿Qué es y para qué sirve?	48
3.1.3.1	Tipos de diseño editorial.....	49
3.1.3.2	Las revistas	56
3.1.3.3	Infografías	62
3.2	Diseño en medios digitales	65
3.2.1	Las nuevas tecnologías	65
3.2.2	Diseño Gráfico Web.....	66
3.2.3	Revistas digitales	72
4	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	73
4.1	Planteamiento de problema	73
4.2	Objetivos	74
4.2.1	General	74
4.2.2	Específicos.....	74
4.3	Alcance	75
4.4	Enfoque.....	75
4.5	Herramientas de investigación	75
4.5.1	Observación de campo	76
4.5.2	Encuestas	77
4.5.2.1	Población.....	77
4.5.2.2	Muestra	78
4.5.2.3	Modelo de encuesta	79
4.5.2.4	Interpretación de resultados	86
4.5.3	Entrevistas	86
4.5.3.1	Entrevista a docente en arte.....	86

4.5.3.2 Entrevista a uno de los ganadores del concurso “Fondo Fonográfico 2014” categoría Pop.....	87
4.5.3.3 Análisis general de las entrevistas	88
4.5.4 Público objetivo del proyecto	89
4.5.5 Etapas de diseño	90

5 DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE DISEÑO GRÁFICO DIGITAL QUE FOMENTE Y DÉ A CONOCER EL ARTE Y CULTURA ECUATORIANA .	92
5.1 Marca.....	93
5.1.1 Concepto de la revista	94
5.1.2 Bocetos.....	94
5.1.3 Mosaico, revista de arte y cultura ecuatoriana.....	97
5.1.3.1 Cromática.....	98
5.1.3.2 Aplicación de la marca en la revista y portal web....	100
5.2 La revista	101
5.2.1 Creación de secciones.....	102
5.2.2 Formato.....	103
5.2.3 Bocetaje y distribución	104
5.2.4 Digitalización y diseño.....	105
5.2.4.1 Portada.....	106
5.2.4.2 Contenido general por secciones	107
5.3 Página web Mosaico	111
5.3.1 Creación del formato y distribución de información	112
5.3.1.1 Formato y diagramación.....	113
5.3.2 Digitalización y creación de la página	114
5.3.2.1 Home.....	115
5.3.2.2 Sección noticias	116
5.3.3 Red de artistas Mosaico.....	117
5.3.3.1 ¿Para qué serviría esta red?	118
5.3.4 Funcionamiento página web	119

5.4	Número de ejemplares propuestos para edición impresa	121
5.4.1	Material de impresión.....	121
5.5	Costos de producción.....	123
5.5.1	Presupuesto de creación revista Mosaico.....	123
5.5.1.1	Costos correspondientes a la creación de 25.000 ejemplares impresos	124
5.5.1.2	Valores correspondientes a los gastos de creación (diseño)	125
5.5.1.3	Costo total de producción revistas	125
5.5.2	Presupuesto de creación portal web Mosaico.....	126
5.5.2.1	Costo total de producción del proyecto	126
5.6	Plan de negocio Mosaico	127
5.6.1	Ingreso de capital.....	127
5.6.1.1	Total estimado de ingreso de capital.....	130
5.6.2	Segmento de mercado.....	131
5.6.3	Canales de distribución.....	132
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	134
6.1	Conclusiones.....	134
6.2	Recomendaciones	135
	REFERENCIAS	136
	ANEXOS	143

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Inicio página web oficial de la Universidad de las Artes	20
Figura 2.	Feria de diseño Cromia 2013	22
Figura 3.	Imagen de la publicidad oficial de la feria de libro Quito 2014 encontrado en la página de Facebook del evento	23
Figura 4.	Portada folleto patrimonio alimentario, fascículo 8 dentro del proyecto gastronómico del MCYP	25
Figura 5.	Imagen oficial del evento Fondo Fonográfico 2014	27
Figura 6.	Mapa embajadores culturales por el mundo periodo enero – abril 2014.....	29
Figura 7.	Foto oficial agrupación Druina Ensamble Celta.....	31
Figura 8.	Encuesta CEDATOS con el tema “Personaje del Ecuador más importante en el Arte y Cultura”	36
Figura 9.	Imagen oficial de Ibermúsicas, programa de fomento musical	40
Figura 10.	Artes parte de la promoción del Festival Cervantino 2014 en redes sociales.....	41
Figura 11.	Circulo Cromático parte fundamental de la psicología del color	51
Figura 12.	Clasificación básica de tipografías por familias básicas	54
Figura 13.	Iconografía, símbolos y pictogramas para la aplicación en diversas piezas de diseño	55
Figura 14.	Ejemplo de retícula básica con sangría y márgenes	58
Figura 15.	Jerarquización y distribución de contenidos de acuerdo a las imágenes, gráficos y texto a aplicarse, en edición boceto.....	59
Figura 16.	Composición de página aplicando información real o referencial....	61
Figura 17.	Aplicación de espacios publicitarios dentro de una página.....	62
Figura 18.	Infografía Zoológico de Quito realizado por El Comercio	64
Figura 19.	Mapa de navegación básico de un sitio web	69
Figura 20.	Distribución página web Chevrolet Ecuador	70
Figura 21.	Distribución home Adriana Hoyos	71
Figura 22.	Fórmula para obtener la muestra a partir de una población	78
Figura 23.	Procedimiento para la obtención de la muestra.....	78

Figura 24. Modelo de encuesta aplicada en el proyecto.....	81
Figura 25. ¿Encuentra interés en temas de arte y cultura?	82
Figura 26. Sub pregunta: Si su respuesta es afirmativa, en qué tema tiene más interés	83
Figura 27. ¿Cuál es el medio principal mediante el cual usted se entera de eventos culturales, nuevos artistas ecuatorianos, ferias o tendencias artísticas en su localidad?	84
Figura 28. ¿Estaría interesado en adquirir una revista que contenga información sobre arte y cultura?	85
Figura 29. Etapas de diseño para el desarrollo del proyecto y propuesta - Guía de: Metodología del diseño Bernhard Burdek.....	91
Figura 30. Bocetos opciones de marca	95
Figura 31. Bocetos marca mosaico	96
Figura 32. Propuesta final marca revista mosaico	98
Figura 33. Cromática base de la marca Mosaico.....	99
Figura 34. Geometrización tipografía mosaico	99
Figura 35. Aplicación de la marca en portada con elemento gráfico	100
Figura 36. Aplicación de la marca en el portal web con elemento gráfico	101
Figura 37. Retícula y márgenes revista Mosaico	104
Figura 38. Bocetos de distribución general revista Mosaico	105
Figura 39. Portada edición 01.Revista Mosaico	107
Figura 40. Diseño sección “emergente” revista Mosaico	109
Figura 41. Diseño sección “taquilla” revista Mosaico.....	110
Figura 42. Diseño sección “la nota” revista Mosaico	111
Figura 43. Mapa de navegación sitio web mosaico	113
Figura 44. Diagramación general página web mosaico	114
Figura 45. Diagramación y diseño página de inicio (home).....	115
Figura 46. Diagramación y diseño sección noticias.....	117
Figura 47. Cuadro de pago sitio web	120
Figura 48. Distribución de impresión (pliego de 100x70 cm)	122
Figura 49. Tarifario referencial de pautas publicitarias Mosaico. Edición 01 .	129

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Costo fabricación general REVISTA MOSAICO	124
Tabla 2. Costo extras EDICIÓN 01	124
Tabla 3. Costo final de fabricación REVISTA EDICIÓN 01.....	124
Tabla 4. Gastos de creación REVISTA MOSAICO	125
Tabla 5. Costo total revistas	125
Tabla 6. Costo de creación sitio web MOSAICO	126
Tabla 7. Costo total proyecto	126
Tabla 8. Total estimado de ingresos	130
Tabla 9. Balance General	131

INTRODUCCIÓN

Al hablar del arte y cultura de un pueblo, se hace referencia al conjunto de eventos y expresiones que se han desarrollado dentro del mismo a lo largo de los años. En el caso de Ecuador, su historia empieza con las comunidades y sociedades nativas originarias de cada región, las cuales, tras la invasión española sufrieron una mezcla cultural muy amplia e importante, y como resultado existe en el país una sociedad multiétnica y pluricultural. Es importante mencionar que esta mezcla cultural ha creado dificultad para crear una identidad clara en el Ecuador ya que las culturas existentes están en constante cambio, y no se ha logrado potencializar la riqueza de cada una de ellas para darlas a conocer y mantenerlas.

En los últimos años se ha dado más importancia a este tema en el Ecuador, y tras la creación del Ministerio de Cultura y Patrimonio (entidad pública a cargo de temas netamente artísticos culturales) se ha aumentado el interés y preocupación por la cultura como herramienta para la construcción de un estado que reconozca las interculturalidades, la plurinacionalidad y desarrollo artístico de sus habitantes. Las áreas de creación son varias entre las cuales se puede destacar: artes plásticas, literarias, escénicas, musicales (sonoras) y narrativas, además de toda la historia que existe dentro del desarrollo y crecimiento de cada grupo cultural.

Es así como en la actualidad el desarrollo artístico ha tenido un crecimiento significativo, y varios artistas han incursionado no solo en el mercado nacional, sino también en el internacional dejando el nombre del país muy en alto, además se han transformado en embajadores de la cultura ecuatoriana y promueven su conocimiento a nivel mundial. Sin embargo, al hablar del nivel cultural dentro del país, nos encontramos con un gran problema, los ecuatorianos no tienen conocimiento acerca de este tema, no solo en la parte artística y sus exponentes, mas bien, no poseen una clara referencia de lo que es cultura en el país afectando en la identidad nacional de los ciudadanos.

Es por ello que fue necesario realizar un análisis de la situación actual respecto a estos temas, tomando como referencia al Ministerio de Cultura y Patrimonio y su manejo frente al arte y cultura. Dentro de este proceso, se pudo afirmar que la problemática en la falta de identidad cultural y bajo nivel de conocimiento artístico se da principalmente por un déficit en el manejo comunicativo (medios de difusión) en el país.

Si bien es cierto, se cuenta con el apoyo de los medios de comunicación (televisión y prensa escrita) pero únicamente para eventos importantes, no de manera amplia y extendida. Por otro lado, se puede encontrar información a través de páginas web y redes sociales, pero al parecer no es suficiente, ya que no se cuenta con la participación esperada.

Para poder plantear una solución para dicho problema, fue necesario aplicar metodologías de investigación (observación de campo, encuestas, entrevistas, entre otros), para constatar y asegurar que el posible público objetivo pueda generar interés en estas áreas y poder crear una propuesta de diseño acorde a al gusto de los mismos. Los resultados de este proceso fueron favorables, y mostraron un mercado optimista para la aplicación del presente proyecto.

Apartir de la investigación realizada y tomando en cuenta las nuevas tecnologías aplicadas al diseño, se desarrolló Mosaico, una revista de arte y cultura ecuatoriana, en donde se podrá encontrar en cada una de sus ediciones, información acerca de artistas, tendencias culturales, eventos y exposiciones. La revista fue creada con el fin de ser un medio de difusión artística, y una puerta abierta para la incursión de nuevos artistas en el mercado. Por otro lado, su diseño fue pensado para captar la atención de los ciudadanos y más importante aumentar el nivel de conocimiento cultural que existe en el Ecuador.

1 ECUADOR LLENO DE ARTE Y PLURICULTURALIDAD

1.1 El arte y cultura

En el mundo, el arte y la cultura son consideradas piezas claves del desarrollo de la humanidad. Con el pasar de los años y la evolución de las sociedades, los seres humanos han ido creando, descubriendo y nutriendo sus tradiciones y formas de vida, lo cual ha dado inicio al crecimiento de distintos grupos culturales que mantienen sus propias costumbres y características esenciales que los diferencian unos de otros. Generalmente cada sociedad, dependiendo del lugar en el que se encuentre; tiene un patrón cultural que se deriva de sus inicios ancestrales, y se puede decir que actualmente, es una realidad que el arte y cultura se encuentra inmerso en cada una de las sociedades alrededor del mundo y es parte fundamental de su desarrollo diario. Sin embargo, es necesario entender y analizar al arte y cultura por separado, aunque siempre estén relacionadas la una con la otra.

1.1.1 Cultura

Al hablar específicamente de cultura, existen infinidad de significados y conceptos referentes a este término, sin embargo tras analizar varios de ellos, se ha notado que todos comparten ciertas características. Como lo dice William Stanton, profesor emérito de marketing en la Universidad de Colorado- Boulder, en su libro “Fundamentos del Marketing”, cultura es el conjunto de diferentes experiencias, actividades, símbolos, tradiciones y estilos de vida, socialmente adquiridos y transmitidos o heredados de una generación a otra como elementos característicos de dicha sociedad. Los símbolos pueden ser tangibles (vivienda, productos u obras de arte) o intangibles (las creencias, valores, ideología o el lenguaje). (Eumed, s.f.)

Es así como se entiende que cultura, es todo aquello adquirido y experimentado dentro de un grupo de personas (sociedades) los cuales comparten ciertas

características entre sí, y su cultura va creciendo de acuerdo a su forma de vida y sus costumbres.

“La cultura de un pueblo permite la expresión práctica simbólica de diferentes experiencias compartidas por un grupo de personas, las mismas que están acompañadas por un conjunto de actitudes y comportamientos significativos, a partir de los cuales se define la realidad y forma de vida de dicho pueblo”. (Delgado, 2007, p. 9)

Por otro lado, es necesario tener en cuenta que la cultura al igual que todo en el mundo evoluciona. John Brockman, empresario cultural sostiene que, dentro de este proceso deben incluirse todas las lenguas, las prácticas, las ceremonias, los edificios, los métodos, los útiles, los mitos, la música, el arte, entre otros. Con el tiempo habrán desaparecido algunos elementos en tanto que otros habrán tenido que multiplicarse, fundirse, transformarse y además crear más participación por parte de los integrantes del lugar. (Brockman, 2012, p. 1)

Por todo lo antes mencionado, se puede afirmar que la cultura es un pilar fundamental para el desarrollo humano, es decir es un aporte básico para la identidad de cada pueblo. Cada lugar alrededor del mundo posee su historia, tradiciones, ancestros, costumbres, las cuales con el paso de los años han ido cambiando, transformándose y agregando nuevas manifestaciones que nutren cada lugar del planeta, creando algo propio y significativo del lugar al que pertenece.

Actualmente, las grandes sociedades están constituidas por clases, grupos étnicos, regiones y otras subculturas, esto se da por la evolución y crecimiento de cada sociedad o grupo de personas pero las variaciones que hay en cada nuevo subgrupo, de cierta manera siempre mantendrán algo de su cultura madre, ya que responden al proceso llamado “endoculturalización”. La cual según Marvin Harris (antropólogo estadounidense), en su libro Antropología Cultural, se refiere una experiencia de aprendizaje parcialmente consciente e

inconsciente a través de la cual la generación más joven adopta los modos de pensar y comportarse tradicionales de sus mayores con el fin de replicar la conducta de generaciones anteriores y mantener su cultura a lo largo de los tiempos. (Harris, 2006, p. 21)

Es así como se puede concluir que cultura es todo aquello que cada individuo, que forma parte de una sociedad, vive diariamente ya sea en sus costumbres, ideología, gustos y tradiciones compartidas entre un grupo de personas. Además, se entiende que no existe un tipo específico de cultura por cada país, región o ciudad, dentro de cada lugar pueden existir varias, con una gran diversidad de contenidos, creando una sociedad rica y pluricultural. Ninguna cultura es igual a otra, y si las comparamos con la misma hace años atrás sin duda habrá sufrido muchos cambios importantes con el pasar del tiempo, pero las bases fundamentales se habrán mantenido. Al igual que, existirán nuevos tipos culturales en el futuro, y siempre dentro de todo esto se deberá considerar las transformaciones dentro del arte, lengua, arquitectura, costumbres, ritos, ceremonias, métodos, creencias, entre otros. Todo lo mencionado, conforma una cultura, y es parte fundamental del desarrollo de toda sociedad.

1.1.2 Arte

El arte al igual que la cultura, es una expresión que ha estado presente en la humanidad desde sus inicios, la cual principalmente se centraba a ser un tipo de tradición, que consistía en plasmar sus vidas, es decir, lo cotidiano, en diferentes elementos con el fin de mantener sus costumbres y forma de vida, de generación en generación, además, buscaba mostrar sus luchas, victorias y posibles enemigos. En general, era una forma de identificarse con la naturaleza y con lo que les rodea, las sorpresas que diariamente podían experimentar, y también formas de supervivencia, todo esto plasmado en plantas, rocas, instrumentos básicos y utensilios.

Germain Bazin, historiador de arte francés, sostiene que, “El artista primitivo es un mago cuyo dibujo tiene un valor de encantamiento, y si se ciñe con tanta atención a la verdad viva, es para dar a estas formas el máximo valor de reproducción, la virtud propia de la criatura”. (Bazin, 1976, p. 9)

En otras palabras, el arte siempre ha buscado crear una interacción entre dos o más personas. Es un medio mediante el cual se transmiten sentimientos, formas de vida, realidades, entre otros, y depende del creador o artista el fin de su obra. Dentro de su libro “*¿Qué es el arte?*”, Leon Tolstoy, novelista e historiador ruso señala lo que el considera como una obra de arte.

“Toda obra de arte pone en relación el hombre a quien se dirige con el que la produjo, y con todos los hombres simultánea, anterior o posteriormente, reciben impresión de ella. La palabra que transmite los pensamientos de los hombres, es un lazo de unión entre ellos; lo mismo ocurre al arte”. (Tolstoy, 1897, p. 38)

Los artistas a través de sus obras transmiten una diversidad de pensamientos y sentimientos, pero el verdadero éxito de una obra, es que el público llegue a entender y captar dichos pensamientos. No obstante, es necesario recalcar que las obras de arte en sí llegan a aparecer mucho tiempo después, porque el hombre en sus orígenes no era capaz de entender a ciencia cierta el valor de sus creaciones, no eran más que artesanías o elementos creados para algún fin de supervivencia.

Pero, ¿qué es lo que hacía falta? Simplemente una conciencia creadora, que aparecerá a futuro, cuando se entienda el arte como algo formal e importante para el desarrollo de un pueblo, y se lo considere como un aporte a la cultura.

Con el paso del tiempo el arte ha evolucionado en cada una de sus ramas, se han ampliado los conceptos y temáticas que generalmente quedaban reducidos a términos generales del imperio artístico. Sin embargo la naturaleza de un

artista busca una libertad total en cuanto a procedimientos como en la visión o interpretación final del efecto creativo, creando de esta manera nuevas tendencias y formas de artes no antes vistas. (Limonchi, 2000, p. 28)

Tras describir los conceptos de arte y cultura a lo largo de la historia, se puede notar la inseparable relación que posee el uno con el otro. Ya que como parte de la cultura se encuentra infaltablemente el arte, cada expresión del mismo dependiendo el tipo de entorno cultural en el cual se desarrolla. Juan León Mera, en su ensayo titulado "*Conceptos sobre las artes*" afirma que las artes son factores que contribuyen a la civilización de los pueblos. La perfección y el desarrollo de aquellas permite valorar el grado de cultura de una nación.

Es por eso que se toma al arte y cultura como un aporte al crecimiento y desarrollo de la humanidad. Como se mencionaba anteriormente, en la antigüedad se tenía un punto de vista o concepto diferente de estas ramas, es por eso que hasta el día de hoy se mantienen diferencias que separan el punto de vista antiguo del moderno. Como es obvio, el pasado lleva al presente por muchos pequeños pasos, pero hay momentos en los que existen cambios que dan lugar a giros y transformaciones que ayudan al desarrollo de las diferentes culturas y generaciones.

“En el mundo antiguo o en el medievo no había ni arte bello ni artesanía sino tan sólo artes. Asimismo, tampoco había «artistas» o «artesanos» sino únicamente artesanos/artistas cuya labor hacía tributo a la habilidad y la imaginación, a la tradición y la invención”. (Shinner, 2014, p. 42)

En cierto modo estas transformaciones no han dejado de lado las tradiciones o costumbres, simplemente se han adaptado a nuevas ideologías, y de esta manera se logra una perduración histórica, ya que la continuidad cultural involucra una serie de rupturas ocasionadas por el choque inevitable entre lo viejo y lo nuevo, y el proceso de interacción y asimilación que comporta dicho choque, así lo afirma Edmundo Ribadeneira, ensayista, crítico y literario

ecuatoriano dentro de su libro "*Teoría del Arte en el Ecuador*". (Ribadeneira, 1987, p. 16)

Antiguamente, se tomaba a la imaginación e innovación como parte del oficio de un artesano, no se valoraba o daba algún crédito extra por crear algo único y nuevo, simplemente se lo tomaba como parte del oficio al producir algo. Al contrario, en la actualidad se busca esa originalidad, y se llama a esto bellas artes. Al hablar de artes no solo se toma en cuenta algún objeto en específico, son todas las expresiones artísticas que una sociedad posea, basadas en la cultura de cada grupo. Por ejemplo: música, pintura, escultura, poesía, teatro, danza, entre otros.

En la historia de la humanidad han existido grandes artistas con importantes aportes, y lo más importante es que cada vez son más las personas que son capaces de apreciar y entender el verdadero significado del mismo, y lo sienten como parte de su identidad.

“Los sentimientos que el artista comunica a otros pueden ser de distinta especie, fuertes o débiles, importantes o insignificantes, buenos o malos: pueden ser de patriotismo, de resignación, de piedad; pueden expresarse por medio de un drama, de una novela, de una pintura, de un baile, de un paisaje, de una fabula. Toda obra que lo expresa así es obra de arte. Desde que los espectadores o los oyentes experimentan los sentimientos que el autor expresa, hay obra de arte”. (Tolstoy, 1897, p. 40)

De esta manera se entiende que el arte tiene dos partes, el creador y el observador, sin alguno de los dos una obra no logra el objetivo propuesto, el arte evoluciona y se transforma sin embargo siempre guarda sus características esenciales que determinan su calidad y valor, no todo puede llegar a ser arte, pero lo que es, es digno de admiración y debe conocerse para el enriquecimiento de la sociedad y su cultura.

1.2 El arte y cultura en el Ecuador

El desarrollo cultural alrededor del mundo ha ido tomando importancia con el pasar de los años, a pesar de que existen variaciones entre cada lugar, país y continente, todos guardan similitudes que han ido compartiendo a lo largo de la historia.

En el caso de Ecuador, país que se encuentra dentro del continente americano, es importante mencionar la interculturalidad que existe. Está, es resultado de tantas conquistas que se han dado en este territorio a lo largo de su historia, y ha producido la existencia de una amplia cantidad de culturas y diferentes tipos de arte.

“La identidad cultural es un problema que reviste la máxima importancia para todos los pueblos, en especial para aquello que, como el nuestro y los de Latinoamérica, fueron arrancados de su historia original y remodelados al gusto de los conquistadores extranjeros sobre los escombros de culturas que ya habían tomado un impulso extraordinario”. (Ribadeneira, 1987, p. 15)

Al existir una amplia interculturalidad dentro del país, tener una identidad nacional establecida es un problema. Ante dicha realidad, se creó el Ministerio de Cultura y Patrimonio, el cual es la cartera de Estado encargada de la política cultural ecuatoriana. Fue creado por el presidente Rafael Correa el 15 de enero de 2007, con el propósito de que se encargue de las funciones que antes correspondían a la Subsecretaría de Cultura adscrita al entonces Ministerio de Educación y Cultura Ecuatoriana.

Como apoyo a esta nueva entidad del estado, en la nueva constitución de la República del Ecuador elaborada en Montecristi en el 2008, se planteó el objetivo de establecer una estructura sistemática que atienda a las grandes necesidades

culturales del país, para crear una sociedad justa, democrática, que reconozca las interculturalidades y pluriculturalidad que existe en el Ecuador.

Como se indica en la sección 5ta con el Art. 377, de la constitución ecuatoriana: “El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural”. (INPC, s.f.)

Es por eso que la creación del Ministerio de Cultura y Patrimonio fue directamente relacionado con dichos objetivos planteados en la nueva constitución. Esta cartera de estado es la encargada de mantener el vínculo entre los diversos sectores sociales. De esta manera se busca crear una identidad nacional sólida y fomentar la participación y crecimiento del arte ecuatoriano, el cual, anteriormente, no ha tenido el apoyo esperado.

1.3 El Plan del Buen Vivir y el desarrollo cultural de la sociedad ecuatoriana

Las entidades públicas en el país, deben estar dispuestas a atender las necesidades de los ciudadanos, analizar los problemas y ayudar en el crecimiento libre y adecuado de la sociedad. Tras la creación del Ministerio de Cultura y Patrimonio, existieron algunas dificultades hasta identificar todos los aspectos a ser manejados dentro del desarrollo artístico cultural de la nación. Sin embargo en el año 2013, con la creación del Plan del Buen vivir, muchos de los objetivos de las entidades públicas cambiaron, se reformaron y cobraron más fuerza. Se creó una planificación con acciones a tomar hasta el 2017, brindando una guía clara de cómo deben ser manejados los proyectos y acciones de cada entidad, para poder alcanzar los objetivos deseados.

“El Buen Vivir se planifica, no se improvisa. El Buen Vivir es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad. No es buscar la opulencia ni el crecimiento económico infinito”. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - SENPLADES, 2013, p. 14)

El Plan del Buen Vivir fue creado tras asumir el segundo mandato el presidente Rafael Correa en el año 2013, el cual representa una postura política muy definida y constituye la guía de gobierno que el país aspira tener y aplicar en los próximos cuatro años. El Buen Vivir fue creado como un nuevo horizonte y ofrece opciones para construir una sociedad más justa, en la que el eje fundamental de la acción pública sea el ser humano y la vida. Al igual que rompe los esquemas y visiones convencionales de desarrollo que poseen una guía lineal.

“El Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa constituye el conjunto de procesos, entidades e instrumentos, que permiten la interacción de los diferentes actores sociales e institucionales para organizar y coordinar la planificación del desarrollo en todos los niveles de gobierno.” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - SENPLADES, 2011, p. 24)

Enfocándonos en el arte y cultura se ha identificado las falencias que tenía esta área y es por eso que se dedicó un objetivo solo para esto dentro del buen vivir, el cual dice: “Objetivo 5. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad”. Y dentro del cual se encuentran las siguientes políticas y lineamientos:

“5.3. Impulsar los procesos de creación cultural en todas sus formas, lenguajes y expresiones, tanto de individuos como de colectividades diversas.

5.3.e. Impulsar la creación, articulación y la sostenibilidad de redes culturales.

5.7.i. Desarrollar un sistema integral de indicadores culturales y mecanismos de levantamiento de información, para el seguimiento y la evaluación de la política cultural.” (Buen Vivir, s.f.)

Las acciones realizadas a lo largo del año por cualquier entidad pública, deben ser acorde a los objetivos que debe alcanzar, y así al finalizar el año, se realiza una rendición de cuentas y acciones para analizar y evaluar el nivel de éxito de los programas desarrollados. Al ser una planificación a mediano plazo (periodo 2013 al 2017), el gobierno no pretende que todo se cumpla de manera inmediata, pero si que las acciones que se ejecuten den inicio y continúe con el desarrollo de los mismos. Cada una de las instituciones públicas y carteras de estado deben cumplir los objetivos y lineamientos planteados en este documento oficial, es por ello que existen diferentes secciones de acuerdo a los temas más importantes que se deben tomar en cuenta dentro de una sociedad.

2 LA CREACIÓN ARTÍSTICA Y CULTURAL PARTE FUNDAMENTAL DEL DESARROLLO EN EL ECUADOR

El trabajo de apoyo, creación y diversificación del arte y cultura en el Ecuador, se encuentra principalmente bajo la responsabilidad y manejo del Ministerio de Cultura y Patrimonio, quienes al contar con el presupuesto general del estado realizan varios programas, ferias y concursos a lo largo del año, no solo en la capital sino también alrededor del país. Por otro lado se encuentran los municipios de cada ciudad que también tienen un aporte en el manejo y creación del arte y cultura, sin embargo el Ministerio al ser una entidad estatal, que abarca todas las otras entidades, su poder de creación es mucho más grande y maneja más cantidad de personas, ya que se enfoca a todo el país.

Por esta razón se ha tomado a dicha entidad como referencia de estudio para el desarrollo del presente proyecto, para tener una idea clara de cómo se ha manejado estas importante áreas en la sociedad ecuatoriana, teniendo en cuenta que el problema que se ha detectado para plantear y proponer este proyecto es la falta de conocimiento de lo que se desarrolla y crea en el Ecuador, de esta manera se encontrará el porqué de esta problemática.

2.1 Ministerio de Cultura y Patrimonio (MCYP)

Para iniciar, se tomará en cuenta los principios básicos del Ministerio, de esta manera se tendrá una idea clara de cuál es su fin de creación, objetivos y cómo se maneja de forma general, y posteriormente se procede al análisis de los programas, ferias o concursos con más trayectoria y fama, al igual que la manera de promoción y fomento que se utiliza, y a partir de esta información se realizará el análisis general del manejo cultural ecuatoriano.

2.1.1 Misión

“El Ministerio de Cultura y Patrimonio ejerce la rectoría del Sistema Nacional de Cultura para fortalecer la identidad Nacional y la

Interculturalidad; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguarda de la memoria social y el patrimonio cultural, garantizando el ejercicio pleno de los derechos culturales a partir de la descolonización del saber y del poder; y de una nueva relación entre el ser humano y la naturaleza, contribuyendo a la materialización del Buen Vivir”. (Cultura y Patrimonio, s.f.)

2.1.2 Visión

“El Ministerio de Cultura y Patrimonio ejercerá la rectoría de las políticas públicas culturales y del Sistema Nacional de Cultura; garantizará el ejercicio de los derechos culturales e incidirá en la integración simbólica del Ecuador y en el cambio cultural de la sociedad”. (Cultura y Patrimonio, s.f.)

2.1.3 Funcionamiento del Ministerio

Cada uno de los ministerios mantiene un perfil a cumplir, en cuanto al MCYP (Ministerio de Cultura y Patrimonio), se maneja basado en cuatro ejes programáticos, los cuales son: descolonización; derechos culturales; emprendimientos culturales y nueva identidad ecuatoriana contemporánea. Estos cuatro ejes programáticos mantienen una relación y vínculo entre sí, además de lo antes mencionado también se manejan cuatro ejes transversales: la interculturalidad, la equidad en sentido integral (de género, étnica, intergeneracional), el fortalecimiento de la institucionalidad, enfocado al día a día cultural y la promoción y posicionamiento de la cultura ecuatoriana en el extranjero, que se los trabaja como parte de los 4 ejes pragmáticos, y a partir de estos se crean los programas, proyectos y actividades del Ministerio, cada uno de los eventos, concursos, creaciones de centros culturales, rehabilitaciones que se realicen deben cumplir dichos ejes y además ayudar al cumplimiento de los objetivos y lineamientos establecidos en el Plan del Buen Vivir.

A continuación se explicará brevemente cada uno de los ejes:

a. Descolonización.-

“Se propone la articulación de un proyecto de Cultura con procesos movilizadores de conciencia y con un fuerte sentido de lo propio orientado a la redefinición de los procesos de producción, formación y difusión cultural.” (Cultura y Patrimonio, s.f.)

Principalmente se plantea crear una nueva mirada dentro de las relaciones internas en el campo cultural, tomando en cuenta temas específicos, como el racismo, regionalismo, sexismo, entre otros, para generar igualdad ya que son temas que no se han logrado manejar de manera abierta y específica, por otro lado busca trabajar en la desvalorización a los productos y servicios culturales que existe en la actual sociedad ecuatoriana, así como el estudio y la formación cultural. Este nuevo enfoque involucra un reconocimiento al mal manejo de la cultura, lo cual afecta la creación de arte, minimizando así el rol del aprendizaje artístico, y a la vez que hay una carencia de diversificación del mismo lo cual crea que no se cumplan con las necesidades de ciertos grupos específicos en la sociedad, además que no se contribuye al desarrollo cultural del país, al fortalecimiento de la identidad local y nacional y al cumplimiento de los objetivos dentro del Buen Vivir.

b. Derechos Culturales.-

Tomando en cuenta que dentro de los derechos culturales no son solo de los creadores, sino de toda la ciudadanía, que puede enriquecerse de dicha obra o cultura, el ministerio ve la necesidad de garantizar que los sectores sociales cuenten con condiciones adecuadas para expresar su cultura, y fundamentalmente que brinden acceso de los diferentes “lenguajes artísticos y culturales”, lo que facilitará y alentará la construcción de nuevas propuestas culturales, artísticas y estéticas, así como la afirmación del espacio público como un medio para la expresión cultural. (Cultura y Patrimonio, s.f.)

c. Emprendimientos culturales

Al hablar de emprendimiento, se refiere a la creación de nuevas tendencias e ideas, de esta manera se impulsará el fortalecimiento de las industrias culturales, que deben ayudar en el cumplimiento de los siguientes objetivos: la producción y circulación de contenidos simbólicos; contribuir al fortalecimiento de la radio, la televisión y prensa públicas; fomentar la producción televisiva local, en particular la telenovela y la producción de series con atractivos contenidos que refuercen la identidad y garanticen la difusión de la diversidad cultural que nos caracteriza, de tal modo que se pueda contrabalancear la invasión cultural importada. (Cultura y Patrimonio, s.f.)

Con el impulso de las industrias culturales también se busca desarrollar el área tecnológica en el país, como es el internet, de esta manera la información será de fácil acceso y llegará a los ecuatorianos en tiempo real, además que crean más posibilidades de expansión y creación de nuevas alternativas de promoción.

d. Nueva identidad ecuatoriana contemporánea

La identidad cultural se la puede enfocar a partir de la preferencia, la cual abarca desde la orientación sexual hasta las condiciones heredadas, como la influencia geográfica, ser parte de un grupo étnico, una religión o una nacionalidad.

Se debe tomar en cuenta que cada una de las preferencias antes mencionadas pueden ser elegidas ya sea voluntariamente (por gusto de cada persona) o en adaptadas a su vida por herencia. Al saber que en el país existe una amplia variedad de culturas, el Ministerio pretende tomar en cuenta todas y dar a conocer las mismas y crear una identidad ecuatoriana contemporánea, que tenga como base la diversidad de identidades a potencias, fortalecer y consolidar.

Como se explicó anteriormente estos ejes son la base del funcionamiento del Ministerio, al igual que el punto de partida para la creación de cualquier tipo de actividad que realice el mismo y como se puede constatar el objetivo principal es el fomento de la cultura y el arte, y así crear memorias sociales y además que se dé a conocer todo este cambio y evolución que se desea alcanzar en la sociedad ecuatoriana para que cada vez sean más los ecuatorianos que se unan al cambio.

2.2 Fomento a la creación y participación del arte y cultura ecuatoriana

“Antes de la definición de los derechos culturales en la Constitución de Montecristi, la creación era entendida como un privilegio de las élites culturales. El esfuerzo del Ministerio de Cultura en la creación de mecanismos de acceso a recursos para el fomento artístico ha comenzado a romper con esta lógica elitista”. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - SENPLADES, 2013, p. 186)

Con el fin de obtener mejores resultados dentro de la planificación y desarrollo de estos proyectos, dicho ministerio ha visto la necesidad de identificar las diferentes disciplinas o áreas creativas que existen en el Ecuador, para poder brindar un apoyo más claro y específico y poder desarrollar todas las áreas existentes, estas áreas se establecieron como parte de las “Bases técnicas para concursos nacionales para el fomento y circulación de las artes”, y las cuales son:

- Artes escénicas, (danza y el teatro.)
- Artes plásticas y visuales, (pintura, dibujo, escultura, grabado, fotografía, video arte, arte digital, cine.)
- Artes musicales y sonoras, (Música y todas sus ramas.)

