

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Bendita Gráfica

Emilia Proaño Gómez

Diseño Gráfico Comunicacional

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciado en Diseño Gráfico Comunicacional

Quito, 19 de mayo de 2023

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

Bendita Gráfica

Emilia Proaño Gómez

Nombre del profesor, Título académico

Rodrigo Muñoz Valencia, MFA

Quito, 19 de mayo de 2023

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: Emilia Proaño Gómez

Código: 00212659

Cédula de identidad: 1725015836

Lugar y fecha: Quito, 19 de mayo de 2023

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

RESUMEN

Bendita Gráfica es un proyecto que plantea la creación de un evento anual que se realizará en Quito-Ecuador para concientizar, enseñar y dar visibilidad a la gráfica popular ecuatoriana. Esta expresión popular, al igual que muchas otras en el país están en peligro de extinción. Bendita Gráfica, está ambientado con gráfica popular, se desarrollarán varias actividades como, por ejemplo: un taller de gráfica popular guiado por un artesano de este estilo, música en vivo, juegos tradicionales del Ecuador, un artista de gráfica popular pintando en vivo, fuegos pirotécnicos y más. Este proyecto tiene como objetivo adaptar a la gráfica popular tradicional a un estilo más contemporáneo mediante la creación de un evento y llegar a un nuevo público: adultos jóvenes ecuatorianos entre los 14 y 30 años. El objetivo es que estos perciban a la gráfica popular como una tradición ecuatoriana que les llena de orgullo. Mediante el taller de gráfica popular y todas las actividades de Bendita Gráfica, se busca enseñar a las personas sobre este estilo para que esta expresión popular y tradicional del Ecuador no desaparezca y lograr que se vuelva una tradición.

Palabras Clave: gráfica popular, Tradición, Contemporáneo, Evento, Taller de gráfica popular, Adolescentes, Evento Familiar.

ABSTRACT

Bendita Gráfica is a project that proposes the creation of an annual event to be held in Quito-Ecuador to raise awareness, teach, and give visibility to popular Ecuadorian graphics. This popular expression, like many others in the country, is in danger of extinction. Bendita Gráfica, is set with popular graphics, several activities will be carried out, such as: a popular graphics workshop guided by an artisan of this style, live music, traditional Ecuadorian games, a popular graphic artist painting live, fireworks and more. This project aims to adapt traditional popular graphics to a more contemporary style by creating an event and reaching a new audience: Ecuadorian young adults between 14 and 30 years of age. The goal is for them to see popular graphics as an Ecuadorian tradition that fills them with pride. Through the popular graphics workshop and all the activities of Bendita Gráfica, the aim is to teach people about this style of graphics so that this popular and traditional expression of Ecuador does not disappear and to make it become a tradition.

Keywords: popular graphics, Tradition, Contemporary, Event, Popular graphics workshop, Teenagers, Family Event.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	10
Desarrollo del Tema.....	11
Conclusiones	29
Referencias bibliográficas.....	30
Anexo A: Documental Gráfica Popular	31
Anexo B: Entrevistas	31
Anexo C: Encuesta.....	31
Anexo D: Actividad inmersiva “paint by number”	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla #1. Actividad de Investigación	13
Tabla #2. User Journey y Service Blueprint.....	20
Tabla #3. Stylesheet.....	21

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura #1. Prototipo Storyboard.....	17
Figura #2. Gráficos y mockups Bendita Gráfica.....	24
Figura #3. Documentación Exhibición.....	28

INTRODUCCIÓN

La gráfica popular al igual que muchas otras expresiones populares en el Ecuador están en peligro de extinción. “La gráfica popular es un fenómeno comunicacional que se genera en los medios urbanos y representa el imaginario gráfico de una sociedad, así como esencia de su cultura” (Galindo, González, & Rodríguez, 2021, p. 91). Este estilo de gráfica está siendo desplazada de los medios urbanos por estilos modernos y contemporáneos que muchas veces son estilos importados. Esto sucede debido a que los ecuatorianos prefieren la gráfica moderna o externa y no se sienten orgullosos de su cultura y tradiciones. Por esto, consideran a la gráfica popular ecuatoriana como fea, anticuada y de clase social baja. Este es un problema debido a que la gráfica popular es la materialización de ser ecuatorianos, es parte de la cultura ecuatoriana y debería ser considerada como una expresión tradicional que llena de orgullo.

Bendita Gráfica es un proyecto que nace para rescatar a la gráfica popular de su extinción, mediante la creación de un evento anual. El objetivo principal es concientizar y dar visibilidad sobre esta problemática a ecuatorianos entre los 14 y 30 años. El proyecto tiene como estrategia adaptar la gráfica popular tradicional a un estilo más contemporáneo para cautivar a nuevos públicos. De esta forma, cambiar la perspectiva de las personas, para que vean a la gráfica popular como una tradición ecuatoriana que les llena de orgullo. De esta manera, lograr que esta expresión popular del Ecuador no desaparezca y se vuelva una tradición del país.

DESARROLLO DEL TEMA

1. Definir

- **Problema:**

La gráfica popular al igual que muchas expresiones populares están en peligro de extinción en el Ecuador. Esta problemática afecta no solo a los artesanos de gráfica popular, sino también a todos los ecuatorianos, ya que al desaparecer la gráfica popular desaparecerá una parte importante de la cultura ecuatoriana.

- **Público Objetivo:**

El público objetivo de Bendita Gráfica se enfoca en ecuatorianos entre la edad de 14 y 30 años. Personas interesadas en el arte y la cultura, también gente perteneciente a la comunidad en donde se realizará el evento. En términos generales, a ecuatorianos que sienten apego a la cultura de su país y sus festividades.

