



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**INFORME FINAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, EN LA MODALIDAD
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

TEMA:

**“EL CARTELISMO SOCIAL COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN ANTE LAS
PROBLEMÁTICAS OCURRIDAS DURANTE EL AÑO 2020”**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título
de Licenciatura en Diseño Gráfico**

Línea de investigación:

Desarrollo artístico, diseño y publicidad

Autores:

Jonathan Alexander Anrango Sánchez

José Israel Sigüencia Yépez

Directora:

Msc. Mónica Alexandra Acosta Torres

Ibarra – Noviembre – 2021



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	172649641-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Jonathan Alexander Anrango Sánchez		
DIRECCIÓN:	Francisco de Orellana y Tajamar		
EMAIL:	jaanrangos@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	/	TELF. MOVIL	0980785036

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100458166-4		
APELLIDOS Y NOMBRES:	José Israel Sigüencia Yépez		
DIRECCIÓN:	Ejido de Caranqui vía San Cristobal		
EMAIL:	jisigüenciay@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	/	TELF. MOVIL	0979282946

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	El cartelismo social como medio de comunicación ante las problemáticas ocurridas durante el año 2020.
AUTOR (ES):	Jonathan Alexander Anrango Sánchez / José Israel Sigüencia Yépez
FECHA: AAAAMMDD	2021 / 11 / 19
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO (<input checked="" type="checkbox"/>) POSGRADO (<input type="checkbox"/>)
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Diseño Gráfico
ASESOR/DIRECTOR:	MSc. Mónica Alexandra Acosta Torres

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 19 días del mes de noviembre de 2021.

EL AUTOR (ES):

(Firma)

Nombre: **Jonathan Alexander Anrango Sánchez**

(Firma)

Nombre: **José Israel Sigüencia Yépez**

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Ibarra, 07 de octubre de 2021

MSc. Mónica Acosta

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de titulación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología (FECYT) de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f) 

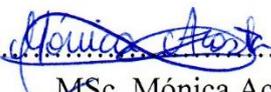
MSc. Mónica Acosta

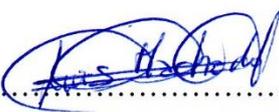
C.C.: 100301027-7

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El Tribunal Examinador del trabajo de titulación “El cartelismo social como medio de comunicación ante las problemáticas ocurridas durante el año 2020” elaborado por Jonathan Alexander Anrango Sánchez y José Israel Sigüencia Yépez, previo a la obtención del título de licenciados en diseño gráfico, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Universidad Técnica del Norte:

(f): .....
MSc. Miguel Bonifaz
C.C.: 0604631580.....

(f): .....
MSc. Mónica Acosta
C.C.: 100301027-7

(f): .....
MSc. Luis Machado
C.C.: 1809510629.....

DEDICATORIA

Mi dedicatoria va a todas las personas que han sabido apoyarme en todas las decisiones que he decidido tomar para mi vida, a mis padres y a mi hermano, mis fieles compañeros de vida que han sabido comprenderme y guiarme en el camino a cumplir mis metas y mi realización como profesional.

Jonathan Alexander Anrango Sánchez

La dedicatoria de este trabajo va para todas aquellas personas que siempre me han apoyado a lo largo de este camino. Mi familia, pilar fundamental en mi vida académica y en general, también mis maestros que han sabido aportar cada uno su conocimiento indispensable y me brindaron su mano cuando más lo necesitaba.

José Israel Sigüencia Yépez

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a la gloriosa Universidad Técnica del Norte por abrirnos las puertas en este increíble viaje a través de estos años con experiencias enriquecedoras que sin duda ayudaron en nuestra formación para ser buenos profesionales y la cual con orgullo pudimos llamar nuestro segundo hogar.

Agradecemos también a todos y cada uno de los docentes y profesionales que han estado ahí para nosotros, para guiarnos y hacer que no perdamos el camino y que han alimentado nuestra pasión por esta carrera.

Jonathan Alexander Anrango Sánchez
José Israel Sigüencia Yépez

RESUMEN

El presente trabajo de titulación es una propuesta de diseño para la realización de un libro digital que recopile información con respecto a las convocatorias de cartelismo social y para analizar el cartel social como medio de comunicación y su influencia ante las distintas problemáticas ocurridas durante el año 2020, así también, información que sirva de guía para las personas interesadas en diseñar carteles con fines sociales, ecológicos y políticos. Con respecto a la metodología se desarrolló investigación – acción, se aplicó entrevistas a profundidad a diseñadores gráficos y cartelistas como fuente de investigación para recopilar los datos necesarios sobre la perspectiva del cartelismo con fines sociales, tanto de manera general como específica, enfocada a diversas áreas como la educación, la comunicación a través de redes sociales, y aspectos referentes al perfil del cartelista social. También se buscó una perspectiva diferente al entrevistar a estudiantes miembros del Club del Cartel de la Universidad Técnica del Norte, quienes aportan con su opinión y experiencia con respecto al cartel social desde las aulas. Como propuesta gráfica se diagramó toda la información recopilada dentro de una publicación digital. Para la elaboración de la propuesta, se empleó la metodología de diseño *Design Thinking*. Cada etapa que forma parte de este proceso, aportó una variedad de información útil a la hora de identificar la problemática y definir aspectos visuales y técnicos que ayuden a la elaboración del libro con el fin de lograr un producto editorial de fácil lectura y comprensión, que logre preservar una muestra de carteles y convocatorias que hicieron historia durante el año 2020.

Palabras clave:

Cartel social, problemas sociales, publicación digital, comunicación social, diseño gráfico.

ABSTRACT

This degree work is a design proposal to make a digital book that collects information regarding the calls for social posters and to analyze the social poster as a means of communication and its influence on the various problems that occurred during the year 2020, as well as information that serves as a guide for people interested in designing posters for social, ecological and political purposes. With respect to the methodology, action-research was developed, in-depth interviews were applied to graphic designers and poster designers as a source of research to collect the necessary data on the perspective of poster design for social purposes, both in general and specifically, focused on various areas such as education, communication through social networks, and aspects related to the profile of the social poster designer. A different perspective was also sought by interviewing students' members of the Poster Club of the Universidad Técnica del Norte, who contribute with their opinion and experience regarding the social poster from the classroom. As a graphic proposal, all the information gathered was diagrammed in a digital publication. For the elaboration of the proposal, the Design Thinking design methodology was used. Each stage that is part of this process provided a variety of useful information to identify the problem and define visual and technical aspects that help the development of the book in order to achieve an easy to read and understand editorial product, which preserves a sample of posters and calls that made history during the year 2020.

Key words:

Social poster, social problems, digital publication, social communication, graphic design.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: Marco Teórico	5
1. Historia del cartelismo	5
1.1. Tipos de carteles	6
1.1.1. Carteles Comerciales.....	6
1.1.2. Cartel político	6
1.1.3. Cartel social:	7
1.1.4. Cartel Cinematográfico	8
1.2. Exponentes en la historia del cartelismo	8
1.2.1. Jules Chéret (Francia 1836 - 1932)	8
1.2.2. Henry de Toulouse-Lautrec (Francia 1864 - 1901)	9
1.2.3. Alphonse Mucha (República Checa 1860 - 1939)	9
1.2.4. Ikko Tanaka (Japón 1930 – 2002).....	10
1.2.5. Shigeo Fukuda (Japón 1932 - 2009).....	10
1.3. El cartel hoy en día.....	11
1.4. Cartelismo a través de los medios digitales.....	11
1.5. El cartel social ante las problemáticas del mundo.....	11
1.6 Problemáticas	12
1.6.1. Incendios en Australia	12
1.6.2. Covid-19	12
1.6.3. Muerte de George Floyd.....	13
1.6.4. Igualdad de género	14
1.6.5. <i>Fake News</i> (Noticias Falsas).....	14
1.7 La comunicación y el lenguaje	15
1.8 Tipos de comunicación.....	15
1.8.1 Comunicación Verbal	15
1.8.2 Comunicación No Verbal.....	15
1.8.3 Comunicación Gráfica	16
CAPÍTULO II: Metodología de la investigación.....	19
2.1 Tipos de investigación	19
2.1.1 Investigación bibliográfica	19
2.1.2 Investigación descriptiva	19
2.1.3 Investigación acción	19

2.2 Métodos	19
2.2.1 Design Thinking	19
2.3 Técnicas e Instrumentos de Investigación.....	19
2.3.1 Entrevista	19
2.5 Universo y muestra.....	20
CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	21
3.1 INSTRUMENTO DIRIGIDO A PROFESIONALES EN EL ÁREA DE DISEÑO GRÁFICO Y ESTUDIANTES	21
3.1.1 Cuestionario con enfoque en las convocatorias de cartelismo social	21
3.1.2 Cuestionario con enfoque en el diseño de cartel social	24
CAPÍTULO IV: PROPUESTA.....	33
4.1 Método de diseño para creación de la propuesta	33
4.1.1 Empatía	33
4.1.1.1 Entrevistas cualitativas	33
4.1.1.2 Técnica del Benchmarking	37
4.1.2 Definición	40
4.1.2.1 Perfil de usuario	40
4.1.3 Ideación	42
4.1.3.1 Técnica de diagrama de prioridades	42
4.1.3.2 Prototipo en bruto	43
4.1.4 Prototipado	46
4.1.5 Testeo.....	50
a) Resultado.....	51
b) Prototipo con ajustes finales.....	51
CONCLUSIONES.....	58
RECOMENDACIONES	59
BIBLIOGRAFÍA.....	60
Anexo 1.....	64
Anexo 2.....	69
Anexo 3.....	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de variables. Elaborado por los autores.	20
Tabla 2: Tabla de valoración	51

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Modelo de Shannon-Weaver. Elaborado por los autores.....	17
Ilustración 2: Modelo circular de Schramm, Westley y McLean, Fearing y Johnson. Elaborado por los autores	18
Ilustración 3: Design Thinking. Elaborado por los autores.....	33
Ilustración 4: Entrevista realizada a Christian Lasso, diseñador gráfico y analista y gestor de marca. Elaborado por los autores	34
Ilustración 5: Entrevista realizada a David Ortiz, Ing. Diseño Gráfico Empresarial y docente de la Universidad Técnica del Norte. Elaborado por los autores.....	34
Ilustración 6: Entrevista realizada a Erika Domínguez, presidenta del Club del Cartel de la Universidad Técnica del Norte. Elaborado por los autores	35
Ilustración 7: Entrevista realizada a Felipe Jácome, diseñador gráfico y miembro del Comité Consultivo de Ecuador Poster Bienal (EPB). Elaborado por los autores.	35
Ilustración 8: Entrevista realizada a Tanya Antamba, diseñadora gráfica y docente de la Universidad Técnica del Norte. Elaborado por los autores.....	35
Ilustración 9: Entrevista realizada a Wuinifret Jiménez, estudiante de la carrera de diseño gráfico de la Universidad Técnica del Norte. Elaborado por los autores.....	36
Ilustración 10: Entrevista realizada a Juan Madriz, técnico en diseño gráfico y diplomado en Museología y Museografía. Elaborado por los autores.....	36
Ilustración 11: Entrevista realizada a Christopher Scott, diseñador gráfico y presidente de Ecuador Poster Bienal (EPB). Elaborado por los autores.....	37
Ilustración 12: Políticamente corrupto. (Poster power, 2020).....	37
Ilustración 13: Biophilia. (Biophilial, 2020)	38
Ilustración 14: Ecuador Poster Bienal. (Ecuador Poster Bienal, 2020).....	38
Ilustración 15: Covid exit. (Madrid Gráfica, 2020).....	39
Ilustración 16: Poster for tomorrow. (4tomorrow, 2020)	39
Ilustración 17: Reinicia. (Diseñadores con corazón, 2020).....	40
Ilustración 18: Perfil de usuario. Elaborado por los autores.....	41
Ilustración 19: Perfil de Usuario. Elaborado por los autores.....	41
Ilustración 20: Diagrama de prioridades. Elaborado por los autores.	42
Ilustración 21: Índice de contenidos. Elaborado por los autores.....	43
Ilustración 22: Infografía. Elaborado por los autores.....	44
Ilustración 23: Infografía. Elaborado por los autores	44
Ilustración 24: Formato de entrevistas. Elaborado por los autores.....	45

Ilustración 25: Formato de entrevistas. Elaborado por los autores.....	46
Ilustración 26: Medidas de la portada. Elaborado por los autores.....	47
Ilustración 27: Diagramación del contenido. Elaborado por los autores.....	48
Ilustración 28: Diagramación del contenido. Elaborado por los autores.....	48
Ilustración 29: Diagramación del contenido. Elaborado por los autores.....	49
Ilustración 30: Colores. Elaborado por los autores.	49
Ilustración 31: Tipografía. Elaborado por los autores.	50
Ilustración 32: Portada corregida. Elaborado por los autores.....	52
Ilustración 33: Índice del libro corregida. Elaborado por los autores	53
Ilustración 34: Portada del bloque 1. Elaborado por los autores	53
Ilustración 35: Diagramación de contenido corregida. Elaborado por los autores.....	54
Ilustración 36: Diagramación de contenido corregida. Elaborado por los autores.....	54
Ilustración 37: Formato de entrevistas corregida. Elaborado por los autores	55
Ilustración 38: Diagramación de convocatorias corregida. Elaborado por los autores ..	55
Ilustración 39: Infografía corregida. Elaborado por los autores	56
Ilustración 40: Diagramación final: Elaborado por los autores	57
Ilustración 41: Directamente del tropico: (Helen Frias Peña, 2011).....	64
Ilustración 42: HOPE: (Fairey, 2008).....	64
Ilustración 43: SE NOS ACABA EL PLANETA, EL TIEMPO TAMBIÉN (Santos M., 2016).....	65
Ilustración 44: La bella y la bestia: (Alvin, 2017).....	65
<i>Ilustración 45: Loïe Fuller para Folies Bergère: (Jules Chéret, 1893).....</i>	<i>66</i>
Ilustración 46: Ambassadeurs: Aristide Bruant.(Toulouse-Lautrec, 1892).....	66
Ilustración 47: Cycles Perfecta. (Alphonse Mucha, 1902).....	67
Ilustración 48: Regando una flor. (Ikko Tanaka, 1984)	67
Ilustración 49: Victory (Shigeo Fukuda, 1945).....	68
Ilustración 50: Cuestionario de entrevistas. Elaborado por los autores.....	69
Ilustración 51: Instrumento de evaluación a Christopher Scott. Elaborado por los autores.....	70
Ilustración 52: Instrumento de evaluación a Christopher Scott. Elaborado por los autores.....	71
Ilustración 53: Instrumento de evaluación a Miguel Bonifaz. Elaborado por los autores	72

Ilustración 54: Instrumento de evaluación a Miguel Bonifaz. Elaborado por los autores	73
Ilustración 55: Instrumento de evaluación a Felipe Jácome. Elaborado por los autores	74
Ilustración 56: Instrumento de evaluación a Felipe Jácome. Elaborado por los autores	75

INTRODUCCIÓN

El cartel lleva vigente desde ya muchos años atrás, por lo que se puede apreciar cómo se ha ido adaptando y ha influido en la sociedad, ya que esto da la facultad a los diseñadores y personas involucradas en el arte y la comunicación visual, de aportar principalmente con un granito de arena visual y que sea entendido por el resto de las personas para generar la conciencia necesaria de lo frágil que es el mundo y el cómo generar un cambio de manera positiva (Scott, 2016)

En el transcurso del año 2020, sucedieron varias situaciones que comprometieron aspectos como: la salud a raíz de la pandemia por el covid-19, las relaciones sociales a causa de situaciones de discriminación y violencia contra el género femenino, ambientales como los incendios ocurridos en distintos puntos del planeta tales como Australia y el Amazonas; o políticas como la tercera guerra mundial que casi sucede, entre otros, mismas que afectan a todas y cada una de las personas.

Por situaciones como estas, la comunicación es un aspecto primordial. Pero, a pesar de que existe la facilidad de transmitir un mensaje a través de medios de comunicación masiva como la televisión o el internet, muchas veces esta información no tiene una fuente que la sustente, provocando desesperación y miedo en la población.

Según diversos estudios, se prevé que en el año 2022 se consuman más noticias falsas que reales, así que será una labor imprescindible combatir que la desinformación ponga en peligro la verdad.

Concretamente, el I Estudio sobre el impacto de las Fake News en España asegura que “el 60% de los españoles cree que sabe detectar las noticias falsas, pero en realidad solo un 14% logra diferenciarlas” (Watchity, s.f, p.9).

Otras estadísticas del mismo estudio que llaman la atención son las siguientes:

- El 4% de la población afirma crear Fake News. (Watchity, s.f, pg.9).
- Los jóvenes tienen más capacidad para distinguir las noticias falsas de las verdaderas. (Watchity, s.f, pg.9).
- Las Fake News se distribuyen mayoritariamente por diversión y porque no se cree que se hace daño a nadie. (Watchity, s.f, pg.9).
- Se cree saber que una noticia es falsa por la irrealidad de su contenido, el medio en el que aparece publicada la noticia y por titulares muy alarmistas, ridículos e improbables. (Watchity, s.f, pg.9).

En la última década se ha agudizado la proliferación de publicaciones con temas trascendentales que carecen de calidad gráfica, esto conlleva al desinterés de la audiencia ya que se encuentra con extensos textos y confusas imágenes del tema en general, sin una investigación de respaldo, con títulos atractivos para llamar la atención, incluso amarillistas, pero el contenido visual no aportan en nada; sin embargo, existe el cartelismo social que es la producción de carteles que abordan estos problemas sociales y la población en general después de observar y analizar un cartel puede encontrarse con un

buen mensaje y despertar sus propias reflexiones. Incluso el cartel traspasa fronteras del idioma, ya que una buena imagen puede valer más que mil palabras.

Las formas en que las personas tienen acceso a las noticias han ido cambiando radicalmente en los últimos años, los medios de comunicación más tradicionales van en descenso, especialmente con las nuevas generaciones y el público joven que se encuentran más conectados a los medios digitales. Según un estudio de 2016 del Pew Research Center señala que “el 62% de adultos estadounidenses obtiene todo tipo de información de redes sociales con Facebook a la cabeza con el 67% de información, después YouTube con el 48% y Twitter con el 19%” (Fernández-García, 2017, pag.67).

El cartelismo es un ámbito que genera un impacto positivo en la sociedad, que, a pesar de estar vigente desde el siglo XIX, su presencia en el sector educativo, social y cultural no ha tenido gran relevancia para la generación de nuevos espacios de comunicación hasta la actualidad, donde queda en evidencia que gracias a los medios digitales se ha podido adaptar a los mismos y así llegar a más público. Esto trae consigo un aumento de la capacidad crítica de las personas, debido a que convocatorias de cartelismo han tenido masiva presencia en redes sociales, abordando temas de interés social.

