

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

CLAVO | PARED

Perspectivas de exposición bidimensional

Juan Andrés Zalamea Burbano de Lara

Diseño Comunicacional

Trabajo de titulación presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciado en Diseño Comunicacional

Quito, 15 de diciembre de 2015

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

CLAVO | PARED

Juan Andrés Zalamea Burbano de Lara

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico

Cristian Mogrovejo, M.F.A.

Firma del profesor

Quito, 15 de diciembre de 2015

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 el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: Juan Andrés Zalamea Burbano de Lara

Código: 101309

Cédula de Identidad: 1713414058

Lugar y fecha: Quito, diciembre de 2015

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a la importancia de reflexionar sobre lo que hacemos y buscar métodos de comunicar aquello con la mayor precisión y gusto propio.
En este caso, reflexionar sobre el arte.

AGRADECIMIENTOS

Gracias inexplicables a mi familia que me ha apoyado muchísimo en esta época universitaria. A ustedes, querida familia, está dedicada esta investigación completa. La dedicación previa se refiere a la temática (un juego de palabras). Gracias de nuevo y les quiero mucho.
A las amistad, no se les olvida, ja ja ja.
¡Paz y buena onda!

RESUMEN

La investigación aquí expuesta es un viaje por diferentes formas de ver el arte bidimensional. El arte bidimensional hace referencia a las expresiones de la pintura, el dibujo, la fotografía, el collage, entre otros lenguajes creativos bidimensionales. En el contenido se descubren caminos y perspectivas humanas sobre el tema de la exposición de obras arte; no tanto la filosofía detrás de la creación sino los métodos y las plataformas que existen y funcionan a beneficio de los artistas bidimensionales, para que los mismos puedan publicar sus obras. Esta investigación concluye con un proyecto de diseño web, llamado CLAVO|PARED, dónde se busca generar nuevas discusiones, opiniones y exposiciones sobre el arte bidimensional.

Palabras clave: arte, diseño, comunicación, filosofía, virtualidad, globalización, red social

ABSTRACT

The investigation here exposed is a journey through different ways of seeing bidimensional art. This art form makes reference to the creative languages of painting, drawing, photography, collage, among other similar forms of expression. In the content, human paths and perspectives around the subject of art publishing are discovered; not only philosophy and theory but methods and techniques, that work to the benefit of artists. This study concludes with an online design project called CLAVO|PARED where new discussions, opinions and expositions are generated around the subject of bidimensional art.

Key words: art, design, communication, philosophy, virtuality, globalization, social media

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	11
1 Preludio.....	11
Desarrollo del tema	13
2 Marco Teórico y Problemática	13
3 Investigación: Etapa I.....	25
4 Investigación: Etapa II.....	61
5 Diseño Final.....	87
Conclusiones.....	91
Referencias Bibliográficas	92
Anexo A: GUÍAS DE ENTREVISTAS Y ENCUESTAS	95
Anexo B: FOTOGRAFÍAS DE EXPERIENCIA ONTOLÓGICAMENTE SUBJETIVA	95

ÍNDICE DE TABLAS

Facebook (Tabla 1) – página 38

Flickr (Tabla 2) – página 39

Behance (Tabla 3) – página 39

Fanzine (Tabla 4) – página 40

Volantes (Tabla 5) – página 41

Litografía (Tabla 6) – página 41

Galerías (Tabla 7) – página 42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura #1. Proceso de Diseño – página 46

Figura #2 y #3. Proceso de Diseño – página 47

Figura #4 y #5. Proceso de Diseño – página 48

Figura #6. Proceso de Diseño – página 49

Figura #7. Proceso de Diseño – página 50

Figura #8. Proceso de Diseño – página 51

Figura #9 y #10. Proceso de Diseño – página 52

Figura #11 y #12. Proceso de Diseño – página 53

Figura #13. Proceso de Diseño – página 54

Figura #14. Producto Final – página 56

Figura #15 y #16. Producto Final – página 57

Figura #17 y #18. Producto Final – página 58

Figura #19. Diseño Final – página 89

Figura #20. Diseño Final – página 90

INTRODUCCIÓN

1 Preludio.-

Como un hacedor de dibujos, gestor de un fanzine, músico, y persona apasionada por las creaciones humanas a través de distintos lenguajes creativos, siempre me han intrigado las distintas maneras de exponer *arte*. En este pensamiento, me he preguntado, ¿cómo habrán logrado grandes *artistas*, como Picasso, por ejemplo, para vivir de su trabajo *pictórico*? Sin duda, debieron haber existido los medios y las formas para lograr este objetivo, no obstante, esos tiempos han cambiado. Hoy en día los seres humanos nos relacionamos, compartimos nuestras creaciones y trabajos de maneras en las que durante la época de Picasso, tal vez, ni siquiera eran imaginables. Una de estas maneras, por ejemplo, es el internet. Los medios digitales proponen un cambio en cómo nos relacionamos con el conocimiento. Por un lado, existe la posibilidad de personalizar el mundo virtual de cada individuo y a la vez existen mayor cantidad de plataformas donde se puede difundir el saber individual de cada ser humano.

En continuación con la pregunta del cómo lograron grandes *artistas* vivir de su trabajo, decidí trabajar mi investigación sobre la publicación del *arte* en la actualidad, fundamentándome en la idea de *hábitat*. Empero, plantear en un comienzo el *arte*, el *hábitat*, y paralelamente el *espacio*, es muy amplio. Por este motivo, antes de indagar en los diferentes métodos para exponer *arte*, se realicé un marco teórico para conceptualizar y contextualizar estos términos para este proyecto específicamente. No obstante, mi intención no es definir estos conceptos de forma rígida. Pienso que la subjetividad de los mismos es esencial para fomentar el desarrollo del mismo *arte* humano. La conceptualización y contextualización de los términos anteriores es importante para

plantear con mayor objetividad mi investigación, sobretodo en un campo tan discutido como es el *arte*.

El objetivo de esta investigación fue llegar a la creación de una solución de diseño ante la problemática de, la búsqueda del *hábitat* para las obras de *arte*. Sin embargo, antes de llegar a la solución, se realizaron dos etapas de investigación. La primera etapa consistió en indagar sobre la problemática y realizar investigaciones para buscar proponer una solución en diseño inicial. En la segunda etapa, se puso a prueba la primera propuesta de diseño, a través de, un método investigativo con encuestas, entrevistas, grupos focales y un segundo marco teórico. Finalmente se llegó a la solución final de diseño, la cual, del mismo modo que las etapas de investigación están presentadas en detalle a lo largo de este ensayo.

Por último, Quiero agradecer a todas las personas que me han colaborado en este proyecto con sus pensamientos y tiempo.

DESARROLLO DEL TEMA

2 Marco Teórico y Problemática.-

2.1 Marco Teórico.-

El marco teórico realizado para esta investigación consiste en tres apartados. Primero el estudio del origen de la palabra *arte* y la idea de las *bellas artes*. Segundo, el planteamiento de la importancia de hablar de *arte* y *bellas artes* en la actualidad. En tercer lugar, está la conceptualización de los términos: *hábitat* y *espacio*.

Esta parte del proyecto, vino a ser el comienzo de todo. Ante la posibilidad de hacer nuestra investigación sobre el tema que quisiéramos, tuvimos cada estudiante que desglosar los elementos más importantes de nuestra temática investigativa individual. Una vez desglosados los elementos más importantes, se continuaría a realizar un marco teórico para comenzar a contextualizar nuestra investigación y saber por dónde orientar nuestro cada uno de nuestros proyectos.

Por mi parte, tal como mencioné en la introducción, mi interés radica en la exposición de *arte*. Empero, la tradición cultural ha discutido mucho tiempo sobre que es *arte* y no sólo en términos académicos, sino también en contextos coloquiales. Es por esta razón que consideré relevante estudiar el marco teórico sobre lo que es el *arte*. Así mismo, agregué al estudio del marco teórico la conceptualización de la palabra *hábitat* y *espacio*, que también son palabras que abarcan varios significados.

El método principal para el estudio de las palabras antes mencionadas, fue el uso de la etimología. La etimología consiste en el estudio del origen de las palabras, su existencia,

significación y forma. Empero, es importante aclarar de nuevo que las definiciones aquí propuestas no son las definitivas, sino sólo las aquí propuestas para fines de este proyecto.

2.1.1 El *arte* y las *bellas artes*

La definición de *arte* es amplia y discutible, como he planteado. Existen una variedad de pensamientos interesantes que dicen, por ejemplo, que el *arte* existe desde que los seres humanos vivíamos en las cavernas. Si bien podríamos otorgarle esta palabra a un sinnúmero de sustantivos, épocas y actividades, no podemos descartar el hecho de que la palabra *arte* nació en algún momento y con algún sentido específico de su momento. Entonces, haciendo uso del método etimológico para estudiar las palabras, me pregunté ¿de dónde viene la palabra *arte*?

Arte proviene del término en latín *ars* y según fuentes etimológicas, *ars* es el equivalente a la palabra griega τέχνη (*téchne*). Estos términos eran originalmente utilizados para referirse a toda creación realizada por el ser humano y a las disciplinas relacionadas con el conocimiento de un crear. En este concepto, la palabra como adjetivo o sustantivo se refería tanto al trabajo hecho por un escultor como al hecho por un jardinero; en el sentido de que ambas son actividades realizadas con un conocimiento específico de saber hacer algo específico. Es muy interesante este origen de la palabra *arte*, puesto que de ahí, quizás, surge en el lenguaje coloquial, el llamar a un abogado *artista* o denominar a la actividad de un negociante, *el arte de hacer negocios*. De hecho, tendría sentido ya aquellas expresiones, estarían apelando al conocimiento de esas personas en sus actividades. No obstante, es importante notar que, el término continúa desarrollándose como idea desde la antigua Grecia hasta hoy el día de hoy.

Por otro lado, en un tiempo intermedio entre la antigua Grecia y hoy en día, durante el siglo XVII se empezó a utilizar el término *bellas artes*. Estas palabras hacían referencia a las actividades humanas cuyos enfoques eran la estética. El término lo utilizó por primera vez Charles Batteux (1746) en su libro “Las bellas artes reducidas a un mismo principio” en 1746. Batteux incluyó en un principio dentro de las *bellas artes* a la música, la pintura, la poesía, la escultura y la danza. Después, a lo largo de la historia se agregaron nuevas expresiones como la arquitectura y el cine. En alguno modo, la expresión de *bellas artes* mantiene la misma idea del *arte*, que se ha revisado previamente, pero agregando el adjetivo *bellas*. El fin del adjetivo se podría entender que es para agrupar ciertas *artes* que trabajan con un objetivo parecido, que sería la estética (Batteux, 1946).

Entonces, volviendo al punto de que los conceptos están en constante mutación y redefinición, me pregunté ¿quién o qué podría poseer la última palabra sobre lo que es el *arte*? De este modo, con la excusa etimológica y la subjetividad del concepto, es que por funcionalidad de esta investigación, la utilización de las palabras *arte* y *bellas artes* en este ensayo se refieren ambas, a lo siguiente:

*Expresiones humanas de tipo pictórico, sonoro, tangible, escrito y actuado.
Específicamente la pintura, dibujo, música, escultura, escritura, teatro, cine y danza.*

Sin duda, existe la posibilidad de que lo escrito aquí, pueda parecer una reflexión poco profunda. Sin embargo, el motivo yace en qué términos tan complejos son utilizados según el parecer de cada quien, por ende, ese necesario definir conceptos abstractos para agilizar la comprensión de esta investigación.

Considero que *arte*, desde la visión etimológica es cuando más se acerca a ser un sustantivo. Siendo un sustantivo algo que tiene una existencia independiente, según la Real Academia Española (2014). Subsiguiente, es por la condición de sustantivo que al utilizar el adjetivo "*bellas*", se logra agrupar una serie de *artes* que trabajan con un mismo sentido creativo, que es la estética. De este modo, escogí para esta investigación trabajar con el *arte* y las *bellas artes* partiendo desde su etimología, pues así sentí que calzaban mejor los conceptos hacia lo que yo quería trabajar.

2.1.2 ¿Por qué es importante hablar de *arte* y *bellas artes* en la actualidad?

Podría decirse que uno de los factores que llevan a la creación de obras humanas, sobre todo, creativas, es la necesidad de expresión del ser humano. Las personas somos entes sociales que convivimos los unos con los otros psicológica y físicamente. Incluso personas que han decidido aislarse han asumido una forma de convivir con el resto de seres humanos, que es a través de, el aislamiento. Es por la convivencia que la comunicación se torna en una naturaleza humana que nos permite interactuar, por ejemplo, este mismo ensayo. Considero importante filosofar sobre la actualidad del *arte* debido a la continua expresión humana. El trayecto histórico de la comunicación a través de la pintura, la música, las letras y la escultura siendo estas consideradas como ramas del *arte*. De nuevo, el *arte* según esta específica investigación.

Tras la definición previa de *arte* y *bellas*, puedo decir que la expresión *artística* no ha cesado, al contrario, continúa creciendo. Con las vanguardias de inicios del siglo XX y la paralela caída del *arte* de una posición sólo académica y burguesa, hoy en día mayor cantidad de personas se pueden sentir capaces de hacer *arte*, sin la necesidad de un pre-

requisito social, cultural o intelectual. En la contemporaneidad, estamos frente a una variedad de metodologías para crear y exponer obras de *arte*. No obstante, la incompreensión de los métodos contemporáneos de creación y publicación, puede llevar a la confusión de un *artista* con su obra de *arte*, sin saber qué hacer con la misma. Esto podría resultar en una publicación incoherente a las intenciones del *artista* con su obra y como resultado a la desvalorización de la misma obra. En este sentido, la reflexión sobre los métodos de exposición actuales podría encaminar al *artista* a una publicación de su obra más afín con sus intenciones. De este modo, la diversidad de plataformas existentes para publicar *arte* alude a la pregunta, ¿dónde y cómo *habita* el arte en la actualidad? Para responder la pregunta, es necesario conceptualizar primero qué es *hábitat* y qué es *espacio*.

Sin embargo, antes de responder la pregunta previa, retomemos el punto de que hoy en día el *arte* es una posibilidad para casi todo ser humano, considerando limitaciones específicas que pueda tener un individuo. Es importante notar que la factibilidad de publicar *arte* ha incrementado, en gran parte, por la aparición de nuevas plataformas comunicativas. El nacimiento de nuevos medios de comunicación, como es el internet principalmente, ha abierto campo de difusión para la información, el conocimiento y el *arte*. Por ejemplo, el sitio web Society6 sirve como una galería de exposición y venta de *artes bidimensionales*. Además, otras plataformas *virtuales* como Youtube, Facebook, Flickr, y SoundCloud también han posibilitado una gigante difusión para obra *artística* de varios tipos, rompiendo con intermediarios corporativos y apoyando la independencia del *artista*. Tal como dice Philippe Quéau (1995) en su libro *Lo Virtual: virtudes y vértigos*, hay que tomar en serio lo *virtual*, puesto que lo *virtual* nos propone otra experiencia de lo *real*. Y citando a Quéau de nuevo, vemos la relación con el arte: “Convendrá cuestionarse acerca de la naturaleza profunda de

las realidades 'virtuales' para valorar cuáles son las vías de exploración artísticas o científicas más apropiadas para este nuevo medio de comunicación." (Quéau, 1995, p.18).

Las plataformas digitales se encuentran en constante crecimiento y son actualmente medios de comunicación difíciles de evitar. Sin embargo, no es acertado juzgar a estas plataformas en el bien o el mal definitivo, ya que, cada una posee aspectos positivos y negativos, dependiendo las intenciones del *artista* al publicar. La reflexión sirve para aprender a convivir y utilizar, de este modo, facilitar al *artista* la publicación de su *arte*, de una manera más afín a sus intenciones. Sin embargo, el objetivo no es centrarse en los medios digitales, sino, explorar canales de exposición antiguos que aún son vigentes. Es preciso también por lo dicho en este párrafo, reflexionar sobre la actualidad del *arte*.

Como último punto sobre la necesidad de investigar sobre el *arte* y las *bellas artes*, se encuentra mi relación personal con la expresión *artística*. Yo, Juan Andrés Zalamea, me encuentro en constante divagación sobre la existencia del *arte* en la vida y en mí mismo. Sé que entender la existencia del *arte* en la vida es demasiado complejo y por lo mismo recalco que mi intención no es definir el *arte* de forma terminal. Mi intención es conceptualizar en breve la palabra y estudiar las formas de exposición de obras *artísticas* para poder dar un pequeño paso en uno de los grandes cuestionamientos de mi vida. Para mí, el *arte* ha sido un medio de trabajo, de entretenimiento y conocimiento, y es por esto también importante, para mí, comprender los *espacios* de comunicación actuales, para poder usarlos a favor del *artista* y su *arte*.

En último lugar, ¿cuál es el fin del *arte*? La intención era que esta pregunta sea un subtítulo en sí, pero encontré que es una interrogativa tan amplia que calzaría mejor en una investigación aparte. De todos modos, no importa la finalidad que tenga cada individuo con

su *arte*, excepto por el compartir junto con cualquier otra intención. Las obras de *bellas artes* que no quieran ser publicadas, no son relevantes para esta investigación, puesto que públicamente son inexistentes. El objetivo de esta investigación fue conocer las distintas plataformas de exposición de *arte*, para poder utilizarlos plenamente a necesidad de cada *artista*. Las plataformas son varias, pero ¿qué disciplina *artística* específicamente?

2.1.3 Espacio y Hábitat artístico.-

Proponer en una conversación casual el *espacio* como tópico podría resonar en las cabezas de las personas involucradas de distinta manera. Por ejemplo, el *espacio* como el lugar donde se encuentra la galaxia, como el lugar donde se vive, el sitio donde se ubica un objeto o un terreno delimitado cualquiera, entre otras definiciones. Indagando en distintas filosofías y en la justificación de la verdad individual, todas están correctas, de este modo, sucede lo mismo que con la palabra *arte*. Pensar sobre la idea de *espacio* es sustancial para esta investigación, pero principalmente la idea de *espacio artístico*. Es debido a la subjetividad de la palabra, que es también necesario definirla para motivo de esta investigación específicamente.

Espacio referido a una extensión de algo, puede ser interpretado como aquello que se encuentra entre A y B, como lo que ocupa B o A individualmente. A partir de esto, me he adherido en esta investigación a la definición de la Real Academia Española (2014) de *espacio* como, una extensión que posee una materia existente. Ahora, para aplicar este sentido de *espacio* al *arte* y resolver la idea de *espacio artístico*, haremos lo siguiente: reemplazamos “materia” por “obra artística” y la “extensión” es “plataforma comunicativa”. En este sentido, un *espacio artístico* puede ser visto en dos momentos distintos. La una es en

la etapa de producción de una obra de *arte*, por ejemplo, cuando una pintura está siendo pintada, el *espacio artístico* de esa obra es el lienzo, como plataforma para plasmar una obra. Empero, también puede ser considerado, durante el mismo momento, el *espacio artístico* como el lugar o habitación donde el *artista* pintó su cuadro, siguiendo el mismo ejemplo. No obstante, para esta investigación el lugar de gestación de una obra o el origen psicológico de la misma, no es de gran interés. Lo que concierne más es, la plataforma y el lugar de exposición una vez terminada la obra, lo cual vendría a ser el segundo concepto que incumbe para esta reflexión.

El segundo concepto de *espacio artístico* se refiere a: el lugar o medio donde una vez terminada la obra *arte*, esta es expuesta a otras personas (específicas o no), más allá del *artista*. Por ejemplo, según el segundo concepto y tomando la pintura sobre lienzo como muestra, el *espacio artístico* puede ser una galería de cuadros en una ciudad o un álbum de fotografías en un perfil de una persona en Facebook. Subsiguiente, una vez revisado el concepto de *espacio artístico* para esta investigación, es necesario definir el *hábitat artístico*.

Hábitat proviene del indicativo en latín de *habitare*, que significa vivir en. Para las disciplinas de la ecología y biología, la palabra *hábitat* puede referirse a distintos conceptos, por ejemplo, el lugar físico y específico donde un organismo biológico vive. Sin embargo, el *hábitat* no es el hogar de un solo organismo, sino de varios. Por ejemplo, un bosque tropical. De otra manera, *hábitat* en otras ramas del conocimiento se refiere al lugar de condiciones óptimas para que un organismo pueda vivir, por ejemplo, si un delfín de agua dulce es llevado a un mar de agua salada, este estaría siendo removido de su *hábitat*. Así, *hábitat*

alude al lugar donde mejor se puede vivir, según condiciones y requerimientos específicos de cada organismo.

Sin duda, el hablar de “mejores condiciones” o “buen vivir” de un organismo es bastante amplio y subjetivo, también. Entonces podríamos preguntarnos, ¿qué es vivir bien, y según quién? Toco este tema porque considero que *hábitat* es sinónimo de hogar, según la etimología de la palabra. Siendo hogar es lugar donde se reside. Empero, si nos usamos a los seres humanos como ejemplo; nosotros residimos en muchos lugares según diferentes aspectos de la vida, tal es, el sitio de trabajo sería el *hábitat* del trabajo, la casa podría ser el *hábitat* de la familia, y podría variar según cada individuo y sus circunstancias. Volviendo, si definimos *hábitat* como el lugar donde un organismo vive y se desarrolla en mejores condiciones, el *hábitat artístico* sería para el caso de esta investigación, el *espacio* donde una obra de *arte*, vive en mejores condiciones.