USER PERSONAS

- Marco Cevallos tiene 17 años, vive en Quito, Ecuador y es un estudiante que aún no se gradúa del colegio. Pertenece a la clase social media y estudia en un colegio privado de Quito. En el colegio no le enseñan sobre la cultura de su país, y las únicas clases en las que se acerca a aprender sobre la cultura ecuatoriana son clases opcionales o periódicas que no se imparten durante todo el año escolar. Sin embargo, si le interesa aprender sobre cultura, le gusta el arte y disfrutar en fiestas con sus amigos.
- Matthew Salazar tiene 23 años, vive en Quito, Ecuador y es estudiante de la universidad San Francisco de Quito a punto de graduarse. Le interesa el arte y es una persona bastante patriota, orgulloso de ser ecuatoriano. Pertenece a la clase social media-alta, sale de fiesta cada fin de semana o se reúne con sus amigos para pasar el rato. Hace

ejercicio regularmente y es activo en todas las redes sociales en donde muchas veces se entera de eventos que sucederán en Quito. Disfruta de las festividades del Ecuador y recientemente acudió a la Cacería del Zorro.

- Pablo Carrera tiene 29 años vive en Quito, Ecuador, pertenece a la clase social media y trabaja como cajero en el Supermaxi. No es una persona a la que le llame mucho la atención el arte ni la cultura, pero disfruta mucho de ir a eventos familiares que se desarrollen cerca de su comunidad en los cuales pueda pasar un bonito momento. No suele salir mucho de fiesta, pero le gusta la música en vivo y pasar tiempo con su esposa. Disfruta de la cultura de su país y le gustan las fiestas de pueblo.

- **Datos cuantitativos del problema:**

“La gráfica popular en Guayaquil, y a nivel de Latinoamérica, ha ido en decadencia en las últimas décadas.” (Garcés & Paredes, 2017, p. 5). Es decir que ya no se ha innovado en este arte, ni se han buscado nuevas formas de aplicarlo en un contexto contemporáneo. Para Barragán (2013) la gráfica popular, a nivel ecuatoriano, se ve amenazada por las actuales normas municipales o gubernamentales, que buscan homogeneizar los espacios públicos; y por la tecnología, puesto que ahora existen formas de reproducción digital, que permiten a los negocios destacarse entre sus competidores. Por otro lado, los hijos de rotuladores no han seguido el oficio de pintor de sus padres ya que sienten vergüenza, plantean que ya no es un negocio rentable. Los adolescentes perciben a la gráfica popular como algo viejo, vulgar y feo. Garcés y Paredes, mediante entrevistas acerca del conocimiento de los jóvenes sobre gráfica popular, llegaron a plantear que “ellos (los jóvenes) lo percibían como “algo viejo”, que “no era de su época” o que eran de índole vulgar” (2017, p. 11).

La mayoría de las tradiciones y cultura del Ecuador perduran en el tiempo porque son parte de un evento, fiesta o festival que se celebra en familia o entre amigos. La gráfica popular es una

expresión cultural que no es parte de ningún evento, además que se la asocia con la clase social baja, y se ha denigrado este tipo de expresión cultural causando que las personas sientan vergüenza.

- **Recursos de investigación:**

Para nuestro proceso de investigación utilizamos varios recursos. El primero y más importante fueron las entrevistas, en las cuales nos contactamos con dos personas pertenecientes al target del proyecto. A cada uno le realizamos una entrevista online de aproximadamente 40 minutos de duración. Las entrevistas estaban enfocadas a entender como el target percibe a la gráfica popular ecuatoriana. Estas herramientas nos ayudaron a definir de mejor manera la problemática y las entrevistas fueron especialmente importantes y útiles gracias a que de estas pudimos sacar luego nuestros tres insights principales.

El segundo recurso de investigación consistió en una actividad para la cual nos contactamos con 8 personas pertenecientes al target del proyecto y les pedimos que durante 3 días se fijen en la publicidad de la ciudad y le tomen foto a publicidad que les parezca bonita y publicidad que les parezca fea.



Tabla #1. Actividad de Investigación

Esta actividad nos ayudó a entender la relación y el conocimiento que el target tiene hacia la gráfica popular y su perspectiva de qué es lindo y qué es feo. Aquí entendimos que consideraban como publicidad fea a rótulos y gráficos pertenecientes a la gráfica popular.

Nuestro último método de investigación fue una encuesta de 19 preguntas en la cual recibimos 60 respuestas que nos ayudaron a entender que el público objetivo prefiere gráfica externa que la considera bonita mientras que consideran fea a la gráfica popular ecuatoriana.

- **Insights:**

- **El indígena ecuatoriano se lo considera subordinado, mientras que al indígena mexicano (Azteca) se lo consideró como un Dios.** Los ecuatorianos no tienen el mismo sentido de identidad patriota que otros países latinoamericanos como, por ejemplo, México. Esto sucede porque los ecuatorianos nunca se han sentido dueños de su cultura.
- **El ecuatoriano siente que lo que ha hecho es suficiente y siente que todos los demás lo hacen mejor.** El ecuatoriano en ocasiones no siente la motivación para superarse e innovar y busca salidas fáciles que no siempre son las más acertadas. Los ecuatorianos muchas veces se sienten avergonzados y rechazan su cultura y tradiciones porque nunca se han esmerado en crear un sentido de identidad cultural. Para validar este insight Bendita Gráfica busca crear orgullo ecuatoriano mediante el evento y que los ecuatorianos puedan y se sientan orgullosos de decir: “Yo soy mejor ecuatoriano porque me gusta la gráfica popular y en el evento Bendita Gráfica fui parte del taller de gráfica popular”.
- **La colonia introdujo parámetros de una forma de vida que el ecuatoriano del presente entiende como cultura correcta olvidándose de sus raíces indígenas.** En Ecuador la colonia aún tiene implicaciones en el consumo de cultura nacional hasta el

día de hoy. El ecuatoriano promedio ve como feo a todo lo gráfico que tenga raíces culturales o tradicionales, entienden como lindo la publicidad en la calle y la gráfica que tiene una estética más moderna o globalizada. Para validar este insight, Bendita Gráfica busca adaptar la gráfica popular a un contexto más moderno y contemporáneo para cambiar la perspectiva del público objetivo hacia la gráfica popular.