Es por esta razón que se pretende desarrollar el presente estudio, investigar al cartelismo como un medio de comunicación actual, identificar las diferentes convocatorias generadas durante el 2020 y analizar su impacto, con los resultados se creará un producto gráfico para su masificación.

El cartel es una herramienta que ha perdurado en el tiempo desde su aparición, se ha ido adaptando a los nuevos medios de comunicación, manteniendo su impacto.

El cartel es la forma más tradicional de diseño y ha sido parte de la sociedad desde antes de que lo consideremos una forma de comunicación visual. Desde los carteles de “Se Busca” hasta el de “Viva Che” por Jim Fitzpatrick el cartel ha evolucionado de ser algo solo informativo a ser una auténtica revolución social. (Scott, 2016, p.1)

Hoy en día además de verlo en las calles, el cartel ha ganado presencia en plataformas sociales como Facebook, Pinterest e Instagram, entre otras, donde ha sido empleado para la difusión de diversos mensajes o campañas con temas como la conservación del planeta, el reciclaje, la salud, e inclusive la denuncia, entre otras. “El cartel no es sólo un soporte gráfico cuyo objetivo es informar, vender productos o hacer campañas comerciales. También puede ser de gran utilidad para transmitir ideas o despertar consciencias, como elemento de sensibilización social.” (Valvanera, 2019, p.1)

El trabajo investigativo genera altas expectativas pues pretende producir consciencia ante las adversidades y que de esta forma se pueda generar iniciativas no solo a profesionales del diseño y amantes del arte sino también a estudiantes y personas ajenas que quieran dar un aporte positivo al mundo.

Lo que busca esta investigación es recopilar y analizar información acerca de las convocatorias sobre el cartelismo en base a situaciones que transcurren en el mundo y

que muchas veces son difundidas de manera errónea, sin ser tomadas con la respectiva importancia que merecen.

La factibilidad de esta investigación es dar a conocer que en el país existen grandes exponentes de esta rama del diseño que han dado aportes significativos a la sociedad, sin embargo, no han llegado a hacer eco en los grandes medios de comunicación masiva, teniendo como medio más importante de difusión las redes sociales, donde no siempre un mensaje puede ser visto por todos.

Según (Godoy, Jarrín, Ortiz , 2019) refieren que el cartelismo ha estado estrechamente relacionado con la pintura y el arte desde los primeros años de existencia del hombre y si bien el arte no estaba concebido para transmitir un mensaje sino para la creación, entonces el cartelismo fue concebido como una manera de publicidad o propaganda desde un enfoque llamativo y que pueda hacer eco en quienes se detengan para contemplarlo o para quienes lo ven a simple vista. Posteriormente el cartelismo se vio adaptado a distintas situaciones o enfoques en los que hasta el día de hoy se emplea como medio de difusión.

El cartel es un soporte de comunicación que, a pesar de que desde sus principios ha tenido un fin comercial o publicitario, últimamente ha estado muy presente en redes sociales abordando temas de carácter social. A continuación, se menciona algunas iniciativas colectivas para recopilar las mejores muestras de carteles sociales:

La Bienal Internacional de Carteles de Varsovia es el evento más significativo en el mundo gráfico dedicado exclusivamente al cartelismo. Además de ser el más antiguo, dado que su primera exposición tuvo lugar en el año de 1994, por lo cual probablemente es el más importante para la comunidad de cartelismo a nivel mundial.

Sus ejes temáticos giran en torno a problemáticas sociales, y es por ello que cuenta con el apoyo de organizaciones como la Unesco para abordar temas como la desinformación. “Competencias de información y medios de comunicación para todos y aplicadas por todos”, que es la tema para el concurso que se llevará a cabo en el 2021.

Así también, existe la Bienal Internacional del Cartel en México (BICM), misma que es la precursora en su tipo en América. Y que cada dos años, organiza un concurso de carteles, además de fortalecer los propósitos profesionales de sus participantes a través de talleres, exposiciones y actividades múltiples.

Ecuador Poster Bienal, es la bienal de cartelismo donde convergen diseñadores gráficos, personas relacionados con el mundo artístico y la comunidad visual en general para dar un aporte a la sociedad a través de la comunicación visual. Una de las categorías principales es la de cartel social donde se muestra un vistazo a temas de índole social y política. (Scott, 2016)

El enfoque que el cartelismo social brinda a las masas es el de generar un cambio en el pensamiento y en cómo se perciben las situaciones que envuelven al mundo cada vez de forma más continua. Con el cartel social se le da el poder al pueblo de alzar la voz y de mejorar la convivencia social.

El objetivo planteado con el proyecto es analizar el cartel social como medio de comunicación ante las problemáticas ocurridas en el año 2020. Para ello se recopila información acerca de la influencia del cartel social ante las problemáticas, a través del desarrollo de un marco teórico. Se investiga acerca de las convocatorias más relevantes realizadas a nivel mundial durante el año 2020 mediante investigación bibliográfica. Finalmente se diagrama una propuesta gráfica de los resultados obtenidos como informe para su difusión.

CAPÍTULO I: Marco Teórico

1. Historia del cartelismo

En la historia de la humanidad el cartel ha estado presente y asociado desde la antigüedad mediante representaciones pictóricas que detallen los acontecimientos de la sociedad, situaciones de impacto social. Se han encontrado indicios de los primeros carteles en inscripciones egipcias, en la cultura griega antiguas se manejaba el cartelismo a través de las inscripciones en piedra que difundían información oficial al pueblo. El pueblo romano utilizaba el bronce para formar muros encalados donde se anunciaban los eventos a realizarse en los coliseos, anfiteatros etc. (Campos, 2009)

El cartel existe y ha sido parte de la historia desde mucho antes de lo que muchos piensan, estos pueden ser vistos también avanzando más en la historia desde dos épocas completamente distantes dependiendo del uso u objetivo para el que hayan sido concebidos. Por una parte, los carteles nacieron en el siglo XV con la finalidad de dar a conocer o informar a la gente de alguna situación específica. Con la invención de la imprenta se ayudó a reforzar y maximizar la producción de los carteles debido a la complejidad y que provocaba que su producción fuera muy compleja y difícil para la época debido a que se usaba la ilustración a través del grabado el cual era el eje fundamental del contenido.

El cartel siguió avanzando con el paso de los años y abriéndose paso en la sociedad moderna de aquella época.

La llamada era moderna del cartel surge a la par de la invención de la litografía, dos años antes de 1800, con las aportaciones y diseños de Chéret, que “aseguró incluso que, para él, los carteles no eran necesariamente una buena forma de publicidad pero que, en cambio, eran excelentes murales. (Jiménez, 2012, pág. 52)

Debido a esto, el cartel amplió su catálogo de funcionalidades, esta vez no solo ayudaba a que la persona estuviera al tanto de lo que sucedía a su alrededor y estuvieran informadas, sino que también fue una de las herramientas con el que se inició la publicidad en aquella época de manera comercial como política.

Según (Campos, 2009, pág. 180), el cartelismo se desarrolla así:

Con la llegada de los años 20 surge la edad dorada de la ilustración. El Art Déco exaltó el desnudo romántico, mientras tanto la nueva industria del cine encendió el deseo del público por las revistas de héroes celuloideos y los editores liberados de viejos tabúes, que llegaban hasta pelearse por los mejores artistas, con esto la economía vino a ubicar a los carteles de la publicidad en uno de los más importantes. Mientras tanto desde Berlín y Munich (Alemania) marca el movimiento del cartel moderno. Zietara y Hohwllwein son los principales exponentes de un aspecto innovador en los carteles propagandísticos.

En los años 30s los estudios de marketing que la marcas realizaba eran apuntados a los ciudadanos y sus hábitos de consumo, a través de esto se podía influir en sus emociones y generar el impulso de compra median nuevas formas graficas impresas convirtiendo de esta forma al cartel en una herramienta muy efectiva en el área del marketing y las ventas. (Jiménez, 2012)

1.1. Tipos de carteles

Hoy en día no existe una verdad absoluta ni un autor en específico que clasifique los tipos de cartel que existen actualmente por lo que a continuación se mencionas los tipos de cartel más mencionados e importantes tomando cuenta la perspectiva de vario autores.

1.1.1. Carteles Comerciales

Como se ha mencionado anteriormente, con el paso de los años el cartelismo se ha convertido en un soporte en donde se puede exhibir cualquier cantidad de cosas al público, entre estas se destaca la publicidad. Una de las ventajas por la que se utiliza el cartel para la comercialización es porque en su momento y hasta hoy con el uso de las redes sociales puede alcanzar a una gran cantidad de personas sin la necesidad de gastar grandes cantidades de dinero, este debe ser capaz de llamar la atención del cliente para la futura compra generando un impacto positivo para la marca. (Minimal Art Studio, s.f.)

El cartel comercial está centrado en anunciar y publicitar productos y acontecimientos de variada índole para captar a un amplio público para su consumo, primer cartel comercial documentado, el de los Chocolates Matías López dibujado por Francisco Ortego Vereda y litografiado por N. González — hacia 1875—, para adentrarse después en su momento de eclosión desarrollado entre finales del siglo XIX y primeros años del siglo XX. (Vázquez Astorga, M, 2015)

El cartel comercial en el país es usado más que nada donde existe afluencia de gente como las urbes y ciudades donde las marcas grandes puede llegar a impactar a más publico y a nivel intenacional y a travez de las redes sociales se aprecian carteles que impactan tanto que tracienden la barrera del idioma y la cultura y son vistos por millones alrededor del mundo. Ver Anexo 1: ilustración 1.

1.1.2. Cartel político

A principios de siglo, Europa se vio envuelta en grandes conflictos como la Primera Guerra Mundial y la Revolución Rusa surgiendo alrededor de estos conflictos, carteles detallando dichos acontecimientos siendo este el origen del cartel político o de propaganda. Estos ya venían siendo usados en el ámbito publicitario demostrando la eficacia e impacto que pueden tener. Esto se creó con el objetivo de mover una cantidad muy grande de masas nunca antes vista. (Ruiz-Granados, 1997).

Este tipo de cartel consiste en el uso de retratos de los candidatos con sus respectivos mensajes de campaña y que se importen en cantidades muy grandes para repartir al pueblo.

El cartel político, como cualquier otra manifestación artística, intenta representar o inventar la realidad a través de su fuerza creativa y expresiva para comunicar las necesidades, los deseos, las intenciones y la ideología que se pretende comunicar. en él aparecen temas como los derechos humanos, la nostalgia de los períodos de abundancia, el deseo de libertad, la necesidad de una educación, la solidaridad, entre otros temas. (González Martín, 1980)

El cartelismo ha tenido una evolución exponencial a lo largo de los años, lo que lo ha convertido también en un medio de expresión donde cada persona puede sentirse identificado e ir en contra de lo que le parece injusto como muchas veces se ve reflejado en la gestión de los gobiernos. El problema surge cuando si bien existe cartelistas que generan piezas de este estilo, no se tiene como tal el reconocimiento que debería, cosa que ha cambiado en el último tiempo con la implementación de convocatorias del tema como por ejemplo en Ecuador con la convocatoria “Politicamente Corrupto” del 2020. Ver Anexo 2: Ilustración 2.

1.1.3. Cartel social:

El cartel social, es aquel que se enfoca en tratar de evidenciar las situaciones que existen en mundo. Cuando se trata de temas positivos son vistos como una forma de apoyo y de difusión para que mucha gente se sume a tal o cual causa y, por el contrario, se puede usar el cartel como una forma de condenar actos que atentan contra la integridad, principios y valores. Según (Duque, 2016):

Son los que tratan temas de la sociedad, son anticuados en cuanto al diseño y las imágenes utilizadas son tradicionales, tienen excesiva tipografía y un mensaje extenso.

El cartel social se propone como un medio de comunicación cuyos efectos son de carácter masificador. En una sociedad como la nuestra su comprensión está condicionada por los capitales culturales de la población receptora, por lo que su comprensión es disímil y da cuenta del lugar que ocupan las subjetividades de quien diseña, distribuye y recibe en la atribución de sentido al cartel, aportando o no a la construcción de procesos de transformación social (Moreno Cárdenas, F., & Urrea Montoya, M, 2019).

En los últimos años el mundo se ha visto sumergido en múltiples situaciones que han resonado en todos los medios de comunicación y por consecuencia ha habido cientos de convocatorias de cartelismo que ayudan a dar más visibilidad a estas situaciones, así como tratar de educar a las personas sobre estos temas y con la ayuda de las redes sociales se ha intensificado más aún. El cartel social se ha convertido en una herramienta de cambio y reflexión. Ver Anexo 3: Ilustración 3.

1.1.4. Cartel Cinematográfico

El cartel cinematográfico es aquel que debe captar la atención del espectador y darle una probada de la esencia misma de la película de acuerdo al tono que anuncia, debe respetar el interés, y para esto se basa en el buen manejo de imágenes estáticas, así como también el movimiento de los elementos en el espacio, colores, signos y figuras se contempla de buena manera en ellos. (vitamina gráfica, 2014).

Según (Duque, 2016) El cartel cinematográfico nos transporta a lo que son los letreros formando nuevas tareas visuales dotadas de enormes poderes de comunicación basadas en color, tipografía, imagen. Todo esto conforma un fascinante reto creativo para el diseñador gráfico, que permite una mejor comunicación para llamar la atención del espectador, convencéndolos en segundos para que acudan al cine.

El cartel cinematográfico ha acompañado a las películas desde los mismos orígenes de la cinematografía, siendo testigo de la evolución de los códigos estéticos y artísticos propios de cada época y tratando de llamar la atención de los espectadores para que entrasen en la sala a disfrutar. El cartel anunciador de la película ha servido asimismo para presentar distintos aspectos asociados al producto que publicita: las productoras responsables de las películas, los nombres de los directores y los actores que participan en los films y los premios y galardones obtenidos. (Mellado, 2014)

Los carteles cinematográficos llegan a ser piezas invaluable dentro de muchos países, ya que los mismos se han convertido en clásicos y hasta hoy siguen vigentes para las nuevas generaciones, ha quedado registrado en la historia algunos carteles como característicos o representativos de varios estilos gráficos de diferentes épocas. Hoy con el avance de la tecnología y la edición de imágenes se conserva el registro digital de muchas obras aplaudidas en el pasado y se inspira nuevos carteles que llama enseguida la atención de las personas y que al verlos acuden inmediatamente al cine. Ver Anexo 4: Ilustración 4.

1.2. Exponentes en la historia del cartelismo

Como toda actividad que se ha ido desarrollando a lo largo de los años, existen grandes exponentes que han dejado su huella para que futuras generaciones se inspiren y conozcan como era la realización, métodos, técnicas, estilos y entre otros elementos y que de esta forma continúe creciendo el legado y la importancia del cartelismo.

1.2.1. Jules Chéret (Francia 1836 - 1932)

De entre los pioneros del cartelismo se encuentra el francés Jules Chéret que introdujo el sistema de impresión de tres piedras con el que desarrolló carteles para eventos y espectáculos. Este joven de familia humilde empezó su camino con un litógrafo quien lo llevaría a École Nationale de Dessin (escuelas de dibujo gratuitas) en Francia y posteriormente a Londres donde fue influenciado por la cultura local. Sus obras nunca

fueron reproducciones de obras famosas, cada pieza que realizaba era original y elevando la litografía a un estatus de arte. Él logra fusionar la modernidad, la innovación, la calidad artística establecida, y la efectividad comercial en una mezcla para atraer la atención de París. Toma influencia del estilo (Transición entre el barroco y el neoclásico, reflejaba la vida de la aristocracia) reinterpretado la vida nocturna de París de la época. (Martínez, 2012).

En sus carteles da protagonismo a la figura femenina, usa la fuerza de los colores primarios y matiza el fondo de las ilustraciones para dar profundidad. Otra característica relevante es la versatilidad para dibujar letras, acorde a la temática cultural que representaba. Ver Anexo 5: Ilustración 5.

1.2.2. Henry de Toulouse-Lautrec (Francia 1864 - 1901)

Fue un pintor, dibujante y cartelista de origen francés, considerado una de las figuras más importantes del cartelismo del siglo XIX, este joven de familia aristocrática inició su carrera en el mundo del arte en academias como la de Bonnat y Cormon. Sus obras se caracterizaban por la vivacidad y el movimiento que poseían debido a la responsabilidad que sentía con su vocación. Como fuentes de inspiración frecuentaba lugares de actividad más que nada nocturna como cafés cantantes, teatros, prostíbulos y salas de baile. Sus obras van desde innumerables apuntes, dibujos e ilustraciones rápidas y carteles acerca de cabarés y productos comerciales. (Santos, 1985)

En la obra de Lautrec se observa la representación de escenas cotidianas de la vida nocturna parisina con elementos en diferentes planos, propone el uso de la letra dibujada para dar énfasis al mensaje del cartel. Ver Anexo 6: Ilustración 6.

1.2.3. Alphonse Mucha (República Checa 1860 - 1939)

Alphonse Mucha fue un ilustrador, pintor y artista decorativo checo que fue conocido por ser representativo del Art Nouveau. Después de haber culminado sus estudios básicos y gracias al talento para el arte que este desbordaba logró continuar desarrollando su carrera. Él se destacaba porque consideraba al arte como la más pura expresión de la belleza. Su estilo consistía en generar una estética realista realzando la figura femenina en el proceso, él siempre buscaba inspirarse en elementos reales y de la naturaleza para crear a estos seres irreales que se asemejan a diosas, hadas o hechiceras. (Duque, 2016)

El misticismo de Mucha es latente en su obra, representado con los círculos a la altura de la cabeza de la mujer que en varias de sus obras se repite este rasgo, haciendo referencia a una aureola o corona de luz, este cartelista llevó a la máxima expresión al nuevo arte con los grafismos donde la imagen de la mujer es el elemento protagónico y las decoraciones son inspiradas en la ornamentación propia de la naturaleza, respetando una geometría orgánica y las letras también fueron ornamentadas con estos elementos. Ver Anexo 7: Ilustración 7.

1.2.4. Ikko Tanaka (Japón 1930 – 2002)

Fue un diseñador gráfico japonés que por muchos, es considerado como uno de los más grandes exponentes de la cultura japonesa ante el mundo. (Riquelme, 2008) afirma:

Ikko Tanaka buscaba la originalidad por medio de la expresión de elementos característicos de la cultura, pues él decía que: “Sin una cultura propia, cualquier país en un continente será igual a los otros, entonces no tendría identidad propia: Si todos consumen y comen lo mismo ¿Dónde estará la originalidad?”. Su obra sin seguir un estilo gráfico propio se adaptaba a las necesidades del cliente, explotando al máximo los conceptos, con refinada sencillez en sus composiciones. Su trabajo fue reconocido con las medallas de oro y plata del Club de Directores de Arte de Tokio, de la Bienal Internacional del Cartel de Varsovia, y con los premios Club de Directores de Arte de Nueva York, siendo estos sólo algunos de ellos. También participó en el "Nouveau Salon des Cent", el cual fue una exposición donde participaron cien diseñadores gráficos de todo el mundo para hacer un tributo a la obra de Toulouse-Lautrec, por el centenario de su muerte (1901 - 2001).

