

Universidad de Cuenca



Facultad de Artes

Maestría en Estudios del Arte

*Postgraffiti: producción de intervenciones gráficas
en base al análisis iconográfico y semiótico de la estética popular
de los medios de transporte pesado del tránsito Sierra-Costa.*

Autor

Dis. Galo Andrés Mosquera Mora

C.I.: 010445262-8

Director

Mgst. Esteban Teodoro Torres Díaz

C.I.: 010201721-7

Tesis previa a la obtención del título

Magíster en Estudios del Arte

Cuenca–Ecuador

2018

Resumen

El proyecto de tesis que a continuación se presenta con el nombre *Postgraffiti: producción de intervenciones gráficas en base al análisis iconográfico y semiótico de la estética popular de los medios de transporte pesado del tránsito Sierra-Costa* expone un análisis visual de los graffitis artesanales y rótulos comerciales existentes en medios de transporte pesado de las distintas rutas que entrelazan ambas regiones del territorio ecuatoriano. La presente investigación tiene como objetivo analizar la producción semiótica desarrollada por diversos artistas, artesanos y rotuladores para estos medios de transporte urbano dentro del contexto social denominado 'popular'. La reflexión teórica generada en torno a su producción visual, permitirá concebir un discurso estético para proponer procesos creativos indisciplinarios como alternativas en la construcción de proyectos relacionados con el arte y la cultura.

Palabras claves

- | | |
|-------------------------|------------------------|
| 1. cultura popular | 6. postgraffiti |
| 2. interculturalidad | 7. arte urbano |
| 3. estética popular | 8. semiótica popular |
| 4. rotulación artesanal | 9. espacio público |
| 5. graffiti | 10. arte contemporáneo |

Abstract

The thesis project presented with the name *Postgraffiti: production of graphic interventions based on the iconographic and semiotic analysis of popular aesthetics in heavy traffic transport of the mountain range and coast regions (of Ecuador)*, is a visual analysis of artisanal graffiti and commercial signs located on heavy traffic transports that travel different routes of both regions. This study aims to analyze the semiotic production developed by various artists, artisans and signwriters for these urban transport inside of the social context named “popular”. The theoretical reflection generated around their visual production will generate an aesthetic discourse to propose creative interdisciplinary processes as alternatives in the construction of projects related with art and culture.

Keywords

- | | |
|-----------------------|----------------------|
| 1. popular culture | 6. postgraffiti |
| 2. interculturality | 7. street art |
| 3. popular aesthetics | 8. popular semiotics |
| 4. handmade lettering | 9. public space |
| 5. graffiti | 10. contemporary art |

Líneas de investigación

Estética popular, semiótica popular, rotulación artesanal, graffiti, *postgraffiti*, arte urbano, espacio público, arte contemporáneo.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
 CAPÍTULO I. REPENSAR LA CULTURA POPULAR	 6
1.1 Ciertas nociones de cultura	7
1.2 Cultura visual en la cotidianidad popular	12
1.3 Contemporaneidad y cultura popular en el arte ecuatoriano	15
 CAPÍTULO II. Graffiti popular	 24
2.1 Graffiti: una idea atemporal	25
2.1.1 NYC Graffiti	32
2.1.2 Postgraffiti	37
2.1.3 Street art	40
2.2 Conocimiento desde la semiótica popular	43
2.3 Análisis semiótico e iconográfico	
de la gráfica popular en medios de transporte pesado	50
2.3.1 Tipografía-Rotulación	53
2.3.2 Ilustración	56
2.3.3 Cromática	58
2.3.4 Argot popular	60
2.3.5 Leyes generales de la Gestalt	65
2.3.5.1 <i>Ley de la figura y fondo</i>	65
2.3.5.2 <i>Ley general de la buena forma (pregnancia)</i>	65
2.3.6 Leyes particulares de la Gestalt	66
2.3.6.1 <i>Ley del cierre</i>	66
2.3.6.2 <i>Ley del contraste</i>	66
2.3.6.3 <i>Ley de la proximidad</i>	67
2.3.6.4 <i>Ley de la similaridad</i>	67
2.3.6.5 <i>Movimiento común o destino común</i>	67
2.4 Lenguajes artísticos <i>postgraffiti</i>	69
 CAPÍTULO III. Postgraffiti	 74
3.1 Cartografía del rotulismo popular	
en el transporte pesado del Ecuador	75

3.2 Entrevistas	79
3.2.1 Talleres Luis Sacaquirín e hijos (San Joaquín, Azuay)	81
3.2.2 Decorart JP (Cuenca, Azuay)	85
3.2.3 Taller de pintura de Sacaquirín (Cuenca, Azuay)	89
3.2.4 Carrocerías Quinde (Tarqui, Azuay)	92
3.2.5 Taller de Carrocerías Sucunuta (Loja, Loja)	95
3.2.6 Taller de Roberto Sucunuta (Loja, Loja)	99
3.2.7 Gregorio Naranjo (Catamayo, Loja)	101
3.2.8 Mendía Publicidad (Azogues, Cañar)	103
3.2.9 El Brochas (Riobamba, Chimborazo)	105
3.2.10 Pinturas Pemar (Ambato, Tungurahua)	107
3.2.11 Taller de Pintura Diego C (Ambato, Tungurahua)	111
3.2.12 Taller de pinturas Solís (Totoras, Tungurahua)	115
3.2.13 Taller de pintura Gamacolor (Latacunga, Cotopaxi)	117
3.2.14 Rosa de Lourdes Cuatupamba (Otavalo, Ibarra)	120
3.2.15 Carrocerías A&R (Ibarra, Imbabura)	122
3.2.16 Carrocerías Pontón-Publicidad Andrée (Piñas, El Oro)	125
3.2.17 Cabrera #2 (Cochancay, Cañar)	127
3.2.18 HJ Publicidad (La Libertad, Santa Elena)	129
3.2.19 Taller Mirabá (Palmar, Santa Elena)	131
3.2.20 Rotulación popular en el transporte ecuatoriano	134
3.3 Intervenciones	137
3.3.1 Intervención del camión de Luis Monje	140
3.3.2 Intervención ilegal en espacio público	144
3.3.3 Fondos Concursables 2015-2016 (1era. intervención)	148
3.3.4 Fondos Concursables 2015-2016 (2da. intervención)	152
3.3.5 PSTGFFT	160
3.4 Conclusiones	165
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	169
LISTA DE FIGURAS	172
LISTA DE TABLAS	176
ÍNDICE	177
ANEXOS	179

Cláusula de Propiedad Intelectual

Galo Andrés Mosquera Mora, autor del trabajo de titulación "Postgraffiti: producción de intervenciones gráficas en base al análisis iconográfico y semiótico de la estética popular de los medios de transporte pesado del tránsito Sierra-Costa", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 16 de febrero de 2018



Galo Andrés Mosquera Mora

C.I: 010445262-8

Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Galo Andrés Mosquera Mora en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Postgraffiti: producción de intervenciones gráficas en base al análisis iconográfico y semiótico de la estética popular de los medios de transporte pesado del tránsito Sierra-Costa", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 16 de febrero de 2018



Galo Andrés Mosquera Mora

C.I: 010445262-8

A Gabriela.

A todos los rotulistas de mi país,
de Latinoamérica y del mundo.



INTRODUCCIÓN

Ante la sistematización de una cierta comodidad estética y global, las prácticas visuales dentro de la gráfica popular irrumpen como un referente en el campo artístico-urbano de Latinoamérica al momento de repensar formas de saber que permitan desafiar las disciplinas establecidas. La estética popular, especialmente la comercial y la comunicativa, expresa una visión del mundo en oposición a estos discursos hegemónicos mediante un lenguaje propio que se resiste a cánones y normas impuestas de la cultura oficial. Es en esta contraposición en la que lo popular se categoriza como aquello que está constituido, no por lo que es, sino por lo que le falta en el escenario de lo iletrado, intuitivo e irracional.

La estética popular es un tema que hoy en día sigue siendo motivo de interés, tanto para artistas como para teóricos de la cultura y el arte. La complejidad con la que se proyecta la gráfica popular ha hecho que se encuentre constantemente en la plataforma de discusión e investigación académica.

El arte popular en Latinoamérica ha plasmado su visión del mundo. Cada artista ha expresado la realidad de su contexto desde una interpretación que afirma su pertenencia a una cultura determinada. México es un referente en donde el arte popular se ha sintetizado con los rasgos de su mestizaje; artistas como Diego Rivera, David Alfaro Siqueiros y José Clemente Orozco han permitido la emergencia del arte popular. Tomando el trabajo de estos artistas como referente, autores como Néstor García Canclini, Jesús Martín Barbero, y artistas como Frida Kahlo, entre otros, han mostrado interés por la hibridación y la multiculturalidad que trae consigo motivos de reflexión y debate entre la categoría 'popular' y 'académica', el resurgimiento de lo artesanal y el reconocimiento de lo popular, término según la Real Academia Española, deriva del latín *popularis*, perteneciente o relativo al pueblo, al alcance de la gente con menos recursos económicos o con menos desarrollo cultural

En relación al contexto universitario local, en especial en la Universidad del Azuay y la Universidad de Cuenca se han realizado varios proyectos de tesis sobre diversos ámbitos de la cultura popular: tipografía, personajes, leyendas, vestimenta, etcétera, con el afán de rescatar o registrar visualmente íconos y estéticas que toman lugar en el imaginario colectivo de la cotidianidad.



Como ejemplos recientes de trabajo investigativo podemos citar la tesis magistral del diseñador Esteban T. Torres Díaz, *Juegos populares para la reconfiguración y diseño de los juegos tradicionales del Azuay: el caso de la ruleta y los dulces de Corpus*; la tesis del diseñador Roberto Ortiz, *La marca ciudad de Cuenca como un elemento de participación social*; y por último, el libro de Adolfo Parra, *Rostros de los barrios de Cuenca y personajes de barrio*.

Uno de los referentes locales en el ámbito teórico es el estudioso Claudio Malo González, quien ha estudiado los conocimientos empíricos de la cultura popular en Cuenca, enfocándose explícitamente en temas de identidad, riqueza y diversidad cultural. Con similar criterio, el compilador Simón Pachano (2003), en su libro *Ciudadanía e identidad*, comprende la importancia de la globalización actual y los beneficios de las identidades colectivas sobre las modificaciones que se han producido en la vida cotidiana de los latinoamericanos, como un nuevo proceso de la sociedad que entiende a la urbe como un híbrido de culturas en una continua transformación de costumbres y tradiciones.

Por el lado visual, el libro del diseñador gráfico Juan Lorenzo Barragán, *Máscara Ecuador*, evidencia el interés etnográfico hacia lo tradicional y sus múltiples formas de sobrevivencia como expresión comunicacional. Su documentación fotográfica resalta la resistencia y la capacidad de innovación de la tradición con el paso del tiempo, demostrando que lo popular siempre está y estará presente de una u otra manera en las manifestaciones culturales, como es el ejemplo de las máscaras. En otro de sus libros, *Gráfica popular*, Barragán rescata y transmite la belleza de la gráfica vernácula dando a conocer sus características como el humor y la irreverencia frente a los cánones establecidos por los sentidos gráficos predominantes. Otra publicación de interés es *Ojo al aviso* de La Cajonera, este libro cuenta con la colaboración de Manuel Kingman, artista visual, investigador y gestor cultural, y brinda una amplia investigación sobre la interpretación y difusión de representaciones urbanas populares en el Ecuador, dando a conocer temas como la revalorización de la rotulación popular y su uso de signos, símbolos e íconos. Además reflexiona el papel del rotulador y las diferencias y particularidades de esta clase de expresión humana ante la uniformidad de la gráfica global.

Actualmente, en América Latina podemos encontrar varios colectivos y colaboradores en la investigación artística académica y emergente interesados en reivindicar lo popular, como



es el caso de “Popular de Lujo” y “Sensacional”, proyectos de investigación que se dan lugar mediante blogs, redes sociales y participación en varias conferencias de diseño y arte, como el “Encuentro Internacional de diseño Trimarchi”, evento desarrollado en Mar del Plata, Argentina. Estos proyectos interminados, empíricos y mutantes parten especialmente del interés hacia la gráfica popular local, común y corriente, que integra todas aquellas imágenes que se producen al margen de los grandes medios de comunicación y fuera del circuito de las agencias de publicidad, estudios de diseño y universidades.

Desde mis inicios como estudiante universitario en el campo del diseño gráfico, la estética popular ha captado mi atención, pero, sobre todo, ha generado un interés por profundizar el tema para comprender de alguna manera su ingenio, espontaneidad y ejecución comunicativa. Su riqueza gráfica me ha motivado a ser partícipe activo en la creación de un arte urbano y popular en diálogo con un mundo globalizado.

La idea de lo 'popular' nos permite problematizar sobre nuestra comunidad y realidad. Al adentrarnos en el mundo del discurso y de la iconografía de los camioneros y artistas populares para entender sus relaciones y reflexionar, además, sobre la validez de la reapropiación iconográfica para la producción artística contemporánea, versus la lógica del sistema capitalista y su planteamiento de la propiedad intelectual. Se hace necesario, ante la supremacía de una cultura visual contemporánea y global, potenciar un giro en el pensamiento que permita superar el discurso racionalista impuesto como modelo a seguir. Es conveniente atender las exigencias que demanda el cambio de paradigmas, estimando valores espirituales, simbólicos y expresivos de la cultura, es decir, la inclusión de distintas formas del saber que permitan desafiar los modelos impuestos y unidireccionales del proyecto moderno occidental.

Dentro de la aplicabilidad de nuevas metodologías, la imaginación propicia la activación de diversas epistemes para permitir la producción de conocimiento y lo dispone a potenciar alternativas innovadoras en la búsqueda de salidas a las concepciones modernas. Es responsabilidad del arte y del diseño, como fuentes expresivas de valores subjetivos, insistir en nuevos sistemas de gestión cultural que respondan a la construcción de un proyecto social articulado para la comunidad que favorezca el enriquecimiento en la práctica artística encaminada a reflexionar sobre el devenir social de nuestro país y los cambios socioculturales actuales de Latinoamérica y el mundo.



En base al análisis iconográfico y semiótico de la estética popular en medios de transporte, este proyecto, llamado *postgraffiti*, propone la reinterpretación de las prácticas artísticas populares, influenciado por los lenguajes estéticos del graffiti. Utilizo este término para denominar la conjugación de cualidades que visualizo entre el arte popular y el *street art* (arte urbano), matizando factores de la tradición con elementos de la modernidad, en un proceso de segregación e hibridación de sistemas simbólicos e introduciendo lo popular en varios circuitos culturales, entre ellos: el espacio público, el espacio museístico y su difusión en redes sociales.

El arte en el Ecuador, y particularmente en nuestra ciudad y región, se encuentra involucrado en un incesante proceso de producción y transformación que, además de contribuir a la construcción de identidades, configura el patrimonio simbólico de la comunidad. Desempeñarse a la vez como investigadores, artistas y diseñadores permite colaborar en innovaciones artísticas. Como indica Nicolas Bourriaud (2009), en un proceso colectivo e integrador vital para desafiar los cambios paradigmáticos, socioculturales y políticos del siglo XXI.



Imagen 1: Plaza de Calpi, parroquia rural de Riobamba (2016)



Capítulo I. Repensar la cultura popular

En esta primera parte bosquejaremos por qué es vital considerar los elementos estéticos e iconográficos de la cultura popular, sentidos de su gráfica que puedan ayudarnos a reflexionar lo local frente al mundo actual globalizado, indagando el arte popular que se construye ahora.



1.1 Ciertas nociones de cultura

La cultura es algo distintivamente humano, tradiciones y costumbres se transmiten mediante el aprendizaje, constituidas por juicios de valor establecidos a lo largo de generaciones, acciones que desarrolla un sujeto frente a los estímulos que recibe y a los vínculos que establece con su contexto. Este aprendizaje guía las creencias y el comportamiento de las personas expuestas a ellas, un aspecto clave de la capacidad de adaptación y flexibilidad humana.

Siempre hemos poseído algunas de las capacidades biológicas de las que depende la cultura. Según Conrad Kottak (2002), estas capacidades son: el aprendizaje, el pensamiento simbólico, el uso del lenguaje, el empleo de herramientas y otros rasgos culturales para organizar nuestras vidas y adaptarnos a diversos entornos. Este deseo de conocer lo desconocido, y de controlar lo incontrolable tiene su expresión entre todas las gentes. Sin embargo, a pesar que las tradiciones culturales existen en relación con un orden social, no todos dentro de ese orden tienen el mismo interés por mantener ciertas costumbres.

Denys Cuche (2004), por otra parte, sostiene que durante el proceso de hominización se pasó de la adaptación genética al medio ambiente natural, a una adaptación cultural en la que poblaciones humanas se plantean diferentes opciones culturales. Es en este entramado en el que la vida cotidiana genera situaciones compuestas por patrones habituales, ritualizados o mestizados y, también por prácticas alternas que toman como punto de partida la tradición. En palabras de José Galindo (1987), el mundo objetivo tiene su interacción con lo subjetivo, donde se componen y recomponen mutuamente, elaborando la vida y el sentido de la vida humana en los que se teje el orden social y su devenir.

Cuche ofrece a la noción de “cultura” dos posiciones etnológicas, una que privilegia la unidad, y otra, la diversidad asumida como un principio ético. Con este gesto, Cuche reconoce la dignidad de cada cultura y proclama el respeto y la tolerancia por las diferentes costumbres. El triunfo del concepto de cultura hace referencia a la coherencia simbólica, en el conjunto de prácticas sociales, económicas, políticas y religiosas de un grupo en particular. Mientras que la relación entre cultura y personalidad se enfatiza en la variedad de personalidades que se pueden encontrar en todas las culturas, se reconoce un tipo dominante en cada una, es por esto que Cuche reconsidera la importancia de la educación en el proceso de diferenciación cultural.



Este autor sostiene que el término 'aculturación' es una de las modalidades habituales de la yuxtaposición cultural de cada sociedad; la transformación de los modos de vida y de pensamiento no significan necesariamente desculturación, y enfatiza que el prefijo “a”, indica un movimiento de acercamiento. Es aquí donde el conjunto de fenómenos que resultan de un contacto continuo y directo entre grupos de individuos de culturas diferentes induce a generar cambios en los modelos culturales iniciales, ya sea de una sola persona o de todo un grupo social.

La aculturación resulta de un proceso dinámico que se manifiesta en situaciones de dominación y subordinación que se presenta, por un lado, una selección y por otro, resistencia a los préstamos culturales, y en la que antiguos significados son atribuidos a elementos nuevos, es decir, reinterpretados. (Cuche, 2004, p. 234)

Mientras que la cultura se origina, en gran medida, en conceptos inconscientes, la identidad, necesariamente consciente, hace referencia a la diferenciación cultural que implica a la vez inclusión y exclusión a partir de la oposición de unos grupos con otros. Los rasgos culturales distintivos son empleados por los miembros de comunidades para afirmar y mantener la diferenciación cultural, es decir, la identidad como una construcción social relacional y situacional. Es en este punto donde los individuos de identidad mixta, quienes están presentes en todas las sociedades, hacen una síntesis y construyen una filiación utilizando de manera estratégica recursos próximos a su cultura, lo que explica las variaciones y lo relativo de los fenómenos de identificación.



Imagen 2: Esperanza, mural de Elliot Tupac en Bogotá, Colombia (2011)



Imagen 3: *Wanka*, mural de El Decertor en El Tambo, Perú.
Aerosol y pintura de agua (2014)

Roger Bastide, sociólogo y antropólogo francés, prefiere el concepto de “interpenetración” o de “entrecruzamiento” Cuche (2004), términos que favorecen a generar relaciones de integración, competencia o conflicto. A partir de estos procesos, el concepto de “cultura” es renovado y entendido como un permanente proceso de construcción, deconstrucción y reconstrucción. Según Cuche, “este proceso llevará a reemplazar la palabra “cultura” por ‘culturación’, una dimensión en movimiento para entender el mestizaje cultural como una confrontación y diálogo que no cesa” (p. 235).

En una sociedad en la que las jerarquías culturales son el resultado de estructuras sociales, y a su vez de su mixturización, los grupos subalternos y las culturas populares reaccionan ya sea resistiendo o adoptando actitudes provocadoras, como el gusto espontáneo o la transgresión de las normativas impuestas por el sistema. Esta distancia, permite una producción simbólica alterna que puede ser fuente de una relativa autonomía y creatividad cultural.

Como ejemplo de lo dicho anteriormente, del amplio repertorio de artistas que utilizan significativos símbolos latinoamericanos, el trabajo del peruano Daniel Cortez o El Decertor, desarrolla propuestas retóricas, estéticas y conceptuales que repiensen su contexto a partir de reflexiones sobre la cultura y lo popular. El trabajo de El Decertor podría describirse como lo



que Pierre Bourdieu (2002) llama una interpretación iconológica en que las disposiciones formales y los procedimientos técnicos y, a través de ellos, las propiedades formales y expresivas adquieren su sentido completo.

Los murales de El Decertor (Lima-Perú, 1987) retoman el discurso de la cultura popular a través del arte urbano y su posición en el espacio público. Es importante mencionar que algunas de las intervenciones que ha realizado junto a Elliot Tupac (*Imagen 2*) los han posicionado como figuras primordiales del arte callejero de Perú. Estos artistas se involucran en una plática visual que reflexiona sobre la identidad latinoamericana mediante un interdiscurso tradicional y moderno que exalta lo latinoamericano frente a los paradigmas de la globalización.

Con un estilo cubista, realista y muy colorido, este artista tiene predilección por la iconografía andina en sus obras, pero sobre todo en sus murales Cortez enfatiza sus raíces. Además presenta una especie de protesta o denuncia social que busca resaltar la disipación de valores identitarios, como es el caso de su intervención “Wanka”, representación de una campesina de los andes peruanos retratada de espaldas, en contraposición a lo que sería un retrato convencional.

Sus trabajos constan de dos técnicas pictóricas que evidencian un estilo personal; por un lado, la pintura de agua con la utilización de aerosoles de color, elementos que conforman parte importante de las prácticas artísticas del arte urbano. Por otro lado, el manejo de una gama de colores pasivos o pasteles de forma figurativa y abstracta. La implicación de elementos iconográficos como sello de su identidad enmarca el mural, a la vez que separa la visualización de la campesina con respecto al paisaje. Aparece una semiótica popular a partir de la puesta en escena de elementos simbólicos de la comunidad andina, entre ellos, el paisaje y su vestimenta. El artista logra enmarcar una dimensión en la que subvierte la identidad de la campesina con relación a lo que ella está viendo o quién la ve.

El mural de El Decertor sirve como un primer ejemplo para explicar las premisas que se plantean en este estudio: dar a conocer otras lógicas que puedan incorporar el lenguaje del graffiti y del arte urbano bajo el lente del arte popular, o en este caso, del graffiti popular y su estrecha relación con el rotulismo artesanal. Ambos ejercicios visuales comparten el ideal de utilizar elementos de la estética popular como herramienta comunicativa y de expresión.

La gráfica popular, influenciada por los cambios tecnológicos y el proceso de globaliza-



ción, se promueve mediante la reinterpretación de los elementos que la configuran: color, tipografía, símbolos, íconos, humor e ingenio; componentes visuales y retóricos que podemos encontrar de igual manera en el arte urbano y el graffiti. La redefinición de estas prácticas sociales nace de la interacción de procesos disciplinarios híbridos y transculturales.

Este tipo de grafismo existe en el espacio público y se presenta como una estética de constante búsqueda y transformación. Lo popular puede coexistir con otros intereses, en este caso en particular, como influencia de prácticas *postgraffiti*. El uso de diferentes canales y formas de difusión de mensajes o valores culturales ha multiplicado una manera de acceder a símbolos y comportamientos. La interconexión con diferentes costumbres da explicaciones nuevas, convirtiendo a la ciudad en un escenario cultural donde los productos de un pasado muy reciente se funden con el presente. Lo que define una identidad ya no está marcado únicamente por el lugar de origen o por el barrio donde se vive, sino por todo un juego de elementos culturales que influyen en cómo se perciben y definen los individuos.

La hibridez actúa en las culturas urbanas de manera dinámica y cambiante generando influencias mixtas, compuestas o diferenciadas. Esto se da porque las culturas nunca están completamente terminadas, siempre están en amplia capacidad de crear y generar cambios. El sujeto urbano se ve atravesado en su cotidianidad por una gran diversidad de referentes culturales a partir de los cuales se construye y reconstruye. El desafío está en pensar qué otras formas de interpretar el mundo pueden y deben coexistir con el conocimiento universal.



1.2 Cultura visual en la cotidianidad popular

Para Umberto Eco (2000), la cultura tiene que ver con la circulación de valores estéticos, prácticos y teóricos como propiedad de la acción social que implica siempre comunicación y comunidad, además de ser un modo de vida integral por el que se expresan diversos significados con distintos valores presentes. Por lo tanto, es necesario comprender el término 'cultura' como el conjunto de prácticas que sostienen la vida social: las interacciones, los procesos comunicativos, las normas, las funciones y los objetos.

La cultura popular insiste fuertemente en la valoración de los patrones de identidad, que conservan la diferenciación y posibilidades pertinentes de una comunidad frente al modelo de la globalización. Esto es debido a que obedece a una acumulación y enriquecimiento lentamente forjados por las costumbres, múltiples prácticas en las que la cotidianidad es el factor detonante y aglutinante.