2. Idear

- **Lluvia de ideas:**

Una parte importante del proyecto fue nuestro proceso de ideación para dar con una solución que resuelva de manera efectiva nuestra problemática. Para empezar a hacer la lluvia de ideas, primero definimos tres categorías. La primera habla sobre las necesidades de los beneficiarios del proyecto, es decir, que necesitan los usuarios para mejorar su calidad de vida. En la segunda categoría, pensamos en interés propios, es decir, que nos gusta a nosotros hacer. Por último, se enfoca en nuestros talentos. Empezamos a hacer una lluvia de ideas para después conectar una idea de cada categoría y llegar a una posible solución. Nuestra meta en el desarrollo de la lluvia de ideas era plantear al menos 50 posibles soluciones al problema. Cuando ya contamos con las 50 posibles soluciones, el siguiente paso fue volver a analizar las ideas y seleccionar las mejores 15. Para de esta forma tratar de sintetizar y analizar las ideas y llegar finalmente a una solución final y adecuada.

- **Seleccionar:**

Nuestra solución a la problemática planteada consiste en crear un evento inspirado y ambientado con gráfica popular. Este evento está destinado a ecuatorianos entre la edad de 14 y 30 años que estén interesados en el arte y la cultura ecuatoriana. Será un evento familiar y para disfrutar entre amigos. El principal objetivo, es concientizar a los ecuatorianos sobre la

problemática y lograr convertir a la gráfica popular en una tradición ecuatoriana. Para cautivar a más personas, Bendita Gráfica repiensa a la gráfica popular dentro de un contexto más contemporáneo para lograr cambiar la perspectiva de los adultos jóvenes hacia este tipo de expresión cultural y lograr que vean este estilo de gráfica como algo lindo que les llena de orgullo.

Para asistir, las personas deberán comprar su entrada y asistir al lugar del evento que se realizará una vez cada año, para que a futuro Bendita Gráfica sea considerado como una festividad anual tradicional. La actividad más importante que se desarrollará será un taller de gráfica popular guiado por un artista y rotulista de este estilo. Por otro lado, habrá música en vivo, un artista de gráfica popular pintando en vivo, juegos tradicionales del Ecuador, *food trucks* y una tienda para que las personas puedan comprar *merch* y *souvenirs* del evento. Debido a que el evento está inspirado en otras fiestas tradicionales del Ecuador, al finalizar el evento, habrá fuegos pirotécnicos y una vaca loca.

3. Prototipo

- **Recursos de prototipado:**

Una vez que ya teníamos bien definida y clara la idea para la solución a nuestra problemática continuamos con el proceso de prototipado. Debido a que la solución para nuestro proyecto consiste en un evento, usamos el recurso del storyboard para poder entender de mejor manera todos los momentos y espacios que se llevarán a cabo durante el evento.

El prototipo era una mezcla entre storyboard, línea del tiempo y un *user journey*. Cuenta con dibujos que ilustran los momentos y espacios que se darán durante el evento. La línea de tiempo nos ayudó a organizar el evento con horas para crear un cronograma fijo. Cada dibujo tiene su explicación respectiva que ilustra detalladamente todo lo que el consumidor tiene que realizar.

- **Feedback externo:**

Durante el proceso de prototipado contamos con un feedback externo que nos ayudó a materializar más nuestra idea de prototipado y organizar mejor nuestras ideas para realizar el prototipo. También nos ayudó a delimitar mejor el target y a entender mejor cómo nuestra propuesta de verdad ayuda a solucionar el problema.

- **Creación del Prototipo:**

Al crear el prototipo teníamos como meta lograr crear una guía visual del evento que ilustre cómo se va a desarrollar el evento junto con todas las actividades que se van a llevar a cabo durante el evento. También, se quería conseguir una guía de las reacciones y las expectativas de las personas al adentrarse en el taller y entender cómo se debería organizar el espacio y las actividades dentro del espacio físico para que sea un evento funcional y atractivo.

- **Presentación a público objetivo:**

El prototipo fue presentado a varias personas y se llegó a una idea unánime. El evento es llamativo, único y si quisieran asistir a disfrutar entre amigos y aprender más sobre la gráfica popular. Matthew Salazar nos dijo lo siguiente: “La idea de este evento me parece genial, tratar de promover la gráfica popular mediante las diferentes tradiciones ecuatorianas es una idea que combina súper bien y puede llegar a un público bastante vasto. Ahora, me parece que también puede ser un día bastante agitado para las personas, si bien el número de actividades es el correcto no hay un espacio entre actividad para que las personas puedan rondar libremente el lugar (por ejemplo, la llegada es de 3-4 y a las 4 ya empieza otra actividad). También podría sugerir que hagan actividades para personas de todas las edades, por ejemplo, el juego de las canicas podría revivir la infancia de varios adultos y así pueden crear una mejor experiencia para estas personas”.

4. Propuesta gráfica

- **Creación de user journey:**

Para empezar a desarrollar la propuesta gráfica primero realizamos un *consumer journey* acompañado de un *service blueprint*. Mediante la creación del *user journey*, entendimos cuál será el recorrido, las actividades, los parámetros, que nuestros usuarios deberán seguir para que el evento se desarrolle de la mejor manera.