Su trabajo se destacaba por el gran manejo de la abstracción y de la figuración además de la combinación entre la cultura tradicional y el modernismo. Ver Anexo 8: Ilustración 8.

1.2.5. Shigeo Fukuda (Japón 1932 - 2009)

Hijo del país del sol naciente Shigeo Fukuda es sin duda alguna uno de los más grandes representantes del diseño y el arte a nivel global. Este cartelista logró con sus obras y construcción de imágenes causar un efecto en las personas, el reflexionar y analizar más a fondo sobre los temas tratados.

Sus obras se veían enriquecidas con la combinación de luz y sombra, figura y fondo, presencia y ausencia, realidad y virtualidad que permiten definir la tridimensionalidad en la bidimensionalidad, dos figuras en un solo volumen y, como ocurría en el cubismo, la exposición simultánea. (Pino, 2011)

Durante su estudio superior fue donde se empezó a interesar por el diseño y estilo occidental minimalista. Él mencionaba que el diseño en sí constaba de un 30% de dignidad, 20% de belleza y un 50% de lo absurdo. Otra de las características que tenía su obra: el efecto visual que estas mostraban con el uso de luces, sombras, efectos y las varias interpretaciones que podían tener. (elTelégrafo, 2018)

Un cartelista minimalista que con pocos elementos logra impactar a la audiencia y despertar nuevas ideas. Ver Anexo 9: Ilustración 9.

1.3. El cartel hoy en día

El cartel fue uno de los pilares comunicacionales más importantes de la historia del arte y ha ido evolucionando a pasos agigantados hasta como lo conocemos en la actualidad.

En la actualidad el cartel sigue manteniendo en esencia el uso que se le daba antes, pero manteniendo su estética, generan un gran impacto a quien lo ve a través de las imágenes, formas, textos etc. Los carteles van cargados de una gran cantidad de significado e información visual y emotiva que puede tener repercusiones muy positivas en la gente como generar conciencia sobre lo que le pasa al plantea y como se puede cuidarlo, así como ir en contra de los abusos y de la corrupción. Hoy en día existen muchas vías donde se pueden compartir estos trabajos, convocatorias que se encargan de reunir a aquellos diseñadores que les interese este tema y que quieran aportar de manera desinteresada a las causas y situaciones por las que el mundo, más que nada en estos últimos años han estado pasando.

1.4. Cartelismo a través de los medios digitales

Una de las principales herramientas que a ayudado a la sociedad a avanzar como especie y ha mejorado el alcance de la comunicación es el internet. Esta clase de mercado se encuentra en constante evolución.

Dentro de este diverso mundo de los medios tecnológicos se puede encontrar el uso de las redes sociales, páginas web entre otras. Las nuevas tecnologías están posibilitando el uso de nuevas ideas para comunicarse y mejorar las relaciones con los clientes: información, confirmación, publicidad, fidelización, promoción, ventas etc. (Duque, 2016)

Los carteles sociales utilizan los estilos de tendencias del mundo que les ayuden a llegar a una cantidad de gente debido a que estas pueden entender las referencias y asociar con la problemática en cuestión.

1.5. El cartel social ante las problemáticas del mundo

La importancia y responsabilidad que tiene el diseño es fundamental para reflejar las causas sociales mediante el alcance creativo es posible crear mensajes visuales lo suficientemente fuertes para quedar impregnados en la conciencia colectiva y en el mejor de los casos, que esto genere un cambio real en la mentalidad de la gente. (Durán, 2017) asegura que:

El diseño tiene a su alcance múltiples herramientas visuales y mensajes gráficos que es capaz de utilizar para concienciar a las personas y para invitarlas a moderar su conducta, convertirse en personas piadosas y hacerlas partícipes de causas que van en la búsqueda de lo mejor para las mayorías y la conciencia social.

La comunicación es una necesidad innata para el ser humano, y a medida que la tecnología ha ido evolucionando, las herramientas que emplean los mismos para transmitir un mensaje han tenido que hacerlo también, ya sea desde la escritura hasta el dibujo, los grafismos de la edad media, el diseño gráfico desde la academia y la comunicación visual en la actualidad, el cartel ha estado presente en todos estos procesos gráficos de creación y manifestación de ideas, el cartel social ahora se muestra convertido en memes de acuerdo a lo contemporáneo de las comunicaciones.

1.6 Problemáticas

El año 2020 ha sido una etapa en la que el mundo vivió una serie de situaciones que de alguna forma generan reflexiones a preguntas existencialistas, cuestionamientos del rol que desarrolla el ser humano en el planeta como un modificador de las materias existentes o como un destructor de ecosistemas. Incluso lleva a pensar en que los fenómenos naturales son consecuencia de las mismas acciones humanas.

Es así como para el desarrollo de este proyecto se analizan algunas de las problemáticas que marcaron tendencia en el transcurso del año, separados por eventos, citamos algunos de las situaciones ocurridas durante este año.

1.6.1. Incendios en Australia

Australia está siendo arrasada por devastadores incendios forestales nunca antes vistos en el país. Hasta el 27 de enero, estos masivos incendios forestales - incitados por temperaturas récord y meses de severas sequías han quemado más de 26.4 millones de acres (10.6 millones de hectáreas), un área más grande que el estado de Virginia. (WWF, 2020)

Esta serie de incendios ocurridos entre los últimos meses del año 2019 y los primeros meses del 2020 en un país conocido por su clima, que alcanza temperaturas muy altas, fue uno de los factores determinantes para que suceda este tan lamentable hecho, que afectó tanto a las personas como a millones de especies propias del lugar, obligándolas también a escapar a otros territorios.

El año 2019 fue el más caluroso registrado en Australia con una temperatura media que alcanzó los 1,52 ° C por encima del promedio a largo plazo, siendo el miércoles 18 de diciembre del mismo año, el día más caluroso jamás registrado en el continente, con una temperatura máxima promedio de 41.9 °C, superando el récord anterior en 1 ° C que se había establecido solo 24 horas antes. (Rodríguez, 2020)

1.6.2. Covid-19

El mundo actual está viviendo aún las consecuencias de una pandemia a causa de un virus, que, si bien su descubrimiento tuvo lugar en los últimos meses del año 2019, su impacto en el mundo se vivió con mayor intensidad en el transcurso del año 2020, obligando a la

población a cambiar radicalmente el estilo de vida que se llevaba comúnmente, afectando de muchas formas la economía de muchos países, el bienestar, la educación y demás aspectos, producto de dichos cambios.

Los coronavirus son una extensa familia de virus que pueden causar enfermedades tanto en animales como en humanos. En los humanos, se sabe que varios coronavirus causan infecciones respiratorias que pueden ir desde el resfriado común hasta enfermedades más graves como el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS) y el síndrome respiratorio agudo severo (SRAS). El coronavirus que se ha descubierto más recientemente causa la enfermedad por coronavirus COVID-19. (Organización Mundial de la Salud, 2020)

El Director General de la Organización Mundial de la Salud (OMS), el doctor Tedros Adhanom Ghebreyesus, anunció el 11 de marzo 2020 que la nueva enfermedad por el coronavirus 2019 (COVID-19) puede caracterizarse como una pandemia. “La OMS ha estado evaluando este brote durante todo el día y estamos profundamente preocupados tanto por los niveles alarmantes de propagación y gravedad, como por los niveles alarmantes de inacción. Por lo tanto, hemos evaluado que COVID-19 puede caracterizarse como una pandemia”

Después de la declaración de COVID-19 como una pandemia, la mayoría de los países decretaron el inicio de un confinamiento total y medidas restrictivas, que incluían cierre de instituciones educativas, restricción en la movilidad humana. Además, se dictó como medidas preventivas el uso obligatorio de mascarilla en lugares públicos, uso de alcohol y gel sanitizante, se difundió información sobre el correcto lavado de manos, uso de visores, además el distanciamiento social de por lo menos 2 metros.

1.6.3. Muerte de George Floyd

La muerte del ciudadano estadounidense George Floyd el 25 de mayo del 2020 a manos de un miembro de la policía de Minneapolis, Minnesota, como resultado de su arresto, fue registrado en video por personas que presenciaron el hecho que inmediatamente causó mucho revuelo en todo el mundo, a través de redes sociales como también a través de marchas que rechazaban este tipo de actos violentos.

Las manifestaciones que dieron paso a los disturbios en Minneapolis, y que obligaron al gobierno estatal a desplegar la Guardia Nacional, se extendieron a otros estados y cientos de personas salieron a las calles en California, Chicago, Memphis. Nueva York, Oakland, Ohio y Colorado. (BBC News Mundo, 2020)

Este suceso dio paso a que personas de varias partes del mundo alcen su voz ya sea mediante protestas o a través de medios digitales, dado que en el mismo momento del suceso el mundo estaba atravesando una serie de restricciones debido a la pandemia por el Covid-19, pero esto no fue impedimento para que tanto personas que rechazaban este tipo de actos violentos, como artistas gráficos, diseñadores, comunicadores, etc., generaran contenido que de alguna manera ayude a evidenciar este suceso, a su vez

haciendo uso de los hashtag #BlackLivesMatter, #JusticeForGeorgeFloyd, entre otros, como medio de masificación del mensaje.

1.6.4. Igualdad de género

En el transcurso del segundo semestre del año 2020, también se suscitaron varios hechos que generaron gran impacto en la sociedad, uno de los que más ha tenido relevancia son las marchas por la igualdad de género.

En el transcurso del año 2020 la población mundial se vio obligada a acatar una serie de restricciones en cuando a la movilidad, el desarrollo de eventos y demás, como consecuencia de la pandemia a causa del Covid-19, lo que frenó en cierta parte los sucesos que se estaban llevando a cabo en favor a los derechos de la mujer y la igualdad de género. A pesar de estas restricciones, muchos de estos movimientos han sabido adaptarse y aprovechar la situación para hacer eco de lo que está pasando en muchas partes del mundo. Y es que, a pesar de que el virus trae consigo consecuencias para la salud y demás aspectos socioeconómicos, también pone a las mujeres en situación de violencia en un estado más vulnerable debido al confinamiento obligatorio.

Otro gran impacto de esta crisis en la igualdad de género es sin duda el incremento de la vulnerabilidad de las víctimas de violencia de género durante el confinamiento. Este incremento ha sido constatado en anteriores pandemias por numerosos estudios que han documentado los efectos que estas crisis sanitarias tienen en las víctimas de violencia. (López Belloso, 2020)

1.6.5. Fake News (Noticias Falsas)

El uso del internet debido al confinamiento en tiempos de pandemia ha aumentado en número, y es que, con la implementación de las nuevas tecnologías, medios de comunicación como la televisión o la radio han quedado casi en el olvido, debido a que la población prefiere informarse a través del internet y sobre todo en plataformas como Facebook, WhatsApp o Instagram, donde mucha de la información que se transmite no posee una fuente verificable y sustentada que valide dichos datos.

Tan alto ha sido el volumen de la desinformación que ha circulado, especialmente en WhatsApp, que el Gobierno ecuatoriano y la red social Facebook desarrollaron una serie de iniciativas para mantener informados a sus usuarios en el país sobre el brote de coronavirus (COVID-19) y las medidas de prevención. También se busca combatir a las llamadas fake news. (El Universo, 2020)

La información falsa que circula por las distintas redes sociales no solo aborda temas con respecto a la pandemia que atraviesa el mundo actualmente, sino que también existen noticias que tratan temas de política, tecnología, salud, entre otros.

El agua tibia con ajo lo cura, las ondas emitidas por las torres de tecnología 5G lo provocan y hasta que el presidente de Ecuador está oculto en un búnker en Galápagos

son algunos de los contenidos falsos que han circulado en el contexto de la pandemia.
(El Universo, 2020)

1.7 La comunicación y el lenguaje

La comunicación es un aspecto esencial en el ser humano, ya que este de alguna forma busca transmitir un determinado mensaje, pensamiento o sentimiento, con el fin de recibir una respuesta o de persuadir en la forma de pensar de otras personas.

Como afirma Gallardo (2019) “La comunicación humana se distingue de otras manifestaciones interactivas en el universo por aquellos rasgos que le han conferido gran complejidad y la mayor eficacia en la precisión de sus mensajes y en la duración de los mismos” (pág. 19).

El lenguaje por su parte, es el medio por el cual los seres humanos se comunican, y que se ha venido dando en diversas situaciones y de distintas formas a lo largo de la historia, y que, con el pasar del tiempo y la evolución en cuanto a medios de comunicación se refiere, también ha ido evolucionando y adaptándose a las distintas situaciones.

El lenguaje es el gran instrumento de comunicación de que dispone la humanidad, íntimamente ligado a la civilización, hasta tal punto que se ha llegado a discutir si fue el lenguaje el que nació de la sociedad, o fue la sociedad de la que nació del lenguaje (Socorro, Correa, Pineda, & Lemus, 2011, pág. 3).

1.8 Tipos de comunicación

1.8.1 Comunicación Verbal

La comunicación verbal podría decirse que es el uso de las palabras para transmitir un pensamiento o sentimiento con la finalidad de intercambiar ideas con otros individuos y recibir una respuesta, y que puede ser de forma oral o escrita, a través de los distintos signos, símbolos y medios.

“Cuando hablamos de comunicación o lenguaje, estamos hablando de signos, porque es a través de éstos que se transmite y decodifica la información. Los signos están presentes tanto en la comunicación verbal como no verbal” (Hernández Ríos, s.f., pág. 3).

Esta forma de comunicación es parte de nuestra vida cotidiana y se la encuentra presente en diversos medios de comunicación como lo son las cartas, entrevistas, internet, conversaciones, entre otros.

1.8.2 Comunicación No Verbal

En este tipo de comunicación, las acciones son las que determinan la forma en la que se expresa determinado mensaje, ya sea a través de gestos, posturas y demás. Esta forma de comunicación incluye el tono de voz, las expresiones, movimiento, entre otros, transfiriendo la información sin hacer uso de la palabra o la escritura.

El comportamiento no-verbal de los seres humanos es notablemente parecido al de los animales, especialmente al de los viejos primates. Nos comunicamos algunas cosas en la misma forma que los animales; pero desde la aparición de la palabra no somos conscientes de que lo hacemos (Davis, 2010, pág. 51).

“El hombre es capaz de controlar su rostro y utilizarlo para transmitir mensajes. Deja trasuntar su carácter puesto que las expresiones habituales suelen dejar huellas” (Davis, 2010, pág. 63).

Muchas veces, estas acciones suceden sin siquiera notarlas, y pueden darse como respuesta a una situación en particular, que generalmente causa alguna reacción en el cuerpo, manifestándose a través de las expresiones faciales.

Más de mil expresiones faciales diferentes son anatómicamente posibles. Los músculos de la cara son extremadamente sensibles y en teoría una persona podría demostrar todas las expresiones en sólo dos horas. Sólo unas pocas, sin embargo, poseen un sentido real e inequívoco (Davis, 2010, pág. 64).

1.8.3 Comunicación Gráfica

La comunicación gráfica por su parte puede funcionar como un complemento para la comunicación verbal con el fin de transmitir una idea o mensaje. Esta se puede ver presente en la fotografía, la pintura, las marcas gráficas, el cartelismo e inclusive se encuentra presente en las señales de tránsito.

La representación gráfica se ha desarrollado a lo largo de dos líneas distintas: la artística y la técnica. Desde el principio de los tiempos, los artistas han usado dibujos para expresar ideas estéticas, filosóficas y otros pensamientos abstractos. Las personas aprendían mientras observaban esculturas, pinturas y dibujos en lugares públicos. (GIESECKE, y otros, 2006, pág. 10)

1.9. Modelos de comunicación

Los modelos de comunicación sirven para representar la relación y dinámica entre los componentes del proceso comunicativo. Algunos muestran más que otros; sin embargo, en todos ellos se destacan tres elementos indispensables para que se produzca la comunicación: 1. emisor, 2. mensaje y 3. receptor. (Socorro, et al., 2011, p.6)

Uno de los modelos de comunicación más utilizados es el denominado Shannon-Weaver, que fue desarrollado por el matemático Claude Shannon en el año de 1947 y difundido un año después por Warren Weaver, con el fin de demostrar la comunicación electrónica, representándolo en un modelo de una sola dirección.



Ilustración 1: Modelo de Shannon-Weaver. Elaborado por los autores.

Con el desarrollo del modelo de comunicación básico, sus creadores descubrieron que el mismo es de utilidad para describir la comunicación humana. Y es a partir del desarrollo del mismo, que dio pie al desarrollo de nuevos modelos más complejos, entre estos se destaca el modelo circular que implicaba la respuesta y la retroalimentación, desarrollado por Schramm, Westley y McLean, Fearing y Johnson.

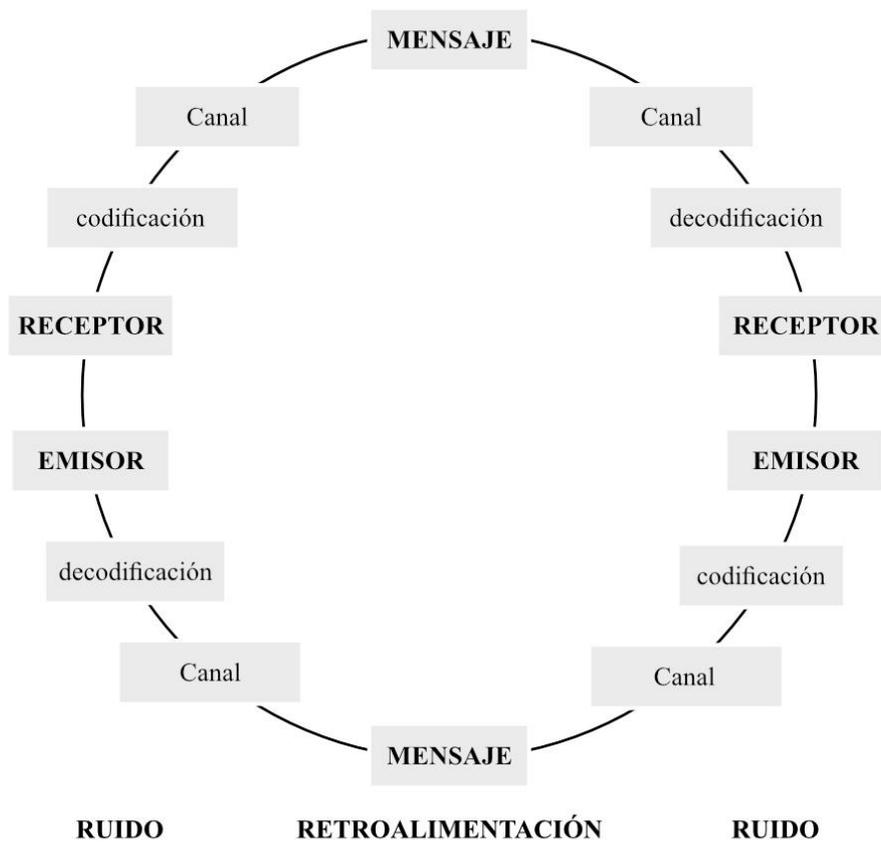


Ilustración 2: Modelo circular de Schramm, Westley y McLean, Fearing y Johnson. Elaborado por los autores

En la actualidad existen nuevas propuestas de modelos de comunicación como la de Jorge Frascara en la que propone usar el término Intérprete, ya que considera más acertado entendiendo al ser humano como un ser reflexivo y cargado de filtros que no solo recibe la información, sino que la procesa y la interpreta en un complejo proceso individual.