- Artes literarias, (literatura en música, cuento y poesía. Escritores tanto de novelas o libros en sí.)
- Artes narrativas, (radioteatro, novela gráfica y libro de comics.)
(Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2013, pp. 9-14)

Tomando en cuenta todas estas áreas y con la ayuda de las subsecretarías de: artes y creatividad, emprendimientos culturales y de identidades culturales, el Ministerio de Cultura hace continuas sus políticas de apoyo a la libre creación y circulación de las artes, haciendo efectivos los derechos culturales y libertades ciudadanas, creando así diversas formas para respaldar y ayudar a los artistas ecuatorianos en su desarrollo profesional.

Además del fomento artístico, se busca fortalecer la identidad cultural, y que se acepte y explote la interculturalidad existente en el país como un aporte a la sociedad, brindando más diversidad en todo sentido. Igualmente, al ser una entidad pública pretende que todo lo que se desarrolle, esté al alcance de todos y así la sociedad podrá disfrutar de sus creaciones.

Para dicho desarrollo, el Gobierno de la República del Ecuador asignó en el 2014 del presupuesto general del estado \$ 67´794.003, distribuido a nivel nacional en las 32 Entidades Operativas Desconcentradas, distribuidas en 24 provincias y 27 proyectos de inversión, que permiten la ejecución de planes y programas de gestión. A lo largo de 7 años el gobierno ecuatoriano ha entregado un monto total de \$266´232.616 para el fortalecimiento del sector cultural y la creación y desarrollo de planes y programas. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2015, p. 11)

De los 67 millones que el gobierno brindó para al MCYP, no todo este monto es utilizado para programas o proyectos culturales, se distribuye dependiendo las necesidades de cada sector del país y de acuerdo a los ejes pragmáticos que se explicaron anteriormente.

Para el desarrollo del presente análisis se tomarán en cuenta únicamente las actividades, programas y proyectos (concursos y ferias) que tengan como objetivo principal el desarrollo artístico en el país, es decir que tengan contacto directo con las personas y beneficien a los gestores culturales y artistas en su crecimiento profesional. La innovación y creatividad son partes fundamentales de este apoyo, motivo por el que se trabaja continuamente para crear nuevos tipos de ferias, festivales y concursos, de esta manera se brinda la oportunidad a nuevos talentos de crecer y darse a conocer.

Son actividades que no se realizan únicamente en la capital, sino alrededor del país ampliando el espectro de gestión en el Ministerio. El crecimiento que se ha obtenido a lo largo de los años ha sido muy amplio y significativo, cada vez son más las personas involucradas en estas importantes ramas de la sociedad como artistas o creadores, pero también se busca que los ciudadanos sean parte activa de estos logros y que vivan cada vez más la identidad ecuatoriana.

Tras investigar los proyectos realizados durante el a lo largo de la historia de creación del Ministerio, se seleccionaron los más importantes, haciendo referencia al número de cantidad de artistas que fueron beneficiados o iniciativas que pretenden beneficiar a un amplio grupo de ecuatorianos involucrado en las artes culturales. Estos fueron distribuidos entre: Iniciativos, ferias y concursos y por último programas y auspicios.

2.2.1 Incentivos

Dentro de esta categoría se tomaron en cuenta los siguientes incentivos:

- Universidad de las Artes.
- Fondos Concursables para Repositorios de Memoria.

Universidad de las Artes



Figura 1. Inicio página web oficial de la Universidad de las Artes
Tomado de: (Universidad de las Artes, s.f.)

La Universidad de las Artes, fue creada tras la realización de la Estrategia Nacional 2009-2013 del Plan del Buen Vivir, con el fin de transformar la educación superior en el país. En el Ecuador existe la ausencia de un sistema de formación artística, ya que la oferta existente no está orientada a la creación de conocimientos, tras la creación de la Universidad de las artes se contribuirá para saldar la deuda que el Estado posee con los artistas ecuatorianos en cuestión de educación superior.

“La Universidad de las Artes plantea, a través de su propuesta institucional y académica, la construcción de un nuevo modelo de formación y articulación social de profesionales del arte conscientes de las implicaciones de su práctica en los procesos ideológicos, políticos y económicos del contexto inmediato y global, a través de una fuerte vinculación disciplinaria, interdisciplinaria, práctica y orgánica del currículo y los /las estudiantes con la comunidad”. (Universidad de las Artes, s.f.)

Esta universidad constará de cinco programas de pregrado y posgrado de formación artística, Cine y Artes Audiovisuales; Artes Literarias Interculturales; Artes Escénicas (Teatrales y del Movimiento); Artes Visuales y Aplicadas; y Artes Musicales y Sonoras. Luego de la primera promoción de estudiantes se abrirán los postgrados en distintas áreas.

Fondos Concursables para Repositorios de Memoria

Este proyecto consiste en asignar recursos económicos para la conservación, mantenimiento, adecuación y mejoramiento técnico de los diferentes repositorios de memoria que existan en el país, existe una convocatoria a la cual pueden aplicar diferentes instituciones y tras esto se analiza cual de todas es merecedora de estos fondos los cuales tendrán por objeto poner en valor, apoyar y promocionar a la ciudadanía en forma permanente, las realidades culturales. No existe un solo ganador sino varios dependiendo la categoría que se encuentre, entre los cuales pueden ser museos, bibliotecas y archivos históricos.

Además de la ayuda económica, también se apoya la creación de talleres y programas en cada una de las instituciones ganadoras, en las cuales existe un alto número de participación artística, brindando apoyo a los creadores y gestores culturales. En el año 2014 el valor total de la inversión para la recuperación y mejoramiento de los repositorios de memoria fue de \$1'074,186. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2015, p. 17)

2.2.2 Ferias y festivales

Dentro de esta categoría se tomaron en cuenta las siguientes ferias:

- Feria de Diseño “Cromia”
- Feria Internacional del Libro Quito
- Proyecto Gastronómico

Feria de Diseño “Cromia”



Figura 2. Feria de diseño Cromia 2013

Tomado de: Imágenes de Google

Se trata de un Festival de Diseño y Artes Aplicadas del Ecuador, que cada año toma lugar en una ciudad distinta, se realiza una convocatoria general para que diferentes artistas y diseñadores puedan dar a conocer sus trabajos, al inscribirse a dicha convocatoria se asignará un espacio en la feria para cada obra, de esta manera se da promoción a nivel nacional e internacional del diseño ecuatoriano y se busca crear un proceso de formación de público.

Los 100 de CROMÍA” es una muestra de trabajos profesionales de diseño en cuatro categorías y su correspondientes especializaciones: Diseño Gráfico, Diseño de Vestuario y Moda (indumentaria), Diseño de Interiores y Diseño Industrial. (Prototipod, s.f.)

Además existe un concurso interno, en el cual por cada área se escogerán ganadores al igual que menciones de honor, todo elegido con un jurado muy

profesional y capacitado en el tema, nacional e internacional, generando así un espacio en el que los diseñadores ecuatorianos pueden formar parte activa del desarrollo de la matriz productiva ecuatoriana, además de la gran oportunidad de dar a conocer su trabajo a grandes empresas en el mercado.

Feria Internacional del Libro Quito



Figura 3. Imagen de la publicidad oficial de la feria de libro Quito 2014 encontrado en la página de Facebook del evento

Tomado de: (Feria del Libro de Quito, s.f.)

La Feria del Libro (FIL) se la realiza con el propósito de recuperar y visibilizar la memoria ancestral a través del libro y además que se contribuye a reforzar la identidad nacional y la etnicoculturalidad del país. Por otro lado, se da un espacio para la literatura contemporánea.

“El objetivo general de la FIL Quito es fomentar y promover la lectura, por medio de la revalorización de la memoria individual y colectiva, la soberanía, la diversidad y la identidad de las y los ecuatorianos, de manera que sea generadora de actividades artísticas e interculturales en las que participen escritores y lectores, para lograr que este espacio se convierta en promotor del sector editorial desde lo creativo, lo crítico y lo lúdico”.
(Cultura y Patrimonio, s.f.)

Esta feria reúne a más de 25 autores internacionales y 60 expositores nacionales de diversas ramas, que son parte de talleres, conversatorios y encuentros. Además de la feria que se realiza en el país una o dos veces al año, el Ministerio apoya la participación de los ganadores y de escritores ecuatorianos en ferias de libros internacionales, ya sea como concursantes o como invitados, de esta manera se pretende dar a conocer lo que se desarrolla en el país a nivel mundial y maximizar el desarrollo de esta área.

Proyecto Gastronómico Patrimonio Alimentario

El proyecto se realizó en diferentes provincias y cantones del país, el cual brindó capacitaciones a emprendimientos gastronómicos con identidad cultural, la capacitación que recibieron tenía como temas la manipulación higiénica de alimentos, servicio al cliente, nutrición y fortalecimiento del tema patrimonial.

“Rescatar, proteger y fortalecer la identidad de estas “Huecas Patrimoniales” son los objetivos que se persiguen, mediante la jornada de capacitaciones, en las cuales los negocios reciben charlas prácticas sobre: técnicas de cocina, seguridad alimentaria, cuidado y manejo saludable de cocinas, servicio al cliente, como manejar el negocio y el patrimonio”.
(Cultura y Patrimonio, s.f.)

Mientras se realizaban dichas capacitaciones se creó una red de lugares y tipos de comida típica del país, los cuales fueron plasmados en una obra impresa que circuló en el Diario el Telégrafo en forma de fascículos informativos para que la comunidad ecuatoriana se entere y sea parte de toda esta cultura gastronómica. Con su lema “Come sano, come con identidad”, la publicación del proyecto “Patrimonio Alimentario”, fue una gran iniciativa de información y de ayuda para las pequeñas industrias del país.

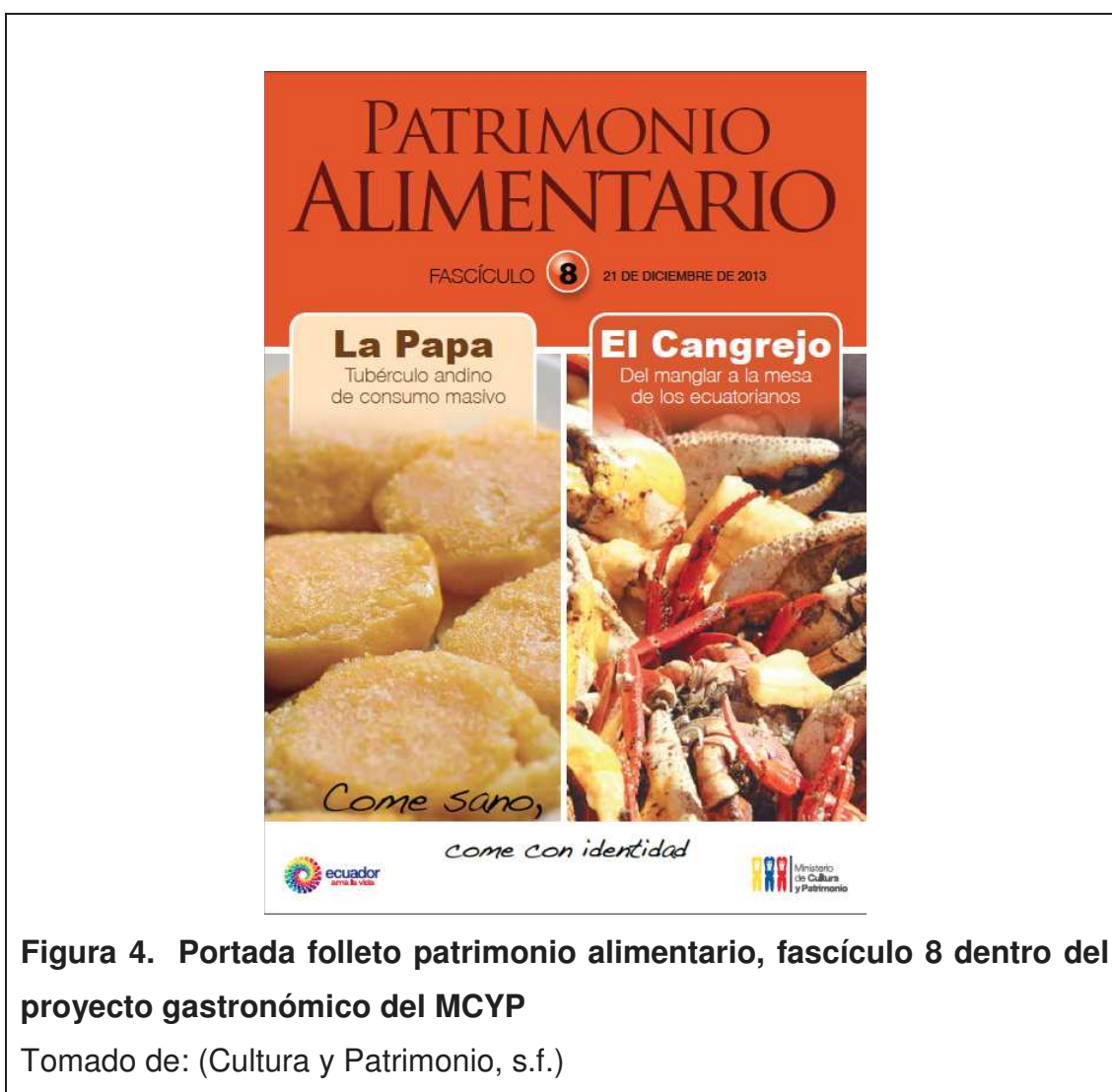


Figura 4. Portada folleto patrimonio alimentario, fascículo 8 dentro del proyecto gastronómico del MCYP

Tomado de: (Cultura y Patrimonio, s.f.)

El proyecto tiene como fin principal mantener las tradiciones ecuatorianas en cuanto a la comida, y brindar un producto de alta calidad no solo a extranjeros también a nacionales para que la ciudadanía se enriquezca de lo nuestro.

2.2.3 Concursos y auspicios

Dentro de esta categoría se tomaron en cuenta los siguientes concursos:

- Premio Nacional Eugenio Espejo.
- Fondo Fonográfico.
- Embajadores Culturales y Programa de Auspicios.

Premio Nacional Eugenio Espejo

Este premio es uno de los más importantes que ha existido a lo largo de la historia en el país, fue constituido en 1975, y ha estado a cargo del CNC (Consejo Nacional de Cultura), este reconocimiento se lo considera como el máximo galardón que se puede recibir en las áreas de: artes, ciencias y cultura.

Sin embargo, el CNC (Consejos Nacional de Competencias en el Ecuador) planteó la necesidad de crear un procedimiento específico para la postulación y selección de los nominados, y más coordinación, es por eso que en agosto 2014, el MCYP pidió formalmente al Presidente de la República, que postergue dicho evento para la realización de dicho procedimiento, de esa manera será más organizado el evento. En años pasados este galardón tiene aproximadamente 63 ganadores en total de las áreas, siendo uno de los eventos más esperados y con más trayectoria en el país, donde se brinda un reconocimiento a aquellos entes activos en el crecimiento del país.

Fondo fonográfico

Es un mecanismo de asignación de recursos económicos que permite fomentar el desarrollo de la Industria discográfica en el Ecuador, fortaleciendo la etapa de creación, circulación y consumo e implementando un espacio para la reproducción de diferentes estéticas musicales a nivel nacional. En esta convocatoria pueden participar personas naturales o jurídicas, productores,

directores e intérpretes musicales, musicólogos, etnomusicólogos, antropólogos sonoros, historiadores musicales, compositores, organizaciones e instituciones del campo musical y discográfico. (Cultura y Patrimonio, s.f.)

Es uno de los programas musicales más grandes durante el año, donde el Ministerio también busca crear una red de músicos, para a futuro utilizar la misma para más concursos o ferias. Se lo puede tomar como un tipo de auspicio por el apoyo económico que brinda el gobierno, creando un espacio para la creación de música. Este concurso va de la mano de la ley 1 x 1, que dice que dentro del país se debe tener 50% de producción extranjera y 50% de producción nacional, con este tipo de concursos y apoyo el gobierno pretende aumentar la cantidad de producción nacional. El concurso está dividido de acuerdo al género de música, brindando una amplia gama para todo tipo de interesados. Además de este evento, el Ministerio ha creado varios discos en diferentes estilos musicales que han sido difundidos a través del telégrafo (diario nacional) y tuvieron gran acogida como es el caso de: “Antologías” (rock), “Baladas sinfónicas”, “Especial de Villancicos”.



Figura 5. Imagen oficial del evento Fondo Fonográfico 2014

Tomado de: (Cultura y Patrimonio, s.f.)

Concurso Nacional de Festivales de las Artes

Es uno de los proyectos más importantes que desarrolla el Ministerio a lo largo del año, al igual que uno de los más grandes ya que involucra 5 áreas artísticas, las cuales son: artes escénicas, artes literarias, artes musicales, multidisciplinario y artes plásticas y visuales, este año tuvo 54 ganadores.

El objetivo principal de este proyecto es brindar fondos a proyectos de festivales artísticos a desarrollarse en el país y conformar una 'Red Nacional de Festivales del Ecuador'. Al ser un concurso nacional, se pretende fomentar la participación cultural en todos los lugares del país y al crearse festivales, nuevos artistas podrán dar a conocer su talento.

Este año, de las cinco categorías que se abrieron, la que más ganadores obtuvo fue Artes Escénicas y Performance (16). Le siguen en el listado: Artes Musicales y Sonoras (15); Inter/trans/multidisciplinarios (11); Artes Plásticas y Visuales (6); y Artes Literarias y Narrativas (6). De los 15 festivales de música seleccionados a escala nacional, cinco corresponden a rock o géneros afines.

Entre los ganadores, se encuentran proyectos provenientes de las 24 provincias del país. Así, se logró uno de los objetivos que constan en el Acuerdo Ministerial Nm. DM-2014 -078: "desconcentrar y democratizar el acceso a los fondos públicos en el ámbito nacional". En este certamen se agruparon a las provincias ecuatorianas en 9 zonas y se asignó un porcentaje del total del presupuesto (\$830 mil) para cada una de ellas. (Cultura y Patrimonio, s.f.)

Embajadores Culturales y Programa de Auspicios

El programa Embajadores Culturales es el proyecto nacional de auspicios, que impulsa el Ministerio de Cultura y Patrimonio, es una iniciativa que propone, entre otras cosas, el apoyo económico para artistas que muestren su talento en diferentes rincones del mundo. Principalmente este apoyo se resume en la

compra de tickets aéreos y acomodaciones básicas dependiendo el caso. (Cultura y Patrimonio, s.f.)

Este programa es uno de los que más cantidad de talentos maneja, en total en el periodo 2014 – 2017 pretende tener un total de 1000 auspiciados. Por otra parte, cabe recalcar que este proyecto ha sufrido varias pausas desde su creación, no ha sido continuo. Así mismo, la organización y estructura no está bien establecida, es por eso que se re planteó en el 2014 para tratar de obtener los resultados deseados. Esto no quiere decir que no se ha brindado apoyo o auspicios a lo largo de este tiempo, durante el 2014 aproximadamente 250 personas fueron beneficiadas, lo cual representó una inversión de \$853,200. (Duque, 2014)



Figura 6. Mapa embajadores culturales por el mundo periodo enero – abril 2014

Tomado de: (Cultura y Patrimonio, s.f.)

Algunos de los beneficiarios de dichos auspicios se los puede encontrar dentro de la página web del Ministerio como se muestra en la Figura 6, sin embargo al buscar sobre todos las personas auspiciadas, no se encuentra mayor información. El espacio con el que cuenta este proyecto se limita a una sección dentro de la página web del MCYP y no es promovido ni en redes sociales como es el caso de los otros programas y tampoco tiene un espacio en los medios en general. Tomando en cuenta que es uno de los programas que más artistas logra captar no se le da la importancia necesaria para dar a conocer a dichos artistas que son conocidos en el extranjero pero no en el país. Del mismo modo, este proyecto no ha tenido la estabilidad necesaria, ya que dentro del Ministerio han existido varios cambios de Ministro y afectando la manera como se manejan las cosas, siendo este uno de los proyectos que más sufre pausas o cambios inesperados por esta inestabilidad en los altos mandos.

De los artistas que fueron auspiciados en el 2014, los siguientes fueron algunos de los más reconocidos por parte del Ministerio, es importante mencionar que no se logró encontrar mayor información de todos, y en muy pocos casos se logró recolectar fotografías.

- Druida Ensemble Celta

5ta. Noite de Lua e Gaitas – Buenos Aires, Argentina.



Figura 7. Foto oficial agrupación Druina Ensemble Celta

Tomado de: (Notimundo, s.f.)

Druida Ensemble Celta es un grupo que se dedica a la investigación e incursión de diversos géneros comprendidos dentro del círculo celta y difundirlos en el Ecuador.

Este grupo fue invitado para formar parte de la 5ta. Noite de Lua e Gaitas, que se realizó el 29 de marzo, en Buenos Aires, Vicente López. A cargo de la Asociación Benéfica Cultural del Partido de Corcubión, el evento “Noite de Lua e Gaitas” en el cual se reúnen varios grupos de música y baile gallego, celta, flamenco, folklore argentino y música de los países del este europeo.

- Grupo musical Custodia en su gira “All or Nothing

Rise and Stay Youth - Indonesia

El grupo musical “Custodia”, tiene 7 años de experiencia en el mercado en los cuales se incluye un disco compilatorio con artistas de varios países, un disco de larga duración de la banda y un disco promocional, así como un vídeoclip. Adicionalmente han tenido la oportunidad de presentarse en varios países de centro y sudamérica.

El auspicio que recibió esta agrupación por parte del Ministerio de Cultura y Patrimonio les permitió viajar a Indonesia para realizar la gira “All or Nothing” (Todo o Nada), invitados por la empresa de organización de conciertos Rise and Stand Youth, la cual ha confirmado 23 fechas en Indonesia, Malasia, Singapur y Tailandia, con lo que la agrupación Custodia se convertiría en la primera agrupación ecuatoriana de Hard-Core en realizar una gira de tal magnitud, recorriendo 3000 Km en el sudeste asiático.

- Vernepia

Beijing Arts Festival 2014 – Beijing, China

El grupo ecuatoriano de pop fusión Vernepia, con una trayectoria artística consistente, ya ha alcanzado varios reconocimientos y aparecimientos en espacios de importancia como MTV, HT1 Internacional, han recibido varias nominaciones y premios, como el Premio Video del Año “Ecuador Parade 2013”, Segundo Lugar Mejor Video en el evento “Mis Bandas Nacionales Ecuador 2011”, Mejor producción Banda Revelación 2011 y Segundo Lugar Mejor Video Clip.

La presentación de la banda se llevará a cabo en los eventos “Cahoyang Pop Music Festival”, “Latin America and Caribbean Night” y en el escenario cerrado Mao Livehouse. Todos estos recitales se realizarán en el contexto del Festival Internacional “Meet in Beijing Arts Festival 2014”, un mega evento aglutinador, liderado por el Ministerio de Cultura de la República Popular China, el Gobierno Municipal de Beijing y la Administración Estatal de Radio, Cine y Televisión.

- Samadhi

11º Edición del Encuentro de Teatro del Borde – Buenos Aires, Argentina.

Samadhi es un grupo de teatro que fue elegido para participar en este encuentro por la excelente calidad en el contenido de sus obras, en esta oportunidad a más de participar pudieron presentar su material artístico, la única condición del evento es adaptar las obras en espacios no convencionales (calle, plazas, salones de usos múltiples, club, etc.), de esta manera los artistas crean cosas nuevas y se destacan.

- BRK Ecuador

Hip Hop Capitol – Berna, Suiza.

BRK es una joven agrupación de hip hop que viajó a Suiza como representantes oficiales de la cultura hip hop del país. Este evento tiene como objetivo crear una plataforma para el intercambio, la creación de redes, la competencia y la inspiración dentro de los diferentes géneros que posee la cultura hip hop. Durante el encuentro se crean diferentes tipos de batallas talleres, conferencias con el fin de proporcionar conocimiento e información sobre el mundo colorido y creativo del hip hop.

Este programa actualmente está suspendido, al final del periodo 2014 existió un cambio de mando dentro del Ministerio, el cual fue inesperado ya que se realizó a través de la renuncia del ministro a cargo, brindando inestabilidad a todos los programas que existen dentro de esta cartera de estado, lo ideal sería que a pesar de existir estos cambios continúen con las mismas acciones y manejo, sin embargo, cada persona que está a cargo realiza y distribuye las actividades de acuerdo a su criterio, afectando directamente a todos los programas y acciones que se estén realizando en beneficio de los artistas.

2.3 Análisis general del arte y cultura en el Ecuador

Con todo lo dicho anteriormente, se sabe que El Ministerio de Cultura y Patrimonio, debe manejarse de acuerdo a planificaciones y objetivos, los cuales se van cumpliendo poco a poco al tener varios programas, ferias y auspicios que se han creado a lo largo de los años desde la creación del Ministerio en sí, y las políticas de estado bajo las cuales se debe manejar el mismo.

Al analizar las iniciativas que ha tenido el MCYP en los últimos años se puede encontrar muchas que han sido de gran éxito, no obstante, de todos los programas, incentivos y ferias que se mencionaron no todos continuaron su proceso ya que muchos de ellos se suspendieron o simplemente se realizaron una sola vez, esto es afectado por tantos cambios políticos que sufre este Ministerio y por la inestabilidad económica, ya que no siempre poseen la misma cantidad de presupuesto. Haciendo referencia al último de los programas mencionados, el cual es de auspicios, donde se puede notar que existe mucho talento y muchos nuevos artistas, los cuales representan al país en el exterior, al igual que en el resto de programas, concursos y ferias que se mencionaron anteriormente, existe mucho talento en crecimiento actualmente en el país y el principal objetivo no solo de esta institución, sino de varias es explotar y crear más fuentes y formas de expansión, pero, ¿Cuánta importancia se da a los mismos artistas dentro del país?.

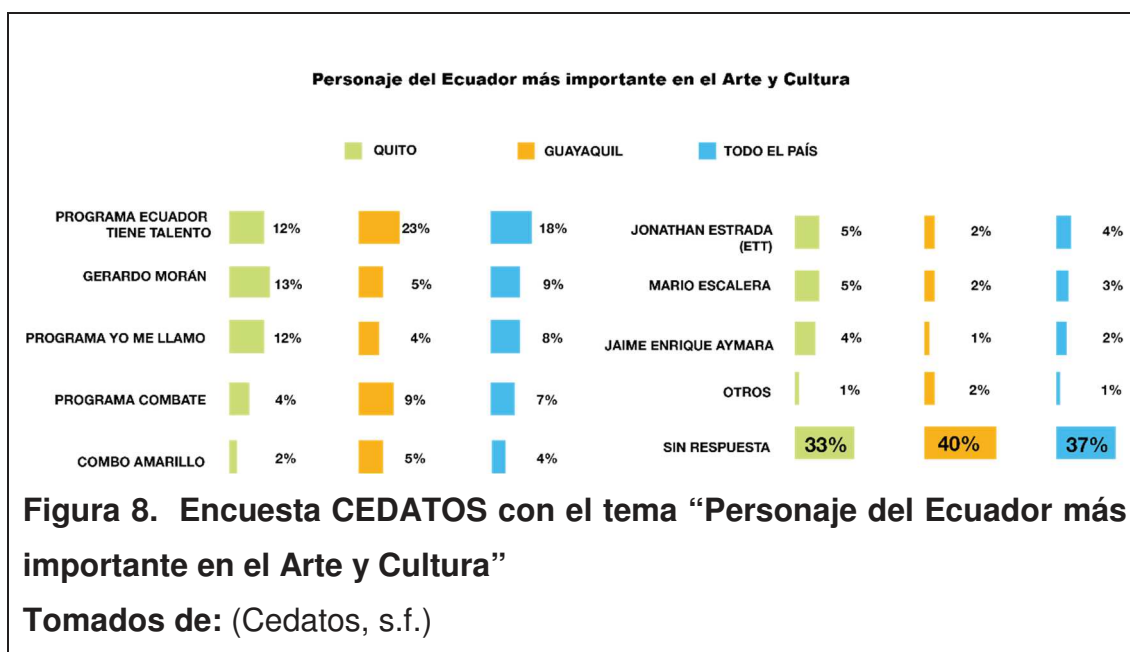
Todos los programas antes mencionados que son manejados bajo esta cartera de estado, han logrado cumplir su objetivo principal el cual es ser una fuente de cultura y arte, ahora bien, es importante saber en que nivel la ciudadanía ecuatoriana está enterada de todas estas acciones y proyectos que se han realizado. En la actualidad, cada vez son más las personas que se interesan por el arte, y existe una gran demanda de jóvenes que estudian y son parte activa del desarrollo del mismo. Pero si comparamos el número de habitantes del país, con las personas que se interesan y saben sobre el arte ecuatoriano, ya sea en su desarrollo o historia, no se obtiene una cantidad esperada, es más la mayoría no tiene idea sobre el tema.

Esta es una de las problemáticas que se identificaron dentro del análisis, si bien es cierto, existe el apoyo por parte de los medios, los cuales dan a conocer los eventos a realizarse, como es el caso de las ferias, concursos y programas. También existen exposiciones o conciertos, que se pueden encontrar ya sea en el internet o en la prensa escrita. Al igual que la página web del Ministerio y sus redes sociales, pero la mayoría de la ciudadanía ecuatoriana no presta la suficiente atención a estos temas. Si esta información no se lo muestra de una manera que llame la atención y que cree una tendencia, simplemente no va a crear impacto.

No se trata solo de crear medios y espacios para artistas, como en el caso de brindar auspicios para artistas y que se den a conocer en el extranjero, el ecuatoriano debe conocer lo que hay en el país y para así crear una identidad más real y sólida de la que se tiene.

En el 2014 CEDATOS (empresa dedicada al diseño, implementación y ejecución de estudios económicos, sociales, de mercado y opinión pública) realizó una encuesta en materia de arte y cultura, donde los resultados mostraron un alto nivel de confusión y falta de conocimiento sobre estos temas. La encuesta realizada a 2128 hogares en 15 ciudades del país, fue una encuesta con preguntas abiertas para saber el nivel de conocimiento de las personas, en la

pregunta sobre el personaje más importante del arte y cultura en todas las respuestas no se obtuvieron nombres de personajes que trabajan en literatura, artes plásticas, música académica o arte urbano, más bien existió un gran número de respuestas con nombres de programas de entretenimiento de la televisión nacional, lo cual crea una contradicción entre lo que se entiende como arte y lo que es. (Ortiz, 2015)



Estas respuestas crearon gran sorpresa y controversia en personas expertas en el tema, como es el caso de Susan Rocha (historiadora del arte) quien indica que al ser una encuesta realizada en los ámbitos de arte y cultura la ciudadanía no entiende el significado de dichos términos, si bien es cierto la cultura dependerá del medio y lugar en el que cada persona viva, siendo esta muy cambiante, sin embargo por el lado del arte la ciudadanía ecuatoriana la confunde con los programas que se transmiten en los medios de comunicación específicamente en la televisión ecuatoriana, los medios se centran en ese tipo de programas visuales, y la sociedad ecuatoriana tiene una gran tendencia de aceptación a este tipo de programas.

Mauricio Gallegos, director de teatro, concuerda con lo antes dicho y dice “La gente está acostumbrada a ver la televisión. Creo que ese es uno de los factores

que influyen para que la gente crea que eso es arte o cultura. Hay una tergiversación acerca de lo que realmente es el arte.” (Cedatos, s.f.)

Más importante que esto, cabe recalcar que dentro de la encuesta en total un 37% de personas no tiene una respuesta a dicha pregunta, lo cual indica que hay una falta de conocimiento muy grande acerca del tema, es decir los ciudadanos están conscientes que no tiene una idea clara del tema y no conocen lo que existe en el Ecuador.

Según María Beatriz Vergara (actriz y dramaturga) esta falta de importancia que se le da a los asuntos relacionados al arte y a la cultura en el Ecuador se origina en la ausencia de un abordaje del tema del arte desde el arte y no desde la 'cultura'. Ella considera que todo es cultura, pero el problema radica en la falta de solidez del concepto. (Guzmán, 2015)

Las respuestas que se encontraron dentro de esta encuesta no responden a toda la ciudadanía ecuatoriana, pero no es una sorpresa saber que un gran número de ciudadanos prefieren ese tipo de programas, ya que en estudios sobre el rating y gustos visuales que se han realizado dentro del país los resultados son similares, existe una realidad que se sigue viviendo en el país y es que el interés sobre el arte y cultura se remota a un grupo de personas muy marcado, y generalmente con un nivel educativo alto y de un estatus social medio / alto.

El diario el Comercio realizó un reportaje acerca del tema, como parte del mismo se realizaron varias entrevistas a expertos, todos comentaron algo en común y es que existe una gran confusión creada por los medios en el país, ya que la presentación de un libro o una obra plástica, o el estreno de una sinfonía no llaman la atención a las franquicias comerciales, se debe educar al público para que sea capaz de admirar y entender el verdadero arte. (Ortiz, 2015)

Se puede encontrar el reportaje completo en Anexo 1 página 152.

Al hacer referencia a esta problemática en el país, no es algo que se va a lograr cambiar en un corto periodo de tiempo, sin embargo es claro que existe una falencia en el manejo de información, y como dar a conocer lo nuestro, no se han planteado soluciones, y se siguen creando y apoyando varias obras de desarrollo artístico pero no cuentan con el fomento para que la ciudadanía conozca de las mismas, debe ser algo masivo y al alcance de todos, además de buscar apoyo de los grandes medios y compañías, porque al ser realistas la información también se mueve entorno a esto.

Además que en la actualidad con los problemas económicos que sufre el país no se puede contar al 100% con el apoyo del estado, y para realizar algún medio que permita dar a conocer todo el arte en el país se necesita de inversión, además de la inestabilidad que tienen los programas estatales, para que algo tenga éxito se debe mantener con fuerza hasta lograr su objetivo, de esta manera se considera que una propuesta independiente es muy factible, ya que buscaría inversión privada y tendría la libertad de manejar la información sin depender de normas generales o básicas establecidas dentro de un entidad pública, y de esta manera asegurar una mayor aceptación por parte de la ciudadanía ecuatoriana.

Dentro del análisis realizado, se puede concluir que esta importante entidad pública está cumpliendo sus objetivos como lo tiene planeado, con algunos inconvenientes y errores pero el fin principal que es crear y desarrollar arte en el Ecuador se está cumpliendo, por otro lado, temas como el manejo de información no se está realizando de la mejor manera, existen falencias en este ámbito, esto acompañado de la realidad en los gustos y preferencias de la ciudadanía ecuatoriana, indica que se deben encontrar otro tipo de soluciones alternativas de las que ya se han tomado, que se limitan a trabajar las cosas dentro de la red pública. Es importante decir que el Ministerio maneja sus acciones de acuerdo a un cronograma establecido y debe administrar todos los recursos para las diferentes provincias y programas a nivel nacional, por lo cual brinda mayor

importancia a otro tipo de situaciones y requerimientos y hasta el momento ha existido un gran apoyo para los creadores de arte en el país.