En esta tabla, detallamos los pasos a seguir de los usuarios como, por ejemplo; el momento en el que las personas se enteran del evento. Una vez que la persona investigó y se sintió lo suficientemente interesada, entonces estará dispuesta a comprar las entradas. Ya con su entrada, es casi un hecho que asistirá al evento, para finalmente vivir la experiencia de Bendita Gráfica y lograr que se entusiasme por la llegada de la próxima edición. Todos estos puntos que se fueron planteando en el *user journey*, nos ayudaron a tener claro cuáles son las piezas gráficas, elementos, escenografías, stands y demás, que debemos manejar dentro de esta fiesta, taller.

De todo este diagrama, los *touchpoints* más importantes que logramos ver, son en el momento en el que las personas compran su entrada y cuando después del evento se genera lealtad por parte de los usuarios.

Es importante el momento en el que el usuario compra su entrada porque significa que algo realmente llamó su atención. Este es un *touchpoint*, donde el usuario se encuentra emocionado, entusiasmado, pero a la vez siente un poco de intriga de qué es lo que va a pasar en Bendita Gráfica. Sin embargo, el comprar su entrada, ya demuestra que el usuario decidió confiar en el evento. Por otra parte, el después del evento, el generar lealtad es incluso más importante, porque el usuario siente alegría de haber confiado. En este punto ya no existe intriga por parte del usuario, sin embargo, puede existir retroalimentación, como que se pudo mejorar, que no

les gusto y que cambiarían para la próxima edición de Bendita Gráfica. No obstante, se genera cierta lealtad que hará que las personas que asistieron a la primera edición se entusiasmen por volver el próximo año al evento. De esta manera, se tendrá nuevos asistentes, ya sea por recomendaciones de otras personas o por posicionamiento del evento.

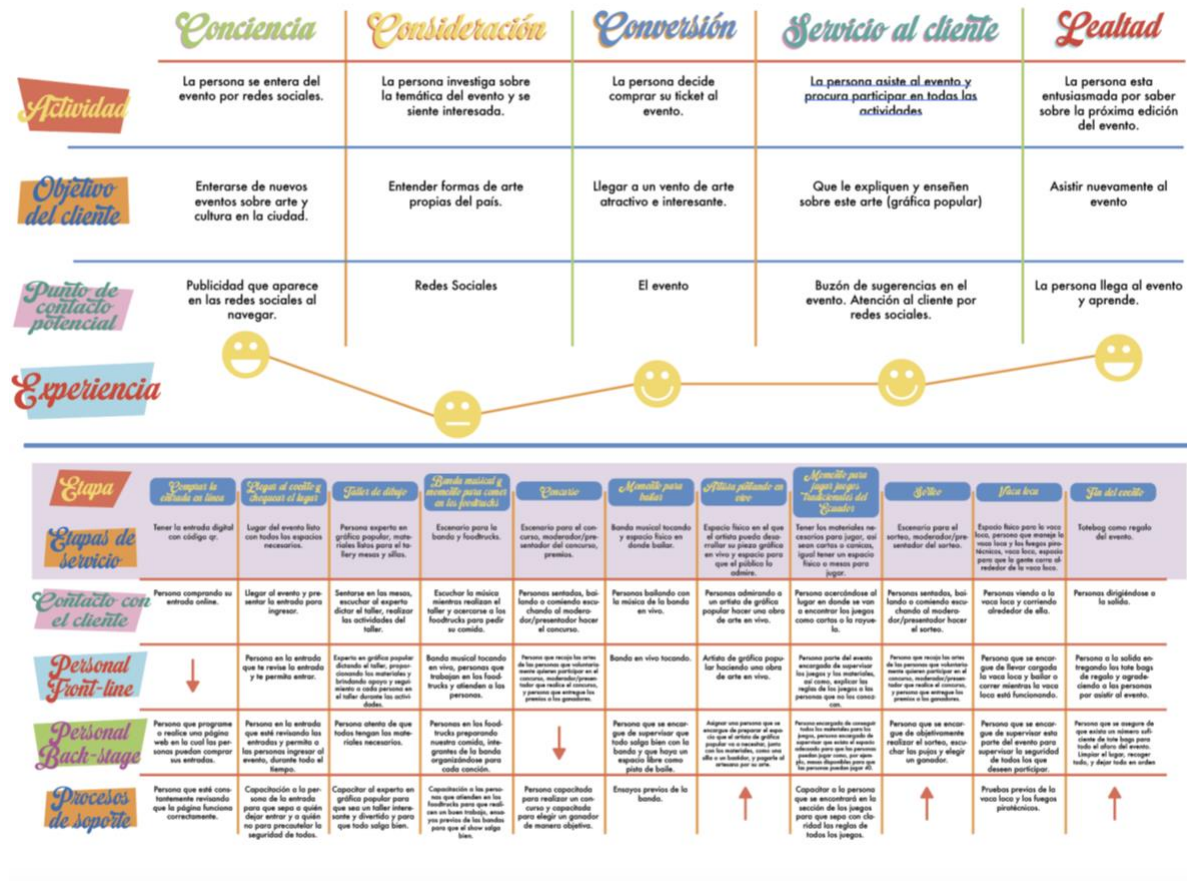


Tabla #2. User Journey y Service Blueprint

- **Stylesheet:**

Para nuestras piezas gráficas, desde el logotipo hasta los elementos del evento, decidimos usar un estilo de gráfica popular. Sin embargo, decidimos dar un toque moderno para que entre más en el contexto actual y se lo interprete también como parte de la cultura popular y tradicional del país. Para poder establecer una línea gráfica fuerte y sólida primero se estableció una *stylesheet* de la cual basarnos al hacer todas las piezas gráficas de nuestra marca. Esta *stylesheet*

cuenta con el logotipo en blanco y negro para asegurarnos que funcione sobre todas las superficies, y también cuenta con el logotipo a color. Gracias a la *stylesheet* pudimos establecer la paleta cromática junto con unas combinaciones óptimas de los colores que funcionen visualmente para las piezas. Y finalmente establecimos las dos fuentes tipográficas principales de nuestra marca junto con la manera correcta de su aplicación y uso en cuanto a tamaños y combinaciones tipográficas.