CAPÍTULO II: Metodología de la investigación

2.1 Tipos de investigación

2.1.1 Investigación bibliográfica

Se ha optado por este tipo de investigación ya que permite la recolección de información y datos importantes de distintas fuentes como; páginas web, libros digitales, artículos científicos, revista y demás fuentes que pueden enriquecer el conocimiento que se quiere dar a conocer además de profundizar en las variables planteadas.

2.1.2 Investigación descriptiva

Este tipo de investigación ha permitido la observación de situaciones con referencia a las problemáticas que han sucedido en el año 2020 y el impacto que ha tenido para la sociedad además de la presencia del cartelismo frente a estas adversidades.

2.1.3 Investigación acción

Es un tipo de investigación que permite observar el objeto de estudio y a la vez se puede intervenir, o hacer algún aporte, en este caso además de estudiar a los eventos de cartelismo suscitados durante el año 2020 también se recopiló la información en un documento que servirá para mantener en la memoria las convocatorias de carteles asociados a los hechos que transcurrieron y la visión de los autores plasmada en cada cartel, para que pueda ser estudiado en el futuro.

2.2 Métodos

2.2.1 Design Thinking

Se ha optado por este tipo de metodología porque permite desarrollar un proceso no lineal para la generación de ideas innovadoras y solucionar problemas. “Este método ayuda a centrarse en las necesidades reales de los usuarios.” (designthinking, s.f.)

2.3 Técnicas e Instrumentos de Investigación

2.3.1 Entrevista

Este instrumento permite tener un acercamiento de primera mano con expertos del tema central del que trata la investigación, con años de experiencia en el campo y den una idea más clara sobre los temas y puntos que se investigan.

2.4 Matriz de variables

Tabla 1: Matriz de variables. Elaborado por los autores.

OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Analizar	Historia del cartelismo	Tipos de carteles	Carteles comerciales Carteles políticos Cartel social Carteles de cine Juler Cheret	Investigación Bibliográfica	Libros Páginas Web Revistas Artículos científicos
		Exponentes del cartelismo	Toulouse Lautrec Alphonse Mucha Ikko Tanaka		
		El Cartel hoy en día	Cartelismo a través de los medios digitales El cartel social ante las problemáticas del mundo		
	Las problemáticas del 2020	Problemáticas Enero - Junio 2020	Covid - 19 George Floyd Crisis ambiental		
		Problemáticas Julio - Diciembre 2020	Violencia de género Explosión Libano Noticias falsas	Entrevista	Profesionales en el área Representantes del Club del Cartel UTN
	Cartelismo	Comunicación Gráfica	El rol del cartelista en la sociedad Impacto del Cartelismo		

2.5 Universo y muestra

Las distintas personas como diseñadores, cartelistas, estudiantes, y docentes de la carrera de diseño gráfico son la población a los cuales está dirigida la investigación y que permite tener una visión más amplia de lo que es el cartelismo y como ha influenciado ante las problemáticas del mundo.

El tipo de muestreo aplicado fue el no probabilístico, puesto que para el tema de estudio no fue posible realizar una selección aleatoria de la población debido a que no cumpliría con los criterios planteados.

CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 INSTRUMENTO DIRIGIDO A PROFESIONALES EN EL ÁREA DE DISEÑO GRÁFICO Y ESTUDIANTES

La presente entrevista ha sido diseñada para dar a conocer el impacto del cartel social como medio de comunicación ante las problemáticas ocurridas en el 2020, se aplicó a profesionales del diseño gráfico y estudiantes vinculados al cartelismo.

Instrumento: Entrevista

3.1.1 Cuestionario con enfoque en las convocatorias de cartelismo social

a) **¿Qué convocatorias de cartelismo social que se hayan dado en el año 2020 conoce usted?**

- **Tanya Antamba**

Dentro de los procesos de comunicación visual existe el movimiento **Conectadas Latinoamérica** de la que soy parte como representante del país donde tratamos temas en su mayoría de la pandemia pero que también abordo una narrativa de no callar donde cambiábamos de barbijos con diferentes mensajes que reflexionaban del tema en un performance virtual.

- **Felipe Jácome**

Existen convocatorias que se realizan cada año sin falta, sin embargo, existen algunas que se dieron durante el año 2020 como **poster for tomorrow** en Francia, **Biophilia** con temática del medio ambiente y del tema más recurrentemente hablado como el Covid 19 existieron muchas como la realizada en Perú de parte de Comuniteca, en España la convocatoria sin fronteras. Yo mismo realice la convocatoria **Poster Power** aquí en país. También hay que considerar el hecho de que existen convocatorias lanadas en un año, pero el evento y exposición es al año siguiente.

- **Juan Madriz**

Uno muy importante que sucedió el año pasado fue el de **Madrid grafica** que se viene realizando todos los años, específicamente la edición del 2020 se enfocó en el Covid 19. Otra convocatoria fue **Mutzurwut** realizada en Alemania. **Poster fest** realizada en Budapest capital de Hungría que este año va por su tercera edición. **Poster for Tomorrow** trato del tema de las Fake News es otra convocatoria donde también participe y quede seleccionado.

- **Wuinifret Jiménez**

Uno de los que participe fue el de **Poster Power** que iba en contra de la corrupción que se puede ver en cualquier parte hoy en día y la convocatoria **Desde las Trincheras** que reflejaba la realidad de las personas frente a la pandemia que azota al mundo. También supe de la convocatorita llamada **Biophilia** a favor la conexión que tiene el ser humano con la naturaleza.

- **Érika Domínguez**

Una de las convocatorias que sucedió durante la pandemia fue la de **Reinicia** que trataba sobre el cambio de la mentalidad de la gente, incluso lanzo un curso del que también fui parte y en la que pude conocer gente tenaz y pude aprender un montón. Otra convocatoria fue la de **Biophilia** que trataba exclusivamente del medio ambiente.

- **David Ortiz**

Existieron algunas bienales como la de Perú que abordo temas relacionados a la crisis sanitaria, estuvo la de Bolivia y la de **poster for tomorrow** también enfocadas en temas de pandemia. También existo en Rusia.

- **Christopher Scott**

El año pasado hubo un sin número de convocatorias de cartelismo no solo sociales sino de todo tipo donde muchos fueron bien hechos y otros estuvieron mal organizados ya que esta es la parte fundamental para que se pueda dar una convocatoria de calidad, desde explicar bien las normas, el tema, ver como las personas pueden votar por el mejor cartel, los jurados, el cronograma, las galerías etc. Para mí el mejor fue **poster for tomorrow** porque es fácil de entender las temáticas, tiene el aval de las mejores organizaciones de cartelismo del mundo y tiene un orden. También las bienales como la de Rusia, la de México, Bolivia y la bienal del Ecuador.

- **Christian Lasso**

Nosotros organizamos una que se llama **Re-inicia** a través de organizaciones como la ONU que buscaba dar soluciones hacia grupos vulnerables por que el diseño no debe quedarse en una pared o un libro, sino que debe trascender y convertirse en un motor que pueda desarrollar una sociedad económicamente cultural y política. El cartel es para la gente y debe estar expuesto donde todos la vean en la calle a gritarlo a todos.

Análisis General

Sin duda el 2020 ha sido uno de los años más caóticos en la historia de la humanidad con muchos acontecimientos que han marcado un antes y un después y que hasta el día de hoy no terminan. En respuesta a estas situaciones se llegaron a realizar cientos de convocatorias de cartelismo social que abordaron estos temas con el fin de transmitir un mensaje con el cartel como herramienta de comunicación, entre las que se destacan: **poster for tomorrow, biophilia, poster power, Madrid gráfica, mutzurwut, desde las trincheras, re-inicia** etc.

b) ¿Cuál considera que fue la influencia del cartelismo social ante los incendios ocurridos en Australia?

• **Tanya Antamba**

El cartel se ha convertido en parte fundamental y elemento transcendental dentro de los procesos de comunicación enfocado a las problemáticas del 2020 y en un referente dentro de la condición social más efectiva para que las futuras generaciones tengan una idea de cómo se vivieron las distintas crisis que han sucedido en cada país convirtiéndose ya en iconos.

• **Felipe Jácome**

Yo creo que es una influencia total ya que la mayoría de personas se despierta por la mañana y lo primero que hace es checar su Facebook y compartir algo, lo que sea, un meme, una imagen y demás. Hoy en día es parte de nuestra cultura visual y social el representarnos mediante la gráfica, el cartel se ha convertido en una herramienta de comunicación ya que siempre está presente en cualquier situación buena o mala, de esta manera, busca generar una reacción en la gente, una retroalimentación que ayude a difundir la información a más y por supuesto que genere un cambio positivo.

• **Juan Madriz**

Yo considero que el cartel ha sido completamente importante en el 2020 por que muchos diseñadores han podido expresar mediante el cartel social todo lo que sucedió, llevando mensajes solidarios, de ánimos, de fuerza a muchos lugares del mundo y gracias a eso, se abrieron muchas convocatorias en cada continente. Esto hizo que repercutiera en la conciencia de la humanidad y también con la ayuda de las redes sociales y medio digitales se hizo eco de estas situaciones.

• **Wuinifret Jiménez**

La influencia que tuvo el cartelismo social sobre las personas más que nada fue que logró hacer un poco más conscientes de su realidad, tomando como ejemplo la pandemia, se habló de la importancia de quedarse en casa o usar el cubrebocas o de reflejar los verdaderos héroes que son los profesionales de la salud.

• **Érika Domínguez**

Al principio no le daba importancia al cartelismo social pero cuando entré de lleno en el tema y conocí a otras personas que también se involucraron pensé que esto sí trae un cambio en la sociedad, quizá no sea tan notorio ni inmediato, pero sí que genera un cambio en la mentalidad de la gente y hace que se unan a tu causa.

• **David Ortiz**

Históricamente han existido carteles que cambiaron el rumbo de la humanidad como los carteles usados en la época de la guerra. El cartelismo como instrumento de masificación da una perspectiva diferente de lo que sucede a nuestro alrededor y ayuda a cambiar la mentalidad de las personas y da una voz a las diversas situaciones que atravesamos.

- **Christopher Scott**

No toda lo que hubo de cartelismo tuvo un impacto directo en la sociedad, pero en otros casos sí que lo hubo este cambio en la mentalidad de las personas, tanto los que vieron las obras como las que las realizaron. **Poster for Tomorrow** por ejemplo trabaja mucho con universidades entonces ellos tuvieron si o si un impacto muy bueno con los jóvenes, así como también con organizaciones importantes como gobiernos dándole otro nivel de impacto a la sociedad para cambiar las cosas que no estaba funcionando bien.

- **Christian Lasso**

Generar una convocatoria a nivel mundial conlleva un gran esfuerzo que te desgasta pero que al mismo tiempo el cartelismo busca la manera de ayudar antes estas situaciones a través de mensajes que todos pueden entender. Cuando empiezas a generar carteles lo bueno se encuentra en salir a las calles a difundirlo y ver la reacción de la gente y solo ahí es cuando empiezas a generar una influencia positiva de verdad y eso te motiva a seguir haciéndolo.

Análisis general

El cartelismo social como un medio de comunicación ha sido y sigue siendo una vía para dar a conocer todo lo que está pasando a nuestro alrededor y que puede llegar a influenciar a las masas y generar conciencia en busca de un cambio positivo. Incluso mediante el uso de herramientas digitales y el internet se logró que rompiese la barrera del idioma y de la cultura en muchas ocasiones, convirtiéndose así en un recurso valioso y de apoyo para quienes más lo necesitan.

3.1.2 Cuestionario con enfoque en el diseño de cartel social

a) ¿Cuál considera usted que es el perfil del cartelista social?

- **Tanya Antamba**

El cartelista social realmente es quién debe estar dispuesto primero hacer una propuesta de no sólo de intercambio de reflexión de análisis sino que también involucrarse con los aspectos que están afectando al mundo, ese perfil debe ser en parte ético en parte reflexivo de investigación de concienciación de concentrarse también en las propuestas que puedan trascender en concentrarse en las propuestas que pueden marcar una parte muy icónica dentro de ese periodo específico y es decir abastecerse del del tipo de contenidos que en ese periodo justo se convirtieron en iconos sociales y referencias en referentes de la sociedad, entonces es importante también reflexionar y estar al tanto de este devenir de que las problemáticas de trascienden tanto en el cambio del movimiento y la transformación social.

- **Felipe Jácome**

Considero que la principal cualidad que debe poseer un cartelista social es el ser empático con el tema que está tratando, cuando comprende bien el tema, la magnitud del mismo y las implicaciones que conlleva puede determinar el proceso a seguir, el

estilo y el mensaje que va a plasmar, también debe ser alguien que este conforme con su trabajo pero que a la vez logre que la gente que observa el mismo empatice con él.

- **Juan Madriz**

El cartelista social debe ser una persona empática, tiene que estar preocupado por la humanidad y tener mucha conciencia de lo que sucede. También tiene que investigar mucho y siempre estar en constante búsqueda de información que le sea útil y estar al tanto de los hechos importantes. Debe ser alguien crítico para que de esta forma pueda llegar a concientizar a las demás personas y pueda saber que le hace falta a la gente o lo que quieren decir o expresar y en base a eso realiza la gráfica.

- **Wuinifret Jiménez**

El cartelista social es aquel que debe estar dispuesto a experimentar y que tenga la mente abierta para tratar temas que pueden ser fuertes y a su vez convertir en esa información en algo que la gente pueda comprender de manera fácil y genere conciencia. Debe ser alguien que se prepare mucho, que investigue y que no tenga miedo a equivocarse. También debe ser libre de ser el mismo y que pueda expresar lo que siente o lo que le molesta a través del cartel. Debe poder hacer que su mensaje traspase fronteras y que todo mundo entienda y se sientan identificados.

- **Érika Domínguez**

Tiene que ser una persona que esté involucrada en el tema gráfico ya que alguien que es parte de este mundo del cartelismo sabe informarse y busca siempre la manera de innovar, también debe ser una persona con opiniones fuertes, que sea crítica con la sociedad por que uno no puede hacer carteles bonitos y ya, sino que debe poseer un mensaje fuerte que pelee y exija un cambio. Debe ser alguien bastante ingeniosos y que siempre quiera mantenerse en constante aprendizaje.

- **David Ortiz**

Se puede interpretar de muchas formas, sin embargo, considero que posiblemente el cartel no tenga ni género ni edad ni como tal un rango profesional que lo pueda identificar o saber quién lo pueda representar. El cartel realmente no tiene un perfil definido, es muy abierto y puede ser para todo el mundo siempre y cuando estés convencido que con este aporte quieres hacer algo en la sociedad, aunque sea un grano de arena y que sirva para que otras personas comprendan y sepan el contexto de los problemas que ocurren y así alivianar la carga. Eso sí, tiene que ser entendido como una razón de vida y un medio para ver al mundo de mejor manera.

- **Christopher Scott**

El cartelista no se enfoca ni hace lo que hace por dinero, sino que está ahí para tratar de mejorar al mundo de alguna manera. A lo largo de la historia se ha mentalizado que el diseñador está aquí para vender un producto y sí, es cierto pero la verdad existe aspectos más importantes, el cartelista social es quien hace las cosas con el fin de cambiar la mentalidad de las personas de una manera muy pequeña.

- **Christian Lasso**

No considero que existe un perfil como tal o un estereotipo marcado de un cartelista, sin embargo, si considero que un buen cartelista social no busca reconocimiento de los demás ni fama ni fortuna, sino que lo hace porque quiere decir lo que siente y lo que piensa, lo que la sociedad está pasando. Indistintamente puede ser cualquier ser humano que genere una acción social desde cualquier campo pero que genere soluciones o ideas bastante fuertes, la creatividad en si no es especifica de alguien, sino que está en todos lados.

Análisis General

Es una tarea difícil el darle como tal un perfil definido al cartelista social, sin embargo, los elementos más importantes que debe poseer son el lograr comprender bien y enfatizar con el tema que está abordando, para que pueda construir una idea que sea capaz de generar el impacto deseado en la mentalidad de la gente, cuando el cartelista se nutre de conocimiento del tema a través de la investigación, este logra generar soluciones efectivas que traspasan las fronteras de la cultura, el idioma etc.

b) ¿Qué rol considera que cumple el cartelista en la sociedad?

- **Tanya Antamba**

En primera instancia el cartelista social debería indagar los contenidos de su contexto e integrarlos con el contexto internacional, debe ser ético o acercarse dar una proyección ética, también debería condicionarse a la valoración que va a tener su propuesta, la puesta en escena de su producción, debe cumplir es estar al tanto a la expectativa de lo que se está produciendo y debe estar al tanto de convenciones y bienales y tener una relación e intervención con salas de exposición también debe estar en permanente actualización e investigación para dar un producto de calidad con proyección a mejoras.

- **Felipe Jácome**

El rol que cumple es el ser una persona crítica la cual evidencia algo y lo muestra para que los demás entiendan, también cumple un rol de vocero ya que existen muchas personas que no pueden hablar ni comunicarse y el cartelista puede condensar todos esos sentimientos. La intención del cartelista no solo es ser literal o muy explícito, sino que busca la manera de hacer notar una expresión fuerte de una manera más entendible.

- **Juan Madriz**

El rol del cartelista es super importante para la sociedad porque no cualquiera puede realizar un buen trabajo o tener una buena ejecución al momento de realizar un cartel. El cartelista debe tomarse su trabajo muy en serio con responsabilidad de que él va a comunicar un mensaje.

- **Wuinifret Jiménez**

El rol que cumple es el de aportar con su granito de arena al cambio para futuras generaciones y las prepare para que entiendan lo que sucede y que estas puedan tomar acciones.

- **Érika Domínguez**

Para mí el rol del cartelista social ante la sociedad es el de provocar cambios, el de reflejar como está la sociedad en estos momentos.

- **David Ortiz**

A veces los carteles llegan a ser tan bien diseñados en el orden de manejar significado, metáforas, retóricas en general que solo los diseñadores llegan a entender, sin embargo, esto tiene que cambiar, el cartel tiene que dejar de ser pensado solo para la comprensión de los diseñadores y debe cumplir una función que es la de ser social. Por esto las convocatorias actualmente se centran en que los carteles sean manejables, entendibles y creativos.

