



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

Trabajo de titulación en opción al grado de:

Ingeniero en Diseño Gráfico

Tema: Guía ilustrada de espacios culturales independientes en la ciudad de Quito

Autor: Guido André Pintado Astudillo

Tutor Metodológico: PhD. Valeria Yarad Jeda

Tutor Técnico: Mg. José Vergelín

Año: 2019

DEDICATORIA

A todo aquel que busque el despertar del pensamiento. Porque aquel que despierta asume sus causas y efectos. Comprende su pasado y aprender a vivir en el presente.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis padres Guido y Mónica y a mis hermanas Daniela y Alejandra, por ser mi sol de cada día y nunca dejarme perder el camino.

A mis Tutores, José y Valeria, sin ellos este proyecto no hubiera podido llegar a su fin.

A los coordinadores de los centros culturales que participaron, sobre todo un agradecimiento especial a la Casa Uvilla, por encontrar necesario el producto de esta investigación y ser los primeros en difundirlo.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTOS.....	ii
ÍNDICE GENERAL.....	iii
LISTA DE FIGURAS	v
LISTA DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE ANEXOS	vii
RESUMEN.....	1
INTRODUCCIÓN.....	3
JUSTIFICACIÓN.....	5
Capítulo I.....	7
Marco teórico.....	7
1. Contextualización	7
1.1. Nacimiento de las contraculturas	7
1.2. Referentes de centros culturales en el mundo.	8
1.3. Centros Culturales en Quito	11
1.3.1. Centros culturales independientes en Quito	11
1.4 Diseño.....	17
1.4.1 Diseño de información	17
1.4.2 Diseño editorial	17
1.4.3 Ilustración.....	18
1.4.4 Código Q.R.....	19
1.5 Revisión y análisis de investigaciones previas sobre el objeto de estudio	19
Capítulo II.....	21
Marco metodológico y diagnóstico de necesidades	21
2.1. Enfoque metodológico de la investigación.....	21
2.2. Población, unidades de estudio y muestra	21
2.3. Indicadores.....	22
2.4. Métodos y técnicas.....	23
2.5. Formas de procesamiento de la información	23
2.5.1 Tabulación de encuestas.....	23
2.5.2 Análisis de entrevista	26
2.6. Regularidades del diagnóstico realizado.....	35

Capítulo III	37
3.1 Propuesta y conceptualización	37
3.2 Proceso de realización	38
3.2.1 Estructura del fanzine	39
3.3 Diseño de retícula de la guía de centros culturales	43
3.4 Tipografías	43
3.5 Propuesta preliminar	45
3.5.1 Portada y contraportada	46
3.5.2 ilustraciones e información de los centros culturales	46
3.5.3 Cromática	47
3.5.4 Ilustración y concepto	48
3.5.3 Mapa de Quito	53
3.5.4 Íconos personalizados de los Centros Culturales	54
3.6 Materiales y Tecnología	55
3.6.1 Costos de producción	55
3.6.3 Armado y proceso de doblado	56
3.7 Valoración del producto por criterio de especialistas	60
3.8 Propuesta final	61
Conclusiones	65
Recomendaciones	66
Bibliografía	67
Anexos	70

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Foto La Tabacalera.....	9
Figura 2. Foto La Peña	10
Figura 3. Foto Centro Cultural	10
Figura 4. Logotipo ArteDemente.....	12
Figura 5. Logotipo Casa Catapulta	12
Figura 6. Logotipo Casa Machankara.....	13
Figura 7. Logotipo Trude Sojka	14
Figura 8. Logotipo Casa Pukara	14
Figura 9. Logotipo Nina Shunku	15
Figura 10. Logotipo El Útero	16
Figura 11. Logotipo Casa Uvilla	16
Figura 12. Logo de “Alternativas - Alternativas”.....	38
Figura 13. Machote tiro hoja de porta	39
Figura 14 Diagramación tiro hoja de portada.....	40
Figura 15. Machote del mapa de Quito	40
Figura 16 Diagramación del mapa de Quito.....	41
Figura 17 Machote del tiro y retiro de la guía	41
Figura 18 Diagramación del tiro de hoja de ilustraciones de la guía	42
Figura 19 Diagramación del retiro de hoja de ilustraciones de la guía	42
Figura 20. Ejemplo página maestra de la guía.....	43
Figura 21. Tipografía para textos	44
Figura 22. Tipografía para títulos	44
Figura 23. Vista preliminar del fanzine	45
Figura 24 Vista preliminar del fanzine	45
Figura 25. Vista preliminar del fanzine	45
Figura 26 . Ilustración portada y contraportada.....	46
Figura 27. Cromático contenido	47
Figura 28. Cromático ilustraciones.....	47
Figura 29 Proceso desarrollo ilustración.	48
Figura 30 Ilustración Arte DeMente.....	49
Figura 31 Ilustración Casa Catapulta	49
Figura 32. Ilustración Casa Machankara	50

Figura 33 Ilustración Trude Sojka.....	50
Figura 34. Ilustración Nina Shunku.....	51
Figura 35 Ilustración Centro Cultural Pukara	51
Figura 36. Ilustración El Útero	52
Figura 37 Ilustración Casa Uvilla.....	52
Figura 38. Mapa de ubicación de centros culturales de la ciudad de Quito	53
Figura 39. Iconos de fachadas de centros culturales	54
Figura 40 Página maestra referencia de espacios alternativos.	54
Figura 41. Inicio del armado del fanzine, hojas y materiales	56
Figura 42. Doblado hojas centros culturales	57
Figura 43. Corte hoja informativa	57
Figura 44 Doblado de hojas.....	58
Figura 45 Engomado y doblado de hoja informativa	58
Figura 46 Grapado y doblado del fanzine	59
Figura 47. Doblado final del fanzine	59
Figura 48. Doblado final del fanzine	61
Figura 49. Doblado final del fanzine	61
Figura 50. Doblado final del fanzine	62
Figura 51. Doblado final del fanzine	62
Figura 52. Doblado final del fanzine	63
Figura 53. Doblado final del fanzine	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Proforma económica.....	56
---------------------------------	----

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta.....	70
Anexo 2: Entrevista	70
Anexo 3: Bocetos centros culturales	71
Anexo 4: Valoración expertos	73
Anexo 1: producto final.....	77
Anexo 6: machote.....	84

RESUMEN

El siguiente proyecto de investigación busca mediante el diseño gráfico la difusión y el conocimiento de las actividades realizadas en los centros culturales alternativos de la ciudad de Quito, mediante el diseño de un fanzine que represente en ilustración dichos espacios. Estos centros funcionan gracias a colectivos y grupos sociales minoritarios que generan actividades de participación, como talleres o foros. El principal objetivo que persiguen se enfoca en lograr una convivencia social de respeto, libre de paradigmas o mitos.

Para la elaboración del fanzine se realizó una investigación previa, que utilizó un método mixto, con una encuesta a un público general vía redes sociales en donde se reveló el desconocimiento de las actividades realizadas en estos espacios y una entrevista a los coordinadores a cargo de cada centro cultural para conocer las condiciones y necesidades que tienen y poder interpretar mediante la ilustración, las características de estos espacios y mediante esta información poder generar una comunicación adecuada.

El producto final de esta investigación es un fanzine, publicación editorial independiente de bajo costo y de fácil reproducción, que incluye información de las actividades de los centros culturales participantes, a parte, la ubicación geográfica en la ciudad y sus redes sociales en Internet, promoviendo la visita y la integración.

Palabras clave:

Diseño Gráfico, Centros Culturales, Fanzine, Guía, Ilustración.

ABSTRACT

The following research Project seeks through graphic design the diffusion and the knowledge of the performed activities into the alternative cultural centers of the city of Quito, by means of design of a fanzine that represents those spaces with illustration. These centers work thanks to collectives and minority social groups that generates participation activities such as workshops and forums. The main objective that they pursued is focused on achieving a social coexistence of respect, free of paradigms or myths.

For the making of the fanzine a previous investigation was carried out, that used a mixed method, with a survey guided to a general public by social networks where it was revealed the ignorance of the activities carried out in these spaces and an interview with the coordinators on charge of each cultural center to know the conditions and needs they have and be able to interpret them through the illustration, the characteristics of these spaces and by means of this information be able to generate a suitable communication.

The final product of this research it's a fanzine, a low cost and easy to reproduce independent editorial publication, which includes information of the activities into the participating cultural centers, apart from, the geographical location in the city and their social networks on internet, promoting the visit and the integration.

Key words:

Graphic design, cultural centers, fanzine, guide, illustration.

INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país que se ha enriquecido por una fusión cultural y social. En consecuencia, la actividad artística ha crecido considerablemente, por lo que ha surgido la necesidad de espacios de desarrollo, práctica y experimentación. Estos espacios conocidos como centros culturales son lugares destinados para artistas que tienen la finalidad de hacer accesible la cultura para un público general, sobre todo en aquellas contraculturas que son menos conocidas por la población. Por lo cual, pueden responder a minorías sociales, o contraculturas, como ejemplo, la cultura punk.

Según la entrevista realizada a los coordinadores de los centros culturales participantes de este proyecto, la autogestión es el camino principal de funcionamiento de estos espacios, es decir, sus actividades se generan a partir de colectivos o grupos sociales que encuentran en estos espacios el lugar idóneo para comunicar sus ideas. Por lo que mantienen sus actividades independientes al Ministerio de Cultura así que no cuentan con ningún apoyo gubernamental. Esta falta de apoyo causa el desconocimiento acerca de la existencia y funcionamiento de estos espacios, creando una idea sesgada sobre las actividades que se realizan y hasta una imagen negativa. No solo hacia el establecimiento, sino a las personas que los frecuentan, retomando la presencia de contraculturas.

Este desconocimiento también ha afectado en centros culturales independientes que se han visto obligados a cerrar sus puertas por falta de uso del espacio, falta de asistencia en las actividades fijas y las actividades itinerantes. Sin tomar en cuenta el costo de mantenimiento que requieren estos lugares.

La creatividad es una forma social de expresión en la que se están involucradas la comunicación y muchas otras formas. En conjunto, la investigación, la imaginación, la intuición crítica y la oportunidad de ver las cosas de forma diferente, es una característica de la indagación del arte. (Barriga, 2012, p.180)

Es importante la formación de una industria cultural en el país que tienen como objetivo construir ciudadanía a partir de bienes que contienen múltiples significados simbólicos y culturales. Puesto que, al contar con una industria formal, las labores de los espacios culturales podrían ser promovidas como un eje turístico de la ciudad, con la finalidad de fortalecer y convertir al arte en una fuente económica del país a nivel nacional e internacional. Es decir, la industria cultural se convertiría, no solo en un reflejo de desarrollo económico, sino en un mecanismo para generar una participación social y el desarrollo de una ciudadanía con un pensamiento crítica.

A nivel espacial, el desarrollo urbano de la ciudad de Quito ha propiciado la implantación de centros culturales en la zona de mayor desarrollo turístico, que se enmarca en los sectores de la Mariscal, la Floresta y el Centro Histórico. Por lo cual se puede ubicar los centros culturales de una manera ágil y mapearlos dentro del producto final de esta propuesta, mediante el desarrollo de un fanzine, publicación independiente que busca visibilizar los eventos y facilitar la visita de todas las personas interesadas en actividades alternativas a las cotidianas.

Se buscó a través de este trabajo la permanencia de estos centros culturales y la comunicación a la sociedad sobre la necesidad de contar con ellos en la ciudad. Este fanzine fue un trabajo de investigación conjunto con la gente que participa en estos espacios, quienes generaron una imagen mediante sus vivencias personales y crearon el camino correcto de comunicación que necesitan como lugares alternativos. El desarrollo gráfico es de autoría propia y se alejó de una publicación fotográfica buscando una alternativa amigable y llamativa de difusión para transmitir las actividades que se desarrollan.

Pregunta de investigación:

¿Cómo generar una difusión idónea para promocionar el uso de los centros culturales y su trascendencia en la ciudad de Quito?

Objetivo general:

Diseñar una guía ilustrada para la promoción de los espacios culturales independientes de la Mariscal, la Floresta y el Centro Histórico.

Objetivos específicos:

- Fundamentar desde el diseño de un fanzine la guía ilustrada para la promoción de los centros culturales dentro de los sectores de la Mariscal, la Floresta y el Centro Histórico.
- Caracterizar los espacios físicos de los centros culturales y sus actividades internas.
- Determinar los componentes y el estilo gráfico que llevará el fanzine.
- Desarrollar la ilustración de cada centro cultural que participarán en el fanzine.
- Valorar el producto mediante el criterio de profesionales en las ramas de ilustración, diseño e impresión.

JUSTIFICACIÓN

El arte genera movimiento en la ciudad y busca la distracción de la rutina habitual de las personas o la ruptura de la cotidianidad, mediante la práctica de alguna rama artística, o por asistir a un evento cultural, como es el cine, el teatro, una instalación artística, una exposición de pinturas, la participación en foros literarios, un concierto, entre otros.

De acuerdo a la teoría concebida por Edgar Morin (1962) en *L'Esprit du temps* se debe entender a la industria cultural como el “conjunto de dispositivos de intercambio cotidiano entre lo real y lo imaginario.” (p.104)

Es importante este corte de la rutina diaria, la separación de lo real con un imaginario, porque contribuyen en el mejoramiento de las actividades productivas de las personas en general y se debe considerar este aspecto como un elemento fundamental para un enriquecimiento social. Aunque en la actualidad, muchos de estos eventos o talleres no cuentan con público por falta de conocimiento de los espacios que las están desarrollando. Los mismos que tienen la necesidad de difundir las actividades diarias que mantengan viva la ciudad, transformándola en una metrópoli que se mantiene despierta.

Por lo tanto, este proyecto ubica e identifica a los centros culturales mediante un fanzine, conocido también como auto publicación independiente y versátil que cuenta con la libertad creativa, tanto en diseño, contenido, formato e impresión. En este caso la publicación realizada es de carácter informativo, respecto a localización, actividades y contactos de los diferentes centros culturales participantes.

Este fanzine incluirá una ilustración descriptiva, sólida y de fácil reconocimiento para el público en general de las actividades desarrolladas en los espacios, producto de la recopilación de información de cada lugar mediante entrevistas y un registro fotográfico de las actividades y del espacio.

Esta ilustración se realizó mediante el conocimiento de las actividades desarrolladas en cada centro cultural independiente y que su trabajo sea autogestionado buscando la participación ciudadana. Por esta razón, al hablar de espacios culturales autogestionado, es importante encontrar materiales y tipos de impresión de bajo presupuesto que pueden variar dependiendo la tecnología con la que cuentan los centros culturales para la fácil reproducción de este proyecto, que debería ser en ferias de arte o diseño, librerías y en los propios espacios artísticos.

Por las condiciones actuales de comunicación y promoción, las redes sociales son el principal medio de información sobre eventos, por lo que dentro del fanzine se deben

fusionar elementos que permitan la conexión de este producto con los medios de difusión masivos actuales. Así que, mediante un código QR se enlaza la información de esta propuesta con las redes sociales o las páginas web de los centros culturales, en el caso de contar con una, para facilitar el acercamiento del usuario.

Capítulo I

Marco teórico

1. Contextualización

1.1. Nacimiento de las contraculturas

El término contracultura nace en Estados Unidos en los años 1960, como una respuesta de la juventud al fenómeno social que se vivía para esa época, por la guerra de Vietnam, expresando el rechazo a un sistema opresor convencional conservador, refiriéndose a las instituciones políticas y que a su vez modificaban los comportamientos sociales, ideológicas y culturales como familia, iglesia o escuela (Arce, 2008).

Por lo que Subirats, Fuster; Martínez, Belinguer y Salcedo (2014) afirman:

En los años sesenta y setenta el campo de la política se trasladó a los movimientos sociales, especialmente los estudiantiles y contraculturales. En los años ochenta y noventa volvieron a realizarse estudios empíricos de participación política centradas en el ámbito electoral, emergiendo simultáneamente la participación informal en subculturas y tribus urbanas (p.97).

La importancia de estos grupos se fundamenta en la necesidad de generar una crítica de cambio ante un sistema manejado por un grupo que controla el capital, y provoca desigualdad social. Estos grupos minoritarios son creados principalmente por jóvenes que buscan surgir dentro de estos sistemas de manera independiente, con sus propias características y defendiendo sus principios e ideales de acuerdo con sus tendencias de búsqueda de la verdad, rompiendo modelos sociales mediante el conocimiento de las estructuras tradicionales, por lo cual construyen su propia forma de interrelación social política y cultural.

Estos grupos se definen a sí mismos mediante un nombre que los respalde, tomando como ejemplo a la contra cultura punk y forman parte de un grupo conocido también como subcultura, tribu, culturas juveniles, entre otros, que llevan conceptos ideológicos, fundamentados en la historia, frente la sociedad para poder sustentar su razón de ser, pero para sus integrantes sirve para recalcar sus diferencias hacia los otros (Arce, 2008).

Para el correcto funcionamiento de estos grupos, es importante una adecuada convivencia entre ellos, de participación y afinidad ideológico, sin perder su legitimidad

como ser, que les permita el trabajo comunitario. Por otro lado, la importancia de un espacio físico que sea idóneo y que no detenga sus procesos educativos, retomando el hecho de que una contracultura ideológica va de la mano de una educación alternativa (Mager, 2004).

Zayas (2015), dentro de su ponencia en el 2º Encuentro Nacional de Gestión Cultural de Jalisco acota:

Existe entonces un grupo social de menor tamaño que mantiene un poder sobre las propuestas a las masas, se trata de un grupo hegemónico que origina diferencias y que inciden en gran medida en el movimiento artístico y de su valoración, atendiendo principalmente a la cultura del espectáculo y a la dispersión de productos que no requieren de un tiempo para la reflexión (p.3). En la actualidad, la necesidad del arte brinda la posibilidad de multiplicar las experiencias que crean comunidad e impulsan el pensamiento crítico alternativo en un espacio social (Roig, 2010).

Los proyectos culturales aportan al desarrollo comunitario, puesto que fomentan la participación de la población con el objetivo de mejorar las condiciones de vida. Estos proyectos dependen, en muchos de los casos, de los propios recursos lo que estimula a fomentar valores de ayuda mutua, cooperación y solidaridad e incentivan el trabajo colectivo y la defensa de intereses comunes (Cruz Batista, 2011).

Los centros culturales pueden estar desarrollando una o varias disciplinas artísticas, desde muestras de teatro, música y artes visuales, aunque podemos encontrar algunos otros que estén orientados a una sola actividad. (Roig, 2010).

1.2. Referentes de centros culturales en el mundo.

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco, 2012) un centro cultural tiene como objetivo promover valores culturales en los miembros de la comunidad en donde este se localiza. Funcionan en espacios donde se encuentran diferentes manifestaciones culturales que enriquecen a la vida cultural de la población local.

Por otra parte, los clasifica en comunitario, en donde participa la población local y permite la realización de varias actividades artísticas y culturales. Y en centros culturales públicos en donde cuentan con bibliotecas nacionales, auditorios y a veces exposiciones permanentes (Unesco, 2012).

El interés de este estudio de la Unesco (2012) llamado “¿Museo, centros culturales o ambos?” se enfoca en la primera clasificación, respecto a los centros culturales

comunitarios. Estos espacios son de convergencia artística, cultural y social, que busca una comunicación entre la comunidad y las contraculturas.

Esta es la principal diferencia de estos espacios con un museo donde todavía existe la separación del espectador con la obra. Estos centros por otra parte tienen una gran responsabilidad con su entorno, debiendo trabajar en forma conjunta con la gente del medio donde se encuentran ubicados, y buscan el mejoramiento de las condiciones sociales como la seguridad, la movilidad y el ornato.

Existen espacios que son ocupados (Okupa) que han logrado establecer una legalidad en sus funciones al demostrar su labor social. Al ser espacios comunitarios, existe la unión de varios colectivos que trabajan en un rango de actividades, aportando de esta manera al funcionamiento de la casa.

Como referentes de centros culturales a nivel mundial, esta investigación ha tomado los siguientes casos:

La Tabacalera (LTBC):



Figura 1. Foto La Tabacalera

Fuente: (Imagen extraída de página web La tabacalera, s/f)

Ubicación: Madrid – España

Antecedentes: La Tabacalera se ubica en una antigua fábrica de tabaco, de donde proviene su nombre, y es un proyecto que genera espacios de convivencia, oportunidades de encuentro entre grupos minoritarios.