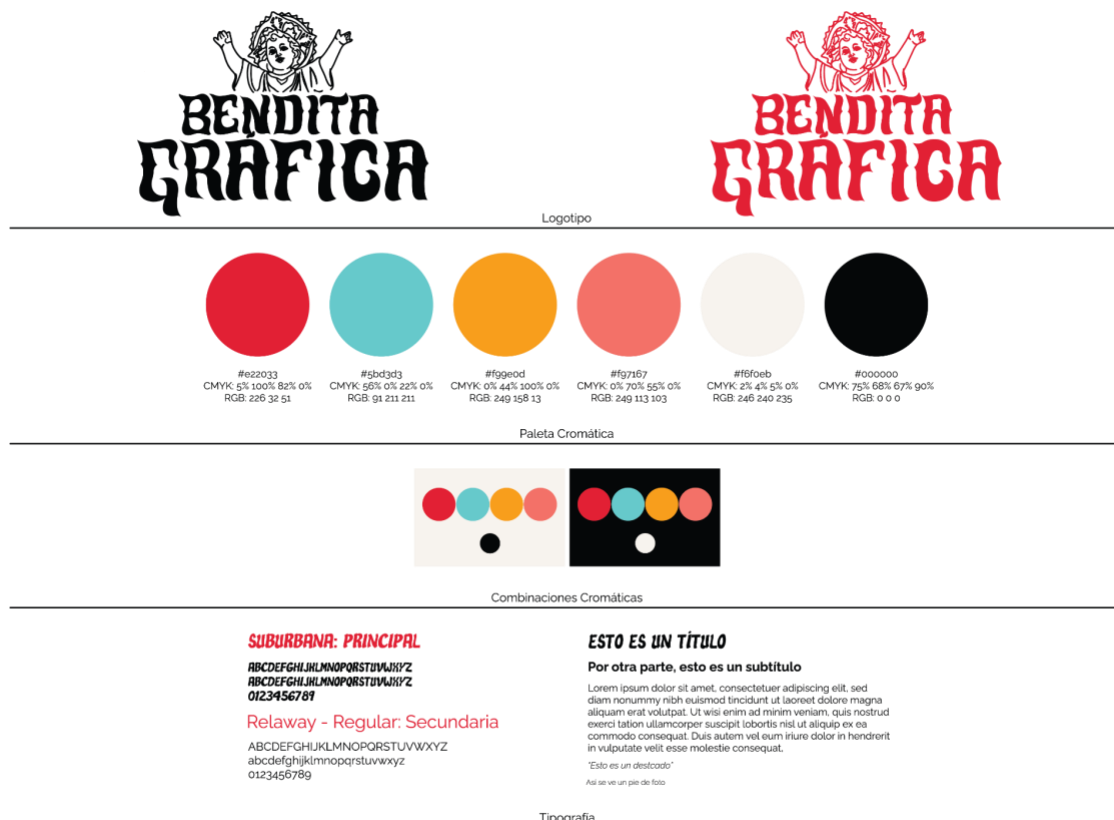


Tabla #3. Stylesheet

- **Logo:**

Para el isologo de Bendita Gráfica, decidimos plantear dos elementos que son importantes dentro de la gráfica popular, la tipografía y la ilustración del niño Jesús. La tipografía, fue creada a mano, pensando mucho en el tipo de letras que se usa comúnmente en la gráfica popular. Algunas de las características que hemos tomado para la creación de esta tipografía,

son las serifas, guaraguas (adornos) y la letra en bold, dando también un estilo inspirado en lo gótico.

El niño Jesús, lo implementamos como referencia a la religión dentro de la gráfica popular. Los símbolos y personajes religiosos son parte importante de este tipo de gráfica y se usan para expresar las creencias e ideologías, como amuletos y demás. El niño Jesús es un personaje recurrente, en los camiones, buses, camionetas, que decoran sus carrocerías con este estilo de gráfica. Por esta razón lo hemos usado como parte de nuestro logotipo.

- **Paleta cromática:**

Los colores elegidos para la paleta cromática de Bendita Gráfica son importantes y son parte del punto diferenciador del evento. Los colores usados en la gráfica popular son bastante chillones, siendo así bastante llamativos. La paleta seleccionada para Bendita Gráfica cuenta con colores claros. Los tres colores principales son el amarillo cobre, el rojo, y el celeste, ya que buscábamos hacer referencia a los colores de la bandera del Ecuador. Esto tiene una razón importante y es que el fin de este evento es que la gráfica popular no deje de existir en nuestro contexto y este tipo de colores le da una sensación más contemporánea a este estilo de gráfica. Los colores fuertes pero estratégicos hacen que no se sature la vista al ver las piezas gráficas.

- **Tipografía:**

Para el logo de Bendita Gráfica, se creó la tipografía Jesusito, se la puede usar única y exclusivamente para el logo. Jesusito es una tipografía inspirada en el lettering de la gráfica popular, entre algunas de las características que se rescatan son; su grosor, sus guaraguas y también parte del estilo gótico que se maneja en la gráfica popular. La tipografía utilizada para títulos y subtítulos es Suburbana. Esta tipografía, está diseñada pensando por completo en el lettering comúnmente usado en la gráfica popular. Tiene letras bastante decorativas que tienen armonía con Jesusito, lo que permite verlas como una misma familia.

Finalmente, la tipografía secundaria elegida, es Raleway. Esta tipografía, a diferencia de las anteriores, no es decorativa debido a que tiene el fin de ser utilizada para textos largos. Por esta razón, es una tipografía sencilla, recta, sin serifas y adornos, para que su legibilidad y lectura sea fácil. Raleway, contrasta muy bien con las tipografías, Jesusito y Suburbana, debido a su forma y ausencia de decoraciones.