2.4 Referencias internacionales de manejo de cultura y arte

Ecuador tiene una experiencia algo nueva en el manejo de la cultura en el país, es por eso que se tomarán referencias de países latinoamericanos que poseen una antecedente histórico similar, sin embargo como se ha venido manejando el ministerio en el Ecuador es muy parecido a los ministerios y actividades en otros países con la diferencia que estos tienen mucha más experiencia, extensas audiencias y una amplia participación ciudadana.

a. Argentina

En este país los temas culturales están manejados por un Ministerio, el cual prepara y organiza todo tipo de ferias, concursos y bienales, poseen gran apoyo internacional y tiene como fin internacionalizar el trabajo argentino; además están en continua búsqueda de nuevas tendencias, como se sabe Argentina tiene un antecedente artístico bastante amplio, no solo en música por su tan conocido tango, pero también por la literatura, pintura y diseño. Tomando en cuenta las nuevas propuestas que este país saca día a día se tomará como referencia el nuevo concurso que lanzaron el cual es:

“IberMúsicas”

Tiene como fin impulsar y promover la creación musical de obras de excelencia corales, las cuales son de original autoría, colaborando así a la ampliación del repertorio iberoamericano y contribuyendo al desarrollo del lenguaje musical contemporáneo.

El premio, único e indivisible, consiste en una dotación económica de 10.000 dólares estadounidenses. Además, la obra ganadora será estrenada en el transcurso de las temporadas 2015 o 2016 por al menos tres de los elencos corales nacionales de los países miembros del Programa Ibermúsicas. (Cultura Argentina, s.f.)

b. México

“Conaculta es la institución encargada de preservar de forma integral el patrimonio cultural de la Nación en sus diversas manifestaciones artísticas y culturales así como estimular los programas orientados a la creación, desarrollo y esparcimiento de las mismas. Las acciones de Conaculta están encaminadas a mantener un compromiso profesional

que beneficie a toda la sociedad mexicana con la promoción y difusión de todo el sector cultural y artístico”. (Conaculta, s.f.)

Conaculta es el Consejo Nacional para la Cultura y Artes, creado en 1988 tiene una trayectoria amplia en el manejo de estas áreas en el país, es por eso que en este caso tomaremos un festival de gran trayectoria en el país siendo este año la 42ª edición que se realiza, el cual es:

“Festival Internacional Cervantino”



La 42ª edición del Festival Internacional Cervantino confirma su relevancia y tradición al conjuntar lo mejor de la música, el teatro y la danza de México y

el mundo. En cada edición se busca dar un giro y proponer algo nuevo, en esta edición presiden dos ejes temáticos, Shakespeare 450 y Frontera(s). El primero, debe su origen a los 450 años transcurridos desde el nacimiento del escritor inglés y es un homenaje a su sabiduría y trascendencia, dentro de esta categoría existirán representaciones contemporáneas, será un concierto en el que algunos de los más destacados compositores mexicanos han puesto música a distintos sonetos del Bardo, a lo que se sumarán charlas y conferencias sobre su obra y su relación con Cervantes.

Y por otro lado, "*Frontera(s)*", ideado con el objetivo de reflexionar acerca de los límites territoriales, las fronteras ideológicas, morales o económicas, y las fronteras entre géneros artísticos, el público podrá asistir a espectáculos de primera calidad, que propiciarán el análisis y la perspectiva crítica sobre el tema; además, el Festival nos conducirá por las fronteras del Mediterráneo, de los países ricos con los pobres y de los conflictos fronterizos a través de numerosos conciertos, obras teatrales y conferencias. (Festival Cervantino, s.f.)

Dentro de Argentina y México se tomaron dos de los programas más importantes que se han realizado por varios años sin perder el impacto y aceptación por parte de la ciudadanía, son países donde la cultura es parte fundamental del desarrollo y esta estrictamente ligado a la identidad de cada uno de estos países. Los ciudadanos forman parte importante de su desarrollo y apoyan sin lugar a duda a las creaciones internas del país. Si bien es cierto tienen más experiencia que el Ecuador en cuanto al manejo de dichos temas, sin embargo, todo con las herramientas adecuadas se puede tener los resultados deseados, ya existe un cambio en el país simplemente hay que seguir creando dichas herramientas y sobretodo mantenerlas en funcionamiento.

3 EL DISEÑO COMO PARTE DEL ARTE

3.1 Diseño gráfico como medio de difusión

3.1.1 Qué es el diseño?

Al observar por un segundo todos los elementos que nos rodean día a día, se encuentran varias piezas, artículos e instrumentos que han sido creados con un fin específico, el cual es facilitar nuestras vidas. Si analizamos el proceso de creación de cada uno de estos elementos encontraremos que todos comparten algo en común; todos poseen una etapa de diseño única y específica en su proceso de creación, es por ello que se dice que al diseño no hay que considerarlo como un resultado, mas bien como un proceso en sí mismo.

Es posible encontrar diseño en las calles, en todo lo que leemos, en las carreteras, parques, en la casa, publicidad, revistas, cajas de tabacos, es decir se encuentra inmerso en todo lo que poseemos, es amplio y novedoso, nunca para y cada vez crece más al igual que las necesidades y exigencias de los clientes, tomando en cuenta que es visual pero también es tangible.

“No es solo un fenómeno capitalista o moderno, sino que ya los habitantes del antiguo Egipto, del medievo italiano o de la Rusia soviética afrontaban de forma habitual calles repletas de signos, emblemas, precios, ofertas de productos, comunicados oficiales y noticias varias”. (Newark, 2002, p. 6)

Sin embargo en sus principios no se identificaba la importancia del diseño como tal, simplemente se lo tomaba como parte normal del proceso de creación de un producto y se realizaba de una manera muy artesanal. A partir de la revolución industrial, se empezó con la producción en serie y dio apertura a la introducción de múltiples productos al mercado, los cuales necesitaban un diseño que los identifique y haga sobresalir del resto. Desde ese momento el diseño ha ido tomando más fuerza y actualmente es parte fundamental de la sociedad. Las

obras de diseño desempeñan simultáneamente varias funciones, esto se dio a partir del crecimiento del mercado y las nuevas necesidades de la sociedad.

“La implacable globalización de la economía de libre mercado ha hecho del diseño un verdadero fenómeno universal. A lo largo y ancho del mundo industrializado, fabricantes de todos los sectores dan cada vez mayor reconocimiento y uso al diseño como medio esencial para llegar a un nuevo público internacional y obtener beneficios competitivos”. (Fiell & Fiell, 1998, p. 6)

No se crea por crear, dentro del proceso de cualquier tipo de diseño existe una etapa de investigación en la cual se analiza las necesidades técnicas, funcionales y culturales del cliente, e intentar ofrecer soluciones innovadoras, ya que el objetivo primordial del diseño en la actualidad es crear elementos sencillos que mejoren la calidad de vida, esto con la ayuda de los avances tecnológicos que existen que ayudan a trascender en forma, estructura y modo de fabricación.

El desarrollo tecnológico brinda al diseño diferentes áreas de trabajo para poder comunicar de mejor manera, y a la vez crear nuevas formas de comunicación. Los nuevos medios ayudarán a recabar información rápidamente, agregar valor a ella creando y comunicando los diseños. Las claves para lograrlo es saber interactuar y navegar en línea. (Wodkte, 2001, p. 2)

3.1.2 Diseño Gráfico

“El objetivo primordial del diseño es mejorar la calidad de vida. La práctica del diseño debería responder a las necesidades técnicas, funcionales y culturales, e intentar ofrecer soluciones innovadoras capaces de comunicar significado y a la vez despertar sensaciones, las cuales además trascienden sus formas, estructura y modo de fabricación”. (Fiell & Fiell, 1998, p. 6)

En la actualidad se han acumulado un sin número de conocimientos en cuanto al diseño, lo cual ha aumentado las ramas y disciplinas dentro del diseño, y a su vez, en cada una de estas ramas, existen infinidad de aplicaciones y nuevos tipos, los cuales deben ser estudiados a profundidad para su desarrollo adecuado y explotar todo su potencial.

Una de estas disciplinas es el diseño gráfico, dentro del cual a su vez existen varias disciplinas internas, como son: diseño editorial, diseño web, diseño tipográfico, branding, merchandising, packaging, todos relacionados principalmente con el lenguaje visual, lo que informa, lo que vende.

“El diseño gráfico es la más universal de todas las artes. Nos envuelve comunicando, decorando o identificando: aporta significados y trasfondo a nuestro entorno vital”. (Newark, 2002, p. 6)

Para empezar, se debe reconocer la importancia creciente del diseño como parte fundamental del desarrollo cultural y artístico de las sociedades. El diseño como tal tiene un rol muy importante y de cierta forma influye en la proyección intelectual, espiritual y material del ser humano. Por qué es esto? Simplemente, porque existe un diseño para cada persona, tendencias, formas y el cliente busca sentirse identificado con el mismo. Un buen diseño brinda la comunicación adecuada a los diferentes servicios o productos, y se está convirtiendo en una piedra de toque en nuestra sociedad (un elemento precindible). Es responsabilidad de los diseñadores crear diseños que sean relevantes para las necesidades de los clientes no solo en el presente, sino también proyectándose a futuro, de esta manera se logrará la eficiencia y eficacia de los nuevos diseños o productos. (Swann, 1995, p. 6)

Lo gráfico es uno de los medio de comunicación de masas más antiguo que existe, son más de 500 años de experiencia, desde la creación de la página impresa y la información dentro de este formato, así ha llegado a convertirse en el centro de la revolución de las comunicaciones. Actualmente la interfaz gráfica

es un método establecido para comunicar a través de textos e imágenes no solo en forma impresos (libros, revistas, folletos), sino también digitales (computadores, televisiones, dispositivos móviles).

El desarrollo y evolución del diseño está directamente ligado al avance tecnológico que exista en el mundo, es un hecho que en los últimos años ha existido un avance significativo y amplio, con lo cual se han creado nuevas herramientas de diseño (diseño computarizado) y existe una infinidad de procesos y materiales que brindan herramientas más potentes para la manipulación y creación de nuevos elementos gráficos.

Al hablar de los objetivos específicos de un material gráfico, hacer que la información resulte comprensible es fundamental, además de crear deseo, clarificar, vender, inspirar, educar, establecer relaciones, esto ligado al contexto histórico, pues describe la cultura, el lugar, las tecnologías a las cuales esta dirigido, desarrollando valores y pasiones dignas de ser recordadas. (Willoughny Design Group, 2006, p. 8)

3.1.2.1 Comunicación Visual

Como se mencionó anteriormente lo gráfico tiene una relación directa con el lenguaje visual, el cual según Bruno Munari, (1985, p. 79) artista, diseñador e inventor italiano que contribuyó fundamentalmente en los principios y fundamentos del arte y comunicación visual, dice que la comunicación visual es prácticamente todo lo que ven nuestros ojos, desde una planta hasta las nubes que se mueven en el cielo. Cada una de estas imágenes tiene un valor distinto, según el contexto en que están insertadas.

Bruno Munari también nos dice que la comunicación visual puede ser casual o intencional. Una comunicación casual es toda aquella que se nos presenta sin ninguna intención, es decir todo lo que sucede de manera espontánea y que no tiene un mensaje concreto dado por un emisor específico.

Es por eso que el diseño gráfico es parte del lenguaje visual que una persona experimenta diariamente, creando un diseño de la información que se enfoca principalmente en la utilidad pública, es decir, hacia el individuo de una sociedad, con el propósito de facilitar aquellas informaciones utilitarias relacionadas con sus necesidades, expectativas y sobre todo a la movilidad social. (Costa, 1987, p. 19)

“El papel del diseñador es la de comunicador, bien sea como autor, protagonista o mero proveedor de soluciones de comunicación.” (Ambrose, 2011, p. 26)

No obstante, al ser un comunicador, el diseñador tiene que enfrentarse a un sin número de variables entre las cuales, la más importante es la percepción. Conocer cómo funciona la percepción humana es básico, de esta manera se trabaja con los impulsos ópticos y se combinan e interpretan con estructuras formales, para que de esta manera el receptor logre captar toda la información de manera correcta, además que se debe redefinir los principios tradicionales del diseño y proponer nuevos tipos de soluciones e iniciativas. (Lewandowsk & Zeischegg, 2007, p. 92)

El lenguaje visual ayuda a dirigir al lector, ordenar información compleja creando una jerarquía visual y destacando ciertos elementos. Al igual que es necesario que este medio de diseño sea interactivo, sonido, imagen, texto y otros elementos creativos los cuales deben funcionar conjuntamente dando un cambio radical al manejo informativo clásico. (Gordon & Gordon, 2007, pp. 8, 32)

*** Un mundo lleno de diseño**

Después de hablar de las generalidades que envuelve el arte del diseño, se puede concluir que proporciona soluciones a problemas o complicaciones que se presentan diariamente en la sociedad. Es por eso que en el presente proyecto de titulación el diseño gráfico es aplicable.

“Las artes, tanto públicas como privadas, suelen representarse como el sector cultural de la economía o <industria cultural>, que trabaja en colaboración con diseñadores y les proporciona una plataforma de diseño experimental e innovador.” (Hyland & King, 2006, p. 7)

Los diseñadores están inmersos en este gran campo artístico, siendo los diseñadores artistas de sus propias obras. Al hablar del arte y cultura ecuatoriana y crear una fuente o método de promoción, conocimiento y apoyo para artistas ecuatorianos se puede tomar en cuenta dos grandes y poderosas ramas del diseño como son: diseño editorial y diseño web, las cuales brindan muchas opciones y herramientas de difusión de información masiva, además que con la ayuda del diseño visual se puede crear grandes alternativas que llegarán a captar la atención de la sociedad y crear el interés necesario en los diversos temas a tratarse, y eso es lo que se busca.

3.1.3 Diseño gráfico editorial, ¿Qué es y para qué sirve?

Una de las más amplias disciplinas del diseño, encargada de crear con estructura y composición elementos gráficos de gran impacto y manejo informativo, como son: libros, revistas, periódicos, catálogos, volantes, afiches, entre otros, es el diseño editorial que está enfocado principalmente en trabajar la estética y composición tanto en el interior como exterior de los textos, de esta manera se convierte en la arquitectura de los mismos, además que cada tipo de publicación tiene necesidades de comunicación particulares.

El diseño editorial posee una gran variedad de aplicaciones las cuales se deben utilizar de acuerdo al tipo de publicación a desarrollarse, por lo cual es necesario que los diseñadores se especialicen y conozcan a fondo cada una de ellas. Uno de los objetivos principales de este tipo de diseño es establecer un perfecto equilibrio entre el texto y la parte gráfica (fotografías, ilustraciones, iconos), tomando en cuenta toda la variación de aplicaciones y herramientas con las que se puede trabajar actualmente.

Existen numerosas razones por las que utilizar este tipo de diseño, como medio de difusión o información es un éxito y por eso es uno de los más utilizados, empezando por el hecho que todo entra por los ojos, y las estadísticas muestran que el 99% de las personas es más visual que auditivo o kinestésico (rama de la ciencia que estudia el movimiento humano), dándole una gran ventaja a este tipo de diseño, ya que el mismo debe atraer a los lectores potenciales y volverlos compradores. Además todos los elementos que se crean a partir de esta rama del diseño se pueden transportar, son reciclables, no requieren de fuentes de alimentación y no están sujetos a interrupciones de programas o fallos de sistema.

Por otro lado, el diseño editorial actualmente no solo está destinado para ser impreso, con las aplicaciones digitales que existen se lleva la información a otro nivel, de esta manera se logra alcanzar todo tipo de clientes y mercados y la información llega con mayor facilidad ante cualquier necesidad de los clientes, además que brinda interactividad con los usuarios. Los clientes y los anunciantes (marcas auspiciantes) prefieren este tipo de diseño porque el material que ellos promocionan está plasmado ininterrumpidamente sobre un espacio físico, además que afiches y carteles pueden adornar lugares, espacios y momentos y al estar en un espacio digital pueden alcanzar más público.

3.1.3.1 Tipos de diseño editorial

Las categorías y aplicaciones que posee el diseño editorial son amplias, y dentro de cada una de estas de acuerdo a las herramientas y conocimientos que posea el diseñador puede crear nuevas propuestas innovadoras y creativas, los principales tipos básicos de diseño editorial son los siguientes:

- a. Revistas
- b. Libros
- c. Periódicos
- d. Volantes

- e. Folletos
- f. Catálogos

Los cuales son considerados un medio de comunicación de uso masivo, cada uno tiene una aplicación específica y son muy diferentes entre sí, dentro de cada uno de ellos se puede crear nuevas formas y propuestas gráficas, de esta manera ninguno será igual a otro, todo está en cómo se manejen sus elementos y estructura.

Herramientas básicas de diseño

Existen ciertas herramientas que se deben aplicar en cualquier tipo de diseño que su fin principal sea el manejo informativo, ya que permiten la creación de un trabajo final completo, de buena calidad y con elementos gráficos que ayuden al lector a entender la información que contenga, tomando en cuenta siempre la complejidad de los datos, es decir si se presenta gran cantidad de información en un solo diseño puede complicar el entendimiento del público, esto dependerá del tipo de información que se maneje, las siguientes herramientas ayudan a crear un balance para el mejor manejo de información y lograr el objetivo final, que es captar la atención del cliente y dar a conocer algo específico.

a. El color

Muchos científicos e investigadores han realizado estudios sobre el color y sus propiedades, en este caso se tomará la teoría del color desarrollada por Johann Wolfgang von Goethe publicada en 1810 (importante y famoso científico alemán reconocido por sus importantes teorías). Goethe dentro de su libro trata temas como el significado del color y que efectos tiene sobre las personas además de la percepción que la sociedad tiene sobre los colores, lo cual actualmente se lo conoce como psicología del color.

Las teorías emitidas por este famoso científico indican que lo que vemos de un objeto no depende sólo de la materia que lo constituye, ni tan sólo de la luz

tal como la entendió Newton, sino que depende de una tercera variable que es nuestra percepción del objeto, pero hay que tomar en cuenta la subjetividad individual frente a un hecho, es por eso que el desarrollo leyes que rigen armonía en los colores y estas fueron creadas a partir de efectos fisiológicos en las personas. (Psicología del Color, s.f.)

Los diseñadores deben conocer cada una de estas teorías para poder aplicarlas en los trabajos gráficos que desarrollen, ya que cada color tiene un significado específico, y las diferentes leyes que se han planteado ayudan a tener una idea más clara de cómo manejarlos y que color utilizar de acuerdo a lo que se este desarrollando, tomando en cuenta que el color es el reflejo de la luz, lo cual en el diseño se considera como blanco o ausencia de color y si tenemos esa superficie (papel) podemos aplicar los distintos colores que existen.



Figura 11. Círculo Cromático parte fundamental de la psicología del color

Tomado de: (Pinturas Sherwin Williams, s.f.)

Como se puede observar en la Figura 11, los colores nacen de 3 primarios los cuales son rojo, amarillo y azul, los cuales al mezclarse entre sí crean los colores secundarios y su mezcla crea más colores y así sucesivamente. Cada uno de los colores tiene un significado y está relacionado con algún tipo de emoción o estado de ánimo, es ahí donde se aplica la psicología del color dependiendo que tema se está tratando y que se desea transmitir con el mismo. El color también es utilizado para resaltar algo o dar más énfasis a alguna parte en específico, crear un balance cromático con otros elementos o hacer que la información se recuerde al ser aplicado con algún texto.

b. La fotografía

La fotografía es una disciplina dinámica que proporciona varias opciones y soluciones al momento de diseñar. Para empezar, vivimos en un mundo lleno de fotografías y cada día existe nuevos dispositivos que están al alcance de todo tipo de público, creando más interés en la sociedad sobre esta tendencia digital, sus características, tipos y usos.

En el diseño, es una de las herramientas más usadas, al ser digital se puede captar grandes escenas al instante y tenerlas en segundos disponibles para cualquier tipo de publicaciones. Las fotos recopilan historias, momentos y detalles que muchas veces palabras no pueden expresar, es por eso que se dice que la mente piensa a través de imágenes, ya que es mucho más fácil que se recuerde una imagen que un texto.

“La mente capta, describe y define la foto rápidamente, dando al espectador una idea del lugar y del acontecimiento en segundos. La fotografía fija recopila nuestras vidas personales, al igual que recopila nuestra historia como sociedad.” (Kinghorn & Dickman, 2006, p. 29)

Además de la fotografía también se puede utilizar otros elementos gráficos como son las ilustraciones que también representan realidades de una

manera más artísticas ya que son realizadas por una persona y es considerada un tipo de arte.

c. Tipografía

“La tipografía es como la escritura. Se aprende lo esencial para construir frases simples; se aprende algo más para ser más elocuente; se practica de acuerdo una vertiginosa fórmula de reglas y excepciones a dichas reglas; y, por último se aprende a infringir estas últimas para ofrecer una expresión personal”. (Millman, 2009, p. 10)

Como lo dice Millman (diseñadora americana con más de 30 años de experiencia) en su libro los principios de diseño, la tipografía esta en constante avance y se debe saber cómo aplicarla, en que momentos romper reglas o ser un poco más creativos, sin dejar de lado que se debe mostrar un mensaje en texto claro que sea fácil de comprender, y que la tipografía que se use contribuya para este fin.

A lo largo de la historia, y tras la creación de la escritura se han creado innumerables tipografías, las cuales están divididas en grandes grupos como son: serif, san-serif, cursiva, decorativa y con símbolos, las dos últimas son parcialmente nuevas y no se recomienda su uso en cuerpos de texto, en donde es necesario que sean claros y legibles. La clasificación tipográfica esta basada en el grosor de sus caracteres, los detalles y las líneas que contengan.

Actualmente se mantienen las familias tipográficas, pero se desarrollan muchas tipografías con diferentes formas, interlineado, espacio, etc, que brindan una gran variedad y tipos de aplicaciones en los textos.

Al elegir las fuentes que se van a utilizar dentro de un material gráfico se debe tomar en cuenta la legibilidad y fluidez que posean las mismas, tomando en

cuenta que las fuentes con mayor altura poseen más legibilidad. Dentro de una misma página no es recomendable utilizar más de 3 tipografías ya que aumenta el peso y ruido visual. Por otro lado, si se manejan las fuentes en cuanto a su peso y se aplican de una manera que colabore con la lectura se puede utilizar más tipos. Además del tipo de fuente que se utilice se debe tomar en cuenta el espacio, interlineado, tamaño de cada texto con referencia a la distribución de la página.

Con Serif (Roman)	Romana Antigua Romana Moderna Egipcia	Garamond Bodoni Clarendon
Sin Serif (Paloseco)	Geométrica Neo-grotesca Humanista	Avant Garde Helvetica Optima
Cursivas (Script)	Gestual Caligráfica Gótica	<i>Mistral</i> <i>Commercial P.</i> Cloister Black
Decorativas (Graphic)	Por construcción Por deformación Por trat. superficial Por adjunción o sust.	Jokerman

Figura 12. Clasificación básica de tipografías por familias básicas
Tomado de: (Mejía, 2013)

d. Íconos y gráficos

“Se entiende la iconicidad como el grado de aportación de mensajes figurativos o visuales no codificados, que tienden a representar con signos los diversos objetos, al tiempo que hace inteligible y fácil de reconocer la realidad de los acontecimientos, acciones o cosas que hay en el mundo,

sin necesidad de que los lectores se sometan a un aprendizaje previo del significado de esos signos". (Valero, 2001, p. 169)

Los seres humanos convivimos diariamente con estos signos, y se crean analogías y representaciones comúnmente aceptadas por la sociedad, estos iconos pueden variar dependiendo el lugar o país en el que se encuentre la persona. Se incluye estos símbolos en un material gráfico como ayuda para el lector ya que muchas veces se puede llegar a simplificar información y hacer más fácil para la comprensión de la misma, además que un signo o símbolo queda grabado por mucho más tiempo en la memoria de una persona.

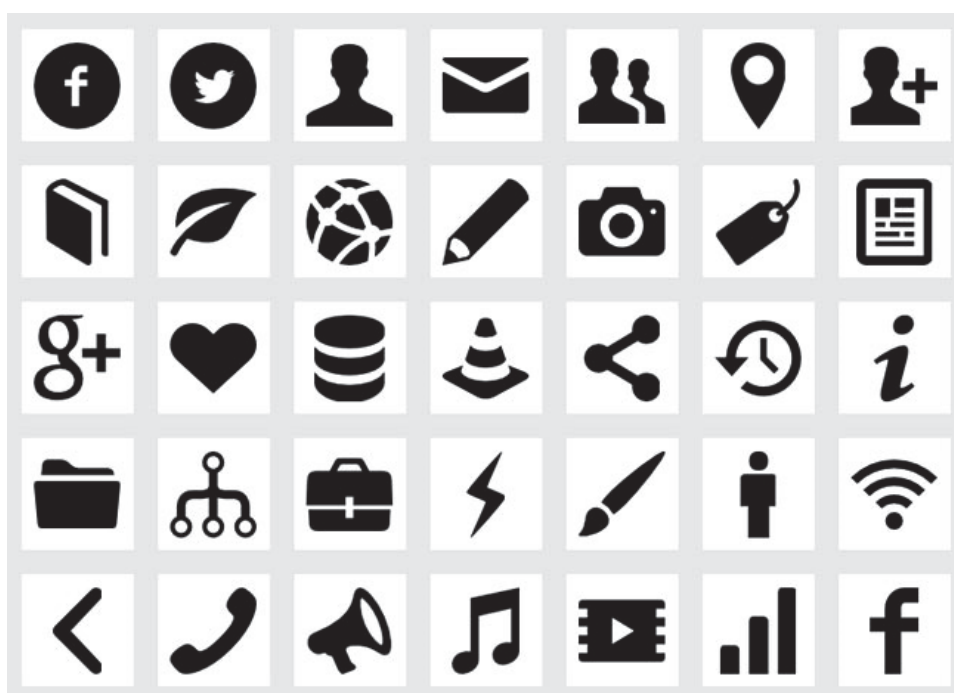


Figura 13. Iconografía, símbolos y pictogramas para la aplicación en diversas piezas de diseño

Tomado de: (Web Intenta, s.f.)

3.1.3.2 Las revistas

Dentro de la amplia variedad de aplicaciones que posee el diseño editorial, las revistas tienen un gran protagonismo, han estado presentes durante décadas y han marcado historia y tendencias. Todos sabemos y somos fanáticos de grandes revistas como: National Geographic, Vogue, People, News Week, Forbes, entre otras. Son una muestra impresa de lo que sucede en un punto específico en el mundo y son parte de nuestras vidas y memorias.

“Donde haya un grupo de gente que se interese por algo, donde haya una persona o una organización con suficiente motivación para comunicarlo, habrá una revista.” (Foges, 2000, pp. 6-7)

Hablando en términos profesionales, revista o magazine en inglés tiene el significado de almacén o un lugar donde se almacenan cosas, y si nos fijamos las revistas son eso, una colección de diversos elementos unidos por una característica en común. Y es ahí en donde entra el diseño y los diseñadores, aportando personalidad, técnica y estilo a dichos elementos, la revista debe transmitir y dar a conocer la información de manera clara y precisa de manera que el lector lo encuentre interesante, creando una conexión.

Existen parámetros que se deben usar al realizar una revista, dentro de los cuales se dice que el éxito lo determina la composición y estructura en la que se trabaje, esta debe ser muy bien diseñada dependiendo el tema, y a partir de eso se trabajará elementos tales como la portada, contratapa, solapas, faja, sobrecubierta, lomo y título que hacen parte de la primera impresión que se lleva una persona de la publicación y serán factores decisivos para que se realice la compra. Este es el tipo de diseño que ha sido creado para vender, para llegar al cliente, causar impacto y comunicar algo que interese y cree necesidad de tenerlo.

A parte de los parámetros y elementos antes mencionados lo que se debe tomar en cuenta principalmente antes de empezar cualquier trabajo es el mercado o

grupo de personas a las cuales está dirigido, a partir de esto se define que tipo de contenido, publicaciones y que estructura es la más apropiada para que dicho grupo objetivo pueda identificarse con el material gráfico, y crear la necesidad de compra. (Ascenso Creativos, s.f.)

Parámetros de creación

Son características esenciales que se deben tomar en cuenta en el proceso de creación de una revista, dependiendo el concepto que se trabaje y el tipo de material e información que contenga, además de los requerimientos del mercado y el cliente.

a. Formato

El primer paso es delimitar el tamaño y formato de la revista, tomando en cuenta los tamaños básicos de papel que existen, el tamaño dependerá del concepto de la revista y se debe pensar en la optimización de papel en el proceso de impresión, es decir que no sea un tamaño o formato que no optimice los gastos de impresión y genere desperdicios.

b. Retículas y maquetación

Las retículas son una herramienta poderosa de distribución y orden de información, ayudando a controlar como llena dicha información al público. Al realizar la maquetación (como va a ir distribuida la información dentro de la página) es necesario utilizar una retícula, que delimitará el espacio de trabajo y crea guías claras para colocar gráficos, imágenes, citas, frases, es decir toda la información que va a contener una página. El mismo diseño y tipo de retícula se debe utilizar en todas las páginas que contenga la revista, de esta manera se mantiene la misma línea gráfica y facilita la lectura.

“Una retícula bien construida permite organizar la información de forma eficaz y ayuda al lector a navegar por el contenido presentado de manera secuencial,

controla el modo en que la información se transmite y es recibida por el público.” (Coates & Ellison, 2014, p. 56)

Las retículas están conformadas por columnas, que contienen entre cada una un medianil (espacio entre columnas) que será definido por la cantidad de información que se trabaje y el distanciamiento que se desee tener, siendo el valor básico 0,4 inch, además que acompañando al medianil siempre se debe incluir los márgenes y sangría que va a tener el documento, de esta manera se tiene un esquema completo de retícula.

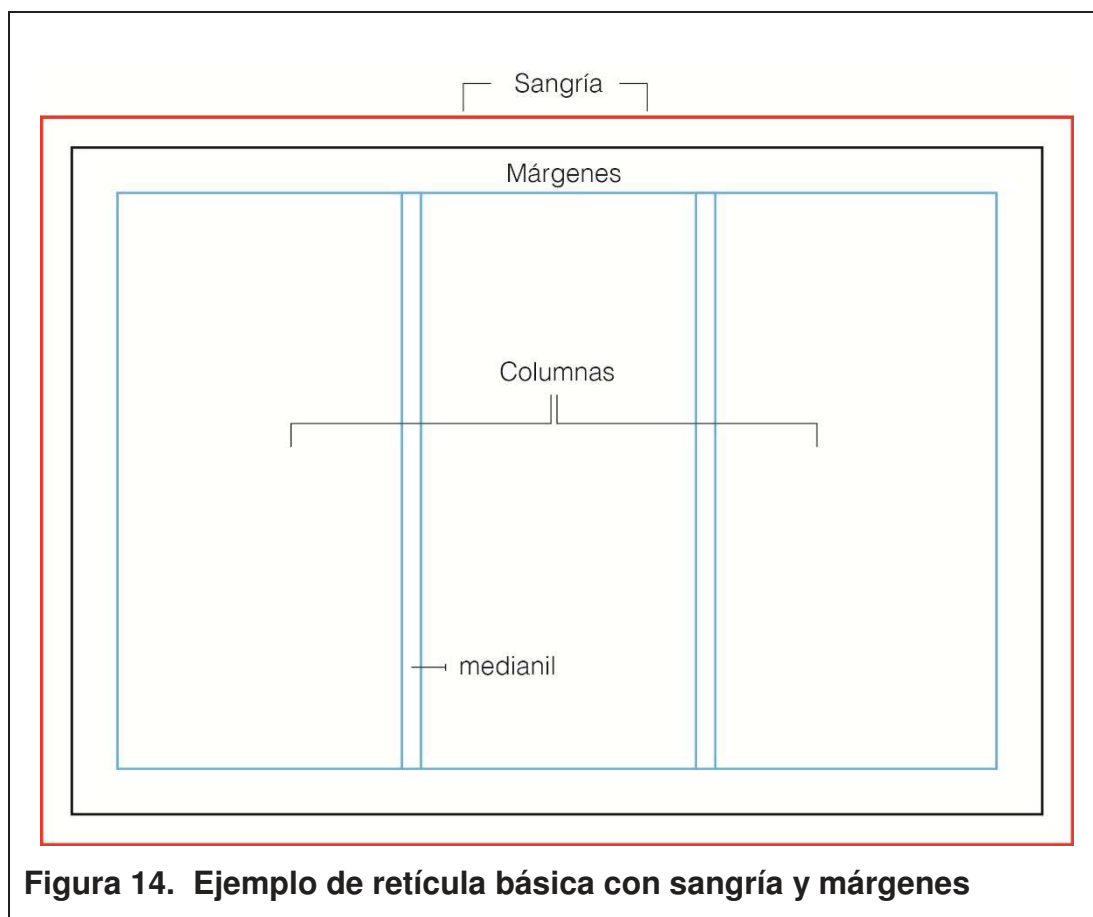


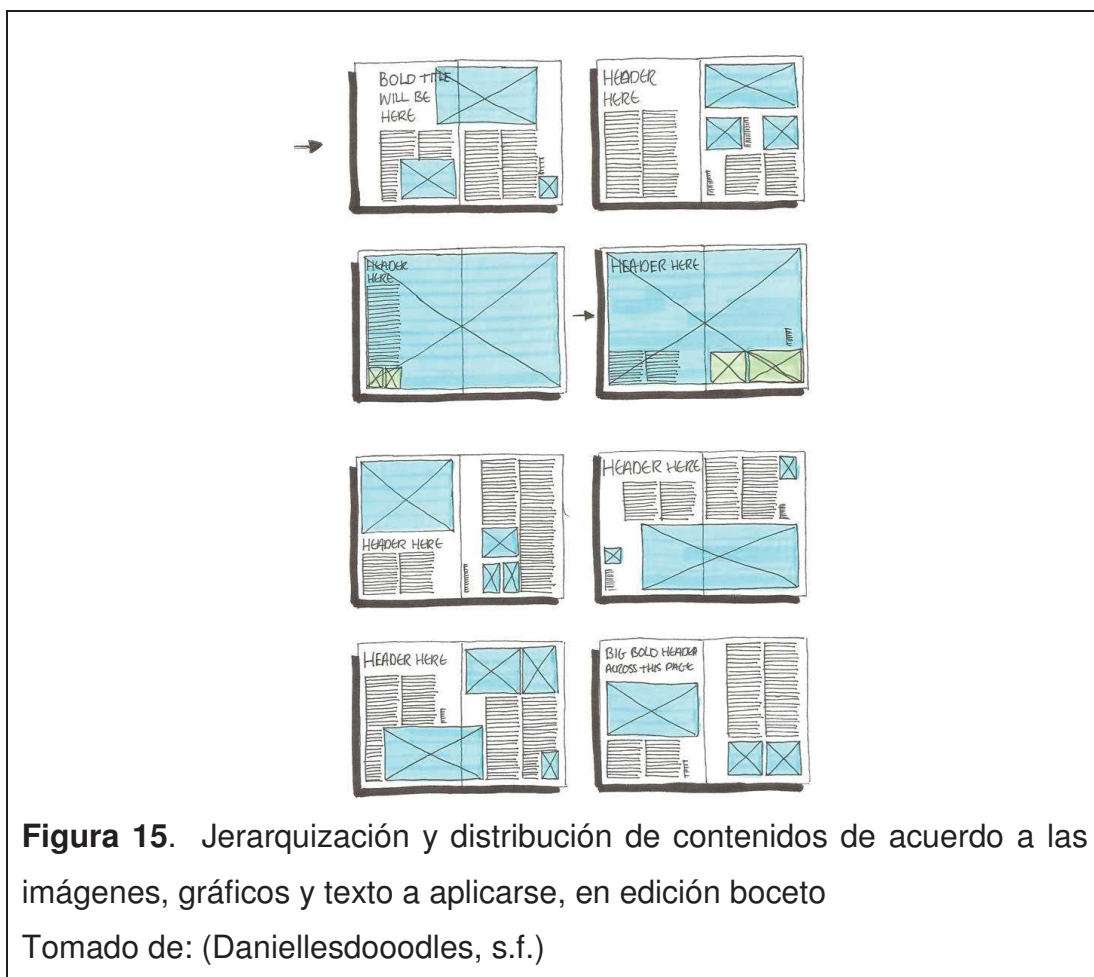
Figura 14. Ejemplo de retícula básica con sangría y márgenes

Como se puede observar en la Figura 14, una retícula delimita el espacio de trabajo y ayudará a distribuir la información, las columnas suelen ser en sentido vertical, sin embargo también son necesarias guías horizontales para poder tener la información al mismo nivel, los márgenes y sangría también son importantes en este proceso.

c. Jerarquía de la información

“La jerarquía tiene que ver con el orden en el que se presenta la información. Después de haber organizado el contenido, habrá decidido que debe ver y leer el lector y en qué secuencia”. (Coates & Ellison, 2014, p. 58)

La jerarquía ayuda a crear niveles de importancia en el texto (títulos, subtítulos, sumarios, imágenes, frases, citas, entre otros) toda la información debe ser pensada de tal manera que el lector entienda de manera inmediata el orden de lectura, además de brindar información importante con más jerarquía que el cuerpo de texto, que será la información que el lector más recuerde. Al jerarquizar la información se puede utilizar colores, tipografías especiales, acompañar texto con gráficos o imágenes, lo cual depende del diseño o tipo de retícula que se emplee.