Esta investigación busca analizar los diferentes *espacios* donde puede ser ubicada una obra de *arte* en la actualidad, para así considerarlos individualmente y luego escoger el *espacio* preciso para cada obra según sus condiciones; encontrando así su *hábitat*. Es importante notar que existe la posibilidad de que una obra de *arte* tenga varios *hábitats*.

Finalmente, *espacio* sigue siendo el lugar donde están las estrellas y los planetas, así como el específico cajón donde se guardan los rollos fotográficos y un lugar determinado. Por otro lado, *hábitat*, puede ser tanto el lugar donde se vive, no necesariamente en las mejores condiciones, así como, el lugar donde se vive de mejor manera según necesidades específicas. Empero, para la facilidad de comunicación de este escrito, *hábitat artístico* y *espacio artístico* se referirán, en esta investigación, a lo siguiente:

Espacio artístico: Lugar o medio donde una vez terminada la obra de *bella arte* es expuesta otras personas (específicas o no), más allá del *artista*. Ej. La revista impresa donde se publica un dibujo.

Hábitat artístico: el *espacio artístico* donde una obra de *bella arte* está en mejores condiciones, según sus necesidades específicas. Ej. El *hábitat* para la pintura de Pepe es Facebook.

En conclusión, consideré importante definir estos términos para esta investigación, debido a que, se estudió posteriormente plataformas de exhibición para obras de *arte*. La intención es que las obras de *arte* estén expuestas en el lugar más propicio según sus necesidades individuales.

2.2 La problemática.-

Durante el estudio del marco teórico apareció la música, la escultura, la arquitectura, la danza, la literatura y la pintura. Si bien me gustaría poder abordar varias expresiones creativas y analizar los distintos canales de publicación de las mismas, sería aquella una labor muy extensa. De esta manera, decidí enfocarme sólo en el *arte bidimensional*. Entonces la pregunta surge, ¿qué es el *arte bidimensional*? Durante la investigación, Ana María Garzón, profesora de *Arte Contemporáneo* en la USFQ (Universidad San Francisco de Quito) y curadora de *arte*, me ayudó a definir al *arte bidimensional*, como aquel referente a las obras finalizadas sobre plataformas planas, por ejemplo: la pintura o dibujo sobre diversos materiales, la fotografía, el collage y el dibujo o pintura digital.

Entonces decidí plantear mi problemática de esta manera:

Las obras de *arte bidimensionales* se enfrentan a nuevas plataformas de exposición, en su mayoría, digitales, que redefinen la publicación del *arte bidimensional* y la interacción con el espectador. No todas las plataformas funcionan igual y por ende, no todas ofrecen los mismos servicios de exposición. Por lo anterior, es necesario reflexionar sobre las necesidades de una obra, y las intenciones del autor con la misma para así exponerla en su uno o varios *hábitats*. “La discusión no es sobre la obra de *arte*, sino, sobre el *espacio* que las obras de *arte* ocupan y cómo esos *espacios* mutan en función de las necesidades instalativas de las obras.” (Garzón, Ana M., comunicación personal, 17 de octubre, 2014).

Exponer es, en términos de esta investigación, la muestra de una obra *pictórica* posterior a la creación.

2.3 Preguntas de investigación.-

A raíz de la problemática de la investigación, planteé las dos siguientes preguntas en concreto para acercarme más a encontrar una solución de diseño para la misma. Las preguntas se basan en la idea de ofrecer un servicio que facilite al *artista* encontrar el *hábitat* de su trabajo *bidimensional*, sin que se le diga qué hacer. De esta forma, las preguntas de investigación son las siguientes:

1. ¿Desde qué conceptos puede un *artista bidimensional*, plantearse a sí mismo, las necesidades de él y su obra, antes de exponer?
2. ¿Qué cualidades tienen y que servicios ofrecen distintos *espacios* de exposición de obra *bidimensional* a los *artistas* al momento de exponer en ellas?

3. ¿Cómo utilizar las distintas plataformas de publicación de *arte bidimensional*, según quién?

2.4 Objetivos generales.-

En concreto el objetivo de este estudio es proporcionar a las personas interesadas en la publicación de obra *de arte bidimensional*, con un servicio de diseño que les guíe por medio de conceptos, análisis de plataformas e ideas de *artistas* activos, hacia una publicación más satisfactoria. En otras palabras, ayudar a una persona a que su *arte bidimensional* sea expuesto en el mejor lugar posible según las necesidades del *artista* y su obra, es decir en su *hábitat* o *hábitats*.

2.5 Metodología creativa e investigativa del proyecto.-

Este proyecto tuvo una duración de un año y medio, en el cual la mitad del tiempo fue entregada a dos etapas de investigación y la otra mitad a la creación del prototipo y la solución final en diseño para la problemática.

Durante las etapas de investigación hice uso de distintos métodos investigativos, entre ellos están: encuestas cerradas, entrevistas abiertas, un grupo focal, revisiones bibliográficas e inmersiones participativas de campo. El fin de todos estos métodos fue conocer más sobre el tema de la exposición de *arte bidimensional*, a través de, opiniones de varias personas (algunas hacedoras de *arte bidimensional* y otras no). La primera etapa de investigación comenzó en seguida después de hacer el marco teórico y plantear la problemática. Tras finalizar esta primera etapa proseguí a proponer el prototipo de la solución en diseño para la problemática.

Debido a que hubo un corte de un mes entre las siguientes etapas, se detuvo la continuidad y después inicié la segunda etapa de investigación. Al ya tener una primera idea tangible de la solución, la segunda etapa serviría para poner a prueba lo que se había realizado hasta entonces. De este modo, utilizando el diseño piloto realicé una segunda investigación, donde principalmente se estudiaría el producto con usuarios. Tras este análisis, se propuso la solución en diseño final.

A continuación presentaré de forma más detallada cada una de las etapas de investigación y las propuestas de diseño.

3 Investigación: Etapa I.-

3.1 Introducción.-

Toda esta primera etapa de investigación la dividí en tres partes, que sirvieron para ir estructurando de manera más precisa el objetivo final que era crear un prototipo sistema de diseño que responda a las preguntas de investigación y a la problemática planteada. El sustento para esta parte de la investigación fue el marco teórico, la problemática y las preguntas de investigación. Con esa línea desarrollé lo siguiente:

Primero, realicé una investigación cualitativa y cuantitativa centrada en el *arte bidimensional*. Hice una encuesta sobre la diferencia entre una publicación simulada en dos distintas plataformas. Además hice entrevistas abiertas individuales a cinco distintas personas activas en el *arte bidimensional*. Por último agregué una investigación bibliográfica sobre conceptos que surgieron en la recolección de datos cualitativos y cuantitativos.

La segunda parte consistió en realizar una experiencia ontológicamente subjetiva de exposición de *arte bidimensional*. La experiencia consistió en tomar una misma imagen y

exponerla de distintas formas para así acercarme a lo que se podría sentir exponer. Esta experiencia fue subjetiva puesto que los datos que se recolectaron no se podían cuantificar, sin embargo, ofrecieron un acercamiento abstracto a la temática del proyecto.

Una vez recolectados los distintos datos de la investigación proseguí a la conceptualización del prototipo del diseño-sistema. En esta etapa me enfoqué plenamente en el desarrollo del diseño de un tomo piloto de una serie de publicaciones que tratan sobre distintas perspectivas de la exposición de *arte bidimensional*. Para el diseño fue necesario realizar nueva entrevista. A su vez, se desarrolló una marca y concepto para crear el producto.

3.2 Investigación cualitativa y cuantitativa.-

3.2.1 Encuesta.-

La encuesta consistió en tres preguntas orientadas a dos casos de exposición. Lo que hice fue montar en papeles tamaño A4, dos simulaciones distintas de exposición de un mismo dibujo realizado por mí. La opción *A*, mostraba un *screenshot* de una pantalla de una laptop navegando en Facebook, donde aparecía el dibujo como una *publicación* de una persona en la página principal del sitio web. Por otro lado, la opción *B* mostraba al dibujo por sí solo ocupando todo el plano de la hoja. Ninguna era la obra original.

Frente a estas dos opciones se encuestó a 30 (treinta) estudiantes universitarios. No se tomó en cuenta la edad, el género o la carrera de estudio. El interés era recolectar opiniones de distintas personas de, supuse, diversas cosmovisiones, acerca de una misma obra en expuesta de dos distintas maneras. Se hizo a los encuestados tres preguntas. *Nota: la encuesta notificaba a los encuestados de que se estaba exponiendo la misma obra en simulaciones de medios. Las preguntas eran:

- *¿Cuál plataforma te parece más atractiva? A o B y ¿por qué?*
- *¿Cuál opción te transmite más efectivamente la emoción de la pintura? Sea cual sea la emoción. A o B y ¿por qué?*
- *En términos generales, ¿crees que el medio de exposición de una obra determina las emociones que puede transmitir la misma? Sí o NO.*

El intento de hacer una encuesta lo más objetiva posible, me llevó a importantes datos sobre cómo influye el medio de exposición en una obra y algunas características sobre plataformas que simulé. La opción más escogida en la pregunta uno fue la *B*, que era la opción donde se exponía la obra por sí sola. A pesar de que algunas persona escogieron la opción de *A*, los motivos se enfocaban principalmente en la predominancia que tenía la obra en la opción *B*, la menor distracción de otros elementos, la apreciación como trabajo, mayor seriedad, credibilidad, la fuerza del el color en la obra y una interacción más directa. Las personas que escogieron *A* en la pregunta uno, argumentaron, principalmente, que a través de que una red social es más atractiva una obra que por sí sola. En cuanto a la pregunta dos, la mayoría escogió la opción *B* igual. De hecho solo una persona escogió *A*. Los argumentos para escoger *B* fueron que no había interferencia de otros elementos y que era más palpable. De alguna forma se observó que la predominancia de la obra le otorgaba más fuerza, a diferencia de en *A*. Aun así, no diré que Facebook es una *mala* plataforma, más adelante estudiaremos los medios de exposición digitales y sus beneficios subjetivos. En último lugar la pregunta tres, tuvo una mayoría que dijo que sí determina el medio de exposición las emociones que puede transmitir una obra.

Las conclusiones muestran predominancia en ciertos aspectos, sin embargo, estos datos no sirven para determinar cualidades objetivas para cada medio. Al contrario, abren

una perspectiva amplia de las varias formas en que se puede percibir una misma obra de *arte bidimensional* al ser expuesta en distintos *espacios*. Los resultados tabulados se pueden encontrar en el anexo.

3.2.2 Entrevistas abiertas.-

Cada campo de trabajo o pensamiento tiene sus personajes eminentes, sus ideas que rompen con su misma tradicionalidad, individuos emergentes, docentes y productores con mayor trayectoria de tiempo laboral. Mi intención con las entrevistas abiertas en esta primera etapa investigativa fue conversar con diferentes personas involucradas en el *arte bidimensional*, pero que tenga diferentes roles en el mismo *arte*. Las entrevistas se manejaron a partir de dos modelos con diferentes preguntas abiertas, pero sobre la misma temática de la investigación. Con duraciones promedio de 40 minutos de conversación, en cada entrevista intenté conocer más sobre las opiniones de los entrevistados en relación a la problemática de este proyecto. Estas entrevistas se realizaron a las siguientes personas:

- *Ana María Garzón*: Profesora de Historia del *arte* y Artes Contemporáneas en la USFQ (Universidad San Francisco de Quito) y curadora de *arte* reconocida y profesional.
- *Carlos Echeverría Kossak*: Pintor profesional y profesor de Artes Contemporáneas en la USFQ (Universidad San Francisco de Quito). Ha llevado a cabo exposiciones de su obra en Ecuador, Polonia, China, entre otros lugares del mundo.
- *Daniel Espinosa*: Pintor, profesor experimental y fundando de la galería y taller de artes plásticas PENTASIETE en Cumbayá, Ecuador.
- *Bernardo Falconí*: Pintor de obra principalmente de acrílico sobre lienzo, ha expuesto su obra de forma colectiva y en una ocasión personalmente.

- *Juan Pérez (Vujo)*: Pintor y artista experimental. Ha tenido exposiciones en diversos lugares del Ecuador de su obra en formato personal y colectivo.

Todas las entrevistas me brindaron increíbles aportes y aprendizajes, tanto a nivel personal como académico. Quiero agradecer a Ana María, Bernardo, Carlos, Daniel y Juan por su tiempo, por su apertura a charlar conmigo y por compartir su conocimiento sobre el tema. Más puntualmente, en las entrevistas se habló sobre la exposición de obra *bidimensional*, el contexto cultural contemporáneo con los nuevos medios digitales y su influencia en *arte bidimensional*. A su vez, se repasaron los medios *clásicos* de exposición como galerías, papel, libros, etc. y los servicios que ofrecen al momento de exponer. En las preguntas también se trató la importancia de reflexionar sobre el lugar de exposición previo a exponer y los sentidos que se usan cuando se contempla una obra de *arte bidimensional*. Los audios y las preguntas de las entrevistas se pueden revisar en el anexo.

3.2.3 Referencias bibliográficas.-

Aparte de la recopilar pensamientos con la encuesta y las entrevistas abiertas, recurrí a otros autores e ideas por medio de libros y artículos sobre el tema. La lista es extensa y sin duda se me pasaron por alto un gran número autores que tratan la temática. No obstante, lo revisado sirve para hacer bosquejos filosóficos sobre conceptos tan válidos como aquellos no estudiados. Entre los autores están personas que de alguna forma tratan la problemática de forma directa, así como, también hay autores que me han servido como referencias para mi conocimiento personal y que los he plasmado en mi redacción.

Las referencias utilizadas, más significativas para esta investigación fueron las siguientes. *Sobre la pintura en el siglo XX y su función*, una recopilación de ensayos de Clement Greenberg (2010). Los ensayos principalmente estudiados fueron: *La crisis de la*

pintura de caballete, La pintura moderna y Vanguardia y Kitsch. Como fuente de conceptos filosóficos sobre la era digital me he sustentado en Philippe Quéau (1995) con su libro *Lo Virtual: virtudes y vértigos*. Por otro lado el texto *Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales* por J.M. Prada (2012) habla sobre los beneficios, por ejemplo, de la autonomía que brindan algunos medios digitales al *artista*, entre otros temas sobre el *arte* y las redes sociales *web*. También se ha recurrido una vez más al estudio etimológico de algunos conceptos. Además, textos como el de Theodor Adorno y Max Horkheimer (2004) sobre la *industria cultural*, *Diálogos II* de Platón (2003) y *Cultura & Simulacro* de Jean Baudrillard (1993), me sirvieron como fundamentos de estudio sobre pensamientos del *arte*, la industria de producción y difusión de cultura, y la contemporaneidad cultural del mundo globalizado e *hipercomunicado*.

3.3 Experiencia ontológicamente subjetiva.-

Se vuelve impreciso hablar de la experiencia de un acto si no se lo ha llevado a cabo a nivel personal. Por esta razón, también se realicé una investigación que consistía en la experimentación de exponer *arte bidimensional* por mi cuenta. De esto modo, podría yo tener, personalmente y subjetivamente, una idea de lo que se estaba realizando, desde la práctica. La experiencia consistió en tomar una misma obra *bidimensional*, realizada por mí y exponerla de diferentes maneras en distintos lugares.

Específicamente se expuso la misma obra de cuatro formas distintas. La primera y segunda consistieron en exponer en dos plataformas virtuales diferentes. La una fue en la de Facebook, que es una red social *virtual* de distintos temas, donde los usuarios pueden interactuar y publicar documentos o imágenes a libre disposición. La segunda fue Behance,

que es una página *web* enfocada en la exposición de trabajo creativo. Behance sirve de alguna forma como portafolio virtual para los usuarios y empresas. En ambas plataformas, la publicación fue expuesta en formato pequeño y no tenía mucha predominancia. Lo que sucedió en Facebook fue que, al haber miles de usuarios todo el tiempo activos y compartiendo diversas cosas, la publicación de mi obra no tuvo duración ni predominancia y se quedó entre muchas más publicaciones. Esto me hizo reflexionar sobre la predominancia que tiene el *arte bidimensional* en ciertos medios que, a pesar de, tener miles de potenciales espectadores, un pequeño porcentaje podrá ver la imagen. Por otro lado, en Behance, mi obra tuvo mayor predominancia ya que esta es una plataforma enfocada en la difusión de trabajo creativo. No obstante, al no ser un usuario activo en Behance y haber hecho de esta experiencia mi primera exposición en la plataforma, la obra no tuvo mayor alcance que diez usuarios, aproximadamente.

La tercera forma de exposición fue por el medio de volante impreso. Tomé la ilustración y la imprimí en una página A4 y realicé 48 copias en blanco y negro de la misma. Este tipo de exposición buscaba probar un medio mucho más íntimo y más cercano a la obra original. Cada copia estaba firmada y numerada, después las regale a distintas personas. Fue una experiencia bastante interesante puesto que se sentía una cercanía con el público bastante interesante. La obra tenía mucha más predominancia que en Facebook o Behance. Así mismo, la obra era más tangible que en un sitio *web*.

La cuarta plataforma de exposición estaba fundamentada en la exposición de galería. Ya que no tuve la oportunidad de exponer en galería por tiempo y escasez de obra *bidimensional*, imprimí en tamaño de 60cm por 40cm, la misma imagen. Lo que hice esta vez fue escoger diferentes sitios cercanos a la universidad y en la universidad misma, y me senté

o paré a mostrar mi obra sosteniéndola. Este mecanismo me exigía más responsabilidad que los otros, puesto que tenía que ser yo el que sostenía y exponía por mi cuenta la obra. No obstante, los espacios no siempre eran los adecuados y mi obra pasa desapercibida y yo me sentía como un “loco” mostrando un plano. Expuse la obra en cafeterías, veredas, plazas y en medio de una autopista (con un parterre vial).

Al ser una investigación ontológicamente subjetiva, los datos que obtuve me sirvieron para acercarme un poco más a las personas que trabajan en el área de exposición *bidimensional*. A su vez, me hizo pensar mucho en el concepto de la *predominancia* que tiene una obra de *arte* en ciertos contextos o *espacios*. Esta experiencia sería fundamental para explorar ciertos conceptos desde una perspectiva más personal, dándome alguna credibilidad por haber experimentado el exponer obra de *arte bidimensional*.

3.4 Análisis de la investigación cualitativa, cuantitativa y la experiencia ontológicamente subjetiva.-

Tras los diferentes tipos de investigación iniciales y enfocados en la problemática, decidí analizar los resultados, aplicándolos a tres conceptos distintos. Estos tres conceptos son: Reproductibilidad, Autonomía y Predominancia. El motivo de estos conceptos es porque, mi objetivo es brindar un servicio que ayude a orientar a aquellos interesados en publicar *arte bidimensional* y que les ayude a definir según sus necesidades que *espacios* exhibitivos pueden serles más apropiados para exponer sus obras. Así, los conceptos sirven como guías de análisis filosófico para distintas plataformas y *espacios* de exposición. De este modo, los conceptos se plantearon de la manera expuesta a continuación y se los utilizó para analizar siete plataformas de exhibición, a modo de ejemplo aplicado.

3.4.1 Reproductibilidad.-

Los avances tecnológicos y metodológicos con la fotografía, los scanners, la litografía y la serigrafía, han servido como canales para posibilitar la existencia de más de una copia de una obra *bidimensional*. El paso del tiempo ha dado lugar a que las reproducciones de las obras alcancen niveles muy altos, que incluso, como en las fotografías de alta resolución de pinturas, se ven detalles que en el ojo humano podrían pasar por alto, incluso viendo la obra *en vivo*. Ha sido también la reproducción una herramienta de difusión para los *artistas*, permitiéndoles así tener un mayor alcance fuera del que podrían haber logrado con solo una copia de su obra.

El concepto de *reproductibilidad* de las obras de *arte* parte de Walter Benjamin (2010), en su libro *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. A pesar de que en el libro Benjamin parecería alegar en contra de la reproducción de obras de *arte*, creo que la contemporaneidad exige nuevas existencias a la obras, más allá de la *originalidad* y el *aura*. Por ejemplo, los *smartphones* y el acceso personalizado hacia plataformas *web* dan la posibilidad a los usuarios a que puedan acceder de miles de ideas e imágenes, en casi todo momento. La reproductibilidad en esta era propone la desapropiación de la obra por parte del *artista*, en algún sentido. Esto no solo se da en plataformas digitales, también sucede con los libros, las revistas, lo fanzines y otros medios impresos. El *artista* podría dejar de tener el control del lugar donde *habita* su obra, ya no es sólo la galería, ya no hay solo una copia. Según Ana María Gárzon (2014), hablar de una obra *original*, en términos de la copia *verdadera*, es complicado, pues todas las reproducciones son obras en su medio y por sí mismas. Carlos Echeverría Kossak (2014) propone a la

experiencia de mirar una obra *pictórica* en una galería como casi un *fetiché* contemplativo, no necesariamente como la verdadera o correcta forma de mirarla.