Objetivo: invita a la participación de todo tipo de colectivos y personas para involucrarse y participar en el proyecto, lo cual da como resultado una convivencia y diversidad de personas que construyen un ecosistema intercultural, intergeneracional, interétnica, de géneros y excepciones sexuales y, en definitiva, por la heterogeneidad (La Tabacalera, 2018)

La Peña:



Figura 2. Foto La Peña

Fuente:(Imagen extraída de página web La Peña cultural center, s/f)

Ubicación: Berkeley – California

Antecedentes: La Peña es un proyecto iniciado por un grupo de latinos y norteamericanos como respuesta al golpe militar de Chile en 1973. Abrió sus puertas en 1975 y es un espacio cultural comunitario sin fines de lucro.

Objetivo: Apoyan a movimientos progresistas para mantener viva la cultura de los pueblos a través de eventos comunitarios, clases y talleres, con una visión global que promueve justicia social, participación artística y la relación intercultural (La Peña, 2018).

Centro Cultural Borges (CCB):



Figura 3.Foto Centro Cultural Borges

Fuente:(Imagen extraída de página web del Centro Cultural Borges, s/f)

Ubicación: Buenos Aires – Argentina

Antecedentes: Es un emprendimiento cultural creado por la Fundación de las Artes

inaugurado en octubre de 1995 y se encuentra dentro de las Galerías Pacífico, edificio de fines de siglo XIX declarado Monumento Histórico Nacional en 1989.

Objetivo: Promover y fomentar manifestaciones artísticas, culturales y políticas educativas, para difundir tanto en el país como en el exterior, nuestro patrimonio histórico, cultural y artístico.

Ofrecer experiencias culturales cuyo referente sea la calidad y que el público puede disfrutar de una amplia variedad de actividades, entre ellas: exposiciones, espectáculos, cine, seminarios, conferencias, programa educativo, talleres, eventos (Centro Cultural Borges, 2018)

1.3. Centros Culturales en Quito

Según el informe de gestión de cultura de los años 2010-2012 de centros culturales municipales del Distrito Metropolitano de Quito, un centro cultural es un espacio destinado a actividades que promueven y difunden cultura como conocimientos, saberes, valores, cosmovisión, manifestaciones artísticas que un colectivo ha generado, conservado y desarrollado históricamente y que permite su identidad y cohesión social y convivencia. Estos espacios son multidisciplinarios y su objetivo final es una educación no formal, a parte de la convivencia ciudadana, destinados a personas de diferentes edades y estratos sociales (Loaiza, 2012).

En la ciudad de Quito, el centro cultural considerado de mayor relevancia es el Centro Cultural Metropolitano (CCM), que cuenta con instalaciones temporales exposiciones, conferencias y actividades artísticas y permanentes, como museo de sitio.

1.3.1. Centros culturales independientes en Quito

La presencia de los centros culturales independientes en Quito, responden a la misma organización que los centros culturales mundiales y a la propuesta debatida por la Unesco (2012).

Para el desarrollo de este producto final se realizó una invitación a los centros culturales independientes, de los cuales aceptaron la invitación ocho, que geográficamente responden a las zonas de mayor atracción turística y cultural de la ciudad, Floresta, Centros Histórico y centro norte de la ciudad de Quito. Estos Centros son los siguientes:

Centro Cultural Arte DeMente

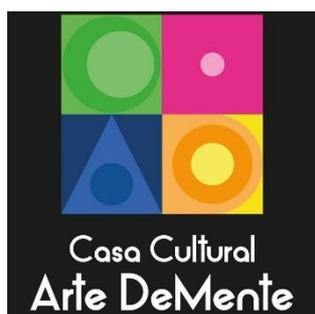


Figura 4. Logotipo ArteDemente
Fuente: Investigación de campo

Ubicación: Luis Cordero Oe2-17 sobre la Av. 10 de agosto. Quito

Antecedentes: El centro cultural nace en el 2017. En esta casa anteriormente funcionaba otro espacio cultural llamado Quitu Tambo, donde se convirtió en un espacio de vivienda comunitaria artística y realizan actividades culturales, enfocadas sobre todo en eventos musicales independientes.

Objetivo: Fue creado para que artistas de todas las ramas formen conexiones con otros artistas y el público en general y que a partir de este contacto se genere nuevas formas de expresión y de pensamiento crítico.

Necesidades: Mejorar la seguridad del sector en donde está ubicado. Mayor promoción de las actividades que realizan y de las funciones de la casa.

Centro Cultural Casa Catapulta



Figura 5. Logotipo Casa Catapulta
Fuente: Investigación de campo

Ubicación: Olmedo OE3 - 18 y Av. Guayaquil (Centro Histórico de Quito)

Antecedentes: Inicia en el año 2013 con el nombre de “LA CASA”, al obtener un comodato a favor del Grupo de Teatro “LA YAPA”. Desde el 2015 buscan generar una imagen a la casa y se convierte en la plataforma colaborativa con el nombre de “CATAPULTA”

Objetivo: Plataforma colaborativa que aglutina actividades educativas como escuelas para niños, talleres de música teatro danza. Apoyo social a grupos desplazados o minoritarios como mujeres de frente. Busca incentivar las actividades sociales mezclando con actividades artísticas, puesto que es una manera correcta de crear un mensaje más digerible.

Necesidades: Restauración y mantenimiento de las instalaciones que se encuentran ocupando. Necesidad de promoción de la casa.

Centro Cultural Casa Machankara



Figura 6. Logotipo Casa Machankara
Fuente: Investigación de campo

Ubicación: Av. Pedro Vicente Maldonado diagonal sentido sur Av. Sena (Rio Machangara)

Antecedentes: El centro cultural nace en el 2010 como un proyecto rústico de Centro Urbano con los colectivos YACUNDA y YACUPACHA; colinda con el puente de piedra del sector de la Recoleta. Machankara es una palabra originaria de los Shyris, quienes usaban la letra k y se transforma en Machángara con el proceso de colonización.

Objetivo: Defensa y tratamiento del río ya que el agua está contaminada y pestilente, las quebradas aledañas y el cauce del río lleno de basura. Actividades de sanación natural y medicina ancestral, eventos culturales artísticos y talleres de teatro.

Necesidades: Restauración y mantenimiento de las instalaciones, contar con seguridad por el alto índice de delincuencia del sector. Control de desechos, y emisión de contaminantes en el río. Difusión de eventos y actividades de la casa.

Centro Cultural Trude Sojka



Figura 7. Logotipo Trude Sojka
Fuente: Investigación de campo

Ubicación: Pasaje Müller (N24J) y Toledo, La Floresta

Antecedentes: Residencia de la artista plástica Trude Sojka, quien al fallecer sus hijos crean en su honor y con el fin de difundir su obra y su pensamiento acerca del holocausto forman el centro cultural en el 2010

Objetivos: Espacio de exposición permanente de la obra de la artista, cuadros, esculturas, muebles y la casa en sí mismo; Adicionalmente apoyar a los artistas jóvenes mediante la preparación de exposiciones y talleres, promover la cultura de la paz

Necesidades: Información acerca de las actividades y promoción del espacio para aumentar su concurrencia.

Centro Cultural Casa Pukara



Figura 8. Logotipo Casa Pukara
Fuente: Investigación de campo

Ubicación: 12 de octubre E4-194 y Yaguachi

Antecedentes: Nace en el 2008; proceso de casa ocupa tomado por el colectivo DIABLUMA, quienes buscaban la conservación de vestigios y restos ancestrales. La casa se encuentra en proceso de legalidad.

Objetivo: Espacio de convivencia artística y contracultural. Propiciar la defensa y brindan asesorías para la legalización del cannabis. Desarrollar propuesta de movilidad alternativa urbana.

Necesidades: Promoción y difusión de actividades. Legalidad del espacio físico.

Centro Cultural Nina Shunku



Figura 9. Logotipo Nina Shunku
Fuente: Investigación de campo

Ubicación: García Moreno y Morales. Plaza 24 de mayo.

Antecedentes: Fundada en el 2012, registrado en el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), en las antiguas instalaciones del Hospital Militar, Junto a lo que actualmente es el Museo de la Ciudad.

Objetivos: Comunidad de artistas, cineastas, gestores, diseñadores, comunicadores y cultores, que fomentan la integración comunitaria, intercultural para el desarrollo de un proceso autónomo sostenible; orientando sus labores en la revalorización de la memoria, historia e identidad de los pueblos originarios, patrimonio cultural tangible e intangible.

Necesidades: Restauración de espacio físico, mejora de condiciones de seguridad. Promoción y difusión de actividades.

Centro Cultural El Útero



Figura 10. Logotipo El Útero
Fuente: Investigación de campo

Ubicación: Reina Victoria N21 -255 esq. y Jerónimo Carrión. Quito

Antecedentes: Creado en el 2017, el espacio fue modificado para cumplir con todas las actividades artísticas, sociales y culturales como talleres, foros y espacios de exposición y ferias independientes.

Objetivos: Unir distintas artes en un centro en donde todas las ramas puedan converger con situaciones culturales y sociales. Existe un gran espacio para artistas y emprendimientos aparte de contar con espacios de apoyo a grupos minoritarios vulnerables.

Necesidades: Mejorar la comunicación de sus funciones hacia la población.

Centro Cultural Casa Uvilla



Figura 11. Logotipo Casa Uvilla
Fuente: Investigación de campo

Ubicación: Eustorgio Salgado y José Doroteo de Armero 235.

Antecedentes: Espacio físico ocupado, activo y autogestionado desde marzo del 2013. Conocido como plataforma de ideas, procesos, prácticas abiertas, experimentales y participativas con énfasis en la relación arte, espacio, comunidad, sin fines comerciales.

Objetivos: Punto de encuentro, exploración, convivencia, reciclaje y reflexión humana. Nació como un espacio auto gestionado, de trabajo voluntario y autónomo. Busca construir un lugar real y vivo, que tenga su propia dinámica, en el que se refugien las ideas tanto emergentes como periféricas, siendo su eje de trabajo el pedestal humano.

Necesidad: Legalización del espacio. Restauración y mantenimiento de las instalaciones, comunicación y difusión de sus eventos y actividades.

1.4 Diseño

1.4.1 Diseño de información

El diseño de información trabaja en la interpretación visual, en el ordenamiento y presentación de un mensaje, buscando una fusión entre la forma y contenido. En este punto el diseñador debe trabajar en la efectividad, en la belleza y en la economía de los mensajes (Frascara, 2006)

El diseñador no es el creador de la información, a diferencia de un artista visual, si no es un interprete de esta con el fin de que este contenido sea asequible para todo el público (Frascara,2006)

El problema fundamental del diseño gráfico, no es el acto comunicacional en sí. Si no el impacto que tenga en el público que recibe esta información. Por esto la composición visual es una herramienta que trasciende y debe estar conjugada con elementos humanos de determinadas condiciones en conocimiento, comunicación, estilo y hasta preferencias o gustos (Frascara, 2006)

Es decir, el diseñador gráfico, desarrollando un producto visual informativo, tiene la obligación de encontrar una comunicación y estética específica para un público seleccionado. Por lo cual se requiere de una investigación previa acerca de la información que se busca difundir. Desarrollando una imagen que sea entendida por el público participante, con el cual nos vamos a comunicar.

1.4.2 Diseño editorial

El objetivo del diseño editorial es comunicar o transmitir una idea o narración mediante la presentación de imágenes y palabras diagramadas de manera que sean llamativas al lector, con la finalidad de retener su atención, aparte de estructurar el material de una manera nítida y organizada. Todos estos elementos logran un producto final agradable, útil e informativa (Zapaterra, 2008).

Existen varios tipos de diseño editorial que van desde el periódico, un producto totalmente informativo y de opinión, revistas de gran tirada comerciales, refiriéndose a la venta en quioscos o supermercados con variedad de contenidos, microzines o publicaciones de producción baja, suplementos los cuales acompañan a una producción más grande como el periódico y por ultimo las revistas para clientes (Zapaterra, 2008).

Para el producto final de esta investigación se ingresará en tipo de producción microzine, puesto que este tipo de diseño editorial se basa en una publicación independiente al igual que su contenido. Este a su vez se divide en una publicación de colección, catalogada de esta manera por una baja producción de alta calidad y un alto costo (Zapaterra, 2008)

El fanzine es una publicación de bajo costo y considerada de contenido anti-diseño. Lo cual permite una apertura total de creación, por lo cual es considerada una tendencia grafica emergente y su influencia se extiende a ramas como las artes, la música, la moda o la arquitectura (Zapaterra, 2008).

El fanzine está formando un grupo cada vez más grande de adeptos, interesados en encontrar pensamientos alternativos a la realidad. Por otro lado, el fanzine es un medio impreso artesanal y de bajo costo, que permite ser un producto fácil de reproducir y de difundir dentro de librerías, eventos como ferias o presentaciones artísticas y galerías o tiendas de diseño.

Puede contener varios elementos, fusionar gráficos con un texto, o simplemente llevar en su interior imágenes, fotos o ilustraciones. La diagramación es totalmente libre, permitiendo comunicar un mensaje, informar acerca de un servicio, o simplemente ser un producto estético o artístico. Su producción dependerá de su autor por lo que puede ser realizado a mano con diferentes técnicas y escaneado en una fotocopidora para ser impreso en plotter, inclusive de manera digital e impreso de manera artesanal con procesos como la serigrafía, la xilografía, la risografía, entre otros.

Esta publicación genera una independencia total en su desarrollo y contenido. A parte que la manera de difusión o comercialización de este producto impreso está a cargo de una misma persona que cumple con todos los pasos que una editorial realizaría normalmente.

1.4.3 Ilustración

La ilustración es una imagen, que acompañada por un texto comunican una idea dentro de un producto editorial. Al ser un elemento visual, se la puede interpretar en una sola

ojeada y el tiempo de lectura es más corto porque está totalmente estática y completa frente al espectador (Durán, 2005)

La fusión de la imagen con el texto ayuda a una comprensión eficaz del mensaje que se busca transmitir, por lo que existe la necesidad de una investigación previa completa de todos los elementos informativos que se buscan transmitir en una sola mirada. Las ilustraciones dependen de la recolección de información que se realiza mediante una entrevista o un brief.

1.4.4 Código Q.R.

Un código QR es un sistema abierto de almacenamiento de información mediante una matriz de punto, que puede ser funcional de forma impresa o digital e interpretable por cualquier aparato que pueda captar imágenes y cuenta con el software adecuado para su lectura. (Huidrobo, 2009)

Este código, a diferencia del código de barras, puede almacenar mayor cantidad de caracteres y puede codificar desde información para web, promociones, publicidad, ubicación de empresas, ingreso a aerolíneas, entre otros. Este código es de forma cuadrada y de fácil identificación por su patrón de cuadros oscuros y claros en tres de sus esquinas. Su nombre son las iniciales de la frase en inglés Quick Response, en español respuesta rápida. (Huidrobo, 2009).

1.5 Revisión y análisis de investigaciones previas sobre el objeto de estudio

En los últimos años se encuentran tesis de titulación realizadas en universidades dentro y fuera del país, que abarcan temas sobre cultura, sociedad y procesos de ilustración y editoriales, como son las siguientes:

En la Universidad de Las Américas, Perez (2016) desarrolló un proyecto de titulación enfocando el diseño hacia un rol social comunitario, es decir la participación del país, creando una colección de fanzines sobre equidad de género el cual busca orientar al lector mediante la producción de mensajes lingüísticos y semióticos.

En la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Vergelín (2013) desarrolló una tesis de postgrado sobre un movimiento juvenil en el país, que nace como producto de los fenómenos culturales contemporáneos presentes en la ciudad de Quito, y que participan en los espacios culturales antes explicados. En esta investigación se muestra el desarrollo de una propuesta de diseño gráfico a partir de estudios de los elementos pertenecientes a la cultura punk. La cual, en la actualidad se torna como una contra cultura mixta entre nuestra realidad como país y la realidad extranjera.

En la Universidad de Las Américas Unida (2012) realizó una investigación sobre el uso de espacios urbanos como medio para el advertising en función a la fundación Museos de la Ciudad. En la cual se habla sobre la importancia de regresar al uso de la publicidad como eje principal, y no como una simple herramienta de uso del marketing. Cómo, mediante la fusión de la publicidad y el arte se puede crear una comunicación más impactante y estéticamente coherente con la ciudad. Finalidad principal: un manual informativo que ayude al ciudadano a conocer los correctos usos y las funciones que cumple la fundación Museos de la Ciudad.

Capítulo II

Marco metodológico y diagnóstico de necesidades

2.1. Enfoque metodológico de la investigación

Para llegar al producto final que reflejó la investigación realizada, se necesitó obtener información de un público que maneje y sea usuario frecuente de los espacios culturales. Esta información recolectada fue transformada en un contenido visual, que forma parte de la ilustración final de cada uno de estos espacios culturales. Por otro parte, se necesitó recolectar información sobre el conocimiento de la industria cultural y la existencia de estos espacios con un público en general, justificando la necesidad de esta guía como promoción cultural.

Por esta razón, el enfoque metodológico de esta investigación es de carácter mixto, utilizando varios recursos audiovisuales que fortalezca los resultados numéricos.

Los diseños mixtos permiten, a las investigadoras y a los investigadores, combinar paradigmas, para optar por mejores oportunidades de acercarse a importantes problemáticas de investigación. En ese sentido, señalan que la investigación mixta se fortaleció, al poder incorporar datos como imágenes, narraciones o verbalizaciones de los actores, que, de una u otra manera, ofrecían mayor sentido a los datos numéricos (Pérez, 2011, p.19).

2.2. Población, unidades de estudio y muestra

La población de esta investigación son los usuarios de los centros culturales de la ciudad de Quito, que realicen actividades permanentes. Con foco en los coordinadores de los espacios, obviando su profesión, género o edad, puesto que estos espacios buscan generar una apertura total de cultura. Es así que a través de la educación artística multicultural se busca que la gente se familiarice con las contribuciones que los artistas y el arte generan a las culturas (Chalmers, 2003).

La selección de los centros culturales de la ciudad de Quito se realizó tomando en cuenta las siguientes características:

- La mayoría de los centros culturales se encuentran en la zona de mayor afluencia turística y concentración cultural, las cuales son La Mariscal y el Centro Histórico de la ciudad de Quito.

- Se contó con la apertura de los coordinadores de los espacios para obtener toda la información necesaria para esta investigación.
- Estos espacios cuentan con actividades artísticas variadas que incentivan a un público general a participar de ellas.

La muestra seleccionada fue del tipo intencional, puesto que se realizó entrevistas a los coordinadores de los centros culturales que se encuentren ejecutando actividades en estos espacios.

Mientras que, para la encuesta se tomó una muestra aleatoria la que se difundió a un grupo social en general, mediante Facebook, en grupos de eventos culturales y grupos variados de WhatsApp. Se tomó en cuenta una edad promedio de 18 años hasta los 45 años, considerando este rango de edad como los principales usuarios que buscan información acerca de eventos en la ciudad de Quito.

2.3. Indicadores

Para el desarrollo de la guía ilustrada, se necesitó información más detallada del uso del espacio de los centros culturales, a su vez, los colectivos que participan y las labores con la sociedad que estos fomentan. Incluyendo el tipo de comunicación que realizan para mostrar sus actividades. Por otro lado, conocer que tan informada esta la sociedad acerca de la industria cultural, con el fin de justificar que tan necesaria es la creación de una promoción más comercial, por lo que los indicadores del diagnóstico de esta investigación son:

1. Conocimiento de la existencia de la industria cultural en Quito
2. Conocimiento de la existencia de los centros culturales en Quito
3. Tipo de eventos que frecuenta la gente de Quito.
4. Aporte de los centros culturales en la sociedad
5. Asistencia del público a eventos culturales
6. Elementos distintivos de cada centro cultural
7. Representaciones gráficas y fotografías de los espacios de los centros culturales

2.4. Métodos y técnicas

Para la investigación se emplearon las siguientes técnicas:

Entrevista:

Se realizó una entrevista semiestructurada a los coordinadores o administradores de los centros culturales de la ciudad de Quito sobre elementos sociales, promocionales y visuales, para obtener la información completa sobre su funcionamiento y desarrollo. Se quedó en una fecha y en una hora específica con cada coordinador dentro del centro cultural, puesto que ellos permitieron el acceso a todas las áreas. Este proceso de entrevistas fue la base completa del producto final de esta investigación, porque esta información se interpretó para realizar la ilustración de cada espacio.