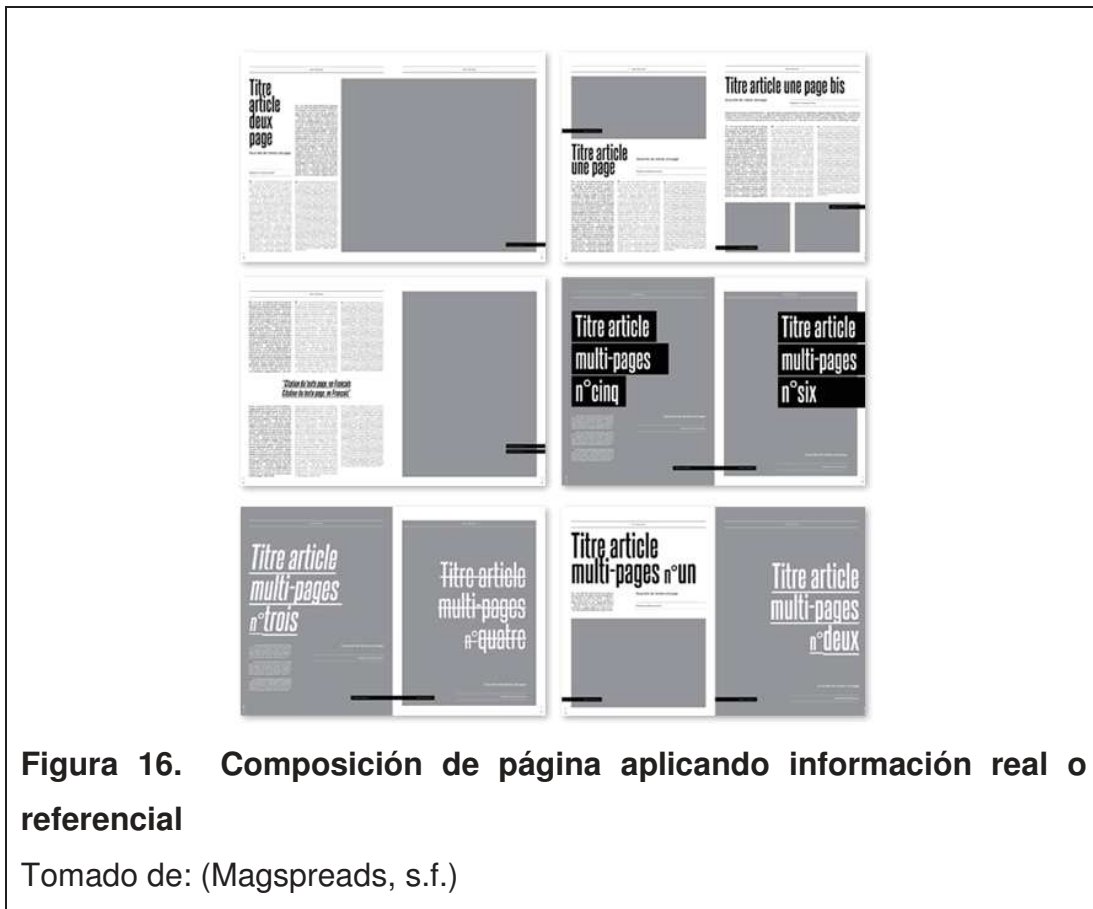


Cada una de las páginas va a tener un diseño específico, sin embargo la jerarquización ayuda a tener estilos determinados para cada elemento, la distribución de la información en primer lugar se la realiza en manera de un boceto (como en la imagen) de esa manera solo se aplica los textos, imágenes, gráficos de acuerdo al estilo determinada para cada una de ellas. Las aplicaciones y formas de distribución dependerán del tipo de material editorial, el target al cual va dirigido y la iniciativa del diseñador.

d. Composición y secuencia de la información

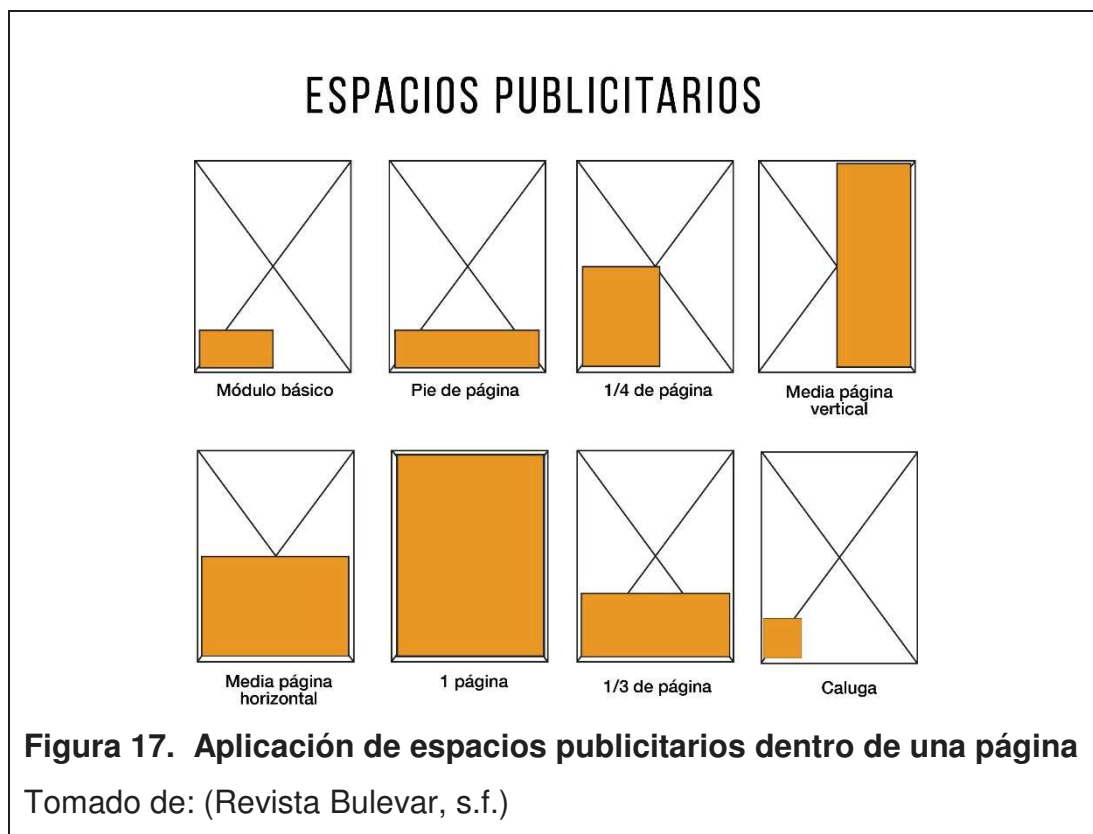
Al tener ya establecido el tipo de retícula que se va a trabajar y la jerarquía que se le quiere dar a cada tipo de información, ahora hay que fusionar estos elementos con el cuerpo de texto general de manera creativa y que cree impacto visual, en esta etapa se añaden elementos gráficos, color y espacios para poder destacar los textos dependiendo el peso visual que se quiera dar a cada uno de ellos.

Se diseña la información de acuerdo al público, y el concepto de la revista, como esté distribuida la información puede fomentar el interés por seguir leyendo o simplemente dejarlo pasar y no prestar atención a su contenido, por eso se busca que sea dinámico. Además de todos estos aspectos, se debe tomar en cuenta los espacios publicitarios que debe contener una revista, de esta manera se debe jugar entre la información de la revista y las pautas publicitarias que contenga.



Se puede tener composiciones dinámicas es decir que no necesariamente tienen que ser lineales, se puede aumentar elementos gráficos para destacar ciertas partes. Se puede jugar con la dirección de los textos, poner textos sobre fotografías. La creación de una revista tiene un proceso creativo durante todas sus etapas, ya que todo debe estar conectado y pensado para que funcione en conjunto.

Dependiendo del formato y distribución del material editorial se crean el tipo de espacios publicitarios, eso ya es cuestión de la editorial y tipo de revista, los tipos de pautas publicitarias más comunes son las siguientes:



En la Figura 17 se puede observar todo el espacio que una publicidad puede ocupar dentro de una página, tomando en cuenta que la publicidad es fundamental en el desarrollo de este tipo de material editorial. Los clientes que invierten por poner su marca en una revista buscan siempre que cause impacto y que se relacione bien con el tipo de revista, tomando en cuenta el target que deseen alcanzar.

3.1.3.3 Infografías

“La historia de las imágenes es, también, la historia de sus herramientas, pues cada procedimiento técnico abre a sus artífices diferentes posibles iconos. Más que la abundancia de imágenes, lo que caracteriza a esta iconosfera en su diversidad, su diferente morfogénesis y los distintos dialectos figurativos con los que interpelan a nuestra mirada”. (Valero, 2001, p. 11)

Dentro de todas las tecnografías que han surgido en el último siglo y medio, se dice que la infografía es la más completa, ya que fusiona la informática con diferentes técnicas gráficas, lo cual ha hecho que ocupe un lugar importante en la comunicación de grandes masas, ya que con la combinación de diferentes herramientas logra crear elementos de fácil comprensión y que contengan la información necesaria.

Actualmente se usa infografías en todos los campos informativos, principalmente en lo que se refiere a noticias, como apoyo para la explicación de algo específico, y en los medio televisivos también ha tenido gran impacto, es por eso que ahora se puede hablar de dos tipos de infografías, las impresas y digitales, las cuales son utilizadas para que una noticia no sea tan repetitiva, se muestran cifras, datos importantes acompañado de íconos que facilitan la comprensión, ya que al hacer todo más gráfico las personas logran captar todo de mejor manera y hacerse una idea más real de lo acontecido. Sin embargo el lector busca que las imágenes e iconos le sean familiares, es por eso que se debe escoger con especial cuidado que tipo de gráficos se utiliza.

Características de la infografía

- Debe dar significado a una información plena o independiente.
- Que proporcione información interesante y de actualidad.
- Que informe de manera comprensible el tema que se esta tratando.
- Que contenga elementos icónicos precisos.
- Debe poseer un manejo tipográfico que guie y capte la atención del lector.
- No debe contener mucha información escrita y debe ser lo más preciso posible.

De los factores más importantes de las infografías son la utilidad y la visibilidad.

La utilidad en cuanto al provecho o interés que pueda llegar a tener el lector, es decir para que una infografía sea exitosa el tema a tratarse debe ser de impacto, por más buena que sea una infografía si no tiene un buen tema puede ser un

fracaso. Y la visibilidad, al referirse al buen manejo y distribución de todos los elementos que posea la infografía no se debe ver saturado ni desordenado.



Existen todo tipo de infografías, como se puede observar existe una mezcla gráfica que crea un balance informativo, la figura 18 muestra una infografía de tipo informativo con mapas, imágenes y pictogramas que facilitan el entendimiento por parte de los lectores, también existen tipografías estadísticas, animadas, entre otros.

3.2 Diseño en medios digitales

3.2.1 Las nuevas tecnologías

“La influencia de los nuevos medios, las tecnologías emergentes y los descubrimientos científicos en el ámbito creativo cobra una renovada importancia en el siglo XXI. En la actualidad, son cada vez más numerosas las obras artísticas que surgen como reflejo del impacto de estos avances en la esfera socio-cultural favoreciendo una aproximación a la compleja idiosincrasia del paradigma digital”. (Icono14, s.f.)

El mundo digital es cada vez más amplio, se conoce que aproximadamente una persona pasa en contacto directo con pantallas (táctiles, televisión, dispositivos móviles, computadores) 8,5 horas al día, en promedio esto dependerá del tipo de actividad que realice diariamente. Hoy en día el uso de aparatos electrónicos son indispensables para el desarrollo de cualquier actividad comercial, masiva y de vida diaria.

El internet es parte fundamental de todo este desarrollo tecnológico, el cual es usado para innumerables fines. Tras tanto desarrollo y tomando en cuenta que existen nuevos descubrimientos y tendencias que día a día se desarrollan y además crean un mercado cada vez más cambiante y exigente, el diseño ha tomado un papel muy flexible, para lograr adaptarse a cualquier escenario y ha tomado un papel cada vez más importante e influyente su uso.

Principalmente la importancia del diseño reposa como se ha mencionado anteriormente en la necesidad de sobresalir ante otras marcas o competidores, además que el mundo no para y todos los días se debe crear algo nuevo que no se parezca al anterior, es por eso que el trabajo de los diseñadores se ha tornado más específico, y existen más tipos de diseñadores con grandes habilidades.

Las posibilidades de creación con los medios y la tecnología son inimaginables, se han creado varias propuestas artísticas que han tenido éxito en los últimos años, marcando tendencias y teniendo en cuenta que el tema de la personalización cada vez toma más fuerza, el público busca siempre singularidad y sentir que algo está hecho para esa persona.

3.2.2 Diseño Gráfico Web

En la actualidad es un hecho que todo diseño se produce gracias a la tecnología, y su evolución es inseparable del desarrollo tecnológico. A partir del siglo XX con la aparición del sistema de distribución World Wide Web (www.) la evolución del diseño gráfico a nivel mundial aumentó, creando nuevas opciones y herramientas de diseño.

La “web” se desarrolló a principios de los años 90 por el inglés Tim Berners, sin embargo al principio hubieron muchos intentos fallidos, y todo era compuesto de hipertextos y programación, aunque el World Wide Web ya se había creado a principios, fue hasta 1991 que se creó el servidor web en el mundo y también se escribió el primer navegador web, con lo cual se dio inicio oficial a la gran revolución tecnológica.

“Las páginas web son documentos electrónicos con enlaces de hipertexto que posibilitan la navegación virtual por las informaciones disponibles en Internet. Hasta 1993 la labor de crear páginas web estuvo reservada a los técnicos en informática que conocían el lenguaje de creación de páginas web”. (Ecured, s.f.)

En la actualidad la web se está convirtiendo en una de las principales plataformas de desarrollo y fuente de transmisión de información en el mundo, el hecho que se puede compartir datos alrededor del mundo en tiempo real lo hace cada vez más interesante para todo tipo de fines. Ahora las aplicaciones en internet son una necesidad de expansión a nivel comercial, toda empresa pretende atacar su

mercado a través de medios digitales ya que se puede tener estadísticas reales y alcanzar a mayor cantidad de usuarios.

Cada día existen mayor número de programas de desarrollo web, que son más sofisticados y fáciles de crear y acceder. Ahora todo aquel que este interesado en crear un sitio web lo puede realizar a través de programas gratuitos como es el caso de www.wordpress.com o www.wix.com, que son plataformas para crear sitios web gratis, las cuales son sencillas de acuerdo a plantillas ya establecidas por la página.

En el caso de diseño, se toma al desarrollo web de manera más técnica, manteniendo las normas básicas en cuanto al desarrollo de un espacio de información, se debe tomar en cuenta el formato, márgenes, retícula, distribución y jerarquización de la información, pero se aumentan ciertas características básicas como es la navegabilidad del sitio web a desarrollarse.

La navegabilidad se refiere al nivel intuitivo y lúdico que debe tener un sitio web para hacerlo fácil de usar por cualquier persona que lo utilice, se debe tomar en cuenta estos factores en el momento de desarrollar un sitio web, la estructura y distribución que este tenga.

Al hablar del desarrollo y creación de un sitio web por un diseñador existe una gama de programas que brindan herramientas esenciales para desarrollar y programar con facilidad el sitio, como es el caso de Abode Muse, Adobe Edge, Adobe DreamWeave, e incluso Adobe Photoshop.

- **Desarrollo de un sitio Web**

No existe una guía clara o específica de cómo crear un sitio web, refiriéndose a normas o reglas esenciales para el desarrollo y creación de un sitio web, sin embargo se debe tener en cuenta que es una herramienta de información y para el servicio de un empresa o para un tema o fin específico, que va a contener información acerca del mismo.

Después de analizar algunos formatos y modelos de desarrollo de sitios Web propuestos por algunos diseñadores y expertos en el tema, el propuesto por Patrick Lynch y Sarah Horton (diseñadores especializados en el desarrollo de interfaces web) en el libro Manual de Estilos Web, en el cual presentan un esquema básico para el desarrollo de páginas web con un fin informativo, empresarial, comercial o educativo. Son etapas básicas que en realidad tienen relación con todo tipo de diseño.

a) Definición de una página web y planificación

Como en todo proceso de diseño antes de su creación se debe definir los objetivos principales de lo que se va a desarrollar, en este caso el tipo de sitio web y la planificación de la información que contendrá, de esa manera se distribuye toda la información de acuerdo a secciones y subsecciones y se crea una estructura clara de navegación. Además se debe identificar el tipo de público o target que se desea alcanzar, los cuales harán uso del sitio web, ya que de eso dependerá el diseño que se aplique en el desarrollo de la página web y la navegabilidad accesible para dicho público objetivo.

“Los mapas de navegación definen una estructura organizacional de las páginas de un sitio Web. Su lectura es a través de profundidades de navegación. A su vez, muestra las conexiones de cada una de las páginas”. (Proyectos.ead.puv, s.f.)



b) Diseño del sitio web

Al tener todo previamente distribuido y estructurado se realiza la diagramación y distribución de la información dentro de la página web, con la ayuda de retículas y líneas guía se arma cada una de las secciones de la web creando el espacio para texto, fotografías, botones de navegación, encabezado y pie de página, de esta manera al digitalizar se crea el espacio de trabajo de acuerdo a dicha retícula y es más fácil la distribución de información. Se debe tomar en cuenta que las tipografías que se usa en web son limitadas y que los colores se trabaja en RGB (código web).

c) Construcción y digitalización

Al armar la página web se puede hacer uso de las aplicaciones digitales que se pueden incluir dentro de un sitio, como es el caso de slideshows

(presentación de fotografías sincronizadas) mapas, botones interactivos, vídeos, animaciones, entre otros, lo cual hace más llamativo un sitio web. Al tener todo armado dentro del programa se procede a programar cada uno de los botones, crear hipervínculos (enlace entre dos páginas), y confirmar que la navegación dentro del lugar se de sin ningún problema.

- **Ejemplos de páginas web y distribución de información:**

The screenshot shows the Chevrolet Ecuador website homepage. The layout is divided into several sections:

- A. Header:** Contains the Chevrolet logo, navigation links for vehicle types (AUTOS, TODO-TERRENO, CAMIONETAS, VANS, CAMIONES, TODOS), and service links (Herramientas, Chevystar, Talleres, Mundo Chevrolet).
- B. Main Banner:** A large image of a Chevrolet Tahoe SUV with the headline "CHEVROLET TAHOE, TIENES EL PODER." and a sub-headline "CHEVROLET TAHOE, TIENES EL PODER" at the bottom right.
- C. Product Highlights:** Three small images with captions: a sedan ("Distínguilo, cómodo y deportivo."), a truck ("Socios Ideales para tu negocio."), and a car key ("Conéctate con Chevrolet.").
- D. Footer/Map:** A grid of links categorized by service type:

Vehículos	Herramientas	Financiamiento	Chevystar	Talleres	Mundo Chevrolet
Autos	Solicitud Linea Cotización	Consulta Un Asesor	¿Qué Es?	Servicio Personalizado	Campañas
Todo Terreno	Concesionarios	Planes De Financiamiento	Servicios	Servicios Puestos	Comunidad Chevrolet
Camionetas	Preguntas Frecuentes	Chevrolet Corporativo	Servicios Incluidos	Mantenimiento	Empresas
Vans	Contactanos	Conada	Mi Chevystar	Accesorios	Noticias
Camiones	Mapa Del Sitio		Chevystar GPS	Garantía	Campañas De Seguridad
Talleres			Planes	Chevy Express	Connect Care
			Chevystar Connect	Manuales	Móvil
				Asistencia Chevrolet	Manchester United
				Repuestos	FNR
				#chevrolet	

Figura 20. Distribución página web Chevrolet Ecuador

Tomado de: (Chevrolet Ecuador, s.f.)

Como se puede observar en la Figura 20, la empresa Chevrolet utiliza una distribución muy clara en su página de inicio, el encabezado lo conforma la marca y el menú de navegación principal, en el cuerpo de la página existe un slide show y pestañas de imágenes que dirigen al cliente a otra página, por último en la parte inferior contiene todo el mapa del sitio, al ser una página web con gran cantidad de información esto ayuda para que el usuario pueda dirigirse a la página de información que necesite de inmediato.

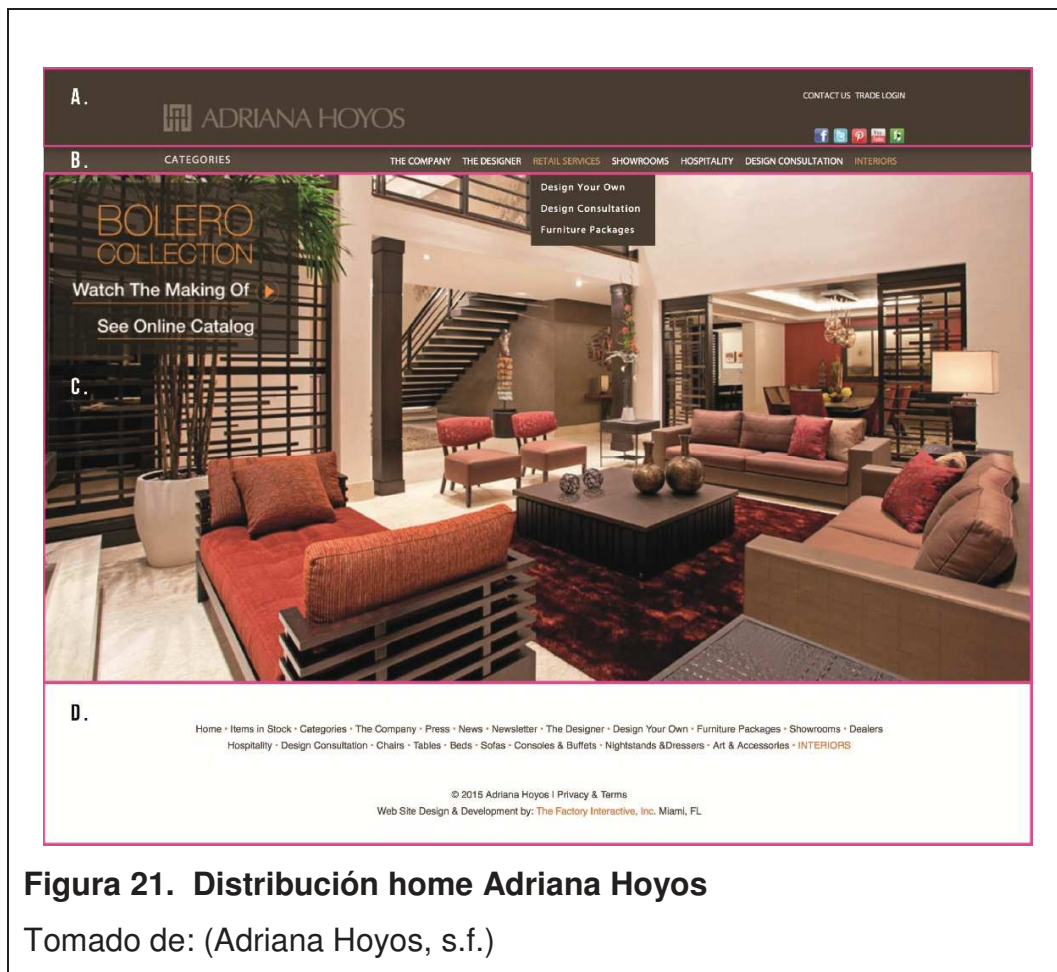


Figura 21. Distribución home Adriana Hoyos

Tomado de: (Adriana Hoyos, s.f.)

En este caso, la página de la diseñadora Adriana Hoyos, posee en el encabezado la marca y navegación de redes sociales (lo cual es muy importante en la actualidad el manejo conjunto de una página web con soporte en redes sociales), el menú de navegación que a su vez en cada sección se tiene subsecciones que contiene cada botón, en el cuerpo de texto está todo ocupado por una imagen las cuales van pasando con una diferencia de tiempo, lo cual es conocido como banner, y en la parte inferior el mapa de sitio y los derechos de autor.

Como se puede notar, no existe un formato específico para el desarrollo de un sitio web, sin embargo si se debe tener en cuenta las normas básicas de diseño, es decir manejar de manera adecuada el peso visual, distribuir bien los contenidos y crear facilidad para el entendimiento por parte del usuario.

3.2.3 Revistas digitales

En los últimos años, con el desarrollo y perfeccionamiento de la web y la ayuda del internet, se ha creado una notable tendencia por el manejo de información a través de medios digitales, y se ha alcanzado un gran desarrollo en cuanto a las aplicaciones y funciones que se pueden realizar digitalmente.

Es un hecho que miles de personas usan el internet a diario, lo cual ha creado un interés y desarrollo comercial, al tener un mercado mucho más amplio con un alcance y audiencia de lectores a nivel global, las empresas pueden llegar más directamente a sus usuarios. Igualmente, la información es distribuida de manera rápida; es un medio más económico, disminuye el costo de producción, utiliza el menor espacio y si se enfoca a términos ambientales, no existe desperdicios sólidos.

Las revistas digitales son parte de este desarrollo, brindando una nueva forma de comunicar, este tipo de aplicación se esta utilizando cada vez más, en el caso de las editoriales y desarrollo de revistas, las marcas ya existentes producen no solo su versión impresa pero también la digital, de esta manera alcanzan más público y brindan comodidad a sus usuarios.

La creación de una revista digital brinda muchos beneficios, si se lo combina con una edición impresa disminuye la cantidad de ejemplares a producir, y se crea un canal de suscriptores en versión digital, de esa manera se mantiene la misma dinámica, sin embargo que esta vez los clientes podrán acceder a la revista desde cualquier dispositivo móvil, computador o Tablet.

La funcionalidad de esta nueva tendencia beneficie no solo al consumidor también al productor, y es por eso que esta tomando cada vez más fuerza, se dice que todo el diseño se debe dirigir a esta nueva era tecnológica en la cual cada vez existirán más posibilidad que estén ligadas con el internet, la web y dispositivos móviles.

4 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Planteamiento de problema

En base a los capítulos previos, se puede afirmar que el principal problema del desarrollo artístico cultural en el país es el bajo nivel de conocimiento con respecto a estas áreas sociales, lo cual afecta directamente a la falta de identidad nacional que posee la ciudadanía ecuatoriana.

Como se mencionó en el capítulo II, investigaciones han determinado que el ecuatoriano piensa que arte y cultura tiene relación con los programas, talkshows y realities que se transmiten en la televisión, o simplemente no conocen acerca del tema.

Actualmente el país cuenta con un alto nivel de crecimiento cultural y cada vez existen más artistas en todas las disciplinas, pero ¿Porqué los ecuatorianos no conocen esto?

Es claro que no existe un manejo de comunicación e información eficaz como podría ser el caso un medio de difusión masivo que de a conocer a los artistas, obras, ferias y programas, además de crear interés a la participación y conocimiento del mismo. El Ecuador no cuenta con una costumbre de consumo artístico, es un área muy poco experimentada que requiere atención.

Adicionalmente a la falta de difusión, el país posee un alto nivel de inestabilidad política dentro de los Ministerios y entidades públicas, que son las principales fuentes para el desarrollo cultural. En el último año el MCYP ha tenido dos cambios de ministro lo cual afecta directamente en la continuidad de los proyectos programados, suspendiéndolos por tiempo indefinido. Esta realidad afecta a que las soluciones propuestas tengan éxito, ya que ninguna de ellas se mantiene por largo tiempo y no se puede conseguir resultados exitosos si existe falta de continuidad en los proyectos.

4.2 Objetivos

4.2.1 General

Fomentar y dar a conocer el arte y cultura que se desarrolla en el país, con el fin de reducir el nivel de desconocimiento que existe acerca del tema y aumentar el grado de interés y participación de la sociedad ecuatoriana, para que sean miembros activos de este crecimiento.

4.2.2 Específicos

1. Crear una tendencia de apoyo a las creaciones artísticas y ayudar a la construcción y fortalecimiento de la identidad nacional en el Ecuador.
2. Promover a través de las nuevas tecnologías una herramienta de comunicación y difusión de las artes, para beneficio de los artistas y exponentes culturales.
3. Desarrollar una propuesta de diseño gráfico digital, que atienda el déficit de comunicación en estas áreas y que intente reducir el nivel de desconocimiento acerca del tema en los ecuatorianos.
4. Formar una red de artistas, que ayude a la expansión y crecimiento de los mismos, para que puedan mostrar su trabajo a nivel nacional e internacional.
5. Incentivar la participación y asistencia a los eventos culturales que se desarrollan mensualmente a lo largo del país
6. Suplir el nicho de mercado artístico y posesionarse como una alternativa fresca, captando la atención e interés de los ecuatorianos.

4.3 Alcance

El proyecto de creación de un sistema gráfico digital de apoyo y promoción al arte y cultura ecuatoriana posee un alcance mixto:

En primer lugar es exploratorio, porque se trata de nuevos artistas y tipos de arte que no son conocidos a nivel nacional e internacional, además que se pretende aumentar el número de involucrados o interesados en el proyecto.

Descriptivo, porque examina la situación actual de las personas inmersas en este tema y a la vez de la ciudadanía que le interese temas de arte y cultura, sus características, necesidades, además tomar en cuenta el manejo de este tema en otros países o lugares específicos, y de qué forma se podría aplicar esto en el proyecto.

4.4 Enfoque

La investigación y desarrollo del proyecto actual posee un enfoque mixto, ya que se trabajará con dos tipos de información, la cuantitativa y la cualitativa. Cuantitativa por ejemplo, al tomar en cuenta el número de disciplinas, artistas, concursos, ferias y eventos artístico culturales que se desarrollan en el país y en el extranjero y estos son los datos con los que se trabajará para recopilar información de interés para la creación del proyecto. Por otro lado, Cualitativo, en cuanto a las entrevistas, encuestas, opiniones y sugerencias que son muy importantes para poder asegurar el éxito del proyecto y además tener un producto final que sea acorde a los gustos y exigencias del futuro cliente.

4.5 Herramientas de investigación

Al ser un tipo de proyecto independiente, que no se maneja bajo el apoyo directo de ninguna institución, la investigación se la realizó en dos etapas:

La primera etapa se identificó y analizó el arte y cultura en el país como ha sido manejado, y su interacción con la ciudadanía, al igual que los intereses de los mismos, con el fin de obtener toda la información necesaria para desarrollar un medio de difusión para el arte y cultura.

La segunda etapa, la aplicación de dicha información y plasmarla en físico lo cual se verá en el proceso de creación de la propuesta de diseño, sin embargo, dentro de dicho proceso no se dejará de recopilar nueva información con el fin de que el proyecto sea lo más real posible.

4.5.1 Observación de campo

Tomando en cuenta que el presente proyecto tiene como finalidad crear un medio de difusión del arte y cultura ecuatoriana, la propuesta de diseño tendrá un enfoque en la ciudad de Quito, capital del Ecuador, de esta manera la información será principalmente de dicha ciudad, sin dejar de lado cierta información de otros lugares del país. Esto es debido que para recopilar información de todo el país tomaría mucho más tiempo y trabajo de varias personas, y para empezar se propone algo local para poder estudiar el mercado y tener contacto directo con lo que pasa en el arte y cultura, al ser Quito la capital de la República nos da una noción general del país ya que muchas personas de otros lugares o provincias buscan expandirse y llegar a Quito.

En primer lugar, se realizó la observación de campo en los diferentes lugares de arte que existen en la ciudad (museos, galerías, escuelas y centros), para recolectar información de diferentes artistas, tipos de arte y cultura, eventos que existen mensualmente en todas las áreas y que es de más interés para los ciudadanos.

Adicionalmente, se continuó investigando los programas, ferias y concursos que tiene el MCP, de esta manera se puede tener una noción más clara de las necesidades de los artistas y del medio en el que se desarrollan, para así crear

un producto acorde con los requerimientos del mercado nacional y que tenga éxito en su producción, desarrollo y poder mantenerlo de manera activa.

4.5.2 Encuestas

La encuesta según el centro de investigaciones sociológicas, es una técnica de recolección de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos. (Centro de Investigaciones Sociológicas - CIS, s.f.)

Tras la aplicación de una encuesta a un grupo significativo de ciudadanos quiteños, se tendrá datos reales de sus intereses y sobretodo saber el éxito del proyecto, lo cual será definido por la aceptación de la idea.

4.5.2.1 Población

La población es la totalidad de personas parte del objeto de estudio, en este caso, al hablar de arte y cultura se tiene una población bastante extensa, ya que se busca dar a conocer este tema a los ciudadanos en general. No obstante, la aplicación de las encuestas se las enfocó a ciudadanos con un nivel de educación superior, sin ningún tipo de estrato social, ya que el área a trabajar (arte y cultura) no es clasista y abarca a todos los integrantes de un lugar, sin embargo, se tomó en cuenta el nivel de educación ya que es una realidad que el arte en el país es apreciado y de interés para este tipo de personas, y para el desarrollo inicial del proyecto se debe considerar el mercado ideal que se desea, para que el proyecto tenga éxito.

En el último censo realizado por el INEC se obtuvo que la población a ser considerada es 1,504.911 habitantes, y es importante recalcar que se destacó que en la actualidad la población quiteña está constituida en su mayoría por jóvenes.