- **Christopher Scott**

El cartelista cumple un rol fundamental ya que lo que él hace, nadie o muy pocas personas lo pueden hacer y muchos que lo intentan lo hacen mal porque un cartel puede tener un impacto muy grande en la sociedad. El cartelista social tiene una responsabilidad muy grande, la de comunicar un mensaje y que las personas lo entiendan, aunque desconozcan del tema.

- **Christian Lasso**

Desde que el cartelismo fue planteado como una expresión misma de comunicación ante una sociedad, surgió la necesidad de comunicar y expresar lo que las personas piensan a través del uso del cartelismo. Esto hace que sea el elemento o pieza clave de cualquier sistema comunicativo desde la publicidad hasta el tema social y político.

Análisis General

El rol del cartelista social puede llegar a ser un pilar fundamental en la construcción de la sociedad ya que este es un comunicador que debe ser crítico ante las situaciones que se le presenten, con el fin de brindar un aporte que ayude a transmitir información que con el fin de mejorar de alguna forma una determinada situación. Así entonces, tiene la responsabilidad de transmitir un mensaje de forma imparcial.

c) ¿Qué elementos visuales considera usted que componen un buen cartel?

- **Tanya Antamba**

Dependiendo del tema y desde el punto de vista iconográfico es posible usar muchas técnicas. La condición tipográfica por ejemplo es muy importante ya que una sola palabra puede contener todo el significado de la propuesta y el mensaje. También el fondo y la paleta cromática que debe cumplir una función simbólica. El cartel con el uso de diagramación a modo de infografía debido a la relación.

- **Felipe Jácome**

Considero que un algo importante es el manejo de la tipografía, eso sí, acompañada de una buena imagen con una calidad visual que transmita un buen mensaje y que potencie el producto final. Sumado a esto, el buen manejo de los elementos antes mencionados en el espacio para que funcionen de manera correcta.

- **Juan Madriz**

Cada cartel en su ejecución depende del tema y de lo que se quiera transmitir para de esta forma saber que técnica va más acorde, además existen muchos carteles que funcionan sin la necesidad del manejo de tipografía o viceversa, incluso en muchas ocasiones van de la mano y se complementa para darle más fuerza al mensaje.

- **Wuinifret Jiménez**

En mi opinión lo que más llama la atención es la parte de la imagen excepto si es un cartel netamente tipográfico, sumado a esto, los colores que se empleen también son importantes. Independientemente de esto, cada elemento es importante dependiendo de lo que el cartelista quiera transmitir.

- **Érika Domínguez**

En mi opinión el cartel no te limita y abre un abanico de posibilidades casi infinita acorde al tema que se plantee, a mí en lo personal me gusta bastante la ilustración vectorial y la utilización de fotografías además del manejo de muchos colores hasta más de 8. Al final cada cartelista maneja la técnica que más le convenga ya sea poner o no tipografías muchos colores o solo blanco y negro. También se debe existir un equilibrio en la composición de los elementos del cartel.

- **David Ortiz**

Dependiendo del tipo de cartel o el motivo de este, hay que interpretar el fin de este antes de desarrollarlo, comprender las razones o la función que va a tener este cartel, comprender mucho sobre el cliente, organización, empresa o convocatoria para el cual estamos trabajando y de ahí en adelante iniciar con la primera etapa donde busco el comprender que es lo que necesita la convocatoria porque detrás siempre se encierra en el brief. Se debe trasladar todas estas necesidades vistas de comunicación a través de un mensaje y comprender este es la primera parte esencial. Para esto hay que saber manejar conceptos, significados, interpretantes y demás elementos importantes. Por ejemplo, también conversando entre profesionales y personas que saben del tema incluso si son de otras partes del mundo, la conversación en general, me ha ayudado muchísimo para generar conceptos y visiones de cómo puede estar compuesto un buen cartel.

- **Christopher Scott**

A nivel visual depende siempre del cartel que se esté realizando ya que existen muchos que son solamente tipográficos y otros que son solo imágenes o iconos, eso sí, la composición que se emplee con los elementos escogido debe ser adecuada en

relación al mensaje. Sobre todo, lo más importante es el mensaje y el concepto que trasmite el cartel a la persona que lo ve ya que el cartel busca que cualquier persona en cualquier país con cualquier nivel de educación pueda entender y sentirse identificado.

- **Christian Lasso**

No existen elementos que sean obligatorios para un cartel porque sería como encasillarse en un solo punto. Existen metodologías, herramientas o incluso recetas para hacer un cartel. Muchas veces lo más sencillo es ir a Ilustrador y desde allí partir como solución porque es lo más rápido. En tema de elementos depende mucho, todo se basa alrededor de la investigación que haces del tema, cuando tu reflexionas que quieres comunicar y porque lo estas comunicando. El cartel debe trascender de lo gráfico a lo conceptual para que funcione y no se quede estancado en ser algo netamente agradable a la vista.

Análisis General

Lo fascinante del cartel social es que realmente no limita el cómo se puede desarrollar, ni la técnica a utilizar, cada cartelista posee su propia forma de plasmar sus ideas y cada cartel es un producto diferente, sin embargo, sea cual sea la manera en que se ejecute, debe poseer un mensaje claro y entendible para cualquier persona que lo observe, además de una armonía, tanto en los elementos como en la cromática y una estructura sólida que ayude a que el mensaje sea fácil de comprender.

d) ¿Considera que el hashtag es una herramienta factible al momento de dar a conocer una campaña de carácter social?

- **Tanya Antamba**

La importancia radica en el hecho de que se vuelva muy reconocible un cartel a nivel internacional a pesar de estar en otro idioma, también se puede realizar o enlazar a los mensajes similares o ambas condiciones tanto de la convocatoria como del significado principal del mensaje eso podría ser.

- **Felipe Jácome**

Una herramienta de viralización pero que también se utiliza para medir el alcance y las interacciones que ha tenido la publicación, es importante para que más personas que buscan y publican sobre nuestro tema puedan ver nuestro trabajo, de esta forma haciendo que se expanda a más personas.

- **Juan Madriz**

Si es una herramienta importante al momento de propagar una imagen para poder alcanzar al mayor número de usuarios, incluso trascendiendo a otros lugares del planeta donde quizá no se comparte el idioma o las costumbres, pero el mensaje llega a entenderse de manera clara y la publicación llega a tener más interacciones.

- **Wuinifret Jiménez**

Antes no comprendía la importancia de esta herramienta, pero después de investigar supe que sirve para llegar a más número de personas y hacer más visible nuestro trabajo ante el mundo siempre y cuando no sea un número excesivo.

- **Érika Domínguez**

Antes solía pensar que los hashtags no servían para nada, pero ahora entiendo lo importante que es su uso, bien empleados sirven mucho para darte visualización al mundo más que nada en redes sociales y que personas con intereses similares a lo que publicas te encuentren. Sin embargo, también hay un punto negativo y es que estas redes sociales no les dan la misma importancia a personas con pocos seguidores que las que tiene muchos.

- **David Ortiz**

Depende de lo que se quiera hacer, el hashtag es una herramienta estratégica que ayuda a obtener mejores resultados y un mejor posicionamiento en redes sociales e incluso ayuda a identificar a otros profesionales, personas o comunidades que piensan igual que nosotros. El hashtag es una forma de hacer un llamado y dar una alerta de que alguien está siendo parte de algo sin necesidad de ser asociado o inscrito directamente.

- **Christopher Scott**

Si es una herramienta factible debido a que hoy en día el cartel puede ser viralizado a través de redes sociales con el uso de los tags y por supuesto de los hashtags especialmente en redes sociales como Twitter e Instagram donde se puede explorar con otras personas que están tratando el mismo tema siendo esta una manera de compartir ideas, siempre y cuando, empleemos los adecuados al tema. Es importante ver las tendencias y sobre saturar la publicación

- **Christian Lasso**

En si la comunicación del ser humano se trasladó al tema digital con el paso del tiempo, el hashtag fue creado como una herramienta de medición y validación de los que la gente está pensando con cifras exactas, posteriormente se volvió una herramienta de difusión masiva en el hecho de que una causa social necesita de un hashtag. Es un elemento de relevancia que va en constante evolución y es necesario si se quiere llegar a grupos objetivos determinados y poder generar conocimientos.

Análisis General

Con el avance de la tecnología y la expansión de la comunicación a través de los medios digitales y las redes sociales no cabe duda de que el manejo del hashtag es realmente útil a la hora de dar visibilidad a un cartel y medir su alcance, además de las interacciones que este vaya teniendo. Son la conexión que ayuda a intercambiar ideas y pensamientos con otros cartelistas en otras partes del mundo que están

abordando con su gráfica temas similares y que pueden aportar con ideas para futuros carteles.

e) **¿Cuál es la importancia de enseñar sobre cartelismo en las universidades?**

• **Tanya Antamba**

Considero que es un elemento muy fundamental, de hecho, yo lo he estado haciendo en diferentes asignaturas en cierto momento, integrándolos a los contenidos como análisis de los colores y la cromática en ciertas convocatorias o el manejo de elementos y como pueden relacionarse con las puestas en escena. Es importante dentro de la metodología esa participación activa de no solo mostrar un trabajo sino recibir la crítica de los compañeros que ayuda a mejorar.

• **Felipe Jácome**

No solo sería importante enseñar sobre cartelismo en las universidades, sino también en niveles de educación más bajos debido a que, si el proceso mental de un adulto puede generar buenas ideas, imaginémoslo el de los niños que pueden explorar sus emociones, saber que los hace enojar o sonreír y eso plasmar, incluso temas como la violencia en los niños y ver qué cosas interesantes salen y en base a esos resultados analizar ya un poco en su psicología y generar herramientas para manejar un problema social. A parte de enseñar sobre el cartel, las universidades deberían generar sus propias convocatorias de cartel, que en el último tiempo va cogiendo fuerza gracias a que se ha puesto en el mapa gracias a clubes enfocados en esto.

• **Juan Madriz**

Considero que si debería implementar más temas relacionados con la gráfica y el diseño en niveles inferiores de la educación que las futuras generaciones saldrían de la educación básica ya con un concepto y una forma de ver al mundo de manera diferente.

• **Wuinifret Jiménez**

El cartelismo debería ser una herramienta importante en la carrera de diseño gráfico incluso una materia como tal al igual que aprender cualquier software porque también forma parte de la historia incluso de la publicidad pero que a lo largo de los años ha ido incursionando en muchos temas más.

• **Érika Domínguez**

Sin duda el cartelismo social debería ser adaptado a la malla curricular de carreras enfocadas al arte por lo que puede significar su aporte en la formación de futuros profesionales y la importancia y masividad que ha ido tomando en los últimos años.

• **David Ortiz**

Yo creo que no solo del cartelismo, debería incluirse en segmentos educativos ya sea preprimaria, primaria, secundaria y niveles superiores y en cualquier aspecto de nuestras vidas el tema del arte en todas sus formas y manifestaciones porque es la única forma en que el cartelismo pueda verse nutrido. Del arte podemos derivar otros

temas como filosofía, pensamiento y nuevos conceptos incluso nuevas formas de gobernanza por que con esto podemos apreciar la cruda realidad que se vice día a día. No es el enseñar arte para en el futuro tener artistas, sino enseñar arte con el fin de manejar emociones de canalizar expresiones, fomentar la cultura visual, el pensamiento y el conocimiento tienen que verse reformadas.

- **Christopher Scott**

El cartelismo si o si debe ser parte de la malla curricular en la carrera de diseño gráfico y no solo el social también el cultural, político y demás campos que puede abordar. El cartel fue el inicio del diseño gráfico desde que se usaba en la antigüedad para buscar personas. Un cartel posee muchos de las cosas que se aprenden en diseño gráfico como la composición, la investigación, generar conceptos, usar distintas técnicas, manejo de colores, tipografía, creatividad y demás elementos fundamentales. Por esto y más es importante que los alumnos aprendan la historia y los principales representantes del cartelismo social, además de cómo es el cartelismo en otras partes del mundo por ejemplo el cartelismo de Polonia es muy diferente al de Estados Unidos y a su vez, este es muy diferente al de Rusia o China.

- **Christian Lasso**

Dentro de las mallas curriculares de la carrera de diseño gráfico en algunas universidades se ve un apartado de cartelismo ya que este está inmerso y forma parte del proceso de estudio del arte por ejemplo y en muchas otras materias más e inicia desde los fundamentos del diseño, manejo de composición y demás que luego las aplicas en un cartel y que por ende ya está implícito. Sin embargo, si hablamos de una materia en sí de cartelismo ya dependería de la disposición de la universidad, pero quizá algún día pudiera existir una maestría en cartelismo.

Análisis General

El cartelismo social al parecer no ha tenido mayor énfasis dentro de la malla curricular correspondiente a la carrera de diseño gráfico, y se considera que si se lo debería abordar como parte de una materia, que ayude a potenciar la parte crítica y empatía de los estudiantes a través de las técnicas y métodos que han ido desarrollando con la ayuda de las materias complementarias. También sería oportuno dar una introducción al cartelismo como una herramienta para abordar temas de interés social en niveles más básicos de educación, como la primaria o secundaria, ya que abriría un abanico de nuevas ideas y enfoques sobre acontecimientos que suceden a nuestro alrededor, formando así niños y jóvenes con un carácter más crítico, sensible y humano.

CAPÍTULO IV: PROPUESTA

4.1 Método de diseño para creación de la propuesta

Se ha optado por este tipo de metodología porque permite desarrollar un proceso no lineal para la generación de ideas innovadoras y solucionar problemas. “Este método ayuda a centrarse en las necesidades reales de los usuarios.” (designthinking, s.f.)

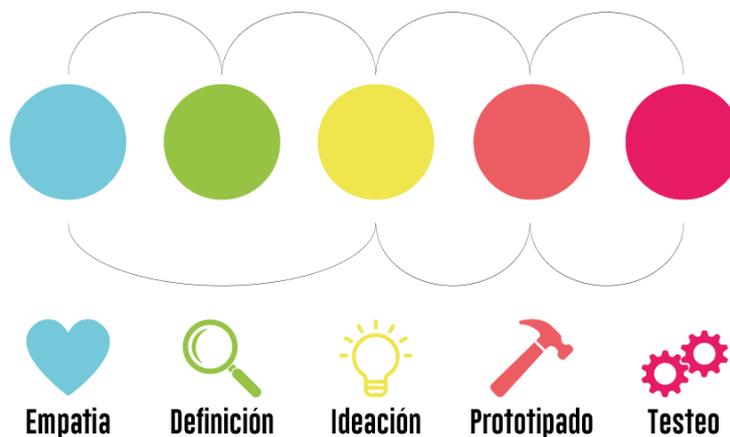


Ilustración 3: Design Thinking. Elaborado por los autores.

Se realizó una investigación detallada de la mano de grandes cartelistas nacionales e internacionales, docentes y estudiantes miembros del club del cartel de la UTN, quienes aportan desde otra perspectiva su visión del cartelismo social. Como propuesta se planteó la creación de un libro con un atractivo visual que invite a la lectura el cual, registra las principales actividades de cartelismo social durante el año 2020 y da visibilidad a las personas inmersas en el mundo del cartelismo participando en convocatorias. Los principales usuarios serían:

- Estudiantes de diseño, publicidad, artes y afines,
- Profesionales y encargados del desarrollo social en comunidades.
- Personas con interés en empezar a crear carteles con temas sociales.

4.1.1 Empatía

La empatía es la capacidad natural que tienen los seres humanos para captar lo que piensa y siente otra persona como si fuera propio, esto permite saber que se está haciendo mal y cómo se debería actuar ante una situación en búsqueda del bien común con soluciones innovadoras.

Se identificó que era necesario tener empatía sobre el cartelismo social en el año 2020, para ello se contactó a personas que están muy relacionadas a este campo. Se aplicó dos técnicas que fueron: entrevistas cualitativas y benchmarking, con el fin de tener acceso a la información.

4.1.1.1 Entrevistas cualitativas

Esta técnica se utilizó para investigar sobre las convocatorias de cartelismo llevadas a cabo en el año 2020, para ello se aplicaron entrevistas a ocho personas entre nacionales y

extranjeros que participan como diseñadores y cartelistas cuyo trabajo es reconocido en este medio tanto a nivel nacional como internacional muchos de ellos desempeñándose como docentes. Además, se realizó una perspectiva local con entrevistas a estudiantes que son parte del Club del Cartel UTN con el propósito de obtener su punto de vista con respecto al trato al cartelismo social en la educación.

La información recopilada en las entrevistas fue procesada y se encuentra en el capítulo tres de este documento.



Ilustración 4: Entrevista realizada a Christian Lasso, diseñador gráfico y analista y gestor de marca. Elaborado por los autores



Ilustración 5: Entrevista realizada a David Ortiz, Ing. Diseño Gráfico Empresarial y docente de la Universidad Técnica del Norte. Elaborado por los autores



Ilustración 6: Entrevista realizada a Erika Domínguez, presidenta del Club del Cartel de la Universidad Técnica del Norte. Elaborado por los autores



Ilustración 7: Entrevista realizada a Felipe Jácome, diseñador gráfico y miembro del Comité Consultivo de Ecuador Poster Bienal (EPB). Elaborado por los autores.



Ilustración 8: Entrevista realizada a Tanya Antamba, diseñadora gráfica y docente de la Universidad Técnica del Norte. Elaborado por los autores.



Ilustración 9: Entrevista realizada a Wuinfret Jiménez, estudiante de la carrera de diseño gráfico de la Universidad Técnica del Norte. Elaborado por los autores.



Ilustración 10: Entrevista realizada a Juan Madriz, técnico en diseño gráfico y diplomado en Museología y Museografía. Elaborado por los autores.



Ilustración 11: Entrevista realizada a Christopher Scott, diseñador gráfico y presidente de Ecuador Poster Bienal (EPB). Elaborado por los autores.

4.1.1.2 Técnica del Benchmarking

De la técnica aplicada con anterioridad denominada entrevista cualitativa, se extrajo la información de los entrevistados referente a las principales convocatorias de cartelismo social llevadas a cabo en el año 2020 y en las que habían sido parte, para con ello se elaborar un moodboard de las convocatorias antes mencionadas para observar la línea gráfica creada en cada una, así como las tendencias que siguieron.



Ilustración 12: Políticamente corrupto. (Poster power, 2020)



Ilustración 13: Biophilia. (Biophilial, 2020)



Ilustración 14: Ecuador Poster Bienal. (Ecuador Poster Bienal, 2020)



Ilustración 15: Covid exit. (Madrid Gráfica, 2020)



Ilustración 16: Poster for tomorrow. (4tomorrow, 2020)



Ilustración 17: Reinicia. (Diseñadores con corazón, 2020)

4.1.2 Definición

El libro está pensado para que pueda servir de apoyo a estudiantes de diseño, artes, publicidad y demás carreras afines y también a profesionales encargados del desarrollo social en comunidades, además de personas que estén iniciando y quieran conocer más sobre el cartelismo social. Se espera que el libro pueda ser publicado con la editorial UTN para que tenga el impulso en el medio digital y así logre llegar a más personas con un fácil acceso al mismo.