- **Gráficos y mockups:**

Los mockups creados para este evento responden a lo planteado en el user journey. Pues hay que entender desde que el usuario conoce el evento, hasta que asiste y tiene su experiencia. Por eso hemos creado mockups, para las fases desde que se entera del evento que puede ser por Instagram. Después, el usuario querrá investigar más del evento y de que se trata, para esto está la página web a la que pueden ingresar a leer más sobre Bendita Gráfica y enterarse también de que es la gráfica popular. A continuación, los usuarios estarán interesados en comprar su entrada, por lo cual el siguiente mockup corresponde al ticket del evento. Una vez en el evento los usuarios tendrán la oportunidad de comprar *merch* exclusiva de este día especial, como vasos, gorras, camisetas, tote bags, entre otras cosas. Parte del evento, son los juegos tradicionales, para esto hemos diseñado un mazo de cartas, brandeado con el estilo del evento. Por último, los bolsos pintados en el taller de gráfica popular, los y las participantes podrán decorar su propio tote con lo aprendido en el taller. Este bolso tiene el fin de ser un recuerdo del evento y también para que sea funcional hasta la próxima edición de Bendita Gráfica, donde podrán realizar uno nuevo.



Figura #2. Gráficos y mockups Bendita Gráfica

5. Exhibición

Nuestra exhibición tiene como propósito darle valor a la gráfica popular y lograr que las personas se sumerjan por completo en esta expresión ecuatoriana. Nuestro primer paso para desarrollar nuestra exhibición fue pensar en cómo queremos contar qué es nuestro proyecto y definir qué es lo que queremos contar en específico.

Para la narrativa de la exhibición se sentía muy forzado contar sobre el evento, nuestro concepto inicial para la exhibición era un evento anual para concientizar sobre este tipo de gráfica tradicional de nuestro país. A medida que el proyecto fue evolucionando, el concepto de la exhibición cambió. Ahora, Bendita Gráfica es un taller inmersivo de gráfica popular que simula un taller físico de gráfica popular.

Para definir la narrativa establecimos tres momentos cruciales. El primero es el oficio, aquí queremos hablar sobre la problemática, contando historias de las personas que viven la problemática de primera mano, los rotuladores, y hablar sobre su trabajo, en especial las herramientas que utiliza para realizar su trabajo. El segundo momento son los saberes manuales, para esto las personas ya saben lo que es la gráfica popular. Tienen claro el problema y conocen las herramientas de los rotuladores, por eso en este momento, queremos contar el proceso necesario para hacer gráfica popular. El tercer y último momento de nuestra narrativa es el talento, que tiene como objetivo mostrar los resultados finales del taller derivados del proceso, piezas finales como, por ejemplo, letreros, camisetas y tote bags. En este momento también se busca lograr que el público participe y sienta la gráfica popular más de cerca, buscamos familiaridad, por eso aquí queremos pintar un letrero de gráfica popular mediante la participación del público, funciona como un “paint by number” inmersivo, todos pintan una parte del letrero y al final de la exhibición la pieza estaría completa, y el público habrá experimentado lo que se siente pintar una parte de un rótulo de gráfica popular.







Figura #3. Documentación Exhibición

CONCLUSIONES

Para concluir, este proyecto fue un éxito por diversas razones, nos dejó varias enseñanzas y también nos permitió ver que se podría mejorar o mantener. El diseño utilizado y todas sus piezas gráficas lograron captar la atención de una gran parte del público objetivo al que está dirigido el proyecto. Los colores fueron llamativos e interesantes, aunque rompen un poco de la cromática que se usa tradicionalmente en la gráfica popular, lograron comunicar de manera positiva el mensaje y estéticamente funciona perfecto con el concepto de Bendita Gráfica.

Las tipografías aplicadas, lograron ser legibles y entendibles, no causan confusión ni problemas de lectura, un punto positivo que nos ayudó, fue crear nuestra propia tipografía para el logo del evento.

Lo interesante del proyecto, fue sacar la gráfica popular de su contexto completamente de pueblo y llevarlo a un espacio contemporáneo, para que vuelva a formar parte del entorno quiteño, y ecuatoriano, y no perder esta estética tan atractiva e importante de nuestro país.

Las piezas que creamos para cada fase del *user journey*, fueron de gran ayuda desde un inicio, para entender que se necesita para llevar a acabo el evento y no tener problemas al momento de ejecutarlo. El espacio elegido para el evento no fue el óptimo debido a que no esperábamos que tantas personas asistan, sin embargo, es una observación que considerar para la próxima edición de Bendita Gráfica. En general fue un evento innovador que ayuda a las personas a conocer sobre la gráfica popular y que verdaderamente despertó el interés de las personas por la gráfica popular. La exhibición fue un éxito rotundo, las personas aprendieron sobre gráfica popular y participaron alegremente en la actividad “paint by number”. La enseñanza más importante que nos llevamos es el hecho de cómo el arte puede juntar personas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Galindo Flores, E., González Castañeda, M., & Rodríguez Medina, D. (2021). La gráfica popular, un referente de la identidad del diseño gráfico mexicano. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, (101), 90-105.

Garcés Pino, A. G., & Paredes Morales, D. F. (2017). Adaptación de la gráfica popular guayaquileña en un Kit Creativo (Doctoral dissertation, ESPOL. FADCOM.).

