

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual

Diseño de fanzine declaratorio de la realidad de los guayaquileños durante la cuarentena por el Covid-19.

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Licenciado en Diseño Gráfico

Presentado por:

Adriana García Tutillo

Jamile Martínez Núñez

GUAYAQUIL - ECUADOR

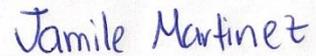
Año: 2020

DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Adriana Magdalena García Tutillo* y *Jamile Paola Martínez Núñez* y damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”



Adriana Magdalena
García Tutillo



Jamile Paola
Martínez Núñez

EVALUADORES



Mg. Ma. de Lourdes Pilay G.

PROFESOR DE LA MATERIA



Firmado electrónicamente por:
**ARIANA DANIELA
DEL PINO
ESPINOZA**

PhD. Daniela del Pino.

PROFESOR TUTOR

RESUMEN

El Covid-19 causa conmoción en el mundo entero, y Ecuador no es la excepción. En Guayaquil el 21,08% no posee un trabajo estable, y el 16,6% tiene condiciones de vida precarias. Estos factores complican acatar la cuarentena. Sin embargo, la ciudad presenta una falta de empatía alarmante: hay quienes desacatan sin razones válidas, convirtiéndola en el epicentro de la pandemia. Como “el pueblo que no conoce su historia está condenado a repetirla”, es esencial plasmar de manera eficaz la realidad de los guayaquileños durante la cuarentena, para hacer un llamado de atención a la sociedad. El medio ideal es el fanzine, revista independiente sin intervención de intermediarios, además de bajos costos de producción que incrementan su alcance. La colección ‘Dos Metros’ consta de tres fanzines pensados para ser difundidos digitalmente, cada uno con su respectivo insight. Las técnicas fueron collages con fotografías tomadas durante la pandemia, ilustraciones, y textos breves. Toni Bauzá, diseñador y fanzinero, colaboró con pautas durante el proceso. Además, mediante un focus group se difundieron los fanzines, realizando una encuesta posteriormente. De esta se obtuvo que el 100% lo encontró indispensable para conocer la historia y mejorar en un futuro, y un 76,2% estuvo de acuerdo con que la colección retrataba eficazmente las distintas realidades. En general, el producto cumple su objetivo de comunicar lo vivido durante la cuarentena, y al ser compartido con los guayaquileños, realmente sienten que de esta experiencia pueden aprender la forma en la que sus decisiones afectan a la sociedad.

Palabras Clave: Cuarentena, Covid-19, Coronavirus, Fanzine, Guayaquil

ABSTRACT

The Covid-19 is causing a stir around the world, and Ecuador isn't an exception. In Guayaquil 21.08% don't have a stable job, and 16.6% have precarious living conditions. These factors complicate the quarantine compliance. However, the city presents an alarming lack of empathy: those who disobey the law without valid reasons, making the city the epicenter of the pandemic. As "the people who don't know their history are condemned to repeat it", it is essential to effectively portray the reality of Guayaquil's people during the quarantine, in order to call society's attention. The ideal tool is the fanzine, an independent magazine without the intervention of intermediaries, in addition to low production costs that increase its reach. The collection 'Dos Metros' consists of three fanzines designed to be disseminated digitally, each with its respective insight. The techniques were collages with photographs taken during the pandemic, illustrations, and short texts. Toni Bauzá, designer and fanzine maker, collaborated with guidelines during the process. In addition, through a focus group, the fanzines were distributed, carrying out a survey afterwards. From this, 100% found it indispensable to know the history to improve in the future, and 76.2% agreed that the collection effectively portrayed the different realities. In general, the product fulfills its objective of communicating what they lived through during the quarantine, and by being shared with the people of Guayaquil, they really feel that from this experience they can learn the way in which their decisions affect society.

Keywords: *Quarantine, Covid-19, Coronavirus, Fanzine, Guayaquil*

ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES.....	3
RESUMEN.....	IV
ABSTRACT	V
ÍNDICE GENERAL	VI
ÍNDICE DE FIGURAS	IX
ÍNDICE DE TABLAS.....	X
CAPÍTULO 1.....	- 11 -
1. Introducción	- 11 -
1.1 Descripción del problema	12
1.2 Justificación del proyecto	13
1.3 Objetivos	13
1.3.1 Objetivo General.....	13
1.3.2 Objetivos Específicos.....	13
1.4 Marco teórico.....	14
1.4.1 Una sociedad en cuarentena	14
1.4.2 La realidad de los guayaquileños.....	16
1.4.3 Noticias: Medios de comunicación.....	17
1.4.4 Técnicas de comunicación visual.....	20
1.4.5 Fanzine	22
1.4.6 Propuesta	27
CAPÍTULO 2.....	- 31 -
2. Metodología	- 31 -
2.1 Netnografía Visual.....	- 31 -
2.2 Auto etnografía.....	33
2.3 Perfil Persona.....	34
2.4 Entrevista	34

2.5 Cool board.....	35
CAPÍTULO 3.....	36
3. Resultados Y Análisis	36
CAPÍTULO 4.....	40
4. Conclusiones Y Recomendaciones	40
Conclusiones.....	40
Recomendaciones.....	41
BIBLIOGRAFÍA.....	42

ABREVIATURAS

ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
MSP	Ministerio de Salud Pública
INEC	Instituto Nacional de Estadística y Censos
OMS	Organización Mundial de la Salud
COE	Comité de Operaciones de Emergencia
BBC	British Broadcasting Corporation
MERS	Síndrome Respiratorio de Oriente Medio
ENEMDU	Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo
CNN	Cable News Network

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Tendencia de casos positivos por Covid-19 en Guayaquil (Coronavirus Ecuador, 2020)	15
Figura 1.2 Obra 'Desocupados' del artista argentino Berni	21
Figura 1.3 Tipologías del fanzine (Galaxina, 2017)	23
Figura 1.4 Fanzine de la Directora de Arte e Ilustradora e Natalya Balnova (People of Print, 2016)	23
Figura 1.5 Guayaquil Fanzine Fest (El Telégrafo, 2018)	25
Figura 1.6 Fanzine 14.03.2020, realizado por Fahrenheit 450	26
Figura 1.7 Fanzine DistANSIAS #1, artistas Melissa Mejía y Erika Coello (Terminal, 2020)	27
Figura 1.8 Fanzine DistANSIAS #2, artista Ricardo Bohórquez (Terminal, 2020)	27
Figura 1.9 Efectos de Google en la memoria (Behance, 2016)	29
Figura 1.10 Efectos positivos de escribir tus sentimientos (Behance, 2016)	29
Figura 1.11 Paleta de colores por Kyle Miller	30
Figura 2.1 Categorización visual de información recolectada (mood board)	32
Figura 2.2 Recopilación visual de experiencias (mood board)	33
Figura 2.3 Herramienta Perfil Persona.	34
Figura 2.4 Cool board.....	35
Figura 3.1 Bocetos a lápiz	36
Figura 3.2 Resultado de encuestas.	37
Figura 3.3 Merchandising de la marca.	39
Figura 3.4 Montaje de stand de festival.....	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1 Costos creativos.	38
Tabla 3.2 Costos de producción.	38

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

“La historia siempre tiene dos versiones. Una, la que cuentan los que ganan las batallas y otra, muy diferente, que casi nunca nadie cuenta y que sólo se conserva en la memoria de los perdedores.” (Taibo, 2011)

La pandemia covid-19 no se aleja mucho de esta frase. El mundo vive una crisis para la cual no estaba preparado, millones de infectados con millones de muertes. Los países se encontraron en un callejón que parecía no tener salida y Ecuador, país pequeño, subdesarrollado, población clase media baja en su mayoría, fue uno de ellos. Sin embargo, los ecuatorianos desconocen que el virus trae consigo mucho más que enfermedad.

En un abrir y cerrar de ojos, todos están en cuarentena. El gobierno pide al Ecuador que se queden en casa para evitar el contagio masivo, mandato difícil de acatar para el país entero, considerando que, de acuerdo con el portal del Ministerio de Salud (MSP, 2020), al momento existen 50640 casos positivos para COVID-19.

Guayaquil, con 9,938 de infectados, es la ciudad con mayorescas de coronavirus (Dirección Nacional de Vigilancia Epidemiológica, 2020). Salir a realizar cosas triviales sigue siendo una opción para algunos, mientras que, para otros, salir es cosa de vida o muerte. Las familias más pobres, al no poseer ahorros o vivir del día a día, se quedan sin pan en la mesa, y se ven obligadas a buscárselas en las calles desiertas de una ciudad que, con 21,4% de desempleo y 11,2% de pobreza (INEC,2019), tiene los porcentajes más altos.

La perla tiene las dos caras de la moneda. Personas en situaciones diferentes, con razones totalmente opuestas, pero que comparten algo; la irresponsabilidad de no quedarse en casa, subestimando la enfermedad o simplemente por no tener otra opción. Por un lado, sobresale la falta de empatía hacia el prójimo; por otro, el irrespeto a las autoridades que solo quieren hacer su trabajo. No se enseña que en crisis se debe poner el hombro, que existen familias en peores condiciones, que las acciones traen consigo consecuencias para uno mismo o, peor aún, para otros.