Consumidora de imágenes y símbolos la periferia ha tenido que perfeccionarse en el manejo de una cultura de la resignificación, supliendo la falta de un repertorio propio con la agilidad del gesto de la “apropiación”, gesto consistente en la reconversión de lo ajeno a través de una manipulación de códigos que por un lado, cuestiona lo impuesto al desviar su prescriptividad de origen y que, por otro, readecua los préstamos a la funcionalidad local de un nuevo diseño crítico. (Kingman, 2012, p. 41)

La cultura visual de la gráfica popular se diferencia por ser sencillamente singular, pues además es producto de la tradición y de la integración superficial de otros referentes estéticos impuestos por la sociedad, la academia y los medios de comunicación. Este tipo de apropiación parte de las prácticas urbanas que dan cuenta especialmente de un orden y una manera de entender y relacionarse visualmente con el mundo.

Nelly Richard (2009), explica que la reivindicación de lo local puede darse de dos maneras, como acción reactiva ante las influencias de la globalidad, es decir, como un resguardo de identidad ante la contaminación de la pureza cultural; y también como “diferencia situada”, como localización estratégica frente a lo global. La noción de “diferencia situada” permite pensar la producción cultural latinoamericana desde una posición no esencialista que al mismo tiempo que se coloca en la escena global, parte de lo local. Mientras Kingman (2012, p.



Imagen 4: El rotulista Miguel Ochoa del cantón La Troncal, con su equipo de trabajo (2015)

44) encuentra que: “Sus imágenes representan otro modo de ver que todavía resiste el desplazamiento producido por la imposición de estéticas homogeneizadas en tanto canon visual y en ese sentido, son imágenes que representan la diferencia”

La comunicación popular presenta perspectivas simbólicas que se comparten mediante el uso de contenidos cognoscitivos, es decir, mensajes expresados, conocidos y comprendidos por la mayoría de personas. Estos íconos forman parte de un saber común que es ampliamente valorado, donde el pueblo es el encargado de anexar significados bajo la lectura de miradas múltiples.

La cotidianidad, considerada como una dimensión de la vida real, no tiene por qué llevar aparejada la complejidad, en muchas expresiones de las clases populares se encuentran profundos sentidos que redundan en intereses educativos e ideológicos. Aparecen imágenes, objetos e idearios como características fácilmente reconocibles, que generan identificación formal sin requerir intensos procesos intelectuales para ser comprendidos.



Conocimiento es siempre conocimiento del mundo. En tal virtud, más allá de analizar y replantear las formas de producir jerarquías del conocimiento, cabe recordar que todo sujeto situado temporal y espacialmente en la experiencia específica del mundo vivido genera una forma de conocimiento útil en mayor o menor medida para su vida. Ello incluiría el actor de las prácticas artísticas, quien mira al mundo desde su propia experiencia (estética), desde donde “opera como ente que se entona”, o sea que se pone a tono con cierto significado de la totalidad (del mundo) que lo inspira. (Schlenker, 2012, p. 11)

Lo siniestro, lo absurdo, grotesco, barroco o romántico se interpreta como formas expresivas más significativas de una espiritualidad humana que se encuentra perturbada por los excesos racionalistas. Como afirma la artista colombiana Ariadna Baretta, “lo popular sí implica juicios de valor que pueden partir desde su carácter simbólico, histórico, social, religioso, cultural, patrimonial, experiencial, estético, incluso cuantativo (en términos monetarios/mercantiles)”.

La estética popular, como lenguaje y significado, tiene en su esencia la razón de ser muy profunda, pues consiste en estrategia para vivir. Además, reconoce otras formas de entendimiento, como signos de cultura que parten de lo fenomenológico, de lo complejo, de lo desconocido y del mito. Su expresión exalta el valor de las acciones humanas liberadas de normas establecidas, a su vez, enaltece al ser humano como centro constituido de comprensión y conocimiento. Esto permite el resurgimiento de otras formas expresivas de discernir la realidad, de otras historias que evidencian las exclusiones y marginaciones del mundo visual.



1. 3 Contemporaneidad y cultura popular en el arte ecuatoriano

El estudio de caso del autor Manuel Kingman (2012) propone abordar la relación entre arte contemporáneo y cultura popular en el contexto de Quito, entre 1990 y el 2010. El autor ubica para su proyecto una heterogeneidad de propuestas artísticas en una selección dada por su relevancia práctica y por su capacidad de incidir en el debate cultural contemporáneo, consciente de que muchas propuestas de calidad se han quedado fuera de esta investigación.

Asimismo, el autor a más de interrogar cómo se dio la presencia de la cultura popular en el arte contemporáneo quiteño, se cuestiona: ¿qué tipo de discusiones se ha planteado el arte contemporáneo en relación con su cultura popular y cómo esto ha repercutido tanto dentro del sistema arte como fuera de él? y ¿cuáles fueron los aportes de la cultura popular para un enriquecimiento del arte contemporáneo en el plano estético-discursivo?

Esta investigación indagó cómo los artistas contemporáneos quiteños resignificaron y resemantizaron la cultura popular con la finalidad de profundizar en sus objetivos, así como en las intencionalidades presentes en la incorporación de códigos, referentes y visualidades. Lo popular tiene su lugar dentro de un campo de fuerzas y de disputas relacionadas con lo público y el espacio común; en el debate sobre cómo lo latinoamericano se localiza entre una articulación política coherente y una cultura popular que actúa desde dinámicas propias, que es entendida como resguardo de identidad y que tiene en cuenta la heterogeneidad de culturas y procesos sociales en movimiento que no se pueden reducir a una noción estática de lo popular como lo local.

Estas sociedades han entrado en una dinámica urbana en la que las oposiciones entre ciudad y campo, local y global, han desdibujado su significado. Desde estos planteamientos, Kingman propone tres tipos de acercamiento a la cultura popular por parte del arte contemporáneo ecuatoriano que coinciden también con periodos distintos:

1. Se presenta un acercamiento predominante por parte del arte en la década de los noventa. La apropiación visual y textual de los contenidos de la cultura popular en una fase en la que se realizaron propuestas que tendían a burlarse de la institución arte, en discusiones sobre la identidad que ridiculizaban y ponían en tela de juicio los relatos del Estado-nación. En muchas de las iniciativas, la subjetividad fue el ámbito desde el cual se efectuaron comentarios críticos.



Imagen 5: Registro de la intervención en 200 cilindros de gas doméstico como parte del proyecto *En la casa* de Adrián Balseca, Quito, 2006. Fotografía: Tranvía Cero, Jorge Zaldumbide.

Entre los artistas de aquella época se menciona el trabajo de Ana Fernández quien operó con estas herramientas de visualidad popular con características explícitas en su trabajo, como es el ejemplo de su cuadro *Que la patria os premie* (2000-2002). A través de la interpretación de la artista, el humor y la ironía suben de tono como mecanismo para criticar el discurso nacionalista desde la utilización de símbolos patrios.

2. En el tránsito de la década del noventa al siglo XXI se llevaron a cabo prácticas contextuales de inserción en el espacio público. Estas propuestas surgen como respuesta al cierre de espacios para el arte, producto de la crisis económica de fines de los noventa, pero también como una necesidad de buscar nuevos públicos. Estas prácticas se acercaron a la propiedad pública para dialogar contextos y realidades específicas mediante instalaciones y performances.

En estos años se da un giro en la producción visual, así como en las temáticas y estrategias de abordaje de los temas. Uno de los giros visibles fue el acercamiento del arte y del arte público a la cultura popular, diferente al que se dio en la modernidad artística. Como ejemplo de estas dinámicas con la cotidianidad, la propuesta de Adrián Balseca, *En la casa* (Imagen 5), realizada en el contexto del Encuentro de Arte Urbano “Al zur-ich”, sustenta estas afirma-



Imagen 6: Entrevistas con los moradores de un barrio del sur de Quito “Las Colectivas” (Falco, 2005).



Imagen 7: Páginas interiores del catálogo de *Lo bueno, lo bello, lo verdadero* (Falco, 2005).

ciones. Para este proyecto, el artista propuso la intervención masiva por medio de esténcil y graffiti en cilindros de gas que serían circulados de casa en casa.

Esta idea coincide con el comienzo de la popularización del graffiti y del esténcil en Quito. El artista convocó a un gran número de actores visuales para pintar y relacionarse dentro de una producción colectiva. Balseca no solo fue eficaz en agrupar a los artistas del graffiti que se hallaban dispersos, sino que además se intervino en el ámbito doméstico desde lo público, deconstruyendo sus separaciones.

En el contexto latinoamericano, esa época supone repensar la producción cultural en su conjunto desde la diferencia cultural. Esto incluye tanto lo social como las diferencias geográficas, sexuales, étnicas, de género, entre otras. Si en la teoría social de los años sesenta y setenta estaba instalada la teoría de la dependencia, a partir de los noventa viene a discutirse el dependentismo, que según Kingman, “reconoce modelos que la periferia copia y reproduce acríticamente por la dominación del centro” (p. 12).

3. Las prácticas artísticas dialógicas y relacionales fueron predominantes en la década del siglo XXI, en la que además se presenta un proceso de crisis y fragmentación del campo artístico, y también un desdibujamiento de los espacios convencionales de producción y circulación del arte que provocó el acercamiento de muchos artistas y colectivos a la cultura popular. Estas expresiones estuvieron orientadas a reflexionar en torno al arte y a su relación con el es-



pacio social, interesadas en la coherencia entre la parte estética, el aspecto conceptual y político de cada obra, con la implementación práctica de las mismas. Un proceso que no dependía solo del artista, sino también de la interacción con la gente, como un modo de acercamiento y diálogo con las personas y con la memoria de los espacios.

Las cualidades de esta etapa se pueden encontrar en la obra de Falco (Fernando Falconí) *Lo bueno, lo bello, lo verdadero (Imagen 6)*; propuesta realizada para la plataforma del III Encuentro de Arte Urbano “Al zur-ich” (Quito, 2005). Falco se interna en el sur de Quito y escoge trabajar en “Las Colectivas”, un barrio de peculiar diseño y disposición urbanística, espacio ideal para llevar a cabo su propuesta. El artista tocó la puerta de cada morador del sector para encontrarse con las sorpresas de lo privado. Tras la respuesta positiva, los *no objetos* que Falco recolectó fueron exhibidos en dos modalidades: unos fueron vistos en la vereda de la calle de cada casa, otros precisaron que el público ingresara en la sala de las viviendas, esta última opción potencializó aún más las dimensiones de la obra.

El artista comenta que para todas las personas hay algún objeto, pieza, elemento que consideran lo más bello, bueno o verdadero. El valor de ese *algo* no tiene que estar determinado por circuitos y dictámenes artísticos, culturales, estéticos, sociales, económicos, hegemónicos, ni críticos. El valor está dictado por cada uno de nosotros, por nuestro espíritu, corazón, mente, cuerpo, sentimientos, emociones, recuerdos, pasiones, ilusiones, afectos, es decir, por la vida misma. El valor de ese objeto, de ese *algo* que pudiéramos haber escogido, trascenderá estimaciones comerciales, de mercado, de moda, de reliquia o de vanguardia. Para nosotros pueden tener el mismo o más valor aún que una “obra de arte”, una “obra cultural”, una “obra patrimonial”, sin encontrarse en una galería, museo, banco o institución. Estos *no objetos* pueden estar a nuestro alcance, en nuestra casa, en nuestro cuarto, en nuestro velador (Falco, 2007, párr. 3).

La mayoría de los vecinos de este complejo habitacional abrieron sus espacios para exhibir lo más bello, bueno o verdadero que tenían, ya sea a nivel personal o familiar. La propuesta individual de cada casa fue expuesta en el espacio que el dueño o dueña escogió.

Como parte del proyecto se imprimió y circuló un catálogo, el cual constituyó un registro y memoria de los objetos exhibidos y de los testimonios de sus dueños, el por qué este objeto

es tan significativo y valioso para ellos. Se produjo también una guía de mano, la cual se distribuyó por todo el barrio y alrededores. En esta guía se encontraban los nombres de las personas o familias que exhibían los objetos, su dirección y un mapa de la ubicación de sus viviendas.

Bajo la revisión de estas propuestas podemos distinguir que en los distintos periodos se presenció una heterogeneidad de discursos y múltiples ofertas artísticas. Cada fase determinó sus propias estrategias visuales, poéticas o discursivas y dieron como resultado diversas maneras de acercarse a lo popular, ya sea por medio de la representación o de la inserción en el espacio público.

En este sentido, es importante la relectura del trabajo investigativo de Kingman porque explica cómo el arte ecuatoriano se ha nutrido de la cultura popular, tanto en aspectos formales, como en contenidos relacionados con la memoria social, los sistemas de funcionamiento comunitario y la politicidad.



Imagen 8: X. Andrade en la muestra *The Full Dollar Collection Of Contemporary Art*, en “El Container”, Quito, (2013). Fotografía: Gonzalo Vargas M.



Todo el repertorio de visualidades y sonoridades que se encuentran en el ámbito y espacio de lo cotidiano permite apelar a relaciones orientadas a la reflexión entre arte y contexto social, en una reestructuración radical de cómo se percibe tradición y actualidad. Canclini (2002) sostiene que no se trata de “conservar y rescatar costumbres supuestamente inalteradas. Se trata de preguntarnos cómo se están transformando, cómo interactúan con las fuerzas de la modernidad” (p. 203).

El caso más importante en Latinoamérica, en cuanto a la conceptualización sobre el proceso de apropiación es la antropofagia, idea propuesta por las vanguardias artísticas brasileñas a inicios del siglo XX. Este concepto, inspirado en ciertas prácticas de los indígenas Tupinambas del Brasil, tiene relación con la incorporación y asimilación de lo ajeno, convirtiéndolo en propio. Este modelo subvierte la relación entre centro y periferia, ya que no expresa una idea de dependencia cultural frente a Occidente, sino más bien una apropiación creativa de lo exógeno. El modelo de apropiación propuesto por la antropofagia brasileña fue retomado por la teoría crítica latinoamericana de los años ochenta y noventa como un rasgo afirmativo del arte latinoamericano y su condición periférica, alimentándose de manera crítica tanto de las tendencias artísticas de lo local, como del arte universal.

El artista visual y antropólogo X. Andrade denomina a estas prácticas como “tráfico” (*Imagen 8*), es decir, el hecho de transportar o movilizar bienes, en este caso, bienes simbólicos, ideas, conceptos, preguntas y métodos; pero también se refiere a estrategias de apropiación y recontextualización pertinentes tanto a la etnografía como al arte contemporáneo.

Otro ejemplo que asimila las ideas planteadas por Andrade, y que se menciona igualmente en la investigación de Kingman, es la propuesta *Mec-Pop* del artista ecuatoriano Miguel Alvear. La propuesta de Alvear aborda diferentes tópicos, entre los cuales hace referencia al racismo, cultura popular, valor cultural, populismo, exotismo, censura, elitismo, entre otros.

en la que el artista-investigador apuesta por la dialéctica que se desprende de dos actos: el diálogo y la apropiación. El primero establece relaciones discursivas y conceptuales con la ontología y el correspondiente episteme de las distintas disciplinas del conocimiento; el segundo busca secuestrar sin previo aviso las metodologías y los contenidos útiles para la subversión humana frente al ordenamiento arbitrario del mundo. (Schlenker, 2012, p. 12)



Todo esto podemos identificar en una de las fotografías de la serie *Mec-Pop* (Alvear, 2013), en donde la cantante de tecnocumbia Patty Ray posa para la cámara como virgen plebeya sobre el retablo de la capilla del Museo de la Ciudad de Quito. Esta imagen irritó a las buenas conciencias causando molestias a los directivos de la institución en aquellos años, quienes tomaron la decisión de suspender la exposición.

En palabras del artista, la indisciplina ejercida en su práctica, entrar y salir del sistema arte, romper reglas, permite comunicarse de forma altanera con el medio o lenguaje que disponga y ese irrespeto puede conducir a soluciones y resultados inesperados. Para Alvear, actuar así le otorga ciertas libertades que para otros actores serían impensables.

Alvear explica que el *establishment* del cine y del arte, considera este tipo de producción popular como técnicamente deficiente y temáticamente alienada. Por tal razón, su entusiasmo en subrayar estas tensiones y desprender principios sobre lo que se considera correctamente artístico o estético. De esta forma, pone de manifiesto y se visibiliza el juego de la discusión semiótica.

Esto le permite revelar y releer brechas sociales, económicas y culturales desde enfoques experimentales y plataformas innovadoras. Se trata, como anota Cristóbal Zapata, de un permanente ejercicio de alteridad, es decir, de modificar la condición original para alternar o cambiar la propia apariencia por la del “otro”, revelando de este modo las fisuras y aperturas que la idea de identidad comporta (p. 28). Es aquí, donde el artista pone en escena lenguajes que condensan ciertos sentidos del mundo, amplificando sus acentos y modulaciones.

Quizá, más que la presencia de otras voces, se trata de que la voz se oiga de otra manera, se presente como una suerte de participación cuyo único objeto consiste en llegar a una cantidad lo suficientemente elevada como para ser ya una cualidad aceptada y escuchada. (Alvear, p. 58)

En muchas de las prácticas artísticas, los elementos transgresores se han articulado de otras maneras y a través de intencionalidades, poéticas y políticas en representaciones diferentes. Es por esto que con frecuencia nos encontramos con una apropiación de códigos, visualidades y textos con la intención de realizar comentarios sobre coyunturas específicas de nuestra realidad social.



A partir de la investigación de Kingman queremos evidenciar cómo el arte se ha acercado a la cultura popular de una forma etnográfica y antropológica. Todos estos procesos, explicados anteriormente, se han expresado en una ampliación de las posibilidades de expresión entre arte y cotidianidad.

Los antropólogos Arnd Schneider y Christopher Wright (2006) ven en la relación entre arte contemporáneo y antropología una posibilidad de enriquecimiento mutuo, pues la antropología aportaría al arte con metodologías y discusiones teóricas, mientras que el arte contribuiría con la posibilidad del uso de presentaciones visuales, un área de experimentación radical. A partir de esta premisa, nos encontramos con el artista como etnógrafo.

Los contenidos de la cultura popular pasan a ser resemantizados en el campo del arte, deviniendo en significantes cargados de sentidos utilizados para desestabilizar, descentrar y deconstruir nociones tradicionales y hegemónicas, entre ellas las de la modernidad, nación e identidad. Nos referimos a reunir estilos fracturados, lenguajes olvidados y recompuestos desde sus propios quiebres.

El surgimiento de lo que se ha llamado arte contemporáneo popular no significa que los problemas de representación hayan terminado, sino que han sido colocados en un plano diferente y desde otro posicionamiento. La cultura popular tiene límites cambiantes y en ese sentido es útil una movilidad de los términos y criterios con los que se la caracteriza; “conversión”, “resignificación” y “resemantización”. Esto contribuirá a promover la liberación de binarismos, normativas y hegemonías culturales, para generar un espacio utilitario deslegitimador y de apropiación. Si la cultura popular era vista como un resguardo de identidad estable, en la contemporaneidad artística se presenta como con una cultura popular híbrida y mestiza portadora de otro tipo de modernidad.



Imagen 9: Quik en acción, Wiesbaden-Erbenheim (1989). Fotografía: Johannes Stahl.



Capítulo II. Graffiti popular

En este capítulo explicaremos cuáles son los elementos comunes entre el graffiti, la gráfica popular y el *postgraffiti* desde el concepto de la *indisciplina* que expone cómo se puede generar conocimiento desde las prácticas artísticas urbanas y populares.

2.1 Graffiti: una idea atemporal

Es difícil encuadrar al graffiti y al *street art* (arte urbano) en la historia del arte, pues se trata de un fenómeno sin época que ocurre en la calle, al margen de la normatividad y de las galerías o museos. Marcado por su carácter de no oficial, aparece en todos los lugares, desde los muros de Pompeya hasta las composiciones que hoy en día cubren los muros de las diferentes ciudades del mundo. Omnipresente, anónima, juvenil, esta disciplina tan discutida es la forma de expresión elegida por una gran cantidad de personas que creen en la producción de imágenes, al margen del academicismo, pero con claras intenciones de autenticidad.

Los textos extraoficiales, al igual que las intervenciones en el espacio público, han recibido una y otra vez el nombre de 'graffiti', término que se originó como una reminiscencia del vocablo italiano "*sgraffiare*". Así, el "*sgraffiti*" es una técnica de decoración de fachadas, según la cual se superponen varias capas de pintura en la parte exterior de las edificaciones; así lo explica Tristan Manco (2002) en su publicación *Stencil Graffiti*.

Lo que procede de la calle, según el arqueólogo Raffaele Garrucci, rara vez se considera de calidad. No se supone de pura raza, es más, jamás reniega de sus bajos orígenes, siendo su característica más fascinante la estrecha relación con la cotidianidad callejera.

Por otra parte, Johannes Stahl (2009) señala que en un ensayo de 1933 que marcó tendencia, el fotógrafo y ensayista francés Brassai define el graffiti como '*L'art batard des rues mal famées*', (el arte bastardo de las calles de mala fama). Asimismo, cuestiona en la revista *Minotaure*, órgano central de los surrealistas, la necesidad y la autenticidad del graffiti, incluso como elemento de referencia para el arte contemporáneo de aquel momento.

No hay dudas acerca del valor de este tipo de expresiones para la investigación histórica y artística. Hoy en día existen muchas instituciones encargadas de recopilar y analizar documentación; el número de publicaciones es incalculable. El archivo fotográfico de graffiti de Axel Thiel en Kassel, la recopilación realizada por Norbert Siegl en Viena y el trabajo de Henry Chalfant y Martha Cooper en Nueva York son especialmente importantes y generaron una nueva modalidad para aquel momento, los archivos fotográficos como punto de partida del análisis y del desarrollo del *street art*. Esta estrategia ha servido como una de las directrices principales de este proyecto en el registro digital de un banco de imágenes que evidencie



la gran cantidad de propuestas y señales existentes en medios de transporte pesado de nuestro país.

Palabras como “Graffiti” y “Graffito” minimalizan, dirigen y controlan un arte de dimensiones impresionantes, con un alcance ilimitado y aspectos impredecibles. Tales palabras han sido introducidas a propósito para contentar a un público que lo rechaza y que no ha logrado asumir la existencia y la realidad interna de este arte. (Stahl, 2009, p. 158)

Nadie puede decir con precisión qué bagaje acumulan en su formación académica ni qué tipo de conocimientos poseen en cuanto al arte oficial se refiere. Esto ocurre porque la producción de estos artistas, a diferencia de la arquitectura, los anuncios o cualquier forma de creación que se ejecute en un marco público, no cuenta con la aprobación de la mayoría, sino traslada sus propios aportes, normalmente sin que se requiera y con un derecho territorial con validez permanente en ciertos casos.

Debido al protagonismo del papel, el teléfono o las pantallas como soportes de la comunicación, nos cuesta a veces imaginarnos la importancia que ha tenido la pared como medio de comunicación, guardan los testimonios de una necesidad básica del ser humano de comunicarse por medio de palabras y dibujos. Las paredes y las superficies son desde siempre un



Imagen 10: Henry Chalfant y Martha Cooper en la exposición *Moving Murals* en el City Lore Gallery, Nueva York, 1986. © Rachel Fawn Alban.

importante laboratorio para composiciones pictóricas de todo tipo. Con ellas se avanza también en el arte que ocurre al interior de los talleres. Su carácter efímero marca adicionalmente el enfoque y los rasgos típicos y especiales de cada régimen, como su música, su aspecto, su indumentaria, entre otros.

Ya en 1973, en Nueva York, Norman Mailer señaló que la firma es el testimonio vivo del graffiti. La impronta tiene un significado considerablemente mayor, supone un símbolo de marca en forma de señal y, al mismo tiempo, un certificado de autenticidad. Por esta razón la difusión del graffiti ha llamado con frecuencia la atención no solo del público en general, sino de otros artistas como calígrafos y pintores. Estos elementos de existencia se encuentran también en el rotulismo popular de transporte pesado de nuestro país, donde hábiles artesanos, a partir de la utilización de tipografía e íconos, dan a conocer su trabajo empleando su signatura como método de identificación.

El hecho de tener un nombre implica una diferenciación individual y una posición de poder. Jean Baudrillard (2005) ha querido constatar este fenómeno precisamente en relación con el graffiti y la cuestión planteada acerca del poder social, en su ensayo de 1975, “*Kool Killer ou l’insurrection par les signes*” (Cool Killer o la insurrección del signo), Baudrillard desarrolla la idea de que los graffiti socavan el sistema de signos de la lengua, puesto que para el común de los mortales apenas son legibles. Irrumpen significantes vacíos en la esfera de los signos llenos de significado de la ciudad que son borrados por el hecho mismo de su mera presencia.

Las *pieces* (piezas) americanas se constituyeron en una firme tendencia mundial a imitar. La *piece* (abreviatura de *masterpiece* “obra maestra”) es la clase de graffiti más conocida y ampliamente aceptada, a diferencia de los *tags/throw-ups* (firmas/bombas) que se sitúan muy por debajo en la escala de preferencias de la población. La *piece* muestra en toda regla el nombre del artista con grandes letras diferenciadas visualmente. Los variados adornos de estas letras se han cultivado a lo largo de las décadas, hasta formar un espectro significativo. Además del componente principal de las letras, contienen información adicional y una gran cantidad de elementos pictóricos e iconográficos. Muchas de estas representaciones son auténticos autorretratos de los artistas con características siempre creativas y cambiantes.