4.1.2.1 Perfil de usuario

Esta técnica consiste en colocar información sencilla que permita encontrar arquetipos de usuario para tomar las decisiones de diseño, con el conocimiento relacionado a las preferencias personales.

A continuación, se muestra dos fichas de buyer persona que se ajustan al perfil de usuario a quien se dirige esta publicación digital, geolocalizados en la zona norte de Ecuador, con edades entre 20 y 25 años, con ocupaciones afines a las artes gráficas, fotografía y trabajo social.

<p>Nombre: Daniela Palacios</p>  <p>Frase: “Detrás de cada diseño hay una historia”</p>	<p>Bio: Daniela es estudiante de la carrera de diseño gráfico en la Universidad Técnica del Norte. Durante la semana se la pasa rodeada de tareas, pero en su tiempo libre le gusta leer sobre actualidad y plasmar sus ideas sobre ello mediante el dibujo y la pintura.</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear obras nuevas • Descubrir nuevas técnicas artísticas • Siempre estar informada • Graduarse de la carrera
<p>Edad: 20 años Profesión: Estudiante Estado: Soltera Ciudad: Quito</p>	<p>Personalidad: Extrovertida / Alegre Disciplinada / Curiosa</p>	<p>Preocupaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Malas calificaciones • Materiales de mala calidad • Bloqueos mentales • Desinformación

Ilustración 18: Perfil de usuario. Elaborado por los autores.

<p>Nombre: Ismael Hernández</p>  <p>Frase: “Ayudar a otros es ayudarte a ti mismo”</p>	<p>Bio: Ismael trabaja en la comunidad rural Imbabuela, en la provincia de Imbabura, generando proyectos de carácter social y ayudando a dar visibilidad a estos lugares. Los fines de semana le gusta salir de paseo con su familia visitando nuevos lugares siempre.</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la calidad de vida de las personas • Conocer más lugares • Pasar más tiempo en familia
<p>Edad: 25 años Profesión: Licenciado en Gestión Social y Desarrollo Estado: Casado Ciudad: Otavalo</p>	<p>Personalidad: Aventurero / Empático Organizado / Responsable</p>	<p>Preocupaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mal clima • Falta de tiempo libre • Exceso de trabajo

Ilustración 19: Perfil de Usuario. Elaborado por los autores.

4.1.3 Ideación

En esta etapa se busca generar la mayor cantidad de caminos para buscar soluciones efectivas a las problemáticas antes vistas. El design thinking proporciona varias técnicas que ayudan a encontrar soluciones innovadoras y que se distingan de las más comunes. (designthinking, s.f.)

4.1.3.1 Técnica de diagrama de prioridades

Se elaboró una lista de temas extraídos de las entrevistas cualitativas realizadas a los profesionales y estudiantes relacionados con el cartelismo social y se organizó esta información de la siguiente manera:



Ilustración 20: Diagrama de prioridades. Elaborado por los autores.

Dando como resultado el posible índice de contenidos que se abordarán dentro del libro.

4.1.3.2 Prototipo en bruto

Es una técnica para desarrollar en corto tiempo la idea de la propuesta con el material que se tenga dispuesto con la finalidad de agilizar el proceso de creación de ideas que puedan ser de utilidad. (designthinking, s.f.)

a) Índice de contenidos

B1	B2	B3
EL CARTELISMO	LAS CONVOCATORIAS	HABLEMOS DE CARTELISMO
<ul style="list-style-type: none">• El cartel social como un medio de comunicación• Lo que compone un buen cartel• El cartel social en la educación	<ul style="list-style-type: none">• Poster For Tomorrow• Covid Exit• Desde Las Trincheras• Biophilia• Ecuador Poster Bienal• Reinicia• Politicamente Corrupto	<ul style="list-style-type: none">• Christian Lasso Rocha• Christopher Scott• David Ortiz• Érika Domínguez• Felipe Jácome• Juan Madriz• Tanya Antamba• Wuinifret Jiménez

Ilustración 21: Índice de contenidos. Elaborado por los autores

Se definió el formato A4 vertical por su facilidad para impresión y visualización en plataformas digitales como ISSUU, es decir que se adapta perfectamente para que el libro pueda ser impreso y también cumple estándares necesarios para publicarse como libro digital.

b) Infografía de convocatoria



Ilustración 22: Infografía. Elaborado por los autores.



Ilustración 23: Infografía. Elaborado por los autores.

Después de haber analizado el perfil de usuario se identificó que es necesario incluir infografías acerca de las convocatorias de cartelismo social más importantes llevadas a cabo en el año 2020, mostrando información de valor con apoyo de la gráfica ayuda para la rápida comprensión de los datos. Se optó por utilizar un mapa geográfico que ayude a detallar información sobre la ubicación del país donde se desarrolló una determinada convocatoria acompañada de información de interés como el número de países participantes, el top 10 de los mejores, los organizadores y patrocinadores, el jurado, porcentajes en base al género, todo eso en base a la información que disponga cada una.

c) Formato de entrevistas

Con la información obtenida de primera mano en las entrevistas, se realizó un análisis y se seleccionó los textos más relevantes. Se solicitó los 5 carteles más representativos a los entrevistados y se creó una plantilla de diagramación en 2 columnas para mostrar el texto de manera más ligera, invitando a la lectura y la numeración centrada en la parte inferior dentro de un rectángulo que la hace más visible. Se logró una jerarquía en la composición utilizando la foto del entrevistado en blanco y negro apoyándose en la línea gráfica de la publicación junto al país de origen e información personal, posteriormente se colocó una pequeña biografía de cada entrevistado que muestra su trayectoria como profesional o estudiante. Además, se colocó las respuestas de la entrevista realizada, junto a sus carteles, con el fin de mostrar gráficamente el trabajo realizado en el ámbito del cartelismo social, y por último se resaltó una frase dicha por ellos en la entrevista, la cual consideramos más relevante con respecto al tema que se aborda en este proyecto.

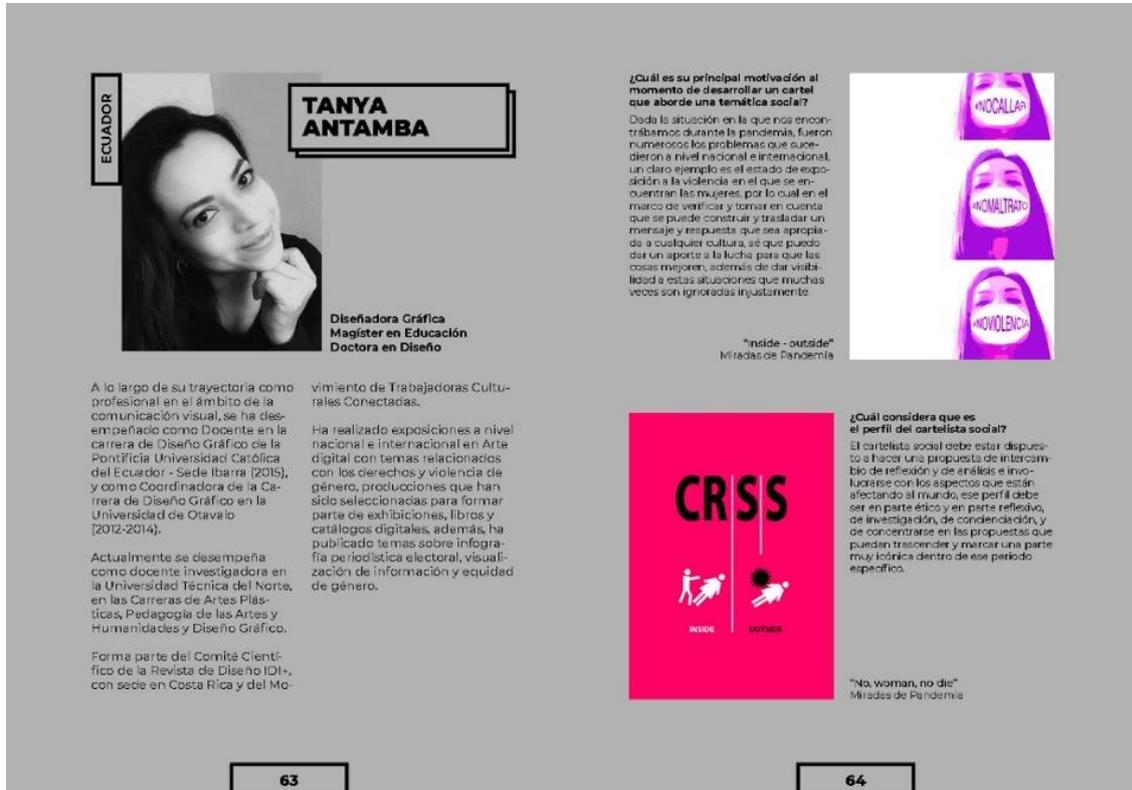


Ilustración 24: Formato de entrevistas. Elaborado por los autores.



Ilustración 25: Formato de entrevistas. Elaborado por los autores.

4.1.4 Prototipado

En esta etapa se creó un machote con las ideas más importantes que se acoplaban mejor al producto que se quería crear. Para esto se ocupó el software Adobe Indesign, el cual ayudó a que fuera más fluido el trabajo obteniendo resultados más óptimos.

Para la creación del prototipo como imagen se consideró toda la información recopilada en los pasos anteriores, de la definición se tomó el índice de contenidos, y de ideación se tomó las propuestas gráficas para organizar toda la información de manera lógica.

A continuación, se detalla los principales elementos que se consideró para diseñar el libro digital que recopile los carteles elaborados durante el año 2020 desde el enfoque de cartel social:

- Formato
- Diagramación
- Colores
- Tipografías
- Imágenes

a) Formato



Ilustración 26: Medidas de la portada. Elaborado por los autores.

b) Diagramación

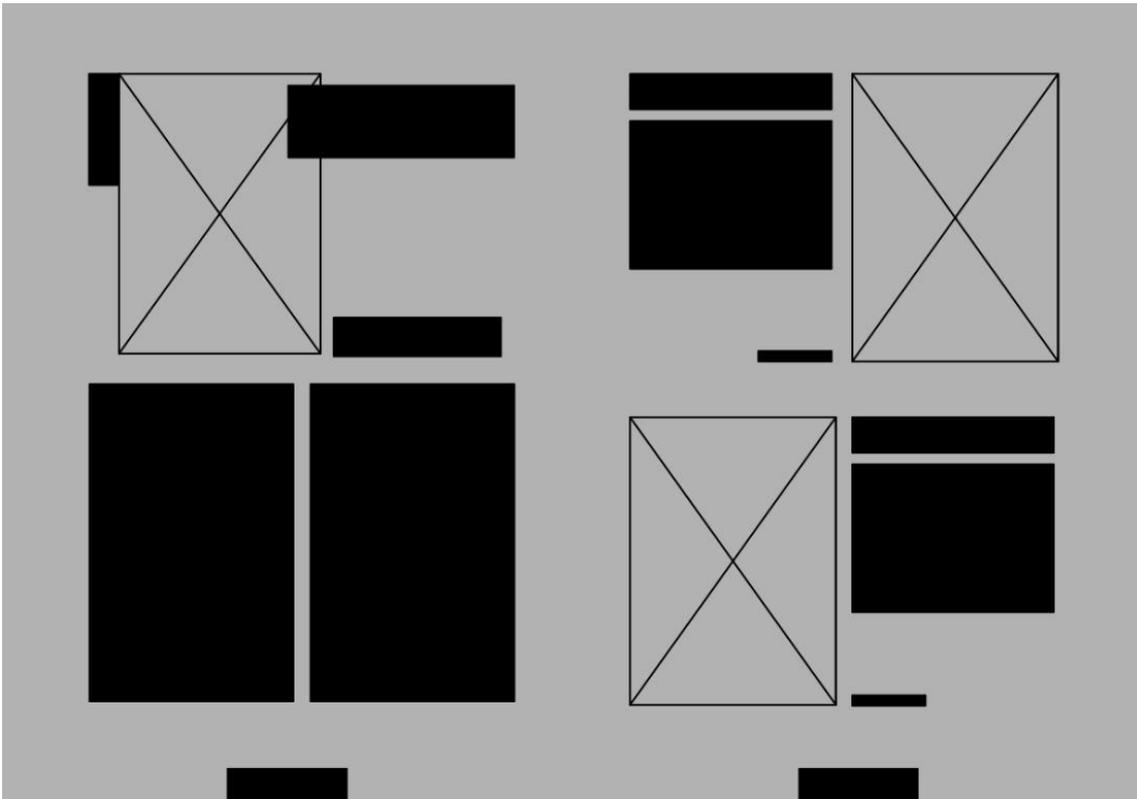


Ilustración 27: Diagramación del contenido. Elaborado por los autores.

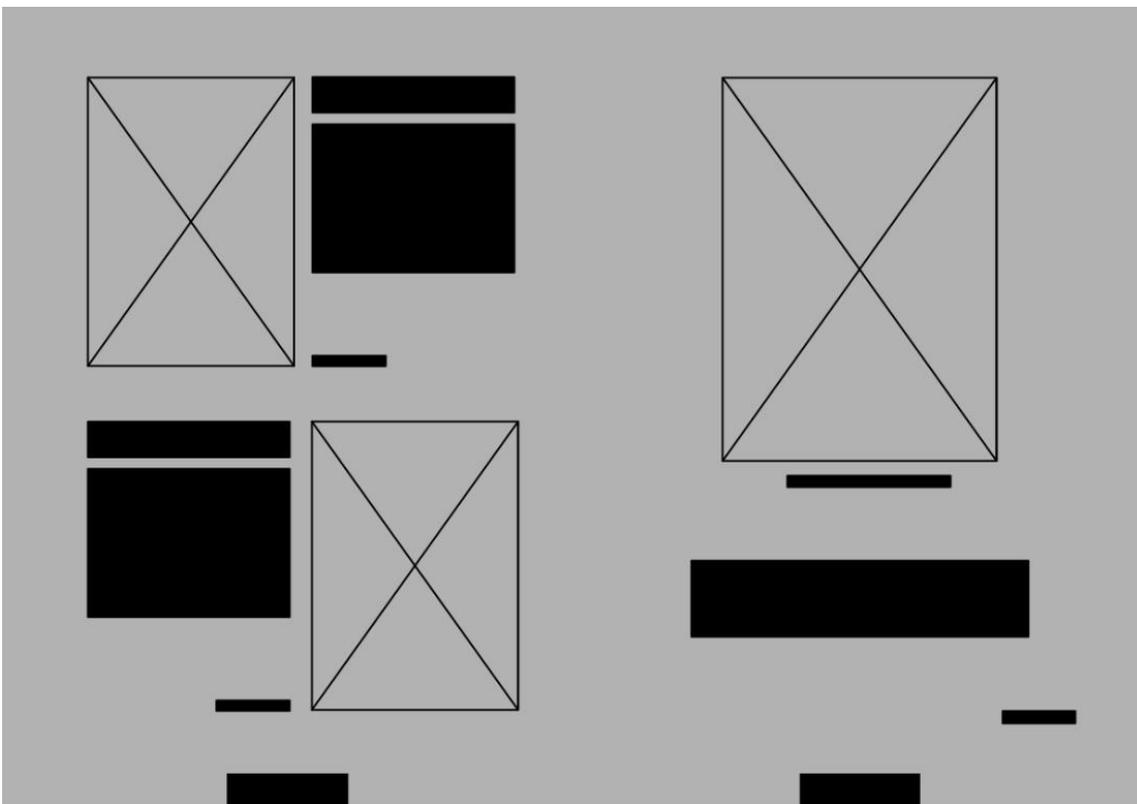


Ilustración 28: Diagramación del contenido. Elaborado por los autores.



Ilustración 29: Diagramación del contenido. Elaborado por los autores

c) Colores

En cuanto a la paleta cromática al inicio se planteó dar estilo a la publicación con el uso de un color de fondo que no se a el clásico blanco, entonces se seleccionó el gris, sin embargo en el testeo se recibió recomendaciones de variar esta elección hacia un tono más cálido, dando como propuesta final lo siguiente:

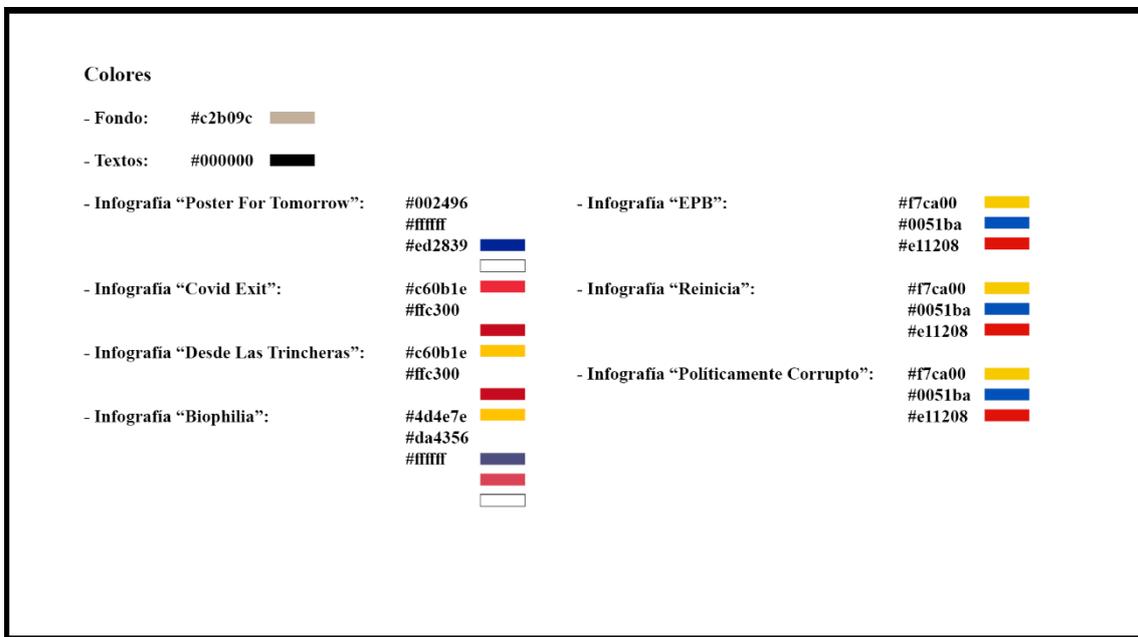


Ilustración 30: Colores. Elaborado por los autores.

d) Tipografías

A continuación, se detalla la familia tipográfica que fue empleada para toda la publicación digital, cabe resaltar que para los títulos de bloques y la portada se realizó un ajuste al número 2 para que tuviera una mejor pregnancia.