Esta falta de empatía es lo que este proyecto quiere tratar, mostrar que la realidad de uno no es la misma que la del otro, que todos tienen situaciones distintas y que, por esa razón, se debería ser más condescendiente.

Recopilar material visual de la crisis que viven los guayaquileños, para luego evidenciarlo mediante ilustraciones en el diseño de un fanzine, también denominado 'prensa alternativa'. (Díaz, 1998). Exponer lo que nadie muestra, la realidad de sus habitantes, llamando la atención de algunos sobre la importancia de acatar las reglas para el bien común.

1.1 Descripción del problema

El Covid-19 causa gran conmoción en todo el mundo el 2020. Ecuador no es la excepción, registrando su primer caso el 27 de febrero (Secretaría General de Comunicación, 2020). Aislar los contagiados no es suficiente para evitar que el país entero sufra una crisis sin precedentes en días posteriores; negocios cerrados, calles vacías, comida escasa, y gente sin poder salir de casa, salvo el personal médico que lucha contra la pandemia.

Sin embargo, no solo el virus es un peligro para la ciudad, la gente presenta una falta de empatía aún más alarmante. Con el pensamiento de que no contraerá la enfermedad, que será un proceso viral más, y que solo afecta a adultos mayores, siguen saliendo, convirtiéndose en transmisores.

Mientras que un porcentaje de la población sale por razones triviales, existen otros lo hacen por necesidad. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC (2019), Guayaquil, con 11,2%, es la ciudad con mayor tasa de pobreza. Además, el 21,4% de guayaquileños son desempleados, lo que implica tener que salir día a día a buscar alguna manera de subsistir, a diferencia de aquellos de clase media, alta, o con capital reunido, que lograron mantener a su familia. (El Comercio, 2020)

A pesar de que, desde la primera aparición del virus en Wuhan, China, en el mes de diciembre del 2019, la OMS emitió medidas de prevención y recomendaciones frente al Covid-19 (OMS, 2019), los ciudadanos hicieron caso omiso a las mismas ya que el virus aún no llegaba al país. Meses más tarde, cuando el coronavirus llega a Ecuador, el COE y los medios nacionales se encargaron de recalcarlas (Migalhas, 2020). A pesar de tener esta información, los guayaquileños no las acataron,

provocando que el virus se propague rápidamente, poniendo en peligro a todos los guayaquileños.

1.2 Justificación del proyecto

En el 2020 Ecuador enfrenta una crisis sin precedentes, y Guayaquil, la ciudad con más habitantes, es la más afectada. Después de darse a conocer el primer caso de Covid-19 el 27 de febrero (Secretaría General de Comunicación, 2020), las autoridades competentes comunican las medidas pertinentes en la emergencia sanitaria. Sin embargo, no son acatadas por la mayoría, generando una crisis sin precedentes en el país.

Factores como la búsqueda de recursos para subsistir y sistemas de salud colapsados, convierten a Ecuador en el epicentro de la crisis en América Latina (BBC, 2020). Como consecuencia, la gente empieza a aislarse, y el pánico es palpable en la ciudad, ahora desierta. Este aislamiento hizo aún más imposible conocer la realidad del otro, corriendo el riesgo de perderse en la historia.

Considerando que, según Vattimo (1988), toda experiencia se convierte en imagen, y que esta es la forma más rápida de captar la atención del receptor, se definió un producto visual como el ideal para comunicar eficazmente. Siguiendo esta idea, y buscando transmitir hechos verídicos, se optó por un formato libre y adaptable a nuestras necesidades: el fanzine. Tomando en cuenta que “un pueblo que no conoce su historia está condenado a repetirla”, es extremadamente importante plasmar de manera eficaz la realidad de los guayaquileños durante la cuarentena del 2020, para en un futuro tomar mejores decisiones para un bien común.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Elaborar material visual que comunique sobre las diferentes realidades de los ciudadanos guayaquileños durante la cuarentena del 2020 por el Covid-19.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Recolectar material escrito y visual de la vivencia de la cuarentena en los distintos sectores de Guayaquil mediante entrevistas para que los resultados sean directos y no sesgados.

2. Contrastar las situaciones vividas desde las diferentes perspectivas sociales/económicas mediante una línea de tiempo para la concientización de manera visual.

3. Crear un fanzine que plasme lo vivido en la crisis mediante su síntesis en ilustraciones para que el mensaje se comunique de manera eficaz.

1.4 Marco teórico

1.4.1 Una sociedad en cuarentena

1.4.1.1 Covid-19 en el mundo

Según la OMS (2019) los coronavirus, una extensa familia de virus, han existido desde hace mucho tiempo, afectando humanos y animales. Estos causan enfermedades respiratorias que van desde el resfriado, hasta algo más grave como el Síndrome Respiratorio de Oriente Medio (MERS). Sin embargo, habían sido estudiados por científicos, y estaban preparados para un nuevo brote.

A diferencia de esta amplia familia mencionada, El COVID-19 presentó características nuevas, y tuvo su primera aparición en Wuhan, China, en diciembre del 2019 (Secretaría General de Comunicación, 2020). De acuerdo con la OMS (2019), el área de salud no estaba preparada para esto, dado que desconocía con certeza como actuaba. Esto afectó a gran cantidad de habitantes a nivel mundial que no pudieron recibir la atención propicia, además de que no se contaba con pruebas para su detección temprana.

Debido a que se transmite por “las gotículas que salen despedidas de la nariz o la boca de una persona infectada al toser, estornudar o hablar” (OMS, 2019), se propagó rápidamente a países aledaños, y posteriormente, a nivel mundial. A la fecha del 22 de junio, 8,8 millones de casos han sido reportados, y 465,000 han fallecido (OMS, 2020).

1.4.1.2 Ecuador, uno de los más afectados

El sábado 29 de febrero la ministra de Salud Pública Catalina Andramuño realizó el siguiente comunicado:

“El Gobierno Nacional ha seguido todos los protocolos correspondientes y ha tomado las medidas de prevención necesarias ante la emergencia de salud pública de interés internacional, que es el coronavirus. Sin embargo, así como ya ha ocurrido en otros 54 países, las medidas no han impedido que el virus

ingrese y hoy debemos informar que se ha confirmado el primer caso en Ecuador” (Secretaría General de Comunicación, 2020)

Esto tomó por sorpresa a los ciudadanos, quienes se preocuparon más por averiguar quién había sido el paciente cero que, en tomar las medidas adecuadas, según las declaraciones de los familiares a Plan V (2020). El 11 de marzo se declaró emergencia sanitaria para evitar la propagación, se dictaminó reducción de movilidad, suspensión de trabajo presencial, y toque de queda a nivel nacional (El Universo, 2020). El país se mostró incrédulo ante la gravedad del denominado coronavirus, sin ser consciente de todo lo que implicaría esta pandemia para la sociedad.

1.4.1.3 Guayaquil como el epicentro

Guayaquil, la ciudad del Ecuador más poblada con 2.7 millones de habitantes, se convirtió en el centro de la pandemia. El 12 de marzo, un día después de la declaración de emergencia sanitaria, las cifras empezaron a aumentar de forma alarmante. El 7 de marzo la ciudad registró 197 casos confirmados, ascendiendo a 5,466 el 27 del mismo mes (Coronavirus Ecuador, 2020), este incremento se puede observar en la curva presentada en la Figura 1.1

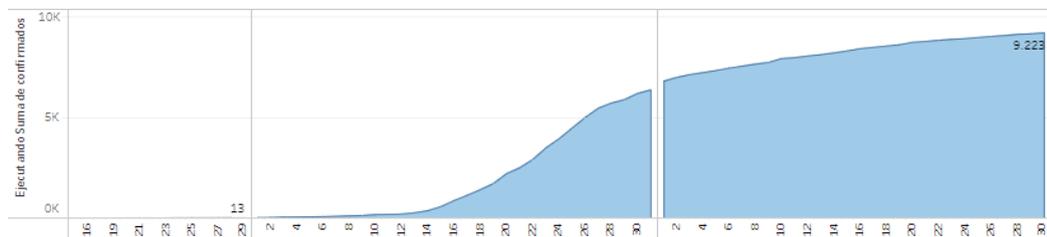


Figura 1.1 Tendencia de casos positivos por Covid-19 en Guayaquil (Coronavirus Ecuador, 2020)

Los ciudadanos se vieron afectados en varios ámbitos, principalmente relacionado con su nivel socioeconómico (alto, medio, y bajo), el acceso a la salud, y condiciones de vida. El entendimiento de estos niveles es esencial para una recopilación fidedigna de la historia.

1.4.2 La realidad de los guayaquileños

1.4.2.1 Economía

Según la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) realizada en marzo del 2019 por La Agencia Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Guayaquil, con 21,8%, tiene el índice más alto de subempleo o empleo informal del Ecuador. Según el INEC (2019), los subempleados son personas que reciben ingresos menores al salario básico unificado y/o que trabajan menos horas de la jornada legal. Aparte de esta cifra, la ciudad portuaria tiene la tasa más alta de pobreza, con el 11,2% (INEC, 2019).