Encuesta:

Se realizó una encuesta en Internet a un público desde los 18 años de edad, en redes sociales y WhatsApp, para conocer las actividades que realizan en su tiempo libre, o el tipo de medios de comunicación que los mantiene informados acerca de estos. Entre otras cosas, el saber cuán informado está acerca de la existencia de los centros culturales en Quito y el interés sobre la guía ilustrada.

Observación:

En la visita a los centros culturales se registró y observó elementos particulares mediante bosquejos (dibujos rápidos) y fotografías del espacio físico y actividades que se realizaron en ese momento.

2.5. Formas de procesamiento de la información

2.5.1 Tabulación de encuestas

Después de publicar la encuesta en redes sociales y WhatsApp, 113 personas la respondieron, resaltando la siguiente información por pregunta:

1. ¿Qué actividades realiza en su tiempo libre?

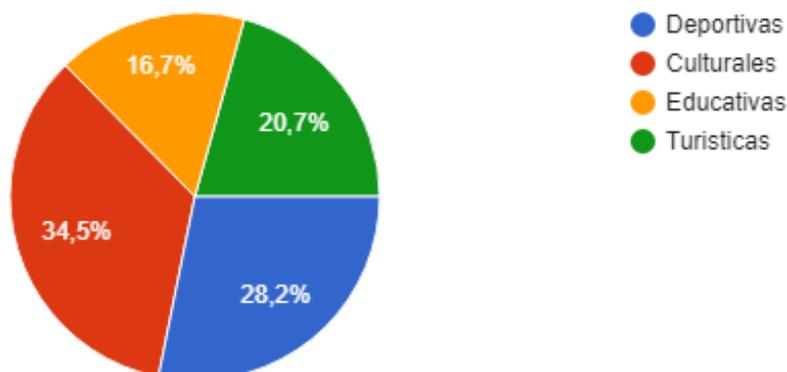


Gráfico 1 Actividades que realiza en su tiempo libre
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Guido André Pintado Astudillo

Como se puede apreciar en la imagen, la respuesta arrojó como conclusión que las principales actividades realizadas son las culturales con 34,5%, seguida por las actividades deportivas con 28,2%, en las actividades turísticas 20,7% en las actividades educativas 16,7% en último lugar.

2. ¿Cuál es su principal medio de información sobre las actividades que se realizan en la ciudad?

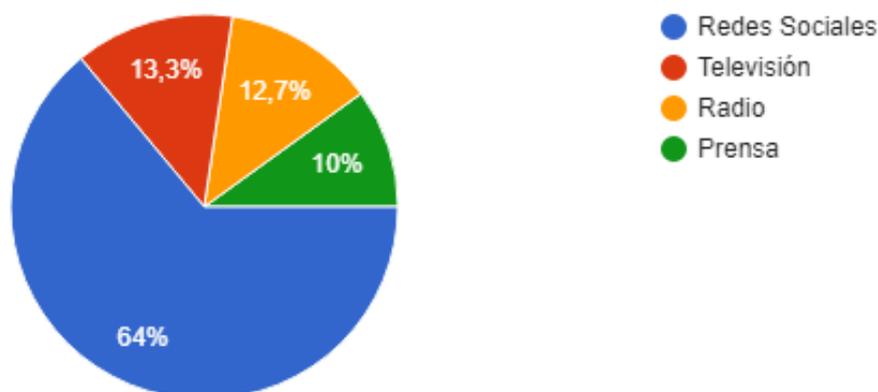


Gráfico 2 Principal medio de información
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Guido André Pintado Astudillo

Como se puede observar en la imagen, del total de 113 encuestados, el 64% refleja el uso de redes sociales como el principal medio de comunicación para encontrar actividades en

la ciudad de Quito, seguida de la televisión con un 13,3%, el uso de la radio en un 12,7% y por último la prensa con 10%

3. ¿Sabe usted que es un centro cultural independiente y cuáles son sus funciones?

Como se puede apreciar en la imagen, de los 113 encuestado, 62 respuestas (54,9%) desconocen que es un centro cultural y cuáles son sus funciones, en este caso las personas continuaron con la pregunta 5.

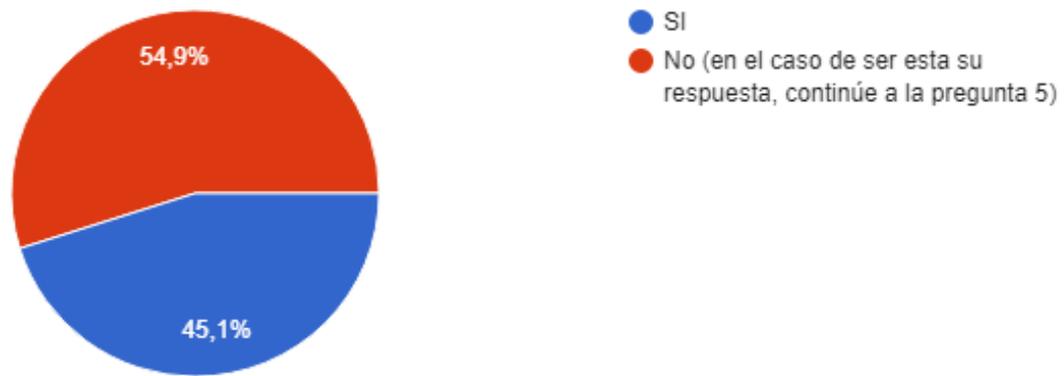


Gráfico 3 Que es centro cultural
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Guido André Pintado Astudillo

4. ¿Ha visitado algún Centro Cultural independiente en Quito? Escriba el nombre de alguno.

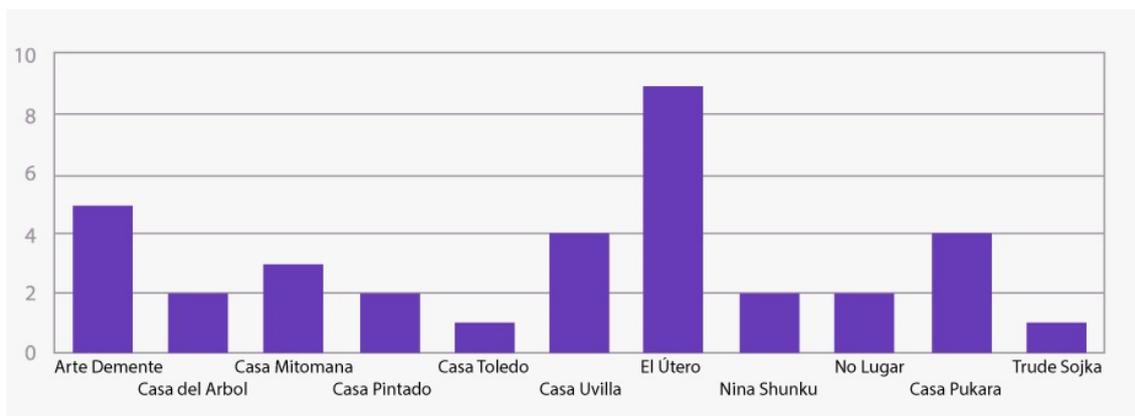


Gráfico 4 Ha visitado algún centro cultural
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Guido André Pintado Astudillo

En esta pregunta, y como se puede ver en el gráfico, el desconocimiento de los espacios culturales es mayor al número de personas que respondieron acerca del conocimiento de sus funciones. De 113 encuestados, 50 personas nombraron a algún centro que consideraban centro cultural. Pero en total 35 personas coincidieron con una respuesta correcta. En la gráfica, El Útero, el cual ingresa dentro de este proyecto, tiene mayor reconocimiento de las personas.

5. ¿Le gustaría obtener información acerca de los Centros Culturales y sus actividades? Como se observa en la gráfica, de la pregunta final, 91,9% les gustaría recibir información de los espacios culturales de la ciudad de Quito.

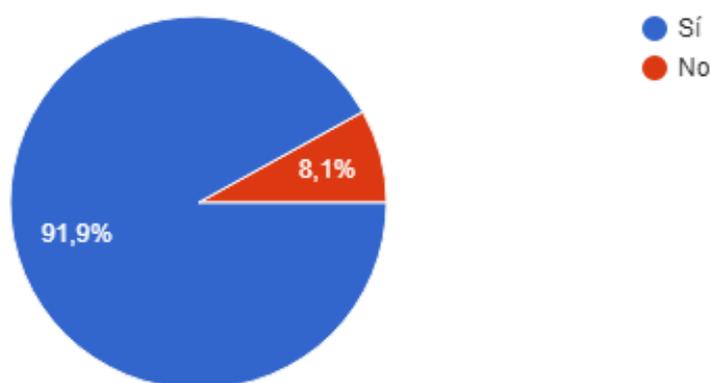


Gráfico 5 Le gustaría recibir información de los espacios culturales de Quito
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Guido André Pintado Astudillo

2.5.2 Análisis de entrevista

Las entrevistas se realizaron en cada centro cultural y a la hora acordada con los coordinadores. Pero existieron casos particulares en donde se envió la entrevista vía mail, porque no contaban con la disposición de tiempo para realizarlas. En ese caso el registro fotográfico se realizó en otra fecha. El tipo de comunicación que se maneja con ellos es muy jovial y participativa, puesto que tienen un gran interés de que surjan proyectos que pongan en conocimiento las actividades que ellos realizan.

CATAPULTA

Información general

Dirección: Olmedo OE3 - 18 y Av. Guayaquil (Centro Histórico de Quito)

Mail: espaciocatapulta.talleres@gmail.com

Facebook: @lacasacatapulta

1. ¿Por qué razón lo nombraron de esta manera al centro cultural?

Se le llamó “CATAPULTA” por ser un emprendimiento que genera cantidad de ideas y proyectos que han despegado del espacio y han logrado continuar con sus actividades.

2. ¿Objetivo del espacio cultural?

CATAPULTA es una plataforma colaborativa que aglutina actividades educativas como escuelas para niños, talleres de música teatro danza. Apoyo social a grupos desplazados o minoritarios como mujeres de frente. Busca incentivar las actividades sociales mezclando con actividades artísticas, puesto que es una manera correcta de crear un mensaje más digerible.

3. ¿Este centro cultural tiene alguna historia de importancia o qué sea representativa al lugar? Inicia en el 2013 con el nombre de “LA CASA”, al obtener un comodato a favor del Grupo de Teatro “LA YAPA”. Desde el 2015 buscan generar una imagen a la casa y se convierte en la plataforma colaborativa con el nombre de “CATAPULTA”

Funciona de lunes a jueves en horario de 8h30 a 20h00; y de viernes a domingo de 9h00 hasta las 23h30; el Centro Cultural evita generar molestias de ruido al vecindario.

4. ¿Qué necesidades tiene este espacio cultural y cuáles son sus carencias, para poder contar con un mejor funcionamiento?

Requiere recuperar áreas como la cocina para brindar mayor servicio y apoyo a los usuarios. Hay carencia de fondos para el desarrollo de planes y proyectos de beneficio social. A parte de una limitación constructiva por ser considerada patrimonio cultural.

5. ¿Qué elementos informativos le gustaría mostrar dentro de la guía ilustrada para fomentar la promoción de estos espacios culturales?

Facebook, número de teléfono

6. ¿Qué colectivos artísticos y sociales participan dentro del centro cultural?

Escuelas Feministas; Mujeres del Frente; Teatros; Voluntariado; Biblioteca y Plataforma Colaborativa, entre otros.

7. ¿Existe una red o un grupo de centros culturales que respalde las actividades realizadas dentro de estos espacios?

En la actualidad no.

8. ¿Qué elementos visuales vienen a su mente cuando habla de este centro cultural?

Una catapulta que lanza muchas ideas culturales, artísticas y sociales.

EL ÚTERO ESPACIO SOCIO CULTURAL

Información general

Dirección: Reina Victoria N21 -255 esq. y Jerónimo Carrión. Quito

Teléfono: 099 269 1238

Mail: eluteroespaciocultural@gmail.com

Facebook: @eluteroespaciosociocultural

1. ¿Por qué razón lo nombraron de esta manera este centro cultural?

Por considerar a este espacio como un órgano creador; un espacio en donde todo se fecundan ideas artísticas y después de un tiempo estas nacen.

2. ¿Cuál es el objetivo de la creación de este espacio cultural?

Unir distintas artes, un centro en donde las artes puedan converger con situaciones culturales y sociales. Existe un gran espacio para artistas.

3. ¿Este centro cultural tiene alguna historia de importancia o qué sea representativa al lugar? Fue creado en el 2017, el espacio fue modificado para cumplir con todas las actividades que cuentan. No han tenido mayor participación del barrio, pero las actividades tipo ferias llaman mucho la atención y hay gente que ingresa por eso.

4. ¿Qué necesidades tiene este espacio cultural y cuáles son sus carencias, para poder contar con un mejor funcionamiento?

Falta reforzar lazos sociales con la vecindad, comunicación con el barrio.

5. ¿Qué elementos informativos le gustaría mostrar dentro de la guía ilustrada para fomentar la promoción de estos espacios culturales?

Facebook y mail.

6. ¿Qué colectivos artísticos y sociales participan en el centro cultural?

Colectivos de unidades minoritarias de: trabajo social, Fundaciones, Feministas, Reciclaje, Jóvenes, Coalición de Trabajadoras Sexuales, talleres, ferias.

7. ¿Existe una red o un grupo de centros culturales que respalde las actividades realizadas dentro de estos espacios?

No necesariamente, cada espacio trata de subsistir independientemente y algunas veces se coordina con otros Centros Culturales.

8. ¿Qué elementos visuales vienen a su mente cuando habla de este centro cultural?

Triángulos que fusionados se convierte en fragmentos de un círculo. Por otro lado, el Útero como tal por el nacimiento de proyectos. Los colores Naranja, Turquesa. Un espacio en donde todo es posible, todo nace.

MACHANKARA

Información general

Dirección: Av. Pedro Vicente Maldonado diagonal sentido sur Av. Sena

Mail: casamachankara@gmail.com

Facebook: @casamachankara

1. ¿Por qué razón lo nombraron de esta manera este centro cultural?

El predio se encuentra junto al río Machángara, colinda con el puente de piedra del sector de la Recoleta. Machankara es una palabra originaria de los Shyris, quienes usaban la letra k y se transforma en Machángara con el proceso de colonización.

2. ¿Cuál es el objetivo de la creación de este espacio cultural?

La defensa y tratamiento del río ya el agua está contaminada y pestilente, las quebradas aledañas y el cauce del río lleno de basura. Actividades de sanación natural y medicina ancestral.

3. ¿Este centro cultural tiene alguna historia de importancia o qué sea representativa al lugar? El centro cultural nace en el 2010 como un proyecto RÚSTUCO de Centro Urbano con los colectivos YACUNDA y YACUPACHA

4. ¿Qué necesidades tiene este espacio cultural y cuáles son sus carencias, para poder contar con un mejor funcionamiento?

Es necesario integrar a la vecindad, a la juventud, la comunidad tiene que concienciar el daño que se le hace al agua. No existe seguridad en el sector por parte de la policía nacional. Existe una invasión que viven en el puente y que generan inseguridad.

5. ¿Qué elementos informativos le gustaría mostrar dentro de la guía ilustrada para fomentar la promoción de estos espacios culturales?

Facebook.

6. ¿Cuántos colectivos artísticos y sociales participan dentro del centro cultural?

Escuela de Teatro, de medicina ancestral, cultivos orgánicos e identidad.

7. ¿Existe una red o un grupo de centros culturales que respalde las actividades realizadas dentro de estos espacios?

Existió un proyecto que generó actividades dentro del Inti Raimy. Los grupos y centros culturales con énfasis en identidad cultural, tradición, costumbrismo tuvieron participación.

8. ¿Qué elementos visuales vienen a su mente cuando habla de este centro cultural?

El agua es primordial por la búsqueda de la sanación, y la unicon de la pacha mama. El sol es el fuego que ayuda al crecimiento de la flora, la serpiente como fecundidad de la tierra, puesto que se encarga de arrastrar las semillas y dar vida. A parte de la Sanación, en agua limpia y pura. Todo esto se convierte en la fuerza de la naturaleza.

PUKARA

Información general

Dirección: 12 de Octubre E4-194 y Yaguachi casa grafiteada frente a la Asamblea Nacional.

Teléfono: 098 734 4391

Mail: casapukara@gmail.com

Facebook: @casapukara

1. ¿Por qué razón lo nombraron de esta manera al centro cultural? Porque nace en proceso de defensa de los vestigios arqueológicos en el sector de la Avenida Mariana de Jesús.
2. ¿Cuál es el objetivo de la creación de este espacio cultural? Investigar y defender el patrimonio Arqueológico de Quito.
3. ¿Este centro cultural tiene alguna historia de importancia o qué sea representativa al lugar? El centro cultural nace en el 2008 como PUKAYANA - QUITO RAYMI – DIABLUMA; buscan lugares abandonados para recuperarlos, es así como llegan a ser ocupantes de una casa abandonada. (se encuentran al borde de la legalidad).
4. ¿Qué necesidades tiene este espacio cultural y cuáles son sus carencias, para poder contar con un mejor funcionamiento? Obtener permisos para operar y la tenencia del predio vía comodato.
5. ¿Qué elementos informativos le gustaría mostrar dentro de la guía ilustrada para fomentar la promoción de estos espacios culturales? Facebook,
6. ¿Cuántos colectivos artísticos y sociales participan dentro del centro cultural?
Pukara es una diversidad de causas, aquí se desarrollan eventos culturales, artísticos, académicos, realizados por los siguientes colectivos: CLETA ENDIABLADA, ECUADOR CANNÁBICO, Escuela de artes marciales.
7. ¿Existe una red o un grupo de centros culturales que respalde las actividades realizadas dentro de estos espacios?

Existió una red cultural que generó eventos dentro del Inti Raimy, formada por la casa cultural Nina Shunku, la cual formó una especie de red cultural, pero en la actualidad no existe, cada casa cultural se encarga de gestionar las actividades realizadas en el espacio.

8. ¿Qué elementos visuales vienen a su mente cuando habla de este centro cultural?

Pucará y la defensa de la arqueología de Quito, la bicicleta y actividades propias, Legalización del Cannabis. Las artes marciales. No existe limitación de colores

TRUDE SOJKA

Información general

Dirección: Pasaje Müller (N24J) y Toledo, La Floresta

Teléfono: 0998733572

Mail: casaculturaltrudesojka@gmail.com

Facebook: @trudesojka

1. ¿Por qué razón lo nombraron de esta manera este centro cultural?

En honor a la artista pintora y escultora sobreviviente del holocausto.

2. ¿Cuál es el objetivo de la creación de este espacio cultural?

Crear un sitio para exponer la obra de la artista, cuadros, esculturas, muebles y la casa en si mismo; Ayudar a los artistas jóvenes mediante Talleres, promover la construcción de la PAZ.

3. ¿Alguna historia de importancia o qué sea representativa al lugar?

Se funda después del fallecimiento de la artista Trude Sojka, quien vivía ahí, como un homenaje a su trabajo y a su lucha.

4. ¿Qué necesidades tiene este espacio cultural y cuáles son sus carencias, para poder contar con un mejor funcionamiento? Incorporarse en las redes sociales, incorporarse a la informática y al internet para difundir las actividades culturales del centro.

5. ¿Qué elementos informativos le gustaría mostrar dentro de la guía ilustrada para fomentar la promoción de estos espacios culturales?

Facebook, números de contacto, dirección de la casa.

6. ¿Cuántos colectivos artísticos y sociales participan dentro del centro cultural?

No cuenta con colectivos

7. ¿Existe una red o un grupo de centros culturales que respalde las actividades realizadas dentro de estos espacios? Tuvo un apoyo gubernamental del Ministerio de Cultura. En la actualidad no existe ningún tipo de apoyo.

8. ¿Qué elementos visuales vienen a su mente cuando habla de este centro cultural?