La *verdad* ya no está en juego, la imagen de la pantalla es tan cierta como el lienzo que se puede colgar en una pared o la litografía número 30 de 55 que está guardada en nuestro cajón. La contemplación sigue dándose en vivo, ya sea en una pantalla o en una pared. El *espacio* exhibitivo no altera el tiempo, pero sí propone una forma de interacción única con la obra. Toda obra puede ser *original* en su formato de reproducción. Por otro lado, la autoría de la obra, en algún sentido, no se ha perdido del totalmente y en muchos casos el *artista* todavía tiene control sobre la reproducción su obra. Empero, en el internet o con la fotografía, somos capaces de crear nuestras propias copias sin la certificación del autor. La pregunta ahora es, ¿con qué método reproducir la obra?, ¿en qué plataforma exhibir la reproducción?, ¿se desea reproducir la obra? y ¿qué beneficios se pueden obtener de la reproductibilidad?

3.4.2 Autonomía.-

“Los primeros artistas en trabajar en el contexto específico de Internet lo consideraron como un auténtico espacio alternativo, autónomo, con una extraordinaria capacidad para contraponerse a las lógicas de las instituciones gestoras del mundo del arte...” (Prada, J.M., 2012, p. 9). La problemática surge del encuentro entre nuevas plataformas de exhibición y las obras de *arte bidimensional*. No obstante, el problema no es la existencia de las nuevas plataformas, sino cómo el desconocimiento sobre ellas puede causar disconformidad en el *artista* al momento de exponer y ofrecer deficientes condiciones de publicación para la obra.

Durante la primera mitad del siglo XX, las vanguardias sirvieron como movimientos sociales de creación que ayudaron a romper con tradiciones y elitismos del *arte*. Se propusieron nuevas ideas que apoyarían estéticas no tradicionales y se expusieron no tradicionalmente, o se produjeron de forma independiente. El *internet* es a mi manera de ver un medio de exposición alternativo, que cuestiona el poder de las grandes “*industrias culturales*” (Adorno, T. & Horkheimer, M., 2004, pp. 165-212) para exponer *arte*, hoy en día. Por otro lado, debido a los altos costos de producción de material impreso o de montajes en espacios arquitectónicos para exhibir *arte bidimensional*, muchos *artistas* optan por exhibir en plataformas digitales. La existencia de diferentes medios no solo se remite a una decisión de estética o forma, sino también a la creación de propuestas alternativas para promover el *arte bidimensional*.

El término autonomía proviene del griego *auto* que se traduce a “uno mismo” y de *nomos* que se traduce a “norma”. De esta forma, la autonomía de un *artista* en esta investigación se enfoca en la posibilidad que tiene él mismo de escoger, bajo su propia filosofía, el lugar y la forma de publicar su *obra de arte*. Muchos *artistas bidimensionales* se ven limitados por los estándares que tienen ciertos *espacios* para exponer o por las posibilidades económicas o sociales (sin tomar en cuenta una limitante psicológica).

Para mí, es muy importante que el *artista* ni la obra, pierdan su posibilidad de escoger su dirección de publicación. Quizás *Mengano* no pueda exponer en una galería sus dibujos porque la galería no le quiere aceptar por *A* o *B* razón. Sin embargo, esta limitación no debe llevar a *Mengano* a exponer sin sentido en otro *espacio* y perjudicar su trabajo, solo por exponer. *Mengano* puede reflexionar sobre las necesidades él y sus dibujos, y optar por otros medios que igual aportarán a la existencia de su obra y su publicación. “Uno no

siempre hace lo quiere, pero tiene el derecho de no hacer lo que no quiere.” (Benedetti, M., 1974, p. 36)

3.4.3 Predominancia.-

Sería quizás repetitivo volver a decir que no todas las obras tienen las mismas necesidades. Aun así, me tomo el riesgo de la repetición y digo que, no todas las obras *bidimensionales* tienen las mismas intenciones de existir, ni las mismas exigencias de exhibición. La red social de internet Facebook, ha sido la plataforma que más ha causado controversia en mí. Mirar cómo grandes pinturas en lienzo que duran a veces meses de trabajo y miden 100cm x 200cm, se transforman en imágenes de 400px x 400px, que están acompañadas de miles de imágenes más de todo tipo (entre ellas publicidad); ha sido un gran motor de esta investigación. Lo anterior no es malo, Facebook tiene sus ventajas.

“Hay que plantearse muy bien la intención que tiene el *artista* con su obra y el espacio en el cual se va a exponer... hay lugares que son más enfocados en exposición, otros enfocados en venta, en promoción de ciertas líneas de arte o expresiones artísticas.” (Espinosa, D., comunicación personal, 15 de octubre del 2014) y a esto agrego promoción. Hay que notar que una misma plataforma exhibitiva puede ser utilizada de varias maneras para exponer, por ejemplo, una revista impresa como *Mundo Diners* de Ecuador, muestra obra *bidimensional* y en la misma página hay texto para el artículo. Paralelo a *Mundo Diners*, hay libros de *arte bidimensional* que exponen obras que ocupan toda una página y que no están acompañadas de texto. Nótese que ambos son medios impresos que exponen con diferentes intenciones. Algunos medios, como miraremos más adelante, ofrecen mejores servicios que otros y no en todos la obra tiene la misma predominancia sobre el *espacio* de exposición. Es importante que el *artista* analice bien el *espacio* para utilizarlo a favor de su

trabajo. A la vez, las plataformas no son buenas o malas, porque una quizás no ofrezca predominancia, pero sirva como medio de difusión del trabajo de un *artista*.

A esta sección quisiera agregar en breve el concepto de la *inmersión* en el diseño. Según Sherry Turkle (1997), la *inmersión* es un proceso psicológico en el cual una persona deja de percibir el medio en el que se encuentra y centra toda su atención sobre un objeto, imagen o narración. Este proceso se lo considera dentro un plano consciente en la persona, donde la misma sabe que está sumida en la imagen, por ejemplo. Para crear *inmersión*, el diseño del *espacio* que ocupa una obra *bidimensional*, a modo de esta investigación, debe ser apropiado para que el espectador entregue su atención total a la obra. La importancia de la *inmersión* es para considerarla al momento de optar por uno u otro *espacio exhibitivo* para obra una obra de *arte bidimensional*. No toda plataforma, debido a su diseño puede llevar, con la misma facilidad, al espectador a centrar toda su atención hacia la obra. En este sentido, existen medios de exposición donde las obras no predominan, por lo tanto, no se da la *inmersión* del espectador y la obra se desvanece.

3.4.4 Ejemplos de análisis medios, a través de, los conceptos anteriores.-

A continuación he propuesto una muestra de diferentes medios de exposición para obra *bidimensional*. Se los ha estudiado desde cuatro aspectos:

- A) Formato.- refiriéndose a la forma en la que es expuesta la obra y manejada la plataforma para y por el espectador.
- B) Reproductibilidad.- aplicación del concepto a las plataformas, ej. Facilidad de copiar y/o compartir la obra.
- C) Autonomía.- sobre la dependencia que tiene el *artista* para exponer en distintas plataformas.

- D) Predominancia.- referente a que tanta importancia tiene la obra como elemento y obra de *arte bidimensional* en la plataforma.

Además he dividido en tres categorías a los distintos *espacios artísticos*: *Medios digitales, medios impresos y otros medios*. *Medios Digitales*, son aquellos principalmente se manejan a través del internet y que pueden ser accedidos por medio de *Smartphones, Tablets*, computadoras, entre otros dispositivos. Los *Medios impresos* son aquellos que se remiten a técnicas de producción directamente asociadas con el papel o equivalentes como el cartón, por ejemplo. Por último están los *Otros Medios*, donde caben *espacios* de exposición como galerías, paredes, telas, montajes arquitectónicos para exhibir, entre otros medios alternativos. Las plataformas mencionadas no son las únicas y las categorías han sido creadas para organización. Se pretende mostrar un bosquejo de cómo se aplican los conceptos filosóficos de la investigación a plataformas reales de exposición.

3.4.4.1 Medios digitales.-

Facebook (Tabla 1)

Formato	Reproductibilidad	Autonomía	Predominancia
Funciona a través de dispositivos con acceso a internet. Dependiendo el dispositivo se puede girar el mismo para ver distinto pero, esto no altera el contenido, solo la manera en que se sostiene el objeto. Funciona como red social donde los usuarios publican contenido textual y	Las obras son publicadas como <i>publicaciones del usuario</i> . Estas pueden ser <i>compartidas</i> por otros usuarios y ayudan con difusión. Se puede configurar la privacidad y accesibilidad de otros usuarios al contenido personal. En el caso de computadoras, se	En países como Ecuador, cualquier persona podría abrir un perfil en Facebook. Existen normas de y restricciones de contenido no permitido, pero en un principio se puede publicar cualquier cosa sin pedir permiso.	Las obras son publicadas como imágenes. Están mezcladas con contenidos del Facebook, tanto del perfil que publica, como el de otras personas. Las imágenes se pueden visualizar en tamaños mayores haciendo clic en ellas. Nivel medio de contenido

gráfico que deseen.	puede descargar y guardar las imágenes de otros, sin necesidad de autorización.		publicitario.
---------------------	---------------------------------------------------------------------------------	--	---------------

Flickr (Tabla 2)

Formato	Reproductibilidad	Autonomía	Predominancia
Funciona a través de dispositivos con acceso a internet. Dependiendo el dispositivo se puede girar el mismo para ver distinto pero, esto no altera el contenido, solo la manera en que se sostiene el objeto. Funciona como red social de publicación fotográfica libre.	Las obras son publicadas como <i>publicaciones del usuario</i> . Estas pueden ser <i>compartidas</i> por otros usuarios y ayudan con difusión. Se puede configurar la privacidad y accesibilidad de otros usuarios al contenido personal. A diferencia de Facebook, en Flickr no se puede guardar y descargar las imágenes de otros usuarios, la configuración web no lo permite.	En países como Ecuador, cualquier persona podría abrir un perfil en Flickr. Existen normas de y restricciones de contenido no permitido, pero en un principio se puede publicar cualquier cosa sin pedir permiso.	Flickr es una plataforma orientada hacia la exposición de fotografía sobre todo. No se publican textos a más de los pies de fotos de las imágenes. Hay una buena distribución del contenido de cada usuario y al hacer click en las fotografías, estas se expande ocupando un promedio del 90% de la pantalla del dispositivo.

Behance (Tabla 3)

Formato	Reproductibilidad	Autonomía	Predominancia
Funciona a través de dispositivos con acceso a internet. Dependiendo el dispositivo se puede girar el mismo para ver distinto pero, esto no altera el contenido, solo la	Las obras son publicadas como <i>publicaciones del artista</i> . Estas pueden ser <i>compartidas</i> por otros usuarios y ayudan con difusión. Se puede configurar	Behance tiene una apertura hacia cualquier persona interesada en abrir una cuenta. El usuario es libre de manipular la forma en la que se muestra su trabajo. Así	La predominancia de la obra no es muy alta. Así como se exponen las imágenes en buena resolución y se puede ampliarlas, la pantalla muestra al tiempo el menú de

manera en que se sostiene el objeto. La propuesta de Behance es funcionar como un sitio web de portafolios para artes visuales y audiovisuales.	la privacidad y accesibilidad de otros usuarios al contenido personal. En el caso de computadoras, se puede descargar y guardar las imágenes de otros, sin necesidad de autorización.	mismo ofrece una herramienta que abre redes para conseguir trabajo, exclusivo para los usuarios.	navegación del sitio web y otros elementos referentes a la página, más allá de la obra <i>pictórica</i> .
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------

3.4.4.2 Medios impresos.-

Fanzines (Tabla 4)

Formato	Reproductibilidad	Autonomía	Predominancia
La producción de un fanzine se puede realizar en distintos tamaños de papel y mecanismos de doblez o grapado. Es una propuesta de <i>do it yourself</i> , donde no hay reglas y en teoría uno es su propio gestor.	Dependiendo el concepto del fanzine, se puede realizar varias copias a través de fotocopiado o reimpresión digital u offset. Sin embargo, el control de la cantidad de copias está en los productores del fanzine. No necesariamente está establecido que los receptores del volante, no puedan realizar más copias.	El fanzine propone una independencia de las industrias culturales de <i>arte</i> o información. De este modo el contenido es libre de quienes lo crean. Los costos de producción en tiempo y dinero, son los únicos requisitos para publicar.	Una publicación de este tipo puede ser literaria, gráfica o una mezcla. Dependiendo la orientación del diseño del contenido, una obra <i>bidimensional</i> expuesta en un fanzine puede ocupar todo el espacio exhibitivo o compartirlo.

Volantes (Tabla 5)

Formato	Reproductibilidad	Autonomía	Predominancia
Los volantes se caracterizan por ser	Dependiendo el concepto del	La posibilidad de exponer obra	Una publicación de este tipo puede ser

<p>una sola pieza de papel. El tamaño es a gusto del productor del volante. Se puede imprimir, sacar fotocopias, etc.</p>	<p>volante, se puede realizar varias copias a través de fotocopiado o reimpresión digital u offset. Sin embargo, el control de la cantidad de copias está en los productores del volante. No necesariamente está establecido que los receptores del volante, no puedan realizar más copias.</p>	<p><i>bidimensional</i> en un volante depende de aquel produzca el volante. En un principio cualquier puede hacerlo. Los costos de producción son de tiempo y dinero. Sobre la calidad depende del lugar donde se imprima o método de reproducción.</p>	<p>literaria, gráfica o una mezcla. Dependiendo la orientación del diseño del contenido, una obra <i>bidimensional</i> expuesta en un volante puede ocupar todo el espacio exhibitivo o compartirlo.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Litografía (Tabla 6)

Formato	Reproductibilidad	Autonomía	Predominancia
<p>Esta técnica se trabaja a través de piedra, agua y tinta grasosa. Es uno de los medios más antiguos de reproducción de una misma obra. Hoy en día este método permite realizar copias sobre distintas superficies y ya no solo con el uso de la piedra caliza pulimentada. Se utilizan ahora también aluminio, plástico y zinc.</p>	<p>Esta fue una de las técnicas preferidas por varios artistas de finales del siglo XIX e inicios del siglo XX, por su facilidad de crear varias copias de una misma obra y comercializar. La reproducción de una obra <i>bidimensional</i> por este método no se puede lograr a menos de poseer las placas originales.</p>	<p>Para el proceso de litografía se requiere de conocimiento en la técnica de producción. Sin embargo, en términos de permisos es un medio abierto a quien guste. Las limitaciones se pueden encontrar en los costos de producción y la posibilidad de encontrar talleres litográficos.</p>	<p>Esta plataforma fue en un inicio concebida para la reproducción de obras <i>bidimensionales</i>, sin embargo, se utilizó para producir afiches a finales del siglo XIX e inicios del siglo XX. Dependiendo el uso puede predominar más o menos la obra. Sin embargo, hoy en día es una técnica más clásica y se utiliza muy, muy poco para producir afiches o publicidad.</p>

3.4.4.3 Otro medios: la galería.-

Galerías (Tabla 7)

Formato	Reproductibilidad	Autonomía	Predominancia
Existen galerías de todo tipo y donde el espacio arquitectónico varía según el local. Por lo general el sistema de exposición se remite al método clásico de colgar las obras en las paredes. No obstante, muchas galerías están abiertas a probar distintos mecanismos de exposición en sus establecimientos.	La galería es quizás uno de las plataformas que menos propone la reproductibilidad de la obra <i>bidimensional</i> . El espectador rara vez puede interactuar con la obra, más allá del sentido visual, de olfato y auditivo. Sin embargo, algunas galerías permiten el tomar fotografías de las obras, lo cual abre campo a reproducción de las mismas.	Algunas galerías mantienen ciertos estándares u orientaciones para exponer, por lo cual no siempre existe apertura para cualquier <i>artística bidimensional</i> . Empero, hay galerías como el PentaSiete en Cumbayá, EC, que abren sus puertas para <i>artistas emergentes</i> en el <i>arte</i> . La autonomía sobre la estética de exposición es entregada.	A pesar de que la galería es un espacio transitable, se pretende, a menos de que el concepto del <i>artista</i> que expone sea distinto, que la obra posea toda la atención en el lugar donde se encuentra. Aun así, depende del trabajo estético del lugar cuando se exhibe sobre la predominancia que tiene cada obra <i>bidimensional</i> .

3.5 Conclusiones hacia el primer prototipo de diseño.-

La primera investigación me dejó con resultados fructíferos que han sustentado la existencia de la problemática planteada y la necesidad de una solución a través del diseño. Por otro lado, al estar trabajando en la temática del *arte*, consideré importante que la solución se refleje en un producto casi *artístico*. Es decir, un producto que sea atractivo para *artistas*. De este modo, decidí inicialmente inclinarme por una solución impresa en formato de libro. Este libro tendría que ser didáctico, filosófico y educativo, no obstante, un solo libro para cargar tanta información resulta pesado. Por lo tanto, opté por crear una serie de tomos de libros, donde en cada edición se invitaría a un *artista* diferente a exponer sus perspectivas sobre la exposición de *arte bidimensional*, a través de, los conceptos planteados previamente. Así mismo, se analizarían plataformas de exposición y se agregaría una muestra de obra del *artista* invitado.

La investigación previa sirvió para dar sustento a la propuesta que tenía y poder plasmarla correctamente, dejando la menor cantidad de detalles posibles. Como principio fundamental, en los tomos no se debería plantear a las plataformas de buenas o malas, sino, estudiarlas por sí mismas, utilizando los conceptos como filtros de análisis.

A continuación podrán encontrar a detalle lo que se realizó con el primer tomo piloto de CLAVO|PARED, el nombre de la marca de mi propuesta de diseño.

3.6 Tomo piloto de CLAVO|PARED.-

3.6.1 Objetivos.-

Como antecedente se debe tomar en cuenta que lo que quería crear era un tomo piloto, que represente una serie de tomos de libros que analizan distintos conceptos y plataformas de exposición de *arte bidimensional*, según la perspectiva de distintos *artistas invitados* en cada edición.

3.6.1.1 Objetivos generales.-

Sociales: Proveer un recurso didáctico sobre la exposición de obra *bidimensional* lo más cercano a la actualidad de los espacios exhibitivos que existen. Proveer un recurso tanto para *artistas* emergentes como para *artistas* que ya llevan algún tiempo trabajando.

Académicos/profesionales: Crear un producto final que pueda servir como un recurso de enseñanza para estudiantes de *arte*, sobre la gestión de exhibición de obra pictórica. Así mismo, entregar un análisis sobre la contemporaneidad de la publicación de *arte bidimensional*.

Personales: Plasmar de manera más puntual conceptos sobre la temática del *arte bidimensional*, que me ha interesado mucho tiempo. Utilizar CLAVO|PARED como un medio

de publicación de diseño y diagramación personal. Mi interés es también ayudar con un “grano de arena” a mis colegas *artistas* y creativos hacia que puedan exponer sus obras de la mejor manera posible y que las mismas sean apreciadas en su totalidad, según sus necesidades personales.

3.6.1.2 Objetivos específicos.-

Sociales: Brindar un servicio que a través de ejemplos didácticos, sirva como herramienta de reflexión para *artistas bidimensionales* sobre las necesidades de sus obras, con el fin de guiarles hacia una publicación de obra más grata y acertada para ellos y para sus obras.

Académicos/profesionales: Diseñar un libro para estudiantes y profesores que funcione como guía de gestión para publicación de obra *bidimensional*, tomando en cuenta ejemplos y condiciones de la actualidad, según perspectivas de *artistas bidimensionales* activos y reconocidos en sus áreas.

Personales: Manifestar el producto de esta breve investigación, a través de, una serie de tomos explicativos, sobre los distintos *espacios* para exponer obra *bidimensional* y ciertos conceptos que considero importantes.

3.6.2 Partidos de diseño.-

Forma.- El servicio estará diseñado en forma de un libro de pasta dura, de 30cm x 30cm. Este contendrá aproximadamente 44 carillas. Será encolado y de pasta dura. Contendrá imágenes a color y de alta resolución.

Función.- La función es didáctica y lúdica, debe ser divertido, atractivo de leer y revisar. Desde un plano de contenido, la función es ofrecer recursos de reflexión sobre la publicación de obra *bidimensional* en distintos *espacios* de exhibición, basándose en ciertos conceptos teóricos según diferentes *artistas*. A su vez, la intención es que el producto pueda ser considerado como una publicación para exposición de obra *bidimensional* de alta resolución.

Semántico.- El diseño buscaría representar cómo funcionan ciertos medios de exposición para obra *bidimensional*. Es un libro análisis práctico sobre la exposición de *arte bidimensional*, dirigido hacia la búsqueda del *hábitat* de las obras. Además intenta explorar estéticas abstractas y contemporáneas. Es un diseño minimalista dentro de un plano grande, con la idea de crear *inmersión* en el contenido expuesto. Mucha de la influencia gráfica está fundamentada en el trabajo realizado por Joan Miró, Wassily Kandinsky, De Stijl y Bauhaus, por la utilización de colores planos y figuras geométricas. La legibilidad del contenido y el espacio entre elementos son fundamentos básicos al momento de diseñar. Son tomos unificados y que abren la posibilidad de ser actualizados a lo largo del tiempo, con el nacer y desvanecer de plataformas de exposición de *arte bidimensional*.