Barragán, J. L. (24 de noviembre de 2013). gráfica popular en Ecuador. (A. C. Baquero, Entrevistador) Expresarte: Ecuatorianísimo. Quito. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=uoIbFpz840w>

ANEXO A: DOCUMENTAL GRÁFICA POPULAR

<https://vimeo.com/826330461>

ANEXO B: ENTREVISTAS

Entrevista 1: Emilio Nieto

Por: Emilia Proaño y Luis Cevallos

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=cDP18yooWfU>

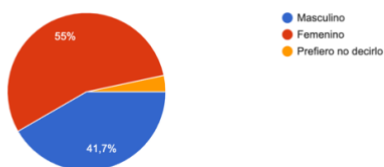
Entrevista 2: Matthew Salazar

Por: Emilia Proaño y Luis Cevallos

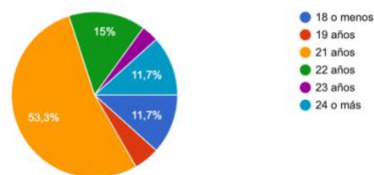
Link: https://www.youtube.com/watch?v=Ge_jTa0Ilfc&ab_channel=LuisCevallos

ANEXO C: ENCUESTA

¿Con qué género te identificas?
60 respuestas



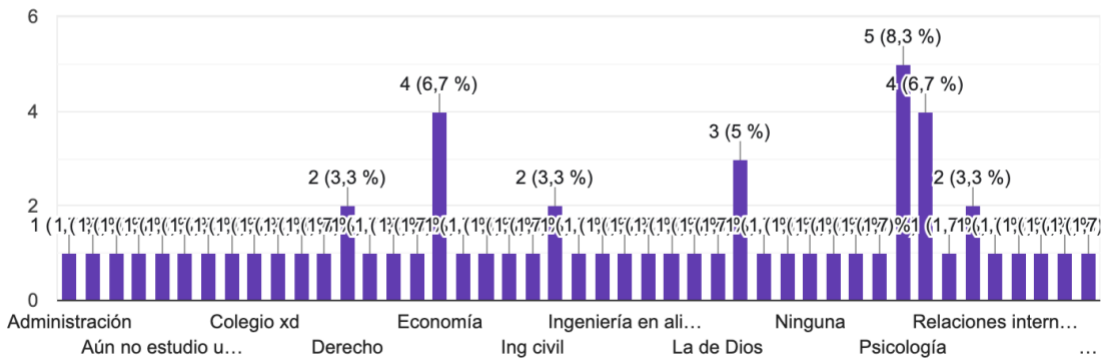
¿Cuántos años tienes?
60 respuestas



¿Qué carrera estudias o estudiaste?

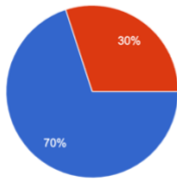
[Copiar](#)

60 respuestas



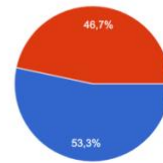
¿Vives en Ecuador?

60 respuestas



¿Te considera patriota?

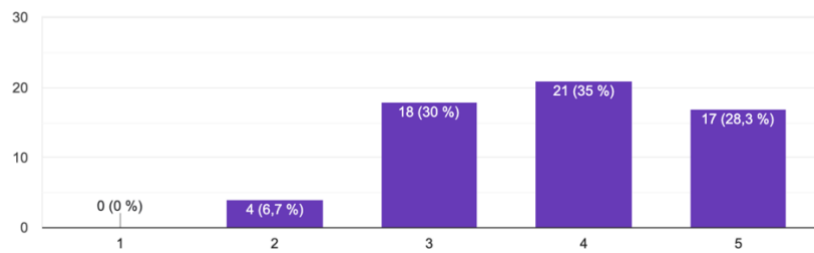
60 respuestas



En una escala del 1 al 5, siendo 1 feo y 5 bonito. Califica lo que ves en esta foto.

[Copiar](#)

60 respuestas

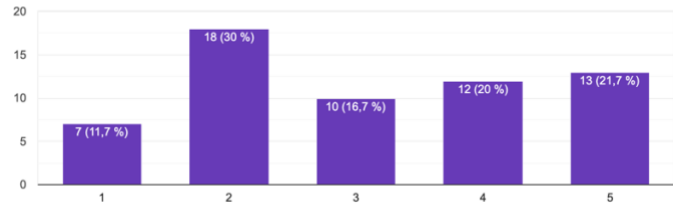




En una escala del 1 al 5, siendo 1 feo y 5 bonito. Califica lo que ves en esta foto.

[Copiar](#)

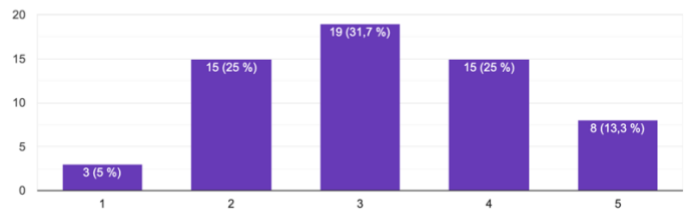
60 respuestas



En una escala del 1 al 5, siendo 1 feo y 5 bonito. Califica lo que ves en esta foto.

[Copiar](#)

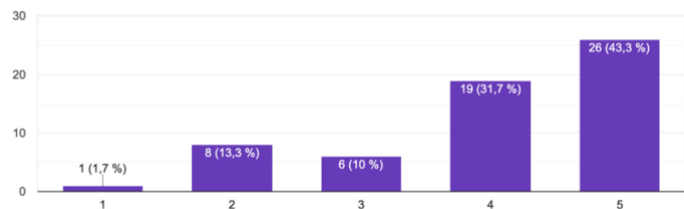
60 respuestas



En una escala del 1 al 5, siendo 1 feo y 5 bonito. Califica lo que ves en esta foto.

[Copiar](#)

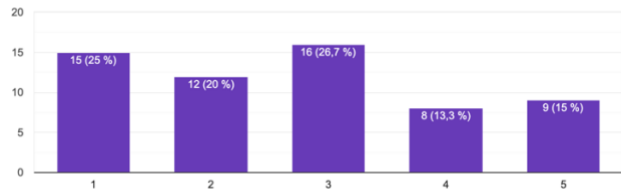
60 respuestas



En una escala del 1 al 5, siendo 1 feo y 5 bonito. Califica lo que ves en esta foto.