Familia tipográfica: Montserrat

Estilos: - Light italic

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklm**no**pqrstuvwxyz
1234567890

- Regular

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklm**no**pqrstuvwxyz
1234567890

- Medium

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklm**no**pqrstuvwxyz
1234567890

- Semibold

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklm**no**pqrstuvwxyz
1234567890

- Bold

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklm**no**pqrstuvwxyz
1234567890

- Extrabold

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklm**no**pqrstuvwxyz
1234567890

- Black

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklm**no**pqrstuvwxyz
1234567890

Ilustración 31: Tipografía. Elaborado por los autores.

e) Imágenes

Se incluyeron las fotos de los entrevistados y los carteles de cada autor con su respectivo nombre y convocatoria donde se exhibió, los carteles de cada convocatoria y gráficos vectoriales como el mapamundi utilizado al momento de crear las infografías. Todo esto visto anteriormente.

4.1.5 Testeo

En esta etapa final del design thinking, se envió en versión digital el libro cargado en la plataforma ISSUU para que los evaluadores analicen el documento, y respondan a las siguientes interrogantes:

- ¿Cómo calificaría la diagramación del libro?
- ¿Cómo calificaría Contenido del libro
- ¿Cómo calificaría Estilo literario
- ¿Cómo calificaría Estilo gráfico
- ¿Cómo calificaría su experiencia de usuario al recibir el libro digital y navegar?

a) Resultado

Tabla 2: Tabla de valoración

VARIABLE	1 Deficiente	2 Regular	3 Bueno	4 Muy bueno	5 Excelente
Diagramación del libro			1	2	
Contenido del libro			1	1	1
Estilo literario			1	2	
Estilo gráfico		1	1	1	
Experiencia de usuario		1		1	1

Después de recibir los resultados del testeo individual, se realizó un análisis de cada evaluador y otro análisis en general de donde se determinó aspectos que eran susceptibles de mejoras para depurar el documento final.

La principal recomendación se centró en el color de fondo de la publicación, se utilizó el color gris por ser neutral y permitir que resalten los carteles, se consideró la variable color como parte del estilo gráfico minimalista y se realizó un cambio con el fin de evocar una sensación distinta al lector, el gris puede ser catalogado como un color frío por lo que se lo sustituyó por un color naranja con alto valor de luminosidad para que se lo perciba como cálido sin que sea un protagonista en el diseño. Además de incluir elementos gráficos como fotografías que complementen la información presentada en cada bloque de la publicación.

b) Prototipo con ajustes finales

A continuación, se recopila las principales páginas que muestran los ajustes al estilo gráfico de la publicación:



Ilustración 32: Portada corregida. Elaborado por los autores

ÍNDICE DE CONTENIDOS

B1 EL CARTELISMO

- El cartel social como un medio de comunicación
- Lo que compone un buen cartel
- El cartel social en la educación

B2 LAS CONVOCATORIAS

- Poster For Tomorrow
- Covid Exit
- Desde Las Trincheras
- Biophilia
- Ecuador Poster Bienal
- Reinicia
- Politicamente Corrupto

B3 HABLEMOS DE CARTELISMO

- Christian Lasso Rocha
- Christopher Scott
- David Ortiz
- Érika Domínguez
- Felipe Jacome
- Juan Madriz
- Tanya Antamba
- Wuinifret Jiménez

Ilustración 33: Índice del libro corregida. Elaborado por los autores



Ilustración 34: Portada del bloque 1. Elaborado por los autores

EL CARTEL SOCIAL COMO UN MEDIO DE COMUNICACIÓN

El año 2020 sin duda alguna ha sido uno de los más caóticos en la historia de la humanidad, lleno de situaciones delicadas como las fuertes tensiones entre Estados Unidos y Corea del Norte, los incendios forestales que arrasaron con flora y fauna en parte del territorio Australiano y el Amazonas, las olas de violencia y racismo, y por supuesto las consecuencias de la pandemia a causa del Covid-19 que, hasta el día de hoy no terminan.



Tony zhen
Unsplash



Ilya kerig
Unsplash



Onder Ortel
Unsplash

Estas son solo algunas de las tantas crisis vividas en el 2020, por tal motivo ha surgido la necesidad de dar difusión a estas situaciones mediante el uso de medios de comunicación y expresiones artísticas. Un claro ejemplo de ello es el cartelismo social que, a través de convocatorias organizadas por las bienales más importantes del mundo

u otros organismos, ha servido como herramienta para abordar este tipo de temáticas.

El cartel es un soporte de comunicación que, a pesar de que comúnmente se lo emplea con un fin comercial o publicitario, últimamente ha estado muy presente en medios digitales como las redes sociales, abordando temáticas de carácter social, ya sea

por iniciativa propia o mediante las distintas convocatorias de cartelismo, de las cuales podríamos mencionar a la **Bienal Internacional de Carteles de Varsovia**, claro ejemplo de ello, pues es uno de los eventos más significativos en el mundo gráfico dedicado exclusivamente al cartelismo, además de ser uno de los más antiguos, dado que su primera exposición tuvo lugar en el año de 1966, por lo cual probablemente es el más importante para la comunidad gráfica a nivel mundial. No está limitada por temática, por lo que da lugar a exponer una visión general de la diversidad cultural del mundo aplicada a diferentes áreas o facetas de la vida.



Bienal Internacional del Cartel en Varsovia 2021

Así también podemos mencionar a la **Bienal Internacional del Cartel en México**, la cual fue creada con el objetivo de llevar a cabo un proyecto internacional enfocado al cartelismo.

Desde su creación, la BICM fue pensada como una plataforma de intercambio de información entre creadores, donde se impulsan los pensamientos afines y las ideas florecen y se convierten en proyectos, mediante el concurso internacional donde los cartelistas y creadores visuales convergen. Esta Bienal se encuentra entre las tres más antiguas del mundo y es la primera en ser llevada a cabo en América Latina.



Bienal Internacional del Cartel en México 2020

1

2

Ilustración 35: Diagramación de contenido corregida. Elaborado por los autores

LO QUE COMPONE UN BUEN CARTEL

En la vida diaria nos encontramos con situaciones que son parte de nuestro cotidiano, la comunicación por ejemplo es un aspecto esencial en nuestras vidas para relacionarnos con otras personas, que se puede dar de cualquier forma, ya sea que conversemos con alguien, leamos un libro, o simplemente salgamos a la calle y observemos los centenares de mensajes por los que vivimos rodeados.

Es por ello que la comunicación puede llegar a ser más indispensable de lo que pudiéramos imaginar, y es que, nunca estamos exentos de cualquier situación, sea mala o buena, por la que nos veamos en la necesidad de transmitir un determinado mensaje. Y es en momentos como estos, que los medios de comunicación juegan un papel muy importante para llevar a cabo estos objetivos, pero nunca es suficiente con los medios tradicionales que existen para mantenernos informados, como la televisión, el periódico o la radio, por lo que siempre está presente la necesidad de optar por otras herramientas alternativas que nos ayuden a transmitir nuestro propio mensaje.

El cartel por ejemplo, es un medio de comunicación que comúnmente se lo conoce como esa lámina que contiene una serie de información como imágenes o texto, y que es exhibido con un fin informativo o publicitario, que si bien, tradicionalmente lo veíamos colocado en soportes como el papel, el plástico o el metal, con el avance de la tecnología y el surgimiento de nuevas herramientas de comunicación como la redes sociales, ha tenido gran utilidad, también en este tipo de formatos digitales. Incluso, es de esta forma en que tuvo mucha presencia en el transcurso del año 2020 a raíz de los cambios que surgieron en el mundo como consecuencia del Covid-19.

“El cartel debe trascender de lo gráfico a lo conceptual para que funcione y no se quede estancado en ser algo netamente agradable a la vista.”

Christian Lasso Rocha



“El lápiz más que la palabra”
Christian Lasso Rocha

5

6

Ilustración 36: Diagramación de contenido corregida. Elaborado por los autores

ECUADOR



**CHRISTIAN
LASSO ROCHA**

**Docente
Diseñador Gráfico
Analista y Gestor de marca**

Es un diseñador gráfico graduado con honores en comunicación visual y docente universitario, posee estudios de Postgrado en Desarrollo de Proyectos de Innovación, estudios de La Cultura, en la Universidad Andina Simón Bolívar y se encuentra desarrollando una especialización en gestión de marca en el Instituto de Joan Costa. Además está especializado en el manejo de marca y marketing estratégico.

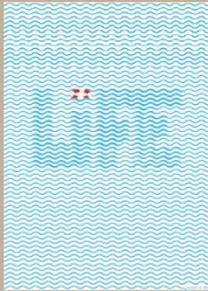
Con 15 años de experiencia ha generado 300 consultorias de marca y 160 desarrollos de identidad y estudios de imagen corporativa.

En su carrera como profesional se ha desarrollado en la dirección creativa y de arte de varios estudios y agencias de comunicación y ha trabajado en análisis de gestión y auditoría de imagen para entidades gubernamentales y en proyectos de conservación del medio ambiente, logrando más de 20 reconocimientos, nacionales e internacionales.

Actualmente es embajador de Behance para el Ecuador, además es miembro fundador de la comunidad "Diseñadores con Corazón".

¿Cuál es su principal motivación al momento de desarrollar un cartel que aborde una temática social?

La motivación siempre va a ser la de dar mi punto de vista, aportar en algo o sacarle una sonrisa o una lágrima a la gente, y que sé que realmente puedo decirle al mundo lo que siento y generar consciencia de las cosas que suceden. Los cartelistas tenemos una responsabilidad muy grande como comunicadores visuales y en ese proceso de manejar tanto la imagen como el texto, se genera esta idea de comunicación y que tienes el poder de influenciar a los demás.



Water is Life -

¿Cuál considera que es el perfil del cartelista social?

No considero que existe un perfil como tal o un estereotipo marcado de un cartelista, sin embargo, si considero que un buen cartelista social no busca reconocimiento de los demás ni fama ni fortuna, sino que lo hace por que quiere decir lo que siente y lo que piensa, sobre lo que la sociedad está pasando. Indistintamente puede ser cualquier ser humano que genere una acción social desde cualquier campo, pero que genere soluciones o ideas bastante fuertes, la creatividad en si no es específica de alguien, sino que está en todos lados.



- Sensationalism

45

46

Ilustración 37: Formato de entrevistas corregida. Elaborado por los autores



100
CARTELES
SELECCIONADOS

27
PAÍSES EN
EL TOP 100

6078
PARTICIPANTES



Arindam Goon
India



Erfan Meftahpour
Irán



Eva Temponera
Grecia



Eylül Hazal Babacan
Turquía



Linlin Chang
China



Massimo Dezzani
Italia



Peng Zhang
China



Sonia & Gabriel
España



Wojciech Zatorski
Polonia



Yasser Rezaei Kiadehi
Irán



Más info en:
posterfortomorrow.org
[Poster For Tomorrow](#)

17

18

Ilustración 38: Diagramación de convocatorias corregida. Elaborado por los autores

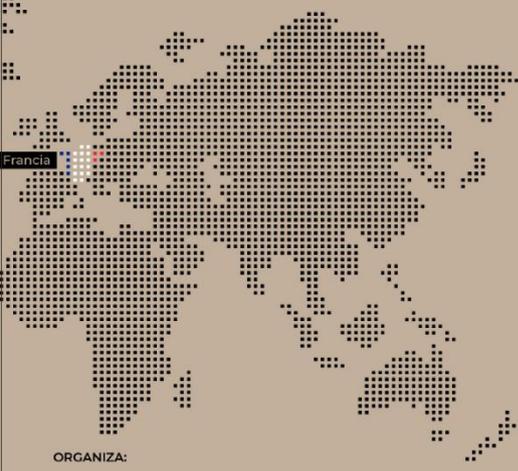
POSTER FOR TOMORROW




JURADO DE LA CONVOCATORIA

- **Efrem Barrotta**
Director de Arte
- **Isabella Borrelli**
Estratega Digital
- **Ginette Caron**
Diseñadora
- **Carla Independente**
Ilustradora
- **Yang Liu**
Artista
- **Armando Milani**
Diseñador Gráfico
- **Chiara Morra**
Ilustradora
- **Francesco Poroli**
Diseñador Gráfico
- **Marco Rainó**
Arquitecto
- **Daniilo Scalera**
Diseñador Comunicacional

Es un proyecto que tiene como objetivo animar a las personas tanto dentro como fuera de la comunidad del diseño, a hacer carteles para estimular el debate sobre temas que nos afectan a todos. Comenzó como una forma de llamar la atención sobre la censura que padecen las personas en todo el mundo, pero se convirtió en un movimiento internacional para hacer campaña por el derecho a la libertad de expresión, abolición de la pena de muerte, derecho a la educación, igualdad de género, derecho a la vivienda, derecho al trabajo y en el año 2020 abordó la temática **Fake News**.



ORGANIZA:

4TOMORROW **poster for tomorrow**

Ilustración 39: Infografía corregida. Elaborado por los autores



Ilustración 40: Diagramación final: Elaborado por los autores

CONCLUSIONES

- Para la realización del presente trabajo de investigación se optó por indagar en primera instancia en los orígenes del cartelismo, así como los exponentes más importantes que marcaron pautas, las cuales aún están vigentes. También los tipos de cartelismo más importantes que existen y su estado en la actualidad y como se han adaptado a los medios digitales. En el año 2020 se vivieron muchas crisis de todo tipo por lo que se optó por investigar más sobre las mismas y la influencia del cartelismo sobre ellas, además los distintos tipos de comunicación que aportan a la difusión del mensaje que se quiere transmitir con el cartelismo social.
- La principal técnica que ayudó a recopilar información de calidad fue la entrevista ya que, al ser realizadas a cartelistas sociales, diseñadores gráficos, estudiantes y maestros vinculados a la gráfica se pudo obtener una visión más amplia de cómo es el estado actual del cartelismo social y de que forma podría convertirse en un medio de comunicación, las principales convocatorias vistas durante el 2020, también aspectos esenciales que definen al cartelista social y el cartel en general, además de una perspectiva desde las aulas que pocas veces es tomado en cuenta.
- El uso del design thinking como una metodología de diseño ayudó a realizar un proyecto que brinda una verdadera solución en favor del usuario cumpliendo con sus necesidades, cada etapa que lo compone cumple distintas funciones para identificar la problemática y definir aspectos visuales y técnicas que sirven de apoyo para la elaboración de la propuesta, no solo con el fin de que sea estricto, cumpla su función, sino que sea funcional e informativo.

RECOMENDACIONES

- Es importante considerar el valor de realizar una investigación sobre ciertos medios de comunicación poco explorados y realizar un producto en base a ello, como en este caso, sobre el cartelismo social que recopile información que ayude a conocer aspectos importantes del mismo y su influencia durante las problemáticas del 2020 con la ayuda de infografías y entrevistas.
- Es necesario mencionar la importancia de darle difusión al libro por parte de plataformas online como ISSUU donde es posible cargar documentos digitales para que los interesados en el tema tengan libre acceso al mismo. También se sugiere ser publicado por alguna editorial para que expanda su alcance a más público especialmente estudiantes universitarios mediante repositorios académicos.
- Es pertinente mencionar la importancia de ir generando más contenido cada cierto tiempo con el objetivo de enriquecer el conocimiento que aporta el libro para que se le de una continuidad a la propuesta.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvin, J. (s.f.). *La bella y la bestia*. Walt Disney, Estados Unidos.
- Astorga, M. V. (2015). *El cartel, medio de publicidad y propaganda*. Obtenido de Universidad Zaragoza:
https://zaguan.unizar.es/record/88337/files/texto_completo.pdf
- BBC News Mundo. (08 de Marzo de 2020). *BBC NEWS*. Obtenido de BBC NEWS:
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-51754382>
- BBC News Mundo. (28 de Mayo de 2020). *BBC News Mundo*. Obtenido de BBC News Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-52842951>
- Calvente, M. G. (2000). El grupo focal como técnica de investigación cualitativa en salud: diseño y puesta en práctica. *Aten Primaria*, 181-186.
- Campos, R. D. (2009). *El afiche como medio publicitario para el cine*. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
- Davis, F. (2010). *La comunicación no verbal*. Madrid: FGS.
- designthinking. (s.f. de s.f. de s.f.). *designthinking*. Obtenido de designthinking:
<https://www.designthinking.es/inicio/>
- Dr. Roberto Hernández Sampieri, D. C. (2014). Los enfoques cuantitativo y cualitativo de la investigación científica. En D. C. Dr. Roberto Hernández Sampieri, *Metodología de la investigación* (pág. 10). México: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Duque, C. E. (s.f. de s.f. de 2016). *UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL*. Obtenido de UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL:
<file:///C:/Users/USUARIO/Desktop/TRABAJO%20DE%20GRADO/TULO%20DE%20LA%20INVESTIGACION%20equinoccial.pdf>
- Durán, A. R. (10 de Abril de 2017). *PAREDRO*. Obtenido de PAREDRO:
<https://www.paredro.com/15-disenos-carteles-mensaje-contenido-social/>
- Eduardo Abalde Paz, J. M. (s.f. de s.f. de s.f.). *Metodologia cuantitativa vs. cualitativa*. Obtenido de Metodologia cuantitativa vs. cualitativa:
<https://core.ac.uk/download/pdf/61903323.pdf>
- eitb. (06 de Noviembre de 2020). *eitb*. Obtenido de eitb:
<https://www.eitb.eus/es/noticias/sociedad/detalle/7615328/aumentan-noticias-falsas-debido-pandemia-coronavirus/>
- El Universo. (22 de Abril de 2020). *El Universo*. Obtenido de El Universo:
<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/04/22/nota/7819626/noticias-falsas-tambien-se-consideran-pandemia/>

- el telégrafo. (08 de Abril de 2018). *el telégrafo*. Obtenido de el telégrafo:
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cultura/1/conociendo-ilustrador-shigeofukuda-artesplasticas>
- Evertson, C. &. (2008). La observación como indagación y método. *Métodos cuantitativos aplicados 2*, 174-188.
- Fernández-García, N. (2017). Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática. *Nueva sociedad*, 269.
- Gallardo Cano, A. (2019). *El Cartel y su lenguaje*. Ciudad de México: UPN.
- Gandhy Godoy, J. J. (2019). *Cartelismo Ecuatoriano*. Ibarra: Editorial Universidad Técnica del Norte.
- GIESECKE, F., MITCHELL, A., SPENCER, H., DYGDON, J., JAMES, N., & LOCKHART, S. (2006). *Dibujo y comunicación gráfica*. Ciudad de México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Hernández Rios, A. (s.f.). *EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA II*. Obtenido de EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA II:
<https://licangelahdez.files.wordpress.com/2014/01/unidad-i-com-verbal-y-no-verbal-oeii.pdf>
- Jiménez, F. B. (2012). *Cartel*. Tlalnepantla-México: RED TERCER MILENIO S.C.
- LetrerosLuminososYa.es. (s.f. de s.f. de s.f.). *LetrerosLuminososYa.es*. Obtenido de LetrerosLuminososYa.es: <https://letrerosluminososya.es/>
- López Belloso, M. (9 de Abril de 2020). *The Conversation*. Obtenido de The Conversation: <https://theconversation.com/el-genero-y-la-igualdad-en-tiempos-de-coronavirus-135998>
- Maquinariapro. (s.f. de s.f. de 2009). *Maquinariapro*. Obtenido de Maquinariapro:
<http://www.maquinariapro.com/materiales/carteles.html>
- Margaronis, A. (s.f.). *Peace*. Athens, Greece.
- Martín, I. R. (1980). *El cartel político en España*. Obtenido de Dialne:
<http://creatividadysociedad.com/articulos/20/12.%20Arte,%20creatividad%20y%20propaganda.pdf>
- Martínez, D. R. (2012). *Jules Cheret, el arte en la publicidad del siglo XIX*. Colima, Col.: Universidad de Colima, .
- Mesías, O. (2010). *La investigación cualitativa*. Venezuela: Universidad Central de Venezuela.
- Minimal Art Studio. (s.f. de s.f. de s.f.). *Minimal Art Studio*. Obtenido de Minimal Art Studio: <http://www.minimalartstudio.com/disenografico-elcartelpublicitario-y-sufuncion/>
- Moreno Cárdenas, F. &. (2019). *En búsqueda del Cartel Social en Bogotá Cartel para no olvidar*. Obtenido de

<https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/3383/1071-2191-1-PB.pdf?sequence=2>

National Geographic. (14 de Mayo de 2020). *Historia National Geographic*. Obtenido de Historia National Geographic:

https://historia.nationalgeographic.com.es/a/grandes-pandemias-historia_15178/1

Organización Mundial de la Salud. (s.f.). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud:

<https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>

Palacio, C. A. (s.f.). *Diálogos de Paz en Colombia*. Colombia.