3.6.3 Proceso de diseño.-

Puede ser que desde un principio haya tenido en mente hacer un libro didáctico que a través de distintos conceptos, exponga diferentes perspectivas de análisis sobre la exposición de obra *bidimensional*. Inicé el diseño del libro tomando en cuenta que, se expondrían los conceptos de reproductibilidad, autonomía y predominancia, así como un análisis de distintas plataformas según esos conceptos. De esta forma, el comienzo del proceso de diseño estuvo en crear plantillas de cómo, más o menos, se vería y distribuiría el contenido.

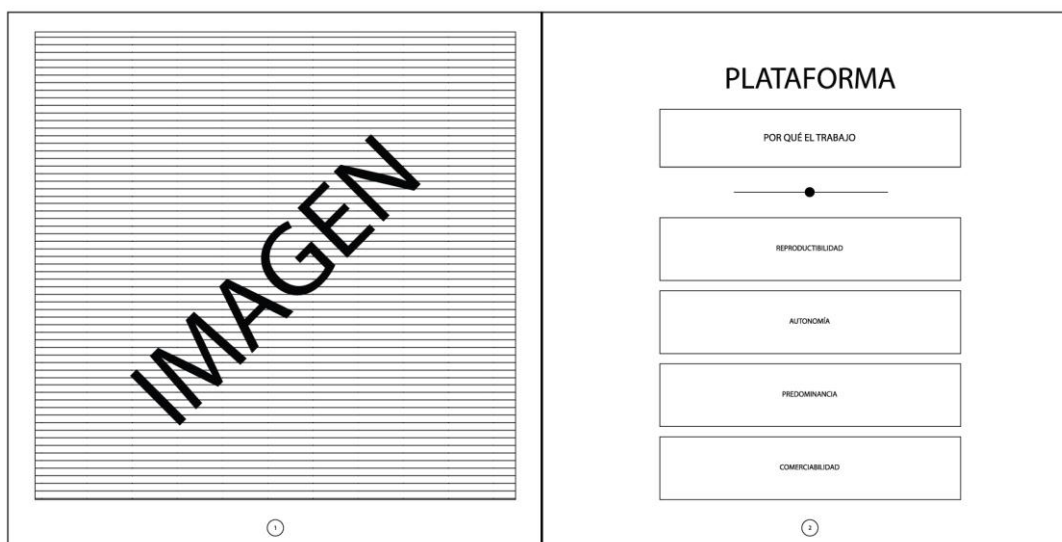


Fig. 1.- Ejemplo de diagramación de las páginas de la sección de plataformas e introducción.

Fig. 2.- Ejemplo de diagramación de las páginas de la sección de plataformas e introducción.

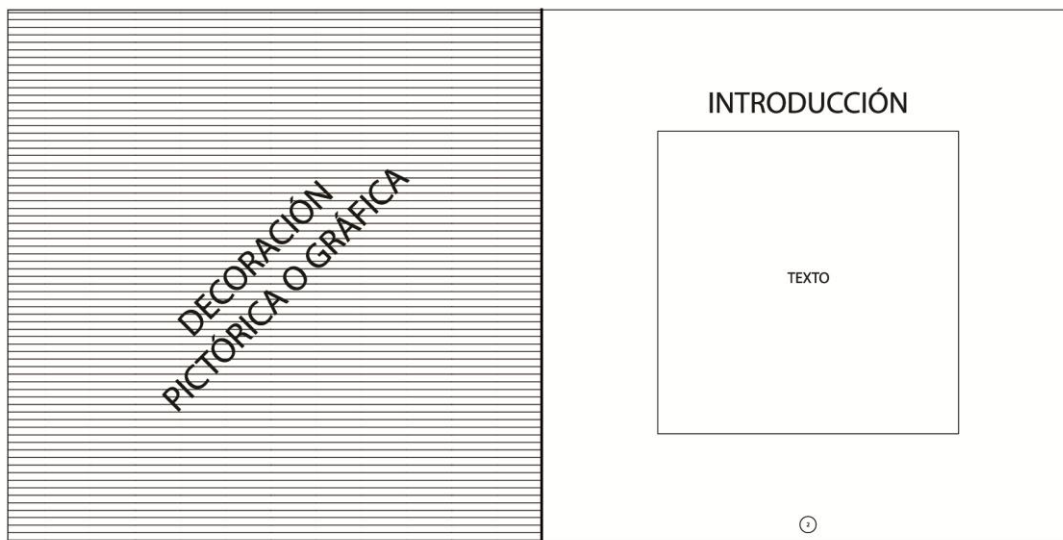


Fig. 3.- Ejemplo de diagramación de las páginas de la sección de conceptos.

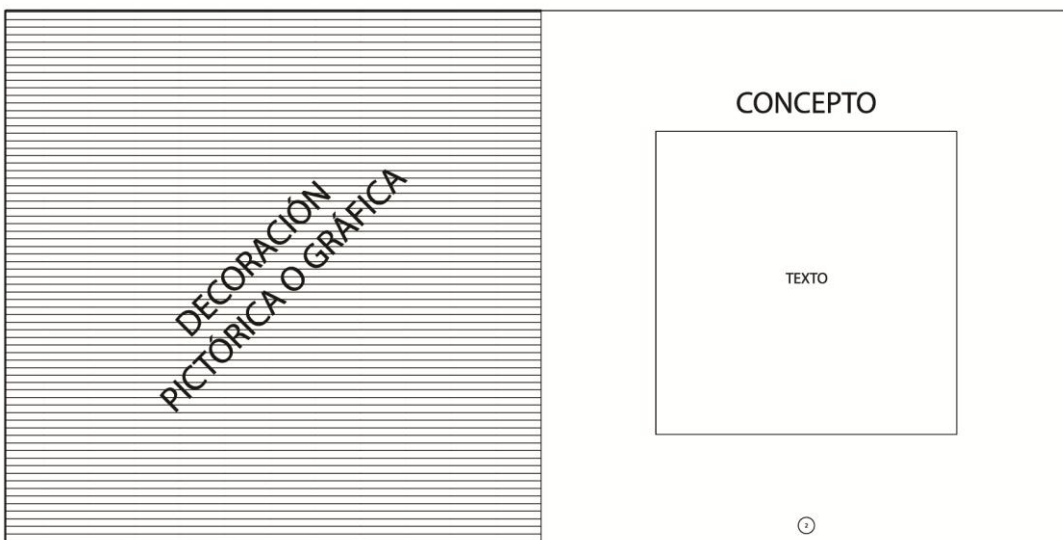


Fig. 4.- Medidas y tipo de papel de las distintas partes del libro a diseñar.

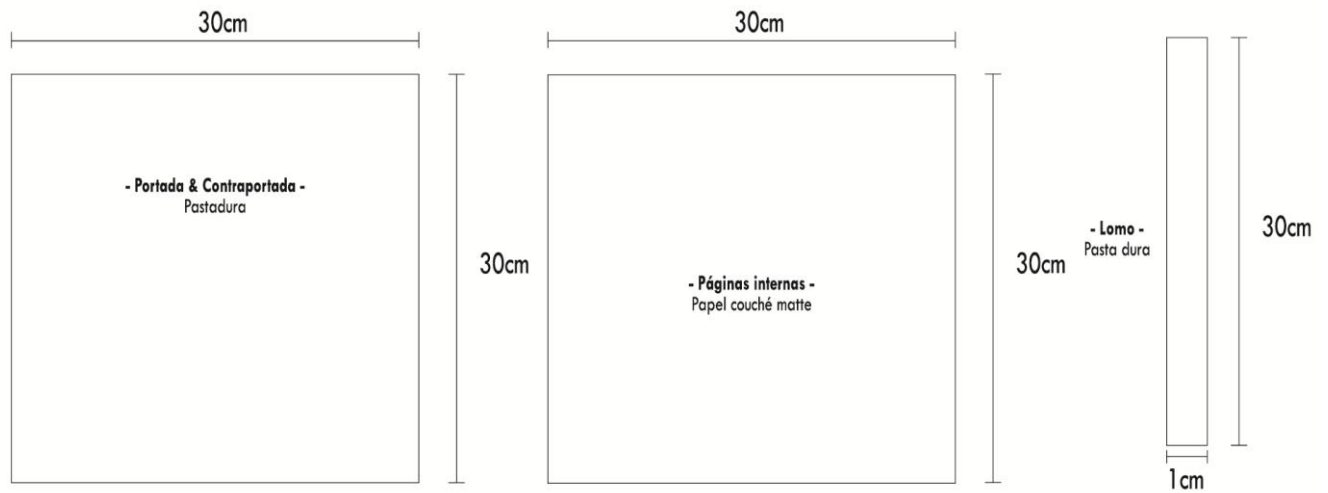
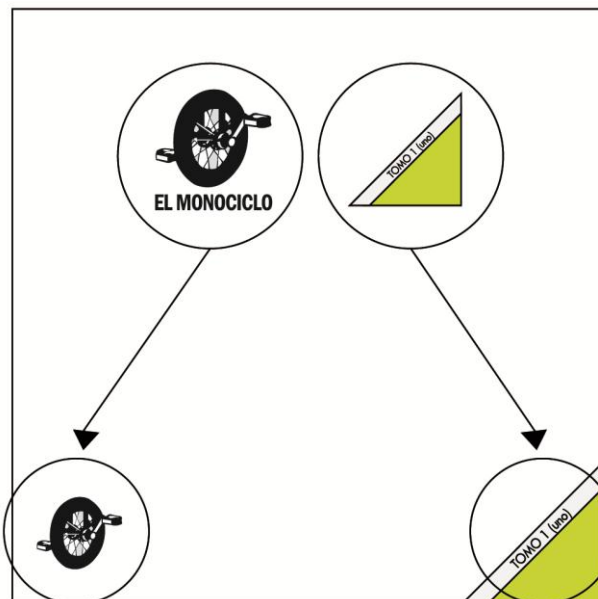


Fig. 5.- Utilización de recursos de la marca EL MONOCICLO, como editorial Esta marca es de un fanzine que realizó con un amigo. Hemos publicado siete ediciones. La utilización de estos recursos sirve de modo estético y para validar el sistema de diseño, con una marca ya existente.

Publica El Monociclo.
Utilización de recursos básicos de El Monociclo en la portada y algunas otras secciones.

Sirve para valorizar la serie de libros a través de otra marca.



Una vez ya obtenidos los distintos elementos básicos de diseño del sistema, tenía que llenar el contenido. Inicialmente quería utilizar varios conceptos y plataformas, sin embargo, encontré que esto podría resultar muy extenso y me estaría alejando de la subjetividad del tema, que es muy importante. Debido a esto, tomé la decisión de enfocarme en un *artista* específico, pensando que podría hacer distintos tomos según perspectivas de distintos *artistas*. Esto me daría una posibilidad de diseño mucho más amplia y dinámica. Cada tomo estaría diseñado a partir de una descomposición e interpretación del estilo de los diferentes *artistas* invitados en cada tomo.

En este tomo piloto inicial, trabajé con Daniel Espinosa, un *artista bidimensional* contemporáneo y director de un centro cultural llamado PENTASIETE Art Studio. Daniel me dio permiso y me entregó algunas de sus obras digitalizadas para utilizarlas en la diagramación y diseño del tomo. Cada tomo tendría como reto encontrar un estilo gráfico para cada *artista* invitado y una cromática especial. A continuación una muestra del proceso de interpretación y diseño de la obra de Daniel Espinosa, para este tomo piloto.

Fig. 6.- Descomposición y reinterpretación de las formas del trabajo de Daniel Espinosa.

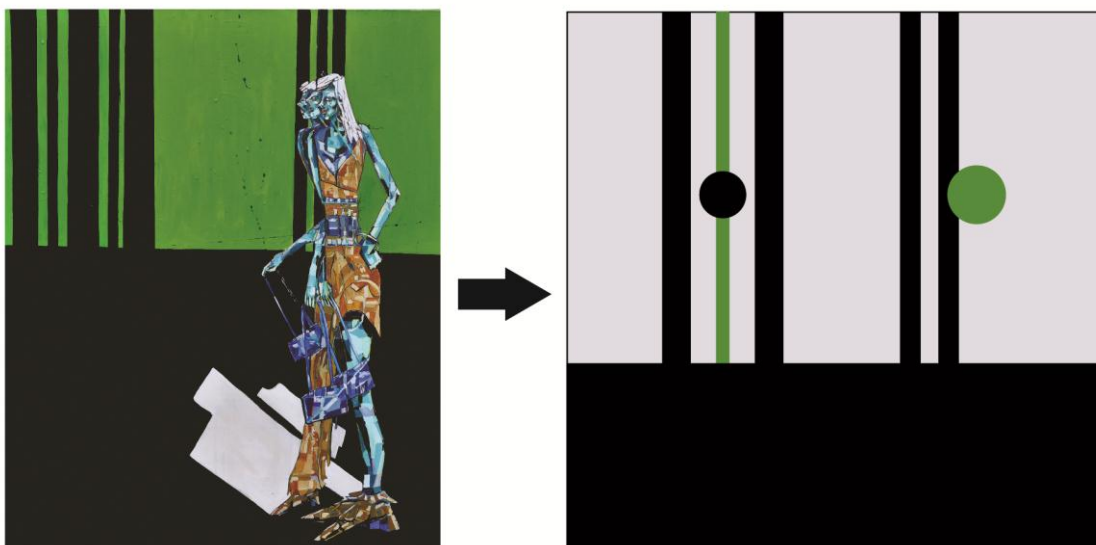
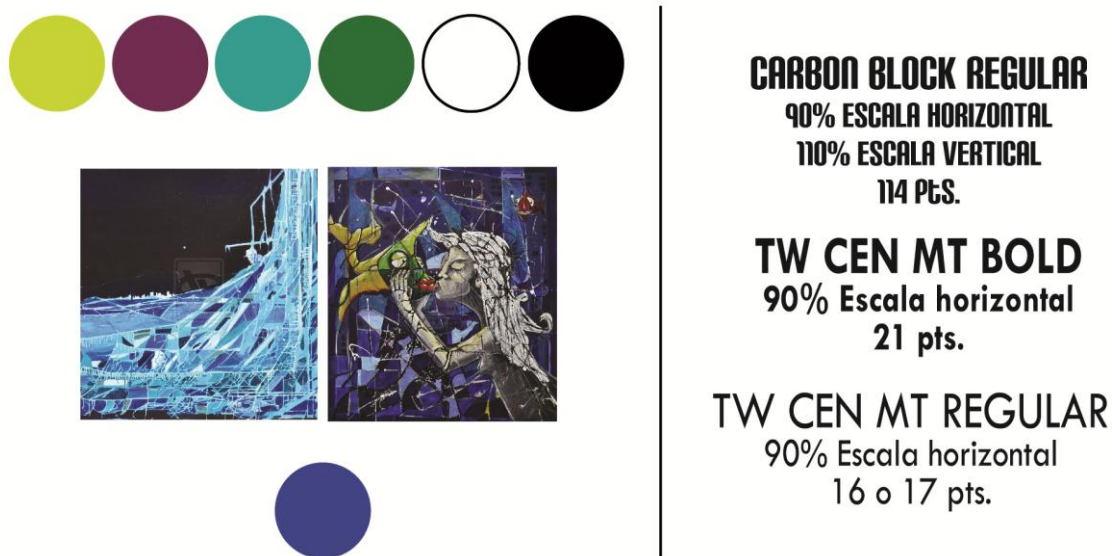


Fig. 7.- Resolución cromática y tipográfica para el diseño general del libro.



El motivo del color azul para el diseño fue porque, a pesar de que, Daniel utiliza bastantes colores fuertes en su obra, el azul fue mi favorito. A su vez, escoger un solo color para todo el diseño me servía dando neutralidad y posibilidad de escoger otros colores para los siguientes tomos, dependiendo el *artista* invitado.

En cuanto a la tipografía seleccionada, los motivos fueron por alejarme de mucha seriedad en la temática de los tomos. Para mí, la exposición de obra debe ser divertida y debe ser un proceso interesante. Utilizar una letra con serifa hubiera hecho del diseño y del contenido algo muy serio. Escogí una tipografía sin serifa llamada “TW Cen MT” para el texto corrido. Pensé que esta letra no sería difícil de leer, ya que siendo el tamaño del plano bastante grande, la tipografía también lo sería, entonces la lectura no es tan pesada. Para los titulares escogí una letra redondeada, para darle más movimiento y un sentido subjetivo, más contemporáneo al diseño. La tipografía de los titulares se llama “Carbon Block”.

Fig. 8.- Diseño de isotipo de la marca de los tomos del producto.



El diseño de la marca del sistema resultó en: CLAVO|PARED. Este nombre hace referencia a dos elementos claves en la clásica forma de exposición de una obra *bidimensional*, que es colgándola en una pared. La división entre palabras hace alusión a la separación entre los dos elementos. El isotipo está concebido para poder utilizarlo sobre fondo blanco o negro y con la posibilidad de alterar la línea de la mitad, dependiendo la cromática de cada tomo. El *slogan*, por otro lado, intenta explicar de forma concisa el contenido y temática de los tomos de CLAVO|PARED. Inicialmente el *slogan* fue “perspectivas de exposición pictórica”, sin embargo, más adelante cambiaría en la segunda etapa de investigación.

Fig. 9.- Proceso de diseño de páginas internas de la sección de contenido.

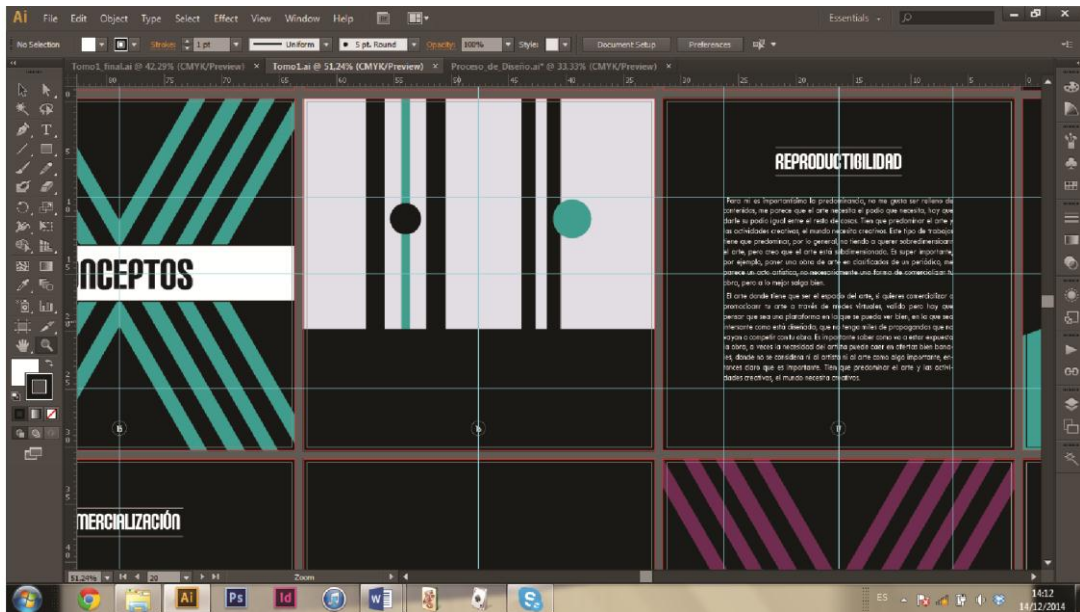


Fig. 10.- Proceso de diseño de las distintas páginas internas del libro CLAVO|PARED.