El ave fénix, que está presente en su logo, ya que la artista cuenta con dos obras fundamentales, el ave después del holocausto nazi, la cual esta con la mirada hacia el piso, es una obra realizada en su llegada al Ecuador. Años más tarde crea otra obra de un pájaro saliendo del fuego, renaciendo de las llamas. Sojka es un tipo de ave europea que tiene colores blanco y azul, por lo que el centro cultural se encuentra pintado con esos colores.

Casa Uvilla

Información general

Dirección: Eustorgio Salgado y José Doroteo de Armero 235. Quito

Teléfono: 0998733572

Mail: casauvillacentrocultural@gmail.com

Facebook: @casa uvilla

1. ¿Por qué razón lo nombraron de esta manera este centro cultural?

Cuando la casa fue tomada, ya que este es uno de los procesos reales de casa okupa, el terreno estaba lleno de plantas de uvilla. Por esta razón se la nombró así.

2. ¿Cuál es el objetivo de la creación de este espacio cultural?

La Casa Uvilla Centro Cultural es un punto de encuentro, exploración, convivencia, reciclaje y reflexión humana. Nació como un espacio auto gestionado, de trabajo voluntario y autónomo. Busca construir un lugar real y vivo, que tenga su propia dinámica, en el que se refugien las ideas tanto emergentes como periféricas, siendo su eje de trabajo el pedestal humano.

3. ¿Este centro cultural tiene alguna historia de importancia o qué sea representativa al lugar? La casa se formó hace 5 años cuando uno de los creadores de la idea original del espacio estaba caminando hacia la facultad de comunicación, en donde estudiaba. Al pasar por la casa se dio cuenta de que esta llevaba mucho tiempo abandonada, por lo cual decidió comenzar con el proyecto de la casa uvilla. La casa estaba abandonada por un problema de herencia familiar.

4. ¿Qué necesidades tiene este espacio cultural y cuáles son sus carencias, para poder contar con un mejor funcionamiento?

La convivencia de las personas y las tareas que cada una de estas debe realizar en el espacio son fundamentales para su correcto funcionamiento, por esta razón es importante tener una buena coordinación, tanto de la residencia, como de espacio destinado para eventos y talleres.

La gente desconoce la facilidad que tiene de llegar al centro cultural porque todas las rutas de bus llegan al mismo punto y les dejan en la esquina de la calle donde está ubicado.

5. ¿Qué elementos informativos le gustaría mostrar dentro de la guía ilustrada para fomentar la promoción de estos espacios culturales

El Facebook cuenta con toda la información acerca de los eventos que se realizan. Enfatizar en la facilidad que existe de llegar al espacio desde transporte público.

6. ¿Cuántos colectivos artísticos y sociales participan dentro del centro cultural?

Casa Uvilla cuenta con teatros, colectivos sociales, residencia artística, huerto y espacios verdes, laboratorios audiovisuales y editoriales.

7. ¿Existe una red o un grupo de centros culturales que respalde las actividades realizadas dentro de estos espacios?

No existe en la actualidad, pero es importante que exista una red de espacios culturales en general, porque la promoción que cuentan los espacios que tienen apoyo del gobierno o entidades públicas genera promoción en los espacios independientes.

8. ¿Qué elementos visuales vienen a su mente cuando habla de este centro cultural?

La planta de uvilla como tal por la fuerza biológica que tiene su raíz, a tal punto de romper cementación alguna a su paso. Su naturaleza y vigor, fuente de energía y ejemplo para el espacio.

Casa cultural ArteDemente

Información general

Dirección: Luis Cordero Oe2-17 sobre la Av. 10 de agosto. Quito

Teléfono: 0998765430

Mail: casaartedemente@gmail.com

Facebook: @casaartedemente

1. ¿Por qué razón lo nombraron de esta manera este centro cultural?

Arte DeMente es una analogía del pensamiento expresado en forma de arte y cultura. Todo se crea desde el subconsciente. Arte DeMente trata de compartir espacios de desarrollo de actividades artísticas variadas.

2. ¿Cuál es el objetivo de la creación de este espacio cultural?

Este es un espacio creado para que artistas de todas las ramas formen conexiones con otros artistas y el público en general y que a partir de este contacto se genere nuevas formas de expresión y de pensamiento.

3. ¿Este centro cultural tiene alguna historia de importancia o qué sea representativa al lugar?

El centro cultural nace en el 2017. En esta casa anteriormente funcionaba otro espacio cultural llamado Quitu Tambo, donde se convirtió en un espacio de vivienda comunitaria artística.

4. ¿Qué necesidades tiene este espacio cultural y cuáles son sus carencias, para poder contar con un mejor funcionamiento?

Mejorar la seguridad del sector donde se encuentra ubicado, a parte del desconocimiento de la ubicación geográfica, aunque es un sector céntrico, pero es un pasaje secundario sin mayor actividad tras la Av. Colón.

5. ¿Qué elementos informativos le gustaría mostrar dentro de la guía ilustrada para fomentar la promoción de estos espacios culturales

Sobre todo, redes sociales, principalmente el Facebook y contactos telefónicos y dirección exacta.

6. ¿Cuántos colectivos artísticos y sociales participan dentro del centro cultural?

Casa ArteDemente está abierta a propuestas artísticas y culturales. La mayoría de eventos realizados van desde la danza, el dibujo la pintura. Contamos con espacios de locación para filmación. Estudio de sonido, entre otras cosas.

7. ¿Existe una red o un grupo de centros culturales que respalde las actividades realizadas dentro de estos espacios?

No existe en la actualidad.

8. ¿Qué elementos visuales vienen a su mente cuando habla de este centro cultural?

La música, el cine, la feminidad, la danza, todo el arte que sale de tu cuerpo y de tu mente.

Nina Shunku

Información general

Dirección: García Moreno y Morales. Plaza 24 de Mayo.

Teléfono: 022571864

Mail: info@ninashunku.org

Facebook: @ninashunku

1. ¿Por qué razón lo nombraron de esta manera este centro cultural?

Nina significa fuego en quechua y Shunku es corazón. Por lo tanto, este centro cultural es el corazón de fuego. Nina Shunku desempeña procesos desde el año 2008 desde el festival de arte y cultura Sarta Indígena (2008 - 2012) que tuvo convocatoria de 3000 artistas, 100 gestores culturales, generando 40 intervenciones en Quito, 3 ediciones y procesos activos en Pichincha.

2. ¿Cuál es el objetivo de la creación de este espacio cultural?

Somos una comunidad de artistas, cineastas, gestores, diseñadores, comunicadores y cultores, queremos fomentar la integración comunitaria, intercultural e intergeneracional, para desarrollar procesos autónomos sostenibles y sustentables de fortalecimiento de las identidades, equidad social, participación ciudadana, políticas públicas, protección, defensa y exigibilidad de derechos humanos, salud y educación, trabajamos junto a la comunidad a través de la construcción de espacios de desarrollo integral para el fortalecimiento de las potencialidades y la cohesión del tejido social en función del buen vivir y la transformación social. Nuestra labor está orientada en la revalorización de la

memoria, historia e identidad de los pueblos originarios, comunidades, barrios, patrimonio cultural tangible e intangible; al ser humano y la naturaleza.³ ¿Este centro cultural tiene alguna historia de importancia o qué sea representativa al lugar?

4. ¿Qué necesidades tiene este espacio cultural y cuáles son sus carencias, para poder contar con un mejor funcionamiento?

Mayor difusión de las actividades que se realizan dentro del espacio.

5. ¿Qué elementos informativos le gustaría mostrar dentro de la guía ilustrada para fomentar la promoción de estos espacios culturales

Facebook y contactos en general.

6. ¿Cuántos colectivos artísticos y sociales participan dentro del centro cultural?

Está conformado por 13 colectivos multidisciplinarios, nuestro trabajo está orientado a la integración comunitaria, intercultural e intergeneracional, para desarrollar procesos de fortalecimiento, equidad social, participación ciudadana, políticas públicas, protección, defensa de derechos humanos, salud, educación y cultura a través de la construcción de espacios de desarrollo integral para el fortalecimiento de las capacidades de la comunidad en función del buen vivir.

7. ¿Existe una red o un grupo de centros culturales que respalde las actividades realizadas dentro de estos espacios?

El festival Sarta Indígena que duro desde el 2008 hasta el 2012 logró fusionar varios espacios como red cultural, pero en la actualidad no existe alguna actividad que sustente una formación y permanencia de la misma.

8. ¿Qué elementos visuales vienen a su mente cuando habla de este centro cultural?

El fuego, las costumbres ancestrales, la lucha del pueblo, el conocimiento de tradiciones ancestrales, fusionadas con esta nueva era artistica.

2.6. Regularidades del diagnóstico realizado

El grupo de personas que participó en la encuesta no conocía la diferencia de un centro cultural independiente con los espacios culturales que genera el Estado, ni las actividades que en se realizan, pero no se cierran a conocerlos o visitar estos espacios.

Por otro lado, Facebook es la principal red social que utilizan los centros culturales, sin embargo, en algunos se encontró un equipo de trabajo que se encarga de la comunicación vía mailling masivo o páginas web, blogs o WordPress.

No existe una red de centros culturales, por lo que cada espacio realiza sus actividades y eventos independientemente. Pero confirman la necesidad de contar con una red que promueva sus actividades de una manera ordenada a su público objetivo.

El producto final, en referencia a la guía informativa, se consideró necesario por parte del público y por los usuarios de los centros culturales que abrieron sus puertas permitiendo un registro fotográfico e informativo completo. Por otro lado, no tienen conocimiento de alguna publicación que los promueva.

Las condiciones físicas de la mayoría de los centros culturales se ven descuidadas por la falta de recursos para poder trabajar el espacio y adecuarlo totalmente a las actividades de los usuarios. Pero generan jornadas de trabajo con la gente que quiera involucrarse para poder adecuar los espacios que más requieran ser modificados.

Se confirmó que las actividades que se realizan en los centros culturales son dirigidas por un grupo de colectivos, que a su vez producen talleres o eventos con la finalidad de mantener el espacio.

De la observación realizada el momento de la visita, se pueden concluir que la mayoría de ellos tienen sus espacios subutilizados, por la baja concurrencia del público, existiendo excepciones como el Útero o Nina Shunku

Capítulo III

Producto: Guía ilustrada de centros culturales Alternativas-Alternativas

3.1 Propuesta y conceptualización

La investigación previa no solo reveló la falta de información que existe sobre las actividades realizadas por los centros culturales, sino también el desconocimiento de la gente acerca de su presencia en la ciudad.

El producto final de esta investigación será un fanzine que fusiona componentes informativos con la ilustración como un elemento dinámico y atractivo al lector. El fanzine responde a un medio de comunicación alternativo usado en los centros culturales como medio de difusión artística y su contenido será totalmente ilustrado.

Dentro de esta investigación, se consideró el desarrollo de una guía para la difusión y promoción usando como medio un fanzine el que responde a la necesidad de ubicar los diferentes escenarios en donde se produce la cultura y la contracultura, para que el usuario tenga un instrumento fácil para acceder a los eventos.

Cada centro cultural tendrá una ilustración a color de autoría propia, en donde se muestran desde un imaginario las actividades que realizan o elementos visuales que ayuden a su fácil interpretación del espacio. Estas a su vez están acompañadas de una breve reseña de sus actividades, su ubicación, número de teléfono y redes sociales. En este caso la entrevista reveló que el Facebook es la principal red social puesto que en la ciudad de Quito la mayoría de los eventos y locales se encuentran gracias a este medio. Por último, para vincular herramientas digitales de búsqueda por medio de un Smart Phone se integró un código QR. incorporada en la información de cada centro cultural.

Como es un fanzine que muestra una guía informativa de cultura, cuenta también con un mapa del centro y centro norte de Quito, este mapa vincula cada centro cultural con su localización geográfica, ubicando también espacios culturales como escenarios, museos, cafeterías culturales, entre otros mediante una referencia numérica, correspondiente al listado adjunto. Este mapa tiene un acabado en cromática y línea similar a las ilustraciones del fanzine, para que exista la coincidencia gráfica.

Esta guía busca difundir y unir todos estos espacios, con el fin de generar una red de centros culturales independientes, que puedan mantener sus funciones activas gracias a una promoción alternativa. Para lograrlo, se debe generar un producto único, fácil de armar, atractivo al usuario y, sobre todas las cosas, de bajo costo para que su difusión sea

posible de manera gratuita o con un costo al público que permita la producción de una nueva tirada, para llegar a más personas.

La ilustración predominará dentro de esta publicación por ser un componente que permite abstraer de una manera atractiva al lector la información registrada acerca de los centros culturales por medio del dibujo, el color y la composición. En este caso, el texto se convierte en un acompañante de lo que la imagen no puede comunicar. Temas más puntuales como la ubicación física del espacio, sus contactos telefónicos, redes sociales, a más de generar breves reseñas acerca de los espacios. Puesto que el fanzine busca captar la atención del usuario, se vinculan los elementos que integran la ilustración de cada centro cultural, como colectivos, actividades o tendencias ideológicas y culturales, invitándolos a conocer más acerca de estos espacios.

3.2 Proceso de realización

Guía de centros culturales “Alternativas-Alternativas”.



Figura 12. Logo de “Alternativas - Alternativas”
Foto Centro Cultural Borges
Fuente: Investigación de campo

El nombre repite la palabra alternativas dos veces detallando que son actividades diferentes a las existentes cotidianamente. A más de vincular todas las ramas artísticas que tienen menos difusión y otras actividades que no necesariamente se vinculen al arte pero que generen conocimientos, o cambios ideológicos dentro de la ciudad. En la imagen principal la palabra alternativas es una unión de varias tipografías generando volumetría y movimiento al leerla. La virgen del panecillo es un icono importante de nuestra ciudad,

por lo que es principal elemento de esta propuesta. En este caso la virgen tiene una postura corporal relajada, sosteniendo un pedazo de cadena suelta, representando la liberación de conceptos ideológicos.

Alternativas-Alternativas es un fanzine de guía ilustrada que cuenta con los siguientes elementos:

- Portada con símbolos costumbristas de Quito.
- Información general de la guía y mapa
- Guía con 18 páginas con ilustración e información de cada centro cultural que participó del proyecto, la cual incluye la reseña de cada espacio y un código QR.
- Mapa del centro norte y centro de la ciudad de Quito con referencias numéricas de los espacios culturales de Quito.

3.2.1 Estructura del fanzine

Estructura de portada, contraportada y mapa de la guía

La estructura de la portada y contraportada se la realizó a partir de una hoja formato A3 en donde, por el tipo de corte y doblado incluyen los siguientes elementos:

- Indicaciones de la guía
- Información del mapa
- Agradecimientos y derechos de autor
- Ilustración (página 1 de la guía)
- Espacios culturales con referencia numérica (página 18 de la guía)
- Mapa del centro y centro norte de la ciudad de Quito

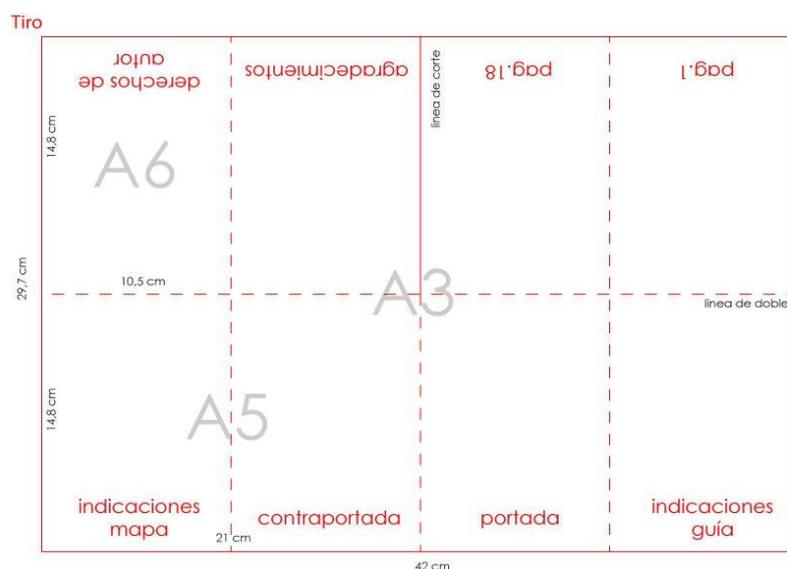


Figura 13.. Machote tiro hoja de portada

Fuente: Propia

En la parte inferior del tiro se diseñó la portada y contra portada, la información para

el uso del mapa y la guía. A su vez, en la parte superior del tiro se ubica la página 1 y 18 de la guía y las páginas de agradecimientos y derecho de autor. Estos 4 cuadrantes de la parte superior serán impresos de cabeza respecto a la portada, con la finalidad de ser doblada por la mitad.



Figura 14 Diagramación tiro hoja de portada

A su vez, en el lado derecho del retiro se diseñó la impresión del plano de ubicación de los centros culturales y espacios culturales en formato A4. En la mitad superior de la hoja formato A3 se realizó un corte que permita el doblar y pegar del lado izquierdo superior, permitiendo visualizar la información de la página 1 y 18. Este doblar ayuda a rigidizar el elemento que servirá de pasta de la guía de los centros culturales.

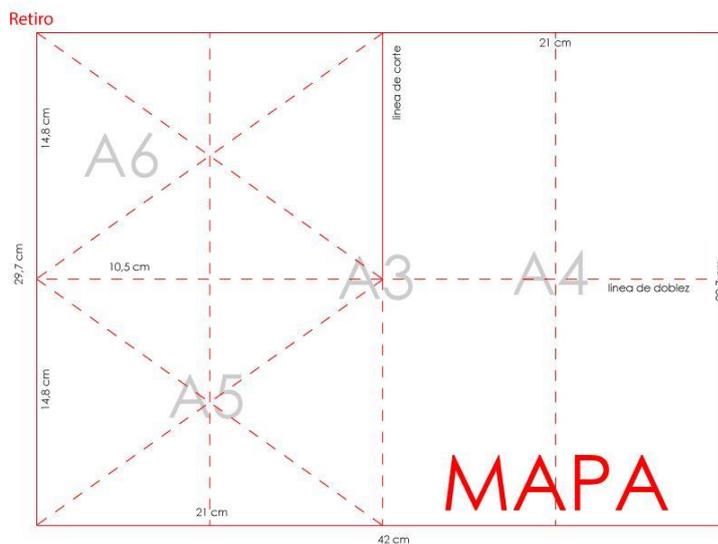


Figura 15. Machote del mapa de Quito



Figura 16 Diagramación del mapa de Quito

Hoja de centros culturales

En una hoja formato A3, 42cm x 29,7cm, se diagramó el contenido de la guía para la impresión, en tiro y retiro, en donde se incluyó las ilustraciones y los cuadros informativos de cada centro cultural. El formato final de la guía en A3, después del corte será de 4 hojas tamaño A5, con dimensiones de 14,8 cm x 21cm las cuales al ser dobladas terminan en un tamaño A6 la cual es 14,8cm x 10,5 cm, obteniendo 8 páginas y 16caras impresas. Se escogió este formato por la practicidad de su transportación y facilidad de manipulación.

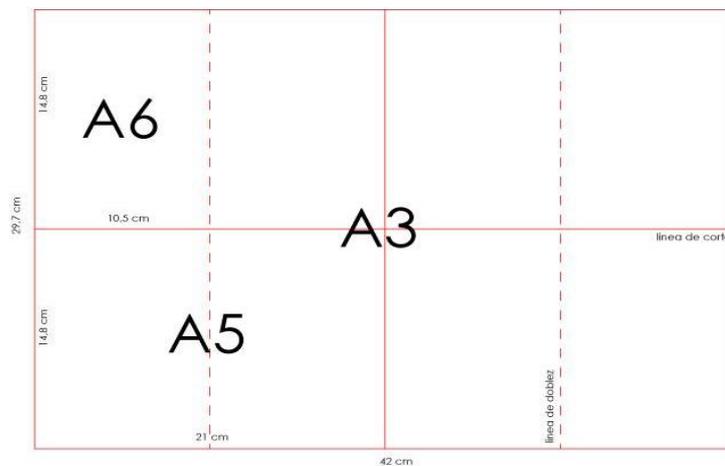


Figura 17 Machote del tiro y retiro de la guía

El tiro y retiro de la Hoja son full color y contienen todos los centros culturales, a excepción de la ilustración de la casa Arte Demente que se encuentra en la hoja de portada e información general.