El cuadro mural o mural (*Imagen 11*), con o sin encargo tiene una larga tradición. Los impulsos de los muralistas mexicanos de los años treinta del siglo XX siguen ejerciendo su



Imagen 11: Graffiti realizado por Zenzak y Enoc del colectivo La Mata de Frío Azezino en el sector de Los Totems, Cuenca (2012).



Imagen 12: Tag de Zenzak “Efe”, la segunda letra del nombre abreviado del colectivo, MFA (La Mata de Frío Azezino). Cuenca (2012).



Imagen 13: Parte lateral de una carrocería rotulada por Carrocerías San Jorge, taller de pintura del cantón La Troncal, provincia de El Oro. Girón (2012).



Imagen 14: Detalle de la composición donde indica el autor de la pieza, ubicación y número de contacto de su taller de pintura. Girón (2012).

influencia hoy en día. Un mecanismo importante para el efecto de un mural es que la pared sirva como soporte del cuadro y que, a veces, desaparezca totalmente tras esa función. A menudo se reflejan en el mural tendencias políticas, publicitarias o referencias ornamentales históricas. A esto se debe que la inscripción en el espacio público desempeña un papel clave, combina motivos pictóricos e información textual, representaciones y comentarios morales o inmorales.

Estas referencias de lo que es y no es moral han venido apareciendo hasta la actualidad ya que los graffiti cuentan con una larga tradición como mensaje ilícito que pretende provocar. Stahl (2009) menciona enfáticamente que aquel que excluya de su análisis el aspecto de la ilegalidad, se expone a que le reprochen el hecho de no tener en cuenta una frontera social importante. Los símbolos agresivos de las paredes contribuyeron siempre a la creación de opinión, o, por lo menos, a la agitación en una larga tradición de resistencia. Un medio no censu-



rado cuenta con posibilidades que le están vetadas al lenguaje gráfico oficial.

La relación entre el arte oficial y el no oficial data de hace mucho tiempo atrás. Esta problemática se observa cuando ya se había hecho un intento de definición de los trabajos de algunos creadores de graffiti que se exhibieron en galerías y para los que se utilizó el término *postgraffiti*. Visto lo cual no es de extrañar que precisamente aquellos grupos de artistas que reflexionaron sobre cambios culturales básicos, escribiesen mucho en las paredes.

A mi manera de entender, el concepto *postgraffiti* no excluye la técnica del graffiti y de otros formatos apegados a su dinámica; es más, acopla estas prácticas a una mayor dimensión que involucra técnicas del arte urbano, arte contemporáneo y rotulación popular. Sin embargo, la definición de *postgraffiti* utilizada en aquellos años serviría para entender que ni los artistas visuales han abandonado las ideas del graffiti, ni todos los trabajos expuestos en galerías muestran realmente un nuevo enfoque en comparación con los cuadros de la ciudad. Los artistas plásticos y urbanos han prestado gran atención al valor de los símbolos en las paredes y lo han utilizado para sus propios fines.

Continuando como una ramificación del graffiti, el arte urbano se vale de una concepción muy extendida de lo que es la cultura pública y con una larga tradición política. En muchas ocasiones ha sido el medio preferido para expresar opiniones extraparlamentarias. Sin autorización oficial, sin miramientos ni consensos previos, ofrece la posibilidad de hacerse oír de forma inmediata. La expresión busca un medio independiente justo en aquellos lugares donde los intereses económicos y, no en menor medida, los órganos del orden social dejan espacios y, por tanto, en los que dicha expresión puede ser ocupada. Las diversas formas de censura son ejemplos que muestran un control estatal en el ámbito público que se ha venido manteniendo de una forma bastante consecuente.

Stahl (2009) comenta que siempre que se habla de la relación entre política y arte urbano, se discute una y otra vez en torno a dos tesis fundamentales. Por un lado, se mantiene con insistencia la idea de que el graffiti es un arte básicamente subversivo porque vulnera las fronteras del derecho a la propiedad y los dibujos autorizados. Por otro lado, esos mismos comentaristas ven una y otra vez, en los símbolos de las paredes, un sismógrafo de la situación política



“del pueblo”. Todo esto conduce a que los autores de los años sesenta exijan paredes públicas donde dejar constancia de sus opiniones, las cuales debían garantizar el derecho fundamental a la libre expresión, como un medio de comunicación valioso que fomenta el intercambio de inquietudes y de información. Todo ello contribuye a la construcción de una determinada voluntad política en las calles como lugares de representación.

Así, estas expresiones aparecen a menudo como reacción consciente a los cambios que se producen en el espacio público. A esto se añade, en la actualidad, la expansión brutal de la publicidad y la creación en los centros urbanos de entornos cada vez más vigilados. La presión que genera la vigilancia, obliga a buscar soluciones más económicas, según Stahl, estrategias desde abajo: *stickers* (pegatinas), *tags* (firmas), entre otras técnicas y medios que van cubriendo superficies en cantidades que escapan a cualquier control. Estos medios comunicativos, como es el caso de las pegatinas, sirven como artículos para fans o entre adeptos del movimiento, y se intercambian o se venden, así pueden ser llevadas, o también pegadas, en otros lugares.

Nuevos estudios sociológicos orientados semióticamente, se preguntan si no serán precisamente estos fenómenos de ruido, los que produzcan nuevas culturas como la reorganización de un espacio de “tercer mundo semántico”, convirtiendo las circunstancias en elementos intencionales del proceso de comunicación. En una cultura enfocada a la representación, tiene importancia el reconocimiento de signos que simbolizan a grupos, ideas y estilos visuales dispares.

Lo que una vez fue una escena de creadores más bien pequeña, hoy en día experimenta una gran difusión de signos y símbolos. El graffiti cumple una función comunicativa que va más allá de la mera propaganda. De las paredes se puede extraer mucha información acerca de la situación y del contexto en el cual se encuentra. Al igual que en el campo de la publicidad, cada uno de los diferentes criterios desempeña un papel específico. La primera cuestión que se plantea es si capta más la atención por el hecho de repetir una y otra vez un mensaje. Después está la cuestión de la ubicación más original y acertada en una guerra de mensajes vivos. Aquí, no solo se introduce el componente estético de un efecto externo negativo, sino que existen momentos y lugares inadvertidos en los que se puede reafirmar lo público, ocupando un lugar en el que ha sido calculado meticulosamente.

Los conflictos de carácter intercultural, se abren aquí su propio camino. Los artistas tratan

la problemática más bien desde una perspectiva estética local, en una cantidad de inscripciones muy variadas en cuanto a forma y contenido. Esta diversidad de estilos regionales están presentes también en la variedad de propuestas existentes en medios de transporte pesado del país. Mientras que la gráfica del norte se caracteriza por utilizar una pintura más figurativa y una paleta cromática de colores vivos, la zona Costa sur impone su estilo particular, al utilizar elementos abstractos, geométricos y una gama de colores pasivos.

Procedente del ámbito militar y político, el término “intervención” ocupó su lugar en el mundo artístico con los esfuerzos por dar un aspecto diferente al espacio público mediante su configuración. Dicha conformación está sujeta a las convenciones del pensamiento dominante y, aún más, a los impulsos que buscan la diferenciación individual. Con frecuencia estos trabajos abrieron camino atravesando los senderos figurativos y comprensibles a acciones más complejas de arte gráfico en diversos lugares. Un logro de esta corriente ha puesto en alerta a artistas no convencionales que se han desarrollado en una serie muy rica y con elementos muy diferentes de representaciones artísticas. La obra de artistas que se han inspirado en los fenómenos urbanos y enfocan su trabajo en esta dirección de carácter experimental forma un estudio no carente de importancia acerca de los compromisos del arte en la construcción del espacio común.

Por medio de este “irrumper” espontáneo, numerosos actores vieron reflejados claramente el impulso y la estructura de sus acciones, ya que partieron de la constatación que, en el ámbito de lo público, las cosas transcurren de otro modo. Así, percibir e inmiscuirse en esta realidad, se convierte en un deber para el artista. Parecería que para el artista Keith Haring, conocido principalmente a causa de sus intrusiones no autorizadas en los paneles publicitarios del metro de Nueva York, la frontera de lo legal era fácil de permear. El trabajo en lugares a los que no está permitido el acceso, determina un tipo de trasgresión de los límites que incluye no solo ámbitos que tienen una relación directa con la vida cotidiana explotada en términos ópticos, jugando enormemente con las barreras sociales y jurídicas.

Al frente de un concepto de arte burgués más bien rígido, el graffiti y el arte urbano presentan a menudo posiciones que fueron concebidas como provocaciones, y únicamente por esta simple razón se evitó que fueran adoptadas por las instituciones públicas o incluso puestas en marcha. Este bien común de la cultura oficial, no es solo un exponente de la creación artística, sino va más allá, convirtiéndose en un importante indicador histórico de ideales políticos y de poesía, e igualmente de lucha rabiosa contra los carteles publicitarios, cada vez más numero-



sos en las ciudades, lo cual provoca una actividad muy creativa de la mano de los artistas.

2.1.1 NYC graffiti

El origen artesanal del bote de *spray* (aerosol) estaba ligado a una dinámica propia, garantizaba una comunicación rápida y, relativamente, sin ningún filtro. Determinados aspectos como el trasfondo social y étnico, las raíces culturales y las conexiones con la cultura urbana serían puntos de interés y convertirían su propia historia en tema de sus creaciones, conformada por numerosas experiencias personales y por una constante necesidad de reafirmación dentro de la sociedad americana. La superación de las barreras legales era interpretada como expresión de un comprensible ímpetu juvenil, un mundo fascinante y prohibido, pero también cerrado herméticamente con la idea de mejorar visualmente un entorno deprimido.

El traslado del mundo pictórico a soportes móviles era lo que interesaba a los creadores de graffiti; sin embargo, mientras las *pieces* que existían en el metro de NY iban desapareciendo poco a poco debido a su eliminación mediante la limpieza, crecía considerablemente su presencia mediática. Como factor esencial para ello, las publicaciones de libros visuales llevados de la mano del rap y, sobre todo, películas como *Wild Style* (Estilo salvaje), *Style Wars* (Batalla de estilos) y *Beat Street* (Ritmo callejero) convirtieron a las creaciones neoyorquinas en un punto de referencia esencial para una escena que pronto alcanzaría la condición de global (Stahl, 2009, p. 56).

El proceso comenzaba por el conocimiento del propio aparato motriz, hasta llegar a la preparación y disposición de todo aquello que se necesitaba para pintar. El artista debía poseer un amplio conocimiento acerca de las propiedades de la pintura a utilizar, llenados a presión o boquillas necesitaría y el tiempo de secado. Conllevaba, además, posibles conflictos, también exigencias técnicas; la cuestión clave era con frecuencia la velocidad de ejecución. Rara vez existía una proyección permanente de un dibujo o un andamio con puntos de apoyo ópticos y mecánicos.

El boceto inicialmente llegaba a la pared con un color no demasiado intenso. Estas líneas desaparecían cubiertas por otros colores; por tanto, no se precisaba de una línea elegante, sino de una localización en la superficie. El llenado con pintura era el siguiente paso, aquí se produce una profundidad espacial a través de la alternancia cromática.



Imagen 15: *Children of the grave return* (Regresan los niños de la catacumba) de Dondi, en el Metro de Nueva York (1980). Fotografía: Henry Chalfant.

Por medio de técnicas, en las que se mezclan los colores al pintar directamente, se pueden crear perfectas gradaciones de color y también efectos tridimensionales muy realistas. Después del fondo, se trabaja el detalle a través del énfasis que se hace sobre la luz o la sombra. Generalmente, como en los créditos de una película, se indica el *crew* (colectivo), es decir, el nombre de los autores u otras informaciones como agradecimientos, fechas, dedicatorias o insultos; en todo caso, la escena es también un organismo social. Usualmente las representaciones ante el público con aerosol están planeadas muchas veces como una dramaturgia teatral.

Fue decisivo el reparto del trabajo para que los conocidos colectivos (*crews* o *teams*) para el desarrollo de una pieza convincente. Las jerarquías marcaban la importancia dentro del colectivo, en una especie de cadena de trabajo desde el *king* (rey), quien proporcionaba el boceto y los detalles, pasando por el *writer* (escritor), especialista en el tema caligráfico, hasta llegar al *toy* (toyaco-juguete) quien rellenaba las superficies y tenía preparados los botes de spray (Stahl, 2009). Los *whole car* (coche entero), *whole train* (tren entero), *top to bottom* (de arriba a abajo) fueron un factor importante para su propia reputación. Mientras que en Nueva York los *whole cars* son hoy ya algo absolutamente impracticable, en algunos países europeos con una vigilancia menos estricta siguen apareciendo ocasionalmente.

Eran de suma importancia los intermediarios fiables involucrados en la investigación de su práctica debido a que generaban contactos relacionados con el entorno de la escena del graffiti. Uno de los ejemplos de estas alianzas es el trabajo de Martha Cooper y Henry Chalfant junto al artista Hugo Martínez, documental ampliamente reconocido desde 1973 (*Imagen 16*).

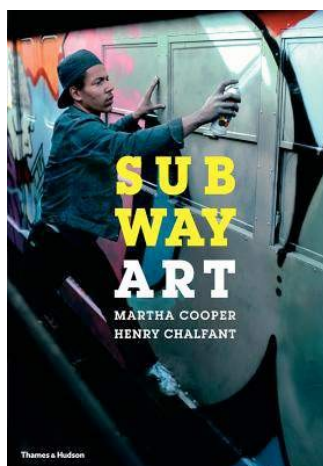


Imagen 16: Portada del catálogo *Subway art*, de Martha Cooper y Henry Chalfant (1984). Fotografía: Martha Cooper.

Los llamados *workshops* (talleres) proporcionaban los primeros cuestionamientos a la nueva generación de *sprayers* (rayadores). Tenían como objetivo mezclar de las influencias étnicas del lugar con los impulsos del arte contemporáneo de aquel momento, con la idea de fomentar el entendimiento de género entre los diversos grupos. Los artistas anónimos eran demasiados, el escenario de los pintores de cuadros se desintegró entre los creadores de piezas de gran formato, *taggers* (escritores) y reyes de los *throw-ups* (bombas), un espectro compuesto por la historia personal, la territorial y la del estilo.

La escena del graffiti contiene demasiadas formas y dinámicas como para ser capaz de crear protagonistas que trasciendan. El fenómeno es simplemente global, el recorrido de personas se desplaza permanentemente, y es muy probable que aparezca una pieza convincente con temperamentos y modos de pensar claramente distintos en cualquier punto geográfico. Rara vez se establece un lenguaje formal, regional y estable. La destreza técnica es una de las características clave de los creadores pues existe una gran cantidad de posibilidades que los escritores y pintores más versados han aprendido o desarrollado por sí mismos. Aunque en los años ochenta eran vistos todavía como errores artesanales, hoy en día se ha construido todo un discurso en torno a las técnicas derivadas. La opinión procedente de círculos del arte establecido los vería como folclor urbano, meros creadores de cuadros impactantes.

El *lettering* (escritura de caracteres) no solo representa el estudio acerca de las letras de la palabra, además analiza en profundidad la estrecha relación entre la condición formal del tipo



de fuente y el interior de quien le escribía. Justamente estas letras, con las que se ha practicado cientos de veces, están fundidas con la propia persona y con su aparato motriz, transportando la confrontación con su propio ser, con los factores de presión psicológica que le influyen y con la elegancia eficiente con la que se llega a estos resultados.

Después del *grand design* (gran diseño) donde rellenaban las letras de manera decorativa, se desarrolló el *bubble style* (estilo burbuja) por medio de voluminosas letras redondas surgidas en consonancia con la tipografía publicitaria. El *wild style* (estilo salvaje) de las letras entrelazadas ornamentalmente apareció en una gran cantidad de formas y frecuentemente acabados con flechas, y por último, las letras mayúsculas o *blockletteres*, caracteres grandes, simples y perfectamente legibles. La discusión en torno a los estilos es observada con mucha atención por los calígrafos y tipógrafos del mundo, ya que todos los días aparecen nuevas soluciones.

Lo que en 1982 era un proceso evolutivo en ciernes, se ha convertido hoy en algo legendario a los ojos de la comunidad de seguidores que aún no había nacido en ese momento. A pesar de toda la espontaneidad, una buena acción exige también una dosis equivalente de planificación. No se trata solo del desarrollo práctico, sino, sobre todo, del efecto, justamente a través de técnicas en serie como los *stencils* (plantillas) y los *stickers* (pegatinas), las concepciones adoptan un carácter parecido a una campaña publicitaria. Al final, los trabajos deben atraer las miradas, pero también crear una impresión determinada. Ante una competencia tan grande ya no sorprende a nadie que la política o la publicidad sigan con mucha atención cómo se expanden los graffitis y la forma en que son percibidos.

En los últimos tiempos, el arte de la calle ha tomado vigencia en Latinoamérica en una especie de catapulta. Encuentros y grandes convocatorias han proliferado como experiencias descentralizadas, dando lugar a diversas manifestaciones creativas, entre algunos eventos a nivel internacional se mencionan los más actuales e importantes: Artesano Project “Manifesto cultural de arte público” realizado en República Dominicana, el Encuentro de Mujeres “Nosotras estamos en la calle” en Lima, y el “Meeting of Styles”, evento realizado en diferentes países de América Latina.



Imagen 17: ALM (A La Mierda), bomba del artista HTM (Hazlo Tu Mismo), en la carretera vía a Riobamba (2016)

Entre los festivales que han destacado en los últimos años en nuestro país se encuentran: el festival internacional de arte visual urbano “Detonarte”, ejecutado en Quito, el “Encuentro de Arte Urbano”, realizado en el 2012 en Cuenca; y el festival de arte público “Grafff”, certamen anual desarrollado en la ciudad de Ambato. En zonas más lejanas encontramos los casos de “Amazonia Indomable” en Puyo en la zona del Oriente ecuatoriano y el Festival de Graffiti en Atuntaqui. La expresión urbana se ha diversificado en transcontextos singulares y efímeros. “En el contexto ecuatoriano, hablamos de una producción gráfica con sello propio. Una cromática cargada de colores, personajes fantásticos y universos míticos.” (Auz, 2012, p. 11)

Por citar unos pocos referentes locales: Coxmorama, Friks, ALM (Imagen 17) y La Mata de Frío Azezino, son colectivos que han hecho del graffiti y del *street art* una experiencia vivencial. Las propuestas emergentes en la escena ecuatoriana actual se fundamentan en otras tendencias que se impregnan con fuerza en medio del entorno citadino. Cabe recordar que la ciudad de Quito ha sido cuna de un sinnúmero de artistas individuales y colectivos, entre ellos Fenómenos Crew, que muestra una labor sostenida desde el año 2006, desde su inicial alineación hasta nuestros días, este colectivo ha sido uno de los pilares fundamentales del movimiento de arte urbano contemporáneo ecuatoriano.

En los últimos años, en la ciudad de Cuenca, la producción de graffiti ha sido realizada por varios colectivos y artistas nuevos que han irrumpido en la escena local mediante estilos dispares y acciones ilegales, *crews* como PXC (Pintura Express Cuenca), conformado por varios graffiteros de la ciudad: Beary, Slak, Demt, YoSe, han plagado el centro de la ciudad

con bombas y grafos. Otro colectivo que debemos nombrar es el colectivo Zona PESF, integrado por: Chicho, Davo, Throne, entre otros. Todos estos pintores dan cuenta de verdaderos cambios en la percepción visual de lo que implica hacer arte callejero en nuestra ciudad desde nuestra subjetividad andina, ecuatoriana y latina. Estas digresiones dan cuenta de las exploraciones y los traslados que están sucediendo en la calle, los paradigmas de la legalidad versus la ilegalidad, la formación académica o la tradición empírica.

2.1.2 Postgraffiti

Paulatinamente, el trabajo en común entre los creadores de graffiti y la escena artística produce una mezcla explosiva de presión analítica y contextos pictóricos. Aunque estas representaciones ejercían una fuerte influencia sobre el arte, sin duda alguna, no pertenecían a la plástica. Por otra parte, estas relaciones entre el arte y el graffiti se fueron forjando a paso acelerado, acercándose a diversos ejercicios experimentales e interesantes a lo largo y ancho del mundo.

Desde los años setenta, cuenta como motivo especial mirar estos hábitos, la técnica cada vez más elaborada, la cultura urbana y la cultura del graffiti convertida en un movimiento internacional. Las *pieces* de las líneas del metro de Nueva York serían colocadas en un ámbito más cercano a la escena artística; las galerías mostrarían el arte del graffiti introduciendo el concepto de época “postgraffiti”, con el fin de liberar al fenómeno de su mala fama (Stahl, 2009: p. 9).

El mercado de los cuadros en lienzo de los creadores de graffiti neoyorquinos se desarrolló después de algunos éxitos momentáneos en los años setenta, sobre todo a partir de 1983, como por ejemplo, la presencia de un número escogido de artistas del género en la Art Basel de 1984. Ya en 1982, Keith Haring organizaba exposiciones para los creadores de graffiti en contextos que ya no representaban para él un obstáculo insuperable. Para los artistas de este movimiento era un objetivo declarado y una estrategia el infectar el arte con la banalidad subyacente de objetos subalternos. Un estilo de vida, de estatus ilegal y de procedencia de los *slums* (barrios marginales), que se afirmaba una y otra vez con el contacto del mundo de la moda, del rap y del *breakdance*.



Imagen 18: Material publicitario del catálogo *Postgraffiti* (1983). Fotografía de Yves Stohr.



Imagen 19: Hojas internas del catálogo *Postgraffiti* (1983). Fotografías de Yves Stohr.

Los conceptos como *high urban folk art* (arte popular urbano), *subway art* (arte subterráneo), *spraycan art* (arte aerosol), *street art* (arte urbano) y *postgraffiti* dan nombre a las respectivas estrategias de absorción y delimitación de cara a los artistas. Para que el producto fuese comercial, era una condición esencial la depuración de aquel pasado ilegal, y reconociendo a la academia como claro signo de vitalidad de este movimiento artístico.

La Fun Gallery, con Patti Astor a la cabeza, a quien se puede ver también como periodista en la película *Wild Style*, se estableció en 1981 en el East Village como galería comercial claramente especializada en graffiti. La Fun Gallery fue el lugar en donde, relativamente pronto, tomaron contacto artistas de formación académica como Keith Haring o Kenny Scharf. Abrió el mercado como proyecto piloto a galerías más grandes como la Sidney Janis Gallery o la Galería Bruno Bischofsberger de Zúrich.

Mediante el título *Postgraffiti*, el galerista Sidney Janis, famoso por sus éxitos con los artistas del *Pop Art*, había querido en 1983 marcar el paso de los graffiti públicos ilegales a los

trabajos con spray sobre lienzo. Una exposición con un catálogo propio hizo hincapié en la continuidad de esta tradición, en la necesidad de poder presentar individuos tangibles. Los artistas de spray se mostraban como un grupo y se presentaban más como artistas gráficos extrovertidos, pero serios a la vez y con grandes conocimientos acerca del contexto pictórico actual y con una amplia aceptación del creador de graffiti como artista. Hace tiempo que los primeros escritores también pasaron por los estudios académicos, a través de ellos, los cuadros y sus creadores entrarían en nuevos contextos en los que desenvolverse.

En nuestro país, el término “*postgraffiti*” es utilizado por primera vez en la publicación de arte urbano *Arte Bastardo 2012 “Intervención, acción y gráfica ecuatoriana”* (Auz), el resultado de una investigación colectiva que pretendió generar un ejercicio de recopilación sobre el acontecer del arte urbano de nuestro país en el intento de revisar las prácticas pictóricas que se estaban desarrollando en nuestras urbes. También encontramos este término al revisar el nombre escogido para un festival de arte urbano en Balzar en el año 2012, cantón ubicado al norte de la provincia del Guayas.

En este proyecto hemos recurrido a este concepto para referirnos a una práctica que conjuga elementos de la cultura popular y del graffiti. En Ecuador esta conexión está matizada por diversos factores como: la migración, la regeneración urbana, la restricción de la normativa legal, entre otros tópicos. Esta gráfica híbrida presupone recomponer el paisaje e incorporar elementos visuales cotidianos de la escena popular que abordan al transeúnte, multiforme y colorido. Los trabajos aquí presentados llegan desde una multiplicidad de escenarios y formas de hacer desde el bagaje icónico y visual de la rotulación popular en medios de transporte del Ecuador. Nos encontramos frente a sistemas de producción simbólica y material que obedecen a particularidades propias de cada entorno y que hacen válidas sus propuestas artísticas no por su aceptabilidad, sino exclusivamente por la actualidad de su perspectiva.



2.1.3 Street art

Relacionados con una concepción general formada por cuadros, graffiti, artículos de moda, plagios y efectos de espectáculo, el arte urbano puede ser entendido como un proyecto de vida artística y el hecho de que una librería dedique estantes a libros de arte callejero y graffiti es una circunstancia que sorprende desde muchos puntos de vista.

El término *street art* (arte urbano) reunió las influencias visibles por todo el mundo en 1985, después de que Allan Schwartzman tituló así su libro. No se cuenta en ningún caso con un campo artístico homogéneo, ni siquiera la dimensión de lo prohibido que tenía todavía alguna validez para el graffiti. En el momento en el que esta denominación se hizo más común, se entremezclaron acciones callejeras totalmente autorizadas con técnicas de corte guerrillero en todo el ámbito del espacio público.