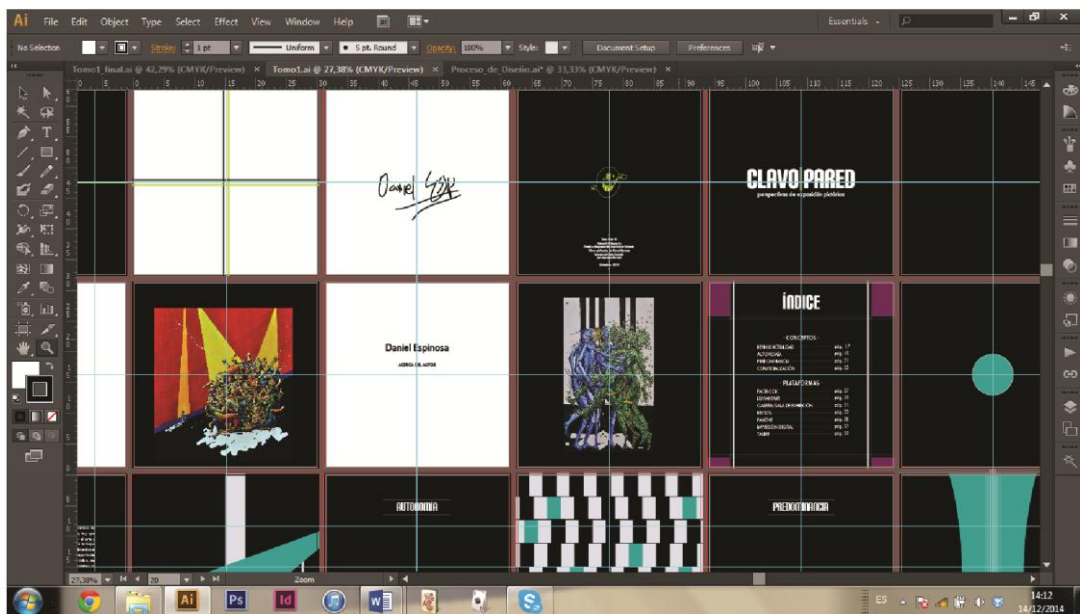
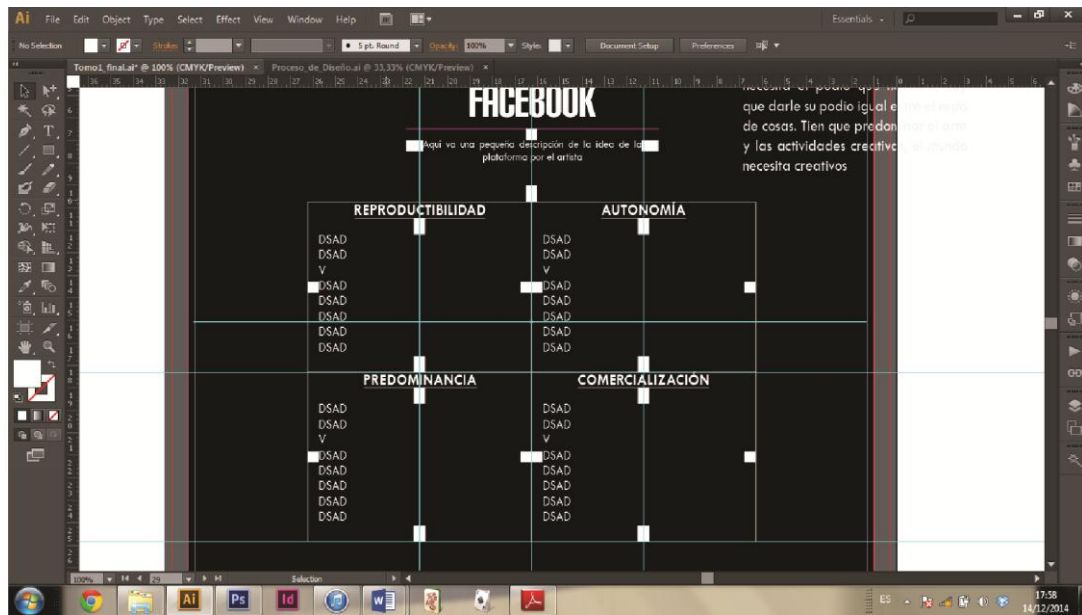


Fig. 11.- Diseño y geometrización de la página de análisis de plataformas.



Durante el proceso de diseño, decidí ya que estaba investigando sobre la exposición de obra *bidimensional*, agregar una sección en cada tomo de exposición de obra del *artista* invitado. De esta forma, la publicación no solo es un libro de teoría, sino, también de *arte*.

Fig. 12.- Estructura de diagramación de las páginas de exposición de obra.

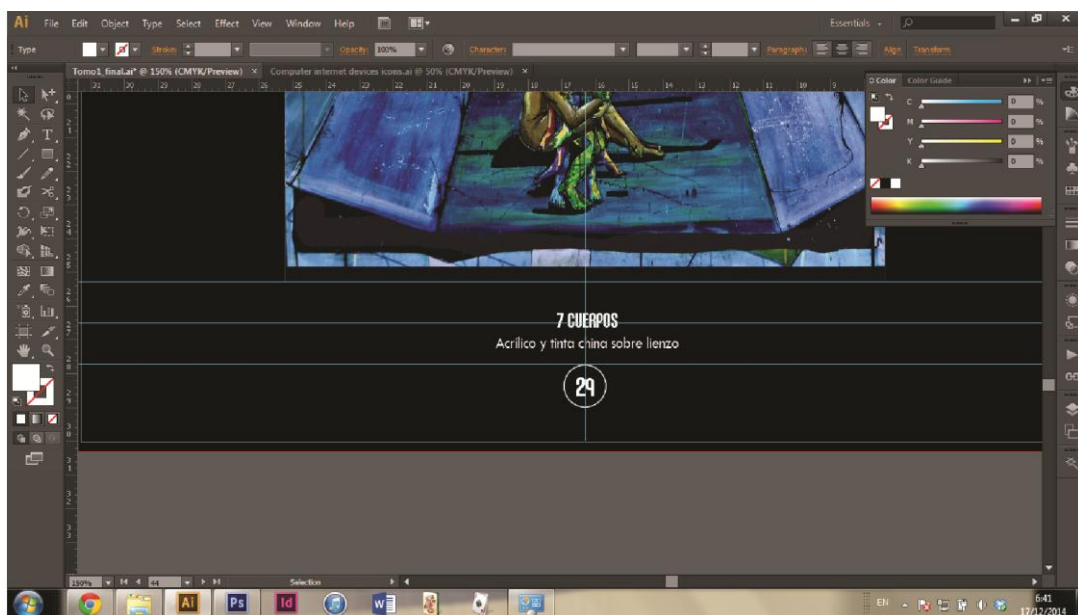
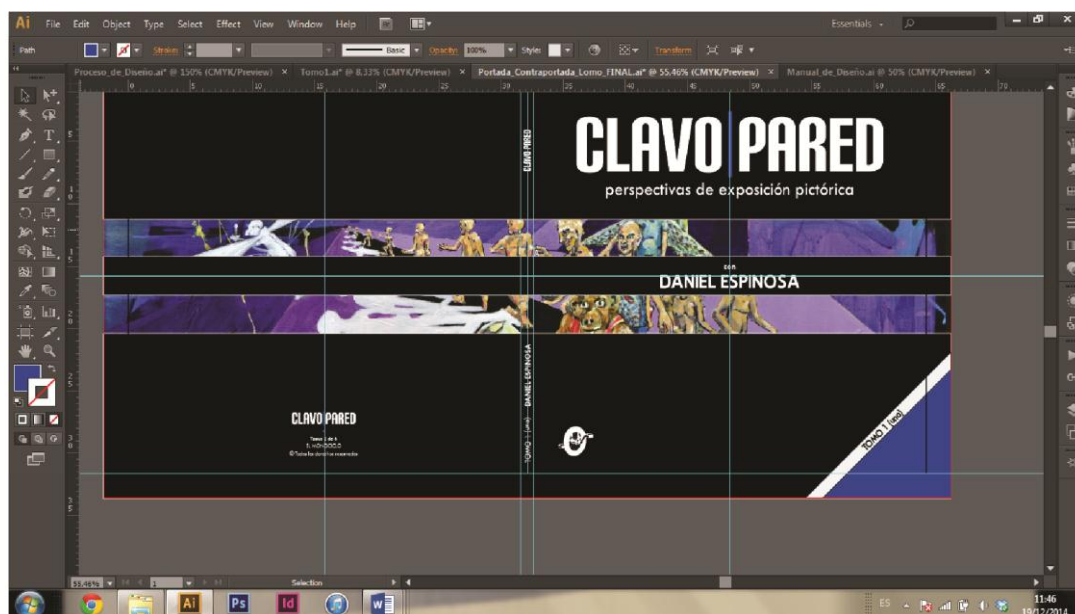


Fig. 13.- Diseño y diagramación de la portada de CLAVO|PARED, utilizando los recursos de EL MONOCICLO como marca editorial de esta publicación.



En conclusión, el proceso de diseño fue armándose y desarmándose hasta llegar al producto final. Intenté mantener una misma estructura para el contenido escrito de los tomos, de esta forma permitir una apertura estética en las secciones ilustrativas. Al proceso de diseño se debe agregar las entrevistas realizadas a Daniel Espinosa para el contenido. Lo que se hizo fue conversar sobre cuatro conceptos aplicados a la exposición de *arte bidimensional*: reproductibilidad, autonomía, predominancia y posibilidad de comercialización. Una vez definidos estos conceptos, según Daniel Espinosa, utilizamos los mismos para estudiar siete plataformas de exposición de *arte pictórico*, también propuestos por él. El trabajo literario se realizó por medio de la transcripción de las grabaciones con Daniel, a un lenguaje que intenta ser estándar de El Monociclo como casa editorial.

El proceso fue fructífero y se planteó bastante bien siendo este tomo una prueba piloto de CLAVO|PARED. Se logró definir puntos clave del diseño y aspectos que se deben

trabajar con más calma. En el manual de producción se puede ver con más profundidad los aspectos de diseño que son estáticos y los editables para las siguientes ediciones de CLAVO|PARED.

3.6.4 Producto final.-

Entonces mi producto final es el siguiente: CLAVO|PARED. Este proyecto consiste en una serie de siete tomos diferentes. El primer tomo es una explicación de los conceptos: Reproductibilidad, Autonomía, Predominancia y Comercialización, aplicados a la exposición de *arte bidimensional*. Además el primer tomo también tiene una sección de explicación general del funcionamiento de las plataformas exploradas por medio de los conceptos y una sección de muestra de obra de los cinco *artistas invitados*. La idea es que el primer tomo sirva como introducción a la temática del funcionamiento y concepto de toda la idea de CLAVO|PARED.

Los cinco tomos intermedios son del estilo que realicé para esta primera etapa, es decir, una revisión por los conceptos y por siete plataformas según un *artista* invitado. La idea es invitar a distintos *artistas bidimensionales* de distintos ámbitos y estilos para presentar un análisis de plataformas más amplio. En los tomos no se plantearán siete plataformas iguales de análisis, al contrario, cada *artista* invitado deberá escoger las siete plataformas a estudiar. A estos tomos se agrega una última sección de exposición de seis obras de su autoría. De esta forma, podemos dividir estos cinco tomos en las tres secciones siguientes: Conceptos, Plataformas y Obras.

El séptimo tomo consiste en un resumen de los seis tomos primeros. Sin embargo, este resumen no consiste en más teoría, sino, en exposición de obra de los cinco *artistas*

invitados. Este tomo funciona como un valor agregado a los seis primeros tomos y se aplica a la idea de exponer obra *pictórica*.

La intención de este proyecto es poder diseñarlo de tal forma que pueda ser propuesto a algún periódico nacional y que pueda ser distribuido de forma masiva. La difusión masiva es para intentar quitar al *arte* de una élite de conocimiento y poder acercarla a un potencialmente, cualquier persona que quiera publicar su *arte bidimensional*.

3.6.5 Imágenes comerciales.-

Fig. 14.- Portada del primer tomo realizado del proyecto CLAVO|PARED

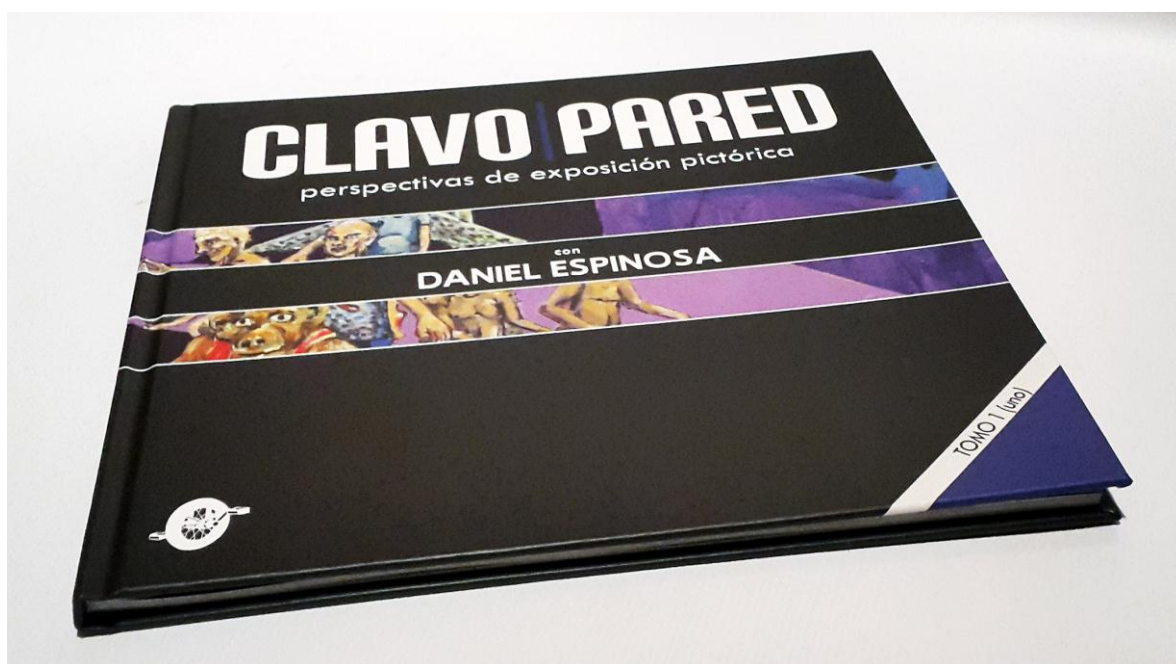


Fig. 15.- Sección interna: OBRAS, de la edición de Daniel Espinosa.



Fig. 16.- Contraportada del primer tomo realizado por CLAVO|PARED.



Fig. 17.- Páginas internas de la sección de **CONCEPTOS**



Fig. 18.- Lomo y contraportada



3.6.6 Reflexiones.-

Reflexionando, considero que el resultado de esta inicial investigación fue fructífero. Logré encontrar una solución en diseño a mi problemática de una manera que considero completa y que no la había concebido en un inicio. Sin embargo, me parece que el estudiar los campos del *arte* es bastante extenso debido a que el mismo *arte* cambia con el tiempo y las nuevas tecnologías. Me parece que mi producto final CLAVO|PARED ofrece una amplia gama de pensamiento y análisis de distintas plataformas de exposición, que pueden facilitar al lector a publicar su obra de manera más completa.

En cuanto a la teoría conceptual del contenido de CLAVO|PARED, me parece que resultó bien. Los cuatro conceptos: reproductibilidad, autonomía, predominancia y comercialización, abarcan ideas claves que se pueden tomar en cuenta antes de publicar una obra de *arte pictórico*. Me siento bastante a gusto con el resultado final, sobre todo porque es un producto que exige innovación constante y del cual se pueden explorar muchos campos más, como pueden ser ciertas plataformas en concreto o solamente exposición de obra *pictórica* de distintos artistas. La idea es que este proyecto continúe para intentar compartir el conocimiento de las grandes personas involucradas, que me han compartido. Me parece que las necesidades que puede tener un *artista* con su obra y consigo mismo, son infinitas. Esto se da, no solamente por la diversidad de pensamiento humano que existe, sino, porque cada obra *pictórica* creada, es diferente. También creo que cada plataforma ofrece aspectos positivos y negativos para publicación de obra. Esto depende mucho de cuál es el fin de la obra. De esta manera, esta investigación consiste en ofrecer un espectro amplio sobre la búsqueda del *hábitat* de una obra de *arte pictórica*, a través de, el análisis de

distintas plataformas de exposición y conceptos de exposición, según distintos *artistas pictóricos*.

3.6.7 Recomendaciones.-

Sobre la continuación de este proyecto CLAVO|PARED, considero que uno de los aspectos más importantes para tomar en cuenta en la siguiente etapa de desarrollo, es el trabajo editorial de los tomos. Debido a que el contenido se obtiene por entrevistas a los invitados y después se transcribe con un lenguaje editorial de El Monociclo, se debe desarrollar mejor un formato de redacción de las ideas de los *artistas*, más un seguimiento en conjunto con ellos, para que el resultado literario este correctamente expresado. En este aspecto debo tomar conciencia y encontrar metodología pues, ha sido el primer trabajo de tipo periodístico que he realizado.

En términos de recomendaciones para el diseño de CLAVO|PARED, considero que hay que explorar con mayor calma los estilos de cada artista invitado y definir con exactitud que partes del diseño se pueden cambiar y cuáles no. Es necesario mantener una unidad entre los tomos, sin embargo, es muy importante también, ofrecer un producto dinámico en estilo gráfico y literario, para realmente expresar las distintas perspectivas de exposición de *arte pictórico*.

Teóricamente, por un lado he sentido que falta mucho por investigar, sin embargo, por otro lado, pienso que es difícil abarcar completamente este tema del *arte* y su exposición. Considero que puedo pulir mejor los conceptos para a su vez, poder explicarlos mejor a los artistas cuando se realicen las entrevistas y en el tomo inicial de CLAVO|PARED, donde se exponen los conceptos. El trabajo escrito de mi proyecto es el más importante de plantearlo correctamente, pues es lo que lidera el resto del contenido.

Existen muchas cosas que se deben pulir, tanto en detalles grandes como pequeños. Espero a lo largo del desarrollo de este proyecto encontrar la metodología apropiada y el estilo de diseño funcional y dinámico, para exponer el gran contenido que siento me han entregado todas las personas involucradas en mi investigación de CLAVO|PARED.

4 Investigación: Etapa II.-

4.1 Introducción.-

Para el caso de este proyecto, fue posible el plantear un área de conocimiento, investigar sobre ese tema, abordar una problemática y proponer una solución en diseño inicial. A pesar de que, se intentó buscar en gran parte del tiempo aspectos de investigación, propuestas de diseño que sea interesantes y funcionales como propuestas reales, existió gran libertad de crear un sistema de diseño de mi preferencia. La solución consistió en la serie de libros CLAVO|PARED, como ya ha sido expuesta en este ensayo. CLAVO|PARED en resumen propone una revisión por conceptos y plataformas de exhibición, referentes al *arte bidimensional*, según perspectivas individuales de distintos *artistas* invitados en cada tomo.

La problemática es válida y la creación de un libro es coherente como solución a la misma. De esta forma, proseguí a crear un tomo piloto de CLAVO|PARED para plasmar la idea y mirarla realizada tal cual fue ideada. El resultado fue positivo, a Daniel Espinosa, quien fue mi *artista* invitado para el tomo piloto de CLAVO|PARED, le gustó el resultado y el concepto del trabajo. Empero, después de que estuvo listo el tomo piloto y en teoría se podía continuar al diseño de los otros tomos y pulir la diagramación, me surgieron algunas preguntas.

En primer lugar, ¿qué tan válida y real es la problemática que yo planteo? Es decir, si bien está argumentada bajo un marco teórico, entrevistas, encuestas e inmersiones de campo, es posible que mi planteamiento sea irrelevante. Sin embargo, la irrelevancia no excluye la existencia de la problemática ni el hecho de que deba ser desconsiderada. No obstante, me propuso esta pregunta una reflexión de si la solución que yo propuse es correcta, o es muy nostálgica y masiva, frente a una contemporaneidad digital.

En segundo lugar, me planteé que, suponiendo que la problemática es válida y el problema no es masivo, una solución podría igual de ayuda, pero ¿es una serie de tomos impresos el camino apropiado? Pensé esto porque en la actualidad, los recursos de conocimiento en plataformas digitales son mucho más atractivos que los recursos tangibles, como un libro. A priori pienso que es porque lo digital plantea una comodidad de movilidad, por ejemplo, en mi Tablet (que tiene las dimensiones de un libro) puedo yo llevar 200 libros. Como otro aspecto está la conciencia medio ambiental que propone este tiempo del mundo. La falta de interés de imprimir libros también se debe a que existe un interés en talar menos árboles para hacer papel y reducir así el impacto ambiental. Incluso, hoy en día, el impacto ambiental puede ser estudiado en ciertos aspectos, que en otro momento quizás hubiesen parecido absurdos, como es la cantidad de tinta que se utiliza para imprimir. Siguiendo el punto anterior, el tomo piloto de CLAVO|PARED estaba todo diseñado e impreso sobre fondo negro con letras blancas. Es importante notar que, la tinta negra tiene mayor impacto ambiental que el Cyan, el Magenta o el Amarillo. Además hay que tomar en cuenta que CLAVO|PARED es un proyecto que mira hacia una impresión de por lo menos 500 ejemplares por cada tomo.

Tras estas premisas, ¿es verdadera mi problemática, al nivel de requerir una solución? Asumiendo que la problemática es válida, ¿es una serie de tomos impresos, el camino práctico y funcional frente a una contemporaneidad digital y en favor del cuidado medio ambiental? Si son los tomos impresos una solución válida, ¿cómo proponer soluciones de diseño que reduzcan en su mayoría el impacto ambiental, a pesar de, ser soluciones impresas? De no ser los tomos una propuesta prudente a estos tiempos, ¿cuál es la plataforma y el camino de difusión más adecuado para este tipo de conocimiento?

El resultado primero de estos cuestionamientos fue, la necesidad de abordar una segunda etapa de investigación. Sin embargo, en esta ocasión con un enfoque específico hacia las preguntas planteadas en el párrafo anterior y utilizando el tomo piloto como muestra del trabajo ya realizado. Entonces, propuse para esta segunda etapa realizar un nuevo marco teórico conceptual, un grupo focal, encuestas anónimas y entrevistas abiertas a personas activas en el *arte bidimensional*.