Por lo tanto, para los ciudadanos de bajo nivel socioeconómico sin empleos estables, ingresos mensuales ni ahorros, este tipo de situaciones críticas se vuelven casi imposibles de sobrellevar.

Según Acosta (2020) Guayaquil es una ciudad de enormes desigualdades, donde en esta época del año el clima es desfavorable, por lo que hay que imaginar cómo es la vida quiénes no tienen hogar, o servicios básicos, como agua potable. Conforme a las cifras del INEC (2016), el 60% de la población del país no tiene acceso a internet, lo que impide el teletrabajo o la educación en línea. Además, recalca que debido a estas condiciones no se pueden exigir comportamientos adecuados, sin tener presente estas otras realidades.

Por otro lado, los ciudadanos con un nivel socioeconómico alto contaron con los ingresos necesarios para subsistir durante la cuarentena, ya sea a partir de salario, o de ahorros. Además, dado los recursos con los que cuentan, tenían la posibilidad de seguir laborando en línea desde su hogar sin novedades.

1.4.2.2 Salud

En Guayaquil, la rápida propagación del virus y la falta de preparación para la magnitud de infectados hizo que los sistemas de salud locales colapsaran.

Según la OMS un país debe tener entre 2,5 y 4 camas de hospital por cada 1.000 habitantes. Ecuador llega apenas al 1,5, con 14.144 camas hospitalarias disponibles en el sector público. Comenta el diario Primicias EC (2020) que la situación en Guayas es más complicada, con un promedio de 1,37 camas por cada 1.000 habitantes según el INEC (2017).

Asimismo, las morgues y los servicios funerarios estaban colapsados, causando que las personas fallecidas permanecían en casa por días, noticias que dieron la vuelta al mundo por redes sociales. “La medida de excepción ralentizó el servicio funerario, que en algunos casos dejó de prestarse porque los trabajadores, temerosos de contagiarse, evitaron ir a domicilios. Cientos de cadáveres pasaron días en sus viviendas antes de que fueran recogidos. Otros cuerpos también tardaron en ser recogidos en las calles.” (Agence France-Press, 2020).

Problemas relacionados a la salud se viven desde todas las clases sociales, pero al no tener las mismas posibilidades económicas no todos los pueden sobrellevar de la misma manera. Los centros de salud públicos están saturados, y optar por consultas privadas era la única opción viable. Pese a esto, la escasez de insumos y medicamentos estaba presente, lo que en muchos casos fue mortal.

1.4.2.3 Condiciones de vida

En los sectores más pobres de Guayaquil las condiciones de vida de los pobladores son, en la mayoría de los casos, críticas, puesto que durante la cuarentena no tenían permitido salir a las calles a trabajar informalmente y llevar sustento a sus hogares. Según el INEC (2015), el 16,6% de la costa vive en hacinamiento, solo Guayaquil, Samborondón y Durán tienen el segundo lugar de esta condición en Ecuador.

En el artículo de Pesantes (2020) se habla de que estas familias de más de tres personas habitan en casas de menos de 50 metros cuadrados, lo cual vuelve más difícil que se cumpla la cuarentena, cuando solo poseen un mueble o una cama.

El hambre y la falta de dinero es lo que más preocupó al gobierno y municipio, por lo que se entregaron canastas a las familias más necesitadas.

1.4.3 Noticias: Medios de comunicación

1.4.3.1 Importancia de información

El COVID-19 no solo afectó a los ciudadanos, sino también a sus medios de comunicación. Frente a la crisis ciertos medios nacionales se vieron obligados a

despedir masivamente para mantener a flote a las empresas. Fue tal el impacto que los medios impresos pararon de imprimirse pues, al haber toque de queda, no podían comercializarse en las calles del país. Estas complicaciones causan que haya más sesgo en los medios de comunicación, menos circulación de opiniones, lo que afecta a la sociedad. Al haber menos periodistas en el sector de la comunicación, la difusión de las noticias falsas dificulta y entorpece el arduo trabajo de los comunicadores.

Por otro lado, la prensa impresa era una manera de tener informado a todo el país. Solo el 36% de los hogares a nivel nacional tienen acceso internet. (INEC, 2016), por lo que para un gran porcentaje del país estar informado virtualmente no es una opción.

1.4.3.2 Sesgo Mediático

Durante la pandemia, en Ecuador existió mucha intervención de parte del estado para desmentir noticias que circulaban en redes, pero también para mostrar las gestiones que se realizaban, como menciona Constante (2020) en un artículo para Nieman Reports. Muchas veces solo publicaban material audiovisual de los funcionarios visitando barrios pobres, o caminando por los hospitales, y afirma que “el riesgo de esto es que muchos medios, que no tienen la posibilidad de hacer coberturas propias, empiezan a reproducir estas piezas que tienen una finalidad propagandística.” (Constante, 2020)

Por otro lado, las entrevistas a autoridades estaban sujetas a ciertas condiciones. Los entrevistadores tenían que enviar sus preguntas por escrito, y no todas eran aceptadas, incluso algunas de las cadenas de noticias nacionales realizaban entrevistas muy superficiales a las autoridades. Esto causó conmoción tanto nacional como internacionalmente, ya que en redes sociales se podía ver la realidad de Ecuador, mientras que las autoridades decían que tenían todo bajo control.

Debido a esto el presentador de CNN, Fernando del Rincón, entrevistó a la ministra de Gobierno María Paula Romo y al secretario del Gobierno Juan Sebastián Roldán, causando mucha controversia dado que, para ese entonces, El Ministerio de Salud no mostraba las cifras reales de infectados, lo cual fue mencionado en las entrevistas.

1.4.3.3 Irregularidades en noticias

En la crisis por COVID-19 las cifras de infectados y fallecidos es dada diariamente al Ecuador por el Ministerio de Salud Pública. Sin embargo, estas cifras no concordaban con la cantidad de personas que, en redes sociales como Twitter, exponían casos de defunción de familiares o conocidos. La circulación de fotos y videos de cadáveres en aceras causó conmoción en redes, y periódicos internacionales como Página 12 (2020) de Argentina decidieron hacer un artículo donde revelan que existe un ocultamiento de difuntos por parte del gobierno de Lenín Moreno. Luego de este ataque de redes en contra de las autoridades, el presidente en cadena nacional exigió a las entidades competentes que entreguen cifras reales al pueblo.

1.4.3.4 Redes sociales como fuente fidedigna

Las redes sociales sirven para que una sociedad democrática tenga una comunicación libre, donde se puedan mostrar diferentes puntos de vista. Durante la pandemia del coronavirus, las redes sociales permitieron a los ecuatorianos informarse, pero, al mismo tiempo, comunicar acerca de la crisis que estaba viviendo el país, ya que nada de esto se mostraba en las noticias. Así como noticias reales, existieron muchas noticias falsas, tales como las que Primicias EC (2020) menciona en su artículo: 'Presidente Lenín Moreno desaparecido', 'Fosas comunes en Guayaquil, muerte del expresidente Abdalá Bucaram' y, una de las más controversiales, 'Incineran a fallecidos en las calles de Guayaquil', la cual se originó por un video que circulaba en redes, pero que meses después se aclaró que no era un cuerpo, sino un mueble de sala. Es por eso por lo que la BBC (2020) redactó un artículo de como identificar si una noticia si es real o no. Primero, se debe leer todo el artículo y no sólo el titular, averiguar si la fuente es confiable, poner la noticia en un buscador para ver si existen más artículos, porque si la noticia es verdadera existirá más de una noticia al respecto. También se debe verificar contexto, datos, citas que se hayan incluido, y, por último, si el mensaje llegó con una foto o vídeo se puede hacer una búsqueda en Google Images a la inversa para comprobar si otros sitios la reprodujeron.

Es importante comprobar la veracidad de las noticias antes de compartirlas en redes, ya que no todo lo que se comparte es real.

1.4.4 Técnicas de comunicación visual

1.4.4.1 Diseño Gráfico como denuncia social

En el siglo XII se había comprendido a profundidad la lectura, escritura, e implementación de interfaces como capítulos, títulos, desplazamiento del carácter ornamental por uno más ilustrativo, entre otros, según Ledesma (2003, p. 56). Hasta ese tiempo la lectura se realizaba en voz alta, debido a la complejidad para decodificar y localizar información en el texto, sumando a esto el tamaño de los manuscritos. Estas interfaces son un modo de acercarse al concepto del diseño, dado por la afirmación de que “la facultad cognitiva por excelencia era la memoria y se privilegiaba por sobre el trabajo sobre el texto”, y que la relación del diseño gráfico con la imagen es “una modalidad de su existencia”, de acuerdo con Ledesma.