No sorprende que los *sprayers* de la segunda generación alrededor del año 1985, tras la experiencia del primer boom del mercado artístico de principios de los ochenta que se marchitaría pronto, no vieran el arte de las galerías y los museos como un campo de actuación primario. Para esta época, los contactos internos y la organización de los graffiteros fueron mucho más importantes. Merece la pena echar un vistazo más detallado a los creadores de esta generación, con sus cambios y procesos con respecto a los modelos neoyorquinos, pues no solo son interesantes artísticamente, sino que constituyen un factor importante en el desarrollo posterior de toda la escena, la expansión de sus posibilidades.

Los estilos individuales se han desarrollado sin interrupción. El hecho de que el *street art* se convirtiera en un fenómeno que se había desprendido de la etiqueta original del graffiti tenía su origen, por su parte, en unas estructuras de transmisión. La necesidad de lograr un estilo personal tiene su raíz en múltiples factores, entre ellos, el contacto específico con el elemento propio de la representación contextural.

Realizar arte urbano continúa significando que los trabajos deben ser percibidos desde un enriquecimiento propio. Estos impulsos chocarían en Francia con más fuerza que en ningún otro lugar. Allí encontramos desde hace mucho, un afán por mantener los americanismos fuera del lenguaje cotidiano y de la cultura diaria. Lo mismo ocurriría con este proyecto, enfocándonos a elementos propios de nuestra cultura en prácticas de graffiti y de arte urbano en



nuestra localidad.

El artista parisino Blek le Rat como figura fundacional del arte urbano francés, con una amplia formación tras de sí, aplicó sus conocimientos consecuentemente en sus actividades callejeras. Conectó en sus trabajos tanto las influencias de Nueva York, como las formas y las estrategias usuales en los graffiti de carácter político. Había desarrollado una minuciosa técnica de *plantilla*, método que le ofrecía una ventaja determinante, trabajar de manera especialmente eficiente en los lugares que él prefería para su arte. El *stencil* o *pochoirs* trata sobre todo de llevar de forma rápida y discreta el cuadro a la pared: “serigrafitis”. Precisan de una preparación elaborada antes que todo pueda avanzar con velocidad y el *stencil* debe ser robusto, un tamaño manejable que puede ser organizado como una plantilla dividida en partes. La dirección de la mirada y el contexto espacial son factores importantes.

Esta técnica le permitía a Blek le Rat, junto con el cartel, pintar en la calle y actuar de forma rápida pero elegante al mismo tiempo. Sus propuestas intentaban alcanzar una cierta normalidad, representadas de un modo muy comprensible y realista, pero a su vez, deseaban ser agudas provocaciones, al contrario que las autoafirmaciones de las piezas del aspecto ego. ‘Justamente esta postura menos escandalosa, y sin embargo comunicativa, causaba un efecto que se ha mantenido sobre el arte urbano actual.

Un actor más contemporáneo como es el caso de Banksy, busca, sobre todo, una reflexión que vuelva sobre los objetivos originales del *street art*. Banksy ha sabido cómo impregnar a un público que discute con vehemencia sobre el papel del espacio público, con aportes no siempre regulados y otorgando al individuo un lugar no formalizado dentro de este. Desde siempre, los aspectos comunicativos se destacan con mayúsculas en el graffiti y en el *street art*.

Con respecto a las intervenciones en medios publicitarios como los carteles y vallas, la modificación y captación de estos mensajes tiene una larga tradición a nivel poético. El hecho de que se esté produciendo una infracción artística señala, no obstante, un conflicto que tiene también un nivel territorial. Algunos paneles publicitarios que hoy se levantan en lugares que anteriormente estaban ocupados por el graffiti (*rooftop*), ponen de manifiesto las posibilidades de estos espacios.

La relegación de todo tipo de graffiti ha estimulado la vertiente documentalista hacia un grado de organización cada vez más alto. De un tiempo a esta parte, una cantidad absoluta-



mente incalculable de portales se dedican a la documentación, la cual en su mayoría está confeccionada por los mismos artistas. Previsiblemente solo los documentos producidos de forma mediática durarán algo más de tiempo. Las posibilidades de intercambio son mejores que nunca. La información procedente de la escena, que en los años ochenta circulaba como *fan-zine* fotocopados, aún producidos en gran cantidad hoy en día, se ha trasplantado entretanto a portales de Internet y blogs de alta calidad estética.

Además de la presencia en la calle, la perceptibilidad en la web se ha transformado probablemente en un ámbito con un valor similar. La documentación y la interconexión de la escena se reflejan de manera dinámica y teórica. La autonomía propia de los medios electrónicos ofrece más posibilidades al arte urbano, avanzando más allá de lo que supone un ejercicio espontáneo de expresión, ofreciendo la posibilidad del don de la ubicuidad, al mismo tiempo que proporciona un elevado grado de anonimato. El Internet ofrece otras posibilidades totalmente diferentes de difusión y tiene una dimensión política mucho mayor en contacto con situaciones espaciales.

Ya casi constituye una norma de los artistas de arte urbano que den a conocer su producción en la red, además de registros audiovisuales. En este sentido no se debe dejar de lado que el control de esta presencia se ha profesionalizado y que a menudo se trabaja mano a mano con los creadores. De este modo, no se trata solamente de intermediarios iniciados, como en los grandes momentos de las *pieces* de Nueva York, sino de toda una industria que participa con gran motivación y concentración en la producción de la calle.

La actividad del arte urbano merece ser analizada porque canaliza las inquietudes de formación y autoformación juveniles por caminos creativos en constantes afirmaciones por parte de los creadores. Esta práctica depende de muchos factores como son el lugar de actividad, la movilidad o la cultura que influyen directamente en sus modos de trabajar y documentar, favoreciendo a la aparición de temas ajenos al arte oficial. Se trata de pensar la copertenencia entre el artista y los principios que gobiernan la vida de su pueblo y su tiempo. La decisión de hacer algo distinto de lo que él hace, producir algo diferente y, de tal modo, brindar al lector o al espectador la posibilidad de reconocer y combinar de otra *forma*, varias superficies y varias lenguas.



2.2 Conocimiento desde la semiótica popular

Cualquier objeto, fenómeno o acto tiene el valor de un estímulo para los miembros de una sociedad solo en la medida en que es un signo icónico que significa una forma correspondiente en su cultura ... (Eco, 2000, p. 250)

Eco, en su ensayo *Tratado de semiótica general* (2000), propone que se defina como signo todo lo que, a partir de una convención aceptada previamente, pueda entenderse como alguna cosa que está en lugar de otra. Algo es un signo solo porque un intérprete lo entiende como signo de algo.

Ferdinand de Saussure, a su vez, subrayó con insistencia el hecho de que el significado es algo que se refiere a la actividad mental de los individuos dentro de la sociedad. Este autor consideraba implícitamente el signo como elemento comunicativo que afectaba a los seres humanos dedicados intencionalmente a comunicarse y a expresarse.

Siempre que un signo se presenta a un destinatario, representa algo a partir de reglas subyacentes. Basta con que el código (sistema de significación) establezca una correspondencia entre lo que representa y lo representado a partir de entidades presentes o ausentes. Así, un signo puede ser comprendido por cualquier destinatario, aun cuando de hecho no exista, ni pueda existir, destinatario alguno.

La cultura por entero es un fenómeno de significación, de comunicación y tanto humanidad como sociedad existen solo cuando se establecen estas relaciones. Una señal puede ser un estímulo que no signifique nada pero *cause* o *provoque algo*. Siempre que exista correlación de ese tipo reconocida por una sociedad humana, existe signo.

Eco sostiene en su tesis, que un signo no es una entidad semiótica fija, más bien es el lugar de encuentro de elementos mutuamente independientes, procedentes de sistemas diferentes y asociados por una correlación codificadora. Todo signo lingüístico se compone de elementos constituyentes y aparece en combinación con otros signos. Así, cada receptor que deba comprender un mensaje, lo entiende como una mezcla de partes que lo conforman (frases, palabras, sonidos, que pueden estar combinados o vinculados). Por ello, el receptor debe continuamente referir los signos que recibe, tanto al código como al contexto. El receptor se halla en un acto de interpretación que consiste en una descodificación.



Imagen 20: Taller y venta de carrocerías con diseños en latón y madera, cerca de Latacunga (2016).

En la medida en que el autor exige que el mensaje sea interpretado en cuanto ha intentado comunicar, introducirá en el mismo elementos de refuerzo, de reiteración, que ayuden a una identificación sin equívoco. El mensaje será, pues, tanto más unívoco, cuanto más redundante. Lo que aquí interesa es que un código pueda proporcionar las condiciones para un complejo juego de funciones semióticas. Un solo significante puede transmitir contenidos diferentes y relacionados entre sí, por tanto, lo que se llama “mensaje” es, la mayoría de las veces, un texto cuyo contenido es un *discurso* en varios niveles.

Los diferentes maestros carpinteros que trabajan en la construcción de carrocerías han sabido utilizar este recurso del mensaje con gran eficacia (*Imagen 20*). En estos últimos años, como alternativa a los cajones rotulados con pintura de esmalte, algunos carpinteros han desarrollado un sistema de signos a partir del diseño en latón y madera, como material y superficie de trabajo. Uno de los recursos más utilizados es la flecha, la cual, a partir de su abstracción y estilización, transmite varios niveles de mensaje, entre ellos: el destino, el dinamismo, la dirección.

Otro referente es el grafismo de Ambato, Sammo (Samuel Guaminga), rotulista de Pinturas Pemar, plasma en sus trabajos pictóricos (*Imagen 61*), cuadros móviles de mucha carga cro-



Imagen 21: Archivo de Samuel Guaminga, rotulista de Ambato (2016).
Fotografía: Samuel Guaminga.

mática, textual e informativa. Desde logos de marcas de zapatos Reebok pintados con colores de la bandera del Ecuador, hasta oraciones escritas invocando la protección familiar y del vehículo. En los trabajos de Samuel se aprecia una alegoría de mensajes religiosos y sociales, inspirados por su contexto y expresados desde su persona, a pedido del cliente.

Los códigos, por el hecho de estar aceptados por una sociedad, constituyen un mundo cultural que no es ni actual ni posible, su existencia es de orden cultural y constituye el modo como piensa y habla una sociedad y, mientras habla, determina el sentido de sus pensamientos, a través de otros pensamientos y éstos a través de otras palabras. (Eco, 2000, p. 104)

El objeto semiótico es ante todo el contenido y hay que definirlo como una *unidad cultural* (o como un conjunto de unidades culturales interconexas). Pero tanto el uso impropio como las posibles contradicciones, parecen autorizados por la propia existencia del código. Una *unidad cultural* es simplemente algo que esa cultura ha definido como unidad distinta de otras, y, por lo tanto, puede ser una persona, una localidad geográfica, una cosa, un sentimiento, una esperanza, una idea, una alucinación. Son abstracciones metodológicas, pero son abstraccio-



nes 'materializadas' por el hecho que la cultura continuamente traduce unos signos en otros, unas definiciones en otras, palabras en íconos, íconos en signos, signos en nuevas definiciones (Eco, 2000).

Yuri Lotman (1996), lingüista y semiólogo ruso, afirmó que existen culturas regidas por sistemas de reglas y otras gobernadas por repertorios de ejemplos o modelos de comportamiento. En el primer caso, la combinación de unidades discretas es la que genera los textos y se consideran correctos si se ajustan a las reglas de combinación; en el otro caso, la sociedad genera directamente textos de los que, en caso necesario, pueden inferirse las reglas que proponen, ante todo, modelos que imitar. Las clases populares a las que nos referimos han impuesto a menudo un *ethos* propio, es decir, una forma común de vida o de comportamiento que adopta un grupo de individuos que pertenecen a una misma sociedad, valoran en diversos periodos históricos, las exigencias particulares de la circulación de un lenguaje peculiar.

Paradójicamente, su modo de pensar, de imaginar, no nace de abajo; nace a través de la comunicación popular masiva, propuesta en forma de mensajes formulados desde la clase hegemónica. El universo de las comunicaciones está compuesto por los mensajes contenidos en periódicos, radio, televisión, música grabada y reproducible, además de las nuevas formas de comunicación visual y auditiva como Internet. Estos medios permiten la adecuación del gusto y del lenguaje.

Eco comenta (1984) en su ensayo *Apocalípticos e Integrados* (1984) que mientras los primeros sobreviven precisamente elaborando teorías sobre la decadencia, los segundos raramente teorizan, prefieren actuar, producir y emitir sus mensajes a toda clase de niveles. La situación de una sociedad cuyas clases populares obtienen sus oportunidades de evasión, de identificación y de proyecciones.

apocalípticos, que ven en los acontecimientos del pasado los símbolos de una armonía notable, y en los del presente los símbolos de una caída sin salvación: [...] los llamados integrados, que no interpretan el universo, sino que lo habitan sin problemas. (Eco, 1984, p. 389)

La comunicación popular tiende a imponer símbolos y mitos de fácil universalidad, creando “tipos” reconocibles de inmediato; ha hecho de los clásicos no obras a comprender, sino productos a consumir; han sabido introducir distintos modos de hablar desde otros enfoques



y otras percepciones. Bien o mal, se trata de atender a una producción estilística que tiene constantes repercusiones en el plano de las artes. De esta cultura popular se deriva un gran repertorio iconográfico y de visualizaciones metaforizadas. Su relación de imitación-interpretación-adulteración de la realidad, generan relaciones de recepción y modificación de efectos y valores formales, mediante técnicas y estéticas artesanales.

Sus lenguajes tienden a la provocación del efecto en una continua mixtificación. La información que a su vez tiene un significado unívoco, funciona también de modo opuesto, por tanto, genera una abundancia de significados posibles, representando con ello una fuente valiosa de información.

Ese particular modo de expresión se traduce en diferentes posibilidades, en la medida en que modifica los hábitos lingüísticos de una comunidad, haciendo aceptables expresiones que anteriormente eran consideradas aberrantes. Tal definición se basa en la relación de lo inesperado y de la sorpresa que debería provocar en el receptor.

Las visitas a los diferentes cantones evidenció lo que este autor nos trata de explicar, era claramente visible cómo la ciudad o la provincia influenciaba en las decisiones estéticas y estilísticas de los rotuladores. Mientras que en la Sierra norte, por las ciudades de Riobamba y Ambato, la gráfica era realizada, por lo general, a partir de iconografía figurativa y de carácter religioso, sentimental o comercial. En Piñas, cantón ubicado en la Costa sur, las gráficas se encontraban fuertemente inspiradas en los colores del cantón Zaruma, en la elección de una gama de colores pasteles con una mezcla de iconografía geométrica y abstracta.

El artista popular elige determinados aspectos de su contexto como posibles significantes de significados elaborados por su tradición cultural. El mensaje viene a ser una estructura capaz de estimular una decodificación muy variada en la que también el mensaje poético es incluido y vendido al propio público.

Se ofrece al espectador mensajes sencillos, en los que aparecen acoplados, a modo de referencia, propiedades extraídas de mensajes ya famosos por su alcance mediático. El empleo de elementos del arte tiene una función instrumental; se utilizan aquellas propiedades porque en determinados mensajes han rendido buen resultado comunicativo. El producto intentará, pues, construir un mensaje tendente a la provocación de efectos, en el cual el estilema se inserta, y ennoblece un nuevo contexto.



Imagen 22: Carrocería pintada con la técnica de aerografía por Juan Pablo Morrocho, Cuenca (2016).

Ejercitada a todos los niveles del mensaje, la gráfica popular es rica en tales malentendidos, en estas desviaciones de puntos de vista, de aberraciones fruitivas tan frecuentes, intensas por su riqueza y complejidad. Sucede que un mensaje considerablemente pobre en sí, puede resultar para el receptor bastante más llamativo de cuanto el autor podía esperar.

Hemos señalado los elementos de una iconografía que, incluso cuando nos remite a estereotipos realizados ya en otros ámbitos, lo hace con instrumentos gráficos propios del contexto. Varios procedimientos de visualización de la metáfora o de la semejanza son otras tantas expresiones que en la gráfica popular se realizan recurriendo constantemente a una simbología figurativa, captada inmediatamente por el lector. Estos elementos iconográficos se componen de una amplia gama de convenciones que constituye un verdadero repertorio simbólico.

Como por ejemplo la representación de Jesús (*Imagen 22*), más que un elemento convencional perteneciente a un repertorio de signos, sería un elemento de metalenguaje, o mejor dicho, una especie de señal preliminar que impone la referencia de inmediato. Un mensaje que se dirige simultáneamente a la inteligencia, la imaginación y el gusto.



Deberíamos admitir que la gráfica popular se basa en un código muy sencillo, fundamentalmente rígido, obligado a narrar por medio de personajes estandard, forzado en gran parte a servirse de formas estilísticas introducidas ya por otras artes y adquiridas por la sensibilidad del público. Aisladas del contexto original y reducidas a puros artificios convencionales, pareciese imaginable y demostrable, la perspectiva de una gráfica que, haciendo uso de los mismos elementos de comunicación, exprese una visión distinta.

Sus creadores son los genios que han sabido convertir los condicionamientos en posibilidades. Tomar por modelo estas intenciones tanto implícitas como explícitas de patrones conscientes e inconscientes que motivan elecciones técnicas, estéticas y éticas, comportamientos y actitudes, todo ello representaría una prueba de buen sentido, la convicción que la gráfica popular funciona de forma autónoma y menos “masificada” de lo que creemos. Se trata, en definitiva, de una producción densa en posibilidades, la vida en toda su complejidad problemática (dudas, errores, fracasos, triunfos) convertida en objeto de arte, el mensaje artísticamente logrado, en el que podemos reconocer motivos y comportamientos que son también los nuestros.



2.3 Análisis semiótico e iconográfico de la gráfica popular en medios de transporte pesado

La población del Ecuador, al ser un país pluricultural y multiétnico, posee gran variedad de costumbres y tradiciones. El significado de popular, considerado como sinónimo de folclor, alude directamente a posiciones sociales de clase y raza. Este concepto con el paso del tiempo ha generado pensamientos de afectos y rechazos. Por tanto, es muy diversa y su riqueza gráfica puede ser analizada, revisada y empleada de varias *formas*, con propuestas que aporten a nuestra contemporaneidad.

La cultura popular al igual que su grafismo, siempre se encuentra en constante transformación mediante factores de penetración o resistencia, por otra parte, aquellas costumbres que existen por mucho tiempo dentro de una cultura favorecen a ser intervenidos o modificados. De esta manera, lo popular coexiste con otros factores donde se conservan las tradiciones o identidades locales. Como menciona Juan Lorenzo Barragán en su libro *Gráfica Popular* (2009), el color, la ejecución, el humor, la improvisación, la espontaneidad y el ingenio contrastan de manera ingeniosa, el campo de la publicidad y del diseño gráfico actual.

Los íconos y símbolos populares en nuestro país forman parte de un saber común que es ampliamente valorado como ecuatoriano en donde el pueblo es el encargado de anexar significados. Estas miradas son múltiples y tratan sobre temas de identidad, la patria, la religión, u otros estados anímicos y emocionales.

La composición de elementos de diseño en la estética popular comprende una comunicación bidimensional, plasmada generalmente en soportes o superficies planas. Estos trabajos pictóricos tienen varias características, entre las más importantes se mencionan: la tipografía, la rotulación, la ilustración, el color y el argot popular.

En la interrelación de estos elementos, existe una reflexión sistemática con un alto grado de objetividad, dependiendo del producto o servicio a ofrecer. Además de captar el interés debe atraer visualmente al público, sobretodo al cliente, en una época donde cada vez es más difícil lograr notoriedad.

Las empresas que requieren de estos servicios gráficos son diversos colectivos y cooperativas de transporte pesado que se pueden encontrar a lo largo y ancho de nues-



tro país, como de otras latitudes de Latinoamérica y del mundo. Solamente en la ciudad de Cuenca podemos encontrar una gran cantidad de estos colectivos, algunos de ellos son: Coop. Tarquí's, Coop. San José, Trans. Reina del Cajas, AtenaAustro, entre otros.

Nombres de cantones, parroquias y comunidades también son utilizados para denominar la marca de empresas de transporte, por ejemplo: Trans. Méndez (cooperativa de la provincia de Morona Santiago), Coop. Jesmar (cooperativa de la parroquia Jesús María del cantón La Troncal), Transbaoro (cooperativa de la ciudad de Machala) funcionan como compañías de transporte que llevan por nombre alguna característica del contexto en donde operan.

De los diversos rotulistas de cajones de madera de nuestro país, la mayoría no cuenta con formación académica. Sin embargo, el entendimiento y la habilidad que ellos poseen, son cualidades innatas que estos artistas han venido desarrollando desde su infancia, o que sus parientes o familiares cercanos se han encargado de transmitir o heredar.

Consciente o inconscientemente recurren a la utilización de fundamentos creativos y del diseño gráfico, elementos que facilitan el desarrollo de sus sorprendentes composiciones. Al conjugar y comprender estos componentes visuales actúan como un todo de manera efectiva. Por otra parte, se menciona que nuestra gráfica popular, es influenciada fuertemente por la tecnología y la globalización en donde aparecen símbolos e íconos provenientes de otras costumbres visuales, más aún con la utilización del Internet como herramienta de trabajo. Es el ingenio de cada rotulista, lo que implica romper los modelos establecidos para mirar las cosas de forma diferente.

Mediante este análisis quiero dar a conocer nuestra riqueza semiótica, explicando la gran cantidad de signos y mensajes que podemos encontrar en la estética popular en medios de transporte pesado del Ecuador. Considero que estos trabajos vernaculares, producidos de forma innovadora, divertida e híbrida, deben ser conocidos y valorados por nuestra sociedad. A continuación se explicará los elementos de diseño más empleados en la gráfica popular ecuatoriana.

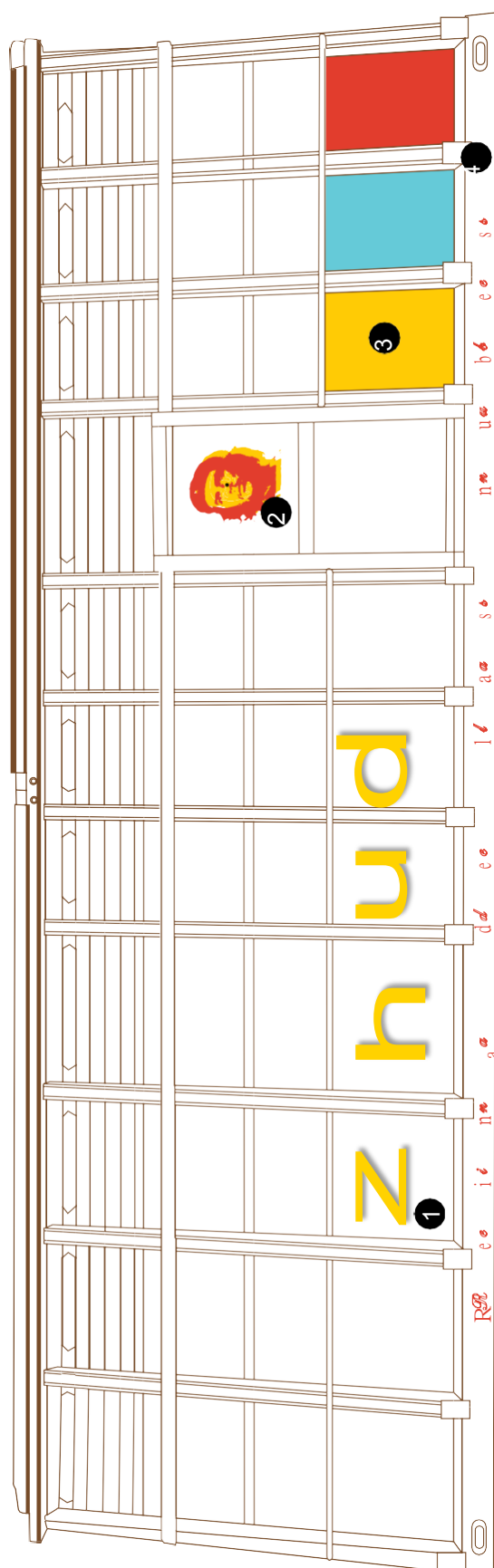


Imagen 23: Ilustración de una carrocería enfocada en los siguientes puntos:



Imagen 24: Detalle tipográfico de un camión rotulado,
Parque Industrial - Cuenca (2012).

2.3.1 Tipografía - Rotulación

La tipografía en el campo del diseño gráfico, usualmente o por normas de legibilidad y leibilidad debe recurrir a tipos de letras apropiadas y acordes con el mensaje a presentar al público dirigido. La estética popular en los medios de transporte, al contrario de las normas tipográficas conocidas, confía en la experimentación de letras espectaculares y atractivas que llaman la atención del transeúnte. A mi parecer, el interés por trabajar de este modo, es más un criterio estético que funcional. La aplicación tipográfica en estos medios, resulta una base fundamental de esta clase de grafismo, para la creación de una infinidad de letras y números que, a su vez, se adaptan a los diferentes cambios tecnológicos y de diseño que evolucionan constantemente. El diseñador Alan Swann (1991) comenta al respecto en su libro *Diseño y marketing*: “Si hay una regla sobre los tipos de rotulación, es la de usarlos de forma sensible y provechosa para optimar su efecto” (p. 23).