4.2 Metodología investigativa de la segunda etapa.-

Habiendo sido la primera etapa de investigación fructífera en cuanto a los resultados que me dio, decidí mantener la misma línea para la segunda etapa. En este sentido, como mencioné previamente, se llevaron a cabo nuevas entrevistas abiertas, una encuesta, un grupo focal y un marco teórico. Empero, la idea de esta nueva etapa fue encontrar validación o no validación de CLAVO|PARED como solución a la problemática. Esto se planteó a través de preguntar opiniones sobre el producto en sí y sobre la forma escogida.

Es interesante puesto que este proyecto trabaja sobre la exposición de *arte bidimensional* y lo que me sucedió después de la primera etapa, fue un cuestionamiento similar al de mi proyecto. Había creado un producto con contenido, sin embargo, me

enfrenté a nuevas formas de difundir conocimiento como es el internet. A raíz de este encuentro, me comencé a preguntar si es que mi contenido estaba correctamente expuesto y si no, cuál sería la manera más propicia. En otras palabras, esta segunda etapa consistió en encontrar el *hábitat* para el contenido de CLAVO|PARED.

4.2.1 Segunda encuesta.-

Como antecedente, el método investigativo por encuesta, resulta favorable para la búsqueda de datos específicos sobre un tema, tomando en cuenta una gran cantidad de opiniones. Es decir, la encuesta permite al investigador acercarse a un mayor número de personas para obtener mayor cantidad de datos puntuales. En esta segunda etapa de investigación para mi proyecto, estudié la validez de la solución en diseño que propuse inicialmente. Ya que el *arte*, al igual que cualquier otra actividad es de agrado de algunos y no de todos; y ya que, también en el *arte*, al igual que en cualquier otra actividad existen profesionales, mi investigación para ser más fructífera tendría que salir del público de agrado. Con el público de agrado me refiero a, la investigación a través de personas ya activas, en este caso, en el *arte*. Considero importante conocer las perspectivas fuera del público seguro, puesto que el otro público me puede brindar resultados más amplios sobre un tema. Así, con la opinión de otro *target*, puedo mirar diferente a CLAVO|PARED.

Bajo los argumentos anteriores, decidí hacer una encuesta general de diez preguntas, de las cuales siete eran de respuesta tipo: SÍ o NO, dos preguntas era de respuesta con opción múltiple y una de respuesta abierta. El objetivo de esta encuesta corta era preguntar a cincuenta y dos estudiantes, de diferentes edades sobre su posible interés en un libro como CLAVO|PARED. Sólo escogí estudiantes porque estos considero que son quienes

pueden representar el grupo con mayor interés en un producto cultural de este tipo. La indagación sobre su interés se dirigió con las siguientes preguntas:

- A. *¿Te gusta dibujar, pintar, o hacer fotografía?* *SÍ | NO*
- B. *¿Te gustaría en algún momento publicar una o varias obras tuyas?* *SÍ | NO*
- C. *¿Has publicado antes?* *SÍ | NO*
- D. *¿Te gustaría tener una serie de libros altamente gráficos y a color, que hablen sobre distintas plataformas, conceptos y maneras para exponer tus trabajos sin necesidad de ser un artista activo o profesional?* *SÍ | NO*
- E. *¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una serie de 7 libros sobre este tema?*
 - a. *-\$5 | \$5-10 | \$10-15 | \$15-25 | \$25 +*
- F. *¿Cómo te gustaría obtenerlos?*
 - a. *Tiendas – Suscripción – Gratis – Otros (¿Cómo? _____)*
- G. *¿Crees que puede ser útil una serie de libros sobre este tema?* *SÍ | NO*
- H. *¿Qué tipo de arte te gustaría ver?* _____
- I. *¿Tienes libros de arte?* *SÍ | NO*
- J. *¿Preferirías este mismo contenido en web que en libro?* *SÍ | NO*

Los resultados de la encuesta fueron bastante interesantes y me permitieron tener una nueva perspectiva sobre el trabajo con CLAVO|PARED. En un principio me agradó el alto porcentaje de personas que tienen interés en dibujar, pintar o hacer fotografía, que en términos de esta investigación son *artes bidimensionales*. Este dato es una muestra de que a pesar de, la supuesta exclusividad del *arte* y el supuesto difícil acceso a proponerse como *artista*; muchas personas son hacedores de *arte bidimensional*, según como es planteado

este concepto en esta investigación. Como paréntesis, uno de mis objetivos es abrir con CLAVO|PARED accesos al mundo del *arte bidimensional* para toda persona interesado.

Agregada a la alta actividad (según mis encuestas) en el *arte bidimensional*, los resultados muestran también un interés del 73% en publicar sus trabajos. Como individuo opino que, publicar *arte* debe ser, también, un *hobbie* y como *hobbie* debe estar abierto a la participación de quien guste. Sin duda, lo anterior, respetando el libre interés de una galería en abrir sus puertas para exponer a quien considere. No obstante, que la producción de un fanzine sea abierta para quien desee. Por último, relacionando la segunda pregunta con la tercera, es notorio que aunque existe un 73% de interés en publicar, tan solo un 17% de los encuestados ha expuesto antes. Esto podríamos otorgarlo al poder de algunas industrias culturales con medios de publicación, el “fantasma” de los estereotipos *artísticos* y por supuesto, el hecho de que no todas las personas encuestadas, se dedican profesionalmente a la producción de *arte bidimensional*. Pienso que, indagar sobre los motivos por los cuales no han publicado los encuestados, fue un aspecto que faltó investigar.

Subsiguiente, los resultados de la pregunta *D* indican que si existiera un producto como CLAVO|PARED, cuarenta y cuatro de cincuenta y dos estudiantes estarían interesados en él. Estos resultados son importantes por el motivo que según la pregunta *B* un 73% de los encuestados está interesado en publicar posiblemente su obra. La intención con CLAVO|PARED es justamente guiar a cualquier tipo de persona, sin necesidad de ser un *artista* activo, hacia una publicación fructífera de su *arte*. Podría considerar, que en general un estudiante está interesado en conocer vías para poder satisfacer sus intereses con el *arte bidimensional*.

Sobre la pregunta *E* acerca del precio que estarían dispuestos a pagar, creo, no es necesario hondear al momento. Aunque la pregunta *F* tampoco fue del todo propia de esta etapa de la investigación, los datos si revelaron un punto importante. Este punto se ve en las encuestas de aquellos que seleccionaron la opción “Otros...”. Aunque fueron solo tres de cincuenta y dos encuestados, los que optaron por esa opción; se propuso la opción de obtener el contenido de CLAVO|PARED por internet. Esto es un resultado interesante, ya que, como se discutirá en el grupo focal realizado y en el marco teórico, es discutible la pertinencia de proponer una solución impresa.

Desde la pregunta *G* en adelante, hay un enfoque en las preguntas, suponiendo al libro impreso como el medio final del producto. En específico, continuando la linealidad del análisis de las preguntas, la pregunta *G* buscaba conocer la utilidad que consideran los encuestados, podrían tener un libro como CLAVO|PARED. Los resultados mostraron que un 94% de los encuestados, creen que sí sería útil. En lo personal, esto me emocionó mucho, porque me hizo sentir durante el trabajo que sí hay un interés por parte de mis colegas universitarios en tener un recurso que les ayude a publicar su *arte*. Sobre su interés les pregunté qué tipo de estética *artística* les interesaría que exponga este “libro”. Las respuestas variaron, como por ejemplo respondieron que les interesaría ver: Ilustración, Acuarela, Collage, Fotografía, Pintura y Digital. Estos datos anteriores son bastante subjetivos, ya que, los gustos de las personas sobre que estética quisieran ver, son relativos a cada individuo. No obstante, me hace tomar en cuenta que para la producción de CLAVO|PARED, quisiera publicar la opinión de *artistas* que ofrezcan gráficas interesantes y diversas. Esto es difícil, pero es una intención de querer hacerlo “chévere”.

Por penúltimo, los encuestados fueron investigados casualmente para conocer si es que poseen libros de *arte*. Un 15% por encima de la mitad, dijeron que sí tienen. Esto anterior también es relativo, porque uno puede tener un libro de economía, como puede no tenerlo, por cuestiones varias, entre ellas, interés intelectual personal. A esto hay que agregar que un 42% estableció en la pregunta *J* que preferirían el contenido del producto propuesto, en formato web. De esta forma, regreso al punto y me cuestiono, si es que es práctico un libro en estas, quizás, épocas digitales. Con el internet se pueden tener y no tener varios conocimientos a la disposición.

Por último, la encuesta siento que me entregó resultados muy interesantes que me guiaron en un proceso de consolidación de CLAVO|PARED como un sistema de diseño útil para la contemporaneidad cambiante. Además, los altos porcentajes de interés en el *arte bidimensional* y en la actividad del *arte*, son alentadores para continuar trabajando en este proyecto. Pienso que uno es *artista* una vez que dibuja por primera vez, si es que desea catalogarse así. CLAVO|PARED tiene la intención de invitar a toda persona a ser *artista* y publicar su trabajo de forma efectiva. Como dato interesante, a los encuestados no se les aclaró la definición de *arte* de esta investigación, sin embargo, sentí buena comunicación con los resultados finales.

4.2.2 Grupo Focal.-

Esta investigación se llevó a cabo en mi casa, donde convoqué a cuatro personas para charlar sobre mi primera propuesta de diseño: el libro CLAVO|PARED. El motivo por el cual se convocó solo a cuatro personas, es porque tengo entendido, como conocimiento coloquial, que hasta con cuatro personas se puede mantener una comunicación grupal enfocada. En teoría, si es que existen más de cuatro personas, puede suceder que la

conversación se puede desviar. Me pareció oportuno probar con este número de participantes, ya que, en el pasado realicé otro grupo focal, para otro proyecto con seis personas, y mientras que sí funcionó, me interesaba ver que tal funcionaría con menos participantes. Las personas del grupo focal fueron cuatro amigos con diferentes áreas de enfoque laboral. Uno de ellos estudia arquitectura, otro estudió marketing y administración, otra es recién graduada de bachillerato y no estudia formalmente, y el último es estudiante de psicología y dibujante. Es importante notar, que al grupo focal solo asistieron tres de las 4 personas invitadas, el estudiante de arquitectura no pudo asistir por motivos personales.

Antes de exponer el desarrollo y los resultados del grupo focal, mi objetivo consistía en analizar el tomo piloto de CLAVO|PARED. Busqué que los invitados al grupo focal analicen y critiquen mi proyecto, desde diversos puntos de vista, como: diseño, contenido, utilidad y contemporaneidad.

Sobre el desarrollo, aunque tenía estipulada yo, una guía de preguntas, tuve que re direccionar el grupo focal. Lo que sucedió es que en las preguntas donde se preguntaba a los participantes sobre su interés en el *arte bidimensional*, para conocer su posible interés en CLAVO|PARED, la discusión se ampliaba a conversaciones filosóficas sobre conceptos de *arte*. Es interesante como en este caso, donde no se estableció inicialmente lo que es *arte* para esta investigación, hubo discusión. Por este motivo, procedí directamente a mostrarles el diseño impreso de CLAVO|PARED y conversar desde ahí. Les conté un poco sobre la problemática y procedimos a analizar el producto.

Aunque hubo un re direccionamiento en el desarrollo del grupo focal, fue interesante que sucediera eso, porque llevó a que se analice el producto sin mayor presentación del mismo. Considero que, me gustaría que CLAVO|PARED hable por sí solo. Sin embargo, si se

explicó la problemática, para justificar la solución en diseño. Debido al número de participantes en el grupo focal, hubo la posibilidad de convertir el ambiente en una casual conversación, donde filosofamos sobre CLAVO|PARED y ellos me daban sus opiniones, así como yo les contaba mis preocupaciones y cuestionamientos con la investigación. Del grupo focal puedo señalar tres puntos esenciales, el primero la utilidad del producto, segundo la validez de un libro impreso en estas épocas y por último, sugerencias para el contenido.

Referente al primer punto, la utilidad del producto me comentaron es “alta”. Asumieron a CLAVO|PARED como una herramienta que apoya a los *artistas* a poder vivir de su *arte*, así como una herramienta para que *artistas* emergentes puedan publicar. Debido a las distintas vidas que llevan los participantes del grupo focal, no todos dijeron tener interés en el libro, empero, lo consideraron útil. Por ejemplo, yo puedo no tener mayor interés en desarrollar mis habilidades económicas, sin embargo, un libro que ayude a aspirantes de economía a desarrollar las suyas, me parece útil.

Este segundo punto es para mí el más crucial. El mundo digital, plantearon los participantes, es para ellos una herramienta de fácil acceso donde pueden indagar sobre varios temas. Me dijeron que el contenido como está expuesto en el tomo piloto de CLAVO|PARED es interesante, pero comentaron que si tuvieran interés en el tema, podrían recurrir al internet y no a comprar una serie de libros impresos. Además, la extensión de los textos es semejante a los de tipo *web*. Juan Diego (2015), uno de los participantes, dijo que para él, un libro tiene su riqueza en la calidad de contenido que posee. Esto no necesariamente está ligado a la extensión de los textos, pero sí en el valor del texto impreso. Para él, entiendo, el internet no siempre ofrece lo que un libro sí, sin embargo, sí viceversa. En este sentido, se justifica el libro impreso si es que verdaderamente el contenido es

valioso y contundente, sobre todo, por la menor accesibilidad que existe hacia los libros impresos, a comparación de, los libros en el internet. Juan Sebastián (2015), otro de los participantes, sustentó el punto de Juan Diego proponiendo que el libro tendría mayor razón de ser si es que los *artistas* invitados en cada edición son de valiosa opinión y renombre sociocultural. Además, Juan Sebastián (2015) que comentó no tener interés en publicar *arte bidimensional*, dijo que el contenido escrito y analítico fácilmente se puede proponer en formato web, sin embargo, la sección de obras es lo que para él, amerita poseer la versión impresa de CLAVO|PARED.

En cuanto a las sugerencias para el contenido de CLAVO|PARED, dijeron que sería importante que los textos tengan mayor contundencia. Es decir, consideraron que la extensión es un poco sencilla para el formato del libro. Agregaron que, al no necesariamente, como lectores, conocer de antemano quien era el *artista* invitado del tomo piloto, no les causaba mucho interés la lectura del libro. Recomendaron agregar la introducción del *artista* junto con sus obras al inicio. El motivo lo argumentó Juan Sebastián (2015) por medio de que uno valora la opinión de quienes respeta, por ende, si el trabajo del *artista* invitado está primero, puede generar mayor respaldo a las opiniones conceptuales y analíticas del mismo, posteriormente. Otro punto fue que, sugirieron que exista un tomo introductorio. Por suerte, el tomo introductorio si estaba dentro del plan.

Todos los resultados obtenidos son de mucho valor y hasta el momento no logro llegar a una resolución estática. Considero que en cuanto a temas de diagramación del diseño, no es necesario cuestionarse ahora. Los planteamientos de un libro impreso, sin embargo, sí son necesarios de tomar en cuenta. Después del grupo focal, hay que investigar que es más certero como plataforma para el producto, si el papel o la pantalla. Pamela

(2015), participante del grupo focal, dijo que si bien la información digital está muy presente, es oportuno proponer ideas impresas. Para Pamela (2015) (y concuerdo con ella), un libro impreso acerca el contacto humano y físico. Pero, ¿justifica este hecho crear una herramienta que no funcione? CLAVO|PARED en sí, es un producto diseñado para ofrecer un servicio puntual.

La subjetividad persiste en el interés de un libro como CLAVO|PARED y es normal. No obstante, los resultados fueron positivos, ya que, aunque dos de los participantes no son hacedores de *arte pictórico*, sí les pareció una idea funcional. La problemática que surgió es, ¿puede que por proponer a CLAVO|PARED sobre papel, la accesibilidad al contenido sea limitada a un territorio y a posibilidades económicas? Sin duda, un medio digital permite actualizar el contenido constantemente, acceder al contenido desde varios puntos geográficos e igual crear un sistema de diseño interactivo y atractivo. Al igual que en la investigación, no existe plataforma “buena” o “mala”. Lo que sí existen son plataformas que ofrecen diferentes servicios que pueden ser más óptimos según necesidades exhibitivas de cada producto.

4.2.3 Entrevistas abiertas.-

En conjunto con la investigación del marco teórico para esta segunda etapa de investigación, realicé también, una serie de cuatro entrevistas abiertas. Estas entrevistas se llevaron a cabo individualmente con cada participante, con una duración promedio de 40 minutos, cada una. Mis entrevistados fueron:

- Pedro Álvarez Estrella, estudiante de Artes Contemporáneas en la USFQ (Universidad San Francisco de Quito) y activo pintor sobre diversas plataformas.

- Ana María Garzón, profesora de Historia del *arte* y *Artes Contemporáneas* en la USFQ (Universidad San Francisco de Quito) y curadora de *arte* reconocida y profesional.
- Jorge Luis Gómez Ph.D., profesor de Filosofía en la USFQ (Universidad San Francisco de Quito) y escritor de libros filosóficos.
- Eduardo Villacís, profesor de *Artes Contemporáneas* en la USFQ (Universidad San Francisco de Quito) y pintor profesional.

Sobre el desarrollo de estas entrevistas abiertas, se planteó un objetivo específico: analizar al tomo piloto de CLAVO|PARED, como producto-solución de la problemática de esta investigación. Por este motivo anterior, es que, las personas entrevistadas son, tres de ellas, personas directamente involucradas en el *arte bidimensional* y una, escritora de libros. Fue muy importante entrevistar a un escritor (Jorge Luis Gómez) en el sentido de que, él está más al tanto de una contemporaneidad de publicación literaria. En los otros casos, es claro el interés en conocer la opinión de pintores y una curadora de *arte bidimensional*, sobre mi proyecto CLAVO|PARED.

Mientras sí, puede ser la cantidad de personas entrevistadas, un número pequeño y centrado en la Universidad San Francisco de Quito, considero que las personas entrevistas son referentes importantes en sus áreas. En el caso de Pedro Álvarez Estrella, su opinión fue de gran importancia al ser un joven *artista* enfocado en su área de trabajo. Así mismo, la variedad de opiniones que pueden existir sobre un mismo tema, puede hacer de cada perspectiva, una visión importante. Por otro lado, volví a entrevistar a Ana María Garzón, puesto que con ella obtuve en la primera etapa de investigación, interesantes opiniones. Además, Ana María ya venía conociendo mi trabajo desde antes. Eduardo Villacís, pintor

profesional entrevistado, fue clave para comprender una visión más madura, debido a su prolongada carrera en el *arte bidimensional*.

La entrevistas inicialmente estaban propuestas para ser realizadas bajo una especie de guion de preguntas, no obstante, el desarrollo fue mucho más sencillo. Comencé contándole a cada entrevistado sobre la problemática de la investigación, y sobre eso les conté de mi propuesta de la serie de libros CLAVO|PARED. Establecí dos preguntas base, la una era la utilidad de un producto como CLAVO|PARED para de alguna forma, resolver la problemática. En segundo lugar, que tan funcional consideraban la plataforma impresa como un medio de publicación para el contenido de CLAVO|PARED, es decir, ¿es próspero un contenido impreso de este tipo? Así mismo, se discutió sobre el contenido y el proyecto, en general. Las entrevistas salieron bien y fluyeron, dándome importantes y constructivos puntos de vista, para continuar desarrollando mi solución en diseño para la problemática.

4.2.3.1 Análisis de las entrevistas abiertas.-

Tras la realización de las diferentes entrevistas, he podido discernir tres puntos importantes que debo tomar en cuenta durante la realización de la solución de este proyecto de investigación. El primer punto es el rol del *artista bidimensional* como gestor de su propia obra, es decir, más allá de solo crear, el *artista* debe difundir su obra. El segundo punto es, los espacios digitales como plataformas de transmisión de conocimientos, enfocado a la difusión del contenido de CLAVO|PARED. En último lugar está esto que he llamado yo, “el agua tibia” de la exposición de *arte bidimensional*, en referencia a las convenciones ya existentes sobre cómo se publica este tipo de trabajo. A continuación, la descripción detallada de estos puntos.

4.2.3.1.1 El rol del *artista*.-

Es importante aclarar que la discusión sobre el rol del *artista*, en este caso, no trata sobre su trabajo en la sociedad, sino, su trabajo con su misma obra. Este punto nace a partir de las entrevistas con Jorge Luis Gómez (2015) y Pedro Álvarez (2015), donde se topó el tema de que un *artista* no debería, idealmente, gestionar la exposición de su propia obra. La propuesta, entendí, es que el *artista* debe encargarse de hacer *arte* y un galerista o representante del *artista*, es el que debería gestionar la exposición de las obras. Si bien es cierto y es una opción por la que se puede optar, digo porque, un *artista* debe ser libre de manejar su trabajo a su gusto, la razón de CLAVO|PARED emerge de un contexto específico. La promoción y el interés en el *arte bidimensional* de *artistas* emergentes como de *artistas* activos, se siente escasa en la ciudad de Quito, Ecuador.