4.5.2.2 Muestra

A través de una fórmula estadística se determina el tamaño de la muestra, la cual es un grupo representativo de personas tomado de la población aleatoriamente para la aplicación directa de la encuesta. Los resultados que se obtengan serán tratados con diferentes herramientas estadísticas para poder lograr tener datos referenciales reales.

Fórmula para obtener la muestra

n: tamaño de la muestra
N: tamaño de la población
 σ : desviación estándar (0,5%)
Z: nivel de confianza (1,96)
e: error muestral (0,05%)

$$n = \frac{N (\sigma^2 \cdot Z^2)}{(N-1) e^2 + (\sigma^2 \cdot Z^2)}$$

Figura 22. Fórmula para obtener la muestra a partir de una población
 Tomado de: (Monografias.com, s.f.)

Lo valores equivalentes a desviación, nivel de confianza y error muestral, son los valores comúnmente usados que garantizan un resultado exacto.

Procedimiento

$$n = \frac{1'504,911 (0,5^2 \cdot 1,96^2)}{(1'504,911 - 1) 0,05^2 + (0,5^2 \cdot 1,96^2)}$$

$$n = \frac{1'444,714.56}{3,763.235} = \underline{383}$$

Figura 23. Procedimiento para la obtención de la muestra

Al finalizar el cálculo de la muestra se obtuvo un resultado de 383 personas a las cuales se les aplicará la encuesta, que constará de varias preguntas abiertas y cerradas, que tendrán un enfoque cualitativo o cuantitativo respectivamente. De esta manera al utilizar varios tipos de preguntas se obtendrá todo tipo de

opiniones y gustos por parte de los ciudadanos quiteños con relación al tema del proyecto.

4.5.2.3 Modelo de encuesta

La encuesta consta de 9 preguntas muy claras que fueron aplicadas en diferentes sectores de la ciudad, tomando en cuenta que los encuestados son personas de nivel de educación superior (de 18 años en adelante). Para obtener mejores resultados se analizaron los lugares y personas para la aplicación de la misma.

ENCUESTA

Edad: 18 - 23 24 - 29 30 - 36 37 - 42 43 - 48 49 - más

Profesión: _____

La siguiente encuesta tiene como finalidad conocer algunos de sus intereses respecto al arte y cultura, por favor conteste las siguientes preguntas:

1. ¿Encuentra interés en temas de arte y cultura?

SI NO

* Si su respuesta es afirmativa, en qué tema tiene más interés, puede marcar varias.

artes escénicas artes literarias artes musicales artes plásticas y visuales otros _____

2. ¿Suele asistir a eventos artísticos culturales en su ciudad o país?

SI NO

* Si su respuesta es afirmativa, con qué frecuencia asiste:

muy rara vez eventualmente frecuentemente muy frecuentemente
1 vez cada 6 meses 1 vez por mes más de 2 veces por mes todas las semanas

3. ¿Cómo se entera de eventos culturales, nuevos artistas, ferias o tendencias artísticas en su localidad?

redes sociales noticias prensa escrita no se entera

otros: _____

4. ¿Cree usted que es necesario la implementación de algún medio para la difusión del arte y cultura en el Ecuador?

SI NO

* Conoce usted alguno, cuál?

5. ¿Estaría interesado en adquirir una revista que contenga información sobre arte y cultura?

SI NO

6. ¿En que tipo de presentación le gustaría que sea la revista?

impresa digital ambas

otras: _____
otra idea de como le
gustaría que sea

7. Dentro del arte y cultura, califique los siguientes temas de información según el nivel de importancia usted crea que tengan, siendo 1 el menos importante y 5 el más importante.

	1	2	3	4	5
Entrevistas					
Nuevas Tendencias <small>que hay de nuevo en el Ecuador y el mundo</small>					
Calendario de eventos artísticos					
Festivales, bienales y concursos					
Actividades, museos y galerías					
Información de artistas diferentes disciplinas					

8. ¿Qué otros temas le gustaría que se traten?

9. ¿Con qué frecuencia le gustaría que circule la revista?

mensual bimensual trimestral

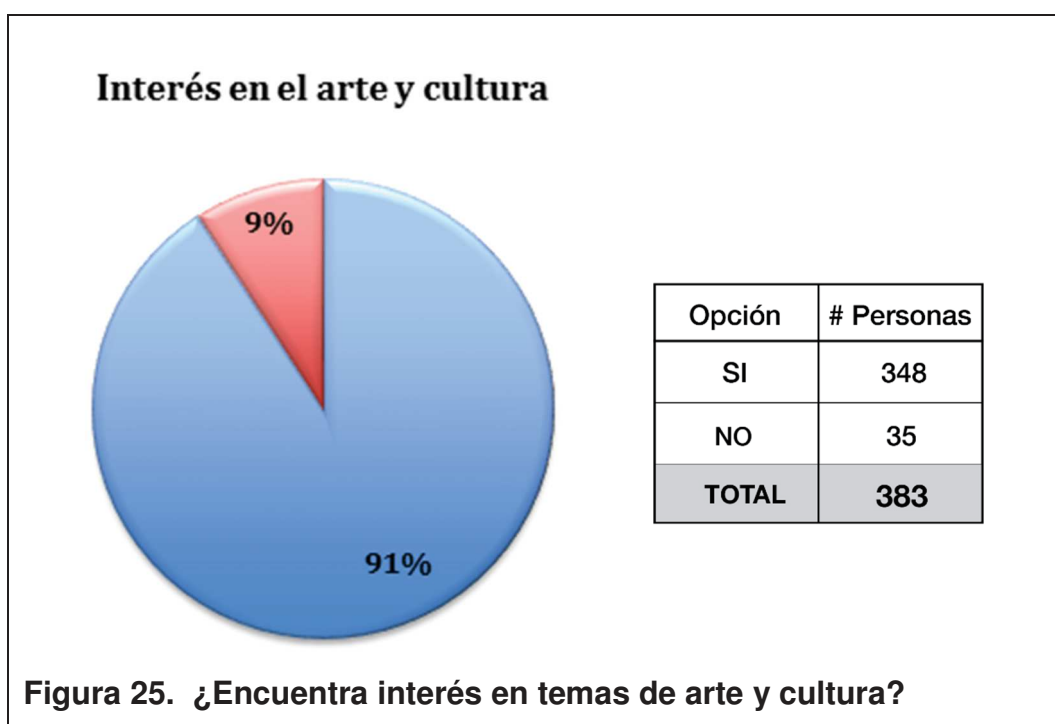
GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Figura 24. Modelo de encuesta aplicada en el proyecto

Se escogieron varios puntos a lo largo de la ciudad para realizar la encuesta, entre los cuales fueron universidades, centros de arte, galerías, museos, zonas financieras y comerciales, entre otros. De esta manera se entrevistó a personas de todo tipo de edades y se obtuvo una idea más real.

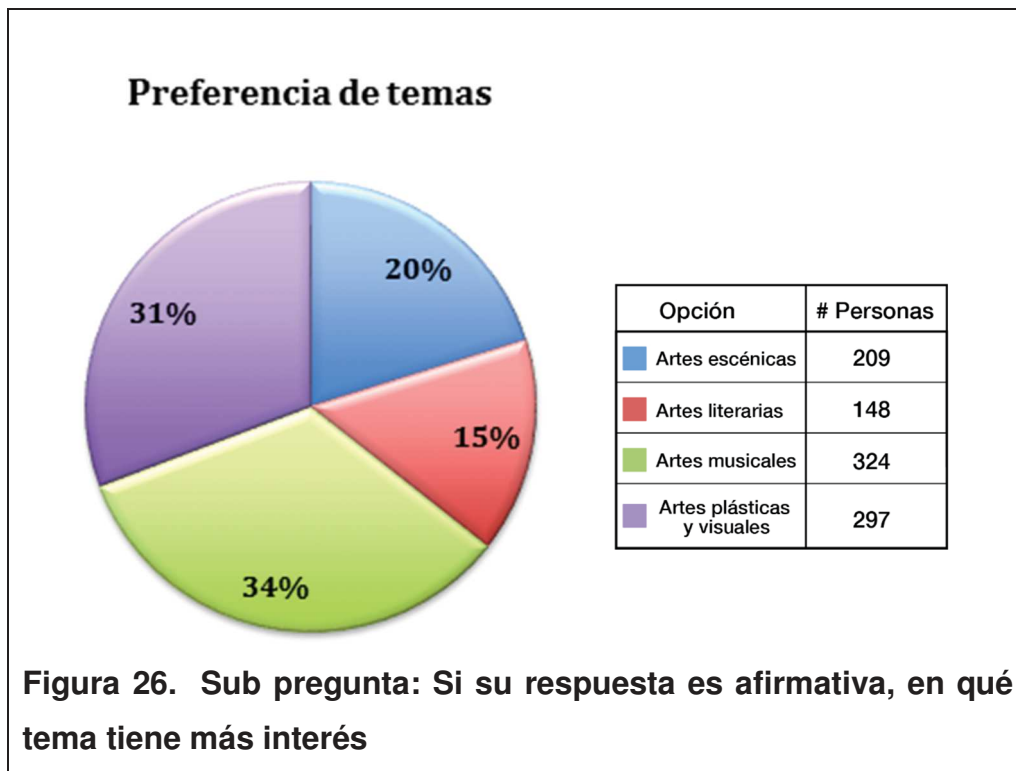
Los resultados más importantes de las encuestas son mostrados a continuación el resto se los puede encontrar en el **Anexo 2 en la página 154.**

- **¿Encuentra interés en temas de arte y cultura?**



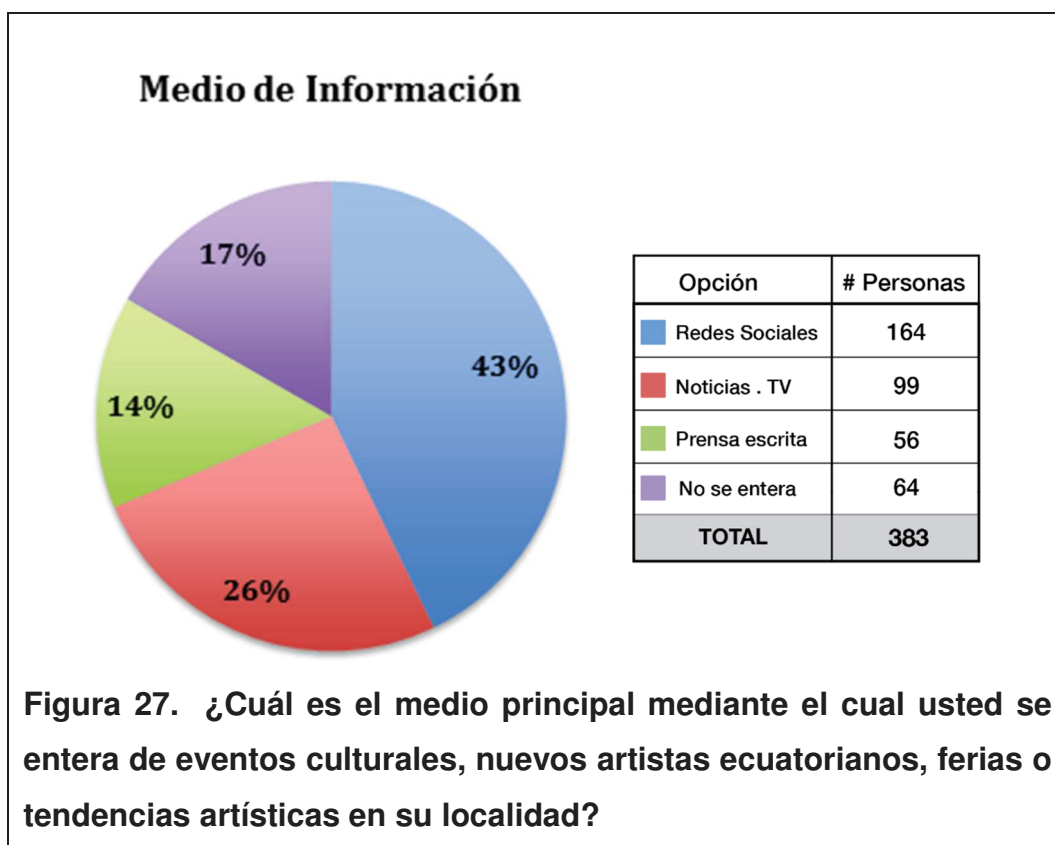
El resultado de la primera pregunta es muy favorable, ya que muestra una aceptación masiva a temas culturales con un 91%, por otro lado se debe tomar en cuenta el 9% en contra, que son personas que buscan otro tipo de información o también tras preguntar el porqué de su respuesta afirmaron que no existe mucha información de estos temas es por eso que no les causa interés.

- **Sub pregunta: Si su respuesta es afirmativa, en qué tema tiene más interés.**



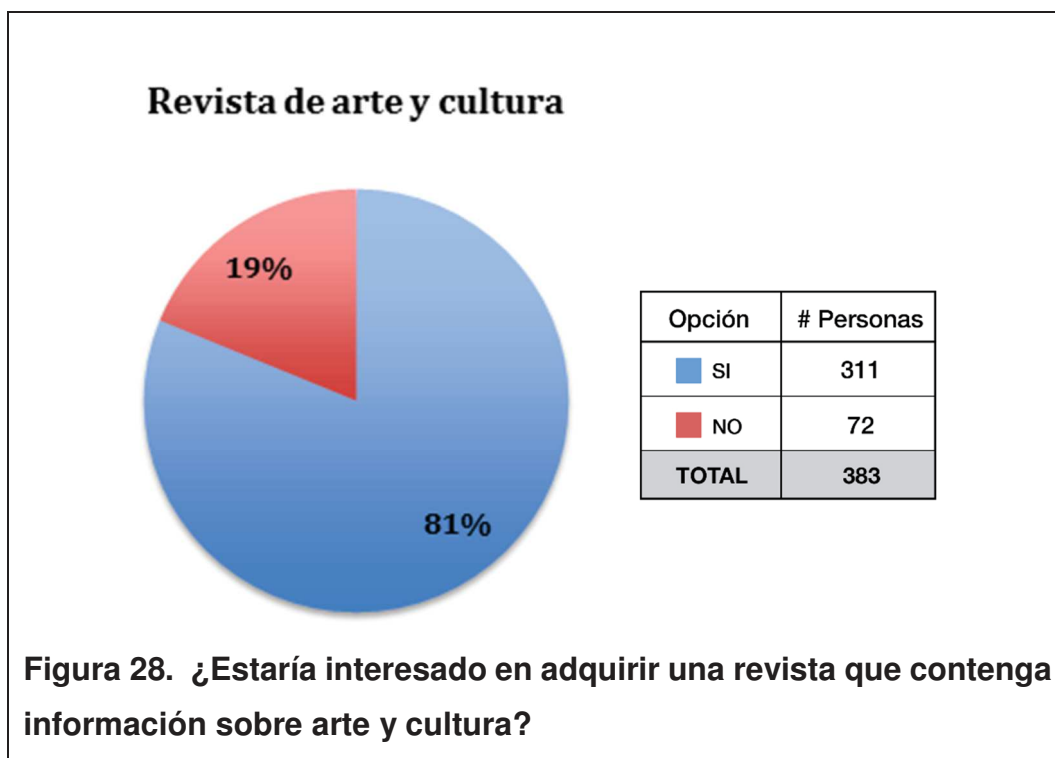
Dentro de la pregunta de intereses, se dio la opción para que los encuestados den a conocer que temas prefieren, al ser una pregunta múltiple cada opción podía tener un total de 383 como el 100% es decir que todos se interesan por el tema, esta claro que esto no iba a pasar ya que cada persona tiene gustos diferentes y más que nada esto nos ayudó a saber que los 4 temas son de mucho interés ninguno tuvo un nivel bajo de aceptación.

- ¿Cuál es el medio principal mediante el cual usted se entera de eventos culturales, nuevos artistas ecuatorianos, ferias o tendencias artísticas en su localidad?



En base al medio de información que tienen los ciudadanos para enterarse de todo tipo de temas artísticos, principalmente de ferias, nuevos artistas ecuatorianos y eventos, se pudo observar que la mayoría se informa a través de redes sociales e internet, y es importante recalcar que un gran porcentaje de personas que contestaron NO a la pregunta de asistencia a eventos artísticos afirmaron que no lo hacían porque no se enteraban o no contaban con información necesaria de los mismos.

- ¿Estaría interesado en adquirir una revista que contenga información sobre arte y cultura?



Con un 81% la respuesta a esta pregunta fue en su mayoría positiva, y se dio la apertura a una revista de arte, además algunas personas que respondieron que no ven necesario un nuevo medio de difusión estarían dispuestos a comprarla, lo cual nos indica que el mercado tiene todo tipo de posibles clientes, los que siempre van a estar dispuestos a adquirirla, y otros que dependiendo de cómo se maneje y el tipo de promoción que se utilice para dar a conocer la revista podrían hacerlo. Sin embargo, como parte de la investigación se encontraron ya algunos medios de difusión que son utilizados por varios artistas y personas inmersas en el campo artístico, y muchos ciudadanos hacen uso de las mismas, sin embargo, no existe un lugar en donde se encuentre unificado todo, y que se muestre esta información como una verdadera obra de arte, y que se de la importancia que se debe dar a este ámbito de la sociedad.

4.5.2.4 Interpretación de resultados

Al analizar los resultados obtenidos, existen dos puntos claves que se debe mencionar, el primero que el rango de edades se las puede dividir en dos tipos de target, el público joven (18 – 36), y el público adulto (37 – en adelante), se toma en cuenta esta división ya que el público joven son quienes actualmente están creando y desarrollando el arte en el país, y el público adulto son las personas interesadas y potenciales clientes directos de dichos artistas ya que vendrían a ser los inversionistas (empresarios).

Segundo, la idea que sea una revista de arte fue bastante aceptada, se tomó como opción una revista, ya que es un material gráfico que maneja información de manera masiva y es lo que se busca en el proyecto, poder informar información de manera que llame la atención y que se quede en la mente de los posibles lectores.

4.5.3 Entrevistas

Las entrevistas también son una de las herramientas de recolección de datos más utilizadas, en este caso se realizarán entrevistas a expertos del tema, con el fin de tener más información real y de esta manera recolectar opiniones y consejos por parte de activistas del arte para ser aplicados en el proyecto.

4.5.3.1 Entrevista a docente en arte

Nombre: Jolanda Pallotti

Profesión: Artista y docente de la Universidad de las Américas, nacionalidad italiana.

Al entrevistar a un docente en diseño que a la vez tiene experiencia artística fue de mucha ayuda, ya que con su experiencia supo dar respuestas claras de cómo manejar la información, además de ser extranjera y brindó su opinión acerca del

manejo artístico en el país, también se había dado cuenta de esta problemática y su punto de vista como alguien externo al país amplió el panorama del problema.

Las preguntas que se formularon son las siguientes:

1. Cómo artistas y creadora extranjera, como ves el manejo del arte y cultura en el Ecuador?
2. Crees tu necesario el implemento de un medio masivo de comunicación (revista) relacionado al arte y cultura, sus eventos, programas, artistas y demás?
3. En el ámbito de diseño como crees que deba ser manejada esta revista?

El contenido completo y las respuestas de la entrevista se las puede encontrar en el **Anexo 3 en la página 163.**

4.5.3.2 Entrevista a uno de los ganadores del concurso “Fondo Fonográfico 2014” categoría Pop

Nombre: Jonathan Ruiz

Profesión: Ganador del proyecto Fondo Fonográfico desarrollado por el Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador.

Fue importante entrevistar a uno de los ganadores de los programas desarrollados por el Ministerio, ya que de esa manera se tiene la opinión de un artista directamente involucrado en el crecimiento cultural y artístico del país, al saber su experiencia y trayectoria se pudo reconfirmar lo antes mencionado y tener su aporte para el proyecto.

Las preguntas que se formularon son las siguientes:

1. Como artista ecuatoriano, crees tu que la sociedad da la suficiente importancia al arte y cultura que se desarrolla en el país? Si, no, porque?
2. Como ha sido tu experiencia como cantante, refiriéndose al tema de apoyo como artista y los medios para darte a conocer?
3. Al ser parte del concurso Fondo Fonográfico, que te pareció esta experiencia, que pudiste notar, y crees existen falencias dentro del manejo de estos concursos, o que hace falta?
4. El presente proyecto busca crear un medio de difusión masivo de arte, principalmente una revista impresa y digital. Crees tú que esto funcionaría, que le aumentarías o que otro medio de difusión crees que podría aplicarse?
5. A qué tipo de público debería estar dirigido?
6. Cómo crees tu que podría tener éxito esta propuesta?

El contenido completo y las respuestas de la entrevista se las puede encontrar en el **Anexo 4 en la página 165**.

4.5.3.3 Análisis general de las entrevistas

Tras realizar entrevistas a un especialista en arte y a un artista que ha sido parte de programas desarrollados en el país, se puede concluir que ambos coinciden que existe interés por parte de los ciudadanos ecuatorianos, sin embargo no cuentan con la suficiente información para mantenerse al tanto de todo lo que pasa en el país, además que no existe un manejo adecuado por parte de las organizaciones culturales para dar a conocer todo lo que realizan, y la creación de un medio de difusión independiente ayudaría no solo a los artistas sino

también a todas las instituciones creadoras de arte para que tengan más cantidad de interesados.

4.5.4 Público objetivo del proyecto

La determinación y análisis del público objetivo se lo realizó al terminar los procesos de: observación de campo, encuestas y entrevistas, de esta manera se plantea un público mucho más real y específico.

Como se explicó anteriormente al realizar las encuestas, el target principal fueron personas de educación superior de cualquier tipo de clase social, ya que por más que se desee crear algo para educar y dar a conocer información importante sobre el arte y cultura a la población ecuatoriana, no se debe dejar de lado la realidad, la cual es que solo este target específico (personas de educación superior), tendrá un mayor y verdadero interés por este tema, y para el lanzamiento e inicio del proyecto se debe tomar en cuenta en específico este nicho de mercado.

Por otro lado, el mercado tiene dos tipos de interesados, las personas que quieren informarse (conocer sobre el tema) y los empresarios o entidades dispuestos a invertir en el mismo. (Rango de edades explicado anteriormente). Al hablar de inversión no solo se refiere a posibles empresas que desean plasmar su marca dentro del proyecto, sino también interesados en comprar las obras de los artistas, que los contraten para algún fin, que ayuden en su desarrollo. Para que exista esa inversión se debe crear una tendencia de apoyo, entre más personas apoyen un fin los empresarios invierte, es decir, si es que el proyecto logra alcanzar con todos los segmentos que pretende entonces la inversión existirá.

De esta manera se concluye, que el producto a ser desarrollado debe ser de calidad, que llame la atención dispuesto a crear una tendencia para el apoyo por

parte de empresas, entidades o posibles interesados para invertir en el arte y cultura y beneficiar no solo a la ciudadanía pero también a sus creadores.

4.5.5 Etapas de diseño

Para el desarrollo de la presente propuesta se tomó en cuenta las siguientes etapas de diseño, de esta manera el proceso de creación se lo realizó de manera ordenada y esquemática para obtener un producto final que cumpla con todos los objetivos planteados. Se tomó como referencia el esquema planteado por el famoso diseñador Bernhard Burdek.

La metodología escogida fue de gran ayuda ya que no solo se la aplicó de manera general, sino también en el proceso de creación de cada una de las piezas que contiene este proyecto, el cual tiene como resultado final una revista de arte y cultura ecuatoriana en versión impresa y digital.



5 DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE DISEÑO GRÁFICO DIGITAL QUE FOMENTE Y DÉ A CONOCER EL ARTE Y CULTURA ECUATORIANA

Al finalizar el proceso de investigación y análisis al Ministerio de Cultura y Patrimonio, se delimitó que se trabajará el diseño gráfico, editorial y web para la presente propuesta, ya que el objetivo principal es el fomento y apoyo del arte y cultura; a través de estas herramientas de diseño se podrá lograr un producto final que funcione como un medio de difusión masivo de información al alcance de los ecuatorianos.

Específicamente la propuesta final consta de una revista de arte y cultura en versión impresa y digital, que contiene una gran variedad de información artística, y fue diseñada de manera que capte la atención del público y que puedan informarse de manera fácil y sencilla acerca del tema, de esta manera se pretende disminuir el nivel de desconocimiento acerca del tema, apoyar a los artistas y fomentar la participación y conocimiento en estas áreas. Al ser una revista que tiene dos tipos de formatos, tendrá un alcance bastante amplio y se podrá conseguir de manera más efectiva los objetivos propuestos.

Los elementos diseñados como parte de la presente propuesta fueron los siguientes:

a. Marca

Al ser una revista nueva, se necesitó la creación de una marca, que tenga un estilo y concepto definido, que se aplicará en todo el proceso de diseño.

b. Revista de arte y cultura

La revista es el producto principal de esta propuesta, se eligió este tipo de herramienta gráfica porque que es un medio de difusión masiva de información y con un buen manejo de diseño se puede producir algo muy

novedoso que cree interés y que la ciudadanía se informe. Toda la propuesta esta enfocada al desarrollo de la revista en sus dos formatos.

c. Página web

Se creó la página web de la revista para que en ella conste el formato digital de la misma, en las encuestas hubo bastante acogida para la creación de este formato, es decir también se debe manejar información artística a través de la web para llegar a más personas y público.

d. Manual de estilos

Como parte final de todo el proceso de diseño, es necesario crear el manual de estilos, de esta manera se establece todas las normas básicas de creación de la revista (formatos, tipografías, aplicación de la marca, entre otros) que deberán ser aplicadas en la producción de futuras ediciones.

Cabe recalcar que lo desarrollado es una propuesta que busca brindar una posible solución a la problemática anteriormente mencionada.

5.1 Marca

Fue el primer paso para el desarrollo de la propuesta. Se estableció el concepto de la revista, lo que desea reflejar y cómo hacerlo; y partir de éste, se manejó todo el diseño y la creación del resto de piezas gráficas.

Tomando en cuenta que la imagen de una empresa, entidad o proyecto se ve reflejado en su marca, está debe tener personalidad, ser clara y de fácil entendimiento y tener la capacidad de quedar grabada en la memoria de los clientes y posibles usuarios; además de estar sujetos a los objetivos que desee alcanzar. Esta primera etapa de creación tuvo los siguientes pasos:

1. Definición del concepto y tipo de revista que se pretende ser.
2. Bocetos.
3. Perfeccionamiento, diagramación y digitalización de la opción elegida.

5.1.1 Concepto de la revista

Ser una muestra y expresión del arte y cultura en el país, brindando información destacada acerca del tema. Mostrarse como una opción nueva y llamativa que busca ser parte de la vida de los ecuatorianos y público en general. Ser un apoyo para artistas, un medio de difusión y crecimiento para los mismos.

La marca e imagen a desarrollarse debe reflejar lo antes dicho, de manera clara y precisa, una de las características que se tomó en cuenta para el desarrollo de la misma, fue el hecho que estará acompañada de obras de arte en la portada, es por eso que una de los aspectos más importante que se consideró fue la simplicidad y legibilidad para que no compita con el arte de la portada y también que se destaque la marca.

5.1.2 Bocetos

Con todo lo antes mencionado se empezó el proceso de bocetaje, en el cual se desarrollaron varias opciones, principalmente se tenía en cuenta que el nombre indique a primera vista que se trata de arte, y que sea simple y de fácil lectura, es por eso que se escogió trabajar bastante con isotipos, para que a la larga únicamente se utilice estos en la portada.

- **Posible marca con el manejo de las letras A (arte) y C (cultura)**

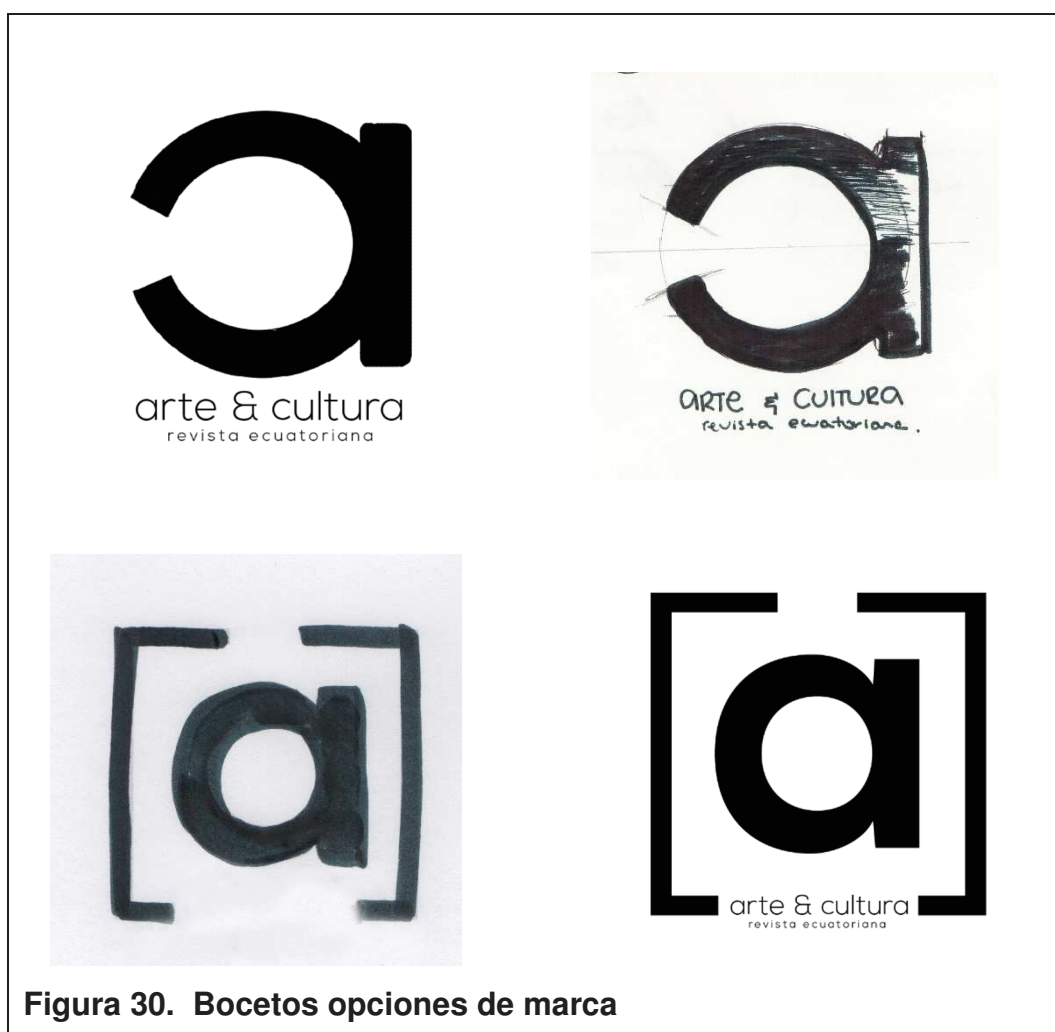


Figura 30. Bocetos opciones de marca

Estas fueron algunas de las opciones que se trabajaron antes de escoger la final, como se puede notar existieron algunas opciones, el bocetaje siempre empieza a mano y poco a poco se digitaliza sin perfeccionamientos para tener una idea más clara de cómo se vería la marca.

- **Marca ganadora**

La escogida tiene un nombre bastante relacionado al arte y hace referencia directa con el concepto de la revista, el nombre es Mosaico, se trabajo este nombre en primer lugar porque tiene referencia con el arte, seguido porque mosaico es una obra que esta constituida por varias piezas de diversos

colores colocadas de manera sincronizada para crear composiciones decorativas y figurativas, y eso es lo que desea ser esta revista, una muestra de arte que contenga varias piezas (obras y artistas) en un mismo lugar organizadas de tal manera que exista un espacio para cada tipo de disciplina artístico cultural. A partir de este nombre se crearon varias opciones, sobre tipografía, elementos, formas de trabajo, entre otros.

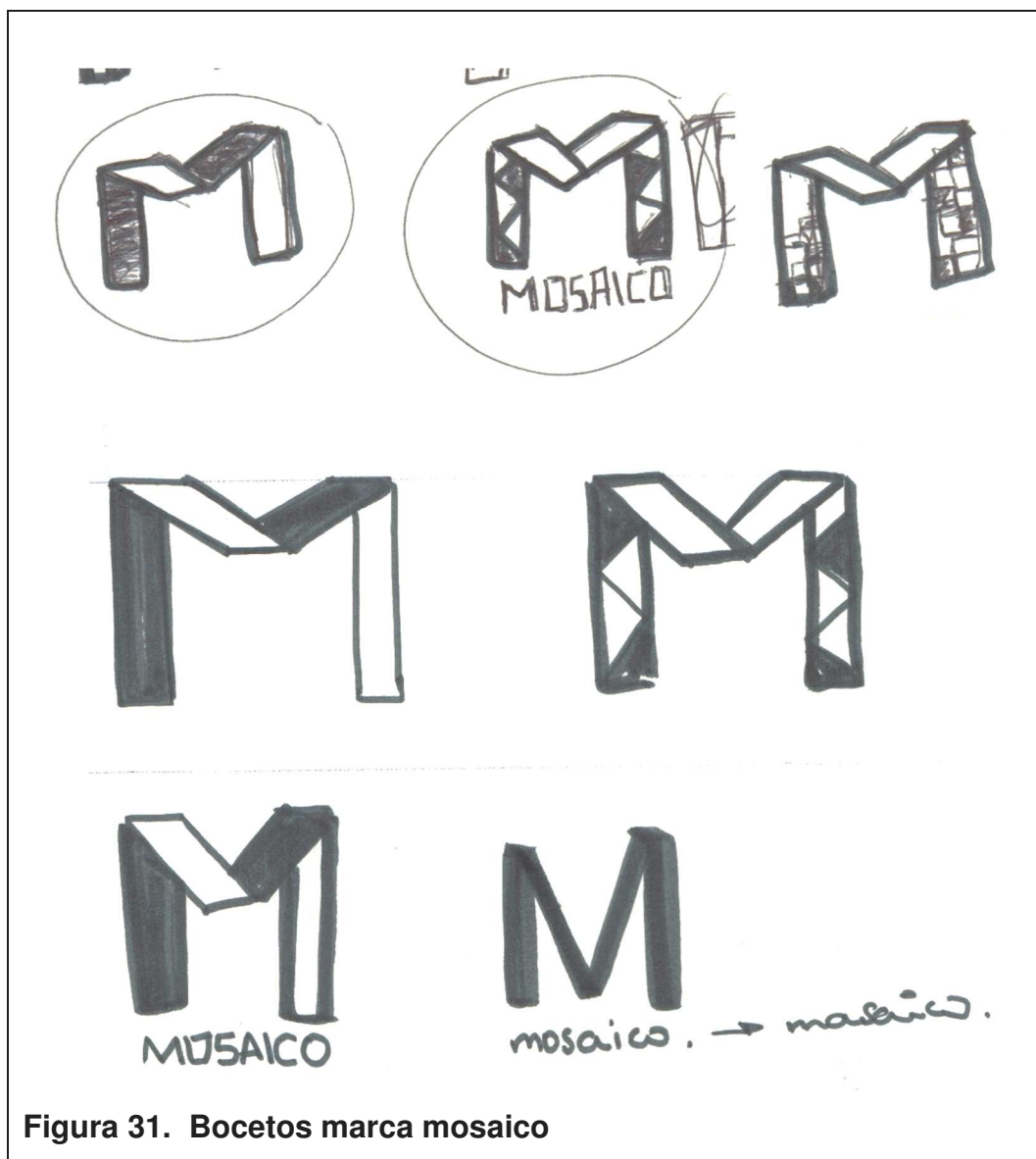


Figura 31. Bocetos marca mosaico

La Figura 31 muestra algunos de los primeros bocetos que se realizaron a partir de la letra M ya que se buscaba que está sea la protagonista y que funcione como un isotipo, y partiendo de esa idea se experimentaron

algunas opciones para transmitir el hecho que es un mosaico, es decir combinar varias formas o colores, todas las opciones también se las combinó con tipografías y se crearon varias tentativas teniendo como resultado la propuesta final que es la que se muestra y se explicará en el siguiente apartado.