Las tipografías populares como imagen, denotan de mucha fuerza porque aprovechan la emotividad, la energía y el significado de la fuente (Ambrose y Harris, 2006). Diversos ejemplos tipográficos pueden converger en símbolos o íconos a través de las más variadas representaciones visuales. Este recurso del tipo como imagen no es una idea nueva pero adquiere más notoriedad en la gráfica popular. El grado de importancia depende de la interrelación



entre ambos elementos, tipografía y símbolo, provocando aspectos específicos y distintivos de la estética popular.

No hay reglas que gobiernen la combinación de estos elementos, por lo que el diseñador debe confiar en la intuición que haya adquirido para intentar determinar la clase de diseño que tiene más probabilidades de atraer al público que se busca. (Perfect, 1994, p. 52)

La rotulación, por su parte, es el arte o la profesión de realizar a la perfección un cartel, rótulo o letrero. El rotulista es conocedor de diversas familias tipográficas y comprende la enorme gama de tipos que existen: letra gruesa, fina, decorativa, entre otras. Para este análisis clasificaremos los tipos de letras en cinco categorías usadas en el campo de la rotulación popular:

1. Escritura manual gótica, uncial, caligráfica de plumilla, caligráfica de pincel y manual
2. De trazo y trazo rectangular
3. Palo seco
4. Trazo híbrido
5. Decorativas ornamentales

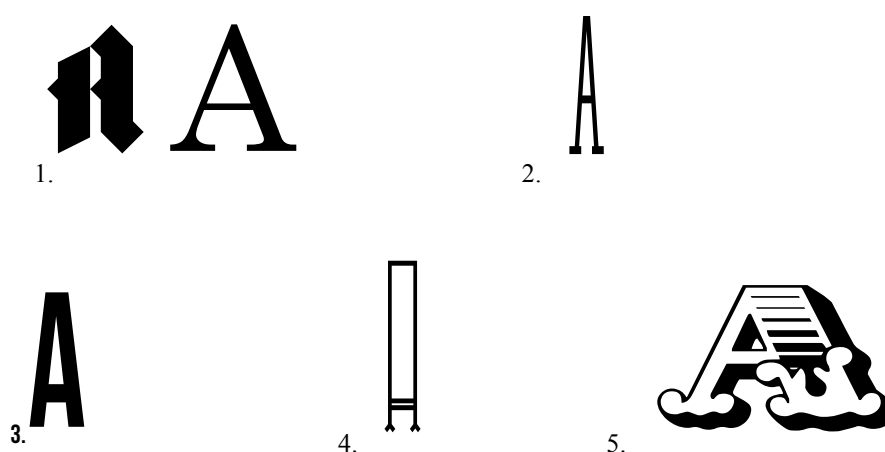
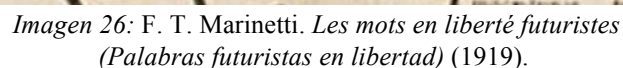


Imagen 25: Clasificación de los tipos de letras.



Los antecedentes históricos de la tipografía sin reglas en el mundo del arte se presentan en la revolución industrial. Esta época dio como resultado un cambio en el uso de la tipografía como medio comunicativo. En aquellos años se iniciaron movimientos de arte tales como: el futurismo, dadaísmo, constructivismo, suprematismo y de stijl. Estas tendencias reconocieron que la tipografía era una herramienta dinámica y poderosa para expresar ideas novedosas. Entre los primeros movimientos, el futurismo en 1909 creado por el italiano Filippo Marinetti, partió de la idea de encontrar nuevas expresiones visuales que a la vez reflejen modernidad. Llevó a una yuxtaposición de atrevidas imágenes tipográficas, con formas libres, que reflejaban la propaganda de Marinetti, Sererini y Govoni (Perfect, 1994). Esta corriente artística fue la responsable de crear un nuevo lenguaje visual en el que la tipografía era agresiva y de movimiento. La simetría era considerada ilógica y decorativa, por lo que, los conceptos de asimetría colaboraron para crear nuevos contrastes visuales.



Imagen 27: Detalle de ilustración de un camión de la Compañía Pesada Arizona, sector Feria Libre, Cuenca (2015).

2.3.2 Ilustración

La ilustración comprende una inmensa gama de estilos personales y culturales, desde imágenes realistas hasta gráficos extraños y fantásticos. Esta técnica brinda amplias posibilidades de producir formas frescas y originales en las que el estilo del dibujo cumple un papel enorme e importante en el objeto o producto reinterpretado, ya que ahí se puede determinar el alcance o el efecto visual que tendrá un buen diseño aplicado.

Aquí la representación, el simbolismo y la abstracción, cumplen múltiples niveles de expresión que se superponen en el campo del diseño gráfico y generalmente en la estética popular. De esta manera las influencias de cada expresión actúan unas sobre otras, reforzando sus cualidades para ofrecer un mensaje claro y coherente. La comunicación visual tiene esta cualidad, presentar soluciones que adquieren forma según su energía.

Con respecto a estos niveles de expresión, la representación deviene a ser la experiencia visual básica y predominante. Se ajusta a detalles de color, proporción, tamaño, movimiento y ciertas marcas para poder distinguir su forma. El simbolismo, en cambio, es la abstracción que requiere una simplicidad última, la reducción del detalle visual al mínimo, para poder ser reproducido y recordado. Por último, la abstracción es una simplificación tendente a un signi-

ficado más intenso y destilado. La interrelación de estos niveles permite una gran cantidad de opciones en cuanto a la variedad de formatos y medios disponibles de comunicación.

El contenido y la forma son fundamentalmente lo que se está expresando directa o indirectamente. Son el carácter de información, el mensaje que se compone con un fin: decir, expresar, dirigir, instigar y aceptar. Su fin es lograr una solución visual lo más fuerte posible para expresar contenido mediante procesos de experimentación y selección. (Dondis, 1973, p. 34)

La forma en la ilustración es todo lo que se puede ver en un diseño y está compuesta por varios elementos como: el contorno, el tamaño, el color y la textura. Estas cualidades de la imagen ilustrada buscan transmitir un significado o un mensaje a compartir. Puede ser simple o compleja, armónica o discordante, en cualquier caso la forma es la parte más evidente y estas imágenes pueden ser identificadas con facilidad por las personas, por ser elementos que se encuentran sin dificultad en el entorno urbano.

Por otro lado, el recurso de las anomalías en la gráfica popular es la presencia de la irregularidad en el diseño donde marca cierto grado de desviación de la conformidad general. Esta debe responder a una verdadera necesidad con un propósito definido y tiene tres características principales: atraer la atención, aliviar la monotonía (dinamismo) y quebrar la regularidad. Para este punto hemos clasificado a las ilustraciones existentes en los cajones de madera en cuatro grupos: religiosos, eróticos, patrios y, motivos diversos que sirven como detalles decorativos en las pinturas de las carrocerías.

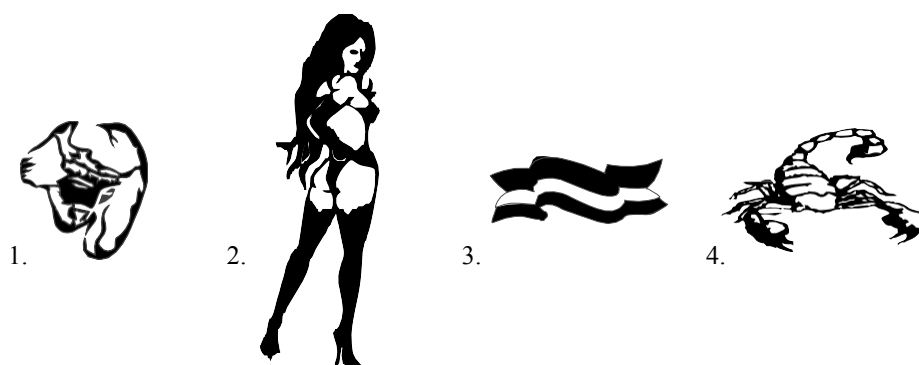


Imagen 28: Clasificación de las ilustraciones en cuatro grupos:

1. Religiosos
2. Eróticos
3. Patrios
4. Motivos diversos



Imagen 29: Venta de un cajón de madera de segunda mano, San Joaquín (2012).

2.3.3 Cromática

El color en la estética popular brinda mayor dinamismo al mensaje transmitido, pues a la vez que atrae la atención de los observadores, despierta respuestas perceptivas en ellos. Esta labor en la profesión de los rotuladores requiere de más tiempo, recursos y talento técnico; sin embargo, existe una gran satisfacción en los resultados finales de cada trabajo plasmado. La pintura en la gráfica popular permite articular y expresar adecuadamente diversos formatos de mensajes. Su elección se basa en factores estéticos, psíquicos, culturales, sociales y económicos.

El color da vida e identidad a un diseño por medio de consideraciones como gran impacto, *target*, función y modernismo. Provoca reacciones positivas o negativas en el espectador, dependiendo de la manera en que se la utiliza. Los colores vivos en la gama popular, o conocidos también como extrovertidos, crean sensaciones de energía y fuerza, captando inmediatamente la atención en el usuario; atraen siempre la mirada y por ello ofrece al artista un poderoso medio de comunicación. Los colores pasteles, por otra parte, suavizan la imagen representada, dando la sensación de tranquilidad y suavidad con sus tonos. Los colores se funden con la tradición y el uso común, por ejemplo, los cajones pintados en Piñas y Zaruma, al sur del Ecuador. A estas tonalidades completan aquellos pigmentos que por tan intensos son o aparentan la fosforescencia.



El empleo de estos colores se realiza de manera consciente, nunca se trata de una decisión arbitraria. Así, los colores son elegidos de acuerdo al producto o servicio a ofrecer, mediante composiciones auténticas y creativas, estas paletas siempre se mantienen modernas y tecnológicas. Las diferentes paletas cromáticas utilizadas por los rotulistas pueden crear efectos especiales en sus diseños por medio de ingeniosas combinaciones tonales. A través de la pintura, estos artistas sugieren felicidad, dinamismo y personalidad. La psicología del color en este punto sirve para expresar y reforzar la información visual de la imagen o del texto dependiendo del mensaje a comunicar. El uso del color comprende un enorme vocabulario de gran utilidad, ya que puede influir en la percepción de las personas.

Usualmente, los espacios donde se pintan los medios de transporte pesado son negocios de latonería y pintura. Algunos talleres se dedican solamente a pintar vehículos, siendo el caso de Talleres Mirabá, en la comuna Palmar, vía a la Costa y de Pinturas Pemar en la ciudad de Ambato. Con frecuencia, los talleres más conocidos de las diferentes ciudades del país se encuentran ubicados en las avenidas principales de cada ciudad o pueblo. Por ejemplo, Carrocerías Cabrera, situado en la carretera que atraviesa el cantón La Troncal, o Publicidad Andreé, ubicado en la avenida de ingreso a Piñas.

La gama cromática más recurrida en los rótulos escritos en cajones de madera incluye cuatro colores. Un color base es usado como fondo y los otros tres se utilizan para los detalles. Las herramientas de trabajo que los rotulistas utilizan por lo general son: cinta masking, brochas, plantillas de cartulina, cafetera y compresor. Sin embargo, los cambios tecnológicos han influenciado a que se trabaje en estos últimos años con plóters de corte, es decir, una máquina que corta vinil adhesivo de diferentes colores que luego se fijarán a otra superficie. Esta herramienta en vez de utilizar un cabezal para dibujar sobre la superficie, usa cuchillas que plotea los diseños elaborados digitalmente. Esta técnica es muy usada sobre todo en el campo de la publicidad.

Estos cambios o adaptaciones en la cultura popular son más tecnológicos que estéticos, debido a que si observamos de forma minuciosa, podemos ver que se siguen empleando tipografías llamativas y una paleta cromática potente, cualidad visual que acompaña siempre este tipo de gráfica. De todos modos, estas adaptaciones o combinaciones son resignificadas, ya que nunca un elemento cultural sostiene la misma forma y fondo.



Imagen 30: “The heartbeat of Japan”, texto utilizado en un cajón de madera, Cuenca (2012). Fotografía Josué Abad.

2.3.4 Argot popular

El lenguaje comunicacional en el contexto popular es de carácter cotidiano. Por medio de perspectivas simbólicas se comparten diferentes contenidos, esto quiere decir, mensajes expresados que son conocidos y comprendidos por la mayoría de personas. Esta interacción del texto con el público objetivo debe tener la finalidad de representar lo que se desea expresar y permitir la comprensión de lo comunicado mediante un proceso de significación-percepción-interpretación.

El argot o jerga es el lenguaje específico utilizado por un grupo de personas que comparten características comunes por su categoría social, profesión, procedencia, o afición. Este tipo de comunicación se produce continuamente para nombrar aquello que carece de traducción literal en la lengua normada. La mayoría de estos códigos acaban siendo aceptados como vocabulario propio del idioma o del grupo social que las emplea, además son un importante factor de cambio y renovación lingüística. En el pasado se asociaban a la expresión vulgar o poco culta de los subgrupos sociales o culturales. Sin embargo, desde el siglo XX las jergas son objeto de estudio por los especialistas e investigadores.

Este vocablo llegó a nuestra lengua con el significado de “lenguaje especial, difícil de comprender”, según la primera edición del Diccionario de la Academia (1734), y hoy se la



define como “lenguaje especial y familiar que usan entre sí los individuos de ciertas profesiones y oficios, como los toreros, los estudiantes, etc.”. (Soca, 2013, párr. 1)

Existen jergas propias de colectivos marginales, por ejemplo, delincuentes, traficantes y reclusos. En este caso, su comunicación se convierte en una especie de lenguaje cifrado para evitar que los mensajes sean entendidos por individuos ajenos al grupo, manteniendo en secreto actividades ilegales o delictivas. Lo mismo ocurre en grupos profesionales: policías, médicos, deportistas, periodistas, entre otros.

Un argot recoge las expresiones que corresponden a las actitudes y sistema de valores del grupo que lo crea. Deviene así en un importante elemento aglutinador de los individuos que la conforman, a la vez que divisa las cualidades que distingue a esa comunidad de otros.

Para esta finalidad, es preciso que el argot sea aceptado por todos los integrantes del grupo o, al menos, por los miembros de mayor influencia y liderazgo. Si el grupo en cuestión está en contacto con la cultura socialmente aceptada, sus expresiones se incorporarán a la lengua diaria comúnmente de igual manera. Con el tiempo, incluso, pueden ser admitidas en el lenguaje normado como variedades del mismo, o particularismos. En el siglo XX, con el turismo masivo, los medios de comunicación y el cine, los argots han traspasado las barreras lingüísticas. La evolución de una determinada expresión de un argot depende en gran medida de los cambios sociales que se produzcan.

Para realizar el siguiente listado de algunas frases y palabras presentes en los medios de transporte pesado se revisó el archivo fotográfico desarrollado en este proyecto. Para la distinción y mejor entendimiento se lo ha clasificado en cuatro grupos: religiosos, sociales, patrios e identificativos, los cuales se detallan a continuación:

Religiosos

- Divino Niño
- Divino Niño Jesús.
- Dios es amor



- El amigo que nunca falla ¿En ti confío?
- Niño Dios
- Niño viajero bendice mi camino
- ¿Quién como Dios?
- Reina del Cisne
- Reina de la Nube
- Rey de reyes
- Señor de Girón
- Si Dios quiere volveré
- Solo Dios

Sociales

- Bandido
- Belleza blanca
- De lujo
- El inmigrante
- Coche cama
- Corazón de papel
- Leo & Piscis
- Lo que digan de mí no importa yo soy así
- Lujo y confort
- Mis tres amores
- Nada es para siempre
- Otro golpe más para la envidia
- Para gente con clase
- Peligro
- Piloto al volante
- Pinta brava
- Regresa el caballito blanco sufridores
- Siempre copiado pero jamás igualado
- Sufres cuando me ves pasar
- Yo soy el dueño de tu amor
- Yo soy así y se aguantan



- Que tengas lo doble de lo que me desees
- Tendrás que recordarme
- The heartbeat of Japan
- Tu envidia me fortalece
- Tus ojos lloran por este corazón
- Viajando seguro

Patrios

- Papi Correa
- Recorriendo mi lindo Ecuador
- Recorriendo rutas Ecuatorianas
- Recorriendo rutas peninsulares

Identificativos

- El Chorro
- Chord
- Chunchi
- Girón
- Santa Marianita
- Zhiña
- Zhud
- Jahuay



Otros elementos gráficos utilizados en la estética popular son las estructuras de diseño, sistemas que sirven para poder gobernar la posición de las formas dentro de una composición. Por regla general imponen orden y predeterminan la relación interna de las formas diseñadas. Estas estructuras pueden ser: formal, semiformal o informal.

La estructura formal aparece construida de manera rígida, matemática, de manera rítmica y de forma organizada. La semiformal se dispone habitualmente bastante regular, pero existe una ligera irregularidad. Puede estar o no compuesta de módulos. La informal normalmente no tiene líneas estructurantes, es una línea libre o indefinida. La rotulación popular maneja las tres estructuras y podemos encontrar cajones con composiciones sumamente organizadas hasta disposiciones informales en donde el propietario del vehículo ha plasmado su propio diseño. Otro factor importante es la tecnología que determina la manera de proceder con las labores solicitadas. Se consideran diferentes aspectos, entre ellos, si la tecnología a usar está a su alcance o disponible en su contexto. De esta manera puede dar credibilidad al producto final. Además se debe considerar otro punto significativo, los materiales de trabajo necesarios para el proceso de rotulado o decoración.

En múltiples dibujos en cajones de madera encontramos composiciones que aplican las leyes de la Gestalt, posiblemente de forma arbitraria pero muy evidentes en estas propuestas. Se conoce como Gestalt a las leyes de percepción que enuncian principios generales donde se demuestra que el cerebro hace la organización de los elementos que percibe y asimismo configura la mejor coordinación posible a través de varios principios. Estas leyes fueron tomadas por varias disciplinas en ámbitos diversos como la comunicación, la arquitectura, la sociología, el arte, la psicología social, la ecología, el marketing. “Las leyes de la Gestalt no actúan de modo independiente, aunque se las enuncie por separado; actúan simultáneamente y se influyen mutuamente creando resultados, en ocasiones difíciles de prever, ajustando a variables de tiempo y espacio” (Leone, 1998, 2).

Las percepciones se convierten en totalidades cada vez más complejas, a las que se incorporan nuevos elementos, los que pueden ser externos o internos. En la estética popular los elementos del diseño son recursos de suma importancia y de gran efecto dinámico. Realzan extraordinariamente sus características ya sea en las cualidades del color, en el tema ilustrativo, en la forma tipográfica o en la anatomía de su comunicación. A continuación se explica las diferentes leyes que contempla la Gestalt.

2.3.5 Leyes generales de la Gestalt

2.3.5.1 Ley de la figura y fondo

Constituye una totalidad donde no puede existir figura sin un fondo que la sustente o la contraste de manera nítida y definida.



Imagen 31: Ilustración en la parte lateral del cabezal de un camión. Cuenca (2010).

2.3.5.2. Ley general de la buena forma (pregnancia)

Se basa en la observación del cerebro en el intento de organizar los elementos percibidos de la mejor forma posible, de preferencia formas integradas, completas y estables.



Imagen 32: Tipografía rotulada para una cooperativa del Oriente ecuatoriano, Cuenca (2010).



2.3.6 Leyes particulares

2.3.6.1 Ley del cierre

Las formas cerradas y acabadas son más estables visualmente, lo que hace que tendamos a completar con la imaginación las formas percibidas.



Imagen 33: Detalle de una composición rotulada por los hermanos Pérez, rotulista de Ambato. Cuenca (2011).

2.3.6.2 Ley del contraste

La posición relativa de los diferentes elementos incide sobre la atribución de cualidades. Mediante la percepción, esta ley se utiliza para hacer comparación entre diferentes situaciones y contextos.



Imagen 34: Ejemplo de contraste cromático en un bus de la cooperativa San Fernando. Cuenca (2010).

2.3.6.3. Ley de la proximidad

Los elementos tienden a agruparse con los que se encuentran a menor distancia; en general se tiende a considerar como un todo a aquellos elementos que están juntos o más cercanos.



Imagen 35: Carrocería rotulada por un artista autodidacta. Cuenca (2010).

2.3.6.4 Ley de la similitud

Los elementos que son parecidos tienden a ser agrupados y a verse como parte del mismo conjunto o bloque. Estos conjuntos se pueden unir o separar claramente del resto.



Imagen 36: Color corporativo de la cooperativa de buses del cantón Cumbe. Cuenca (2010).

2.3.6.5 Movimiento o destino común

Los elementos que se desplazan en la misma dirección tienden a ser vistos como un grupo o conjunto.

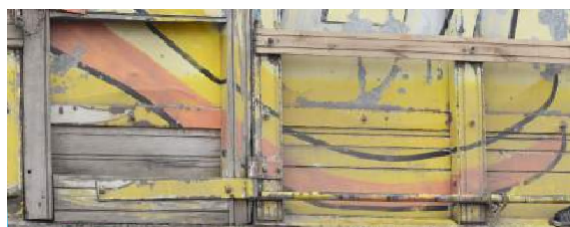


Imagen 37: Detalle cromático e ilustrativo de un camión rotulado. Cuenca (2010).



Estos elementos, por lo general, incluyen normas y reglas para que sean aplicados y entendidos por la mayoría de personas; sin embargo, dentro del marco de trabajo de los rotulistas populares, existe la posibilidad de trabajar desde la irregularidad, la asimetría, entre otras características propias de la estética popular, lo que proporciona justificación a sus diferentes elecciones.

Estas representaciones se convierten así en una síntesis de acciones complejas y, a través del conflicto narrativo toma forma una pasión, una postura mental, su impersonalidad, su ausencia de conceptos, una función simbólica. En el mundo del arte contemporáneo existen sectores en los que se ha ido reconstruyendo, sobre bases populares, esta universalidad de sentir y de ver. La función de este análisis debe responder a una necesidad o a un determinado propósito, en este caso estudiar la estética popular para poder entenderla y fomentar su práctica en otros ámbitos del arte y de la cultura. La estética popular puede y debe ser promovida mediante canales no convencionales, diferentes a los que estamos acostumbrados.

La propia multiplicidad de los códigos y la indefinida variedad de los contextos y de las circunstancias hace que el mismo mensaje pueda codificarse desde puntos de vista diversos y por referencia a sistemas de convenciones distintos. He aquí cómo una determinada relación con el público, conducida a través de un medio dado, contribuye a calificar una expresión desde sus componentes comunicativos y estéticos.



2. 4 Lenguajes artísticos *postgraffiti*

A lo largo de la historia humana, el hombre ha ideado diferentes formas de representar el espacio a través de la gráfica y el arte en general hasta someterse a una deformación contra todas las leyes de la perspectiva en búsqueda de otras verdades. El profundo interés por reivindicar la trasgresión, lo experimental y lo insólito, aparece en el arte a través de un acercamiento plural que implica un proceso de transformación constante de la sociedad y el arte. El espacio en el arte aparece en el deseo por tornarse vivencial, de esta manera el concepto de utilizar o recorrer el espacio público toma importancia.

Las prácticas del graffiti, del arte urbano y la rotulación popular han venido desarrollándose cada vez más con mayor fuerza y creatividad, ya que si una obra ha de impactar a alguien, debe ser resultado no solo de la técnica, sino también del pensamiento del artista. Se constituye así, una de las formas artísticas más creativas e interesantes de nuestra actualidad, el graffiti popular. Hoy en día el fenómeno de reivindicar una gráfica vivencial tomando como lienzo el espacio común, ha venido desarrollándose con el paso del tiempo, como una práctica que, en la mayoría de los casos, se genera en pos de promover la tensión pero a su vez, en satisfacer las necesidades de pertenencia e identidad al servicio de la colectividad.

comienza a concebirse, no como un medio “técnico” para obtener el fin de lo ilusorio, sino como un medio “creativo” que, aunque no espacial en términos puristas, termina siéndolo, pues no solo ayuda a contener y configurar un espacio determinado, sino que lo transforma convirtiendo lo imperceptible, intangible e inerte del espacio comunitario, en una experiencia espacial dinámica, vivencial y efímera. (Mínguez, 2012, p. 63)

El término *postgraffiti* se constituye por la construcción estética de espacios que decide habitar. Su sabiduría se experimenta en un mundo fabricado por un lenguaje comprendido mediante el uso de códigos visuales establecidos dentro de una cultura popular local. El vínculo de la pieza con el espectador genera diferentes caminos para expandir o masificar el gusto estético a sectores que estuvieron o están excluidos.

Diferentes artistas han sabido resolver con frescura el espacio a través de intervenciones urbanas con piezas que aglutinan verdaderas experiencias espaciales en cuanto innovadoras e interactivas, a su vez que son puntos de encuentro visual y reflexión social.



Imagen 38: 100 Fuegos, graffiti de Pin8 y Equis en el cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua, Ecuador (2014).

En este punto los medios comunicativos y las prácticas del graffiti están entrelazados de un modo particular, pues estas expresiones muestran una gran similitud con estrategias de comunicación clásicos como el periódico, la televisión o la radio, y en cuanto a sus efectos, sus mensajes proceden de abajo hacia lo más alto. La relación de los círculos artísticos con ambos fenómenos incluye resultados sorprendentes. El hecho de ocuparse de las distintas formas de lo público, viene creando a lo largo de las décadas, un importante punto de contacto permanente y comunitario. El graffiti, considerado contrahegemónico en sus cimientos, llega a convertirse en una práctica artística mundial a través de iniciativas y movimientos que han permitido la amplificación de sus manifestaciones para dar lugar a nuevas constelaciones de significado.