Jorge Luis Gómez (2015) me dijo en la entrevista que, proponer a un *artista* gestionar su obra puede ser desmotivador, ya que, su labor es crear *arte*. Por este lado, un producto como CLAVO|PARED no es un producto que debe apuntar hacia *artistas*, sino quizás a gestores de *arte bidimensional*. Esta opinión me la expresa Jorge Luis Gómez (2015) desde su perspectiva como escritor. En el caso de Pedro Álvarez (2015), el planteamiento es el del trabajo que debe hacer un *artista* como *artista*. En algún modo, el que gestiona *arte* debe ser un administrador de obra, no un *artista*.

En un plano personal, considero que ese es el sueño, es decir, que el pintor pueda dedicarse a pintar. No obstante, volviendo a un punto anterior del motivo del cual nace CLAVO|PARED, está una situación personal pasada mía. El proyecto de El Monociclo, que es un fanzine dirigido y fundado por Galo Pérez (amigo mío) y yo, nace a partir de que ambos éramos dos chicos que teníamos escritos poemas, pero no teníamos lugares para publicar.

Sobre este antecedente, decidimos que la mejor manera para poder publicar era publicarnos a nosotros mismos, entonces fundamos nuestra propia plataforma de exposición. En este sentido, considero que siendo la subjetiva realidad del Ecuador, de que no existen muchos espacios tradicionales para exponer el trabajo de *artistas* emergentes, podría ser funcional proponer un producto de reflexión sobre la acción de exponer *arte bidimensional* de distintas maneras.

Sin duda, es cierto que, una forma de abordar el funcionamiento de una sociedad puede ser a través de que cada individuo se dedique enteramente su profesión que ha escogido, es decir, que un pintor se dedique a pintar. Empero, yo me pregunto, ¿qué acciones aborda ser un *artista*? No deseo calificar con parámetros rígidos a este tipo de persona, al contrario, me gustaría que un *artista* pueda ser como guste. Es decir, si desea un *artista* que su obra sea gestionada por alguien más, está bien. Sin embargo, aquel *artista* que desee gestionar su propia obra que así lo haga. De otro modo, me gustaría que CLAVO|PARED fuese un producto para *artistas* y para gestores de *arte*.

4.2.3.1.2 Los espacios digitales.-

La discusión sobre los aparatos electrónicos, sus beneficios y sus perjuicios, es algo que existe en la subjetividad contemporánea, por ende, los *espacios* digitales son discutibles. Son discutibles en el sentido de que no son por sí mismos espacios tangibles, en comparación a un libro impreso o una galería. Los *espacios* digitales son por sí mismos. En este sentido resulta complejo encasillarlos de buenos o malos. Del mismo modo, tampoco es mi intención calificarlos así, ya que, tanto la difusión del proyecto CLAVO|PARED como el contenido, intenta dirigir a las obras a su *hábitat*, partiendo de sus necesidades. Entonces,

debo hacer yo el mismo ejercicio y preguntarme cuál es el medio más conveniente para CLAVO|PARED, considerando que la decisión sobre el contenido a publicar ya está resuelta.

En las entrevistas realizadas aparecieron dos perspectivas importantes, las cuales parecerían contrarias. Por un lado, Eduardo Villacís (2015) me contó que como uno de los primeros *artistas bidimensionales* del Ecuador en trabajar obra digital, después de un tiempo el decidió regresar a la técnica no-digital. El motivo de su decisión yace en que, en su experiencia personal, perdió varias obras debido a que los formatos en los que trabajó caducaron y nos los pudo recuperar. Sin duda, este es un punto importante, porque si bien las plataformas digitales permiten hacer constantes actualizaciones de contenido, las renovaciones de las herramientas tecnológicas están en constante cambio. Por ejemplo, actualizaciones de software, compatibilidad de formatos, entre otros aspectos. Empero, no siempre sucede así y la tecnología también trabaja en la recuperación de archivos “caducos”. En referencia a los puntos anteriores, Eduardo Villacís (2015) se propuso regresar al lienzo físico, debido a que, lo considera un medio que ha perdurado en el tiempo. De este modo, el rumbo de esta perspectiva sería optar por los medios de publicación que más han perdurado en el tiempo y en este sentido, podríamos considerar que el libro impreso es aquel, en comparación a una publicación digital. Así mismo, en referencia a la exposición de *arte bidimensional*, quizás es más prudente por la perdurabilidad de la obra, exponer y crear en plataformas físicas y no digitales.

Por otro lado, Jorge Luis Gómez (2015) propone que las plataformas digitales son la contemporaneidad sobre la cual hay que trabajar. En resumen, el notable filósofo Gómez (2015), encuentra que los *espacios* digitales proponen una serie de beneficios para la difusión de conocimiento que el libro impreso ya no consigue. Entre estos beneficios está la

posibilidad de cargar más libros en menor espacio, por ejemplo, una Tablet puede cargar más de cien libros y pesar lo mismo que un libro impreso de bolsillo. Como otro beneficio está la facilidad de difusión de un libro por medio de formato digital; aspecto que para un libro impreso resulta más complejo por motivos de exportación. Es interesante notar que, por ejemplo, la más reciente versión de Kindle (una Tablet para leer ebooks) ya posee la herramienta de resaltar el contenido y escribir notas. La importancia de esto está en que, los ebooks cada vez se asemejan más los libros impresos y sus posibilidades. En mi reflexión entiendo de Jorge Luis Gómez (2015) que es importante seguir las tendencias tecnológicas contemporáneas, pues ahí se encuentra el público y el conocimiento del hoy. En conclusión, Gómez (2015) reitera en que un libro impreso no puede existir si una versión digital.

Finalmente en este pequeño apartado, es interesante ver como se repitieron perspectivas sobre los medios digitales, sus beneficios y perjuicios. Si bien los formatos digitales están en constante cambio y algunos archivos pueden perderse en el trayecto, creo que no puedo evitar la actualidad digital. Es enriquecedora la reflexión de intentar plasmar sobre los medios más perdurables la información, sobre todo en este caso. CLAVO|PARED además de ser una herramienta de reflexión es también un registro histórico del *arte bidimensional* en el Ecuador. De este modo, es importante plasmarlo de un modo perdurable, ya que no por la caducidad incierta de algo, debemos dejar de hablar de ello, dijo Pedro Álvarez Estrella en la entrevista (2015). Así mismo, Gómez (2015) plantea la importancia de estar afinado con la contemporaneidad, por lo cual, un formato digital es esencial en todo caso. El modo de plasmar el contenido sería el aspecto determinante de como exponer CLAVO|PARED. Lo más importante en esta investigación fue saber que considero, hoy en día, es importante hablar de *arte bidimensional* y su exposición.

4.2.3.1.3 El “agua tibia” de la exposición de *arte bidimensional*.-

En la segunda conversación con Ana María Garzón (2015) surgió un tema muy interesante, referente al contenido de CLAVO|PARED. Mientras por un lado, tal vez, no es el rol del *artista* gestionar la difusión de su propia obra, del mismo lado, tal vez, no sea necesario hablar de dónde exponer, puesto que los *artistas* ya conocen su ámbito de trabajo. Esto anterior se refiere al “agua tibia” de la exposición de *arte bidimensional*. Ana María Garzón (2015) me planteó que en el *arte* se manejan varias convenciones de exposición y que cuando un *artista* quiere exponer, de alguna forma, sabe de antemano el modo de hacerlo. Por un lado, estoy de acuerdo en que uno al entrar en un mundo *artístico*, la acción lleva a la investigación del mismo medio de trabajo. En este sentido, la sugerencia de Ana María Garzón fue a favor de especializar el contenido de CLAVO|PARED hacia otra dirección.

Me planteé que puede ser innecesaria la discusión analítica sobre distintas plataformas para exponer *arte bidimensional* y que siguiendo la propuesta de Ana María, sería, quizás, mejor enfocarme en la discusión filosófica de los conceptos. Es muy interesante este aspecto, sin embargo, el contenido tendría que profundizarse hacia otro punto. La discusión sobre las plataformas de exposición y sus análisis, para mí, son importantes para el apoyo a la autogestión de los *artistas* con sus obras. Es posible que tal vez la dirección no sea hacer una serie de CLAVO|PARED donde se repita el mismo contenido, sino, crear una serie donde cada *artista* invitado proponga su aproximación a la exposición de *arte bidimensional*. De este modo, se podría abordar distintos temas y en aspectos más enfocados, por ejemplo, una filosofía sobre el grafiti y consejos para llevarlo a cabo, según un *artista* urbano reconocido de Quito, Ecuador.

Creo que el análisis repetitivo de plataformas en cada tomo podría resultar innecesario y CLAVO|PARED no resultaría un proyecto innovador. Es importante, para mí, reflexionar sobre la exposición de *arte bidimensional*, sin embargo, quizás la forma de proponer la reflexión deba ser direccionada hacia un contenido más dinámico y versátil. De hecho existen convenciones en cada saber humano, no obstante, es importante seguir filosofando para, podría ser, llegar a mayor sabiduría y crear más posibilidades para *artistas* emergentes. Este análisis me propuso el reto de querer crear un producto que sea interactivo con el lector y que le proponga tomar acción. La idea de crear un libro de reflexión filosófica es muy interesante, pero no es lo que busco. Mi objetivo es llevar el pensamiento a la acción, enfocado en la exposición de *arte bidimensional*.

4.2.4 Segundo marco teórico.-

¿Cuál es la importancia de un proyecto como CLAVO|PARED? Si bien han existido libros de *arte bidimensional* y se han registrado obras y pensamientos de grandes *artistas* en formatos impresos, intuitivamente mi contemporaneidad me pone a dudar sobre la validez de CLAVO|PARED como proyecto impreso. Sin embargo, por otros aspectos, este es un proyecto con una propuesta utilitaria puntual, que busca ayudar a los *artistas* a buscar el *hábitat* de sus obras, hasta cierto punto bajo sus propios medios y sus propios criterios. Esto plantea al *Do It Yourself* o *Hazlo Tú Mismo*, como concepto primordial, junto a la necesidad de registrar de algún modo el *arte bidimensional* actual.

Para este marco teórico de la segunda etapa de investigación, propuse dos apartados importantes. Estos han sido los que a través de, también, las entrevistas abiertas, considero fueron esenciales para continuar con el desarrollo de la solución en diseño para la problemática de esta investigación. En primer lugar, planteé el estudio de las industrias

culturales y la réplica a las mismas a través de la teoría del *Do It Yourself*. Por último, para analizar en específico el tomo impreso piloto de CLAVO|PARED, he dado una revisión a la revolución digital de los *ebooks* y su influencia en el mercado de los libros impresos.

La intención de este marco teórico es consultar distintos conceptos y teorías relacionadas al trabajo investigativo y creativo que estoy realizando con CLAVO|PARED. El sentido es tomar las teorías e ideas revisadas para replantear si CLAVO|PARED está en el camino apropiado, en relación a la actualidad del *arte bidimensional* y el conocimiento que está en el internet.

4.2.4.1 Industrias Culturales y el *Do It Yourself*.

En el libro de Theodor Adorno y Max Horkheimer, *Dialéctica de la Ilustración* (Adorno & Horkheimer, 2004) se plantea la idea de las industrias culturales de la primera mitad del siglo XX. Adorno y Horkheimer en sus escritos proponen, a leve rasgo, que existen grandes corporaciones que controlan gran parte de la máquina productora y difusora de productos culturales. Por este motivo, la salida a grandes públicos o a públicos en sí, puede resultar complicada para *artistas* independientes de las corporaciones culturales. Si bien existen varios *artistas* que optan por seguir estructuras específicas para producir o exponer sus obras, a través de, grandes industrias, existen otros *artistas* que no. Por ejemplo, durante la década de los setentas, nace el movimiento Punk, que entre varias de sus propuestas está la idea del *Do It Yourself*.

El *Do It Yourself* o *Hazlo Tú Mismo*, consiste en el planteamiento de que si uno desea hacer, por ejemplo *arte*, no es necesario esperar la ayuda de una corporación para producir o publicar. Es decir, una agrupación musical no tiene por qué esperar a ser contratada por una disquera para grabar un disco. La banda puede buscar recursos y medios alternativos

para llevar a cabo la misma acción. Quizás una alternativa sea, proponer grabaciones de menor calidad y a menor costo, sin embargo, sobre la peor o mejor calidad se podría filosofar, no obstante, no es el caso de esta investigación. Además debo reconocer que, por ejemplo, en el caso de la música debe haber sido más escasa la cantidad de posibilidades para producir *arte* de formas paralelas a las industrias culturales. Sin salirse más de tema, es importante recalcar que si se mira a la producción *DIY (Do It Yourself)* como una de producción independiente y de autogestión, el mismo *DIY* podría venir existiendo desde hace algún tiempo.

La razón por la cual he decidido abordar este tema es porque con CLAVO|PARED busco un punto intermedio entre las industrias culturales y el *DIY*. Tanto en la experiencia de amigos *artistas* como en la mía, de exponer *arte bidimensional*, he encontrado limitaciones y aperturas en varios casos. Por un lado, existen galerías que no tienen apertura hacia *artistas* emergentes, limitando así el número de *espacios* disponibles para exponer *arte bidimensional*, de forma tradicional. No obstante, existen también galerías como el PentaSiete Art Gallery en Cumbayá, Ecuador, que a pesar de ser una galería tradicional, tiene apertura hacia *artistas* jóvenes y emergentes. En el caso de otros medios de exposición, como los fanzines; me he dado cuenta el beneficio de la producción independiente para difundir *arte*. Empero, en la misma plataforma, pueden existir publicaciones independientes que trabajan dentro de un solo círculo de *artistas* y no abran posibilidades a otros *artistas* para participar en la misma publicación.

El aspecto principal es que existen varios métodos de publicación y a pesar de que, algunos trabajen en el mismo formato, no todos se comportan de la misma manera. Creo que un medio no debe sustituir al otro ni un *artista* debe suprimir medios para exponer su

trabajo. Si bien, es cierto lo que Ana María Garzón (2015) propone en cuanto a los métodos de exposición de *arte bidimensional*, de que son tradicionales y los *artistas* al ingresar al mundo del *arte*, ya los conocen; creo que puede existir desinformación de cómo acceder a medios tradicionales y cómo utilizar medios alternativos. Por ejemplo, una galería y una red social en internet, respectivamente.

Este estudio fue importante para la realización de CLAVO|PARED porque pienso que todo *espacio* de exhibición para *arte bidimensional* puede ser adecuado, sin embargo, es necesario conocer cómo funcionan cada uno. Así mismo, proponer una autonomía al *artista* frente a poderes superiores a él, que podrían impedir que publique su obra de *arte*.

4.2.4.2 Los ebooks.-

Entre los varios avances que existen en la tecnología, las nuevas propuestas en estilos de vida y la lucha por el cuidado del medio ambiente; me encuentro con los ebooks de nuevo. Los ebooks, según la página web del Grupo Editorial Akal (Akal, www.akal.com, 2015), son libros en formato digital, que están confeccionados para ser leídos en múltiples dispositivos electrónicos. Debido a la existencia de los ebooks y mi producción de CLAVO|PARED como un libro impreso, me planteé dos cuestiones. La primera es la accesibilidad que ofrece un ebook a una diversidad de públicos versus la limitación de accesibilidad que posee un libro impreso. En segundo lugar, la necesidad de reflexionar sobre la caducidad y dificultad de actualización del contenido de un libro impreso, a diferencia de un ebook o quizás una aplicación *web*. No obstante, antes de continuar quiero proponer una reflexión extraída del libro de José Antonio Cordón, *La Revolución del Libro Electrónico* (Cordón, 2011) donde el mismo autor citando a otros autores propone lo siguiente, textualmente, “Eco y Nunberg sostienen entonces una tesis muy similar: para que

un libro electrónico pueda ser reconocido como libro, debe también ser capaz de imitar, de manera casi mimética, las características de un libro impreso.” (Cordón, 2011, pg. 86).

Comenzando por la accesibilidad de un ebook, regreso a uno de mis objetivos primordiales con CLAVO|PARED. La serie de libros CLAVO|PARED tiene como intención ser un producto de diseño que tenga disponibilidad para, idealmente, cualquier persona interesada en publicar *arte bidimensional*. Sin embargo, comparando un libro impreso con un libro digital, encontramos la característica del ebook de poder ser adquirido desde cualquier parte del mundo, sin necesidad de entrar en temas de exportación. Incluso, en el caso de muchas publicaciones, el ebook suele ser menos costoso que la versión impresa. Así mismo, tomando en cuenta los costos de producción del tomo piloto de CLAVO|PARED, podría estimar que toda la serie podría tener un costo de más de \$30 dólares. Este valor puede resultar en que un gran número de personas interesadas, por motivos económicos, no puedan acceder a CLAVO|PARED. Además, una serie de libros impresos tiene la dificultad de viajar por mayor cantidad de territorios geográficos que un ebook. Es importante recalcar que estos datos y reflexiones son bosquejos de un tema importante a considerar durante la producción del diseño final.

A pesar de lo anterior, no podemos definir que estas dos plataformas de publicación son de características absolutas. Tanto existen libros impresos de fácil distribución y bajo costo, mientras que existen ebooks que tienen muchas restricciones geográficas y costos mayores a los de un libro impreso. De otro modo, podríamos decir que los argumentos a favor o en contra de los ebooks son diversos.

El ebook como plataforma ofrece algunas opciones. Entre las anteriores está la accesibilidad al contenido desde varios puntos geográficos del mundo, sin necesidad de,

tener que ir personalmente a una librería o residir en el lugar de publicación del libro. Debemos tomar en cuenta que, el argumento anterior es una ventaja para CLAVO|PARED, ya que, es una publicación que pretende ser accesible y promover el *arte bidimensional* del Ecuador. No obstante, esto puede facilitarse en el caso de hacer un producto impreso, si es que, alguna editorial tiene interés en CLAVO|PARED, puesto la distribución podría ser cubierta por la casa editora. Otra ventaja importante de los ebooks es la variedad de interacciones digitales que ofrece la plataforma digital, como es, una navegación con videos. Esto podría ser útil, si es que me gustaría incluir dentro de mi proyecto videos de entrevistas o tutoriales referentes al tema del *arte bidimensional*. Por último, el general menor costo de un ebook a comparación de un libro impreso, es un importante factor que permite mayor accesibilidad. Hay que tomar en cuenta que, descartando la belleza o fealdad del diseño del tomo piloto, CLAVO|PARED es un libro bastante estándar en forma.

En conclusión, creo que si es que decido seguir con CLAVO|PARED como una publicación impresa, es necesario que exista también una versión digital. Es decir, lo impreso no omite lo digital, sin embargo, lo digital si podría omitir lo impreso. Considero que la orientación que tome respecto a mi proyecto dependerá mucho del contenido que desee incluir, ya que, si pretendo trabajar con videos y aplicaciones interactivas, lo impreso es una limitante. No obstante, referente al punto anterior, existen los libros con insertos interactivos. Es muy importante plantear claramente los objetivos y contenidos que deseo abordar para así tomar una decisión.

Es muy interesante lo que me ha planteado esta etapa de la investigación. Si bien mi proyecto trata sobre la búsqueda del *hábitat* para las obras de *arte bidimensional*; esta

misma investigación también me exigió la misma búsqueda para mí solución en diseño.
¿Cómo y dónde publicar CLAVO|PARED?

4.3 Análisis y conclusiones de la segunda etapa de investigación.-

Esta segunda etapa aunque me hizo cuestionarme mucho sobre la validez de mi proyecto, creo que fue esencial para descubrir aspectos que no había considerado antes sobre CLAVO|PARED. Por ejemplo, el hecho de que deba haber un sustento digital. Así mismo, me replanteé como mostrar el contenido y que utilizar para mostrar el contenido. De este modo, si se continuaría desarrollando CLAVO|PARED se considerarían ciertos detalles importantes.

En primer lugar, CLAVO|PARED tendrá una versión digital, pero será igual al libro. Por otro lado, al haber planteado que sea una serie de libros interactivos, no se puede quedar el contenido en un simple análisis de plataformas y exposición de obras de los *artistas* invitados. Por este motivo, un objetivo del diseño final sería dinamizar el contenido y ofrecer más variedad de información y actividades que el lector puede llevar a cabo. Aun así, persiste la idea de exponer conceptos, análisis de plataformas y muestra de obra.

La problemática de la investigación es compleja y existen muchas filosofías dentro del *arte bidimensional*, por lo cual las maneras de aproximarse a una solución son varias. Este proyecto es un riesgo porque no existe certeza. Sin embargo, el éxito radica en que sea un producto entretenido para el lector. Personalmente, creo que lo entretenido es funcional.

En conclusión, la posibilidad de desarrollar CLAVO|PARED como una solución en diseño para la problemática es posible y ayudaría. No obstante, el propósito de entregar a personas interesadas en el *arte bidimensional* herramientas y conocimiento para publicar

obra por un costo monetario, hoy en día no es consecuente con el conocimiento gratuito que existe, a disposición de casi cualquier persona, en internet.