[Copiar](#)

60 respuestas

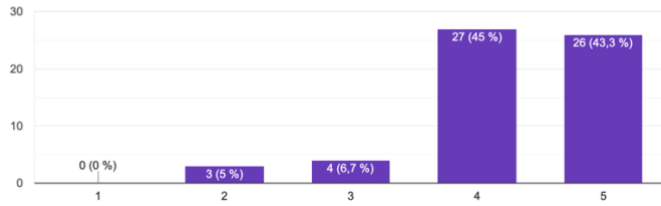




En una escala del 1 al 5, siendo 1 feo y 5 bonito. Califica lo que ves en esta foto.

[Copiar](#)

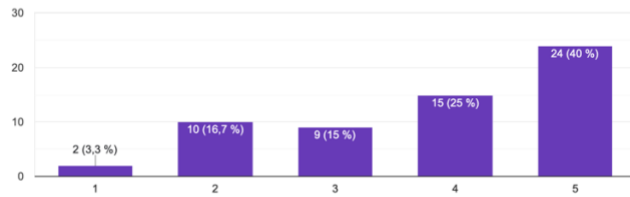
60 respuestas



En una escala del 1 al 5, siendo 1 feo y 5 bonito. Califica lo que ves en esta foto.

[Copiar](#)

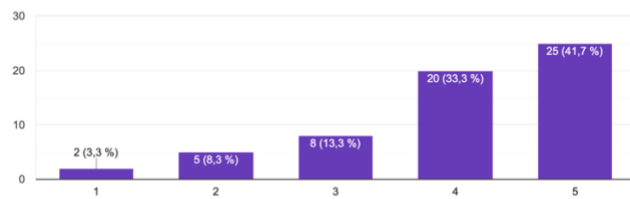
60 respuestas



En una escala del 1 al 5, siendo 1 feo y 5 bonito. Califica lo que ves en esta foto.

[Copiar](#)

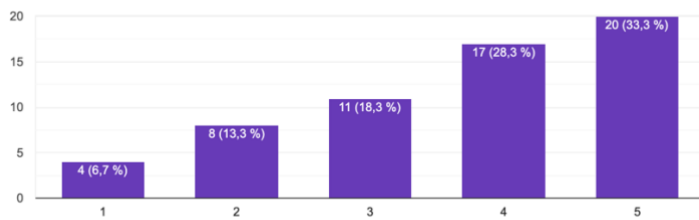
60 respuestas



En una escala del 1 al 5, siendo 1 feo y 5 bonito. Califica lo que ves en esta foto.

[Copiar](#)

60 respuestas

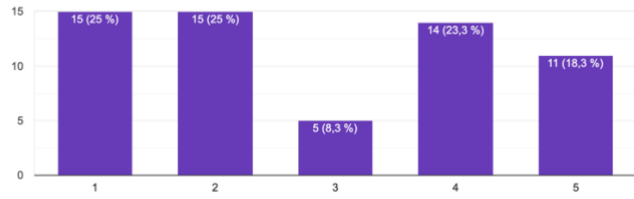




En una escala del 1 al 5, siendo 1 feo y 5 bonito. Califica lo que ves en esta foto.

[Copiar](#)

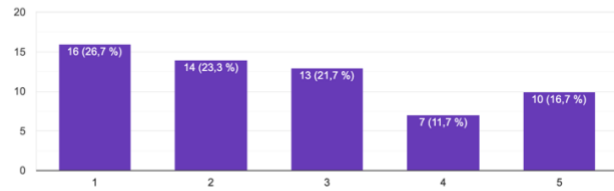
60 respuestas



En una escala del 1 al 5, siendo 1 feo y 5 bonito. Califica lo que ves en esta foto.

[Copiar](#)

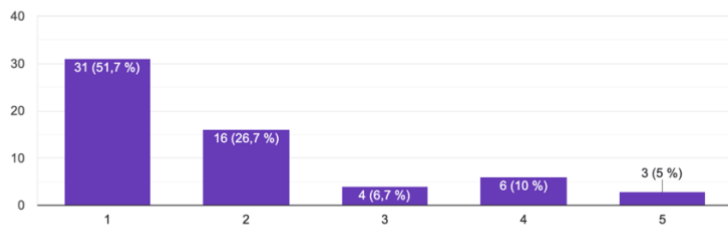
60 respuestas



En una escala del 1 al 5, siendo 1 feo y 5 bonito. Califica lo que ves en esta foto.

[Copiar](#)

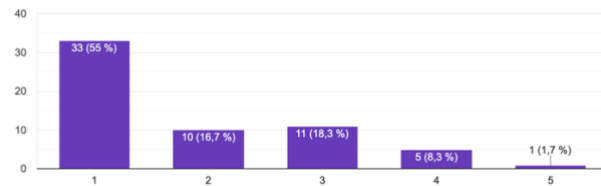
60 respuestas



En una escala del 1 al 5, siendo 1 feo y 5 bonito. Califica lo que ves en esta foto.

[Copiar](#)

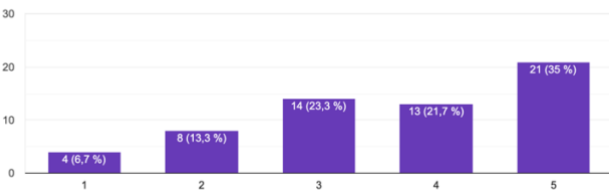
60 respuestas



En una escala del 1 al 5, siendo 1 feo y 5 bonito. Califica lo que ves en esta foto.

[Copiar](#)

60 respuestas



ANEXO D: ACTIVIDAD INMERSIVA “PAINT BY NUMBER”