Además, sabemos que, en estas piezas gráficas, “el arte es un medio sensible de aprehender la realidad” (Gálaz, 2020). Este planteamiento ha venido teniéndose desde Platón, quién aseguraba que “el arte y la sociedad son conceptos inseparables”. A través del tiempo las distintas corrientes artísticas han reflejado la realidad de la época en la que han sido creadas, y se ha recurrido a ellas para conocer más sobre la historia. Por su parte, el diseño gráfico ha tomado elementos del arte y también se ha visto influenciado por la sociedad de su tiempo, lo cual es palpable en piezas como los carteles de Toulouse Lutrec. “El diseño gráfico como toda práctica cultural es una práctica significativa que tiene, entre otras características, la voluntad explícita de comunicar (...) Es una voz pública, presta su voz a políticos, religiosos, empresarios, educadores” (Ledesma, 2003, p. 9). Esto implica que todo lo visual de la era contemporánea acoge al diseño gráfico de una u otra manera, y va “más allá de resolver problemas de comunicación visual” (p. 12).

En este capítulo, Ledesma sostiene que, para realizar una comunicación efectiva, se debe de plantear una estrategia visual acorde al propósito del diseño. A través de este se puede dar voz a quienes no la tienen dentro de la sociedad, interviniendo en este proceso cultural y generando nuevas voces que sean audibles. En busca de esta estrategia, existe la imagen “arrancada a lo real para constituirse su expresión y denuncia”. “La imagen es la materia prima del diseño gráfico” (Ledesma, 2003, p. 56), y, para este proyecto, la creación de piezas

visuales basadas en una investigación significará un registro fehaciente de la realidad de los guayaquileños que comunique eficazmente.

1.4.4.2 Ilustración como recurso visual

“Las ilustraciones se presentan como recursos facilitadores a la hora de comprender ciertos problemas que se presentan en la sociedad, fomentan la capacidad crítica a la vez que desarrollan habilidades para interpretar y relacionar conceptos anteriormente vistos u escuchados a través de los medios de comunicación” (González García, E., & Chacón-López, H., 2018)

Esto se demuestra en el artículo ‘Aprender y enseñar a través de imágenes. Desafío educativo’, realizado por Yamila (2014). En este estudio mostró a sus estudiantes dos obras artísticas de Berni, artista argentino: ‘Desocupados’ y ‘Manifestación’, donde se reflejan injusticias sociales (ver figura 1.2). El trabajar con imágenes permitió la reflexión entre los alumnos y docente, las cuáles se reforzaron con el conocimiento previo, conceptos y realidad sociocultural, permitiendo una comprensión que facilita el aprendizaje (Yamila, 2014). Inclusive, llegaron a relacionar estas imágenes con noticias escuchadas en medios de comunicación.

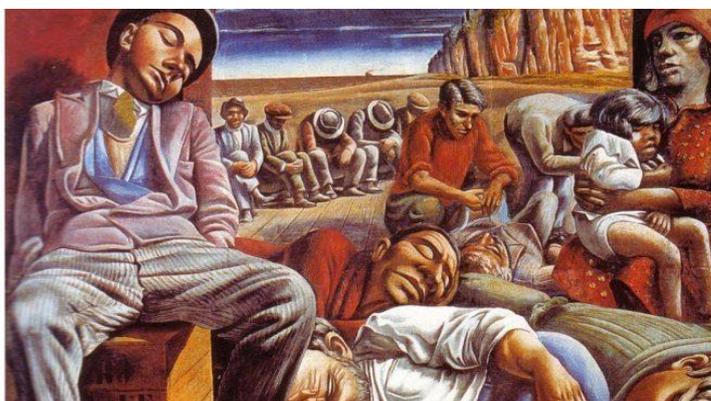


Figura 1.1 Obra ‘Desocupados’ del artista argentino Berni

En ‘El Pensamiento Débil’, Vattimo (1988) asegura que toda experiencia se convierte en imagen. Siguiendo este razonamiento, los recuerdos son visuales, y a estos se agregan conceptos y significados relacionados, que en conjunto conforman un todo para el receptor. De esta manera, el plasmar lo acontecido durante la cuarentena de forma ilustrativa es primordial para que la historia sea contada eficazmente.

1.4.5 Fanzine

Fanzine es un término anglosajón proveniente de los vocablos fan (admirador), y magazine (revista). Al ser una publicación independiente e irregular, llegando inclusive a ser catalogada como marginal, su ambigua naturaleza no se define con exactitud, y, como menciona Barnes (1996) es complicado llegar a la definición de lo que no pide ser definido. Sin embargo, es necesario, al ser el formato empleado para comunicar la realidad de los guayaquileños.

Su origen se remonta al siglo XIX, pero el porqué de su creación prevalece a través del tiempo. En la actualidad, se define como una gran herramienta en la que los diseñadores se convierten en creadores que toman el control de la publicación, desde su producción, hasta su difusión. (Triggs, 2010). Es ideal para proyectos propios, sin necesidad de que existan intermediarios o filtros, asegurando de esta manera que su idea inicial prevalezca durante todo el proceso.

De acuerdo con la guía 'Haz un fanzine, empieza una revolución', realizada por Galaxina (2017), el fanzine puede ser de cualquier tamaño, pero el más utilizado es el A5 al ser el resultado de doblar un formato A4. Las páginas se pueden disponer de distintas maneras, tal como se observa en la figura 1.3:

1. **En cuadernillo** Páginas dobladas a la mitad y encuadernadas
2. **Un pliego.** Puede ser doblado por la mitad, acordeón, u otro tipo de pliegue
3. **Hoja doblada** haciendo varias páginas
4. **Folios sueltos**
5. **Folios sueltos unidos** en una esquina

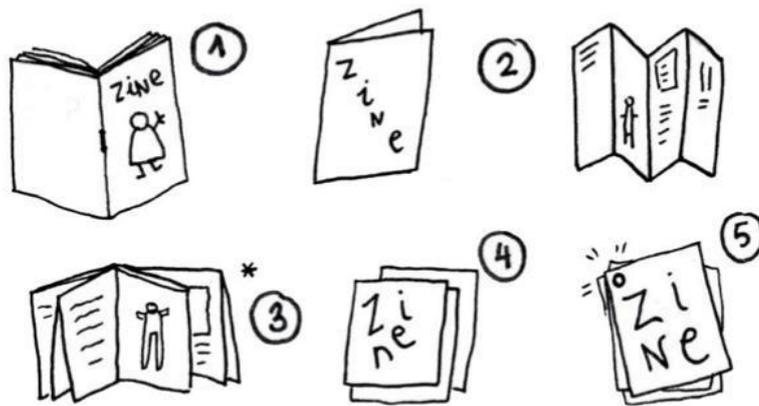


Figura 1.2 Tipologías del fanzine (Galaxina, 2017)

El fanzine no debe de ser muy extenso. Según López (2014), al ser elaborado de forma independiente, la encuadernación es un proceso manual, generalmente grapado por el lomo o en una esquina. De ser extenso, se tendría que recurrir a un proceso industrial, aumentando su costo y la complejidad del proceso. Galaxina (2017) afirma que el precio de producción de un fanzine A5 de unas 16/20 páginas en blanco y negro, con la portada a color, y una tirada de veinte, ronda los 10 euros. Es así como se puede simplificar el proceso y disminuir costos para que llegue al mayor número de lectores.



Figura 1.3 Fanzine de la Directora de Arte e Ilustradora e Natalya Balnova (People of Print, 2016)

Un paso fundamental es la maquetación, que consiste en “componer y distribuir las páginas de tu fanzine y los distintos elementos que van a formar parte de ellas” (Galaxina, 2017). Se puede hacer a computadora, utilizando programas especializados como Adobe InDesign en perfil CMYK para su impresión, o a mano. En este caso se optará por realizarlo digitalmente. Las páginas siempre deben de ser múltiplos de cuatro.

Según este artículo, existen cinco vías para su distribución:

- 1. Venderlo uno mismo:** Se lo puede vender en mano o en una tienda online, si el fin es lucrativo. Para el envío se puede utilizar el correo.
- 2. Dejarlos en tiendas:** En librerías, tiendas de cómics, galerías de arte. Se entregan sin depósito, y normalmente las librerías se quedan con el 30%-40% del precio de venta.
- 3. Distribuidoras de fanzines:** Ligado a la comunidad fanziner local, se los vende a través de plataformas con las que colaboren, en sus puestos en festivales, etc.
- 4. Intercambio:** Buscar personas que tengan fanzines interesantes e intercambiarlos. Generalmente a la comunidad le encanta este método.
- 5. Ferias y encuentros:** Ser parte de la comunidad fanziner. Estas ferias funcionan por convocatoria abierta, y tienden a acoger al mayor número de gente posible.

“Hacer un fanzine es una forma de protesta contra los medios de comunicación establecidos, afanados por el lucro y el esmero en su profesionalismo elitista y excluyente” (Lara, 2000). Según Lara, se ha convertido en el medio para difundir denuncias sociales y al sesgo mediático a lo largo de la historia.

1.4.5.1 Referentes del fanzine

Diseñadores y artistas, tanto nacionales como internacionales, han elegido este formato como medio para reflejar la realidad de quiénes los rodean.

“El fanzine es un acto político, es alzarle la voz a esta sociedad para decirle que siempre hay un hilo o un hueco para escapar” (El Universo, 2019). Estas palabras de Tito Torres, director de la cuarta edición del Guayaquil Fanzine Fest, indican de forma acertada de que se trata un fanzine. De acuerdo con este reportaje realizado por El Universo, el Guayaquil Fanzine Fest busca comunicar

las ideas de su creador, y no está dirigido solamente a diseñadores, sino que es abierto a todo el público.