Figura 18 Diagramación del tiro de hoja de ilustraciones de la guía



Figura 19 Diagramación del retiro de hoja de ilustraciones de la guía

3.3 Diseño de retícula de la guía de centros culturales

La guía mantendrá un formato tipo cuadernillo en tamaño A6, en donde la cara izquierda de la página maestra contendrá la ilustración por centro cultural y al lado derecho estará ubicado el texto con la información de cada centro cultural, incluyendo adicionalmente el código QR y el número de página. La ubicación del nombre en la ilustración varía dependiendo la composición de cada gráfica; la impresión del orden de las páginas depende del compaginado del cuadernillo de la guía.

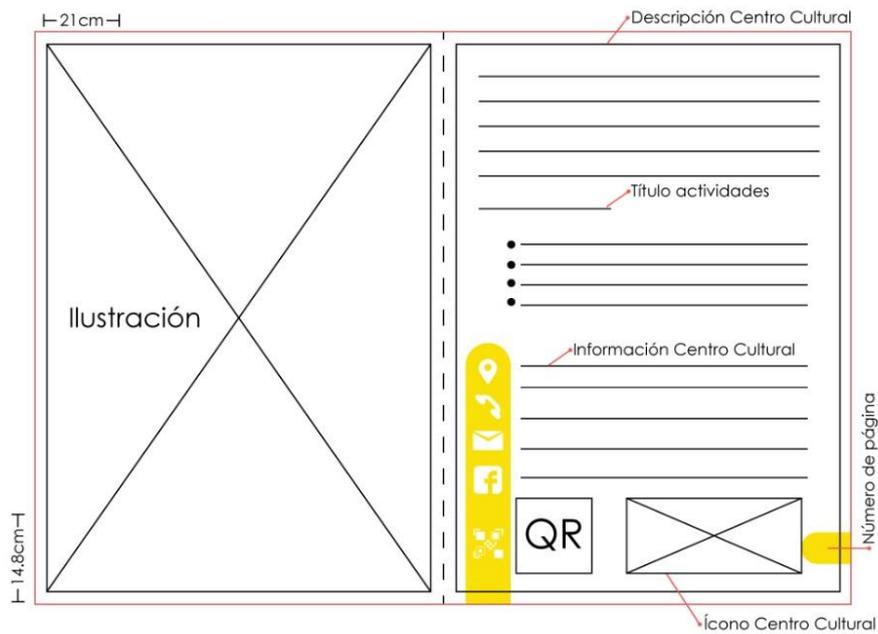


Figura 20. Ejemplo retícula de la guía

3.4 Tipografías

Los textos son parte esencial de la guía ilustrada, puesto que comunican las actividades de cada centro cultural, ya que el concepto está trabajado en la ilustración, aparte de incluir toda la información de contacto, mostrando a su vez su contenido y su aporte hacia la comunidad. Estos textos amigables y de fácil lectura para el usuario. Por otra parte, al ser un producto ilustrado, deben combinar el diseño de cada dibujo con la tipografía la cual tiene un tratamiento dentro de la ilustración, para generar una armonía visual de contenidos. Para todo el texto de la guía, se escogieron dos tipografías generales descargadas de la página *dafont.com* las que cuentan con licencias de uso personal.

La tipografía para los textos es: Mahalo, brother!

Esta tipografía sin serifa parece realizada a mano, la que se apega totalmente con la propuesta gráfica del Alternativas-Alternativas. El tamaño de tipografía para los textos es de 12 puntos



Figura 21. Tipografía para textos

La tipografía para los títulos es: Rocket to Mars.

En este caso se ha permitido el manejo libre de tamaños en los textos, mejorando el diseño de las páginas y la jerarquía del título.

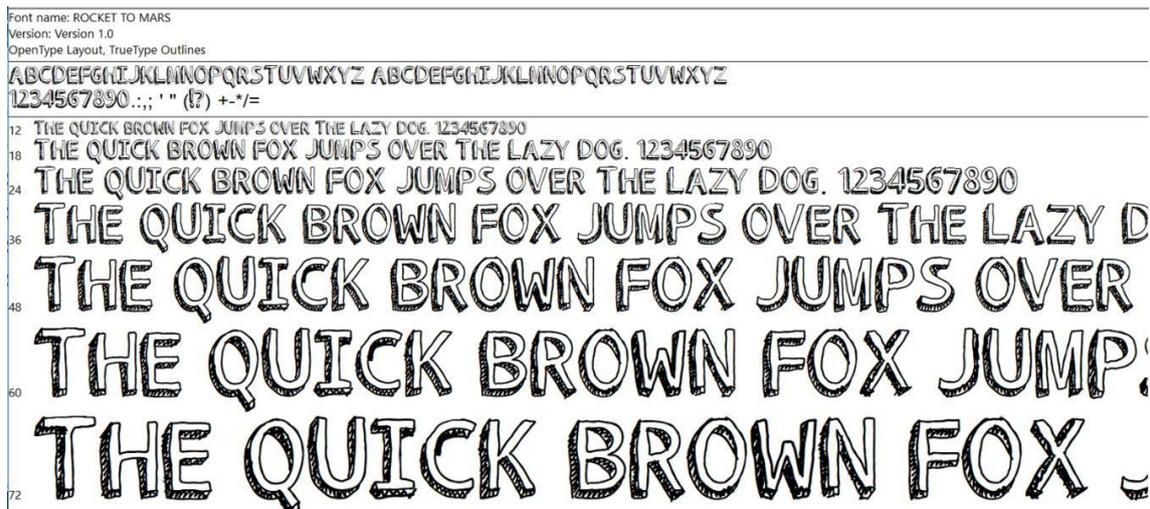


Figura 22. Tipografía para títulos

3.5 Propuesta preliminar

Figura 23. Vista preliminar del fanzine



(Fuente propia)

Figura 24 Vista preliminar del fanzine

(Fuente propia)



Figura 25. Vista preliminar del fanzine

(Fuente propia)

3.5.1 Portada y contraportada

Se busca resaltar la ubicación espacial de los centros culturales, por lo que en la portada y contraportada se creó una ilustración referente a la ciudad de Quito, mezclando elementos urbanos icónicos como la Virgen del Panecillo o las casas del centro histórico, con elementos de la cotidianidad artística y cultural. La ilustración plantea una iconografía liberal de una imagen tradicional y conservadora como es la Virgen del Panecillo; puesto que el pensamiento del artista que participa en estos espacios es más amplio, de ahí que, se ha liberado a la virgen de las cadenas, dándole una imagen más humana que divina, acompañándola de unas alas y aurea dibujadas en un estilo caricaturesco. El aerosol es usado para dirigir la atención al título y el resto de elementos hacen alegoría a actividades artísticas, deportivas y culturales alternativas.



Figura 26 . Ilustración portada y contraportada

3.5.2 ilustraciones e información de los centros culturales

La guía, al ser totalmente ilustrada, busca generar una información directa de las actividades de los centros culturales. A parte de mantener la atención por más tiempo, ya que el lector tiene que asimilar el contenido de cada imagen que trata de describir a cada centro con sus individualidades y especificaciones propias. Cada ilustración tuvo un proceso de bocetaje en papel a partir de la entrevista con los coordinadores, quienes transmitieron sus características de cada centro cultural. Para posteriormente ser digitalizadas mediante un software gráfico.

3.5.3 Cromática

La cromática depende del tipo de impresión realizada. En este caso no existe una limitación cromática, aunque por el concepto de ilustración los colores se han limitado con el fin de generar una equidad en cada ilustración. Cada ilustración tiene una composición grafica lineal, es decir un estilo de entintado digital en base a 4 colores de impresión.

Dentro de este fanzine existen dos terminados cromáticos, el trabajo de ilustración para la página de portada, contraportada e información buscando homogeneidad en el acabado, puesto que la atención visual del espectador debe llevarse el trabajo de ilustración de los centros culturales.

Cromática de portada, contraportada y hojas informativas.

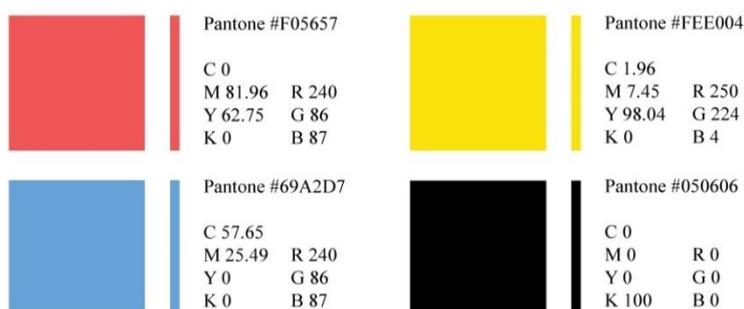


Figura 27. Cromática contenido

El trabajo de color en las ilustraciones de los centros culturales se basó en una paleta de colores apastelados, es decir, una base de color que al ser saturada o desaturada permita generar volumen con colores planos.

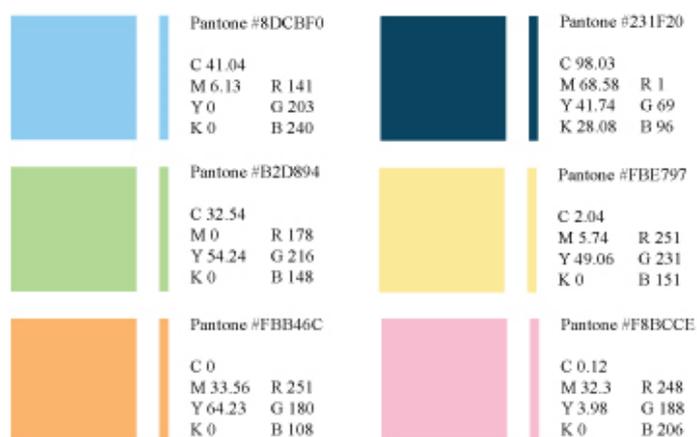


Figura 28. Cromática ilustraciones

Dependiendo las descripciones de cada espacio, junto con la información recolectada en las entrevistas, se planteó los colores de cada ilustración.

3.5.4 Ilustración y concepto

Estas ilustraciones son producto de un proceso de bocetaje, realizado sobre la base de la investigación y conocimiento de los centros culturales; los bocetos iniciales se adjuntan en el **anexo 3**.

A continuación, se muestra un proceso de bocetaje a partir de la investigación de la casa Machankara, en donde se observa los pasos hasta la ilustración final.



Figura 29 Proceso desarrollo ilustración.

Casa Cultural Arte DeMente



Figura 30 Ilustración Arte DeMente

La ilustración de Arte DeMente resalta las actividades que se desarrollan en esta casa cultural, como son la música, la fotografía y el cine, la pintura mostrando un toque femenino, porque todos estos elementos salen de la cabeza de una mujer. En la parte posterior se grafican los iconos que forman parte del logotipo, en color azul.

Casa Catapulta

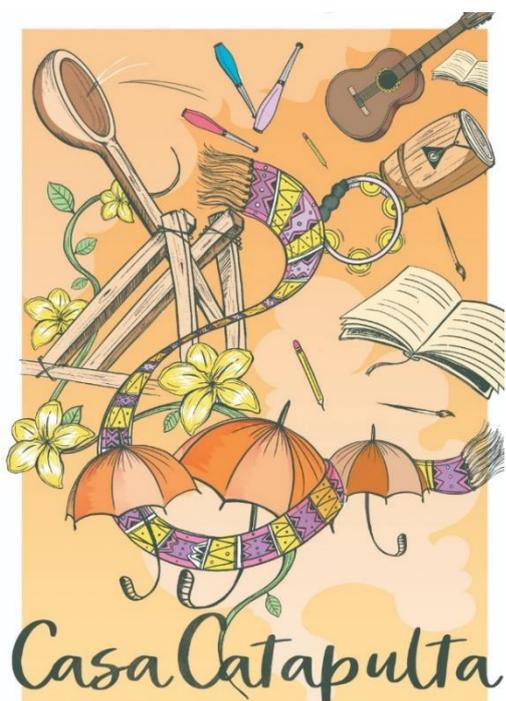


Figura 31 Ilustración Casa Catapulta

La ilustración de la casa Catapulta representa una catapulta que lanza al espacio una serie de objetos relacionados con las actividades que se realizan en esta casa, como es la música, la pintura, la educación, la cultura. Los paraguas y la tela por otro lado son elementos que existen dentro de las instalaciones y que generan una imagen única del espacio.

Casa Machankara

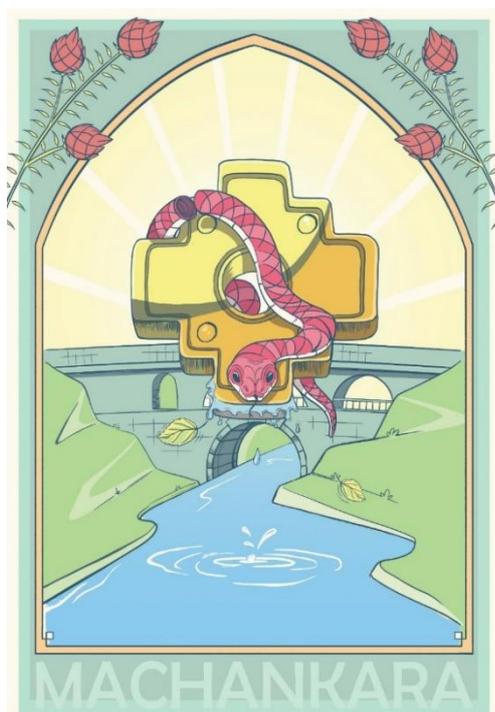


Figura 32. Ilustración Casa Machankara
Centro Cultural Trude Sojka

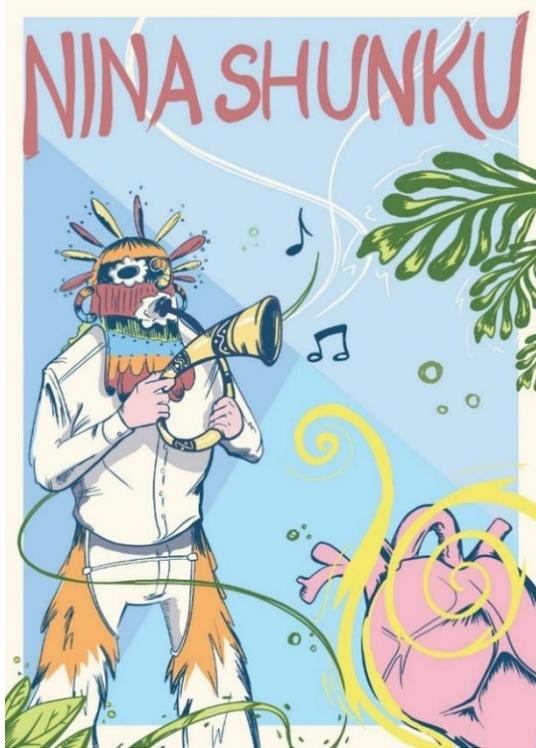


Figura 33 Ilustración Trude Sojka

La ilustración resalta la imagen del río Machángara, como un elemento chamánico de vida, acompañado de la serpiente que representa fertilidad por que arrastra con su reptar los nutrientes de la tierra que fecundan nuevos campos. La presencia de la chakana simboliza nuestros orígenes y muestran saberes ancestrales de siembra y cosecha, principales actividades de centro cultural. En la parte superior se observa dos plantas de chuquiraguas, parte de la pacha mama como símbolo propio de esta región.

El nombre Trude en checo significa pájaro azul. Por lo que dentro de esta ilustración se muestra un ave, en este caso un ave fénix como elemento principal de renacimiento. Lleva en su pico una rama de olivo como símbolo de la paz mundial. La cinta que envuelve al fénix es un componente visual y dinámico que usaba la artista Trude Sojka para la expresión de su arte. La nube muestra la técnica única de desarrollo artístico mediante cemento.

Centro Cultural Nina Shunku



Partiendo de un conglomerado social que busca la equidad se crea un centro cultural con raíces ancestrales dentro de la medicina, y la cultura. La ilustración rescata valores culturales de nuestra tierra como el diablo huma y la naturaleza. Nina Shunku significa corazón de fuego, una analogía a las personas luchadoras y de gran fortaleza.

Figura 34. Ilustración Nina Shunku

Centro Cultural Pukara



La casa Pukara nace de una investigación realizada en el museo de sitio Rumipamba y propone la defensa de la arqueología y rescate de los vestigios históricos de nuestra actual patria, que por intereses del desarrollo inmobiliario casi fueron sepultadas. Adicionalmente a esto, en esta casa confluyen colectivos dedicados al ciclismo, a la legalización del cannabis medicinal y artes marciales.

Figura 35 Ilustración Centro Cultural Pukara

Centro Cultural El Útero

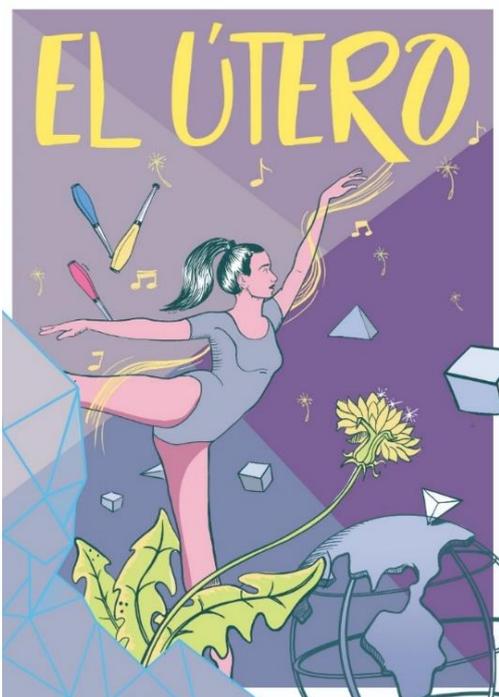


Figura 36. Ilustración El Útero

El útero cuenta con muchos colectivos que participan en el desarrollo de actividades culturales, artísticas, sociales, arquitectónicas. La idea de esta ilustración es que todos estos elementos nacen de un mismo núcleo, en este caso representado por los triángulos, y se esparcen generando cultura y protección en su entorno. También se brinda como casa de acogida a mujeres en estado de vulnerabilidad, por esta razón la presencia de una figura femenina

Centro Cultural Casa Uvilla



Figura 37 Ilustración Casa Uvilla

La casa uvilla es un ejemplo de casa ocupa, un predio abandonado que fue rescatado por un grupo de activistas dándole un significado tanto para el barrio como para la ciudad, con eventos de música, teatro, danza, entre otras actividades. La uvilla es colorida y te invita a ingresar, por lo que esta ilustración muestra esos elementos. A parte tiende a representar la libertad de pensamiento de sus actores.

3.5.3 Mapa de Quito.

Se utilizó un plano de Quito escala 1:15000 editado por el Instituto Geográfico Militar, se demarco la zona de estudio que comprende los sectores de La Mariscal, la Floresta, el Centro Histórico, San Juan y el barrio América. Delineando las avenidas y calles principales en color amarillo. En el mapa se realizó mediante un icono en color rojo la ubicación de los centros culturales, al igual que de color verde los parques y plazas públicas que fueron identificados. Además, se incluye información turística básica, espacios culturales públicos. Cada espacio cultural lleva un número para su fácil ubicación en el plano.

El producto final permite la visualización de la información de cada centro cultural, apoyando la lectura con el mapa, logrando una comprensión total de la ubicación geográfica y las actividades realizadas.