5.1.3 Mosaico, revista de arte y cultura ecuatoriana

La marca pretende mostrarse de manera simple, nada sobre cargado ya que va a estar en constante contacto de obras de arte, fotografías, pinturas, entre otros, es por eso que se trabajó a partir de líneas rectas, es una marca muy geométrica y clara en sus rasgos, de esa manera se asegura el entendimiento a primera vista por parte de los consumidores y clientes.

Está compuesta por 3 piezas fundamentales, el isotipo, el cuerpo (nombre) y una referencia o slogan.

- Isotipo: Es la letra M, trabajado por piezas geométricas interpuestas entre sí, con la perfecta proporción en relación al grosor de sus piezas.
- Cuerpo: es el nombre de la revista Mosaico, con un ancho determinado para que pueda ser legible y no compita con el isotipo, de esta manera se crea un balance entre los dos.
- Frase de apoyo: “revista de arte y cultura ecuatoriana”, al lanzar la marca por primera vez, es necesario aumentar esta frase para que el entendimiento por parte del público sea absoluto.

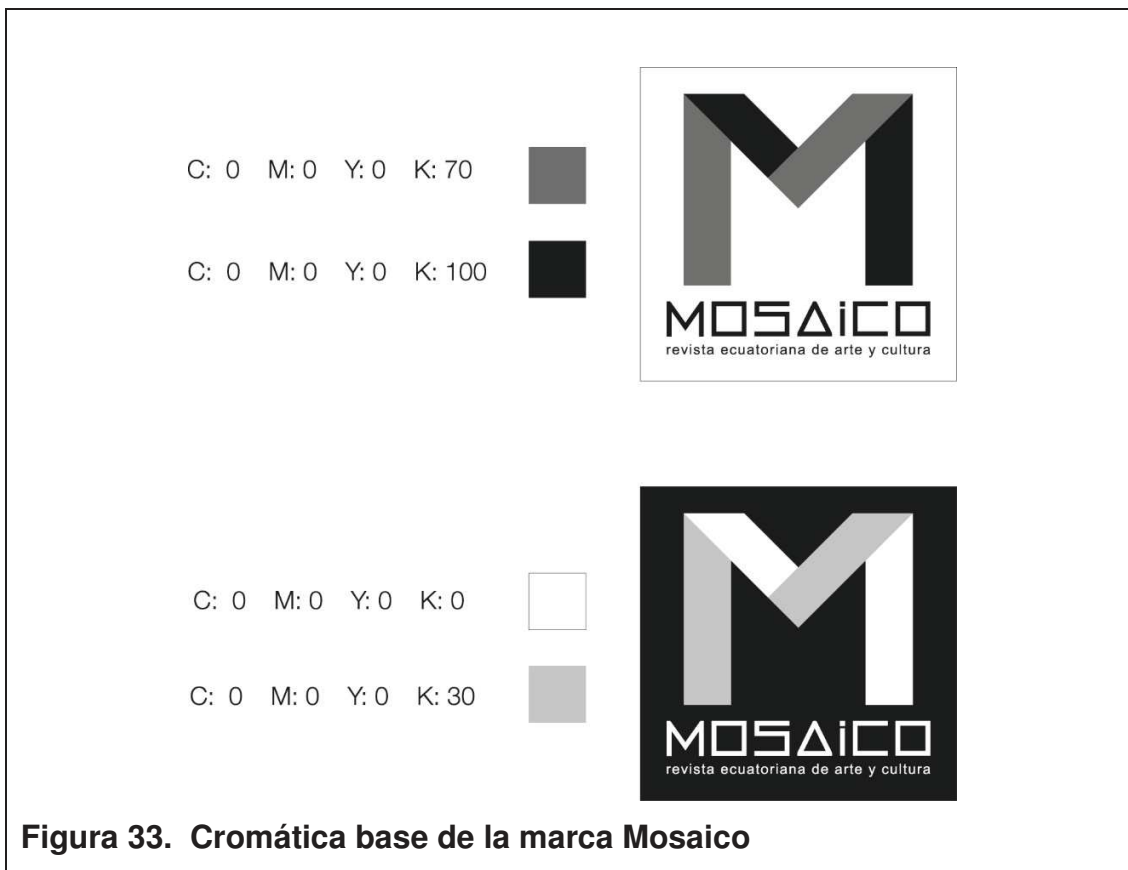


La posición de la marca será siempre en sentido vertical, manteniendo los espacios y distribución establecida. Las aplicaciones que tendrá son directamente relacionadas con el desarrollo de la revista (portada) y su página web para la versión en digital. Para más detalles acerca de los correctos usos de la marca revisar el manual de estilos adjunto.

5.1.3.1 Cromática

La cromática base de la marca tiene tonalidades que están dentro de una gama de blanco y negro, en la parte del isotipo (letra M) se debe crear un contraste de colores en sus partes opuestas, de esta manera se genera movimiento y dinamismo en la marca para que no sea del todo plana.

La presente cromática es la básica, ya que en cada edición de la revista los colores dependerán del tipo de arte de la portada, es decir, la marca tendrá colores representativos de la misma. Además que estará acompañado de un elemento gráfico extra que se explicará más adelante.



Tipografía

La tipografía de la marca fue creada exclusivamente para la misma, siguiendo las líneas rectas del isotipo, se creó una tipografía bastante geométrica que sus letras parten de un cuadrado perfecto, con un distanciamiento proporcional entre cada una y un grosor adecuado para que sea legible en cualquier tamaño y aplicación.



En cuanto a la frase de apoyo se utiliza la tipografía Arial Regular 7 pts, se utilizó otra fuente para poder crear una estabilidad y equilibrio visual entre todas las partes que conforman la marca.

“revista ecuatoriana de arte y cultura”

5.1.3.2 Aplicación de la marca en la revista y portal web

La marca general tiene la cromática y modo de uso mencionada anteriormente, en cuanto a su empleo dentro de la revista y portal web, se la aplica con un elemento gráfico extra, se creó esta aplicación, ya que la cromática de la marca puede cambiar de acuerdo al arte de la portada y para no quitar protagonismo a ninguna de las partes se vio necesario la creación del mismo.

- **Revista**



Se tomará siempre los colores más representativos o que se destaquen más de la portada para su aplicación en la portada. El elemento gráfico también podrá tener otro color que vaya a fin, siempre y cuando su finalidad sea crear un balance y destacar la marca.

- **Portal Web**

En la página web se utiliza de la misma manera el elemento gráfico de la marca, sin embargo en este caso se mantuvieron los colores básicos, esto porque dentro de la página web se maneja más tipo de información en un solo lugar y es cambiante, a diferencia de la portada que únicamente esta acompañado de los titulares.



Figura 36. Aplicación de la marca en el portal web con elemento gráfico

5.2 La revista

Siendo está la parte principal y fundamental de el presente proyecto, el diseño y desarrollo de la misma estuvo enfocado en la creación de un producto final de

calidad, que vaya acorde a los objetivos que pretende alcanzar, y principalmente que tenga un diseño claro y llamativo para el público en general.

La revista es la principal herramienta de entrada en el mercado, donde se quiere posicionar como una propuesta nueva, no solo por su contenido también por el diseño que tiene. Todos estos aspectos fueron tomados en cuenta en el proceso de creación de este medio de difusión masivo de arte y cultura.

Este proceso de creación tuvo las siguientes etapas:

- Investigación y recolección de información para la revista
- Creación y distribución de secciones de acuerdo a la información
- Delimitación del formato que se va a seguir
- Bocetaje de diagramación y distribución de la información.
- Proceso de digitalización y diseño

La primera etapa en este proceso fue la recopilación de datos, en base a los tipos de disciplinas artísticas existentes en el Ecuador, se buscó información de cada tema, para distribuirla posteriormente en secciones y definir el tipo de formato y retícula a trabajar, de acuerdo al posible contenido en cada página.

5.2.1 Creación de secciones

Al realizar la búsqueda de información se encontraron todo tipo de artistas, con gran variedad de temas, lo cual permitió crear las secciones que tendrá la revista en todas sus ediciones. Estas secciones fueron pensadas de tal manera que siempre se encuentre información acerca del tema y brinde variedad y dinamismo, es decir que exista una diversidad de información.

Las secciones son:

- Carta editorial
- En portada

- Emergente
- Musicando
- Taquilla
- Conoce Ecuador
- Artista del mes
- Experimental
- En escena
- Crearte
- En la calle
- Exterior
- La nota
- Tendencias
- Actualidad
- Agenda cultural

Son 16 secciones cada una de ellas debe manejar un tipo de información establecido, la descripción de las secciones se la puede encontrar en el manual de estilo adjunto.

5.2.2 Formato

Teniendo como base toda la información que se va a trabajar, se estableció que se desea difundir la misma con un gran apoyo visual (imágenes, ilustraciones, fotografías, entre otros) creando un tipo de revista galería que muestre el trabajo de los artistas. Además, se analizaron varios aspectos, entre movilidad, espacio, optimización de material, un formato que atraiga al cliente y que sea innovador, con todas esas variables se estableció que el tamaño de la revista sea de 24 cm de ancho x 18 cm de alto.

Un tamaño bastante práctico, pensado en la comodidad de sus futuros usuarios, al ser más pequeño que las revistas en circulación, brinda la noción que no es una revista normal, es algo más que eso, una muestra de arte.

- **Retícula**

Se trabajó con una retícula de 3 columnas, medianil de 0,4 y márgenes de 1,5 cm y sangría de 0,5 cm. Esta retícula será usada para la distribución de la información de cada página, de esa manera se mantiene un esquema ordenado que ayudará a la lectura del cliente.

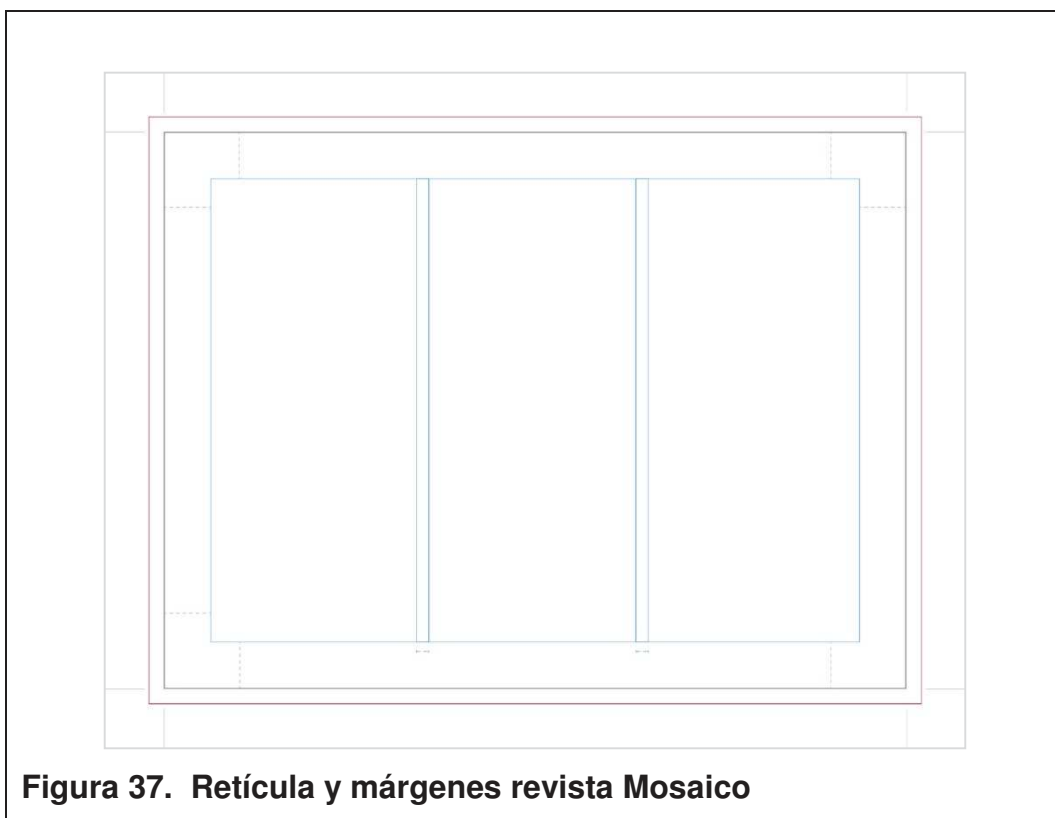


Figura 37. Retícula y márgenes revista Mosaico

5.2.3 Bocetaje y distribución

En esta etapa se estableció cuantas páginas tendrá la revista. De acuerdo al número de secciones, se distribuyó la cantidad de páginas por cada una, y adicionalmente se realizó una esquematización básica de información, todo en modo de boceto que se tuvo como guía en el proceso de digitalización y producción real.

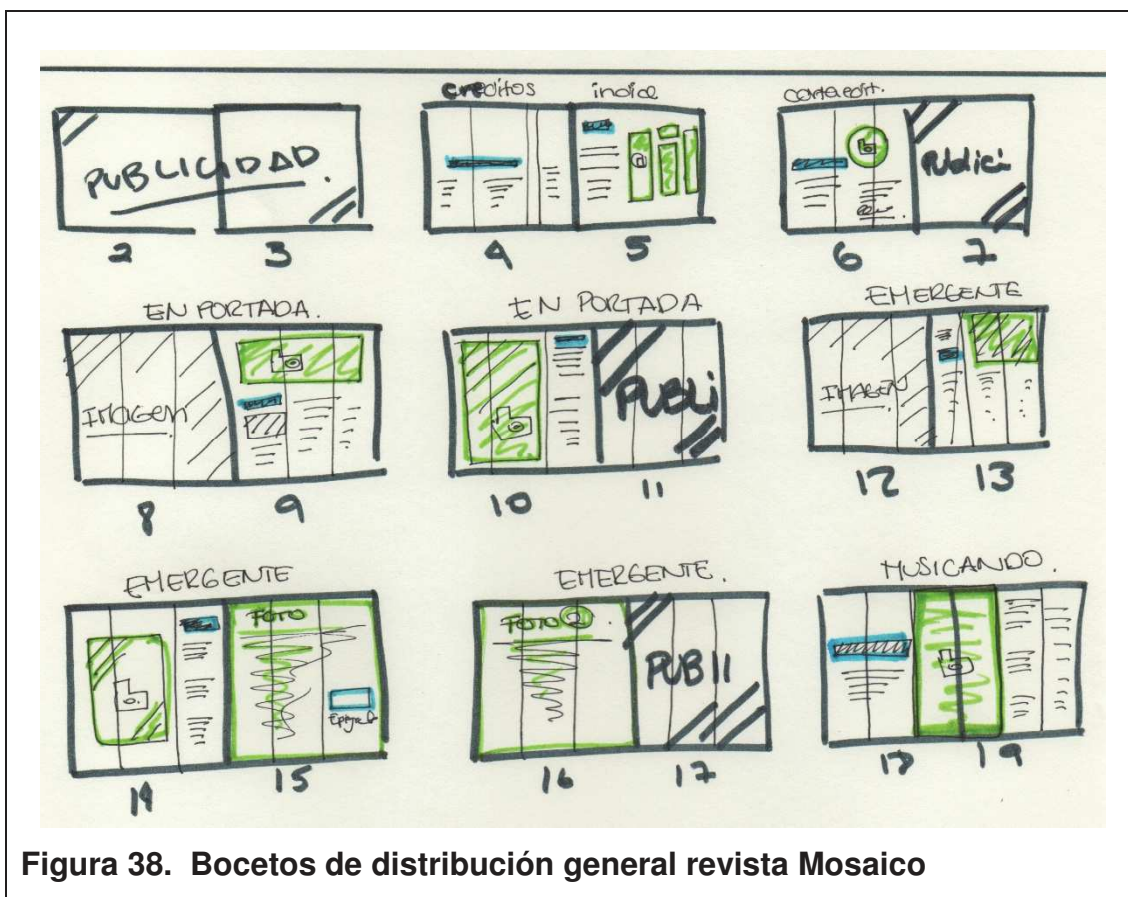


Figura 38. Bocetos de distribución general revista Mosaico

Dentro de los bocetos también se incluyó el espacio para las publicidades, y es así como se delimitó que la revista tendrá 76 páginas, contando la portada y contraportada. El número de páginas dependerá de la edición e información.

5.2.4 Digitalización y diseño

Al saber que el tamaño de la revista es de 24 x 18 cm y con toda la información distribuida de acuerdo a la retícula establecida, se procede a digitalizar la revista y empezar la creación real.

La revista se la realizó con la ayuda de los programas: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator y Adobe Indesign, los cuales brindan una amplia gama de posibilidades en el desarrollo y creación de un material editorial de este tipo, principalmente Indesign que es un programa hecho específicamente para este tipo de diseño, los otros programas se los utilizó como soporte para la creación de elementos

gráficos, edición de imágenes, y para el desarrollo de la infografía y calendario de eventos que contiene la revista.

Lo presentado a continuación es el resultado final del proceso de diseño que tuvo varias alternativas que tuvieron cambios y fueron perfeccionadas, poco a poco se logró tener la primera edición de la revista. Para información más detallada de cada una de las secciones, aplicación de tipografías y cromática general revisar el manual de estilos adjunto.

5.2.4.1 Portada

En este espacio se debe mostrar una obra de algún artista que desee potencializar su trabajo y se de a conocer. El tema o tipo de obra que se coloque dependerá del contenido general que tenga la revista. En este caso para el lanzamiento, se utilizó la ilustración creada como parte de la marca de Mosaico, de esta manera se muestra la imagen de la revista y además se da un espacio para que conozca la artista que la realizó.

La distribución es bastante simple, ya que no se debe competir entre el contenido de la portada y su arte. La marca esta ubicada en la parte superior izquierda y los titulares en la parte inferior derecha, de esa manera se crea un balance visual en conjunto.



Figura 39. Portada edición 01. Revista Mosaico

5.2.4.2 Contenido general por secciones

Como se mencionó anteriormente la revista consta de 16 secciones, cada una de ellas busca dar a conocer artistas, eventos, ferias o exposiciones que exista en cada área.

Cada sección consta de un color específico, en cuanto a la distribución de las páginas, tipografías y elementos gráficos e íconos, comparten el mismo estilo y línea gráfica, variando sus colores e información.

La descripción de cada una de las secciones, el uso de tipografías, tamaños y estilos se puede encontrar a detalle dentro del manual de estilos. A continuación se dará breves ejemplos de diferentes estilos de página de acuerdo a la sección correspondiente.

- **Sección “emergente”**

Siempre el comienzo de una sección deberá tener una imagen o un juego de imágenes del tema a ser tratado, los títulos en todas las secciones tienen un distanciamiento del borde superior hasta el comienzo del título, que se deberá respetar sin excepción, las tipografías son específicas para cada tipo de texto (títulos y subtítulos, sumarios, cuerpo de texto, epígrafes, folio) y son estilos básicos que se deben aplicar en todas las páginas de la revista, el color de la sección es aplicado únicamente en el título y elementos gráficos (como líneas, comillas, íconos) con los que cuente el artículo, ya que el nombre de la sección al igual que el folio (número de página) mantiene siempre el mismo diseño y color. Se decidió trabajar de esa manera por la cantidad de secciones que tiene la revista y la interacción con las imágenes, no se deseaba cargar demasiado la página, ya que todo esta trabajado con un tipo de diseño simple y limpio, dejando destacar lo que verdaderamente es necesario.

En este caso, la sección emergente, se trabajó con una imagen ampliada de una ilustración del artista principal del artículo, y a partir de eso siguiendo la retícula y distribución establecida se colocó la información siguiendo los tamaños y estilos establecidos.



Figura 40. Diseño sección “emergente” revista Mosaico

- **Sección “taquilla”**

En este caso, no es la página de inicio de la sección, es uno de los reportajes que existen dentro de la misma. En donde se trabajó con una imagen completa de fondo y el texto distribuido de acuerdo a la retícula y fusionándolo con la imagen, de esa manera se crea otra opción de manejo de información.



Figura 41. Diseño sección “taquilla” revista Mosaico

Como se puede observar en la imagen 31, se utilizó toda la tipografía en color blanco para que pueda resaltar sobre la imagen, y para la aplicación de una frase se utiliza un diseño específico en el cual se aplica el color de la sección en las comillas.

- **Sección “artista del mes”**

Está sección muestra otro estilo de aplicación de imágenes en donde se mantiene la estructura de la página pero se crea dinamismo con las fotografías que se incluyeron en el artículo.



Figura 42. Diseño sección “la nota” revista Mosaico

La sección artista del mes es la única que tiene un estilo diferente en cuanto al nombre de la sección, se mantiene la misma tipografía pero se encuentra con otro estilo al normal, esto es para darle más protagonismo a esta área.

La revista tiene un estilo muy bien definido, de esa manera será fácil la reproducción de la misma en futuras ediciones, manteniendo siempre la misma línea gráfica, las secciones y su distribución dentro de la revista crea un contraste de información adecuado y tienen relación entre sí, tomando en cuenta que cada edición debe tener una temática que sobre salga.

5.3 Página web Mosaico

La página web se la desarrollo con el objetivo principal de crear una plataforma que contenga la revista en su versión digital, es decir, como un complemento, y también cuenta con más información cultural extra de la que tiene la revista. Por otro lado, se propone una iniciativa que es “La Red de Artistas” que pretende a

través de la página web crear una red con todo tipo de artistas de diversas áreas, y crear perfiles para que el público tenga acceso a su información más fácilmente y se puedan contactar directamente con ellos.

La creación de la página web tuvo como herramientas los programas: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop y el más importante Adobe Muse, que es una nueva plataforma de desarrollo web que está revolucionando esta área de diseño, sin necesidad de programar el sitio con códigos específicos se puede crear botones, hipervínculos, banners animados, presentaciones y mucho más, tiene el sistema y formato básico de adobe lo cual lo hace muy fácil de adaptarse, es muy similar en ciertas cosas con Indesign, lo cual permitió manejar una diagramación y retícula específica. Existe la posibilidad de incorporar tipografías existentes en la red (web), de esa manera se aumentan las posibilidades y no mantiene un diseño muy esquematizado, al final se exporta el archivo a HTML5, permitiendo la creación oficial del sitio y posteriormente proceder a subirlo a la red a través de los dominios, y pago de un espacio web (hosting).

Las etapas para la creación de la página web Mosaico fueron las siguientes:

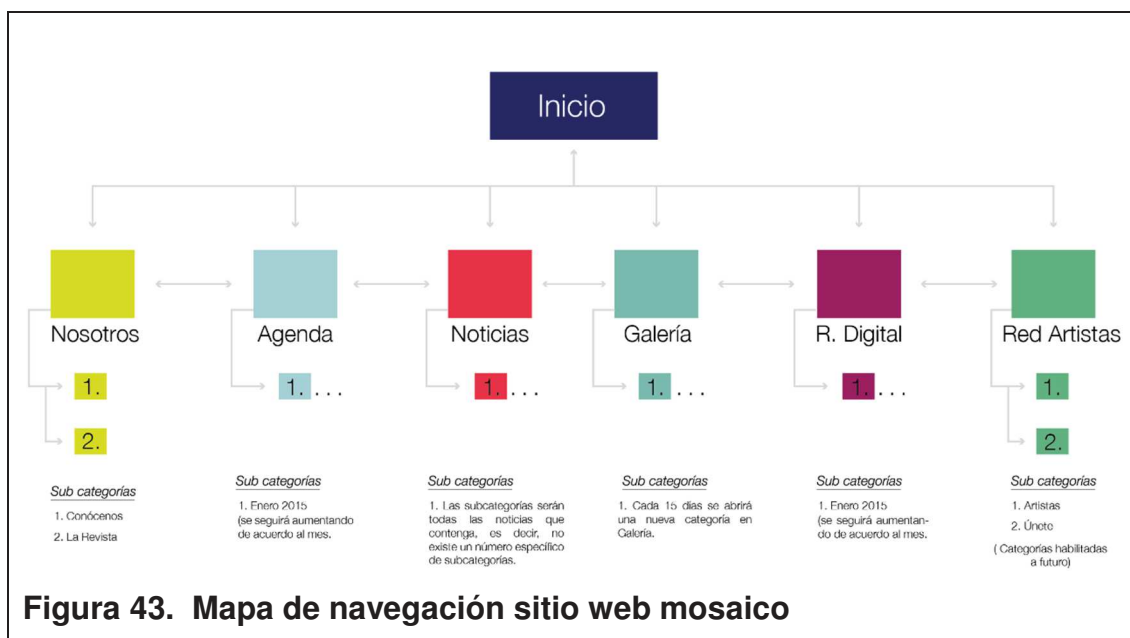
- Recolección de información para la página web.
- Creación del formato y distribución de información (navegabilidad).
- Digitalización y creación de la página.

La primera etapa, al igual que en la creación de la revista, fue la recolección de datos e información, de esta manera se tiene claro que se desea poner en la página web y poder realizar un mapa de sitio acorde a las necesidades de la página y el contenido a ser trabajado.

5.3.1 Creación del formato y distribución de información

La red Mosaico consta con una estructura bastante clara, con la ayuda de un mapa de sitio se pudo distribuir toda la información y saber que contendrá la página para el desarrollo de la misma. Se pensó en crear algo sencillo para

facilitar la navegabilidad de los usuarios y que puedan encontrar y leer la información de manera sencilla.

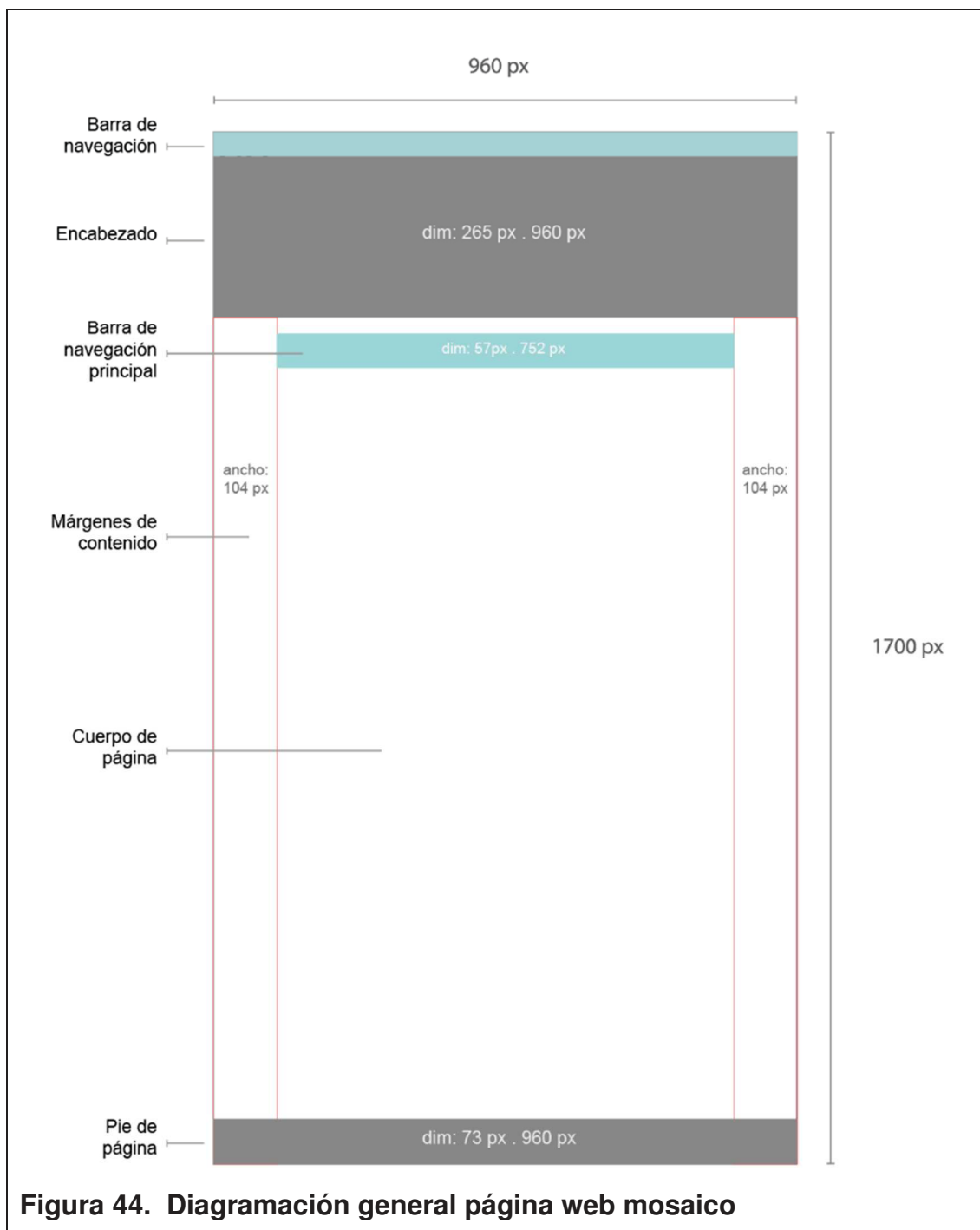


Mosaico cuenta con 6 ventanas principales sin contar el home de la página, de cada una de estas ventanas se despliegan sub categorías que en ciertos casos irán aumentando de acuerdo al flujo de información, como es el caso de noticias y galería, en cuanto a agenda y la revista digital, se aumentarán las sub categorías de acuerdo a la edición que se realice, en este caso existirá una nueva por mes.

5.3.1.1 Formato y diagramación

El formato de la página es de 960 px de ancho por 1700 px de alto, el último valor puede variar de acuerdo a la cantidad de información en cada página.

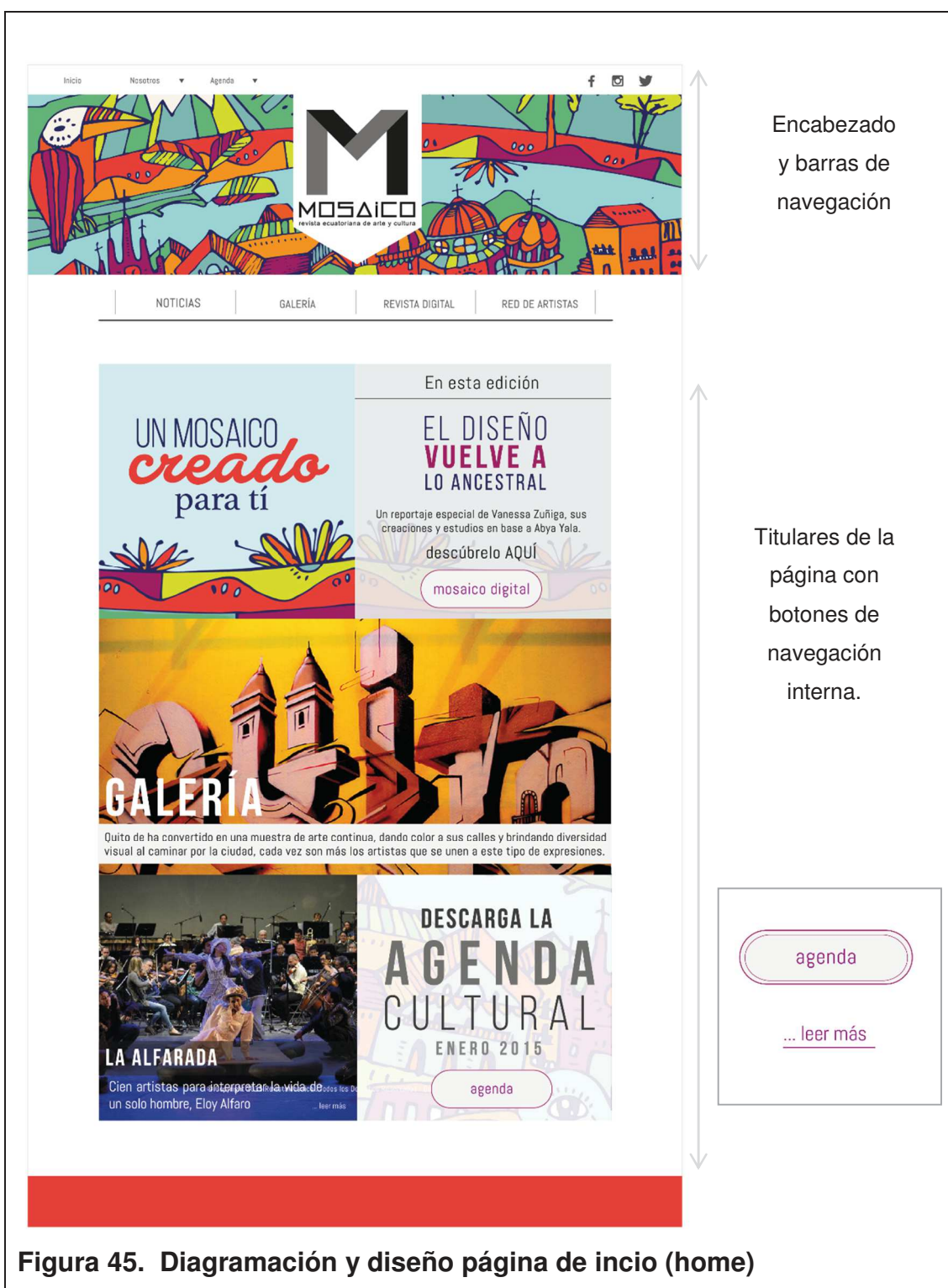
A partir de esto se creó la diagramación general de la página (retícula), la cual consta con dos barras de navegación, el encabezado con la marca de la revista, márgenes en el cuerpo y un pie de página, se debe mantener siempre este formato para crear unidad en todo el sitio web. En la siguiente imagen se puede observar la distribución claramente con los tamaños en pixeles.



5.3.2 Digitalización y creación de la página

Con el tipo de retícula establecido, se crearon cada una de las páginas internas, con la información correspondiente. Todas buscan tener el mismo estilo y fueron creadas en base a la línea gráfica establecida. Para información más detallada acerca de la página web, por favor revisar el Manual de Estilos adjunto.