Figura 1.4 Guayaquil Fanzine Fest (El Telégrafo, 2018)

En Argentina se da el TRImarchi, un Encuentro Internacional de Diseño reconocido a nivel mundial. De acuerdo con Disco Te Quiero (2016), este evento reúne a más de 6000 diseñadores de todo el mundo, y los invita a vivir conferencias, talleres, exhibiciones, y fiestas, con la participación de grandes referentes de la actualidad.

En una entrevista realizada por el diario El Civismo (2018) a Gina Torchia, una de las creadoras del colectivo TRImarchi, cuenta que, ante la necesidad de expresar y plasmar pensamientos en físico, comenzó a realizar fanzines debido a su bajo costo y la posibilidad de crearlos en casa sin tener muchos conocimientos de diagramación. Esta acción causó que años más tarde creara La Bienal de Fanzines junto con el dueño de una galería. Torchia expresa que lo que busca con los fanzines es seguir enseñando técnicas para su elaboración, para que más gente realice sus propios proyectos y exista un intercambio cultural de mayor impacto.

Por otro lado, en Perú existe el festival Carboncito, que empezó siendo un fanzine, publicado durante 16 años consecutivos. Vio su final en el año 2017, para un año después convertirse en uno de los eventos peruanos más importantes, con invitados internacionales relacionados al diseño gráfico, cómic, serigrafía, música y mucho más. (Alva, 2019)

1.4.5.2 Fanzine y confinamiento

En Mallorca, España, el colectivo Farenheit 450 realizó un fanzine que “abre una ventana a la reclusión” (Última Hora, 2020), denominado ‘14.03.2020’ por la fecha en la que se decretó la emergencia sanitaria. Bajo el objetivo de romper las barreras del confinamiento, recopila obras de más de treinta artistas, tales como: fotógrafos, diseñadores e ilustradores. Retran al fanzine como “una casa, un espacio y tiempo común, un lugar de encuentro, no solo para los que han participado directamente, sino también para los que lo leerán desde sus casas” (Última Hora, 2020). Este enfoque permitió descubrir los distintos elementos que se pueden incluir en este medio relacionados con la cuarentena, y cómo la composición de las imágenes dispuestas narra la historia de lo vivido, llegando a apelar a lo emocional. (figura 1.6)



Figura 1.5 Fanzine 14.03.2020, realizado por Farenheit 450

En Ecuador se dio un caso similar por parte del proyecto editorial Terminal, liderado por Jaime Núñez del Arco y Gabriela Valarezo, y en colaboración con ilustradores como Erika Coello y Melissa Mejía. Bajo el nombre de DistANSIAS (fig 1.7), crearon “libros de descarga gratuita que conectan el trabajo de extraordinarios artistas, diseñadores, pensadores y activistas Latinoamericanos durante la pandemia del coronavirus” (Terminal, 2020).



Figura 1.6 Fanzine DistANSIAS #1, artistas Melissa Mejía y Erika Coello (Terminal, 2020)



Figura 1.7 Fanzine DistANSIAS #2, artista Ricardo Bohórquez (Terminal, 2020)

Mediante ilustraciones, fotografías, y poemas, retratan la vida de habitantes de Guayaquil, Cuenca, y Paris. Fue fundamental poder conocer como artistas nacionales plasmaron esta pandemia desde su percepción. El anonimato empleado en las ilustraciones es una pieza clave en la interpretación de las ilustraciones, dado que hay más posibilidades de que el receptor se identifique.

1.4.6 Propuesta

1.4.6.1 Estilo Gráfico

En diseño gráfico, el uso de imágenes de menor fidelidad, es decir, compuestas por pocos elementos visuales, disminuye el realismo. Estas son efectivas cuando

el objetivo es “reforzar el impacto del mensaje”, y permite la inmediata comprensión de un público amplio (Malamed, 2009, p. 103).

Además, en su libro ‘Visual Language for Designers’, Malamed menciona que diseñar con enfoque minimalista tiene varias ventajas, dado que las fases del sistema de procesamiento de información son más eficientes. Al leer una imagen, lo primero que realiza el cerebro humano es percibir los elementos base como la forma y el color, para luego interpretar la información más compleja. Una imagen simplificada a sus formas básicas, como el dibujo lineal, es escaneada y asimilada más rápidamente que una compleja (Malamed, 2009, p. 104).

Inclusive, la presencia de estos elementos innecesarios puede distraer al espectador, afectando la comprensión del mensaje. De acuerdo con Francis Dwyer, el profesor e investigador de sistemas educativos, “probablemente mi descubrimiento más sorprendente es la ineffectividad de las imágenes realísticas. Las imágenes muy pulidas y sofisticadas visualmente no siempre funcionan” (Malamed, 2009, p. 104).

En su libro afirma que el público puede fácilmente reconocer la versión simplificada de un elemento. Al simplificar objetos, se pueden usar sus siluetas, líneas, y reducir el ruido visual. Al ser percibidos, se convierten en un equivalente visual a la generalización, transmitiendo la sensación de representar a todos los objetos de su clase, ya sea una persona o una montaña, por ejemplo. Esto es lo que busca transmitir el fanzine, la realidad de varios guayaquileños, lo cual es posible al optar por formas simplificadas con las que las personas se puedan identificar, sin asociarla a un tipo de persona en específico.

Timo Kuilder, ilustrador minimalista, aborda temas complejos mediante esta técnica, utilizando muy pocos colores y formas básicas. Trabajo para la revista Quest, creando ilustraciones en base a varios temas psicológicos, siendo uno de ellos el efecto de Google en la memoria de sus usuarios (ver fig. 1.9), una ilustración lineal, de color azul, representando el concepto de forma abstracta. Otro tema tratado fue los efectos positivos de escribir tus sentimientos (ver fig. 1.10), con el mismo estilo minimalista, abstrayendo ambos conceptos de escritura y emociones en una imagen con alto impacto visual.



Figura 1.8 Efectos de Google en la memoria (Behance, 2016)



Figura 1.9 Efectos positivos de escribir tus sentimientos (Behance, 2016)

1.4.6.2 Cromática del fanzine

Al ser lo primero que el lector capta, se conoce que los colores son parte crucial del diseño, es la forma de causar o representar emociones, llamar la atención, acciones a las que respondemos de forma instintiva, dependiendo del contexto cultural o social donde el lector se haya desarrollado. Los colores tienen connotaciones que se asocian a emociones y estados de ánimo (Ambrose & Harris, 2006).

Sin embargo, al escogerse el fanzine como solución-herramienta, los diseñadores toman el control de todos los aspectos (Triggs, 2010). Incluyendo las teorías aplicadas en el diseño de este, se consideró la importancia de usar los colores de una manera menos connotativa. Como menciona Costa (2003) en

su libro ‘Diseñar para tus ojos’, existen diferentes clasificaciones de los colores, dentro de estas se encuentra el color arbitrario, que se desliga de cualquier otro tipo de definición antes dado. “No está sujeto a la visión cromática de la realidad ni a sus aspectos psicológicos; tampoco quiere exaltar el colorido de las cosas, ni dramatizar el color para una mayor expresividad” (Costa, 2003, p76). Usando esta teoría como lineamiento, se eligió esta paleta de colores (ver fig. 1.11).



Figura 1.10 Paleta de colores por Kyle Miller

Fuente:<https://dribbble.com/shots/5847356-Color-Palette-06>

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

Debido a que este proyecto busca recopilar los hechos acontecidos durante la cuarentena del 2020 por el Covid-19 desde el punto de vista de los guayaquileños, el paradigma del interpretivismo es una gran herramienta de aprendizaje que permitirá generar material visual a partir de la realidad, abarcando está a la sociedad y sus individuos.

Según O'donoghue (2006) el interpretivismo se basa en el principio de la sociedad y el individuo como unidades inseparables. Es imposible comprender uno, sin el completo entendimiento del otro, implicando que “toda acción humana es significativa y debe ser interpretada y entendida dentro del contexto de las prácticas sociales” (O'donoghue, 2006). Además, afirma que los individuos interpretan el comportamiento de aquellos con los que interactúan, y las acciones posteriores dependen de esta interpretación.

Siguiendo los lineamientos de nuestro proyecto exploratorio de carácter cualitativo, se usó las entrevistas como herramienta de investigación para recaudar información importante, se entrevistó a referentes del fanzine, para poder obtener recomendaciones. Como menciona Grasso (2006) en su libro, las encuestas sirven principalmente para estudios exploratorios, que permiten al investigador poner a prueba o adecuar la explicación dada.

A continuación se especificarán las herramientas necesarias para obtener la información idónea para el proyecto de diseño

2.1 Netnografía Visual

Debido a la pandemia no se pudo realizar investigación de campo, por lo que se optó por recolectar datos de redes sociales, “La netnografía, a diferencia de la etnografía, permite la generación de conocimiento relevante sin incluir en el campo al propio investigador” (Agustí Casas-Romeol, 2014). Se consideró que era lo más viable para el proyecto, ya que al suceder todo en cuarentena, no se pudo estar en campo por razones de seguridad, pero al mismo tiempo todos los

acontecimientos se volcaron a las redes sociales, muchos de ellos se convirtieron virales.