Peláez, A. R. (2013). *La entrevista*. Mexico: http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/E.

Pino, I. R. (2011). Espacio Diseño. En I. R. Pino, *El ilusionista: Shigeo Fukuda*. (págs. 15-17).

Riquelme, I. (2008). *Diseño de Cartel*. Londres, Inglaterra: Universidad de Londres.

Rodríguez, H. (11 de Enero de 2020). *National Geographic*. Obtenido de National Geographic: https://www.nationalgeographic.com.es/naturaleza/incendios-australia-numeros_15102

Ruiz-Granados, P. L. (1997). El nacimiento del cartel político y su relación con las vanguardias. En M. G. Lora.

Santos, J. Á. (1985). *Henri de Toulouse-Lautrec*. Obtenido de Google Scholar.

Scott, M. C. (2016). El cartelismo social y la Ecuador Poster Bienal. *ECOS de la Academia*, 178-180.

Socorro, F., Correa, A., Pineda, M. I., & Lemus, F. (2011). *Comunicación oral y escrita*. Ciudad de México: PEARSON EDUCACIÓN.

Tejada, R. (s.f.). *Cajamadrid*.

vitamina gráfica. (21 de Febrero de 2014). *vitamina gráfica*. Obtenido de vitamina gráfica: <https://vitaminagrafica.wordpress.com/tag/la-composicion-en-el-cartel-cinematografico/>

WWF. (29 de Enero de 2020). *World Wild Life*. Obtenido de World Wild Life: <https://www.worldwildlife.org/descubre-wwf/historias/devastadores-incendios-forestales-en-australia>

Barnicoat, J. (1972). Los carteles, su historia y su lenguaje. En J. Barnicoat, *Los carteles, su historia y su lenguaje* (pág. 266). London: Gustavo Gili.

- Cassandre. (31 de 6 de 2018). *ActuallyNotes*. Obtenido de <https://www.actuallynotes.com/historia-nacimiento-cartel-publicitario/>
- DSIGNO. (14 de 07 de 2016). *BlogDSIGNO*. Obtenido de <https://www.dsigno.es/blog/disenio-grafico/historia-del-disenio-grafico-los-carteles-siglo-xix#:~:text=El%20cartel%20fue%20un%20medio,el%20precursor%20del%20cartel%20moderno.>
- Ecuador Poster Bienal. (2020). *Ecuador Poster Bienal*. Obtenido de <https://ecuadorposterbienal.com/epb/>
- elplural. (2 de 2 de 2020). *elplural.com*. Obtenido de https://www.elplural.com/sociedad/oms-lanza-campana-desinformacion-coronavirus_232449102
- Industriall. (15 de 6 de 2020). *Industriall Global Union*. Obtenido de <http://www.industriall-union.org/es/sindicatos-etiofes-realizan-una-campana-de-concientizacion-sobre-la-covid-19>
- National Geographic. (14 de Mayo de 2020). *Historia National Geographic*. Obtenido de Historia National Geographic: https://historia.nationalgeographic.com.es/a/grandes-pandemias-historia_15178/1
- OMS. (2020). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>
- PORTALCOMUNICACIÓN. (09 de 05 de 2020). *PORTALCOMUNICACIÓN.COM*. Obtenido de <https://incom.uab.cat/portacom/eventos/callfor-libro-colectivo-visual-miradas-de-pandemia-aportes-del-cartelismo-social-en-tiempos-de-covid-19/?lang=es>
- Scott, C. (3 de 6 de 2016). *Revistas OJS*. Obtenido de Revistas OJS: <http://revistasojs.utn.edu.ec/index.php/ecosacademia/article/view/160/155>
- Thames, H. (2 de 11 de 2013). *Diseño Carteles*. Obtenido de <https://xn--diseocarteles-lkb.com/historia-de-la-publicidad-nacimiento-del-cartel-publicitario-moderno/>
- Valvanera, M. (18 de 10 de 2019). *www.chicaburbujas.com*. Obtenido de La chica de las burbujas: <http://www.chicaburbujas.com/el-cartel-como-herramienta-social/>
<http://www.chicaburbujas.com/el-cartel-como-herramienta-social/>

Anexo 1



Ilustración 41: Directamente del tropico: (Helen Frias Peña, 2011)



Ilustración 42: HOPE: (Fairey, 2008)



Ilustración 43: SE NOS ACABA EL PLANETA, EL TIEMPO TAMBIÉN (Santos M., 2016)

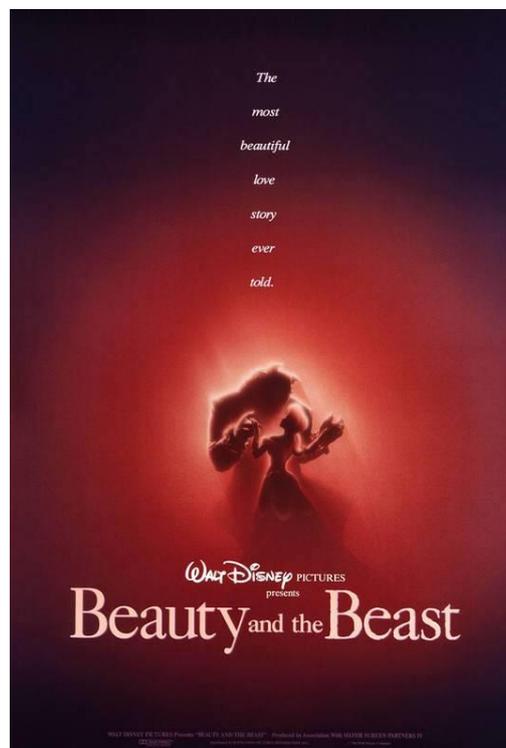


Ilustración 44: La bella y la bestia: (Alvin, 2017)



Ilustración 45: Loïe Fuller para Folies Bergère: (Jules Chéret, 1893)



Ilustración 46: Ambassadeurs: Aristide Bruant.(Toulouse-Lautrec, 1892)

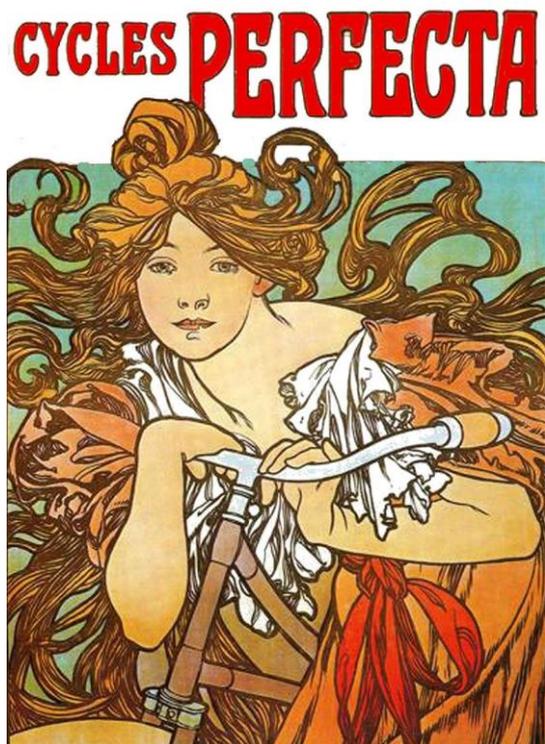


Ilustración 47: Cycles Perfecta. (Alphonse Mucha, 1902)

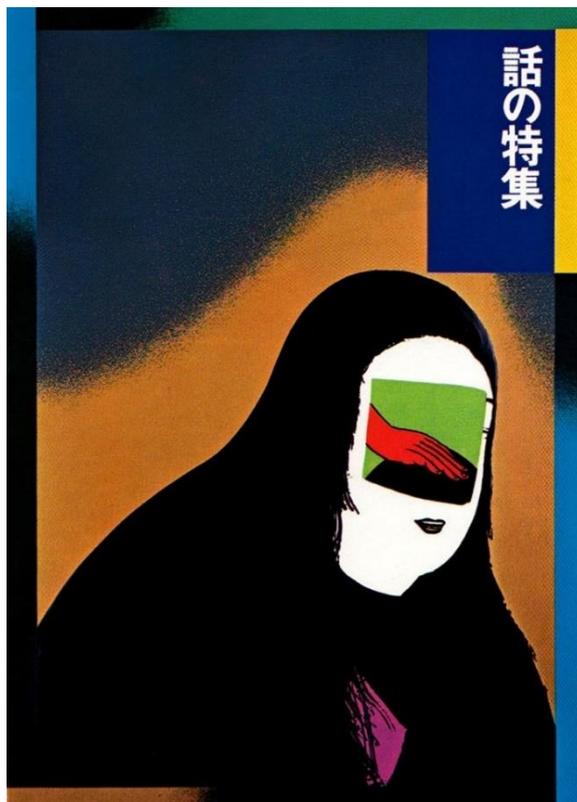


Ilustración 48: Regando una flor. (Ikko Tanaka, 1984)

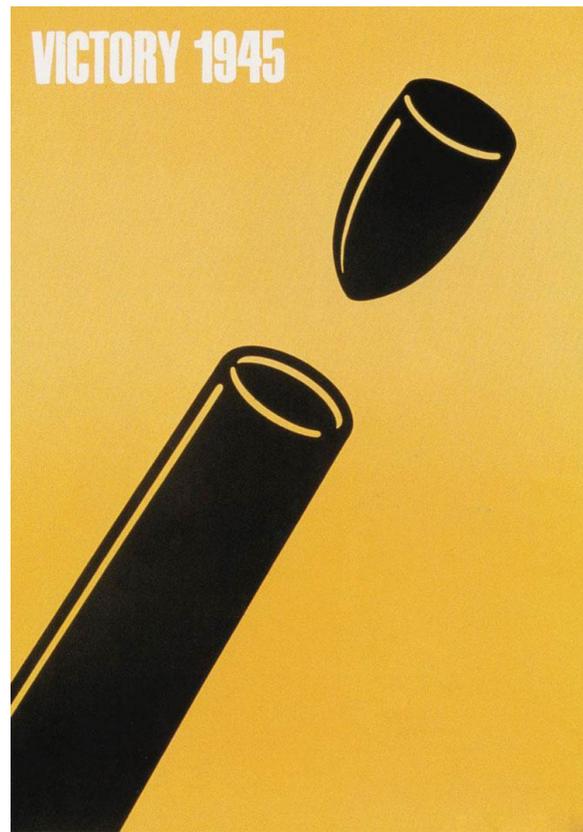


Ilustración 49: Victory (Shigeo Fukuda, 1945)

Anexo 2

Cuestionario entrevista

1er Bloque

1. ¿Cómo surgió su pasión por el Cartelismo Social?
2. ¿Cuál es su principal motivación al momento de desarrollar un cartel con una temática social?
3. ¿Cuál es el proceso que usted tiene al momento de desarrollar un cartel?

2do Bloque

4. ¿Qué convocatorias de cartelismo que abordaron temas sociales y que se hayan dado en el año 2020 conoce usted?
5. ¿Cuál considera que fue la influencia del cartelismo social ante la transmisión de noticias falsas durante el año 2020?

3er Bloque

1. ¿Cuál considera usted que es el perfil del cartelista social?
2. ¿Qué rol considera usted que cumple el cartelista en la sociedad?
3. ¿Qué elementos visuales considera usted que componen un buen cartel?
4. ¿Cuál sería la importancia del uso de los hashtags como herramienta de viralización?
5. ¿Cuál es la importancia de enseñar sobre cartelismo en las universidades?

Ilustración 50: Cuestionario de entrevistas. Elaborado por los autores

Anexo 3

Instrumento de evaluación

Instrumento de evaluación

Estimado Christopher Scott

Se le envió en versión digital (plataforma ISSUE) el libro denominado: “El cartel social como una herramienta de comunicación ante las problemáticas ocurridas en el 2020”. Para que usted lo analice y responda a las siguientes interrogantes:

1. ¿Cómo calificaría la diagramación del libro?

VARIABLE	1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy bueno	5. Excelente
Diagramación del libro				X	

Comentario:

.....

2. ¿Cómo calificaría el contenido del libro?

VARIABLE	1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy bueno	5. Excelente
Contenido del libro				X	

Comentario:

.....

3. ¿Cómo calificaría el estilo literario?

VARIABLE	1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy bueno	5. Excelente
Estilo literario				X	

Comentario:

Ilustración 51: Instrumento de evaluación a Christopher Scott. Elaborado por los autores.

.....

4. ¿Cómo calificaría el estilo gráfico?

VARIABLE	1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy bueno	5. Excelente
Estilo gráfico				X	

Comentario:

.....

5. ¿Cómo calificaría su experiencia de usuario al recibir el libro digital y navegar?

VARIABLE	1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy bueno	5. Excelente
Experiencia de usuario				X	

Comentario:

.....

Ilustración 52: Instrumento de evaluación a Christopher Scott. Elaborado por los autores.

Instrumento de evaluación

Estimado Miguel Bonifaz

Se le envió en versión digital (plataforma ISSUE) el libro denominado: "El cartel social como una herramienta de comunicación ante las problemáticas ocurridas en el 2020". Para que usted lo analice y responda a las siguientes interrogantes:

1. ¿Cómo calificaría la diagramación del libro?

VARIABLE	1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy bueno	5. Excelente
Diagramación del libro			X		

Comentario:

Mejorar la distribución proporcional de los espacios, así como la posición de los elementos y su redacción dentro de la página, esto va añadir valor y fuerza al texto aportándole una actitud determinada lo cual influye sobre el modo en que se lee, ve o percibe el libro.

2. ¿Cómo calificaría el contenido del libro?

VARIABLE	1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy bueno	5. Excelente
Contenido del libro			X		

Comentario:

El contenido es interesante, informativo, pero cae un poco en lo tradicional y cotidiano.

3. ¿Cómo calificaría el estilo literario?

VARIABLE	1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy bueno	5. Excelente
Estilo literario			X		

Comentario:

Es importante el dinamismo, la interacción y el modo de expresar del autor la información correcta al lector, cosa que se puede apreciar en el libro.

Ilustración 53: Instrumento de evaluación a Miguel Bonifaz. Elaborado por los autores

4. ¿Cómo calificaría el estilo gráfico?

VARIABLE	1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy bueno	5. Excelente
Estilo gráfico		X			

Comentario:

El principal problema lo veo en la apariencia del libro, el color de relleno no veo sea el apropiado ya que genera una sensación de frialdad, por otra parte, la jerarquización, tipografía, tamaño son coherentes y homogéneos.

5. ¿Cómo calificaría su experiencia de usuario al recibir el libro digital y navegar?

VARIABLE	1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy bueno	5. Excelente
Experiencia de usuario		X			

Comentario:

Al igual que otros ejemplares al ser un e-book tiende a tener algunas desventajas en comparación a un libro impreso, una de ellas es un rápido desinterés del lector si el contenido y/o estilo gráfico no son atractivos. Desde mi punto de vista el libro genera interés con su contenido, pero se vuelve cansado al momento de su lectura, por lo que sugiero mejorar ciertos aspectos como la estructura en su diagramación y el estilo gráfico para generar expectativa de principio a fin.

Ilustración 54: Instrumento de evaluación a Miguel Bonifaz. Elaborado por los autores

Instrumento de evaluación

Estimado Felipe Jácome

Se le envió en versión digital (plataforma ISSUE) el libro denominado: "El cartel social como una herramienta de comunicación ante las problemáticas ocurridas en el 2020". Para que usted lo analice y responda a las siguientes interrogantes:

1. ¿Cómo calificaría la diagramación del libro?

VARIABLE	1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy bueno	5. Excelente
Diagramación del libro				X	

Comentario:

Considero algo innovador usar el fondo de color y la diagramación a doble columna le da un estilo clásico a la publicación, pueden dinamizar con fotografías grandes en páginas completas.

2. ¿Cómo calificaría el contenido del libro?

VARIABLE	1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy bueno	5. Excelente
Contenido del libro					X

Comentario:

Porque realmente pudieron condensar todo lo que aconteció en el año 2020 en relación al cartelismo social.

3. ¿Cómo calificaría el estilo literario?

VARIABLE	1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy bueno	5. Excelente
Estilo literario				X	

Comentario:

.....

Ilustración 55: Instrumento de evaluación a Felipe Jácome. Elaborado por los autores

4. ¿Cómo calificaría el estilo gráfico?

VARIABLE	1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy bueno	5. Excelente
Estilo gráfico			X		

Comentario:

De pronto se podría complementar con elementos relacionados al nombre del libro: cartel social.

5. ¿Cómo calificaría su experiencia de usuario al recibir el libro digital y navegar?

VARIABLE	1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy bueno	5. Excelente
Experiencia de usuario					X

Comentario:

Me sorprendió los enlaces que llevan a las páginas oficiales de los eventos y redes sociales. En general como cartelista me siento muy alagado de formar parte de este libro, espero que sea una inspiración para otras generaciones. Gracias por fomentar la cultura del diseño.

Ilustración 56: Instrumento de evaluación a Felipe Jácome. Elaborado por los autores