5 Diseño Final.-

Finalmente, el ámbito del conocimiento impreso se está volviendo cada vez más hacia el arte, esto es bueno, a mi parecer. El interés que siento alrededor de la producción de libros está muy ligado a las ganas de publicar nuevas formas de pensamiento o de expresión humana o extrahumana. El contenido de CLAVO|PARED se conceptualizó y se plateó una red social online dónde artistas de todo el mundo puede crear su propio perfil de usuario. El perfil de cada uno está vinculado a sus otras redes sociales cómo Youtube, Facebook, Flickr, Behance, Pinterest e Instagram; además cada usuario puede subir sus propias imágenes y documentos. Lo que logra tener un usuario, al abrir una cuenta en CLAVO|PARED, es tener un espacio dónde compartir sus ideas y trabajos referentes al arte bidimensional; por ejemplo, subir documentos en PDF dónde exponga sus reflexiones sobre su arte, tomando en cuenta toda las posibilidades gráficas de diseño para la creación de un archivo de PDF (desde usar Microsoft Word hasta Adobe Illustrator). No obstante, el usuario tiene un pequeño cuestionario que se refleja en su perfil dónde puede presentarse públicamente con su filosofía de exposición de su arte.

CLAVO|PARED es un espacio online de socialización y compartir de ideas sobre el *arte bidimensional*. Lo que llevó a que CLAVO|PARED finalmente se desarrolló en el internet fue que los resultados de la investigación propusieron al medio impreso cómo un medio muy complejo de elaborar y sobre todo, distribuir; no toda persona tiene acceso a comprar un libro de filosofía artística y las traducciones para otros idiomas siempre resultan más

complejas. Empero, el espacio virtual permite una interacción superior; el manejo de diferentes idiomas dentro del sitio web es más fácil de proponer traducciones inmediatas para otros usuarios, sobretodo en textos fijos de la página web. También, la información valiosa que contribuye a la reversión de la problemática que se ha planteado, tiene mayores posibilidades de contribuir a gran escala en la industria nacional e internacional de la producción *artística bidimensional*, a través del internet.

Sin embargo, hay que notar que dentro del plan de desarrollo de CLAVO|PARED, los libros filosóficos y temáticos no quedan fuera. El conocimiento impreso, frente a la facilidad de acceso, a veces, al mismo en internet, resulta más exclusivo. Su exclusividad parte de su costo económico y sus limitaciones físicas que podrían determinar que las páginas impresas sólo se encuentren en ciertos lugares geográficos del mundo. Entonces, los tomos filosóficos y analíticos de CLAVO|PARED se presentarían en un futuro así:

Tomos de libros dedicados a cinco diferentes *artistas y artes bidimensionales* ecuatorianos, dónde se haría el mismo trabajo periodístico que se hizo para el tomo piloto con Daniel Espinosa. Desde el grafitti a la fotografía, el dibujo al collage, la pintura, ¡oh, la pintura! Los artistas que están en línea para los tomos son: Sofía Acosta, Pedro Álvarez Estrella, Carlos Echeverría Kossak, Daniel Espinosa y Mo Vásquez, todos *artistas bidimensionales* que han expuesto en diferentes plataformas y medios. Son muy versátiles en sus estilos, lo cual aportaría con perspectivas variadas sobre el tema de la exposición de *arte bidimensional*.

Los tomos de libros se producirían cada año para revisar junto a diferentes *artistas* los pensamientos y tendencias propias y ajenas sobre la exposición de *arte bidimensional* en

el mundo. La propuesta es constantemente generar discusión alrededor del tema, para que así más y más artistas del mundo puedan encontrar formas de publicar su *arte*.

Figura 19.-Simulación gráfica de portadas de los siete tomos de CLAVO|PARED impreso. El primero es una introducción al concepto de los tomos y el último es un tomo de, únicamente exposición de obra de los artistas.



Lo interesante de todo el diseño final es que no es una nueva mirada vacía al tema, al contrario, tiene una trayectoria investigativa que sustenta el diseño y el contenido. Para este apartado, he omitido incluir los partidos de diseño debido a que son los mismos que se plantearon para el desarrollo del tomo piloto de CLAVO|PARED en la etapa investigativa primera (página 46). Los diseños de la página web fueron creados en base a los lineamientos gráficos del tomo piloto. Sin embargo, sí hay algo que se debe aclarar respecto al diseño. Se diseñó una navegación basada en una pantalla. No hay “scroll-up” o “scroll-down” en la

navegación. Las opciones van apareciendo y se van desplegando de la pantalla según la navegación propia. Es una navegación web fundamentada en la profundidad espacial, es decir, que tan lejos podemos continuar mirando y conociendo en una misma mirada.

Los objetivos son permitir más comunicación global alrededor del tema del *arte bidimensional*. Personalmente, creo que este *arte* seguirá creciendo debido a la cercana relación que hay entre la publicidad, los dispositivos computarizados y la comunicación textual. CLAVO|PARED, pretende ser una forma de exponer arte, ante todo. Las imágenes o textos que suban los autores/usuarios al sitio web, son de pertenencia del mismo. Es decir, el mismo puede agregar una marca de agua, por ejemplo, a una pieza para intentar comercializarla. De este modo, CLAVO|PARED, cómo sitio web también es un espacio de interacción económico-comercial.

Fig. 20.- Abajo, una captura de pantalla de el inicio de sesión a la red social CLAVO|PARED.

Sobre la misma, venga, conozca (www.clavopared.com)



CONCLUSIONES

Concluir es un proceso en el cual, ciertamente se dice que locura redonda que creó diseño, ha desaparecido, o más bien, se ha consolidado hasta desaparecer entre su redondez. CLAVO | PARED, es hoy por hoy, un colectivo libre de *artistas bidimensionales* que buscan compartir sobre su conocimiento en el arte, promover su *arte* por Internet, o sólo disfrutar de muestras de obras de *arte* virtuales. Esto sólo espero pueda aportar al desarrollo de la industria ecuatoriana de producción *artístico bidimensional*. Justamente por la cantidad de opiniones, visiones, métodos, estilos que existen en la creación y publicación de *arte bidimensional* y de todas las *artes*, en general. Porque eso ha sido, esta investigación, un viaje por el conocimiento del arte entendido y aplicado desde el Diseño Comunicacional.

Lo más importante es el pensar libremente; moverse sin miedo por los distintos conocimientos que tiene el ser humano, la naturaleza, el espacio, y el agua. Las Artes Liberales, son un fundamento del conocimiento, un fundamente en el sentido de una manera de entender la vida, no necesariamente especializada sino, quizás, más diversa, pero más allá de lo correcto y lo incorrecto. Empero, uno se especializa en un área, cómo yo en mi caso, en el Diseño Comunicacional, para poder hacer uso de ciertas técnicas que me gustan, me sirven y me enlazan con otras nuevas, otras antiguas y otras eternas. Faltó rigidez. Puedo siempre ser mejor y promover una comunicación más acorde a mi corazón y a la empatía humana, puesto que no puedo negar que amo. Amo la vida, me encanta estudiar, disfruto viajar, intercambiar cultura y conocimientos.

El *arte bidimensional* es la pintura, el dibujo, el collage, la fotografía, los videos, el diseño gráfico y las técnicas varias que abarca el diseño de arte.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Baudrillard, J.. (1993). *Cultura y Simulacro*. Barcelona: Kairós.

Benedetti, M.. (1974). *Poemas de otros*. México D.F.: Editorial Nueva Imagen.

Benjamin, W.. (2010). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Quito, Ecuador: Rayuela Editores.

Cordón, J.A.. (2011). *La revolución del libro electrónico*. Barcelona, España: Universitat Oberta de Catalunya .

Etimologías. (2012). *Diccionario Etimológico*. 20/09/2014, de Etimologías de Chile Sitio web: www.etimologias.dechile.net/

de Torre, G.. (1965). *Historia de las Literaturas de Vanguardia*. Madrid: Ediciones Guadarrama.

Douglas Harper. (2014). *Online Etymology Dictionary*. 20/09/2014, de Online Etymology Dictionary Sitio web: www.etymonline.com/

Greenberg, C.. (2006). *La pintura moderna y otros ensayos*. Madrid: Siruela.

Grupo Editorial Akal. (2015). *Ebooks*. marzo 14, 2015, de Grupo Editorial Akal Sitio web: www.akal.com

Horkheimer, M & Adorno, T.W. 2004. *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Trotta. Pp. 165-212.

Océano Práctico. (2006). *Diccionario de la Lengua Española*. México, D.F.: Océano.

Platón. (2003). *Diálogos Tomo II*. Bogotá: Gráficas Modernas. Pp. 115-126.

Prada, J.M.. (2012). *Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales*.

octubre 15, 2014, de Akal Sitio web:

<http://www.digitaliapublishing.com.ezbiblio.usfq.edu.ec/a/27848/pr-cticas-art-sticas-e-internet-en-la--poca-de-las-redes-sociales>.

Quéau, P.. (1995). *Lo Virtual: virtudes y vértigos*. Barcelona, España: Paidós.

RAE. (2014). *Diccionario de la lengua española*. 19/09/2014, de Real Academia Española

Sitio web: www.rae.es/

Rivera, J. & Insuasty, H.. (2004). *Concepto de Hábitat*. Revista de Arquitectura, Enero-

Diciembre, pp. 36-37. Sitio web: www.redalyc.org/articulo.oa?id=125117709009

Turkle, S. (1997). *La vida en la pantalla*. Barcelona: Paidós.

Zalamea, Juan. (2015, Marzo) (Entrevista con Pedro Álvarez Estrella, pintor). Grabación en audio.

Zalamea, Juan. (2014, Octubre) (Entrevista con Carlos Echeverría Kossak, pintor y profesor). Grabación en audio.

Zalamea, Juan. (2014, Octubre) (Entrevista con Daniel Espinosa, pintor, profesor y gestor cultural). Grabación en audio.

Zalamea, Juan. (2014, Octubre) (Entrevista con Ana María Garzón, curadora y profesora). Grabación en audio.

Zalamea, Juan. (2015, Marzo) (Entrevista con Jorge Luis Gómez, escritor, filósofo y profesor). Grabación en audio.

Zalamea, Juan. (2014, Octubre) (Entrevista con Bernardo Falconí, pintor). Grabación en audio.

Zalamea, Juan. (2015, Marzo) (Entrevista con Eduardo Villacís, pintor y profesor de *arte*). Grabación en audio.

Zalamea, Juan. (2014, Octubre) (Entrevista con Vujo, pintor y artista plástico). Grabación en audio.

Zalamea, Juan. (2014, Octubre) (Encuesta cuantitativa sobre la influencia de un medio de exposición sobre una obra pictórica). Encuesta en personal en papel.

Zalamea, Juan. (2015, Febrero) (Encuesta cuantitativa sobre el interés del público en un libro como CLAVO | PARED). Encuesta en personal en papel.

Zalamea, Juan. (2015, Febrero) (Grupo focal con Pamela Mier, Juan Diego P. Buchelli y Juan Sebastián Vásconez). Grabación en audio.

ANEXO A: GUÍAS DE ENTREVISTAS Y ENCUESTAS

Guía de entrevista opción 1

Daniel Espinosa, Bernardo Falconí y Ana María Garzón

- ¿Cuál es tu relación con el *arte pictórico*? – Explicar que es lo pictórico.
- ¿Qué opinas sobre la importancia de reflexionar sobre el lugar de exposición de una obra *pictórica*, previo a ser expuesta?
- ¿Cómo afecta el medio de exposición a una obra?
- ¿Qué sentidos están involucrados en la contemplación de una obra *pictórica*? ¿Cómo es la interactividad de lo *pictórico*?
- ¿Qué opinas sobre las nuevas plataformas de exposición digitales para obra pictórica? ¿Qué beneficios ofrece y cuáles no? ¿Cómo cambia la interacción entre la obra y el espectador? Ej. Publicar en Facebook, Flickr, Behance, Portafolios Web.
- ¿Recomendarías estas plataformas?
- ¿Qué opinas de medios de exposición de obra clásicos? ¿Qué beneficios ofrece y cuáles no? ¿Cómo cambia la interacción entre la obra y el espectador? Ej. Galerías, Paredes, Papel, Revistas, Fanzines, Libros de obras gráficas.
- ¿Recomendarías estas plataformas?
- ¿Cuál consideras es el estado actual del mundo en la exposición de obras *pictóricas*? – Términos generales, puede ser.

Guía de entrevista opción 2

Carlos Echeverría y Vujo

- En el área pictórica y gráfica, ¿cuáles son las expresiones que más trabajas? Ej. Óleo sobre lienzo, pintura digital, acrílico sobre cartulina, collage, etc
- Al terminar una obra, ¿cómo decides en dónde y cómo exponer la misma? ¿Cómo determinas los requerimientos de exposición de una obra posterior a la creación?
- ¿Qué sentidos están involucrados en la exposición de una obra pictórica, al ser contemplada?
- ¿Cuál consideras que es la interacción que proponen tus obras? ¿Cómo propones la interacción entre público/espectador y obra expuesta?
- ¿Qué opinas sobre las nuevas plataformas de exposición digitales para obras de *bellas artes*, sobre todo pictóricas y gráficas? ¿Qué beneficios ofrece y cuáles no? ¿Cómo cambia la interacción entre la obra y el espectador? Ej. Publicar en Facebook, Flickr, Behance, Portafolios Web.
- ¿Utilizas tú estas plataformas?
- ¿Qué opinas de medios de exposición de obra clásicos? ¿Qué beneficios ofrece y cuáles no? ¿Cómo cambia la interacción entre la obra y el espectador? Ej. Galerías, Paredes, Papel, Revistas, Fanzines, Libros de obras gráficas.
- Suponiendo que toda obra de arte pictórica busca ser expuesta, ¿consideras importante reflexionar sobre el espacio de publicación, antes de exponer? ¿Por qué?
- ¿Cómo abordas la problemática de la publicación de tu trabajo pictórico? ¿Qué evitas y que buscas?

Encuesta cualitativa

Pregunta 1: *¿Cuál plataforma te parece más atractiva? A o B y ¿por qué?*

- 5 A / B 26

Pregunta 2: *¿Cuál opción te transmite más efectivamente la emoción de la pintura? Sea cual sea la emoción. ¿Por qué?*

- 1 A / B 30

Pregunta 3: *En términos generales, ¿crees que el medio de exposición de una obra determina las emociones que puede transmitir la misma? Sí o NO*

- 29 SÍ / NO 2

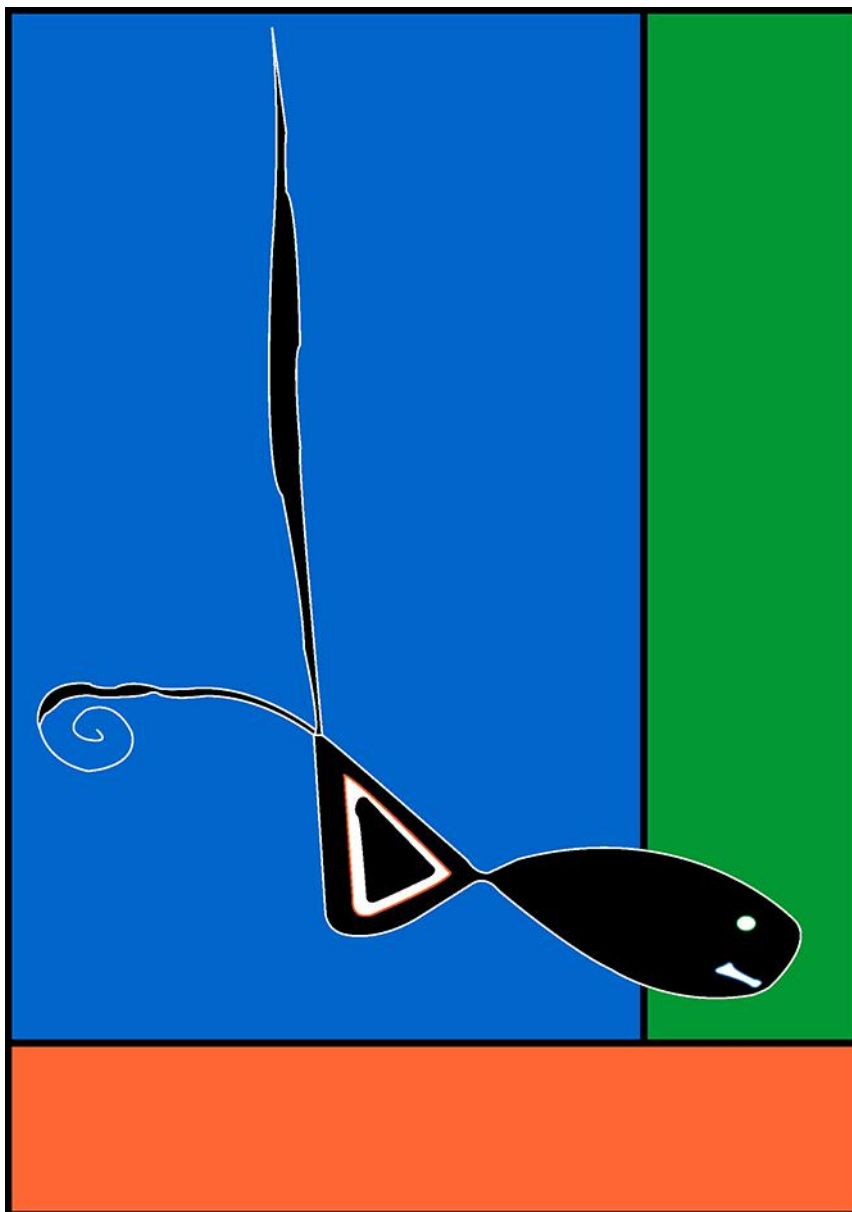
The screenshot shows a Facebook interface. At the top, the search bar contains "Busca personas, lugares y cosas". The user's name "Juan" is visible in the top right. The main content area features a post by "Juan Andrés Zalamea" who has just added a new photo. The photo is a stylized, high-contrast painting of a horse's head in profile, rendered in black, white, and grey with a blue background. Below the photo, there are interaction options: "Me gusta", "Comentar", and "Compartir". A notification bubble from "María Elena Torres Ortiz" indicates she liked the photo. The right sidebar contains several sections: "A Mateo Del Pozo Maruri y 6 amigos más les gusta esto.", "Anticorreistas Unidos" (with a sub-notification from María Elena Torres Ortiz), "PERSONAS QUE QUIZA CONOZ..." (featuring Sofia Carrasco Uzhukova), and an advertisement for "Salticas" promoting a weekly tablet giveaway. The bottom of the browser window shows a Windows taskbar with icons for various applications like Chrome, Photoshop, and Spotify.

Esta fue la opción A de la encuesta cualitativa.



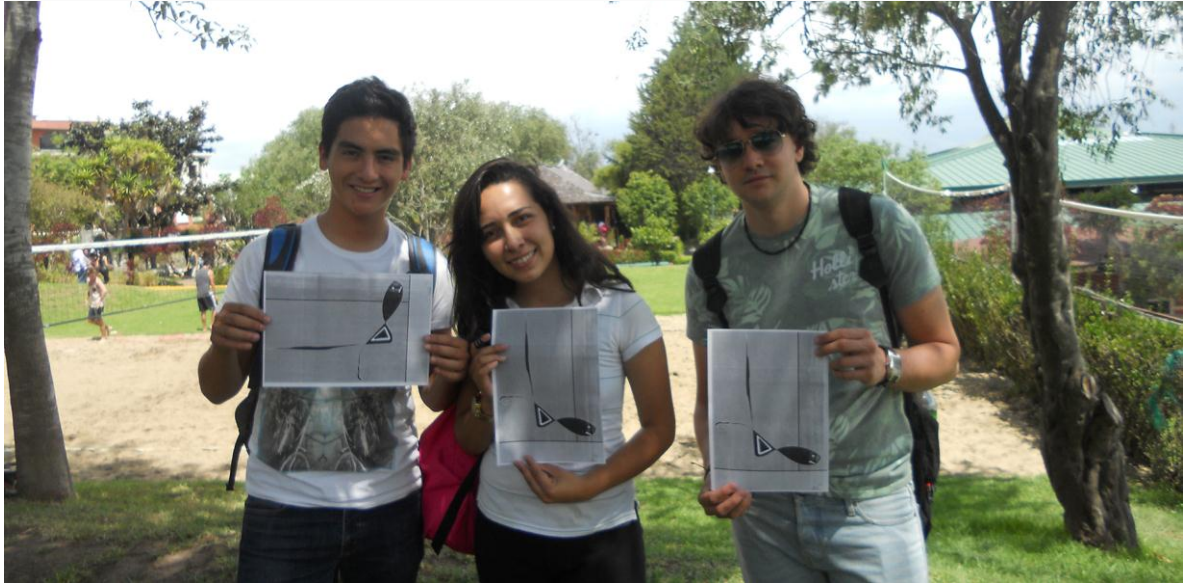
Esta fue la opción B de la encuesta cualitativa.

ANEXO B: FOTOGRAFÍAS DE EXPERIENCIA ONTOLÓGICAMENTE SUBJETIVA



Esta fue la obra que se publicó de diversas maneras como parte de la experiencia ontológicamente subjetiva.

Repartición de volantes firmados.



Exposición de la obra en Society6.