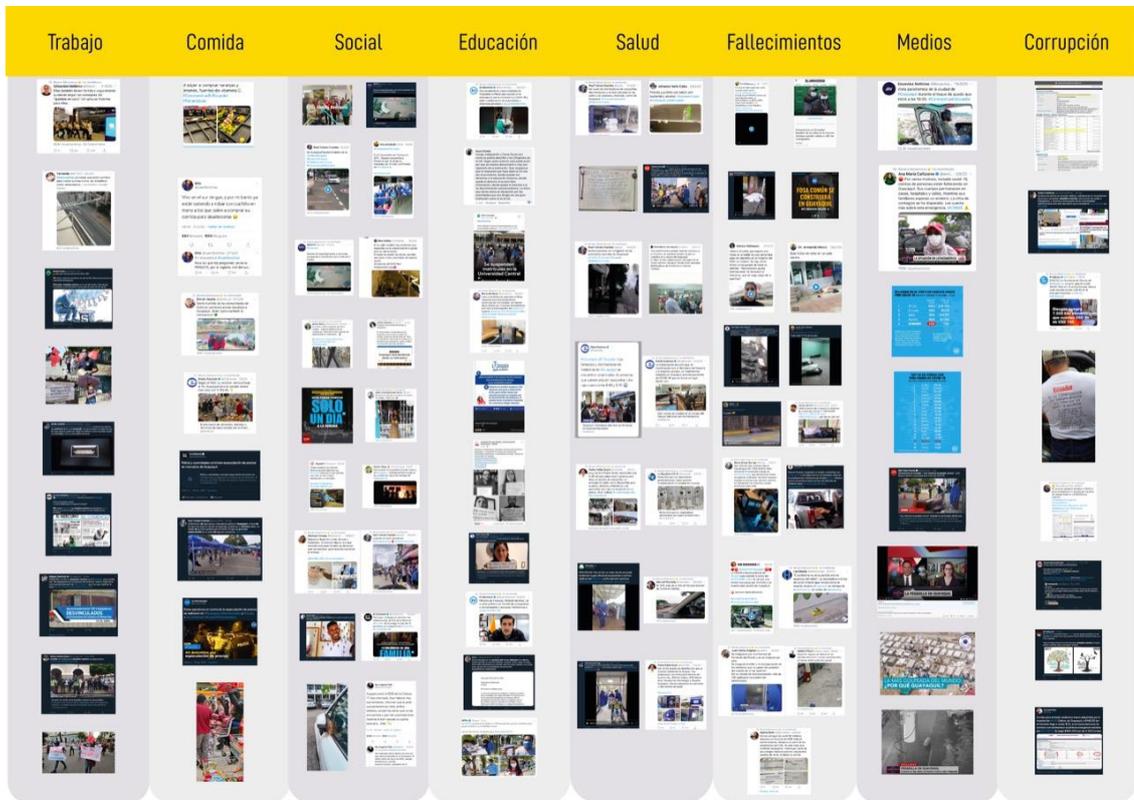


Figura 2.1 Categorización visual de información recolectada (mood board)

A partir de esta herramienta, se buscaron distintos enfoques a lo acontecido durante la pandemia, y se determinaron tres insights:

“Morirse de hambre o coronavirus”

Se abarca todo lo relacionado con la escasez de recursos para sobrevivir: las dificultades a las que se enfrentaron los vendedores informales, la gente pidiendo dinero, y aquellos dentro de trabajos de primera necesidad que se vieron obligados a salir día a día por el bien de los demás

“El problema no es la partida, sino la ausencia del adiós”

Lo más difícil para quién pierde un familiar es no poder despedirse, lo que impide aceptar la pérdida y seguir adelante. Esto, junto a la incertidumbre de si el allegado está mejorando o no en hospitales, la pérdida de cuerpos, y la no recolección de fallecidos, obligándolos a dejar a su familiar tapado improvisadamente frente al hogar, en vez de velarlo en un ataúd.

“ Yo pensé que los pobres saldrían a robar mercados por hambre, pero fue la viveza criolla la que salió a robar”

Uno de los aspectos que más indignó a los guayaquileños fue este egoísmo hacia los demás. Se dieron varios casos de injusticias: despidos masivos sin la correspondiente indemnización, casos de corrupción, elevación de precios en insumos médicos, y sesgo mediático.

2.2 Auto etnografía

Las auto etnografías permiten que el investigador forme parte de la investigación, como menciona Richardson (2003) son textos donde los autores revelan relatos sobre experiencias propias, donde relacionan lo personal con lo cultural.

Como esta cuarentena afectó a todos de distinta manera, las experiencias personales son primordiales. Se analizó en base a qué insight se tomaron las decisiones de acatar las medidas de la emergencia sanitaria, salir solo si es estrictamente necesario, desinfectando todo antes de entrar al hogar. Inclusive, se dio esta necesidad de bañarse y llevar alcohol a todo lado para disminuir lo máximo posible el peligro.

Así es como se creó el insight:

“Lo que sea por los míos”

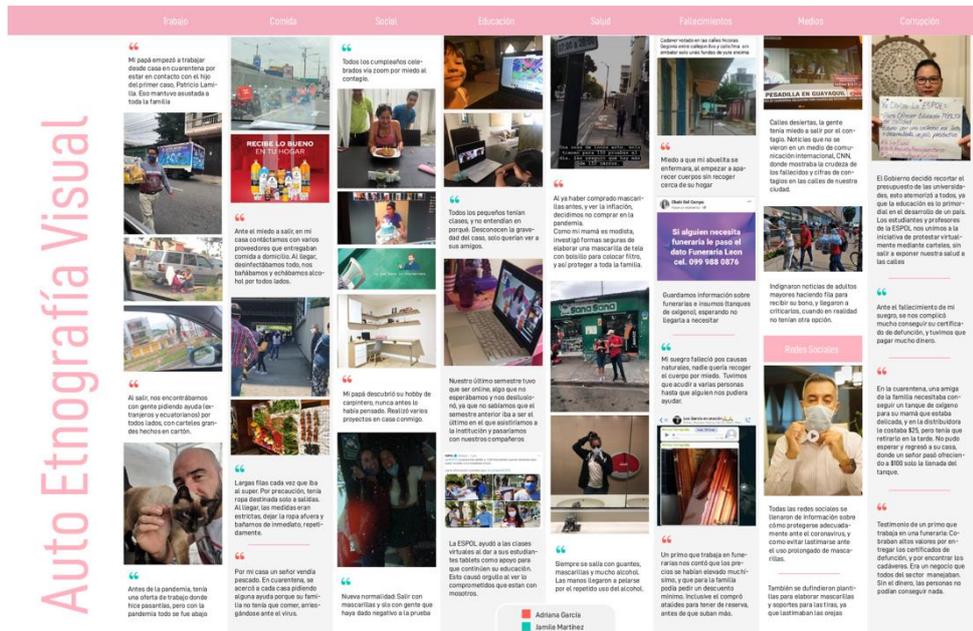


Figura 2.2 Recopilación visual de experiencias (mood board)

2.3 Perfil Persona

Ken Visocky (2009) explica en su libro “A Designer’s Research Manual” que con esta herramienta se fabrican arquetipos o modelos de usuarios finales, cuáles son sus motivaciones, metas o expectativas. Se busca representar un grupo o colectivo en una persona. La información para establecer el perfil de esta identidad ficticia puede ser recopilada de diferentes fuentes, incluyendo estudios etnográficos, estudios focales y estudios demográficos. En este caso se procede a utilizar la netnografía, para recopilar perfiles de redes que ayuden a construir la persona.

Los fanzines son mayormente difundidos en festivales o ferias, por lo que se estableció que quiénes se interesaban por estos eventos era el público objetivo. A través de esta herramienta se determinó que el target valora su individualismo, y el descubrimiento de nuevas expresiones artísticas, ya sea en eventos alternativos, música, o cine. Siguiendo esta idea, se interesarían por adquirir publicaciones independientes, creadas y producidas sin ningún filtro, lo que permitió que la idea del autor prevalezca en cada etapa de su creación.

	<p>¿Cuál es su historia? Empezó interesándose por cosas artísticas, empezó a asistir a eventos culturales como festivales, ferias de libro o cómic, donde ha conocido a gente que tiene sus mismos gustos y los mismos temas de conversación. Pertenecer a una comunidad de gente con gustos y causas selectas.</p>	<p>¿Cuáles son sus metas? Que no se vulneren los derechos de ningún ser vivo. Que la gente deje de consumir carne. La sociedad consuma o aprecie más el arte. Que el país donde vive produzca más arte, que promueva el ámbito cultural.</p>
<p>Nombre: José Edad: 23 Donde vive: Urdesa</p>	<p>¿Qué es lo que más valora? Les gusta apoyar causas sociales. Les molestan las injusticias. Sentirse escuchado. Libre expresión. Espacios o eventos culturales.</p>	<p>¿Cuáles son sus necesidades? Necesitan expresarse mediante poesía, fotografía, ilustraciones. Quieren defender su punto de vista. Buscan nuevas experiencias. Eventos independientes para asistir.</p>
<p>¿Qué hace durante el día? Estudia, escucha música, activo en redes sociales tanto publicando como descubriendo, ve películas que no sean comerciales, asiste a eventos independientes.</p>	<p>¿Cuáles son sus insights? ¿Cuáles son sus experiencias clave? Así como aprecian su individualismo les gusta descubrir productos independientes, que sean expuestos directamente por el autor, ya sea música, fotografía, poesía, ilustraciones, etc. Les gusta experiencias nuevas y no comunes, por lo que siempre buscan eventos independientes, como festivales, conciertos, exposiciones, mercaditos, etc. Comparten su día a día, para que la gente vea que conocen acerca de un tema, ya sea música, cine, literatura o fotografía.</p>	

Figura 2.3 Herramienta Perfil Persona.