Las prácticas emergentes, en sentido estricto, proveen alternativas reales a las experiencias, comportamientos y valores. Lo importante en la cultura emergente, en tanto diferente de la cultura dominante o residual, es que –si bien dependerá de encontrar nuevas formas o adaptaciones a la norma imperante– contiene implícita o explícitamente un elemento de crítica discordante. (O'Neill, 2012, p. 12)



El concepto de *postgraffiti*, considerado ya en los años ochenta como una de las prácticas artísticas urbanas, se plantea como un arte radicante, término que según Bourriaud (2009) pone en marcha las propias raíces en contextos y formas heterogéneas, negando la virtud de definir completamente términos de identidad, que traduce y trascodifica las ideas, intercambiando en vez de imponer.

Hoy en día podemos tomar tipos de producción que forman parte de nuestros u otros territorios y experimentarlos. Indagar entre culturas y desplazarnos en ellas. *Postgraffiti* se plantea desde esta concepción, no necesariamente nace en los *shums*, como ocurriría en el graffiti de NY, más bien, podríamos pensar en un contexto que opera desde América del Sur, apostando por el surgimiento de distintas formas de pensamiento que promuevan la reflexión y a la reformulación de conceptos. Tomar posición sin negar singularidades en una instancia que reúna estética, conocimiento y crítica. El arte es por esencia transformación y movimiento, sentidos que se desplazan con el fin de presentar algo ajeno bajo formas familiares.

El papel del arte está radicado en su continua mutación, con la capacidad de modelar universos posibles, reinventar o rehabilitar saberes y experiencias válidas que el pensamiento racional declara como ignorantes o ausentes. El arte se caracteriza sobre todo por su profundo sentido inacabado y el camino para explorar otras posibilidades de intercambio cultural y artístico, existentes en la concepción de nuevas propuestas del siglo XXI.

No más dominio, control y explotación de la política en la sociedad, sino imaginación y creatividad para cambiar el mundo. La verdad del arte es producto de la imaginación, pues ella genera ideas que, lejos de desgastar la realidad, activan la posibilidad de producir nuevos fundamentos. (Morillos, 2012, p. 47)

Ante la sistematización de las formas del conocimiento, se hace necesario potenciar un giro en nuestra manera de pensar que permita superar la normatividad impuesta por una supuesta cultura oficial. El conocimiento debe y puede coexistir con otras formas de interpretar el mundo en las que el desafío se lo propone el investigador en relación a su indagación, pues solo un universalismo pluralista permitirá captar la riqueza de las realidades sociales, estar presentes y permitirse pensar fuera de los límites definidos por un proyecto occidental moderno.

El diálogo intercultural y transdisciplinar valida otras formas de pensamiento que parten del



fundamento antropológico de la cultura que es en donde se reconoce lo popular como expresión simbólica, liberado de normas y codificaciones establecidas.

Lo transdisciplinar como parte estructural de la expresión popular permite dialogar con aquellas formas de saber que miran el mundo con otros ojos, todo un accionar creativo que permite traspasar o transgredir los límites de conocimiento regidos por la normatividad. Por tanto, es conveniente a partir de la expresión popular, pensar la cultura a través de una óptica intercultural.

El desafío que debe asumir el artista-investigador, parte del interés de emplear una autenticidad y vitalidad articulada a la premisa de saber que es posible proponer alternativas en la construcción de prácticas culturales y artísticas. La apropiación y reinterpretación de patrones visuales que actúan como agentes simbólicos están en la capacidad de proporcionar una experiencia estética a una audiencia activa y receptiva. Una forma de comprensión y explicación del mundo que implica pensar el lugar específico de la experiencia vital desde la cual surge el impulso del acto artístico. Replantear los aspectos organizacionales y las fronteras establecidas implica la negación a considerar al estado de origen como las únicas fronteras posibles.



Imagen 39: Rotulador del cantón El Guabo (2016).



Capítulo III. Postgraffiti

En esta última parte, vamos a conocer cuál es el lugar de enunciación de estos sujetos, de sus prácticas artísticas y de las estrategias visuales empleadas en la gráfica popular en medios de transporte de nuestro país. La finalidad de las entrevistas es aprender cómo mutan los sentidos y significados en el tránsito de Sierra-Costa y, a su vez, explicar los referentes de los artistas populares, cómo se organizan sus procesos creativos, y describir su experiencia estética en sus medios y contextos. La recolección de estos insumos fueron indispensables para la conceptualización y ejecución de las propuestas finales de este proyecto de investigación.



SIERRA

AZUAY

Cuenca

Carrocerías Torres

- Decorart Innovación Publicidad (Diego Arpi)
Julio Mora (Artesano —carrocerías a escala—)
Los hermanos Chillogalli (pintores ambulantes)
Maderas y carrocerías Barros
- Pintor Leo (Leonardo Morocho)
- Publicidad Johnson (Juan Tigre)

San Joaquín

- Taller de pintura de Sacaquirín (Diego Sacaquirín)
- Talleres Luis Sacaquirín e hijos

Sayaquí

- Taller Luis Fernando Sacaquirín

Tarqui

- Braulio Puya (Artesano/Artista)
- Carrocerías Quinde (Rolando Quinde)
- Talleres Zhingri «De Marcelo Zhingri & Hijos»

Cumbe

Carrocerías Carpintería Volvo

- Jacinto Zhingri
Victor Morocho

Girón

- Fernando Mora (Artista)

LOJA

Loja

Carrocerías Camacho Sucunuta (Polivio Sarango)

- Taller de Carrocerías Roberto Sucunuta
- Taller de Carrocerías Sucunuta (Jorge Enrique Jaramillo M.)
- Taller El negro y el chaleco (George Anthony Jaramillo M.)

Catamayo

- Gregorio Naranjo (Publicista)

Zamora

Jaramillo (Publicista)

CAÑAR

Azogues

- Mendía Publicidad (Genaro Mendía)

Cañar

- José Alberto Alarcón (Artista-Muralista)
Publicidad Guaraca (Roberto Guaraca)

CHIMBORAZO

Chunchi

Publicidad Saldaña

Riobamba

- Pinturas El Brochas (Mario Santiago)
Pinturas León

Guano

Publicidad Pericles

BOLÍVAR

Chumbi

Su pintor Luis Murillo

TUNGURAHUA

Totoras

- Taller de pinturas Castro (Giovanni Castro)
- Taller de pinturas Solís (Ángel Solís)

Ambato

Carrocerías Ecuador

Carrocerías Manobanda

Grupo «Sin Límite» (Muralistas)

- Pinturas El Sambo (Vinicio Pérez)
- Pinturas Pemar (Raúl Pérez)
- Taller de pintura Diego C (Diego Castro)
Taller de pinturas Wilson

Cunchibamba

Carrocerías Luis Manzano

COTOPAXI

Latacunga

Genaro Pérez

Pinturas Molina

Taller de pintura Ambato

- Taller de pintura Gamacolor (Freddy Jiménez)

PICHINCHA

Machachi

- Carlos Araujo Guzmán (Difunto)
Publiarte C. Aiza
Publicidad Mendieta

Quito

Pintura Carrillo

Tumbaco

Jorge Pérez

IMBABURA

Otavalo

- Publicidad Maldonado (Humberto Maldonado)
- Rosa de Lourdes Cuatupamba

LOS RÍOS

San Juan

Carrocerías Valencia



COSTA

CAÑAR

La Troncal

Carrocerías 1000ton
Carrocerías Cabrera

- Carrocerías Cabrera #2
- Carrocerías Cevallos
- Carrocerías Cevallos #2
- Carrocerías Don Lucho
- Carrocerías Don Lucho #2
- Carrocerías Jara
- Carrocerías Javier L.
- Carrocerías La Troncal
- Carrocerías Lojano
- Carrocerías Rueda
- Carrocerías San Jorge
- Carrocerías Xavier

Cochancay

- Ángel Ochoa
- Miguel Felipe Ochoa

Voluntad de Dios

Carrocerías López

EL ORO

Naranjal

- Carrocerías Rueda
Carrocerías San José
Carrocerías San José #2
- Carrocerías San Luis
 - Walter Arce (Publicista)

Piñas

- Publicidad Andree
- Publicidad Martínez
- Carrocerías Pontón

Santa Rosa

Carrocerías Dos Hnos.

Huaquillas

Carrocerías Cobeña
Carrocerías Don Lucho de Luis Quinde
Carrocerías Láinez
Carrocerías Lara

GUAYAS

Playas Villamil

Víctor «Pili» Escalante

SANTA ELENA

La Libertad

- HJ Publicidad
- Simonel (Publicista)
- Sául Domínguez (Publicista)

Jambelí

- Taller de Pajarito

Palmar

- Taller Mirabá

Valdivia

- Carlos Párraga (Pintor)
- Paulino Ángel Floriano (Escultor)

SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS

Santo Domingo

Carrocerías J. J.

ORIENTE

MORONA SANTIAGO

Logroño

- Ebanistería Altamirano (Manuel Altamirano)

Sucúa

Ernesto Orellana (Muralista)

Macas

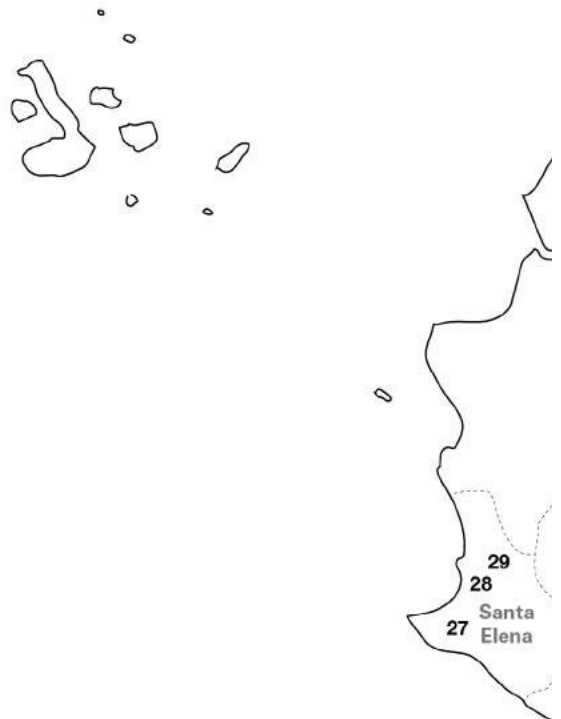
- Alveiro Augusto (Pintor/Muralista)
- Vinicio Imiz (Pintor/Muralista)

NAPO

Tena

- Ángel Lara

Tabla 1: Cartografía del rotulismo popular ecuatoriano en medios de transporte pesado.



Entrevistas

1. Talleres Luis Sacaquirin e hijos (San Joaquín, Azuay)
2. Decorart JP (Cuenca, Azuay)
3. Taller de pintura de Sacaquirin (Cuenca, Azuay)
4. Innovación Publicidad (Cuenca, Azuay)
5. Braulio Puya (Tarquí, Azuay)
6. Carrocerías Quinde (Tarquí, Azuay)
7. Talleres Zhingri «De Marcelo Zhingri & Hijos» (Tarquí, Azuay)
8. Carrocerías Zhingri (Cumbe, Azuay)
9. Taller de Carrocerías Sucunuta (Loja, Loja)
10. Taller El negro y el chaleco (Loja, Loja)
11. Taller de Carrocerías Sucunuta (Loja, Loja)
12. Gregorio Naranjo Lalangui (Catamayo, Loja)
13. Mencia Publicidad (Azogues, Cañar)
14. Julio Alberto Alarcón (Cañar, Cañar)
15. Pinturas El Brochas (Riobamba, Chimborazo)
16. Pinturas Pemar (Ambato, Tungurahua)
17. Pinturas El Sambo (Ambato, Tungurahua)
18. Taller de Pintura Diego C (Ambato, Tungurahua)
19. Pinturas Castro (Totoras, Tungurahua)
20. Taller de pinturas Solis (Totoras, Tungurahua)
21. Taller de pintura Gamacolor (Latacunga, Cotopaxi)
22. Publicidad Maldonado (Otavalo, Imbabura)
23. Rosa de Lourdes Cuatupamba Espinoza (Otavalo, Ibarra)
24. Carrocerías A&R (Ibarra, Imbabura)
25. Carrocerías Pontón-Publicidad Andree (Piñas, El Oro)
26. Carrocerías Cabrera #2 (La Troncal, Cañar)
27. HJ Publicidad (La Libertad, Santa Elena)
28. Taller Miraba (Palmar, Santa Elena)
29. Paulino Ánchel Flóridano (Valdivia, Santa Elena)



Imagen 40: Cartografía de rotuladores y artistas vernaculares entrevistados (2017).



Imagen 41: Equipo de trabajo “Pinturas Pemar”, taller de pintura localizado en Ambato (2016).

3.1 Entrevistas

En el transcurso del proyecto se visitó más de treinta cantones del país. En la región Sierra el recorrido empezó en la ciudad de Cuenca para luego dirigirnos hacia los cantones aledaños: Cumbe, Girón, Tarqui, Sígsig, Santa Isabel. Este mapa se expandió al conocer talleres en las ciudades de Loja, Riobamba, Ambato, Otavalo e Ibarra.

En la zona costera conocimos: La Libertad, Salinas, Jambelí, Palmar y Valdivia, comuna ubicada a veinte minutos de Montañita. Al momento de concluir esta investigación, conocimos la presencia de muy pocos rotulistas de carrocerías en esa región; sin embargo, existen muchas personas y familias que trabajan en murales políticos y letreros publicitarios en distintas fachadas de domicilios. Por otra parte, transportistas nos explicaron que hay gran actividad de carroceros en las ciudades de Babahoyo, Santo Domingo y Portoviejo.

En el Oriente sur del país, en Zaruma y Piñas, conocimos el taller de dos rotulistas muy conocidos de la localidad. En un inicio de la investigación, la región del Oriente no estaba



considerada dentro del proyecto, pero sucesivamente los lugares y la lista de rotuladores siguió aumentando a medida que recorriamos *nuestras rutas ecuatorianas*. Entre los entrevistados colaboraron rotuladores populares, artistas empíricos, mecánicos, latoneros, maestros en carrocerías y oficiales a cargo de diferentes equipos de trabajo. Las entrevistas me permitieron un acercamiento al lugar de enunciación de estos actores para entender de alguna manera las influencias, características y elementos de cada taller visitado, además comprender mediante los signos presentados en cada contexto, mis inquietudes al respecto de estilos y técnicas de los rotulistas, las cuales fueron respondidas y aclaradas en gran parte.

Los testimonios de las diferentes entrevistas resultó ser información de suma importancia para la realización de las intervenciones desarrolladas, al igual que los objetos recolectados para la muestra del proyecto *PSTGFFT (postgraffiti)*, abreviatura que utilicé como titular de la exposición, por el motivo de emplear uno de los tópicos más recurrentes en el mundo del graffiti, la escritura codificada. La muestra, que duró un solo día, tuvo lugar en la galería “Salida de Emergencia”, un espacio de la ciudad de Cuenca donde se compartió los resultados del proyecto de investigación.

Para conocer la ubicación de estos talleres se tuvo que preguntar por direcciones a varios propietarios de camiones y servicios de transporte. Cada colaborador supo explicarme las diferentes rutas del camino. La selección de los rotulistas entrevistados se estructuró según criterios de conveniencia, pues debido a la ausencia de investigaciones que registran su presencia, debí crear una ruta que me permitiera financiar la búsqueda y crear una pesquisa que se asemeje a publicaciones que se han dedicado a la investigación del graffiti y del arte urbano, como es el caso de *Arte Bastardo 2012* (Auz, 2012), una bitacóra que evidenció el acontecer callejero ecuatoriano en los últimos años.

Cada rotulador o carpintero elabora un discurso lo suficientemente claro, incisivo y eficaz para lograr las condiciones comunicativas dentro del contexto en el que se mueven. Eco comenta al respecto que podríamos considerar estas prácticas a modo de inferencias fértiles que enriquecen el mensaje original, otras son “aberraciones”. Pero hay que entender “aberración” exclusivamente como las intenciones del emisor, capaces de transmitir porciones vagas, pero efectivas, de contenido.

3.1.1 Talleres Luis Sacaquirín e hijos (San Joaquín, Azuay)



Imagen 42: Luis Sacaquirín propietario del taller (2012).

Don Luis tuvo contacto con el mundo de la pintura desde temprana edad. A los doce años comenzó a pintar domicilios ubicados cerca de su vivienda, en la parroquia de San Joaquín. Muy pronto la gente conoció su trabajo y a partir de ese momento tuvo que abandonar sus estudios para dedicarse por completo a la rotulación y al pintado de carrocerías (*Anexo 1*).

A pesar de que en aquellos tiempos no contaba con un taller propio, aceptó la posibilidad de incursionar en el trabajo de la pintura como fuente principal de ingreso para su familia, consolidándose como el rotulista más solicitado de la ciudad de Cuenca y de sus alrededores. Su primer taller se encontraba localizado por el sector El Vado, en un terreno baldío donde hizo sus primeros trabajos a “pura brocha”, pues no disponía de las herramientas necesarias como la cafetera y el compresor de aire, instrumentos utilizados comúnmente en los talleres de pintura.

Sacaquirín dijo haber conocido en su juventud al maestro Rodas, mentor que le enseñó ciertas estrategias publicitarias y el uso de las plantillas al rotular, técnica efectiva en la construcción de íconos y tipografía.



Contó con su propio taller desde los diecisiete años, pintando sus primeros colectivos: Sinincay, Miraflores, entre otros. Sacaquirín comentó que en un principio era un negocio familiar en el que trabajaba junto a su hermano mayor ya difunto. Me explicó con tristeza y remembranza, que su hermano era el rotulista más reconocido en aquella época, cuando no había tanta competencia, “hoy este oficio se encuentra por todos lados”, nos comenta.

Don Luis describió su modo actual de trabajar en el *lettering* (dibujo de letras) y en la elaboración de símbolos. Su hijo es el encargado de diseñar las formas en la computadora para después proceder con la elaboración de las plantillas. Aclara que estos *stencils*, debido a su delicadeza y a su fácil deterioro, solo sirven para ser utilizados una o dos veces. Con respecto a los diseños plasmados a lo largo de su trayectoria, me aclaró que generalmente son los clientes quienes traen los bosquejos a seguir. Por otra parte, la elección de la pintura es decisión de los rotulistas, en esta etapa la pintura es un gusto, “y lo que tiene el uno, no lo tiene otro”.

Sacaquirín asegura que todo su repertorio iconográfico es *copiado* del norte del país, es decir, réplicas que se basan en los diseños elaborados por varios rotulistas de Ambato y Riobamba. Este es el modelo de trabajo que optó don Luis en su taller de pintura, sin embargo, no se puede dudar de toda la producción simbólica que ha desarrollado este pintor en base a sus referentes.

Los colores plasmados en cada vehículo están íntimamente relacionados, ya que la selección cromática debe estar en la capacidad de comunicar de inmediato el concepto que maneja dicha empresa, por ejemplo, la paleta de tonos azules que dispone Transportes Reina del Cisne, cooperativa que opera en la ciudad de Cuenca, desde el color corporativo evoca la conexión que existe con la imagen sagrada a la que veneran en la parroquia El Cisne, provincia de Loja. Otro caso es la línea gráfica de Transportes Méndez, colectivo que opera en dicho cantón ubicado en la provincia de Morona Santiago situada al centro sur del país. El modelo de sus vehículos está basado en una paleta de colores: rojo, amarillo y verde, tonos que representan la bandera de su cantón.

El diseño geométrico, lineal o abstracto, dependiendo del caso, acompaña siempre fiel a los diferentes rótulos que este creador genera en todas sus composiciones. Las diferentes ilustraciones que produce cubren el cajón sin dejar espacio alguno, como una especie de horror vacui. La idea de recarga visual es un detalle importante entre los usuarios de estos

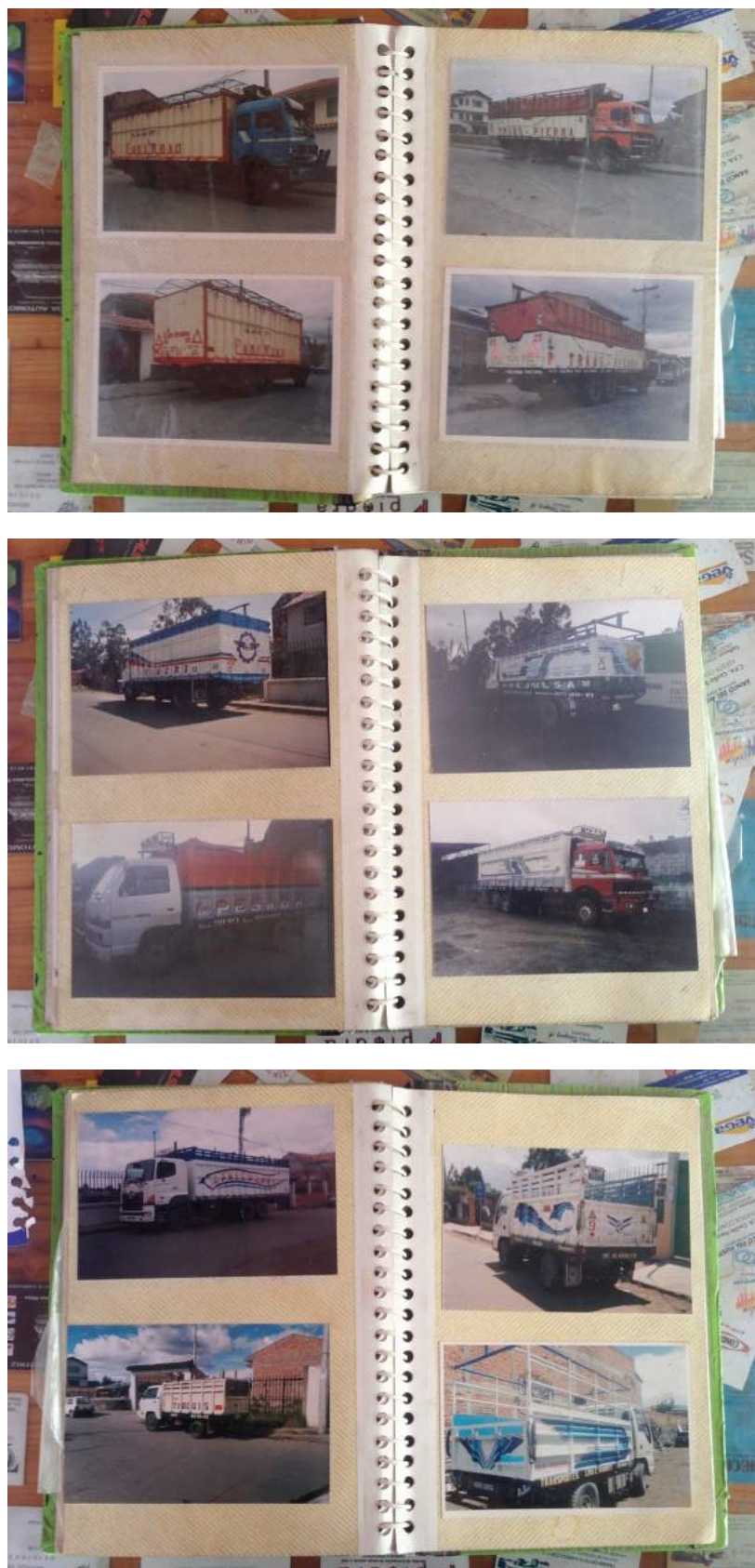


Imagen 43: Álbum fotográfico con los trabajos de Luis Sacaquirín (2010).



Imagen 44: Transportes Reina del Cisne, Oña (2017).

transportes, a tal punto, que el cajón es usado como un soporte móvil contenedor de los más diversos mensajes.

Don Luis ha producido un centenar de plantillas que reutiliza constantemente. Un archivo de imágenes que contiene nombres, frases y símbolos, clasificados recelosamente de acuerdo a los gustos visuales y estéticos de cada cooperativa. En estos estantes se pueden observar una gran diversidad de temas sociales y estéticos, desde logotipos y slogans de marcas transnacionales, siluetas de imágenes religiosas de la localidad, como también, íconos que han venido a conformar nuestro imaginario latinoamericano: Che Guevara, Bugs Bunny y la Estatua de la Libertad; pocos ejemplos por no mencionar a un sinfín de signos involucrados.

El taller de Sacaquirin se encuentra en la parroquia rural San Joaquín, al noroeste de la ciudad de Cuenca. El precio de sus trabajos oscila entre los \$150 y \$450, dependiendo del grado de dificultad en el proceso de pintado. El cliente decide que material utilizar, ya que la pintura látex o de agua es más económica que la pintura de esmalte. Sus hijos van a seguir con el negocio familiar, ya han obtenido la calificación artesanal, requisito necesario para contar con un taller. Este comentario vendría a mi mente meses después al escuchar a otro artesano de la parroquia Ricaurte explicar que todos los atributos que disponían los artesanos han sido relegados, y esto afectaba a los intereses de todos los artesanos del país.

3.1.2 Decorart JP (Cuenca, Azuay)



Imagen 45: Juan Pablo Morocho, propietario del taller (2017).