5.3.2.1 Home



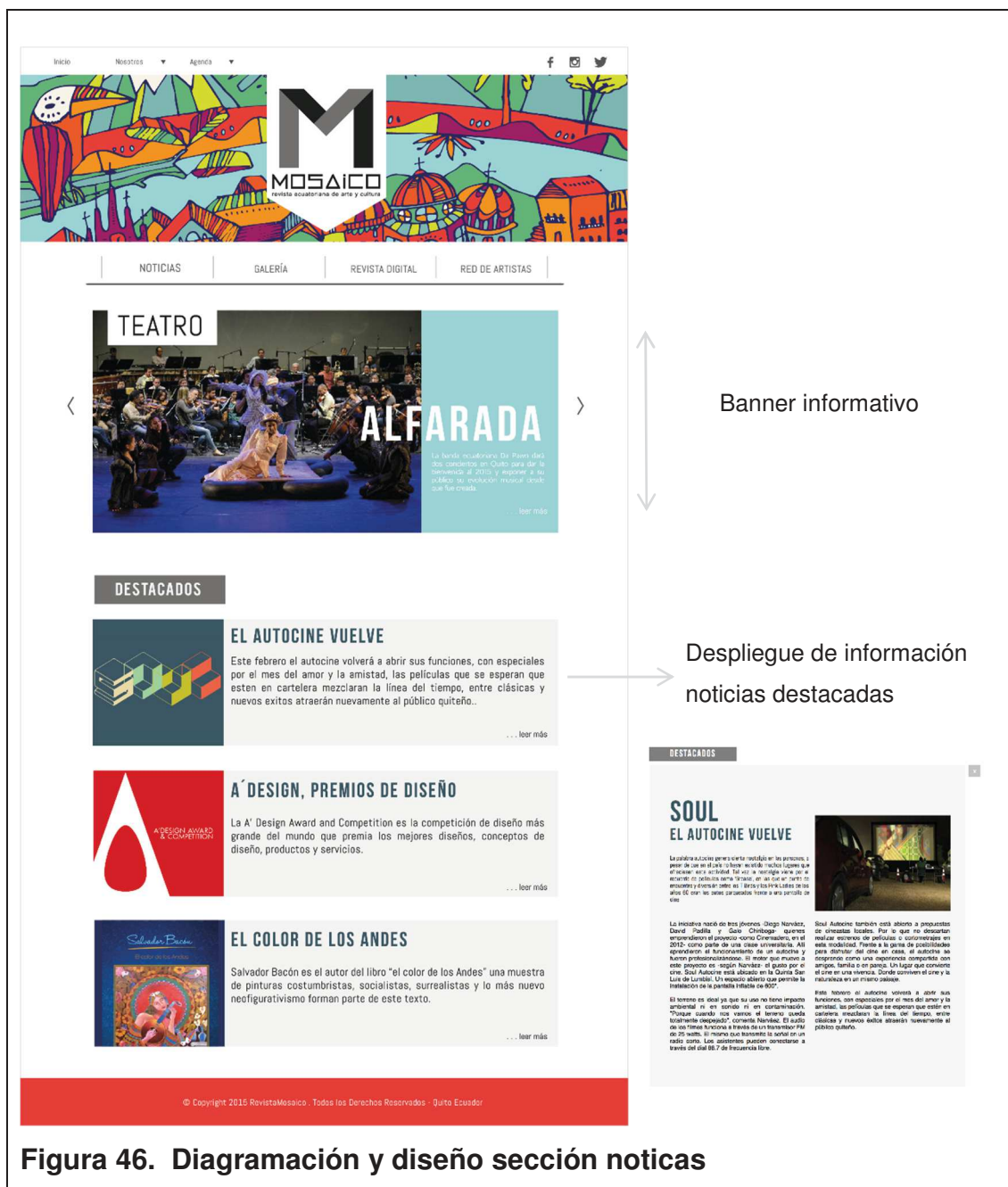
El home está conformado por varios cuadros de información distribuidos de manera simétrica en el cuerpo de la página, cada uno de estos cuadros es un

vínculo con alguna de las otras páginas de la página web, con botones simples que se activan al pasar con el cursor por encima de ellos, indicando que se puede hacer click y acceder a más información.

Dependiendo el flujo de información se tendrá un cronograma de cambios, de esa manera el home tendrá nuevos titulares y se mantendrá al día la página.

5.3.2.2 Sección noticias

La página principal de noticias consta con dos tipos de cuadros de información el primero en la parte superior en forma de banner o presentación interactiva de noticias, las cuales van pasando de acuerdo el gusto del usuario, es decir que al hacer click en la flecha de siguiente puede acceder a otra noticia, cada una de estas es un vínculo a otra página que proporcionará más información del tema, por otro lado existe noticias destacadas que se desplegará la información en la misma página en forma de cuadro flotante.



5.3.3 Red de artistas Mosaico

Como parte de los resultados obtenidos en el análisis e investigación sobre el manejo del arte y cultura en el Ecuador, se encontró que no existe un espacio común donde se pueda encontrar toda la información de artistas ecuatorianos en todas sus ramas. Si bien es cierto existen ciertas páginas o asociaciones artísticas en el medio pero se limitan a una sola área, es decir solo diseño,

fotografía, ilustración, pero no existe una red que una todas las ramas y que contenga todo su trabajo, es así como nació la idea de crear una red de artistas que estará disponible únicamente en la página web.

Esta idea queda en plano de proyecto a futuro, ya que para la creación real de esto se necesita lanzar primero la revista y tener la aceptación del público, además llegar a todos los artistas y proponer esta idea, ya que se manejaría en forma de una asociación a la cual se deben suscribir.

Funcionamiento Red de Artistas

Mosaico se muestra como una herramienta de difusión para los artistas ecuatorianos, no solo con la revista, sino también con la propuesta “Red de Artistas” que pretende crear un espacio para aquellos colaboradores y creadores de arte en el país. La persona que desee ser miembro de esta red deberá enviar a Mosaico su portafolio de trabajo, información básica personal, tipo de artista y así se creará un perfil dentro de la página.

Se crearán categorías de acuerdo a las disciplinas artísticas que existen dependiendo los integrantes de esta red. Mosaico no podrá hacer uso de sus obras sin previa autorización y tampoco estarán disponibles para su copia online, se guardará el completo derecho de autor.

5.3.3.1 ¿Para qué serviría esta red?

El objetivo principal es crear una conexión entre los posibles clientes y los artistas, de esta manera al tener toda la información en un solo lugar, la persona interesada podrá acceder con facilidad a la información y contactarse directamente con el mismo, brindando facilidad a las dos partes. Está pensando principalmente para artistas nuevos que deseen dar a conocer su trabajo. Al tener un manejo masivo de información y captar más mercado, Mosaico se

muestra como una conexión directa para crear dicho acercamiento entre la ciudadanía y el artista.



Al estar en la página web, aumenta su nivel de alcance, ya que la información no estará disponible únicamente para los ecuatorianos, sino para todo el mundo y sus alrededores.

5.3.4 Funcionamiento página web

Al tener el diseño del sitio web en perfecto funcionamiento dentro del programa desarrollado, el siguiente paso para poder ponerla en funcionamiento dentro de la red digital (tener acceso a la misma a través de un buscador de internet) es crear un dominio (nombre de la página web) y tener un hosting (servidor), de esa manera la página ya constará en el internet y los clientes tendrán acceso a la misma.

Para realizar esto se propone hacerlo a través de una empresa que se dedique a ser servidor de varias páginas, en la actualidad existen muchos sitios dedicados a esto, uno de ellos es godaddy.com, una de las primeras empresas que brinda estos servicios, actualmente cuenta con 13 millones de clientes alrededor del mundo, además brinda servicio técnico y ayuda para que la página se pueda potencializar como se desee.

Los planes de este sitio incluyen el dominio y el hosting, su costo depende del tipo de paquete que se desee tener, en este caso se utilizará el "Ultimate", que brinda todas las herramientas necesarias para que la página web tenga un desarrollo adecuado a partir de su lanzamiento, y se mantenga por el resto del año, ya que se pagará de manera anual, además de esto se pagará un valor adicional para visibilidad en motores de búsqueda (yahoo, google y bing) para aumentar de esta manera los visitantes a la página y al poner la palabra mosaico en cualquiera de estos servidores se visualiza la página como los principales resultados, así se creará mayor tráfico dentro del sitio web.

Producto	Periodo	Precio unitario	Subtotal
 Paquete Ultimate Linux Hosting con cPanel Linux 46% de descuento	12 Meses	\$7.99/mes Ahorra \$84.00	\$95.88 Eliminar
También incluye: SSL estándar			\$0.00 \$69.99/año
Buscar tu dominio gratis ?			
<input type="text" value="revistamosaico"/>		<input type="text" value=".com"/>	<input type="button" value="IR"/>
Recomendado para ti			
	Visibilidad En Motores De Búsqueda <ul style="list-style-type: none"> Mejore su clasificación en los motores de búsqueda Aumentes los visitantes y las ventas Envío al sitio sencillo y con un clic 		\$1.99/mes \$2.99/mes <input type="button" value="Agregar al carrito"/>

Costo total usd \$

Ecuador

\$95.88

Total de ahorros \$153.99

Proceda al pago >

Figura 47. Cuadro de pago sitio web
 Tomado de: (GoDaddy, s.f.)

Adicionalmente, para que se pueda incluir dentro de la página web la revista en versión digital, se hará uso del sitio web www.isuu.com el cual es una plataforma de publicaciones digitales, mediante la cual el cliente en este caso Mosaico, sube la revista en formato pdf, y esta crea automáticamente la revista en formato digital, lista para poder incluirla en la página web oficial de la revista, de esta manera se realiza este proceso con facilidad. Dentro de esta página existen planes gratuitos, sin embargo por fines netamente comerciales es necesario tener un control sobre cuantas personas leen la revista en digital, de esa manera se tendrá un promedio general de cuantas impresiones posee la revista y de esa manera poder vender las pautas publicitarias dentro de la misma. El valor de este servicio (estadísticas de visualización) es de \$26 mensuales dentro de la plataforma issuu.

5.4 Número de ejemplares propuestos para edición impresa

Para empezar, tras toda la investigación realizada a lo largo del proyecto se estableció que la revista debe ser gratuita, ya que el proyecto no se debe alejar de la realidad que los ecuatorianos no tienen una costumbre de consumo en el arte y cultura, y para alcanzar los objetivos planteados se necesita alcanzar la mayor cantidad de pública y crear una tendencia de lectura e interés en estas áreas. Al ser gratuita se puede aumentar el porcentaje de aceptación y consumo.

Por otro lado la cantidad de ejemplares tiene una relación directa con los canales de distribución que tendrá la revista, los cuales se explican más adelante en el desarrollo del plan de negocio.

De esta manera se delimitó que el tiraje de la revista será de 25.000 ejemplares como lanzamiento, dependiendo de la demanda que exista se podrá aumentar o disminuir esta cantidad, pero 25.000 es el valor óptimo para que pueda tener rentabilidad al ser gratuita.

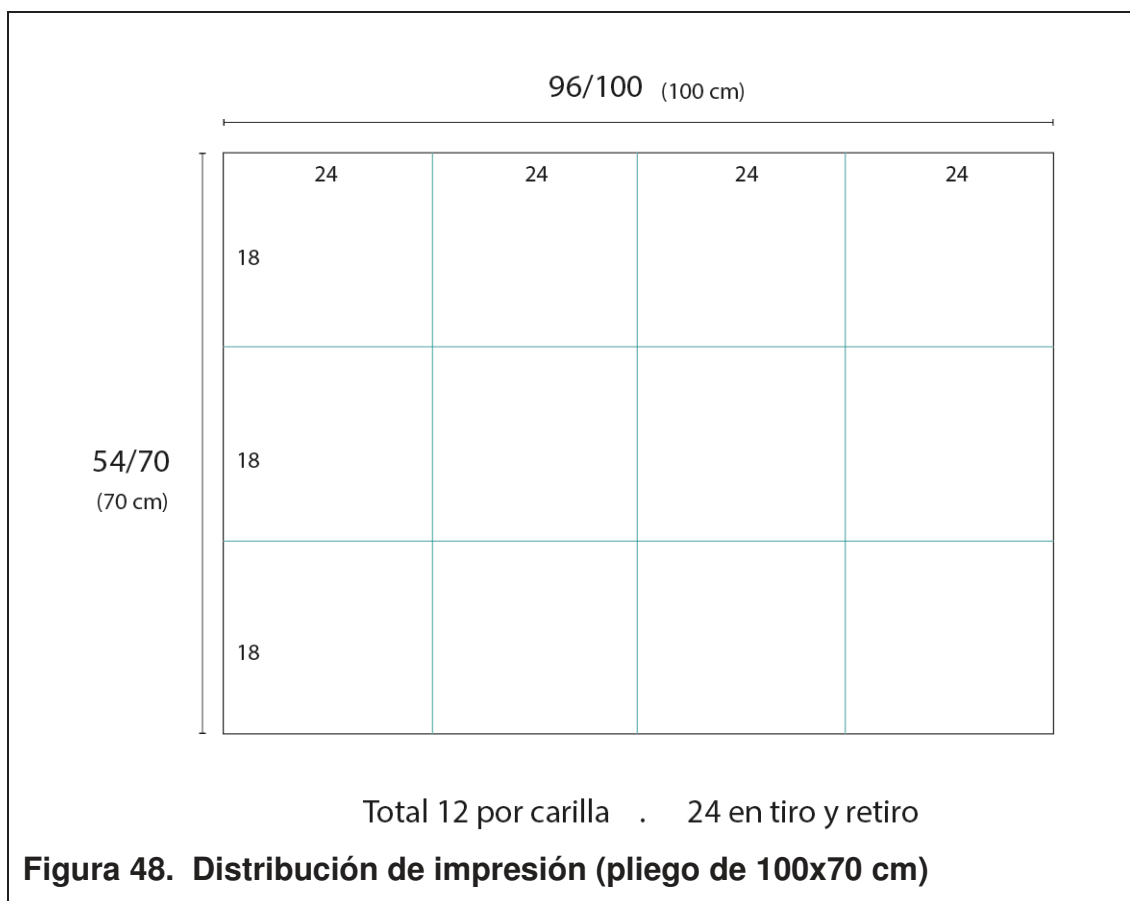
La revista en su edición de lanzamiento (primera edición) consta de 72 páginas internas y 4 páginas de portada (portada general y contra portadas), adicional una agenda cultural.

5.4.1 Material de impresión

Las páginas internas estarán impresas en papel couché brillante de 115 gr y la portada en papel couché brillante de 250 gr, además que esta tendrá barniz selectivo en la marca y titulares, y estará plastificado en mate. Toda la revista será encolada con tejido, de esta manera tendrá un acabado de excelente calidad y se mantiene el concepto de ser una revista que muestre arte de una manera que brinde valor al mismo.

Las 76 páginas con las que cuenta la revista, funcionan perfectamente para que en el proceso de impresión no exista desperdicio de material. Al tener un formato

de 24 x 18 cm, se logra aumentar el número de páginas a imprimir por pliego de impresión el cual tiene un tamaño de 100 x 70 cm, y de esta manera se logra imprimir 24 páginas por pliego (tiro y retiro) utilizando completamente 3 pliegos exactos para la impresión de una revista, respetando la sangría establecida.



En cuanto a la portada (4 páginas cada una) en un pliego del mismo tamaño se imprimen 6 portadas completas, es decir de la misma manera se logra optimizar el espacio y papel. Por otro lado, la impresión de la agenda cultural se la realiza como extra de la producción de la revista, al tener otro formato, el costo es aparte. Se propone la impresión de este elemento en papel couche de 150 gr plastificado, tiene un tamaño de 29 x 20 cm, lo cual puede ser impresión en formato a4 normal.

5.5 Costos de producción

Al finalizar el proceso de diseño y tener claro cada uno de los parámetros que se deben considerar para la producción de las piezas diseñadas (editorial y web) se creó el presupuesto de producción neto del presente proyecto, y en este apartado se tomará en cuenta únicamente la producción de esta primera edición, tomando esta como referencia para poder plantear el plan de negocios que será presentado a diversas empresas para obtener los auspicios, alianzas y publicidades (ingresos básicos) para que el proyecto sea fiable y pueda mantenerse en el mercado y justificar de donde se obtendrá el dinero.

Además que toda la investigación servirá para justificar y demostrar la necesidad de creación de este medio de difusión artístico y de esa manera poder vender la idea a empresas dispuestas a invertir en el proyecto, es decir este es el primer paso para el desarrollo real del proyecto, que a futuro deberá ser complementado con estudios y estrategias más específicas para su éxito.

Teniendo eso claro, se presenta el presupuesto de producción estimado para la elaboración de 25.000 ejemplares de la revista y la creación de su portal web.

5.5.1 Presupuesto de creación revista Mosaico

Los valores considerados hacen referencia a la fabricación de la revista y la producción de la misma (desarrollo de diseño y marca) al igual que el registro de dicha marca para poder empezar su funcionamiento de manera legal.

Igualmente, se contempla que en la presente edición una de las publicidades que se creó tiene un diseño extra, que corresponde a un valor adicional en la producción. Los valores fueron cotizados en varias imprentas, siendo Imprenta Don Bosco la mejor opción y tiene la experiencia necesaria para producir la revista en la mejor calidad.

Revisar la cotización completa en el Anexo 5 página 169.

5.5.1.1 Costos correspondientes a la creación de 25.000 ejemplares impresos

Tabla 1. Costo fabricación general REVISTA MOSAICO

Costo fabricación general REVISTA MOSAICO					
Tamaño		N. Ejemplares	Área de la revista	Cant.	Tipo de papel
Abierto	Cerrado	25.000	Portada	4	Couche brillante 250 gr
48 x 18 cm	24 x 18 cm		Páginas internas	72	Couche brillante 115 gr
Terminado revista: Encolado, Plastificado Mate Portada y Barniz selectivo portada					
TOTAL				V. Unit.	V. Total
				\$ 0,96	\$ 24.012,50

Tabla 2. Costo extras EDICIÓN 01

Costo extras EDICIÓN 01			
Extras de edición	Tamaño	Tipo de papel	Costo
Agenda cultural	29 x 20,5 cm	Couche brillante 150 gr. plastificado	0,08
Infografía Conoce Ecuador	48 x 18 cm	Couche brillante 115 gr.	0.10
TOTAL			0,18

Tabla 3. Costo final de fabricación REVISTA EDICIÓN 01

Costo final de fabricación REVISTA EDICIÓN 01		
Concepto	V. Unitario	V. Total
Revista general	\$ 0,96	\$ 24.012,50
Extras revista	\$ 0,18	\$ 4.500,00
TOTAL	\$ 1,14	\$ 28.512,50

5.5.1.2 Valores correspondientes a los gastos de creación (diseño)

Tabla 4. Gastos de creación REVISTA MOSAICO

Gastos de creación REVISTA MOSAICO				
Concepto	Descripción	Cant.	V. Unit.	V. Total
Diseñador	Diagramación y diseño general de la revista (desarrollo de la imagen y manual de estilos)	1	\$ 3.000	\$ 3.000
Editor	Creación del contenido y textos de la revista (artículos)	1	\$ 1.000	\$ 1.000
Fotografía	Fotografías tomadas para uso de la edición y reportajes	1	\$ 850	\$ 850
Ilustración	Ilustración oficial de la marca	1	\$ 250	\$ 250
Registro de marca	Busca fonética y registro de la marca en IEPI (una sola vez)	1	\$ 226	\$ 226
TOTAL				\$ 5.326

5.5.1.3 Costo total de producción revistas

Tabla 5. Costo total revistas

COSTO TOTAL REVISTAS	
Concepto	Costo
Gastos de creación	\$ 5.326,00
Costos de fabricación	\$ 28.512,50
TOTAL	\$ 33.838,50

5.5.2 Presupuesto de creación portal web Mosaico

Tabla 6. Costo de creación sitio web MOSAICO

Costo de creación sitio web MOSAICO			
Concepto	Descripción	Cant.	V. Total
Diseñador	Diseño y desarrollo del sitio web	1	\$ 1.100,00
Pago hosting	Pago anual paquete hosting web (godaddy.com) (\$7,99 mens.)	1	\$ 95,88
Pago Visualización	Pago extra para visualización en navegadores, pago anual (\$1,99 mens.)	1	\$ 23,88
Pago Issuu	Plataforma de aplicación digital revista, pago anual (\$26 mens.)	1	\$ 312,00
TOTAL			\$ 1.531,76

5.5.2.1 Costo total de producción del proyecto

Tabla 7. Costo total proyecto

COSTO TOTAL PROYECTO	
Concepto	Costo
Costo de producción revista	\$33.838,50
Costo de producción web	\$1.531,76
TOTAL	\$35.370,26

Como se puede notar existen valores de creación anuales, de esta manera se tiene un estimado de la inversión inicial que necesitará la revista para su funcionamiento, es estimado ya que no se tomaron en cuenta valores correspondientes a la creación oficial de una empresa (costos fijos, costos variables, distribución de las revistas, entre otros) es simplemente un valor neto enfocado únicamente en la producción del proyecto. A continuación se plantea un plan de negocios base, con el propósito de dar una noción referencial de como se debería obtener los ingresos necesarios para mantener la revista.

5.6 Plan de negocio Mosaico

El presente plan de negocios fue creado con el objetivo principal de proporcionar una referencia del manejo en el mercado de la revista de arte y cultura ecuatoriana MOSAICO, siendo este un proyecto independiente, necesita del apoyo e inversión de empresas interesadas en formar parte de dicha revista para beneficio de los ciudadanos ecuatorianos.

Al tener una inversión externa (pautas publicitarias, auspiciantes, alianzas) la revista tendrá la solvencia económica para seguir produciendo ediciones mensuales, y poder cumplir con sus objetivos.

Para comenzar, se sabe que el arte y cultura debe estar al alcance de todos los integrantes de una sociedad, y al tener en cuenta los estudios realizados en el país acerca del tema y los porcentajes de conocimiento por parte de la ciudadanía ecuatoriana, se puede concluir que en la actualidad el interés hacia temas culturales sigue siendo por parte de personas de clase media alta que posee un nivel de educación superior, por más que la cultura no deba ser clasicista, al ejecutar al presente proyecto como una opción de difusión independiente que no tiene ningún apoyo de alguna institución cultural, se plantea como una idea de negocio, para así poder mantener la producción mensual de la revista y lograr cumplir con los objetivos propuestos.

Además, como se mencionó anteriormente, se propone que la revista sea gratuita, para asegurar un mayor porcentaje de éxito, por las razones ya antes mencionadas.

5.6.1 Ingreso de capital

Para poder obtener el suficiente presupuesto para la producción de la revista y obtener una ganancia para que sea factible su creación, se plantea 4 tipos de ingresos de capital:

a. Pautas publicitarias.

El valor por cada pauta publicitaria depende del lugar en el que está ubicada, y el número de ejemplares que se producen, es por eso que entre más ejemplares existan el valor aumenta ya que la marca estará impresa en mayor cantidad.

En este caso, Mosaico cuenta con 13 publicidades dentro de su revista, con únicamente con dos tipos de formatos, de página entera o doble página. Se establecieron únicamente estos dos tipos de formato por el concepto de la revista, que desea mantener su diseño limpio y sencillo, y más importante el formato de la misma, que es de 24 cm x 18 cm, lo cual brinda un espacio más reducido para publicidades de media o un cuarto de página y afectaría al diseño general, quitando protagonismo a la información.

En el tarifario propuesto basado en la edición 01 de la revista, se expresan precios referenciales de acuerdo a los costos reales de las revistas en circulación. El valor de cada página es diferente dependiendo la ubicación de la misma, siendo las más costosas contra portadas, y páginas medias. Adicionalmente, se debe considerar que existe la versión digital, que en este caso aumenta el número de impresiones de marca (publicidad), lo cual aumenta el valor, ya que son más números de impresiones, lo cual se podrá contabilizar con la ayuda de la página issuu, que es con la que se crearía la versión digital.

Por otro lado, dentro del manual de estilos de la revista se propone que el arte de las publicidades tenga algo referente al tema cultural, brindando la posibilidad que la marca ponga en manos de Mosaico la creación de la pauta publicitaria de esa manera se brinda otro servicio, creando más ingresos.

TARIFARIO MOSAICO					
<input type="checkbox"/>	Página 2 y 3 Publicidad página doble	\$ 3,800	<input type="checkbox"/>	Página 40 y 41 Publicidad página doble	\$ 3600
<input type="checkbox"/>	Página 7 Publicidad página entera	\$ 1,800	<input type="checkbox"/>	Página 49 Publicidad página entera	\$ 1,300
<input type="checkbox"/>	Página 11 Publicidad página entera	\$ 1,500	<input type="checkbox"/>	Página 58 y 59 Publicidad página doble	\$ 3,300
<input type="checkbox"/>	Página 17 Publicidad página entera	\$ 1,300	<input type="checkbox"/>	Página 67 Publicidad página entera	\$ 1,100
<input type="checkbox"/>	Página 23 Publicidad página entera	\$ 1,300	<input type="checkbox"/>	Página 70 y 71 Publicidad página entera	\$ 3,500
<input type="checkbox"/>	Página 27 y 28 Publicidad página doble diseño especial	\$ 4,100	<input type="checkbox"/>	Página 75 Publicidad página doble diseño especial	\$1,800
			<input type="checkbox"/>	Página 76 Publicidad página doble diseño especial	\$2,000

Figura 49. Tarifario referencial de pautas publicitarias Mosaico. Edición 01

Se obtiene de valor total de ingresos por publicidad \$ 39,400 dólares, esto es un estimado de cuanto podría obtener la revista por pautas.

b. Auspiciantes

Al tener un elemento extra en la revista, como es el caso de la agenda cultural, existe un espacio para marcas auspiciantes, de esa manera existirá otro tarifario diferente al de pautas publicitarias para aquellas empresas con un menor presupuesta que deseen formar parte de la revista, o también se puede plantear planes de inversión en los cuales la marca este en las dos partes.

Se propone que el valor de cada auspicio sea de \$500 mensual, y tener un mínimo de 12 auspiciantes, de esta manera se obtiene un valor referencial de \$6,000 de ingresos por auspicios.

c. Publireportajes

Los publireportajes son artículos dentro de la revista pagados, es decir, si algún artista o persona está interesada en tener un espacio dentro de la revista, paga un valor correspondiente al espacio dentro de la misma.

d. Red de artistas

Esta red se la propone como un beneficio y asociación común para artistas, sin embargo para formar parte de la misma el artista debe pagar una inscripción la cual tendrá un valor anual, como toda asociación se buscará beneficios para que justifique el pago de dicho valor.

5.6.1.1 Total estimado de ingreso de capital

Se puede notar que existen los medios y recursos óptimos para crear ingresos favorables que sustenten la producción de la revista, y con estos valores referenciales se realizó una tabla para calcular el total de ingresos que se podría obtener y posteriormente realizar un flujo de caja simple (restar gastos de producción con total ingresos) para tener una referencia de cuál sería el panorama general de Mosaico (pérdida o ganancia).

Tabla 8. Total estimado de ingresos

TOTAL ESTIMADO DE INGRESOS		
Concepto	Características	Valor
Publicidad	13 publicidades (costo de acuerdo a tarifario)	\$ 30,400
Auspicios	12 auspicios	\$ 6,000
Otros varios ingresos	Valor estimado publireportajes, red de artistas, creación de artes publicitarias	\$ 3,000
TOTAL		\$ 39,400

Tabla 9. Balance General

BALANCE GENERAL	
Costo total producción	\$ 35.370,26
Ingresos de capital	\$ 39.400,00
TOTAL	\$ 4.029,74

Los resultados nos muestran un escenario optimista, que crea una ganancia de \$4,029.74, sin embargo se debe tomar en cuenta que en el costo de producción no se tomó en cuenta todos los gastos que una empresa legalmente constituida debe afrontar, y otros gastos como distribución de la revista y empleados que se encuentren dentro de este proceso, el monto que se tiene como ganancia es un valor que puede cubrir con esos gastos mencionados, y de esta manera se continuar con el desarrollo de la revista.

5.6.2 Segmento de mercado

El segmento de mercado que tendría Mosaico es de tipo multilateral, ya que existen 3 tipos de clientes:

- La persona que va a leer.
- Las empresas que pautan.
- Los artistas y posibles clientes de los mismos.

Sin la interacción de las 3 partes no puede existir el negocio, y no será óptimo su desarrollo, ya que sin audiencia (posibles lectores) no existe mercado, sin empresas que inviertan, no existe capital y sin los artistas, no existe información para transmitir y dar a conocer, es decir es una cadena en la cual todos tienen un beneficio específico.

5.6.3 Canales de distribución

Los canales de distribución ayudaron a la delimitación de cuantos ejemplares producir, el tipo de canal que tiene la revista es indirecto, ya que no se tendrá un lugar propio de la misma para su venta, se propone la creación de asociaciones o alianza y la entrega directa de ejemplares en lugares específicos.

- Alianzas

Al crear una alianza, se hace referencia a buscar lugares donde se pueda distribuir la revista, que posea un espacio físico en el cual las personas puedan acceder libremente a la misma.

El lugar, o empresa en la cual se colocan los ejemplares de forma permanente, tendrá beneficios dentro de la revista, que vienen directamente relacionados con la presencia de marca dentro de la sección auspicios.

Los lugares propuestos son:

- Salas vip aeropuertos
- Museos
- Centros de arte
- Galerías

Otro tipo de alianza que se propone es con tarjetas de crédito, en la cual la empresa (bancos), aleatoriamente escogen cierta cantidad de clientes cada mes para enviarles un ejemplar de la revista como un obsequio por ser clientes de la tarjeta. De esta manera se tiene acceso a un público más adulto que tenga mucho más interés en invertir en el arte y beneficia a la empresa al brindar a sus clientes algo exclusivo sobre arte como muestra de fidelidad con la tarjeta.

- Entrega directa ejemplares

Se propone una entrega directa de ejemplares en universidades y eventos culturales, en donde existirán corresponsales de la revista entregando los ejemplares, de esta manera no se necesita de un lugar físico permanente.

Es así como con todo el flujo que se pretende tener dentro de los canales de distribución mencionados, se estimó un total de 25,000 ejemplares como escenario optimista, creando ganancia y estableciendo que el presente proyecto es factible para su desarrollo y éxito en el mercado.

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- a. Al finalizar el proceso de análisis e investigación acerca del manejo del arte y cultura en el país por parte del Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador, se encontró que existe gran cantidad de desarrollo en estas áreas, sin embargo el nivel de conocimiento por parte de la sociedad ecuatoriana es mínimo, afectando directamente a la falta de identidad que poseen los ecuatorianos.
- b. El desarrollo artístico en el país no solo se da por el apoyo de las entidades públicas, existe un gran porcentaje de iniciativa independiente, debido al nivel de inestabilidad político que existe en el país lo cual afecta directamente a la continuidad de proyectos de apoyo artístico cultural.
- c. Dentro de las aplicaciones que existen en el diseño gráfico digital se concluyó que las mejores para ser trabajadas en la creación de un medio de difusión informativo son: el diseño gráfico editorial y web, a partir de los cuales se desarrolló el producto final que es una revista de arte y cultura ecuatoriana en formato impreso y digital.
- d. La propuesta esta dirigida a los ciudadanos quiteños, ya que se delimitó el mercado a la capital ecuatoriana (Quito) para poder tener acceso a toda la información y lanzar esta primera etapa, la cual busca expandirse a nivel nacional y poder posesionarse en el mercado como una alternativa fresca para el apoyo artístico en el país.
- e. Una de las iniciativas propuestas, es la creación de una red de artistas, que se muestra como una alternativa abierta al desarrollo y expansión artística en el país, trabajada a través de la página web de la revista, da la opción de mostrar su trabajo a nivel nacional e internacional, ya que la web permite tener la información al alcance de todo el mundo.

6.2 Recomendaciones

- a. El presente trabajo de titulación es una muestra de cómo se desarrollaría la idea en el mercado local, es decir, es muy referencial, por lo cual es necesario que para la aplicación real se realicen estudios de mercado extras para poder emplear la propuesta y que tenga éxito total, esta primera parte sirve como una presentación y un plan de negocios básico para poder ser presentado a los posibles inversionistas e interesados.

- b. Se recomienda respetar las normas establecidas dentro del manual de uso, en cuanto a línea gráfica y formato general. Si se realizan más piezas gráficas dentro del desarrollo de la revista deberán seguir los lineamientos establecidos en dicho manual, de esta manera no se afecta al diseño original.

- c. Se recomienda presentar este proyecto a entidades públicas y privadas para poder aumentar la inversión en el desarrollo del arte y cultura y así poder mantener esta iniciativa.

REFERENCIAS

- Adriana Hoyos. (s.f.). *Portal web Adriana Hoyos*. Recuperado el 02 de Abril de 2015, de <http://www.adrianaoyos.com>
- Ambrose, G. (2011). *Bases del diseño gráfico. Enfoque y Lenguaje*. Barcelona, España: Parramón Ediciones S.A.
- Ascenso Creativos. (s.f.). *Diseño Editorial*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2014, de <http://ascensocreativos.com/disenio-editorial/>
- Bazin, G. (1976). *Historia del Arte de la Prehistoria a Nuestros Días* (5ta. ed.). Barcelona, España: Ediciones Omega S.A.
- Brockman, J. (2012). *Cultura*. Barcelona, España: Crítica editorial.
- Buen Vivir. (s.f.). *Objetivo 5. Cultura*. Recuperado el 05 de Enero de 2015, de Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad: <http://www.buenvivir.gob.ec/35#tabs2>
- Cedatos. (s.f.). Recuperado el 03 de Abril de 2015, de http://www.cedatos.com.ec/detalles_noticia.php?Id=161
- Cedatos. (s.f.). *Encuesta sobre lo mas influyente del 2014*. Recuperado el 11 de febrero de 2015, de http://www.cedatos.com.ec/detalles_noticia.php?Id=161
- Centro de Investigaciones Sociológicas - CIS. (s.f.). *Las encuestas*. Recuperado el 05 de Septiembre de 2014, de http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/ComoSeHacen/queesunaencuesta.html
- Chevrolet Ecuador. (s.f.). *Portal Chevrolet Ecuador*. Recuperado el 02 de Abril de 2015, de <http://www.chevrolet.com.ec>

- Coates, K., & Ellison, A. (2014). *Introducción al Diseño de Información*. (t. Montserrat Foz Casals, Ed.) Badalona, España.
- Conalculta. (s.f.). *Conaculta México*. Recuperado el 18 de noviembre de 2014, de <http://www.conaculta.gob.mx>
- Costa, J. (1987). *Imagen Global: Evolución del Diseño de Identidad*. Barcelona, España: CEAC.
- Cultura Argentina. (s.f.). *Concurso Iberoamericano "Ibermúsica"*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2014, de www.cultura.gob.ar/becas/1-concurso-iberoamericano-de-composicion-coral-ibermusicas/
- Cultura Argentina. (s.f.). *Concurso Iberoamericano "Ibermúsicas"*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2014, de <http://www.cultura.gob.ar/becas/1-concurso-iberoamericano-de-composicion-coral-ibermusicas/>
- Cultura y Patrimonio. (s.f.). Obtenido de www.culturaypatrimonio.gob.ec
- Cultura y Patrimonio. (s.f.). *Feria Internacional del Libro Quito*. Recuperado el 19 de Octubre de 2014, de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/feria-internacional-del-libro-de-quito-arranca-en-noviembre/>
- Cultura y Patrimonio. (s.f.). *Fondo Fonográfico*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2014, de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/fondo-fonografico/>
- Cultura y Patrimonio. (s.f.). *Funciones y atribuciones*. Recuperado el 19 de Octubre de 2014, de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/funciones-atribuciones-2/>
- Cultura y Patrimonio. (s.f.). *Misión ministerio de Cultura y Patrimonio*. Recuperado el 15 de Agosto de 2014, de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/valores-mision-vision/>

Cultura y Patrimonio. (s.f.). *Patrimonio Alimentario*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2014, de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/tag/patrimonio-alimentario/>

Cultura y Patrimonio. (s.f.). *Programas y servicios*. Recuperado el 09 de Enero de 2015, de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/programas-y-servicios/>

Cultura y Patrimonio. (s.f.). *Proyectos Seleccionados del "Concurso Nacional de Festivales de las Artes 2014 – 2015"*. Recuperado el 30 de Septiembre de 2014, de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/proyectos-seleccionados-del-concurso-nacional-de-festivales-de-las-artes-2014-2015/>

Daniellesdoodles. (s.f.). *Diagramación*. Recuperado el 09 de Febrero de 2015, de <https://daniellesdoodles.files.wordpress.com/2012/10/layout-examples8.jpg>

Delgado. (2007). *La construcción cultural del cuerpo en la sociedad raramuri de la sierra Tarahumara*. Quito, Ecuador: Abya-Yala.