2.4 Entrevista

Para obtener recomendaciones de expertos en el tema de los fanzines, se consideró que el método más enriquecedor para el proyecto es la entrevista. Se procedió a usar una entrevista semiestructurada, ya que “Presentan un grado mayor de flexibilidad que las estructuradas (...) Los sujetos tienen la libertad de ir

más allá de las preguntas.” (Laura, Uri, Mildred, & Margarita, 2013). Al permitir que los entrevistados se explayen con las respuestas, ayudó a obtener mejores resultados y recomendaciones para el proyecto.

2.5 Cool board

Se decidió utilizar el Cool board (figura 2.4) como herramienta compuesta de imágenes, textos, recortes, texturas y colores, formando cierto tipo de composición con el objetivo de obtener una idea más clara de lo que se quería elaborar, al existir infinitos estilos gráficos y maneras de llevar a cabo el fanzine, era difícil llegar a una idea aterrizada. Como resultado de esta herramienta se pudo definir, tipografía, colores y estilo gráfico del fanzine.



Figura 2.4 Cool board

El estilo que prevalece es simplificado, no se ven ilustraciones realistas y pulidas en exceso. Generalmente están compuestas por diseño lineal, en conjunto con una gama de colores reducida, lo que le da impacto visual.

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Mediante las herramientas utilizadas para el desarrollo del proyecto se obtuvieron las bases para desarrollar los tres productos bajo los insights ya mencionados se realizó collage de fotos con ilustraciones y textos cortos.

En la primera parte del proceso de ideación se realizaron bocetos de ilustraciones con estilo minimalista, como se muestra en la figura 8.1.

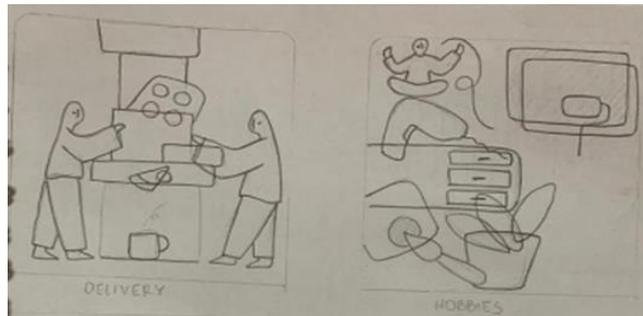


Figura 3.1 Bocetos a lápiz

Con los primeros bocetos se realizó un machote para calcular la cantidad de páginas a utilizarse. Para que se cumpla la regla de que el número de hojas sea múltiplos de 4, se tuvo que hacer modificaciones en la diagramación.

Además, como se mencionó anteriormente, se pensó abarcar cuatro insights. Sin embargo, en el transcurso de la realización de los fanzines, optamos por realizar los tres que consideramos más relevantes: 'Morirse de hambre o coronavirus', 'El problema no es la partida, sino la ausencia del adiós', y 'Lo que sea por los míos'. Esto debido a que no queríamos comprometer la calidad de los fanzines al tratar de realizar todos en el tiempo establecido.

Para validar el trabajo realizado, se concretó una entrevista con el diseñador y fanziner Toni Bauzá, originario de Mallorca, que posee su propio estudio de diseño. El, junto a un colectivo llamado Fahrenheit 450, realizaron un fanzine del mismo tema: la cuarentena en su ciudad. Como resultado de la entrevista virtual, se pudo tener una idea más clara del fanzine como recurso visual, de la libertad y creatividad que tiene que existir dentro del mismo, lo cual nos guió a usar las imágenes en collages con ilustraciones, diferente a lo que se tenía en mente en la investigación de estilos.

También hizo observaciones importantes como estudiar el mejor formato de lectura en los dispositivos móviles, donde se estableció una disposición vertical del producto para que exista una mejor lectura en los celulares. Anteriormente, se tenía pensado como un producto impreso, pero debido a la situación actual no sería posible su distribución.

Estas sugerencias en cuanto al estilo y creatividad que se debía incluir en los productos hicieron que se tomen decisiones en cuanto al manejo de imágenes e ilustraciones del contenido. Se optó utilizar fotografías, recortarlas, adaptarlas con texturas, formas, colores, ilustraciones, y en algunos casos fusionarlas con puestas tipográficas, lo que hizo que los productos obtengan un estilo único y llamativo.

Luego de las respectivas correcciones y sugerencias de parte de un profesional del fanzine, se logró refinar detalles de los tres productos, logrando así su distribución digital y testeo de este. Para esto se envió los archivos portables a un grupo de 143 personas, y una encuesta para poder medir su efectividad.

Mediante un cuestionario de 9 preguntas, se obtuvieron los siguientes resultados.

Un 90.2% de los encuestados encontraron importante la existencia de productos visuales que recopilen esta clase de información, el 61,5% no había visto ningún material parecido a lo mostrado anteriormente. Aproximadamente el 80% calificó la gráfica interesante y de fácil lectura.

En cuanto a la precisión de retrato de realidades, el 57,3% respondió que sus realidades fueron extremadamente bien plasmadas en las imágenes.

Un 76.2% estuvo de acuerdo con que los fanzines de Dos Metros comunicaron eficazmente las distintas realidades de los guayaquileños, permitiéndonos lograr nuestro objetivo de proyecto. Por último, como se observa en la figura 8.2, el 100% de los lectores consideró que comprender las distintas realidades ayudará a que en un futuro sus decisiones sean tomadas en base al bien común.

¿Cree usted que comprender las distintas realidades ayudará a que en un futuro sus decisiones sean tomadas en base al bien común?
143 responses



Figura 3.2 Resultado de encuestas.

El análisis de costo de nuestro proyecto se hizo en base a la parte creativa y el costo de producción.

Como se muestra en la tabla 3.1, el costo por el trabajo de los profesionales que hicieron posible el proyecto por la cantidad de horas invertidas suma un total de \$1280.

Tabla 3.1 Costos creativos.

Descripción	Horas	Costo por hora
Fotógrafo	40	\$8
Diseñador	120	\$8
Total		\$1280

Por otro lado, como no se descarta el llevar los tres fanzines a la impresión, se sacó una tabla de costos por un tiraje de 50 unidades. Como el fanzine es un recurso editorial de bajo costo, para el cual se necesitan pocos materiales, el total que suma es de \$24,60 dando un costo unitario de \$0,49 ctvs. (Tabla 3.2)

Tabla 3.2 Costos de producción.

Cantidad	Descripción	Costo
1	Resma	\$3,50
1	Tinta Continua	\$20
1	CMYK	\$1,10
	Caja de Grapas	
Total		\$24,60
C/U		\$0,49

Si el proyecto se lo lleva a la impresión y comercialización, es un proyecto factible, ya que su bajo costo unitario para producirlo permitiría que su alcance sea significativo, además de tener un margen de ganancia alto.

Como fase final del proceso de diseño se hicieron adaptaciones y montajes en diferentes formatos, tales como libros impresos, camisetas (figura 8.5), mascarillas, pósters.



Figura 3.3 Merchandising de la marca.

Como en un principio la idea era vender el producto impreso en festivales donde el target asista, se hizo un mock up de stand de feria (figura 8.6) donde se proponía exponer los productos.



Figura 3.4 Montaje de stand de festival.

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- El fanzine como producto visual fue calificado de fácil lectura y de gráfica interesante, por lo tanto, funciona para una comunicación eficaz, de manera que el lector capta rápidamente lo que se le trata de comunicar mediante imágenes tratadas y adaptadas al estilo escogido, con textos cortos que sean directos. No se encontró necesario acompañar con grandes textos que expliquen lo que se quiere lograr o comunicar, dado que lo visual impacta instantáneamente, sin necesidad de tener que depender de que el público desee leer todo el texto presentado.
- En cuanto a la comunicación de las diferentes realidades de los guayaquileños durante la cuarentena, las personas se sintieron identificadas con lo presentado, de la misma manera afirman que las realidades en general fueron extremadamente bien plasmadas.
- Se pudo llegar a un nivel de concientización en las personas mediante el contraste visual de diferentes perspectivas tanto sociales como económicas. Se tomó en cuenta distintos puntos de vista, si es cierto que la cuarentena fue difícil para todos, cada uno lo experimentó de cierta manera, y abarcar todos estos aspectos de manera fidedigna fue la prioridad. El comprender las distintas realidades ayudará a que en un futuro sus decisiones sean tomadas en base al bien común.
- La atención prestada al producto fue destacable, porque incluso personas fuera del público objetivo escogido han demostrado interés en el mismo. Recibiendo sus sugerencias y comentarios se pudo llegar a la conclusión de que a los guayaquileños en un gran porcentaje le interesan este tipo de productos que no se ofrecen normalmente en la ciudad, porque son de fácil lectura y comprensión, y no necesitan de un nivel de interpretación ni entendimiento. En su mayoría son visuales, a diferencia de otro tipo de formatos donde se presenta información que incluye textos largos.