Juan Pablo Morocho es un artista autodidacta de 33 años que aprendió a pintar junto a su hermano Leonardo, el hijo mayor de la familia Morocho. Durante su juventud, ambos iniciaron su carrera en Carrocerías Guzmán, empresa que se dedica a la producción de armazones metálicos en serie en la ciudad de Cuenca. Allí aprendieron todo lo relacionado con la técnica pictórica automotriz, el proceso de masillar, preparar y pintar los buses nuevos que salían a la venta. Después de haber laborado por más de ocho años con la familia Guzmán, a sus diecinueve años, Juan Pablo decidió salir de la empresa para trabajar con su hermano Leo, quien se había retirado antes para emprender su propio negocio (*Anexo 2*).

En los años que trabajó para Carrocerías Guzmán vio varios vehículos que llegaban al taller con otros tipos de letras y sombras, diseños tipográficos que a él le gustaban mucho pero que a su empleador no le llamaban la atención. De entre todos los buses que observó en el taller, Juan Pablo observó un diseño que grabó en su mente, era un bus de la empresa Carriamanga, proveniente de Loja, ciudad donde producen las líneas gráficas de estos buses, y donde ya se elaboraban desde hace mucho tiempo tipografías artísticas. Este oficio le parecía fabuloso porque dibujaban sombras perfectas a mano alzada, sin necesidad de recurrir a las plantillas que se emplean en la mayor parte de talleres de pintura. Juan observó este diseño



y tuvo la impresión de que las letras volaban sobre nubes. Tal fue el impacto que esta técnica causó, que la empresa en la que trabajaba le permitió usar el mismo método de pintura para crear hermosas composiciones.

Juan Pablo también recordó cuando años atrás le propuso a Víctor Cuesta, propietario del bus número diecinueve de Santa Isabel, elaborar un paisaje realizado con aerografía. Debido a su afición, Juan ejecutó el trabajo de manera gratuita, pues Cuesta le permitió realizar algo que a él interesaba por cuestiones personales y, porque este paisaje, a diferencia de otras de sus producciones, no contaba con demasiados detalles gráficos.

Morocho agregó que se trataba de un diseño plano, sin volumen y pocos colores; sin embargo, el cliente resultó muy satisfecho con la propuesta final. Para finiquitar este proyecto fue necesario dos días de trabajo (uno para cada lado) que en otros talleres hubieran implicado una importante inversión de tiempo y esfuerzo, pero al trabajar con Leo contaba con el apoyo y confianza que necesitaba. Este gesto fue retribuido tiempo después cuando Cuesta volvió con otra unidad y canceló el monto solicitado por Morocho sin dudarlo.

Las unidades de Santa Isabel llaman la atención pues la aerografía es una técnica poco utilizada para pintar en transporte pesado, pero él la prefiere porque le permite ganar realismo, detalle y cromaticidad en todos sus trabajos. La cooperativa de transportes Santa Isabel ya ha cambiado dos veces su línea gráfica, pero en los últimos años se han decidido por una tercera propuesta que incluye los paisajes de Morocho en todas sus unidades. Actualmente, la realización de dos paisajes laterales está valorada en \$200.

Por otro lado, Morocho mencionó que Carrocerías Guzmán había solicitado sus servicios para pintar paisajes, aun así, debido a una disconformidad monetaria, el taller contrató un pintor de camisetas en su afán por abaratar costos. El trabajo colaborativo con aquel pintor terminó mal debido a que utilizó pigmento de agua y el color se desprendió días después de haber salido del taller, Juan Pablo comenta que esto ocurre cuando no se conocen los procesos que requiere la pintura automotriz. Morocho también expuso que el beneficio de colaborar junto a su hermano consistía en la diversidad de servicios que podían ofrecer, mientras Leo se encarga de arreglar y pintar las carrocerías, Juan Pablo es responsable de la decoración. En caso de que un cliente solicite otra propuesta, Leonardo pide a su hermano que realice nuevos diseños y presente montajes digitales e impresos que ilustren cómo va



a quedar el trabajo. Juan cree que esta alianza es sumamente positiva, pues no solo les permite trabajar en lo que más les gusta, sino que les genera ingresos al hacerlo.

Juan Pablo me indicó que el tipo de servicio y la buena atención que prestan él y su hermano son cualidades que los diferencian de otros colegas. Juan reconoce que cuando inició en su oficio tenía en cuenta los consejos de sus usuarios, pero ahora, gracias a la experiencia que ha ganado, las decisiones sobre sellos, números o combinación de colores están en sus manos. Esta libertad y confianza le permite idear composiciones elegantes y singulares.

Uno de los referentes de Juan es Vicente Yarlequé, un peruano que cuenta con un local de decoraciones atrás del terminal terrestre de la ciudad de Cuenca. Morocho dice que él fue uno de los primeros en utilizar adhesivo vinil para los rótulos de los buses para ahorrar tiempo y dinero al reemplazar el trabajo manual con maquinaria digital. Actualmente se recurre a la impresión o plóter de corte, pues permite experimentar con diversos materiales, jugar con contrastes y saber de antemano qué puede quedar bien o mal. Con respecto a los materiales comentó que siempre desea innovarlos y encontrar nuevas soluciones ya que es un pionero en la ciudad pues trabaja con un tipo singular de viniles que, por el momento, ha mejorado e innovado su trabajo.

La aerografía, por otra parte, la elaboraba “con lo que tenía y lo que podía”. Cuando empezó realizaba gráficos muy elementales, pero me indicó que siempre estuvo aprendiendo, revisando libros, tutoriales en Internet, o compartiendo consejos con amistades y profesionales de la rama visual, como es el caso de su amigo César Faicán, quien tiene un local de aerografía textil en el centro de Cuenca (Luis Cordero y Sangurima) y con quien comparte sus conocimientos de la técnica automotriz —materiales o terminados— mientras que este le enseña técnicas y consejos de dibujo.

Para mi sorpresa Juan me aseguró que durante su juventud conoció a Guillermo Sacaquirín, hermano de Luis Antonio Sacaquirín (*Imagen 42*), rotulador y maestro de Leonardo y otros pintores de la zona. Según Morocho, Guillermo tenía otro modelo de trabajo, bueno para el pincel, pero de menor calidad cuando se lo compara con la labor de la familia Morocho. Juan sostiene que la producción de carrocerías nuevas exige una ejecución fina y prolija, mientras



Imagen 46: Diseño de Juan Pablo Morocho para la Cooperativa Santa Isabel, cantón de la provincia del Azuay (2017). Fotografía: Juan Pablo Morocho.

que el trabajo de la familia Sacaquirín parte de la pasión y el gusto del arte aplicado en medios de transporte.

De la misma manera, para Juan Pablo la retroalimentación de sus clientes es lo más importante y recordó que, para mejorar sus servicios, tuvo que aprender a usar herramientas digitales como Microsoft Word, Corel Draw, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop o el Internet, gran aliado en su taller. Cuando le pregunté si su trabajo podría definirse como “diseño” o “arte”, aseguró que él se dedica a lo que el nombre de su local señala: decoración y arte, a la combinación de disciplinas como el diseño y el dibujo, la decoración y la pintura. A mi parecer, Juan no es un simple decorador, su enfoque le permite trascender barreras con creatividad e ingenio. Según Morocho, el término “decorar” lo utiliza porque sus clientes reconocen su labor con este nombre, sin embargo, afirmó que el oficio al que se dedica es el *arte* y la *creatividad*. Su clientela entiende a la decoración como adorno o *tunning*, expresión que comprende la modificación vehicular, ocupación a la que se dedicaba antes de tener su negocio actual.

Antes de finalizar, Morocho me explicó que en su taller no hay obstáculos a la hora de producir; cuando él o su ayudante, David Japa —quien lo ha acompañado por más de tres años— quieren hacer, tener o conseguir algo, se aventuran a la experimentación y solo proceden.

3.1.3 Taller de pintura de Sacaquirín (Cuenca, Azuay)



Imagen 47: Diego Sacaquirín y Juan Carlos Morocho (2017).

Don Diego es el propietario del Taller de pintura de Sacaquirín, donde trabaja en compañía de Juan Carlos Morocho, hermano de Hugo Esteban Morocho, jóvenes cuencanos que al ser sobrinos de Juan Pablo y Leonardo Morocho (*Imagen 45*), y de Diego y Luis Fernando Sacaquirín, que a su vez son sobrinos del Luis Antonio Sacaquirín (*Imagen 42*) el rotulista más experimentado de la zona azuaya, son la tercera generación de una prolífica familia de rotulistas. A pesar de toda su carga genealógica, Juan fue aprendiz de su abuelo Guillermo Sacaquirín, el rotulador más antiguo de la ciudad de Cuenca y maestro de muchos pintores de la localidad (*Anexo 3*).

Durante las vacaciones de la escuela, Juan Carlos iba al taller de su abuelo para ayudar. Don Guillermo y sus tíos fueron los responsables de enseñar a los hermanos Morocho varios trucos del negocio. Al fallecer su abuelo, Diego se quedó a cargo del negocio y Juan se convirtió en el maestro de pintura del taller. Debido a motivos económicos, los miembros de la familia Sacaquirín y Morocho han finalizado solamente la escuela primaria para ejercer el oficio a tiempo completo. El taller de Sacaquirín colabora con Leonardo Morocho; pues al encontrarse ubicado en el mismo sector, estos talleres se apoyan mutuamente cuando se en-



cuentran muy ocupados. El trabajo siempre es colaborativo y al ser un negocio familiar existe confianza y disponibilidad para cooperar.

Diego me contó que su primer taller lo tuvo hace diecinueve años y estaba ubicado cerca de los Molinos del Batán, junto al río Tomebamba. Después de trabajar seis años en ese sitio, se mudaron a un local que se encontraba localizado enfrente, ahí operó cerca de trece años. Al momento están ubicados cerca de San Joaquín, y Juan Carlos, con tan solo 28 años, cuenta con más de dos décadas de experiencia.

La labor es completa, se dedican a pintar buses, autos, camiones, tanqueros, furgones, cajones, de todo. Juan Carlos afirmó que Luis Antonio y don Diego son expertos en tanqueros, plataformas y cajones. Cuando se trata de buses o autos, Leonardo Morocho se encarga del trabajo, mientras Juan Carlos toma las riendas de los tanques, cajones y plataformas, pues al ser un maestro de pintura, puede hacer lo que sea, siempre y cuando se le facilite el material para trabajar.

Según Morocho, los rotulistas cuencanos se inspiran en la producción pictórica que se realiza en ciudades del norte, como Ambato y Riobamba, claros referentes de la rotulación en medios de transporte a nivel del Ecuador. Es una práctica común de los clientes presentar estos referentes visuales, para que el pintor realice una propuesta semejante. Sin embargo, los diseños nunca pueden ser completamente iguales, pues cada propietario requiere una decoración que refleje las singularidades de su personalidad.

Seguro de su experiencia, Juan Carlos aclaró que su producción se caracteriza por una paleta cromática fuerte y llamativa. Él es experto en la remodelación de diseños y en la creación de personajes religiosos y animados que generalmente utiliza en plataformas y cajones. Sus creaciones tienen un tono distintivo que refleja las subjetividades de su creador, esta distinción crea desconfianza en algunos clientes, pero a su vez multiplica el compromiso con la satisfacción de sus expectativas.

Los gráficos de Juan Carlos se diferencian fácilmente del trabajo de sus colegas al preferir una selección de tonalidades fuertes y discordantes para sus personajes. De esta manera, un lobo puede estar coloreado de un tono verde y seguir manteniendo las características innatas de un carnívoro: agresividad, corpulencia, temor (*Imagen 48*).

Las propuestas siempre parten del color corporativo que identifica a cada empresa, luego se trabaja en el proceso de diseño que combina formas y colores. A estas ideas se suman detalles que consolidan la oferta gráfica. El diseño se aplica en los cajones con la ayuda del dibujo y plantillas; según Juan, el primer lado es más fácil porque las medidas de referencia parten del primer diseño que se encuentra ya plasmado en el transporte, por el contrario, el segundo diseño se basa en las medidas exactas del primer dibujo.

Al ser preguntado si su trabajo se define como “diseño” o “arte”, respondió que para pintar cajones debe tener mucha habilidad y creatividad. En ocasiones los clientes no tienen idea de lo que quieren, por lo que la generación de propuestas es primordial. Juan Carlos comentó que a pesar de no contar con una computadora, puede defenderse gracias a su experiencia, su portafolio y la música que guarda en la tarjeta de memoria de su celular. Morocho en el futuro quisiera seguir el ejemplo de su tío, Juan Pablo Morocho, y aprender a usar el ordenador para innovar su labor con propuestas novedosas.



Imagen 48: Camión ladrillero, Girón (2015).



3.1.4 Carrocerías Quinde (Tarqui, Azuay)



Imagen 49: Rolando Quinde, propietario del taller (2015).

Rolando Quinde es el dueño de un taller de latonería, soldadura y carpintería ubicado en Tarqui, junto a la carretera Cuenca-Girón. Con la ayuda de su familia, su sobrino y un oficial, se dedican al arreglo y elaboración de carrocerías de madera (*Anexo 4*).

Don Quinde aprendió el oficio de sus maestros que residen en Cumbe, cantón ubicado a quince minutos de Tarqui, camino a Loja. Uno de sus principales maestros fue Jacinto Zhingri quien le enseñó “todos los trucos” de su profesión. Desde hace trece años tiene su propio taller.

Los precios de sus carrocerías varían entre los \$280 y los \$4000. El costo aproximado de los trabajos de reparación, dependiendo del daño, oscilan entre los \$150 y \$200. Le toma alrededor de un mes y medio hacer una carrocería nueva de un tamaño promedio de seis metros de ancho por dos metros de alto. Estas dimensiones pertenecen a un camión GH Hino, modelo que diversos carpinteros y pintores mencionaron en el transcurso del proyecto. Al año cuenta con cuatro a cinco pedidos, usualmente para clientes de varias ciudades y cantones del país, entre ellos: Machala, Guayaquil, Naranjal, Loja, Saraguro y Selva Alegre.



Imagen 50: Carrocería en proceso de construcción, Tarqui (2015).

Otro lugar de fabricación en Tarqui es Talleres Zhingri, nombre que lleva la empresa familiar que Marcelo Zhingri construyó junto a sus hijos y de la mano de su esposa, su pilar, según sus palabras. El taller se dedica a la construcción de cajones de madera y furgones metálicos para camionetas y camiones, negocio que aprendió desde niño. Soldador y carpintero, Marcelo es un gran conocedor de temas técnicos sobre carrocerías e insistió en que este conocimiento es muy importante para su negocio, pues es fundamental evidenciar la construcción de una carrocería como una fase previa a la etapa de pintado y rotulación.

Don Marcelo también nos comentó que la gente prefiere su taller debido a los terminados de sus trabajos, los que a comparación de los realizados en la Costa, cuidan mucho los detalles técnicos. Zhingri recuerda que en el pasado tenía mucho trabajo, hasta contar con quince ayudantes; pero con el tiempo, la adquisición de carrocerías de madera es cada vez menor. A pesar de contar con encargos, comenta tener poco movimiento, vendiendo uno o dos cajones cada mes.



La dirección de su taller principal se encuentra en la parroquia Cumbe, sector Laureles y su sucursal está ubicada en la carretera Cuenca-Girón, a 500 metros de la gasolinera Rancho Alegre. Como último comentario, Marcelo me dijo que deseaba colaborar con la investigación para compartir su trabajo y experiencia, y para que su familia pudiera ver lo orgulloso que está de su persona y del oficio al cual se dedicará el resto de su vida.

En estos talleres es donde se produce una gran cantidad de diseños geométricos y lineales, formas abstraídas de las señales que funcionan a modo de flechas. Se trata de un recurso gráfico que se aplica en la carrocería para reforzar la resistencia del cajón, a su vez, a partir de su abstracción y estilización transmite varios niveles comunicativos, entre ellos: el destino, el dinamismo, la dirección.

Diferentes carpinteros que trabajan en la construcción de carrocerías, han sabido utilizar este recurso con gran eficacia como alternativa a los cajones rotulados con pintura de esmalte. Estos ebanistas, al igual que el trabajo de Luis Quinde y Marcelo Zhingri, han desarrollado un sistema de signos a partir de la línea como elemento gráfico, mediante el uso de platinas de metal, latón y madera, materiales que utilizan como herramientas de trabajo.

No solo se reivindica unos códigos visuales que circulan por fuera del diseño convencional y que tienen significados específicos (la idea del viaje, del movimiento), sino que dialoga con distintos momentos de la abstracción geométrica, ampliando desde la periferia su repertorio signico y sus posibilidades expresivas.

Manteniendo conversaciones con don Marcelo, para la muestra *PSTGFFT*, se llegó a un acuerdo económico, por el valor de \$50 para hacer un cajón de madera a escala. Me pareció interesante y conveniente, dar a conocer esa primera visualización de cómo se lleva a cabo la construcción de una carrocería nueva, para después pasar a una segunda fase de pintado y rotulación.

Tal fue su entusiasmo con la idea que, al momento de visitar nuevamente su taller para retirar la maqueta, decidió por su cuenta elaborar otro cajón, prototipo que se quedaría con su persona en su vivienda.

3.1.5 Taller de Carrocerías Sucunuta (Loja, Loja)



Imagen 51: Jorge Enrique Jaramillo (2017).

Jorge Enrique Jaramillo, oriundo de la ciudad de Loja, es el pintor de los dos talleres de la familia Sucunuta (*Imagen 53*), maestros carpinteros que producen carrocerías en la zona sur del país. Jaramillo se desplaza de negocio a negocio, de acuerdo al ajetreo de cada uno, pero me indicó que se desenvuelve mejor en el taller de Belén (nombre de la comunidad donde opera). Enrique se inició en la pintura gracias a la herencia de su familia, y de sus hermanastros mayores, George Anthony y otro hermano que labora en Yantzaza, pero sobre todo gracias a la influencia de su padre, Jorge Enrique Jaramillo Romero y, de su tío, Víctor Hugo Jaramillo Romero, asistente de su papá, quienes eran reconocidos desde hace tiempo como los mejores pintores de la zona (Anexo 5).

Menciona también a Polivio Sarango, pintor que trabajó con él por mucho tiempo a modo de dupla creativa, pero que decidieron continuar cada quien por su lado, ahora “Don Polo” trabaja para otro taller de la familia Sucunuta.

Aunque Jaramillo ingresó a la Universidad Escuela de Loja, no logró terminar su carrera debido a motivos familiares. En aquellos años tenía mucho trabajo y le pareció una buena oportunidad especializarse en la rotulación. Solo en Loja, Jorge ha pintado más de la mitad



de cooperativas de transporte pesado, entre ellas las unidades de Alma Lojana y Ciudad de Loja. También ha rotulado “vacas” —camiones que sirven para el transporte de cemento—, tanqueros y plataformas.

Rotular un camión GH (6,80 m de largo) normalmente requiere de tres días y medio. Su proceso de diseño incluye el manejo y creación de letras, dibujos y logotipos, además de recurrir en algunas ocasiones a fotografías, ilustraciones e imágenes de Internet. Esto no es una práctica común en los procesos de este pintor, pues él comprende que traducir una idea, un signo o una inspiración digital a la superficie que va a intervenir es un proceso arduo. A Jorge Enrique a partir de su experiencia le gusta crear nuevos símbolos e innovar líneas gráficas, pero recalca que es un proceso que requiere paciencia y esfuerzo.

El precio del servicio se calcula en base al tiempo requerido para conseguir un trazado perfecto en los laterales de cada cajón, además de la elaboración del logotipo de la cooperativa y pintura de la parte posterior del mismo. Para Jorge, “El gordito de Belén”, pintar un cajón debería costar \$500, un precio razonable pero más alto que la competencia, a diferencia de los pintores de La Toma, Catamayo (*Imagen 55*), quienes abaratan costos al recurrir a materiales más económicos y por contar con un clima hermoso. La lluvia constante del clima de Loja exige materiales de secado rápido, también agrega que la diferencia de costos no significa que en Catamayo se haga un mal trabajo, sino que se trata de las exigencias de lugares y materiales distintos. En su caso, reducir la eficacia de sus materiales implicaría comprometer calidad y multiplicar horas a su labor.

Según Jaramillo, siempre es necesario mejorar las propuestas de sus clientes en lo que refiere a la selección cromática y simbólica pero aclaró que es un tema de estilos y preferencias. Aseguró que a la clientela lojana no le gusta los colores vivos como a los habitantes de Ambato y Riobamba, ciudades cuyo transporte se caracteriza por sus tonalidades encendidas; o los pintores cuencanos, conocidos por recurrir a una paleta cromática viva y recargada. Aproveché este comentario para contarle a Jorge sobre el trabajo de Publicidad Andree (*Imagen 75*) y Publicidad Martínez, empresas que conocí en Piñas, cantón cercano a la ciudad de Loja. Jorge me dijo que conoce su producción de tonos apagados o suaves, preferencia que no le agrada, pero que acepta su trabajo debido a que evidencia otros contextos y modos de proceder. Por su parte, Jorge ha perfeccionado el trabajo con tonalidades azules, posiblemente debido a la influencia cromática de la Virgen del Cisne.



Imagen 52: Cajón rotulado por Jorge Enrique Jaramillo, Cuenca (2016).

Jaramillo me contó que en algunas ocasiones le han pedido diseños que se asemejen a las propuestas de los rotulistas de Piñas, a pesar de que no le parece correcto, él los tiene que pintar, pero prefiere reinterpretar estos referentes en sus propuestas, sin embargo, agregó que encuentra algunas cualidades interesantes de estos pintores, como el diseño geométrico que aplican.

Para concebir nuevos diseños combina elementos gráficos que toma prestados de otros rotulistas de diversos estilos; por lo general, considera la producción del norte, al igual que otros pintores ya mencionados, y adapta sus características a las costumbres visuales del sur ecuatoriano. Cuando le consulté si conoce algún referente de Perú, me dijo que ha investigado en Internet, pero que no ha tenido éxito en su pesquisa.

También me comentó que durante su estadía en España se interesó por analizar los símbolos y diseños iconográficos en buses. A su retorno al país algunos de esos ejemplos le sirvieron para innovar las ideas que generaba en su taller y que a su vez, surgieron como una respuesta ante la monotonía gráfica que veía en los camiones de Ecuador. Me aseguró que sus propuestas han sido bien recibidas pero recalcó nuevamente que este tipo de trabajo no es común debido al valor económico de los diseños. Para rotular, Jaramillo emplea plantillas de cartulina y aplica el dibujo o la ilustración. Primero desarrolla el diseño para después calcar



las líneas y finalmente rellena la superficie a mano o con soplete, sin embargo, ya no utiliza tanto el pincel debido a que multiplica el tiempo de trabajo. Dibujar encima de los palos de las carrocerías es la actividad que requiere más esfuerzo. Es un proceso complejo pues para que se realice correctamente es necesario usar medidas precisas y agregó que en su taller nada se hace «al ojo».

Estas medidas deben ser exactas cuando se trata de un diseño geométrico, pero cuando son imágenes descargadas del Internet, el dibujo se vuelve más complicado. La propuesta se manda a plotear y cuando está lista se empieza a trabajar en el cajón. Esta plantilla le sirve a Jorge para ejecutar con perfección las curvas, trazos, churos (ornamentos), garabatos que calca y pinta.

Jorge Enrique afirmó ser autor de la mayor parte de trabajos pictóricos que hay en la ciudad de Loja (cerca del 60% de carrocerías). Actualmente el trabajo ha disminuido debido a cuestiones financieras pero él sigue defendiendo su profesión a toda costa. Con frecuencia sus clientes le comprometen a entregar pedidos en tiempos cortos, pues se trata de personas que llegan a la ciudad solamente para retirar sus vehículos. Es un factor que lamenta, pues en ocasiones la falta de tiempo no le permite el gusto de detallar sus camiones, no obstante, está consciente de que al igual que sus clientes, él vive del transporte; como consecuencia, se interesa por satisfacer las necesidades de sus clientes sin importar lo tedioso que puede resultar, es por esto que su trabajo es reconocido en la ciudad y sus alrededores.

Cuando Jorge recién comenzó en el negocio, su padre le dijo: «aprende, que esto de pronto te sirva. Haz de comer y de vivir»; según él, aunque no haya reflexionado sobre esto cuando era joven, hoy la pintura de carrocerías le sirve para alimentar a su familia. Finalmente, agradeció a Dios por el trabajo que existe para él y para la comunidad.

3.1.6 Taller de Roberto Sucunuta (Loja, Loja)



Imagen 53: Roberto Sucunuta, carpintero y propietario del taller (2017).

Roberto Sucunuta, carpintero lojano de treinta y nueve años aprendió el negocio de las carrocerías gracias a su padre, Ángel Polivio Sucunuta. Hace tres años compró el negocio a su padre y pasó a ser el dueño del taller. Roberto ha trabajado toda la vida en esta profesión debido a que la familia Sucunuta se dedica al arreglo y construcción de cajones de madera. Años atrás, un tío de Roberto expandió el negocio en tres sucursales. Dos de ellas están localizadas en el camino a Belén, sector donde trabaja su primo Jorge Jaramillo (*Imagen 51*), mientras el taller de Roberto se encuentra siguiendo el camino viejo a La Toma (Catamayo), vecindad que se caracteriza por la actividad que generan otros tres negocios carroceros (*Anexo 6*).

El modo de trabajo de Sucunuta está basado en la experiencia de su familia. La mayor parte de contratos se hacen por teléfono y, después de convenir el diseño deseado, el cliente realiza un depósito que permite la adquisición de materiales. La conversación entre el cliente y Roberto es un tema primordial, pues esta definen los diseños que suelen ser flechas o referencias seleccionadas por los usuarios, en gran parte son diseños lineales, en forma de v o escaleras. A mi parecer estos expresan velocidad, pero para Roberto se trata de una cuestión gráfica que se aplica en la carrocería para reforzar la resistencia del cajón.