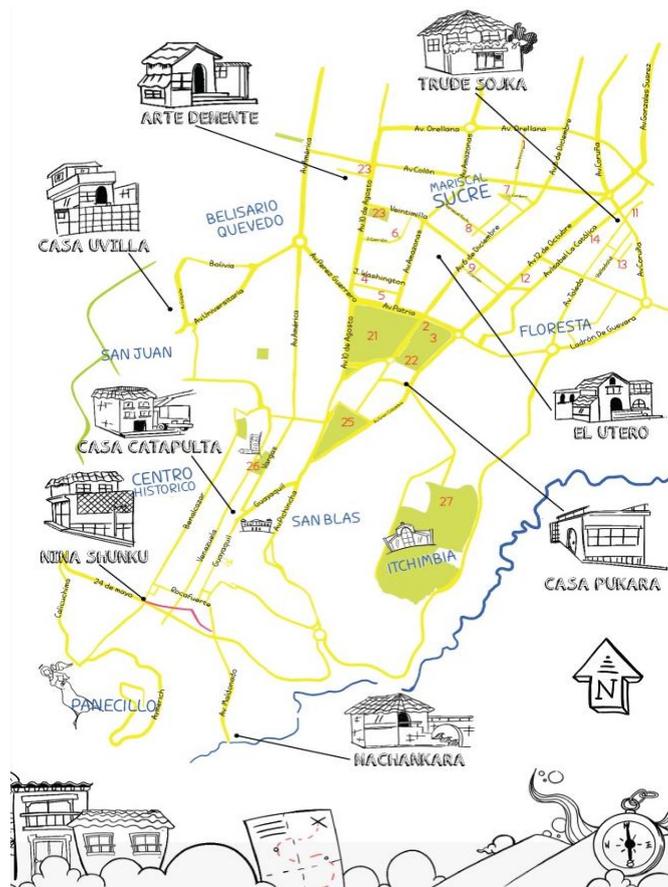


Figura 38. Mapa de ubicación de centros culturales de la ciudad de Quito

Fuente: Instituto Geográfico Militar

3.5.4 Íconos personalizados de los Centros Culturales

Para una mejor localización de los centros culturales, se realizó el dibujo de las fachadas de cada uno de estos espacios. Estas fachadas son una caricaturización basada en las fotografías y visitas realizadas a cada uno de estos centros culturales.

Los iconos se encuentran en cada página de los centros culturales y en el mapa. De esta manera logramos una búsqueda eficiente de los espacios en el mapa.



Figura 39. Iconos de fachadas de centros culturales

3.5.5 Hoja de referencia numérica para la ubicación de los espacios culturales.

<p>NARISCAL</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Museo Mindalae 2. Museo Nacional 3. Casa de la Cultura 4. Centro Cultural Benjamín Carrión <p>FLORESTA</p> <ol style="list-style-type: none"> 9. Ocho y Medio 10. Casa Toledo 11. Centro Cultural Abya-Yala 12. La Nueva Comuna 13. Mercado La Floresta 	<p>CENTRO HISTORICO</p> <ol style="list-style-type: none"> 14. Museo Manuela Sáenz 15. Museo Mena Camaño 16. Museo de Acuarela y Dibujo 17. Museo de Archivo de Arquitectura Ecuatoriana 18. Qmandá Parque Urbano 19. Calle la Ronda <p>PARQUES</p> <ol style="list-style-type: none"> 20. Parque El Ejido 21. Parque El Arbolito 22. Parque Andrade Marín 23. La Circasiana 24. Parque la Alameda 25. Parque García Moreno 26. Parque Itchimbia 27. Parque de la Independencia
--	---

Figura 40 Página maestra referencia de espacios alternativos.

3.6 Materiales y Tecnología

El formato y el tipo de papel dependerá de la impresión que se utilice. En este caso se experimentará con impresión digital que representan un bajo costo de producción, pero como lo establece Fishel (2007) los formatos de papel son un estándar que no todos los tipos de imprentas pueden utilizar.

Este fanzine está pensado en un estándar de formato A3 impreso en tiro y retiro, doblado y grapado manualmente, el que terminara en un tamaño A5, tamaño pasaporte para su fácil manipulación. Para las pruebas de armado se utilizó una impresora HP Deskjet Ink Advantage 2545 imprimiendo una maqueta del proyecto en A4, lo que resultó un fanzine de tamaño A6.

Los papeles a utilizar son papeles ecológicos como papel de caña, una de las mejores opciones y tipos de papel por su proceso de producción amigable con el medio ambiente, puesto que se fabrica a partir del bagazo de la caña de azúcar que al descomponerse produce una gran cantidad de co2 en el ambiente. Evitando a su vez la tala indiscriminada de árboles para la producción de papel común. El papel de caña de azúcar tiene un color especial, por lo que aporta un elemento cromático dentro del acabado final de este producto.

En cuanto a la tecnología, las ilustraciones fueron realizadas en una tableta digital Citiq 13 HD, que permitió el desarrollo de las ilustraciones de una manera experimental probando diferentes líneas y colores. Junto con un ordenador marca Asus Tuf Gaming con procesador Intel Core i5. Los programas utilizados fueron Adobe Illustrator, Adobe Photoshop en su versión CC2018.

3.6.1 Costos de producción.

Una vez concluida la preproducción del Fanzine Alternativas-Alternativas se procedió a realizar la impresión digital. Por el tipo de producto y su distribución, es necesario la impresión de una cantidad mínima de 100 ejemplares por centro cultural. La impresión de cada ejemplar consta de 4 impresiones digitales en 2 hojas de papel de caña de azúcar o material ecológico formato A3. En total para los 100 fanzines se realizaron 400 impresiones.

Proforma económica de impresión y armado del fanzine

Tabla 1 Proforma económica

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
400	Impresión tiro y retiro a color. Tamaño A3	\$0.37	\$150
100	Pliego de papel de fibra de caña de azúcar 90 gramos	\$0.35	\$35
1	Caja de grapas 1000 unidades	\$0.0015	\$1.50
1	Goma en barra	\$1.50	\$1.50
TOTAL			\$188

Fuente: Propia

3.6.3 Armado y proceso de doblado.

La propuesta final una vez concluido el proceso de impresión, es necesario el trabajo manual para el armado de los fanzines.

Este proceso se lo realiza desde el corte de las hojas, el plegado, el engomado, el ordenado de las hojas y el grapado final, con el cual culminamos el proceso y el producto está listo para su distribución.

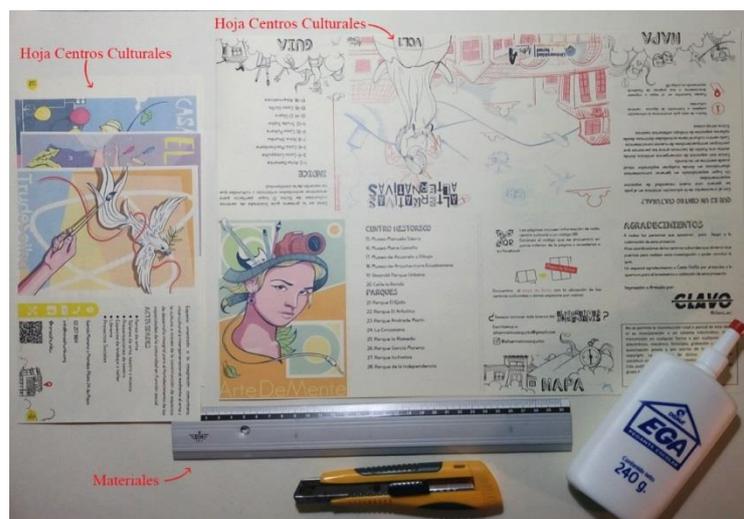


Figura 41. Inicio del armado del fanzine, hojas y materiales

(Fuente propia)



Figura 42. Doblado hojas centros culturales

(Fuente propia)



Figura 43. Corte hoja informativa

(Fuente propia)



Figura 44 Doblado de hojas
(Fuente propia)

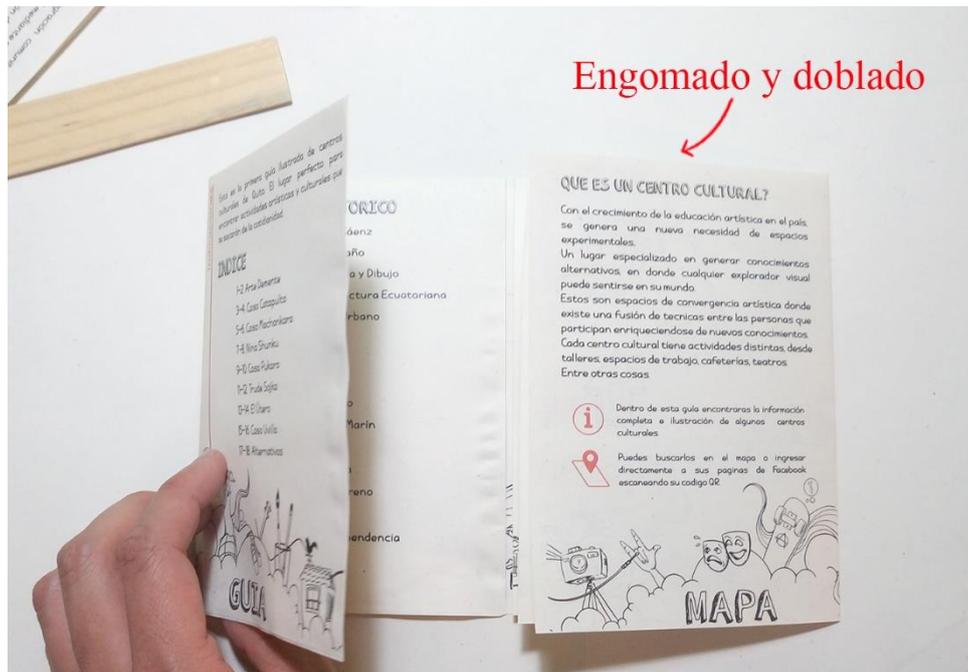


Figura 45 Engomado y doblado de hoja informativa
(Fuente propia)



Figura 46 Grapado y doblado del fanzine
(Fuente propia)

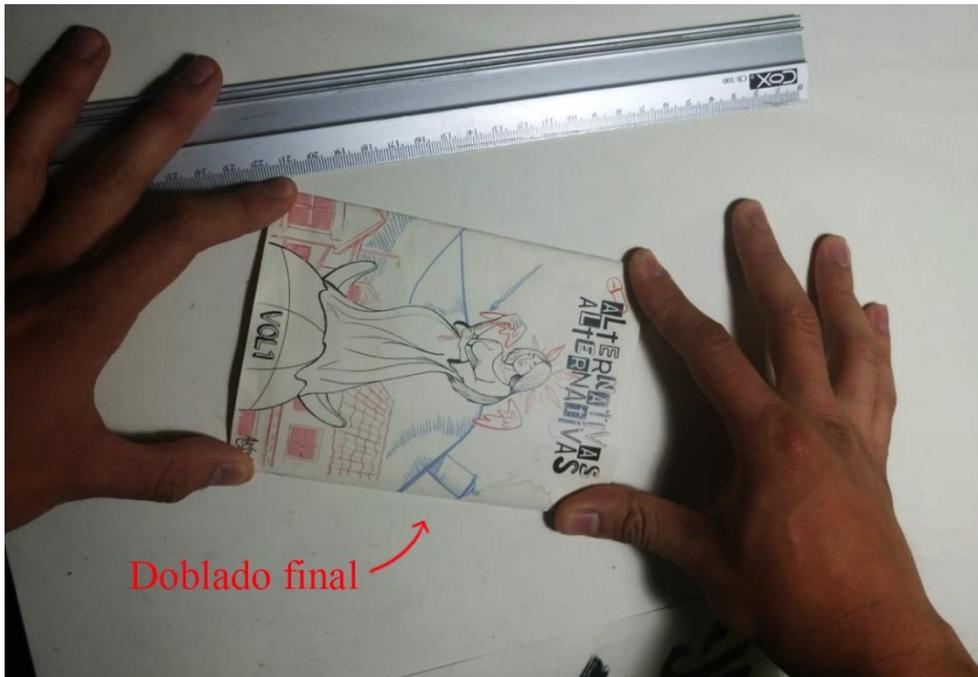


Figura 47. Doblado final del fanzine
(Fuente propia)

3.7 Valoración del producto por criterio de especialistas

Para la valoración de este producto, se presentó la propuesta final del fanzine a un grupo de especialistas en temas de ilustración, diagramación e impresión.

Se visitó en sus oficinas o sitios de trabajo a los especialistas, entre ellos docentes de la carrera de diseño o ilustración a quienes se les proporcionó un ejemplar del fanzine solicitando su análisis, criterio personal y una retroalimentación para lo cual se utilizó un formato de valoración, que fue llenado por cada uno de ellos.

Los indicadores a valorar fueron los siguientes:

Pertinencia: En este indicador, los especialistas calificaron en un 80% como excelente, y el 20% como muy buena, confirmando la calidad de la propuesta en el sentido de su pertinencia, para promocionar a los centros culturales. El criterio de un 20% de los expertos tiende a difusión de carácter digital.

Factibilidad: Este indicador los expertos calificaron con un 100% como excelente, aprobando la factibilidad de la realización de este producto para el cumplimiento de esta investigación.

Calidad artística: Los expertos han calificado en este indicador como excelente un 80% y muy buena un 20%. Están de acuerdo con la calidad artística, la composición y gráfica. En la parte de cromática el criterio personal de un 20% hace referencia a generar mayor contraste en los colores de las ilustraciones, saturando un poco más la cromática.

Novedad: En este indicador, de igual manera, existe una calificación de un 80% como excelente y un 20% muy buena. El 80% de los expertos acogen la propuesta sin ningún tipo de observación; el 20% emite un criterio sobre la creación de distintos y tamaños.

3.8 Propuesta final

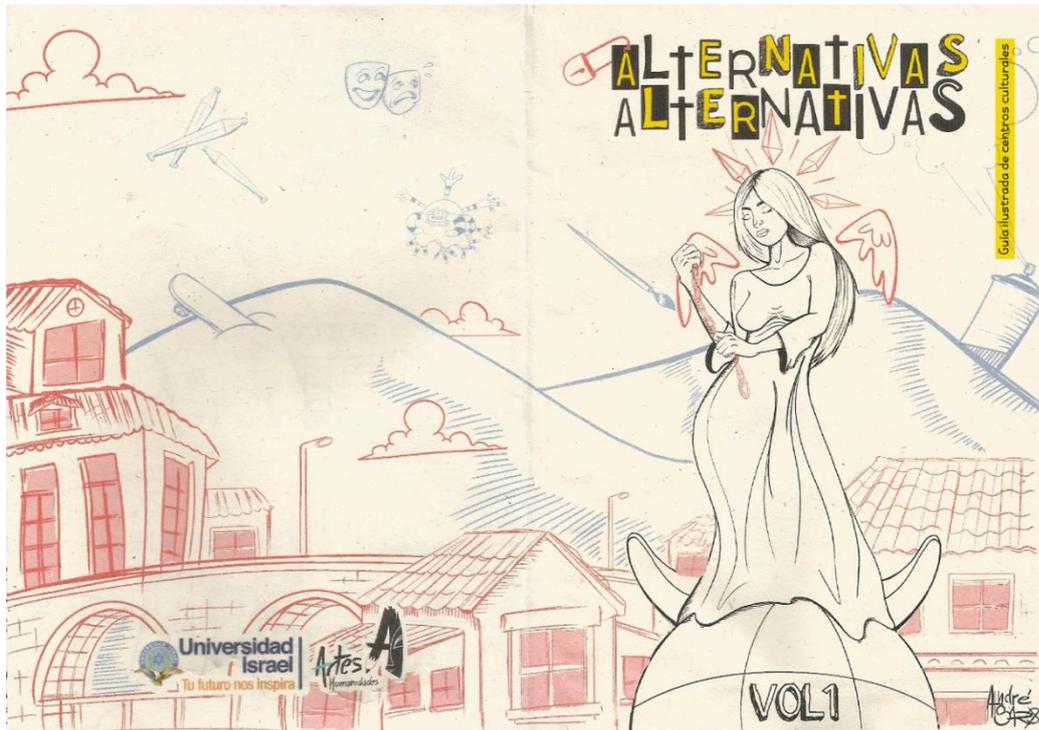


Figura 48. Doblado final del fanzine
(Fuente propia)

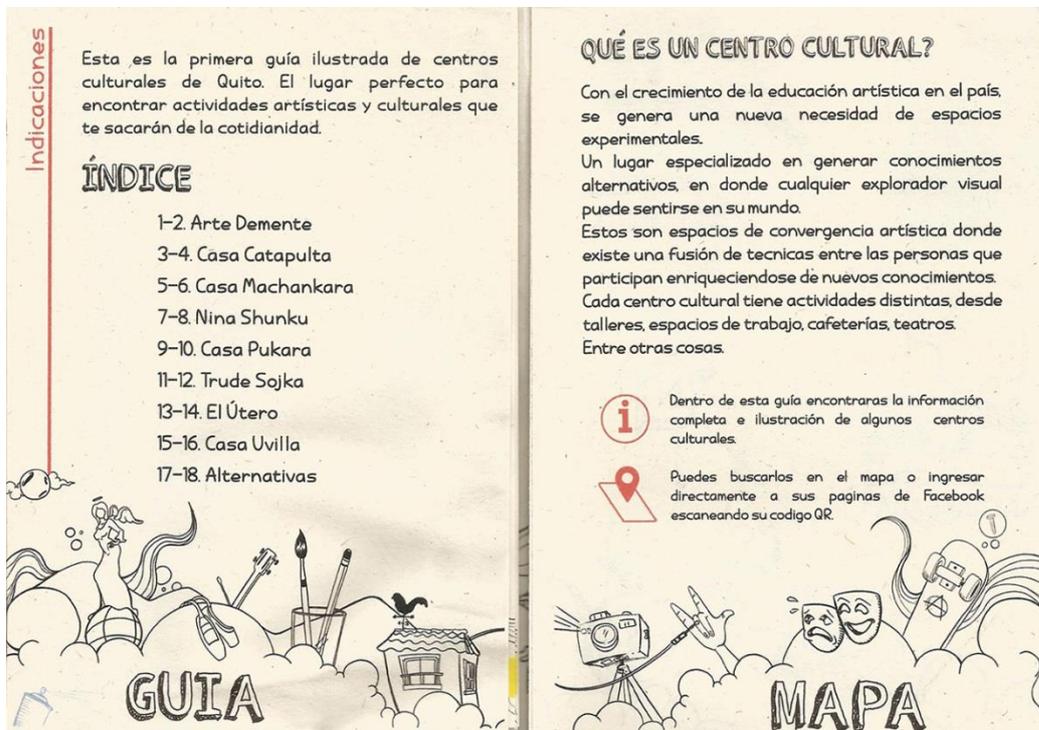


Figura 49. Doblado final del fanzine
(Fuente propia)



Figura 50. Doblado final del fanzine

(Fuente propia)

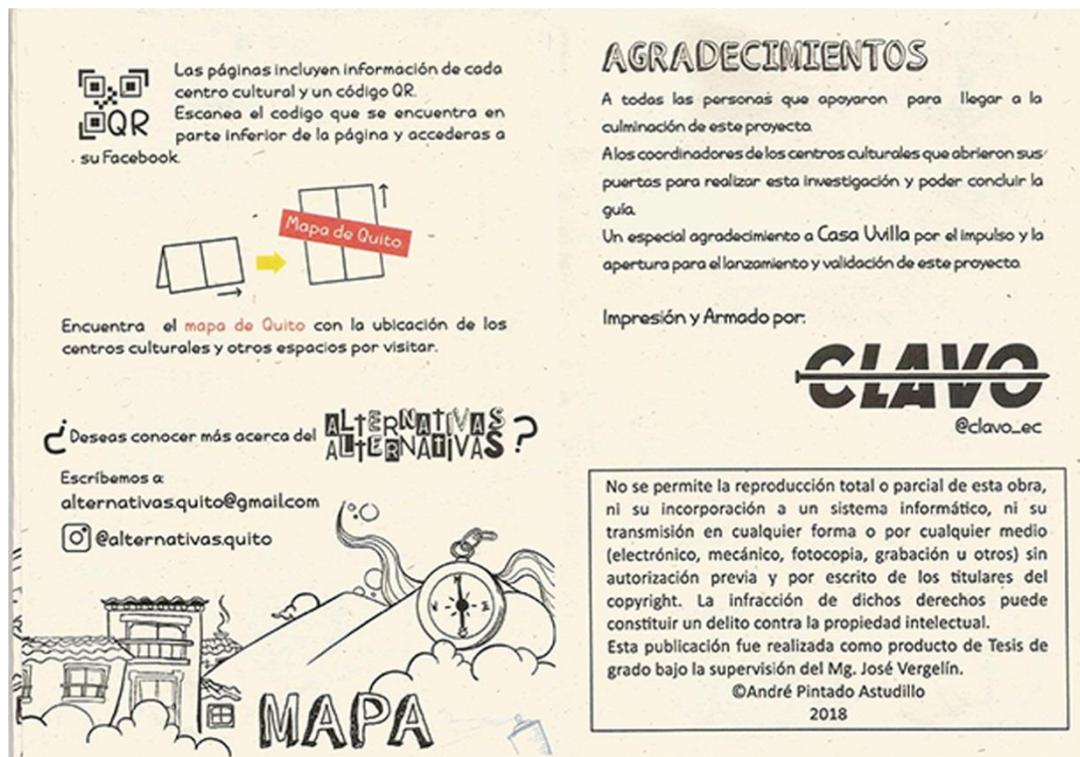


Figura 51. Doblado final del fanzine

(Fuente propia)