Diario El Comercio. (s.f.). *Zoológico de Guayllabamba*. Recuperado el 05 de Marzo de 2015, de <http://especiales.elcomercio.com/infografias/2011/10/zooguayllabamba/Index.html>

Duque, S. (30 de octubre de 2014). *Ministerio de Cultura financia los pasajes a artistas ecuatorianos que viajen al exterior*. Recuperado el 05 de noviembre de 2014, de <http://www.elciudadano.gob.ec/ministerio-de-cultura-financia-los-pasajes-aereos-de-artistas-ecuatorianos-que-desean-presentarse-en-el-exterior/>

Ecured. (s.f.). *Diseño gráfico*. Recuperado el 08 de Marzo de 2015, de http://www.ecured.cu/index.php/Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico

Eumed. (s.f.). *Concepto Cultura*. Recuperado el 15 de Octubre de 2014, de http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1217/concepto_cultura.html

- Feria del Libro de Quito. (s.f.). *Fanpage facebook*. Recuperado el 08 de Noviembre de 2014, de <https://www.facebook.com/ferialibro?fref=ts>
- Festival Cervantino. (s.f.). *Festival Cervantino México*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2014, de <http://festivalcervantino.gob.mx/programa/>
- Festival Internacional Cervantino México. (s.f.). *Facebook Festival Cervantino*. Recuperado el 07 de Enero de 2015, de <https://www.facebook.com/cervantino.festival/>
- Fiell, C., & Fiell, P. (1998). *El diseño del siglo XXI*. Barcelona, España: LocTeam.
- Foges, C. (2000). *Diseño de Revistas*. México D.F., México: McGraw-Hill.
- Frascara, J. (1998). *El diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Infinito.
- GoDaddy. (s.f.). *Pago portal web*. Recuperado el 07 de Abril de 2015, de www.godaddy.com
- Gordon, & Gordon. (2007). *Manual de Diseño Gráfico Digital*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Guzmán, I. (2015). *¿Todo es arte? Algunos ecuatorianos piensan que sí*. Recuperado el 10 de febrero de 2015, de <http://www.elcomercio.com/tendencias/lamovidacultural-arte-ecuatorianos-cedatos-entrevista.html>
- Harris, M. (2006). *Antropología Cultural*. (8va. ed.). Madrid, España: Alianza Editorial.
- Hyland, A., & King, E. (2006). *Cultura e Identidad. El arte de las marcas*. Barcelona, España: Art Blume.
- Ibermusicas. (s.f.). *Festival de Música Iberoamerica*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2014, de <http://www.ibermusicas.org>

- Icono14. (s.f.). *Revista de comunicación y tecnologías emergente*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2014, de <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/issue/view/12-2-14/showToc>
- INPC. (s.f.). *La cultura y el patrimonio en la constitución*. Recuperado el 28 de Octubre de 2014, de http://drv.inpc.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=7:el-patrimonio-cultural-y-natural-en-la-constitucion-de-la-republica-del-ecuador&catid=13:leyes&Itemid=111
- Kinghorn, J., & Dickman, J. (2006). *Fotografía Digital Avanzada*. (t. Raquel de las Heras Ponce, Ed.) Madrid, España: Ediciones Anaya Multimedia.
- Lewandowsk, P., & Zeischegg, F. (2007). *Guía práctica de diseño digital*. (2da. ed.). Barcelona, España: Parramon.
- Limonchi, M. (2000). *Técnicas de Infografía*. Madrid, España: Mc Graw-Hill.
- Magspreads. (s.f.). *Diagramación de revistas*. Recuperado el 09 de Febrero de 2015, de <http://www.magspreads.net/2011/12/schuss-n77magazine.html?m=1>
- Mejía, J. (2013). *Trabajos Johnmejia*. Recuperado el 21 de Enero de 2015, de Diagramación y Maquetación: <http://johnmmejia.blogspot.com/2013/07/diagramacion-y-maquetacion.html>
- Millman, D. (2009). *Los principios básicos del Diseño Gráfico*. (t. Olga Usoz Chaparro, Ed.) Barcelona, España: Blume.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2013). *Bases técnicas para el Concurso Nacional de Proyectos para el Fomento y Circulación de las Artes*. Quito, Ecuador.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2015). *Informe de rendición de cuentas preliminar para la audiencia pública*. Quito, Ecuador.

- Monografias.com. (s.f.). *Cálculo tamaño muestral*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2014, de <http://www.monografias.com/trabajos87/calculo-del-tamano-muestra/calculo-del-tamano-muestra.shtml>
- Munari, B. (1985). *Diseño y Comunicación Visual* (8va. ed.). Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Newark, Q. (2002). *¿Qué es el diseño gráfico? Manual de diseño*. Mexico: Ediciones G. Gili. S.A.
- Notimundo. (s.f.). *Druida: Ensamble Celta*. Recuperado el 20 de Enero de 2015, de http://www.notimundo.com.ec/articulo/10936/druida%3A_ensamble_celta
- Ortiz, D. (2015). *La 'difusa' línea entre arte y entretenimiento*. Recuperado el 10 de febrero de 2015, de <http://www.elcomercio.com/tendencias/arte-entretenimiento-cultura-ecuador-confusion.html>
- Pinturas Sherwin Williams. (s.f.). *Círculo cromático*. Recuperado el 16 de Enero de 2015, de <http://sherwinvirtual.com/newportal/?p=976>
- Prototipod. (s.f.). *Los 100 de Cromia*. Recuperado el 19 de Octubre de 2014, de <http://prototipod.blogspot.com/2014/03/los-100-de-cromia.html>
- Proyectos.ead.puv. (s.f.). *Galexia estudio de navegación*. Recuperado el 05 de Enero de 2015, de <http://proyectos.ead.pucv.cl/galexia/navegacion.html>
- Psicología del Color. (s.f.). *Johann Wolfgang y la Teoría del Color*. Recuperado el 08 de Enero de 2015, de <http://www.psicologiadelcolor.es/johann-wolfgang-von-goethe-y-la-teoria-del-color/#sthash.86b9hFDt.dpuf>
- Revista Bulevar. (s.f.). *Tarifario Revista Bulevar*. Recuperado el 18 de Enero de 2015, de www.revistabulevar.com
- Ribadeneira, E. (1987). *Teoría del Arte en el Ecuador*. Quito, Ecuador: Editora Porvenir.

- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - SENPLADES. (2011). *Código orgánico de Planificación y Finanzas Públicas*. Quito, Ecuador.
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo - SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. Quito, Ecuador.
- Shinner, L. (2014). *La invención del arte*. Barcelona, España: Paidós.
- Stanton, W. (2004). *Fundamentos de Marketing*. (13va. ed.). Mexico D.F., México: Mc Graw Hill).
- Swann, A. (1995). *Bases del diseño gráfico*. (3ra. ed.). Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Tolstoy, L. (1897). *Qué es el arte?* Buenos Aires, Argentina: Editorial Tor.
- Universidad de las Artes. (s.f.). *Uartes*. Recuperado el 18 de Octubre de 2014, de <http://www.uartes.edu.ec/index.html>
- Valero, J. (2001). *La Infografía. Técnicas, análisis y usos periodísticos*. Barcelona, España: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Web Intenta. (s.f.). *Los Íconos*. Recuperado el 02 de Febrero de 2015, de <http://webintenta.com/iconos/1>
- Willoughny Design Group. (2006). *Diseño de catálogos y folletos 4*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Wodkte, M. (2001). *Diseño con herramientas digitales*. México D.F., México: Mc Graw Hill.
- Wong, W., & Wong, B. (2004). *Diseño Gráfico Digital*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

ANEXOS

Anexo 1. Reportaje “La difusa línea entre arte y entretenimiento” escrito por Diego Ortiz, para Diario El Comercio

La reciente encuesta de Cedatos en materia de arte y cultura en el 2014 levanta el debate en torno a la relación de los ecuatorianos con el entorno artístico y cultural. Según la encuesta, un 18% identifica al programa ‘Ecuador tiene talento’ como referente en este ámbito —seguido por Gerardo Morán (9%), ‘Yo me llamo’ (8%) y ‘Combate’ (7%), entre los primeros lugares—. En esta lista, obtenida de entrevistas con preguntas abiertas a 2 128 hogares de 15 ciudades del país, se excluye a personajes que trabajan en literatura, artes plásticas, música académica o arte urbano. ¿Hay una línea difusa entre arte y entretenimiento que confunde a los ecuatorianos? Pero no es solo confusión, también hay desconocimiento; un 45% de la población no da una respuesta o dice que nadie amerita ser el personaje o hecho de las artes y la cultura del Ecuador del año pasado. Un dato que según Ricardo Monteros, compositor y vicerrector del Conservatorio Nacional de Música, llama la atención, cuando las redes sociales e Internet posibilitan la difusión de cuestiones estrictamente culturales; sin embargo, explica que hay que entender que la presentación de un libro o una obra plástica, o el estreno de una sinfonía no llaman la atención a las franquicias comerciales.

¿Cuál es el modelo de cultura que se está construyendo al interior del país? Esta pregunta lleva al ensayista y catedrático Fernando Tinajero a expresar que “el arte y la cultura en general se mantienen todavía como un artículo de lujo”. Sostiene que “la cultura es el momento autocrítico de la organización de la sociedad. Y si no se la ve así, si se la ve como un lujo o adorno social, entonces no se la difunde como es debido”. Afirma que ahora no se puede pensar que lo cultural está construido exclusivamente por artistas plásticos de renombre y por músicos con una formación académica estricta. Si bien ellos son parte de ese universo, también están incluidas personas ligadas al arte urbano, por ejemplo; gente que trabaja sobre nuevas ideas que dan fe de la contemporaneidad ecuatoriana.

En cambio, María Pérez, artista plástica y una de las organizadoras del programa Talleres Abierto de Quito, el cual dio a conocer los estudios de más de 100 artistas y gestores de la ciudad, comenta que para entender qué es la cultura ecuatoriana hay que analizar dos aspectos. Por una parte hay una confusión entre cultura y eventos artísticos, que reduce todo a lo estrictamente lúdico, mas no reflexivo. Del otro lado, y según ella, existe una macrocultura nacional en la cual están insertas las prácticas de tradición popular y aquellas con un tinte más académico; entonces cree que es necesario educar a los públicos para así lograr una distinción real entre estos ámbitos y que de este modo se pueda reconocer a la gente y hechos de las artes y a lo que proviene del espectáculo. Sin embargo, la exsecretaria de Cultura de Quito, Mariana Andrade, sostiene que en el país aún no se ha resuelto la dicotomía entre arte y espectáculo. A su criterio, las posibles respuestas se encuentran en la gestión de las instituciones culturales públicas y privadas, las cuales estarían encargadas de diferenciar que el sector cultura va más allá de lo eventista y que el entretenimiento es una ínfima parte de los procesos que realizan los artistas, en sus áreas de trabajo.

Pero el problema no solo se encuentra en la elaboración de modelos de diferenciación ciudadana entre cultura y entretenimiento. Uno de los aspectos que preocupa a Monteros es que hay contradicciones cuando se realizan proyectos culturales. El caso de la música académica es el más claro. En la actualidad, las orquestas que quieran interpretar a compositores ecuatorianos deben pagar los respectivos derechos de autor. No obstante, estas agrupaciones, sean estatales o no, carecen de fondos para cancelar los montos que suponen estas obras. Por lo tanto, muchas se ven abocadas a recurrir a pedir a los creadores que renuncien a sus derechos, o simplemente excluir a estas piezas de sus repertorios. “¿Cómo se quiere dar a conocer a compositores como Eduardo Florencia o Leonardo Cárdenas cuando su música no se puede difundir?”, se pregunta. Y señala el desfase en relación a lo que proviene de la tecnocumbia o el pop, géneros que cuentan con gran cantidad de público gracias a que sus artistas han encontrado modelos de masificación apoyados, en buena parte, por los medios.

Anexo 2. Resultados completos de la encuesta realizada como parte del proceso de investigación

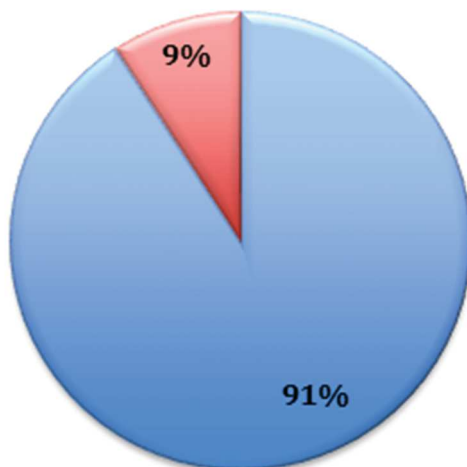
Los resultados mostrados a continuación hacen referencia a la encuesta realizada, que cuenta con 12 preguntas. Los resultados fueron los siguientes:

Profesión

Esta fue una pregunta abierta, que se realizó con el único fin de saber si todo tipo de personas con distintas profesiones e intereses podrían estar dispuestos a informarse de temas artístico culturales.

1. ¿Encuentra interés en temas de arte y cultura?

Interés en el arte y cultura

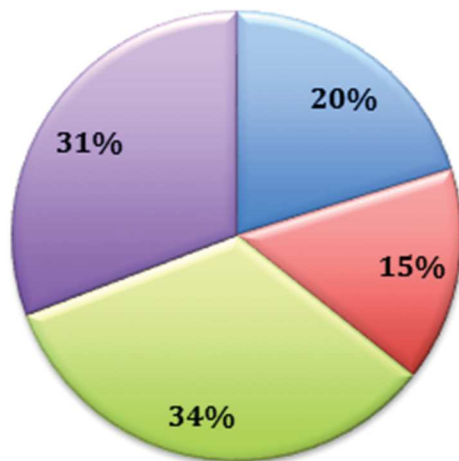


Opción	# Personas
SI	348
NO	35
TOTAL	383

El resultado de la primera pregunta es muy favorable, ya que muestra una aceptación masiva a temas culturales con un 91%, por otro lado se debe tomar en cuenta el 9% en contra, que son personas que buscan otro tipo de información o también tras preguntar el porqué de su respuesta afirmaron que no existe mucha información de estos temas es por eso que no les causa interés.

- Sub pregunta: Si su respuesta es afirmativa, en qué tema tiene más interés.

Preferencia de temas

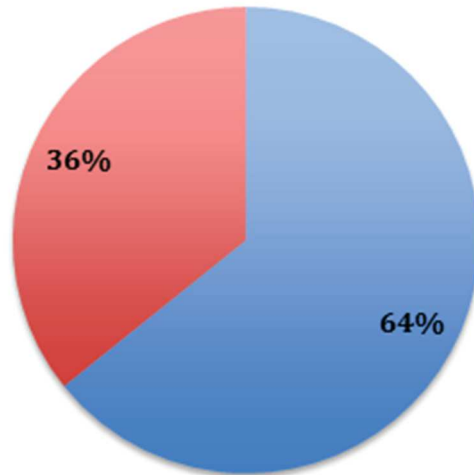


Opción	# Personas
Artes escénicas	209
Artes literarias	148
Artes musicales	324
Artes plásticas y visuales	297

Dentro de la pregunta de intereses, se dio la opción para que los encuestados den a conocer que temas prefieren, al ser una pregunta múltiple cada opción podía tener un total de 383 como el 100% es decir que todos se interesan por el tema, está claro que esto no iba a pasar ya que cada persona tiene gustos diferentes y más que nada esto nos ayudó a saber que los 4 temas son de mucho interés ninguno tuvo un nivel bajo de aceptación.

2. ¿Suele asistir a eventos artísticos culturales en la ciudad o país?

Asistencia a eventos culturales

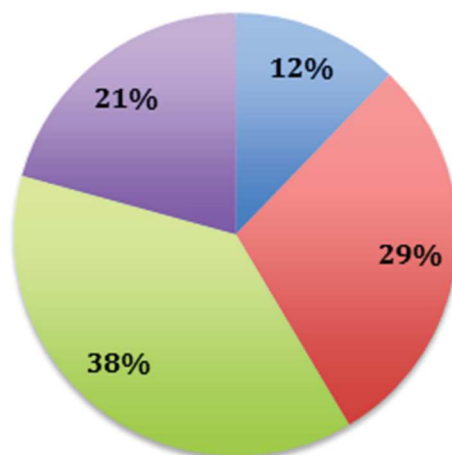


Opción	# Personas
SI	246
NO	137
TOTAL	383

Se determina que el 64% de ciudadanos asiste a eventos culturales, y el 36% no suele asistir, se debe tomar en cuenta este valor para poder determinar las razones por las que esto sucede, lo cual se pudo aclarar en siguientes preguntas.

- **Sub pregunta: Si su respuesta es afirmativa, con qué frecuencia asiste.**

Frecuencia de asistencia

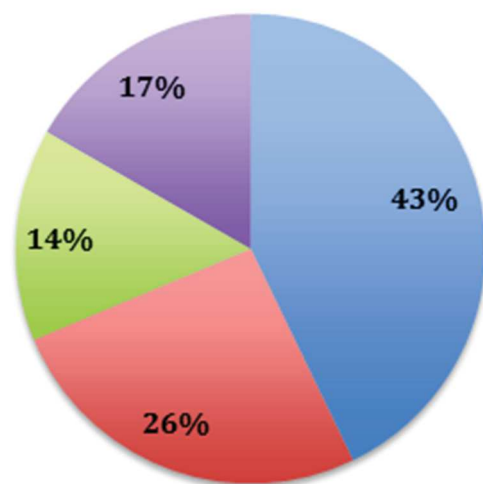


Opción	# Personas
Muy rara vez	30
Eventualmente	72
Frecuentemente	93
Siempre	51
TOTAL	246

Esta pregunta tuvo como total 246 personas que fueron las que aceptaron asistir a eventos culturales y de las cuales la opción con más puntuación fue frecuentemente, que se refiere a 2 veces por semana, es una respuesta muy favorable aunque también existen personas que van 1 vez al mes o 1 vez cada 6 meses, al analizar el rango de edades de las personas que asisten a los eventos culturales hubo una gran cantidad de jóvenes sin dejar de lado personas más adultas, lo que nos indica que depende de cuánto interés o información tenga cada persona de dichos eventos.

3. ¿Cuál es el medio principal mediante el cual usted se entera de eventos culturales, nuevos artistas ecuatorianos, ferias o tendencias artísticas en su localidad?.

Medio de Información

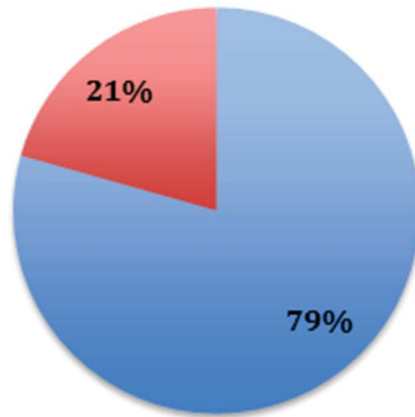


Opción	# Personas
Redes Sociales	164
Noticias . TV	99
Prensa escrita	56
No se entera	64
TOTAL	383

En base al medio de información que tienen los ciudadanos para enterarse de todo tipo de temas artísticos, principalmente de ferias, nuevos artistas ecuatorianos y eventos, se pudo observar que la mayoría se informa a través de redes sociales e internet, y es importante recalcar que un gran porcentaje de personas que contestaron NO a la pregunta de asistencia a eventos artísticos afirmaron que no lo hacían porque no se enteraban o no contaban con información necesaria de los mismos.

4. ¿Cree usted que es necesario la implementación de algún medio para la difusión del arte y cultura en el Ecuador?

Nuevo medio de difusión



Opción	# Personas
SI	304
NO	79
TOTAL	383

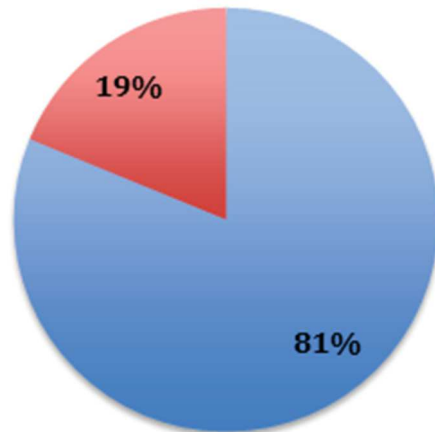
La actual pregunta estuvo enfocada al objetivo principal del proyecto, la creación de un medio de difusión, la respuesta fue muy favorable, ya que el 79% respondió positivamente y tan solo el 21% no estuvo de acuerdo. Las personas que respondieron SI, afirmaron que les parecía necesario un nuevo medio de difusión que cree impacto y que tenga varios temas de interés así tendrá éxito.

• Conoce usted alguno, cuál?

Dentro de la misma pregunta se colocó una pregunta abierta, para saber si saben o tienen conocimiento de algún medio de difusión existente. 49 personas respondieron revista DINERS, y otras 78 solo respondieron lo que se encuentra en el internet. No todos los encuestados respondieron esta pregunta, lo cual es muestra que no existe un medio masivo de información cultural.

5. ¿Estaría interesado en adquirir una revista que contenga información sobre arte y cultura?

Revista de arte y cultura



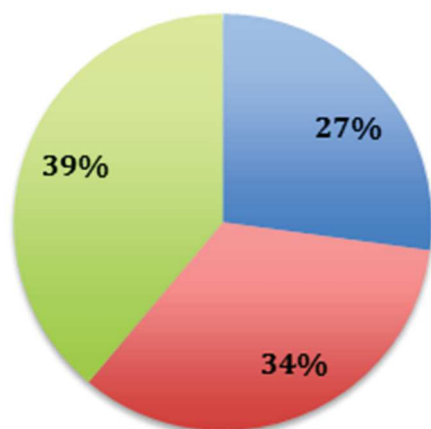
Opción	# Personas
SI	311
NO	72
TOTAL	383

Con un 81% la respuesta a esta pregunta fue en su mayoría positiva, y se dio la apertura a una revista de arte, además algunas personas que respondieron que no ven necesario un nuevo medio de difusión estarían dispuestos a comprarla, lo cual nos indica que el mercado tiene todo tipo de posibles clientes, los que siempre van a estar dispuestos a adquirirla, y otros que dependiendo de cómo se maneje y el tipo de promoción que se utilice para dar a conocer la revista podrían hacerlo. Sin embargo, como parte de la investigación se encontraron ya algunos medios de difusión que son utilizados por varios artistas y personas inmersas en el campo artístico, y muchos ciudadanos hacen uso de las mismas, sin embargo, no existe un lugar en donde se encuentre unificado todo, y que se muestre esta información como una verdadera obra de arte, y que se dé la importancia que se debe dar a este ámbito de la sociedad.

*** A partir de este punto se tiene como referencia total 311 personas ya que este es el número de ciudadanos que tienen interés en adquirir la revista.**

6. ¿En qué tipo de presentación le gustaría que sea la revista?

Presentación de la revista



Opción	# Personas
Impresa	84
Digital	105
Ambas	122
TOTAL	311

En la actualidad las revistas se manejan de manera impresa y digital, en este caso los encuestados con un 39% piensan que ambas presentaciones son necesarias y que se complementan entre sí. Las opciones por separado obtuvieron gran número de preferencia por eso crear una revista en ambos medios es lo más factible, así los ciudadanos que prefirieron solo impresa también podrán contar con ella, al igual de las personas que prefieren solo digital.

7. Dentro del arte y cultura, califique los siguientes temas de información según el nivel de importancia usted crea que tengan, siendo 1 el de menor importante y 5 el más importante.

Variables	Interés
Entrevistas	3,5/5
Nuevas Tendencias que hay de nuevo en el Ecuador y el mundo	3,5/5
Calendario de eventos artísticos	4 /5
Festivales, bienales y concursos	3,5/5
Actividades, museos y galerías	4 /5
Información de artistas en diferentes disciplinas	4 /5

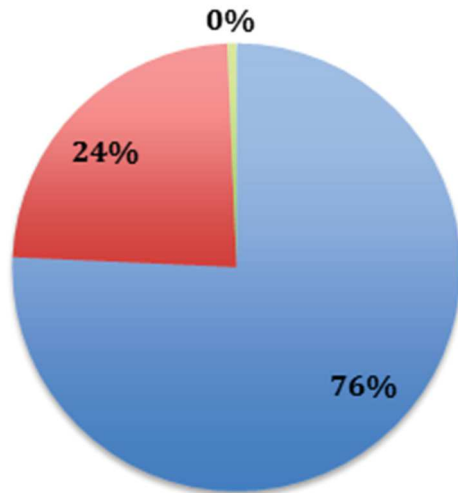
En el presente caso, se presentaron 6 variables y cada una tenía un rango de interés del 1 al 5, se sacó un promedio general de todas las respuestas, cada una de las variables son temas que se podrán encontrar dentro de la revista, el fin de esta pregunta era saber cuánta cantidad de información manejar y que secciones debe contener la misma. De esta manera se creará el material de acuerdo a los intereses de los ciudadanos quiteños, y se sentirán identificados con la información y así se crea cierta familiaridad y pregnancia.

- ¿Qué otros temas le gustaría que se traten?

Las respuestas a este apartado no fueron muchas pero se encontraron varias opciones muy interesantes, la que fue más relevante es la siguiente: datos y hechos de la historia del arte y cultura ecuatoriana.

8. ¿Con qué frecuencia le gustaría que circule la revista?

Frecuencia de circulación



Opción	# Personas
Mensual	237
Bimensual	74
Trimestral	0
TOTAL	311

El 76% está de acuerdo que la revista sea mensual, esto va acorde a previas investigaciones que se realizaron para saber cuál sería la frecuencia adecuada, sin embargo era necesario tener la opinión de los ciudadanos para constatar que están dispuestos a adquirir una revista mensualmente. La opción escogida es muy favorable ya que la cantidad de información artística en cuanto a eventos y actos culturales varía cada mes.

Anexo 3. Entrevista a la docente Jolanda Palloti

1. Cómo artistas y creadora extranjera, como ves el manejo del arte y cultura en el Ecuador?

El Ecuador es un país muy rico, en donde existen varios tipos de arte y expresiones culturales, sin embargo el número de personas involucrado es una sorpresa para mí, ya que no son muchas las personas que saben y que frecuentan lugares dedicados al arte y cultura. Cuando llegué acá quería encontrar lugares para visitar ya que tengo la costumbre de recurrir a este tipo de sitios los fines de semana o buscar eventos culturales, existen muchos en la ciudad, pero no todos conocen de ellos o se interesan, lo cual a mi parecer es por falta de comunicación y enfoque a este tema en particular.

2. Crees tu necesario el implemento de un medio masivo de comunicación (revista) relacionado al arte y cultura, sus eventos, programas, artistas y demás?

Creo es necesario porque la ciudadanía no conoce muchas veces todo lo que se realiza en la ciudad, y es por eso que no crea una costumbre de acudir a estos lugares, aquí el arte es tomado y dirigido a cierto tipo de estratos sociales, aunque he notado que cada vez eso se abre y existe mucha intervención de los jóvenes. Una revista es muy apropiado ya que puedes manejar lenguaje gráfico y llamar la atención. Hay que tomar en cuenta que el ecuatoriano es llevado por las tendencias y modas, y que puede que le dure unos meses el estar ligado a la revista, es por eso que debes tomar en cuenta como vas a trabajar su creación y distribución.

3. En el ámbito de diseño como crees que deba ser manejada esta revista?

Tu revista debe ser muy simple, abarcando varios temas pero que tengan la capacidad de atraer a los lectores, busca información en galerías, museos,

centros de arte, porque existen muchos en la ciudad que hacen grandes obras pero que no son difundidas, además crea conexiones y alianzas con estos mismos lugares para el desarrollo de la revista de esta manera se benefician ambas partes.

Anexo 4. Entrevista al cantante y ganador del Fondo Fonográfico 2014 categoría Pop, Jonathan Ruiz

1. Como artista ecuatoriano, crees tu que la sociedad da la suficiente importancia al arte y cultura que se desarrolla en el país? Si, no, porque?

La sociedad sí, los empresarios no, existe aún un miedo de apostar por el arte en el país vs lo que viene de afuera, el empresario no crea ni difunde algo nuevo, solo trae lo que hay de afuera y da un pequeño espacio de condolencia para cumplir con su cuota de nacionalismo.

El público asiste y acude a lo que se le informa, muy poca gente hace una búsqueda más a fondo para asistir a un evento artístico, que el Quito al menos hay varios al mes y gratis, pero sin difusión masiva o directa.

2. Como ha sido tu experiencia como cantante, refiriéndose al tema de apoyo como artista y los medios para darte a conocer?

Mi caso es particular, porque cuando empecé lo hice con un concepto totalmente nuevo y nunca antes visto en Ecuador, un video en 3D, teníamos un material y algo que ofrecer a los medios a más de una canción. Fue un trabajo arduo de tocar las puertas y recibir muchos NO y desaires. Sin embargo el tener un producto nuevo nos ayudó y entramos en la mayoría de medios con mayor rapidez y sin recurrir a ningún tipo de maña, ahora son amigos y nos respaldan, incluso de manera muy generosa por lo que estamos agradecidos.

Es muy difícil entrar a los medios, requiere mucho trabajo de relaciones públicas y marketing, yo lo comparo como cuando creas un producto y quieres entrar en las grandes cadenas de distribución, es igual de difícil golpear la puerta recibir negativa y continuar intentando.

3. Al ser parte del concurso Fondo Fonográfico, que te pareció esta experiencia, que pudiste notar, y crees existen falencias dentro del manejo de estos concursos, o que hace falta?

La única falencia es que antes no existía, el Fondo Fonográfico no es un concurso, es una selección de artistas inéditos que tienen material pero no los recursos para sacarlos al aire. Es una iniciativa muy interesante, cada año el Fondo cambia de mecánica, este año tuvo la participación muy activa de los medios de comunicación lo cual es muy importante aún así no se haya ganado porque dio un espacio a gente que incluso nunca estuvieron en medios. También contó con la participación del público en la decisión. Cada año va tomando forma y todas tienen sus ventajas y desventajas.

La experiencia fue muy satisfactoria y contó con organización muy buena, ser escogido por un jurado de calidad aún así no ganes te indica que estás haciendo las cosas bien.

4. El presente proyecto busca crear un medio de difusión masivo de arte, principalmente una revista impresa y digital. Crees tú que esto funcionaría, que le aumentarías o que otro medio de difusión crees que podría aplicarse?

Como sabes también tengo formación visual y actualmente lo que estoy estudiando, Masterado en Innovación Musical tiene mucho que ver con la difusión y nuevas formas de mercado. Soy el mayor creyente de que el mayor difusor hoy por hoy son las redes. Tu iniciativa de hacerlo impreso y digital es totalmente acertada porque en Ecuador la gente que actualmente se encuentra en los puestos de decisión y asignación de fondos para el arte privados y públicos, no son muy aparentes a la tecnología, por lo que el impreso es importante aún.

Tienes toda la razón al decir que hay un sin número de talento que tiene muchos logros y que la gente no conoce. Mi caso es así ya que mi nicho es

aún pequeño y volverse totalmente conocido para todo el Ecuador es un proceso que muchos artistas han trabajado hasta más de 10 años para lograrlo. Cuando empieces a documentar los festivales y eventos, te vas a dar cuenta de una problemática más allá de la difusión de lo que existe, es la falta de eventos para artistas originales, en todo ámbito, y en música es más, te apuesto que vas a encontrar diez fiestas con banda en vivo de tributo a algún artista internacional y tal vez pocos de presentación de artista nacional. Esa problemática empieza con los dueños de locales de entretenimiento pasando por el público, la difusión y hasta al artista, todos tenemos un grado de culpa en lo que pasa en Ecuador.

Tu proyecto es acertado me parece en el sentido de difundir los eventos que ocurren en este momento y a los artistas que se presentan. Creo que es una increíble ventana para los artistas que se están presentando, ya que mucho de la contratación a artistas se lo hace porque los vieron en algún lado que ya tuvieron un evento, y eso puede hacer tu revista, difundir los eventos que están pasando y que artistas se están presentando.

5. A qué tipo de público debería estar dirigido?


Me parece que tienes dos tipos de target, como te comenté existe la gente que toma las decisiones de contratación artística en todas las empresas privadas y públicas, y me parece que el rango son hombres y mujeres ejecutivas de 35 a 50 años. A ellos hacerles llegar la revista es el objetivo principal en función del artista ya que podrían ser contratados por ellos al ver la publicación.

El otro target es el público que quieres que se entere de los eventos a través de tu revista, que la hagan personal y su medio para asistir a eventos de arte, en este sentido tienes un público casi total, jóvenes, adultos, etc.

6. Cómo crees tú que podría tener éxito esta propuesta?

Tu propuesta tendrá éxito debido a la diagramación, el contenido fácil y directo así como los canales de distribución que le asignes, así como tu campaña de fidelización para que la gente la vuelva indispensable. Es un proyecto totalmente necesario para la industria y creo que aportaría a que se resuelva en cierto nivel la poca difusión de artistas nuevos del país.

**Anexo 5. Cotización Imprenta Don Bosco, para la producción de la revista
por un valor de 25.000 ejemplares**

Nº. 010782	COTIZACIÓN	 RUC: 1792058406001
Señores		
STEPHANIE GUEVARA	011692	Fecha: 17 - marzo - 2015
Atención: Stephanie Guevara		Ejecutivo: I.D.B.
E-mail: stephy.guevara@hotmail.com		
Ciudad:		

Estimado Cliente, nos complace presentarle el presente presupuesto:

TRABAJO: LIBRO PARA TESIS

TAMAÑO ABIERTO:	48 x 18	TAMAÑO CERRADO:	24 x 18
PORTADA	4	PAPEL: Papel Couche Brillante 250,	COLORES: 4 / 4
INTERIORES 1	72	PAPEL: Papel Couche Brillante 115.	COLORES: 4 / 4
TERMINADOS	ENCOLADO; ; ; PLASTIFICADO MATE PORTADA; ; ; BARNIZ SELECTIVO PORTADA: ; ; ;		
OTROS:	25.000	0,9605	24.012,50

OBSERVACIONES:

- * Estos precios no incluyen IVA.
- * Tiempos de entrega a convenir.
- * Forma de pago, 50% anticipo y 50% contra entrega..
- * Se facturará hasta un 4% de variación a la cantidad solicitada.
- * De aceptarse el presente presupuesto, favor reenviar aprobación al siguiente correo electrónico:
ventas@imprentadonbosco.com


Cordialmente,


Aceptado por,

Ventas
Área Comercial
Imprenta Don Bosco & CSP

STEPHANIE GUEVARA
STEPHANIE GUEVARA

Rafael Bustamante E6-87 y Gonzalo Zaldumbide / (593 2) 241 6122 - 240 5657 / www.imprentadonbosco.com

 Imprenta Don Bosco Ecuador

 @DonBoscoEC