Recomendaciones

A pesar de que en Guayaquil el fanzine no es de conocimiento popular, tuvo gran acogida a los usuarios, demostrando que si se presentan nuevas maneras de comunicar la ciudadanía está dispuesta a darle su oportunidad. Esta recomendación debería tomarse en cuenta en futuros proyectos, innovar la manera en presentar la información para que sea más atractivo para el público.

Así mismo, el estilo con el que se propongan ideas a futuro debería ser investigado y tratar de lograr nuevos productos que no sobresalgan en el mercado en el momento.

En cuanto a recomendaciones del proceso de diseño, una vez que se tenga la idea y los bocetos del trabajo a realizarse, concretar una entrevista con un experto en el tema que no posea intereses personales en el proyecto, ya que tendrá una opinión objetiva acerca de los diseños en cuestión, lo que permitirá que el resultado sea más transparente y acertado, sin sesgos. Por otro lado, la opinión de un experto nunca estará de más, ya que con su experiencia en el campo podrá hacer observaciones o sugerencias que enriquecerán el proceso y permitirán un mejor resultado.

BIBLIOGRAFÍA

Acosta, A. (28 de Abril de 2020). El coronavirus en tiempos del Ecuador. Obtenido de Fundación Carolina: <https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2020/04/AC-23.-2020.pdf>

Agence France-Presse. (6 de Abril de 2020). Agence France-Presse. Obtenido de <https://www.france24.com/es/20200406-un-cuerpo-de-salud-debilitado-se-prepara-para-lo-peor-de-la-pandemia-en-guayaquil>

Agustí Casas-Romeol, J. C.-A.-C.-G. (2014). La netnografía como herramienta de investigación en contextos on-line: una aplicación al análisis de la imagen de los servicios públicos de transporte. *Bdigital*, 89-101.

Alva, D. (14 de Diciembre de 2019). Arte y autogestión: El Festival Carboncito regresa en su segunda edición. La República.

Ambrose, G., & Harris, P. (2006). *Color*. Barcelona: AVA Publishing; Parramón Ediciones.

Arte y Sociedad. *Revista de Investigación*, 6, 1-9. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/ayS/6/educacion-imagenes.pdf>

Barnes Denise (1996). What the hell is a zine, anyway? En *Fodder* January/February, p.3.

BBC. (18 de Septiembre de 2018). Obtenido de BBC: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-45561204>

BBC. (8 de Abril de 2020). BBC. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-52219012>

Constante, S. (Abril de 2020). *Nieman Reports*. Obtenido de <https://niemanreports.org/articles/periodistas-en-ecuador-luchan-contr-la-pandemia-y-el-cerco-de-la-informacion-oficial/>

Coronavirus Ecuador. (2020). *Coronavirus Ecuador*. Obtenido de <https://coronavirusecuador.com/data/>

Costa, J. (2003). *Diseñar para tus ojos*. Bolivia: Grupo Design.

Dirección Nacional de Vigilancia Epidemiológica . (15 de Junio de 2020). Ministerio de Salud Pública Ecuador. Obtenido de https://public.tableau.com/profile/direcci.n.nacional.de.vigilancia.epidemiol.gica.msp#!/vizhome/COVID19ecu_MSP_15922646166090/COVID-19MSP

Díaz, C. M. (1998). Fanzines, prensa alternativa y otras publicaciones underground de la Fundación Sancho el Sabio. Sancho el sabio, 161-178.

Disco te quiero. (17 de Agosto de 2016). Obtenido de <https://discotequiero.com/guia-trimarchi-2016-5b02b6ac6ec8>

El Civismo. (19 de Junio de 2018). Diario El Civismo. Obtenido de <http://www.elcivismo.com.ar/notas/19618/>

El Comercio. (2020). ¿Morir de hambre o de coronavirus?
<https://www.elcomercio.com/tendencias/morir-hambre-coronavirus-covid19-sociedad.html>

El Universo. (2020). Las medidas que toma Ecuador, en emergencia sanitaria por coronavirus: cuarentena de pasajeros internacionales, suspensión de clases y eventos masivos. <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/03/12/nota/7778376/coronavirus-ecuador-viaje-restriccion-vuelos-pasajeros-aeropuertos>

Galaxina, A. (21 de Diciembre de 2017). Obtenido de https://issuu.com/andreagalaxina/docs/andreagalaxina_hazunfanzine_bombasp

Gálaz, G. (2020). La fuerza social del arte. AISTHESIS: Revista Chilena de Investigaciones, (6), 29-38.

González García, E., & Chacón-López, H. (2018). LAS ILUSTRACIONES DE PAWEL KUCZYNSKI COMO RECURSO EDUCATIVO Y CRÍTICA SOCIOCULTURAL.

Obtenido de

<https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/52943/05.e-DEDiCA%2014.3%20-%20Erika%20Gonzalez%20y%20Helena%20Lopez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Grasso, L. (2006). Encuestas. Elementos para su diseño y análisis. Brujas.

INEC. (2015). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/ECV/ECV_2015/documentos/ECV%20COMPENDIO%20LIBRO.pdf

INEC. (2016). Tecnologías de la información y comunicaciones. Quito.

INEC. (2019). Boletín Técnico N.02-2019 ENEMDU. Quito.

Ken Visocky, J. V. (2009). A Designer's Research Manual. Rockport Publishers.

Ledesma, M. (2003). El diseño gráfico, una voz pública. Buenos Aires: Argonauta.

López Iglesias, C. (2014). UFH252 Especificaciones de calidad en impresión, encuadernación y acabados. Antequera: IC Editorial.

Martínez, C. (s.f.). Fanzines, prensa alternativa y otras publicaciones underground de la Fundación Sancho el Sabio.

Migalhas. (03 de Abril de 2020). Desacato a decreto de emergencia sanitaria en Ecuador deja camino libre al coronavirus. Obtenido de [https://la.migalhas.com/Calientes/134,MI323750,91041-](https://la.migalhas.com/Calientes/134,MI323750,91041-Desacato+a+decreto+de+emergencia+sanitaria+en+Ecuador+deja+camino)

Desacato+a+decreto+de+emergencia+sanitaria+en+Ecuador+deja+camino
Ministerio de Salud Pública. (22 de Junio de 2020). Ministerio de Salud . Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/actualizacion-de-casos-de-coronavirus-en-ecuador/>

MSP. (2020). Datos guayaquil. <https://www.salud.gob.ec/coronavirus-covid-19/>

OMS. (2020). CIFRAS JUNIO 22. The World Health Organization Virtual Press Conference. <https://youtu.be/SO0k9k6HmtM>

Secretaría General de Comunicación. (2020). Primer caso Ecuador.

<https://www.comunicacion.gob.ec/se-registra-el-primer-caso-de-coronavirus-en-ecuador/>

O'donoghue, T. (2006). Planning your qualitative research project: An introduction to interpretivist research in education. Routledge.

Página 12. (4 de Abril de 2020). Obtenido de Página 12:

<https://www.pagina12.com.ar/257397-coronavirus-ecuador-esconde-sus-muertos>

Pesantes, K. (4 de Abril de 2020). Primicias EC. Obtenido de

<https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/guayaquil-hacinamiento-pobreza-cuarentena/>

Plan V. (22 de Marzo de 2020). Obtenido de

<https://www.planv.com.ec/historias/sociedad/esta-la-historia-no-contada-la-paciente-0-ecuador>

Primicias EC. (2020). Primicias EC. Obtenido de

<https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/deficit-camas-hospitalarias-guayas/>

People of Print. (11 de Agosto de 2016). Obtenido de

<http://www.peopleofprint.com/solo-artist/natalya-balnova/>

Richardson, L. (2003). "Writing. A Method of Inquiry". Collecting and Interpreting Qualitative Materials.

Terminal. (2020). Obtenido de <http://terminalediciones.com/distancias/>

Taibo, B. (2011). Good Read. Obtenido de

<https://www.goodreads.com/quotes/6960434-la-historia-siempre-tiene-dos-versiones-una-la-que-cuentan>

Triggs, T. (2010). Fanzines: the DIY revolution.

Última Hora. (31 de 03 de 2020). Obtenido de
<https://www.ultimahora.es/noticias/cultura/2020/03/31/1153089/coronavirus-mallorca-nace-fanzine-14032020-fecha-decreto-estado-alarma.html>

Vattimo, G. (1988). El pensamiento débil. P. A. Rovatti (Ed.). Cátedra.

Yamila, D. (2014). Aprender y enseñar a través de imágenes. Desafío educativo. ASRI

-