Figura 52. Doblado final del fanzine
(Fuente propia)

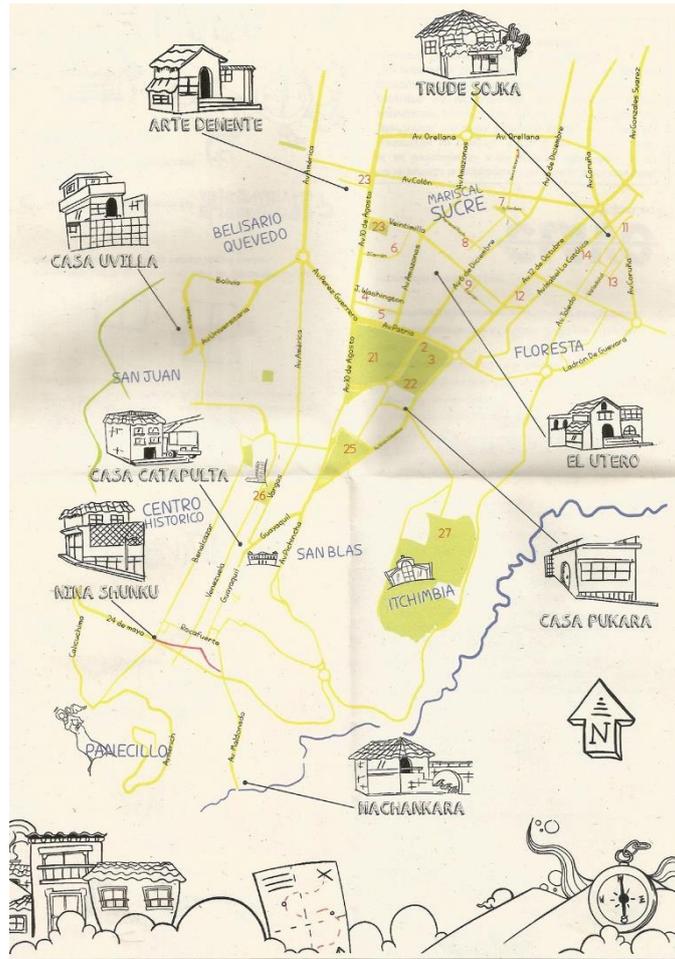


Figura 53. Doblado final del fanzine
(Fuente propia)

Conclusiones

- Después de realizar las encuestas por redes sociales, y la entrevista a los coordinadores de los centros culturales, se determinó el desconocimiento por parte de la sociedad sobre las actividades que estos realizan, por lo cual se fundamentó la necesidad de crear una promoción enfocada desde el diseño gráfico exclusiva para estos espacios.
- Se registró mediante fotografía y dibujos las particularidades individuales de cada uno de los centros culturales. Lo que permitió caracterizar estos elementos dentro de las ilustraciones.
- A partir del conocimiento de los centros culturales y sus requerimientos de difusión, se determinó los componentes que están dentro de las páginas de la guía, el mapa de los espacios culturales y el tipo de acabados en las ilustraciones, y la impresión utilizada.
- Con todos los elementos registrados de esta investigación, se diseñó la ilustración de cada centro cultural, tomando en consideración la forma, cromática y composición.
- La valoración de los profesionales fue positiva, puesto que encontraron una estética novedosa y que se apega a la comunicación del público de los centros culturales. A parte de que los materiales usados son importantes por la producción de gran cantidad, bajando costos y son reciclados.

Recomendaciones

- Se propone la continuidad de este proyecto, con el propósito de crear una red comunitaria de espacios culturales e ilustradores, los cuales estarían a cargo de la representación gráfica de cada espacio mediante la investigación previa.
Considerando que los centros culturales están en constantes cambios ideológicos filosóficos y de funcionamiento, se recomienda continuar esta investigación para actualizar los requerimientos de difusión de las actividades y que no se vean obligados a cerrar sus puertas.
- El producto de esta investigación será entregado a cada uno de los centros culturales y se recomienda que la difundan por medio de sus redes sociales o páginas web, adicionalmente imprimirla para tener la imagen física en cada centro cultural con el fin de que la comunidad se familiarice con el producto. Se sugiere la presentación de los centros culturales al Ministerio de Turismo para su difusión como un atractivo cultural para los visitantes propios y extranjeros puesto que encontramos actividades alternativas las que normalmente son presentadas a los turistas.

Bibliografía

- Chalmera, F. (2003). *Arte, Educación y Diversidad*. Obtenido de <http://www.academia.edu/>:
http://www.academia.edu/2179682/Arte_educaci%C3%B3n_y_diversidad_cultural
- Durán, T. (2005). Ilustración, comunicación, aprendizaje. *Revista de educación*, http://www.revistaeducacion.educacion.es/re2005/re2005_18.pdf.
- Font, S. (s/f). *Cómo hacer un fanzine*. Obtenido de <http://laaventuradeaprender.educalab.es/>:
http://laaventuradeaprender.educalab.es/documents/10184/71399/Guia-LADA_Como-hacer-un-fanzine
- Guerrero, L. (2016). *El arte de la producción creativa: Materiales, encuadernación y acabados*. Barcelona: Index Book S-L.
- Guerrero, L. (2016). *El Diseño Editorial: Guía para la realización de libros y revistas (Tesis de masterado)*. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/>:
<https://eprints.ucm.es/39751/1/TFM%20-%20autor%20Leonardo%20Guerrero%20Reyes.p>
- Huidobro, J. (2009). *Código QR*. *Revista Bit*, n.d. 47-49. Obtenido de <http://cmapspublic2.ihmc.u:> <http://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1NS6XZ211-1V8WNZ2-2555/Microcodigos%20qr.pdf>
- Marín, T. (2013). *Los colectivos artísticos: microcosmos y motor del procomún de las artes*. *Revista Teknokultura*. Obtenido de <https://revistas.ucm.e:>
<https://revistas.ucm.es/index.php/TEKN/article/download/48054/44931>
- Ministerio de cultura. (2011). *Políticas para una Revolución Cultural*. Obtenido de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec:>
<https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/04/Revolucion-Cultural-2011-Folleto.pdf>

- Montenegro, J. (2016). *Mirada artística a través de la caricatura y el cómic (Tesis de Pregrado)*. Universidad Central del Ecuador, Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec>:
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6463/1/T-UCE-0002-85.pdf>
- Orozco, M. (2017). *La ilustración es mucho más que un dibujo*. Obtenido de <https://sirope.es>: <https://sirope.es/ilustracion-mas-dibujo/>
- Pereira. (2011). *Los diseños de un método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta*. *Revista Electrónica Educare*, 15 (1). 15-29. Obtenido de <http://www.redalyc.org>: <http://www.redalyc.org/html/1941/194118804003/>
- Pérez, M. (1998). *Construcción e investigación del patrimonio cultural: Retos en los museos contemporáneos*. *Revista Alteridades*, 8 (16). 95-113. Obtenido de <http://www.redalyc.org>: <http://www.redalyc.org/pdf/747/74781608.pdf>
- Polo, M. (2010). *El libro como obra de arte y como documento especial*. *Anales de documentación*, 14 (1). 1-26. Obtenido de <http://revistas.um.es>:
<http://revistas.um.es/analesdoc/article/view/120151/114371>
- Rowan, J. (2010). *Emprendizajes de Cultura: Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid: Editorial Traficantes de sueños. Obtenido de <https://www.traficantes.net>:
<https://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/Emprendizajes%20en%20cultura-TdS.pdf>
- Unda, C. (2012). *Manual para el uso del espacio urbano como medio para el artvertising. Caso: fundación museos de la ciudad de Quito (Tesis de Pregrado)*. Universidad de las Américas, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec>:
<http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/3619>
- Vergelin, A., & Alejandro, J. (2012). *Diseño de la imagen del entorno a partir de los elementos de identidad de una Tribu urbana. Caso: Comunidad Punk (Tesis de Posgrado)*, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec>:
<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/10904>
- Vermimmen, L. (2013). *Las industrias culturales para el desarrollo en Ecuador*. *Revista Resistencia*, 1 (3). 38-40. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec>:
<http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4353/1/10-OT-Vernimmen.pdf>

Zappaterra, Y. (2008). *Diseño editorial: periódicos y revistas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Pérez, M. (2016). Colección editorial de fanzines sobre la equidad de género en el Ecuador caso estudio: Quito (Tesis de Pregrado). Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/6468>

Anexos

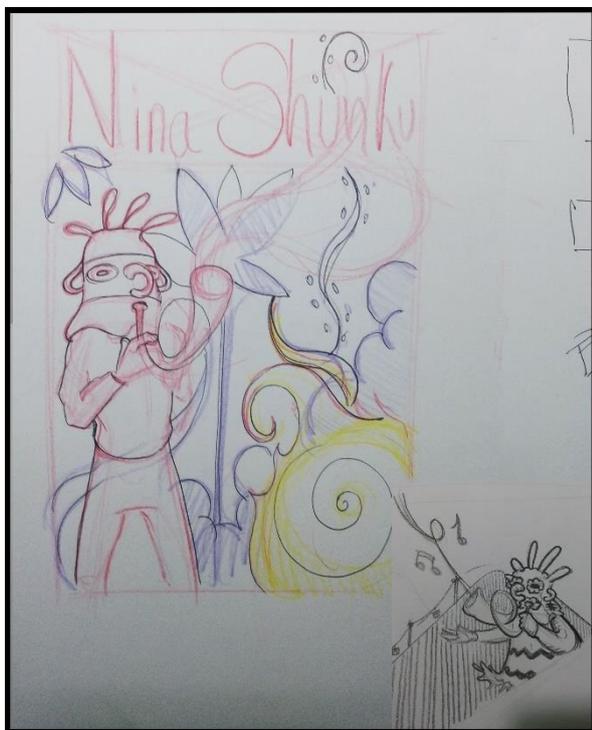
Anexo 1: Encuesta

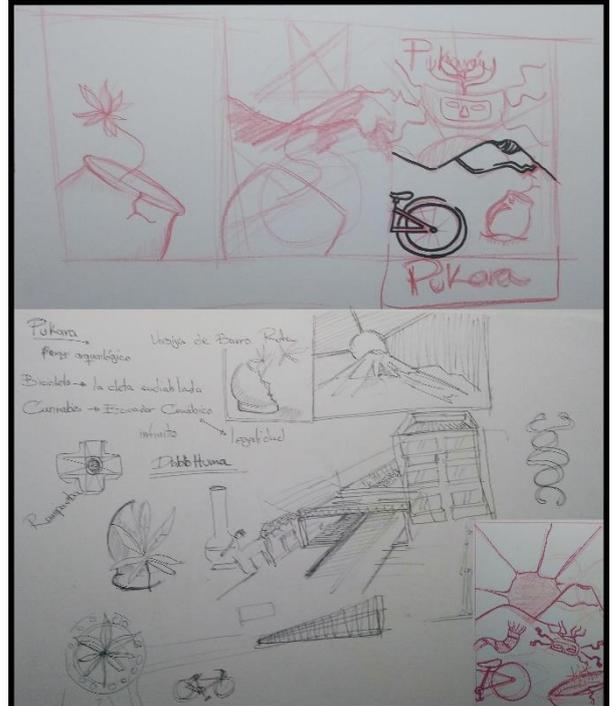
1. ¿Qué actividades realiza en su tiempo libre?
2. ¿Cuál es su principal medio de información sobre las actividades que se realizan en la ciudad?
3. ¿Sabe usted que es un centro cultural independiente y cuáles son sus funciones?
4. ¿Ha visitado algún Centro Cultural independiente en Quito? Escriba el nombre de alguno.
5. ¿Le gustaría obtener información acerca de los Centros Culturales y sus actividades?

Anexo 2: Entrevista

1. ¿Por qué razón lo nombraron de esta manera este centro cultural?
2. ¿Cuál es el objetivo de la creación de este espacio cultural?
3. ¿Este centro cultural tiene alguna historia de importancia o qué sea representativa al lugar?
4. ¿Qué necesidades tiene este espacio cultural y cuáles son sus carencias, para poder contar con un mejor funcionamiento?
5. ¿Qué elementos informativos le gustaría mostrar dentro de la guía ilustrada para fomentar la promoción de estos espacios culturales?
6. ¿Cuántos colectivos artísticos y sociales participan dentro del centro cultural?
7. ¿Existe una red o un grupo de centros culturales que respalde las actividades realizadas dentro de estos espacios?
8. ¿Qué elementos visuales vienen a su mente cuando habla de este centro cultural?

Anexo 3: Bocetos centros culturales





Anexo 4: Valoración expertos

Valoración por criterio Profesional

Alternativas-Alternativas

Nombre:

Cedula:

Título:

Especialización:

Guía para la valoración de la propuesta mediante criterio de especialistas

I. Valore la guía atendiendo a los siguientes indicadores:

Indicador	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Observaciones
Pertinencia						
Factible						
Calidad artística						
Novedad						

II. Ofrezca las recomendaciones que considere oportunas para mejorar la propuesta:

Firma del Profesional

Valoración por criterio Profesional
Alternativas-Alternativas

Nombre: Iván Alejandro Salas Alcega
Cédula: 1713066668
Título: Ingeniero en diseño gráfico publicitario
Especialización: Branding y manejo de marca

Guía para la valoración de la propuesta mediante criterio de especialistas

I. Valore la guía atendiendo a los siguientes indicadores:

Indicador	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Observaciones
Pertinencia	✓					
Factible	✓					
Calidad artística	✓					
Novedad	✓					

II. Ofrezca las recomendaciones que considere oportunas para mejorar la propuesta:

He revisado el trabajo, no tengo observaciones



Firma del Profesional

Valoración por criterio Profesional
Alternativas-Alternativas

Nombre: Daniela Pinto Astalillo
Cédula: 1714302925
Título: Ingeniero en Diseño Gráfico Empresarial / MSc. Gestión Educativa
Especialización: Arte Gráfico

Guía para la valoración de la propuesta mediante criterio de especialistas

I. Valore la guía atendiendo a los siguientes indicadores:

Indicador	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Observaciones
Pertinencia	✓					
Factible	✓					
Calidad artística	✓					
Novedad	✓					

II. Ofrezca las recomendaciones que considere oportunas para mejorar la propuesta:

La propuesta tanto por su nivel de innovación como por la pertinencia, puede servir como proyecto base para nuevas propuestas de los mismos característicos pero en formato digital



Firma del Profesional

Valoración por criterio Profesional
Alternativas-Alternativas

Nombre: Daniel Rojas
Cédula: 1213091526
Título: Licenciatura en Artes y Tecnologías Digitales
Especialización: Ilustración Digital y Docente PUE 6 años
de la Maestría de Ilustración Digital en la UDLA

Guía para la valoración de la propuesta mediante criterio de especialistas

I. Valore la guía atendiendo a los siguientes indicadores:

Indicador	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Observaciones
Pertinencia	x					
Factible	x					
Calidad artística		x				
Novedad	^					

II. Ofrezca las recomendaciones que considere oportunas para mejorar la propuesta:

Es un proyecto muy novedoso, considerando que hay
que hacer algunos cambios en cuestión gráfica, los
cuales fueron designados por el comité.

Daniel Rojas

Firma del Profesional

Valoración por criterio Profesional
Alternativas-Alternativas

Nombre: Liceth V. Guerrero Derrano
 Cédula: 17159257416
 Título: Ingeniero Gráfico Empresarial / Magister en Ciencias Educativas
 Especialización: Diseño Editorial - 10 años

Guía para la valoración de la propuesta mediante criterio de especialistas
 I. Valore la guía atendiendo a los siguientes indicadores:

Indicador	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Observaciones
Pertinencia	X					
Factible	X					
Calidad artística	X					
Novedad		X				Implementación en diversos tamaños y espacios

II. Ofrezca las recomendaciones que considere oportunas para mejorar la propuesta:
La calidad es muy buena, recomiendo estrategias y documentos para su difusión y tener en cuenta algunos espacios multimedios nuevos por próximos volúmenes


 Firma del Profesional
 DISEÑO GRÁFICO

Valoración por criterio Profesional
Alternativas-Alternativas

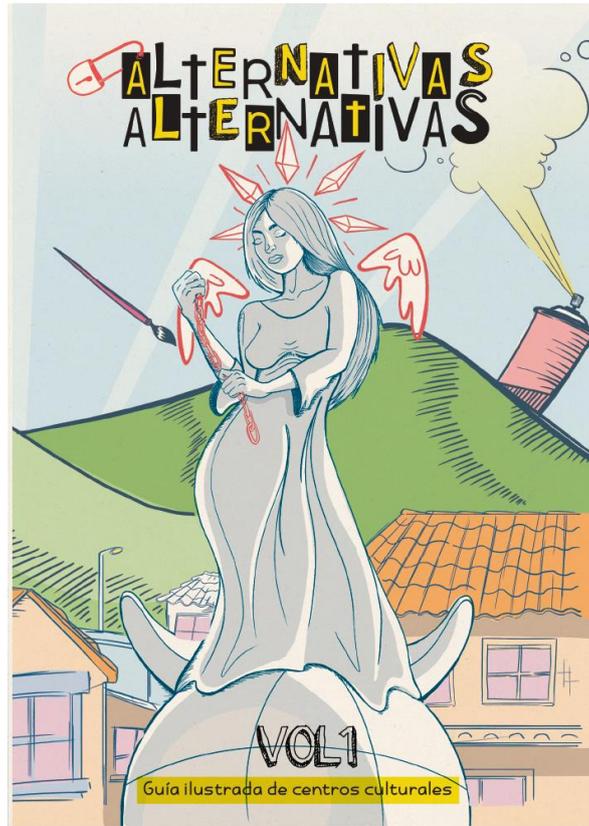
Nombre: Magali A. David Fuentes
 Cédula: 17159250741
 Título: Ingeniero Gráfico Empresarial
 Especialización: Diseño Editorial y 7 años de experiencia

Guía para la valoración de la propuesta mediante criterio de especialistas
 I. Valore la guía atendiendo a los siguientes indicadores:

Indicador	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Observaciones
Pertinencia		✓				
Factible	✓					
Calidad artística	✓					
Novedad	✓					

II. Ofrezca las recomendaciones que considere oportunas para mejorar la propuesta:


 Firma del Profesional



Indicaciones

Esta es la primera guía ilustrada de centros culturales de Quito. El lugar perfecto para encontrar actividades artísticas y culturales que te sacarán de la cotidianidad.

ÍNDICE

- 1-2. Arte Demente
- 3-4. Casa Catapulta
- 5-6. Casa Machankara
- 7-8. Nina Shunku
- 9-10. Casa Pukara
- 11-12. Trude Sojka
- 13-14. El Útero
- 15-16. Casa Uvilla
- 17-18. Alternativas

QUÉ ES UN CENTRO CULTURAL?

Con el crecimiento de la educación artística en el país, se genera una nueva necesidad de espacios experimentales.

Un lugar especializado en generar conocimientos alternativos, en donde cualquier explorador visual puede sentirse en su mundo.

Estos son espacios de convergencia artística donde existe una fusión de técnicas entre las personas que participan enriqueciéndose de nuevos conocimientos. Cada centro cultural tiene actividades distintas, desde talleres, espacios de trabajo, cafeterías, teatros. Entre otras cosas.



Dentro de esta guía encontrarás la información completa e ilustración de algunos centros culturales.



Puedes buscarlos en el mapa o ingresar directamente a sus páginas de Facebook escaneando su código QR.





Espacio creado para que artistas de todas las ramas formen conexiones con otros artistas y el público en general y, a partir de este contacto se genere nuevas formas de expresión y de pensamiento.

ACTIVIDADES

- Ferias de arte
- Espacio para conciertos, eventos y ensayos musicales
- Locación para rodajes y talleres
- Proyectos sociales

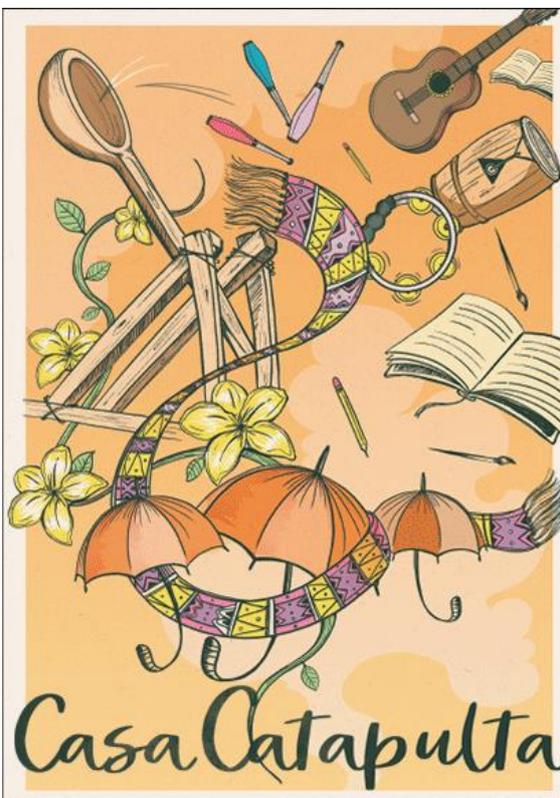


Luis Cordero 0e2-17 y Av. 10 de agosto.

099 876 5430

casaartedemente@gmail.com

@casaartedemente



Espacio autogestionado ubicado en el centro histórico de Quito, que abre sus puertas como plataforma colaborativa, espacio cultural y catapulta de proyectos relacionados a movimientos de transición social.

ACTIVIDADES

- Ferias de arte
- Talleres de arte, teatro y música
- Presentaciones de teatro
- Espacios de trabajo y taller
- Librería
- Proyectos Sociales



Olmedo OE3 - 18 y Av. Guayaquil (Centro Histórico de Quito)

096 893 8814

espaciocatapultatalleres@gmail.com

@lacasacatapulta





Espacio que promueve la paz, la interculturalidad y la diversidad. Se aspira a mantener viva la conciencia y el recuerdo de la Shoá y de otros genocidios y sus consecuencias para toda la humanidad, con el fin de que fenómenos similares nunca se repitan.

ACTIVIDADES

- Galería de arte
- Talleres artísticos
- Clases de cultura de paz
- Cafetería

Pasaje Müller N24J y Toledo (La Floresta)

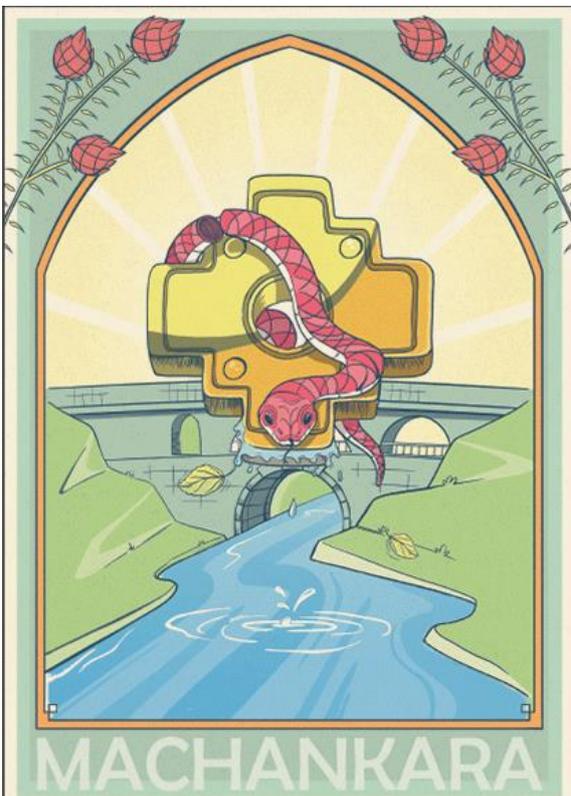
099 873 3572

casaculturaltrudesojka@gmail.com

@trudesojka



12



Espacio de gestión y promoción cultural independiente, junto al río Machangara. Lugar de convergencia para la producción artística y cultural en general como medios de expresión y catalizadores del bienestar social.

ACTIVIDADES

- Proyectos sociales y barriales
- Espacio para conciertos, eventos y ensayos
- Talleres de teatro y sanación natural

Av. Pedro Vicente Maldonado y Av. Sena
Junto al río Machangara

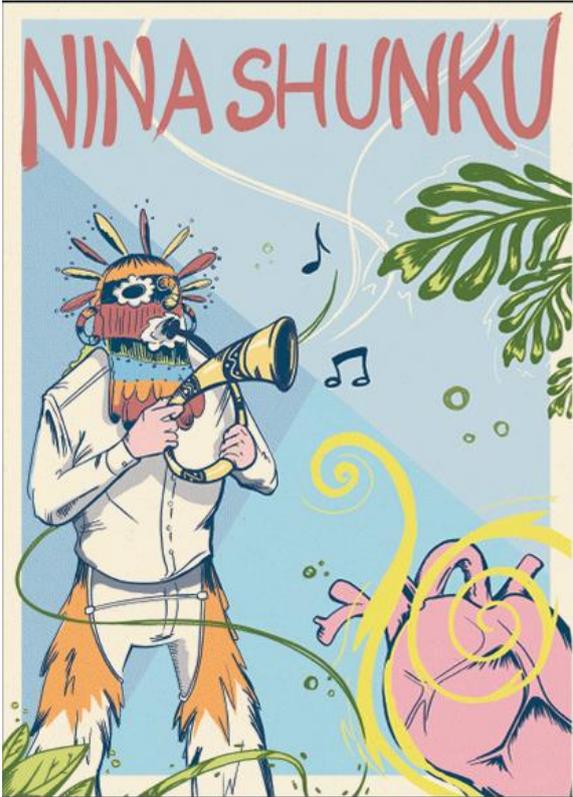
0984728 405

casamachankara@gmail.com

@casamachankara



6



NINA SHUNKU

Espacio orientado a la integración comunitaria, intercultural e intergeneracional, mediante el arte y la cultura a través de la construcción de espacios de desarrollo integral para el fortalecimiento de las capacidades de la comunidad en función social.

ACTIVIDADES

- Ferias de arte
- Talleres de arte, teatro y música
- Presentaciones de teatro
- Espacios de trabajo y taller
- Librería
- Proyectos Sociales

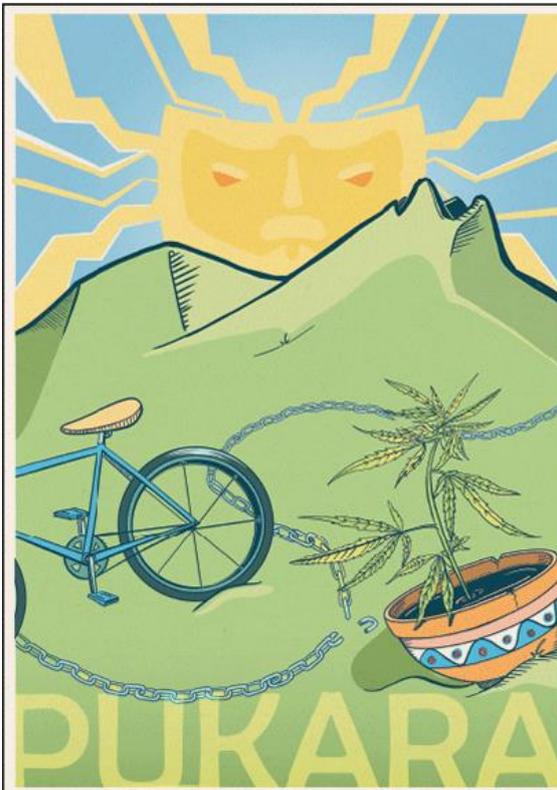


García Moreno y Morales, Plaza 24 de Mayo

02 257 1864

info@ninashunku.org

@ninashunku



Espacio destinado a la manifestación social y de nuestras culturas ancestrales, fusionando nuevos conocimientos en arte, artes marciales, ciclismo y asesoría legal. Cuenta también con sala de evento y espectáculos.

- Clases de artes marciales
- Ferias de arte independiente
- Conciertos y eventos
- Taller de bicicletas
- Librería cannabica
- Cafetería



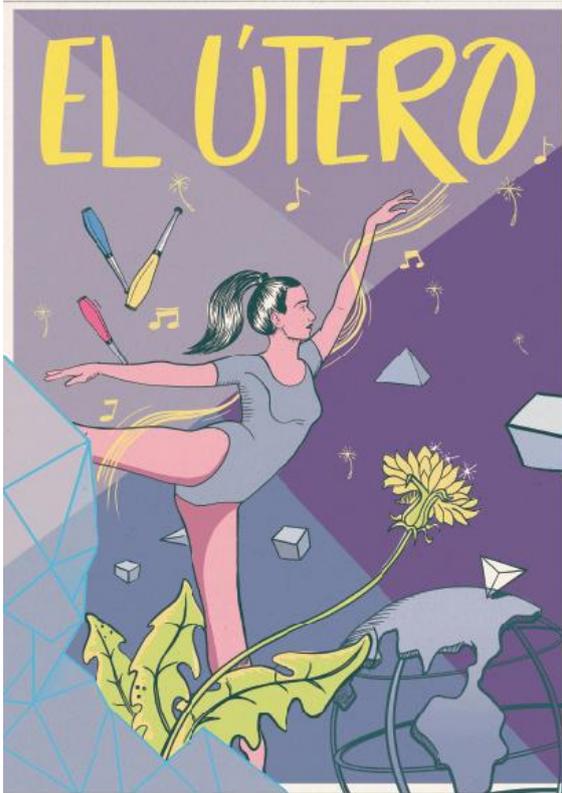
12 de Octubre E4-194 y Yaguachi casa grafitada frente a la Asamblea Nacional

098 734 4391

casapukara@gmail.com

@CasaPUKARA





EL ÚTERO

Espacio socio-cultural que nace para albergar, unir y fortalecer una gran variedad de disciplinas culturales que se integran con el fin de crear sinergias entre artistas, actores, gestores culturales y productores.

ACTIVIDADES

- Ferias de arte y diseño independiente
- Talleres de arte, teatro y música
- Presentaciones de teatro, conciertos
- Espacios de trabajo y taller
- Librería
- Tienda de circo
- Proyectos Sociales

Reina Victoria N21 -255 esq y Jerónimo
Carrión Quito

0992691238

eluteroespaciocultural@gmail.com

@eluteroespacio



CASA UVILLA

Plataforma ocupa y activa de experimentación artística y cultural enfocada en la construcción de espacios de formación y participación alternativos, de crítica y reflexión sobre diversas temáticas. Este proyecto es comunitario, colaborativo y vinculante. Consideramos necesario que los procesos se desarrollen gracias a los aportes de distintos pensamientos y lugares de acción.

ACTIVIDADES

- Ferias de arte
- Talleres de arte, teatro y música
- Presentaciones de teatro y conciertos
- Espacios de trabajo y taller
- Librería
- Proyectos Sociales y comunitarios

Eustorgio Salgado 235 & Armero

0979185847

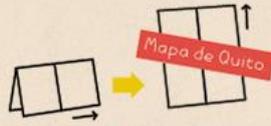
casauvilla@gmail.com

@casauvilla





Las páginas incluyen información de cada centro cultural y un código QR. Escanea el código que se encuentra en parte inferior de la página y accederás a su Facebook.



Encuentra el mapa de Quito con la ubicación de los centros culturales y otros espacios por visitar.

¿Deseas conocer más acerca del **ALTERNATIVAS ALTERNATIVAS?**

Escríbenos a:
alternativas.quito@gmail.com

@alternativas.quito



AGRADECIMIENTOS

A todas las personas que apoyaron para llegar a la culminación de este proyecto.

A los coordinadores de los centros culturales que abrieron sus puertas para realizar esta investigación y poder concluir la guía.

Un especial agradecimiento a Casa Uvilla por el impulso y la apertura para el lanzamiento y validación de este proyecto.

Impresión y Armado por:

CLAVO
@clavo_ec

No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio (electrónico, mecánico, fotocopia, grabación u otros) sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright. La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual. Esta publicación fue realizada como producto de Tesis de grado bajo la supervisión del Mg. José Vergelín.

©André Pintado Astudillo
2018

NARISCAL

1. Museo Mindalae
2. Museo Nacional
3. Casa de la Cultura
4. Centro Cultural Benjamín Carrión
5. Patio de Comedias
6. Plaza Yerovi
7. Plaza Gabriela Mistral
8. Plaza Foch
9. Arte Café

FLORESTA

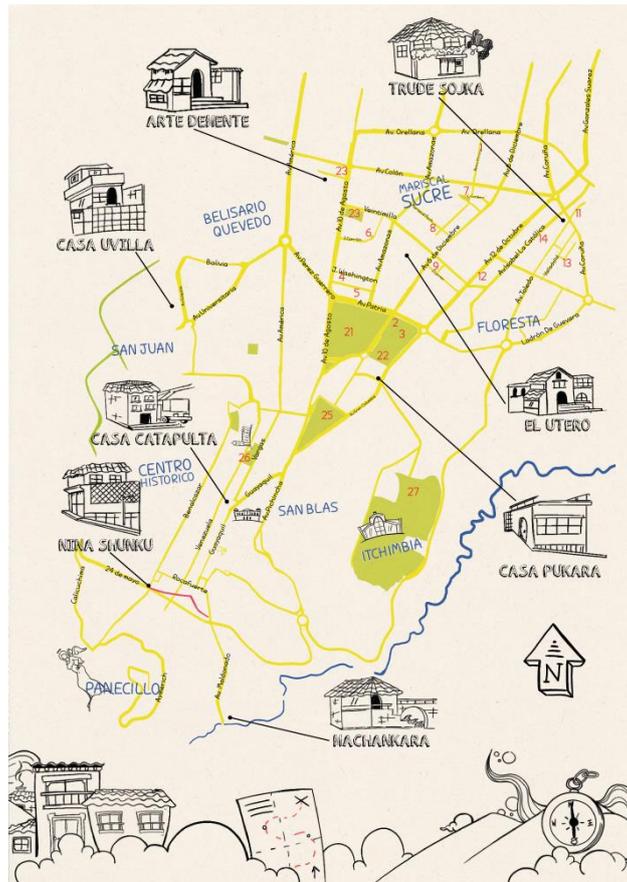
10. Ocho y Medio
11. Casa Toledo
12. Centro Cultural Abya-Yala
13. La Nueva Comuna
14. Mercado La Floresta

CENTRO HISTÓRICO

15. Museo Manuela Sáenz
16. Museo Mena Camaño
17. Museo de Acuarela y Dibujo
18. Museo de Arquitectura Ecuatoriana
19. Qmandá Parque Urbano
20. Calle la Ronda

PARQUES

21. Parque El Ejido
22. Parque El Arbolito
23. Parque Andrade Marín
24. La Circasiana
25. Parque la Alameda
26. Parque García Moreno
27. Parque Itchimbia
28. Parque de la Independencia





 <p>MACHANKARA</p>	<p>Espacio sociocultural que nace para albergar, unir y fortalecer una gran variedad de disciplinas culturales que se integran con el fin de crear sinergias entre artistas, actores, gestores culturales y productores.</p> <p>ACTIVIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ferias de arte y diseño independiente • Talleres de arte, teatro y música • Presentaciones de teatro, conciertos • Espacios de trabajo y taller • Librería • Ferias de circo • Proyectos Sociales <p>Riwa Victoria N01 -225 esq y Jerónimo Carrón Quito 0992692288 eluteroespacio@gmail.com</p> <p>@eluteroespacio</p>  	 <p>Casa Catapulta</p>	<p>Plataforma ocupa y activa de experimentación artística y cultural enfocada en la construcción de espacios de formación y participación alternativos, de crítica y reflexión sobre diversas tendencias. Este proyecto es comunitario, colaborativo y vinculatorio. Consideramos necesario que los procesos se desarrollen gracias a los aportes de distintos pensamientos y lugares de acción.</p> <p>ACTIVIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ferias de arte • Talleres de arte, teatro y música • Presentaciones de teatro y conciertos • Espacios de trabajo y taller • Librería • Proyectos Sociales y comunitarios <p>Estanorio Salgado Z25 & Armero 097985847 casavilla@gmail.com</p> <p>@casavilla</p>  
 <p>PUKARA</p>	<p>Espacio destinado a la manifestación social y de nuestras culturas ancestrales. Fostizando nuevos conocimientos en artes, artes marciales, ciclismo y asesoría legal. Cuenta también con sala de evento y espectáculos.</p> <p>• Clases de artes marciales</p> <p>• Ferias de arte independiente</p> <p>• Concursos y eventos</p> <p>• Taller de bicicletas</p> <p>• Librería cannabica</p> <p>• Cafetería</p> <p>12 de Octubre E4-D4 y Yaguachi casa graficada frente a Asamblea Nacional 098 734 4391 casapukara@gmail.com</p> <p>@CasaPUKARA</p>  	 <p>NINA SHUNKU</p>	<p>Espacio que promueve la paz, la interculturalidad y la diversidad. Se aspira a mantener viva la conciencia y el recuerdo de la Shoá y de otros genocidios y sus consecuencias para toda la humanidad con el fin de que fenómenos similares nunca se repitan.</p> <p>ACTIVIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Galería de arte • Talleres artísticos • Clases de cultura de paz • Cafetería <p>Paseo Müller N243 y Toledo (La Floresta) 099 873 3572 casaculturaltrudesojka@gmail.com</p> <p>@trudesojka</p>  

<p>NARESCAL</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Museo Mindalae 2. Museo Nacional 3. Casa de la Cultura 4. Centro Cultural Benjamín Carrón 5. Patio de Comedias 6. Plaza Xerovi 7. Plaza Gabriela Mistral 8. Plaza Foch 9. Arte Café 10. Ocho y Medio 11. Casa Toledo 12. Centro Cultural Abba-Yala 13. La Nueva Comuna 14. Mercado La Floresta <p>FLORESTA</p>	<p>Espacio creado para que artistas de todas las ramas formen conexiones con otros artistas y el público en general, a partir de este contacto se genere nuevas formas de expresión y de pensamiento.</p> <p>ACTIVIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ferias de arte • Espacio para conciertos, eventos y ensayos musicales • Locación para rodajes y talleres • Proyectos sociales <p>Luis Cordero Oa2-17 y Av. 10 de agosto. 099 876 5430 casoartedemente@gmail.com</p> <p>@casoartedemente</p>  	 <p>CASA UVILLA</p>	<p>Espacio autogestionado ubicado en el centro histórico de Quito, que abre sus puertas como plataforma colaborativa, espacio cultural y catalizador de proyectos relacionados a movimientos de transición social.</p> <p>ACTIVIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ferias de arte • Talleres de arte, teatro y música • Presentaciones de teatro • Espacios de trabajo y taller • Librería • Proyectos Sociales <p>Olmado OE3 - 18 y Av. Guayaquil (Centro Histórico de Quito) 096 893 884 espaciocatapultatalleres@gmail.com</p> <p>@casocatapulta</p>  
 <p>EL ÚTERO</p>	<p>Espacio de gestión y promoción cultural independiente, junto al río Machangara. Lugar de convergencia para la producción artística y cultural en general como medios de expresión y catalizadores del bienestar social.</p> <p>ACTIVIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyectos sociales y barriales • Espacio para conciertos, eventos y ensayos • Talleres de teatro y sanación natural <p>Av. Pedro Vicente Maldonado y Av. Sena. Junto al río Machangara 0984728 405 casamachankara@gmail.com</p> <p>@casamachankara</p>  	 <p>TrudeSojka</p>	<p>Espacio orientado a la integración comunitaria, intercultural e intergeneracional, mediante el arte y la cultura a través de la construcción de espacios de desarrollo integral para el fortalecimiento de las capacidades de la comunidad en función social.</p> <p>ACTIVIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ferias de arte • Talleres de arte, teatro y música • Presentaciones de teatro • Espacios de trabajo y taller • Librería • Proyectos Sociales <p>García Moreno y Purores Plaza 24 de Mayo 02 257 854 #fofinashunkuarq</p> <p>@trudesojka</p>  