Imagen 54: Cajones de venta en el taller de Roberto Sucunuta (2017).

El precio de este trabajo varía de acuerdo al material utilizado y al presupuesto del cliente. Es importante mencionar que el trabajo en carrocerías con estructuras de aluminio o lujos de acero inoxidable es más costoso. Roberto y sus cuatro oficiales producen carrocerías con aluminio corrugado u otros materiales, pues se trata de un oficio que aprendió años atrás y que ha perfeccionado al observar distintas técnicas que se utilizan en otros sectores del país. Además construyen accesorios, guardabarros, cajas, portallantas y varias decoraciones que se adaptan a los gustos y preferencias de sus clientes. Las carrocerías que construyen con frecuencia tienen terminados en barniz, pero en caso de que el cliente requiera color, se los envía a su primo Jorge o al pintor Naranjo (*Imagen 55*) de Catamayo, quien suele colaborar en tiempos de gran demanda.

La puntualidad es un tema fundamental para su negocio debido a que debe cumplir con fechas coordinadas. Sus clientes llegan al taller después de viajar casi seis u ocho horas solo para retirar el vehículo. La confianza y responsabilidad son valores primordiales para Roberto y su empresa.

3.1.7 Gregorio Naranjo (Catamayo, Loja)



Imagen 55: Gregorio Naranjo en el interior de su taller (2017).

Gregorio Naranjo Lalangui es un publicista de sesenta años que trabaja en Catamayo, cantón ubicado a cincuenta minutos de la ciudad de Loja. Con más de treinta años de experiencia, Gregorio es un artesano autodidacta especializado en letreros comerciales que produce en su pequeño taller localizado cerca de la estación de Petroecuador, en la parroquia San José de La Toma (*Anexo 7*).

Este artista desarrolla varios estilos, al entrar en su estudio pudimos observar en las paredes una gran cantidad de referencias y fotografías que muestran trabajos de su autoría plasmados en diversos medios de transporte como cooperativas, chivas, camiones, tanqueros, entre otros. Don Naranjo indicó que conoce bien el negocio de la rotulación, por lo que le resulta fácil proponer diseños innovadores, además el precio de su trabajo es accesible en comparación a los de otros pintores de la ciudad de Loja.

Durante la entrevista Naranjo me comentó que debido a la poca demanda, actualmente solo trabaja en el cantón. Con nostalgia recordó que en el pasado había mucho por hacer, además de los clientes que lo visitaban muchos solían llamarlo para que viajara a otras ciudades a pintar.



Imagen 56: Fotografías de trabajos realizados por Gregorio Naranjo (2017).

Su situación económica no le permitió continuar con sus estudios, sin embargo, Gregorio fue capaz de identificar su vocación y talento a temprana edad, es por esto que se dedicó a la pintura y al dibujo, disciplinas que, a diferencia de otros oficios, le permitían explorar y explotar su creatividad.

Cuando le pregunté cómo define su profesión, Naranjo usó la categoría “arte publicitario”, y agregó que aunque algunas personas se refieren a su trabajo como “publicidad”, él más bien lo ubica dentro de la rama de la pintura, por lo que es más adecuado clasificarlo de acuerdo a la labor que practican quienes realizan trabajos artísticos, muralísticos, paisajísticos y más. Según Gregorio existen líneas conceptuales que permiten catalogar al artesano como artista. Sin embargo, me explicó que al pintor de carrocerías y al rotulista no se los considera artesanos, mucho menos artistas. Sabe que existen títulos que los certifican, pero que tanto la calificación artesanal como los títulos no son factores de los que deba depender el artista si es capaz de dominar las diferentes técnicas de su profesión.

Antes de finalizar me recalcó que siempre que un cliente le solicita algo, aunque sea nuevo o intrincado, él lo hace porque sabe que es capaz, además vive de ese trabajo. Si alguien le presenta formas complicadas, por ejemplo, la realización de un águila, no considera los impedimentos, sino se pone manos a la obra (*Imagen 56*).

3.1.8 Mendía Publicidad (Azogues, Cañar)



Imagen 57: Genaro Mendía y su hijo Milton (2015).

Genaro Mendía y su hijo Milton son propietarios de un taller de rotulación, chapistería y publicidad ubicado en el sector San Vicente de Bolivia, Azogues. Don Genaro, dueño del negocio, comentó, tan pronto nos pusimos a conversar sobre su trayectoria lo preocupado que se encontraba con respecto a su labor como rotulador (*Anexo 8*).

Milton, el hijo mayor y fiel asistente de don Genaro, es de gran ayuda en el negocio familiar. Al igual que su padre, se inquietó por la falta de trabajo, “existen muchos pagos por hacer y lo que hacemos, solo da para subsistir”. Milton recordó con cierta nostalgia el antiguo taller que hace más de cuarenta años su padre tenía en el centro de la ciudad de Azogues. En aquellos años, don Genaro era uno de los artistas populares más aclamados de su comunidad y de la zona azuaya. Según Genaro y Milton, hoy la gente ya no quiere nada que se relacione con el oficio manual, es por esto que las computadoras están reemplazando la mano de obra humana, inmediatamente se inquietó y me explicó lo complicado que sería para él y su padre invertir en maquinaria de impresión digital. Hoy en día Milton es el encargado de producir las nuevas ideas gráficas del taller. A través de su experticia para ilustrar y rotular, sigue un estilo parecido al de su padre al aplicar las mismas técnicas visuales. Sus composiciones se caracte-



rizan por la utilización de trazos fuertes e irregulares, acompañados de formas geométricas y sin temor a experimentar con diferentes colores y contrastes.

Padre e hijo, ambos fuertemente ligados al ejercicio del dibujo a mano alzada, expresan en sus propuestas la personificación completa del camión que intervienen. Para esto, cumplen cuatro etapas en su proceso de rotulación. Primero, cubren la superficie para incorporar los elementos gráficos indicados en la imagen corporativa de cada transporte. Después se rotula los textos que indican el nombre de la empresa y en que lugares opera, en este punto por lo general los transportistas prefieren la frase *Recorriendo mi lindo Ecuador*. El tercer paso es colocar otro enunciado a modo de eslogan y acompañado con el nombre del propietario, de su pareja(s) o herederos. Por último, es la decoración del cajón en donde se coloca cualquier variedad de sellos con los más diversos significados. Estos íconos y símbolos pueden ser colocados con vinil impreso adhesivo o se plasman mediante el uso de plantillas. La conjunción de estas etapas tiene la tarea de comunicar en primera instancia, las cualidades que se acercan más al modo de ver y sentir de cada transportista.

El método de rotulación cumple una función ornamental, ya que actúa de forma atractiva y de mucha carga popular. Las fuentes desarrolladas en el taller son rescatadas del catálogo tipográfico del autor Antonio Villaroya (c. 1950). Este folleto explica diversos métodos caligráficos y es utilizado como fuente de inspiración como también modelo a seguir, pues contiene varios ejemplos, entre ellos, variaciones de la letra gótica inglesa, alemana, romana, y británica. Estos tipos son rotulados con pincel, un modo artesanal de proceder.

Milton tuvo la gentileza de donar una plantilla que elaboró con el nombre de “Gran Marcelino”. Este material vino a ser el seudónimo que utilizaría posteriormente para presentar mi participación como actor en la gráfica popular ecuatoriana y urbana. Ahora “Gran Marcelino” se autopromociona como uno más de todos los proyectos dedicados a la gráfica popular de diversos contextos del mundo, entre los que se mencionan algunos ejemplos como: “Populab”, “Amazingbarbingshop”, “Dcargamaxima”, “Identiacr” y una infinidad de proyectos más que se pueden seguir fácilmente en la web y sobre todo, en redes sociales como Facebook, Instagram o Tumblr. Todos estos participantes tienen por interés el registro y la publicación diaria de la práctica visual popular en la cotidianidad.

3.1.9 El Brochas (Riobamba, Chimborazo)



Imagen 58: Mario Santiago en su taller (2015).

En junio del 2015 visitamos Pinturas El Brochas, taller de propiedad del señor Mario Santiago. Este taller está ubicado en la ciudad de Riobamba, en las calles Unidad Nacional y Epilachima. Este taller cuenta con varios años de trayectoria en el negocio de la rotulación popular y, según su propietario, el trabajo que aquí se realiza es considerado uno de los más importantes en la región Sierra norte, incluso gran cantidad de sus clientes vienen desde la ciudad de Cuenca (*Anexo 9*).

Mientras nos encontrábamos en su local, un amigo suyo, Xavier Atupaña nos contó sobre la actividad de los rotuladores de Riobamba, según su testimonio existen muchos, y son famosos por su habilidad y estilo característico. Esta información se constata al conocer que la ciudades de Ambato y Riobamba abarcan la mayor cantidad de talleres dedicados a la rotulación en transporte pesado. Por otra parte, Mario nos explicó que no tuvo formación académica, por lo que aprendió el oficio de manera vernacular y gracias a las enseñanzas de su hermano Edison Santiago, su único maestro. Según don Mario, Edison viajó a Sao Paulo para especializarse en pintura automotriz. Ahí vivió cerca de dos años y al volver compartió todos sus conocimientos con él. Actualmente, Edison se encuentra retirado pero se podría afirmar que Edison y Mario son los mejores pintores de la ciudad de Riobamba.



Imagen 59: Recorriendo Rutas Ecuatorianas, Plaza Santiago de Calpi, cantón ubicado cerca de Riobamba (2016).

Al acercarnos más a las ciudades de Riobamba y Ambato, epicentro de la gráfica popular en el transporte ecuatoriano, se empieza a observar una profusión de camiones rotulados. Mario es uno de los responsables que cuenta con una clientela a nivel local y nacional. Varios transportistas que llegan al taller El Brochas para que sus vehículos sean intervenidos. La producción gráfica es constante, por tal motivo los cajones son ejecutados con rapidez y calidad, factores que siempre exigen los usuarios.

En este taller los signos y símbolos empleados están relacionados por el contexto interandino, caracterizado por sus elevaciones montañosas, volcanes y nevados. La fauna que la acompaña, en especial las aves de la región, funciona como un importante referente cultural. El cóndor en especial, tiene su importancia como símbolo nacional para diferentes países de Latinoamérica: Bolivia, Chile, Colombia y Ecuador, pues tiene un importante rol en el folclor y la mitología de las regiones andinas de Sudamérica.

Las alas de un cóndor al ser un símbolo de preferencia para los transportistas, Mario es especialista en su ejecución. La calidad gráfica depositada en sus propuestas es lo que le diferencia de otros rotuladores. Además, es inusual ver rotulistas que dominen la técnica de pintura automotriz para camiones comerciales y buses interprovinciales. El proceso de intervención es diferente en cada caso, además exige el conocimiento y la experiencia en el tema.

Al finalizar la entrevista, Mario me dijo que conoce muy poco sobre el trabajo de otros pintores, pero asegura que su taller es conocido por varios transportistas del país. Tuve la oportunidad de ver a Mario en acción cuando colocaba cinta en la superficie de un bus, proceso óptimo para dar contorno a las formas.

3.1.10 Pinturas Pemar (Ambato, Tungurahua)



Imagen 60: Raúl Pérez en el patio de su taller (2015).

Raúl Alfredo Pérez es el maestro a cargo del taller de pintura Pemar que está ubicado en Ambato, a unos cien metros del Mercado Mayorista. Don Raúl cuenta con tres operarios, entre ellos Samuel Guaminga, un joven oriundo de Tixán (Alausí) que llegó al taller a la edad de doce años. Para Pérez, la oportunidad de trabajar con Samuel significó también una oportunidad para abandonar su afición por el alcohol. Don Raúl me comentó que ha laborado por más de cuarenta años en la rotulación. Se inició en la construcción de carrocerías, pero al no agradarle algunos quehaceres como limpiar y lijar los cajones de madera que llegaban para ser intervenidos, se dedicó a la pintura como campo de acción y fuente de trabajo (*Anexo 10*).

A pesar de los años, Raúl no olvida a sus maestros ya fallecidos: Luis Pico, Humberto Mejía Vallejo y, sobre todo, a Marco Portela, quien le enseñó el oficio de la rotulación y quien además ha sido honrado en el nombre “Pemar”, que es resultado de la unión de Pérez y Marco.

Samuel, primer oficial del taller, también compartió un poco de su experiencia al contar-me que aprendió el oficio del rotulismo desde muy temprana edad, con un maestro de Baños, posiblemente se trate del artesano Diego C. (*Imagen 64*), posiblemente uno de los rotuladores



más antiguos de la zona norte. Según Samuel, los dibujos de Diego Cisneros son los mejores de la localidad, por lo que su trabajo actual se basa en lo aprendido de su antiguo mentor.

“Samoo”, como le conocen sus amistades, me aseguró que su pasión por el dibujo lo ha impulsado en ser un mejor artista. Esto se comprueba en su experticia como letrista y pintor de paisajes. La calidad gráfica de este taller es menor a comparación de otros rotulistas de la zona, sin embargo, existe un gran compromiso con sus usuarios al saber que los pintores de Ambato son reconocidos a nivel nacional por tener un estilo singular que les caracteriza. Aquí el uso de plegarias es de suma importancia y va acompañado por lo general de otras frases sociales, patrios o identificativos. Por ejemplo, en la parte posterior de un camión de la cooperativa de transporte comercial “Unión de Pillareños”, podemos ver los siguientes textos:

Primero se indica el número de la unidad en la parte superior, después se encuentra los nombres de Mateo, Bryan y Jairo, hijos del propietario. En la parte izquierda del cajón está la frase “Otro puñal para la envidia”, mientras que en la parte derecha “Salí con Dios, si no regreso me fui con él”. El uso correcto de la ortografía no es un factor importante como el mismo hecho de expresarse. Por otra parte, no puede faltar los avisos de precaución, “Pite y Pase” y “No pase”.

Los textos rotulados son detalles estéticos que realzan la importancia de estos vehículos para sus propietarios. La aplicación de estos elementos gráficos son cualidades imprescindibles que deben estar en estos soportes. Los clientes son los encargados de llevar las oraciones



Imagen 61: Rotulación tipográfica ejecutado por Samuel Guaminga y su compañero de trabajo en Pinturas Pemar, Ambato (2015).



Imagen 62: Equipo de trabajo de Pinturas Pemar (2015).

o frases que se deciden rotular. Junto a estos textos suelen estar paisajes del contexto andino que son ilustrados de acuerdo a la reinterpretación de cada artista. Samoo especialista en estas composiciones, ha realizado una infinidad de propuestas. Indica que es importante que se represente de forma figurativa y abstracta el lugar donde opera la cooperativa. Estos íconos se han vuelto populares en el resto del país, y sin duda son conocidos como una técnica pictórica procedente de Ambato y Riobamba, práctica artística utilizada en varios talleres de pintura a nivel nacional.

Otro detalle gráfico interesante y frecuentemente utilizado en Ambato y en las parroquias aledañas, es el logo de la marca Reebok, pero lo que se modifica son los colores aplicados con la idea de representar los diferentes tonos que podemos encontrar en las banderas cantonales del Ecuador. Esta idea de la reinterpretación y apropiación es un factor importante que se repite en la gráfica popular del transporte ecuatoriano. El uso del Internet funciona a modo de plataforma virtual. En el caso de Samoo al ser uno de los rotulistas más jóvenes, ha optado por publicar sus trabajos en Facebook, de esta manera da a conocer sus trabajos a otros públicos no designados. Al hablar de otros talleres de la zona que trabajan en las mismas circunstancias, podemos mencionar a Pinturas El Sambo. El taller de los hermanos Pérez, es un patio de carrocerías ubicado cerca del Mercado Mayorista en la ciudad de Ambato.



Imagen 63: Cajón intervenido por los hermanos Pérez, patio de carrocerías ubicado cerca de Latacunga (2017).

Los hermanos fueron aprendices de un maestro lojano ya difunto. El negocio, perteneciente a Vinicio Pérez, se dedica al arreglo, a la venta y al pintado de cajones de madera y metal. Durante la visita al sitio, Geovanny Pérez, hermano de Vinicio, fue el encargado de relatarnos sobre el oficio que realizan. Nos explicó que él es panadero de profesión, pero que en su tiempo libre ayuda a su hermano cuando está sobrecargado de trabajo.

Según Geovanny, a pesar de ser panadero, su pasión es la pintura y anhela dedicarse de lleno a este oficio. A inicios del 2015, el taller se reubicó en un nuevo local, pero desde hace tres años, Vinicio, el hermano mayor compra carrocerías que restaura para después comercializar. Al igual que otros talleres, Pinturas El Sambo sufre los efectos de la escasez de clientela, Geovanny recordó cuando la abundancia de trabajo exigía la colaboración de sus sobrinos, sin embargo, en palabras del pintor: “ahora existe muy poco por hacer”.

Las carrocerías rotuladas por los hermanos Pérez denotan de mucha fuerza cromática, sobretudo cuando la aplican a sus diseños geométricos. Mediante el uso de plantillas, producen códigos experimentales a base de imágenes espectaculares. Exponen de inmediato su estilo peculiar de trabajar con el color y la forma, una fusión de expresión andina occidental.

3.1.11 Taller de Pintura Diego C (Ambato, Tungurahua)



Imagen 64: César Cisneros y su padre, Diego Cisneros (2017).

Desde que empecé a rastrear en Cuenca a los artistas que conforman la selección de este proyecto, me encontré con varios camiones pintados por el ambateño Diego Gonzalo Cisneros. Afortunadamente, antes de concluir con las entrevistas realizadas durante esta investigación, tuve la oportunidad de visitar su taller (*Anexo 11*).

Cuando llegué me recibió uno de sus cinco oficiales, quien me indicó que debido a la discapacidad auditiva que sufre Cisneros sería dificultoso entablar una conversación. Le expliqué que ya conocía de su condición y que, aun así, deseaba charlar con él, pues se trata de uno de los pintores más antiguos y respetados del país. Durante la entrevista, Diego estuvo acompañado por su sobrino, Vicente Cisneros, quien amablemente sirvió de intérprete.

Diego recordó que su primer acercamiento con la pintura ocurrió en las clases de dibujo de la escuela especial para sordos de la ciudad de Quito. Después, a los doce años expresó su interés por aprender más de esta disciplina, es por esto que su padre se contactó con Luis Pico, un excelente maestro reconocido como uno de los mejores publicistas de camiones, no solo en la ciudad de Ambato, sino en todo el país. En el taller Pinturas Pico, Diego aprendió primero



Imagen 65: César Cisneros rotulando la parte posterior de un cajón, Ambato (2017).

a dominar el dibujo en papel para después comprender cómo trasladar esos diseños a la superficie de las carrocerías.

La habilidad de Pico era innata, Diego recordó el refinamiento de los detalles de los manuscritos, paisajes o dibujos de temas religiosos que realizaba Luis. Esta tradición gráfica es propia de la producción del norte ecuatoriano y con el paso de los años estos detalles se han convertido en la marca característica del trabajo de los pintores de Ambato y Riobamba. Durante su vida, Diego exploró también la pintura en lienzo e incluso en buses, pero, dado que no se trataba de negocios rentables, hoy en día se dedica solamente a rotular cajones.

Al preguntarle qué palabra usaría para definir su trabajo, Diego me aclaró que no se considera un diseñador, pues él reproduce modelos de acuerdo a las preferencias de sus clientes y de las compañías, las que generalmente ya tienen formatos gráficos establecidos. Su método de trabajo incluye elementos visuales que diferencian unos cajones de otros, con una saturación visual en la que logotipos, símbolos, dibujos, frases y otros elementos gráficos configuran una sola composición. Según Cisneros su oficio es la publicidad, y agregó que es un honor ser conocido como uno de los mejores rotulistas populares del Ecuador.



Imagen 66: Representaciones religiosas ilustradas en el taller de Diego Cisneros, Ambato (2017).
Fotografía: Gabriela Pesántez.



Cuando le consulté a Diego por otros pintores, recordó a un compañero de antaño que se especializó en la pintura de buses, se trata de Ángel Solís (*Imagen 67*), pintor de camiones y buses en el sector de Totoras. También me habló de otros rotulistas ambateños como Giovanni Castro y Luis Pérez, oficiales y compañeros del taller Pinturas Pico años atrás. Agregó que había escuchado algo de algunos artistas en Latacunga, pero dijo no saber nada de ellos.

César Cisneros, hijo de Diego, es el encargado de plasmar las nuevas ideas gráficas del taller. Ha trabajado con su padre más de catorce años en los que ha perfeccionado sus habilidades. Gracias al empeño de su padre, César aprendió el oficio, pero además ha innovado su labor al agregar relieves 2D y 3D para que sus diseños adquieran más detalle gracias al uso del color y la sombra. A pesar de que sus clientes traen referencias, César crea formas y figuras magníficas que acompañan los diseños solicitados. Su técnica ha mejorado poco a poco, y se ha dedicado con entusiasmo a conocer otros métodos, incluso el Internet se ha convertido en una herramienta de aprendizaje. El trabajo que realiza hoy en el taller es muy parecido al dibujo con aerógrafo, método preferido por César y que reaparece en las esculturas de cerámica que elabora y comercializa.

Cuando le pregunté si alguna vez exploró el graffiti, me respondió que solo ha pintado su nombre, pero que para un primer intento obtuvo un buen resultado. Según César, no tiene los medios, influencias o amigos para dedicarse a graffitear, pero agregó que le parecía interesante trasladar sus diseños a otras superficies.

A diferencia de otros lugares en el país, en este taller todos los moldes que se usan se elaboran a mano, no se recurre a máquinas de impresión y corte. Para Diego y su personal, esto es una virtud y les enorgullece ser artesanos del dibujo y la pintura. Para finalizar, le comenté a Diego sobre mi encuentro con Samuel Guaminga, oficial de Pinturas Pemar en Ambato (*Imagen 60*). Le conté que Guaminga, quien trabajó por un periodo corto con Diego, me había asegurado que la producción pictórica de este taller es lo mejor que hay en el sector y en el país.

Antes de marcharme le di un último vistazo al taller: un terreno baldío con varios camiones siendo rotulados simultáneamente.

3.1.12 Taller de pinturas Solís (Totoras, Tungurahua)



Imagen 67: Ángel Solís, pintor y propietario del negocio (2017).

Ángel Efraín Solís, rotulista de cuarenta y dos años, conoció el mundo de la pintura hace treinta años aproximadamente, cuando terminó la escuela. Al igual que otros rotuladores de Ambato aprendió el oficio de Luis Pico, a quien recuerda como un admirado artista que además de pintar cajones, participaba en exposiciones. Solís también trabajó con Giovanni Castro y Diego Cisneros, pero a diferencia de ellos se especializó en la pintura automotriz para buses. Ángel emprendió su propio taller motivado por el ejemplo de sus antiguos compañeros. Inicialmente la colaboración entre pintores era una práctica común, sin embargo, con el paso del tiempo, desarrollaron sus propias metodologías, además de un amplio repertorio de diseños que caracterizan a cada taller (*Anexo 12*).

La primera vez que observé el trabajo de Solís fue cuando visité la ciudad amazónica de Tena. Recuerdo que los trazos fuertes y la gama cromática experimental de su trabajo captaron mi atención de inmediato. Solís ejecuta sus diseños en base a ideas o referencias sugeridas por los clientes, y claro está, a los lineamientos gráficos de cada cooperativa. En lo que respecta a conductores independientes, Ángel me explicó que quienes no desean las mismas propuesta, solicitan modelos tradicionales de la gráfica del transporte ecuatoriano, pues son aficionados a los signos y símbolos populares.



Imagen 68: Carpeta con las propuestas digitales de don Ángel y su colaborador (2017).

Prefiere trabajar solo debido a que el flujo de trabajo no es tan abundante como en el pasado, pero aclara que, aunque las cosas han cambiado, los pintores pueden ejercer su oficio gracias a las compañías de transporte del país, quienes les encargan el desarrollo de sus líneas gráficas. Los precios dependen del modelo de camión, por ejemplo, un GH cuesta alrededor de \$300; este es un precio referencial que puede aumentar o disminuir según el tamaño del cajón. Cuando le pregunté si conocía de algún pintor en la región amazónica, Ángel comentó que este oficio no se realiza en el Oriente, es por esto que muchos de sus clientes son de esa zona.

Según Solís, su oficio puede considerarse como un arte, aunque en la práctica existe una importante presencia de herramientas y técnicas del diseño gráfico. Durante la conversación tuve la oportunidad de mirar el registro fotográfico creado por Solís en el que compila sus mejores ilustraciones en carrocerías; en él también ha archivado bocetos y diseños digitales de sus propuestas, las que se realizaron gracias a la colaboración de un amigo que tiene experiencia en el uso de software de diseño. Ángel es posiblemente el único pintor que ha generado un registro digital de su obra.

Del trabajo conjunto que Solís realiza con su amigo han surgido propuestas gráficas poco convencionales que han sido aplicadas en diversos cajones. Este ejercicio de originalidad los destaca de la mayoría de rotuladores de Ambato y del país.

3.1.13 Taller de pintura Gamacolor (Latacunga, Cotopaxi)



Imagen 69: Freddy Jiménez, propietario del negocio (2017).

Freddy Jiménez es un pintor latacungueño que se involucró en el campo de la pintura de carrocerías hace más de quince años, a fines de los noventa. Jiménez recuerda esa época pues, debido a la alarmante crisis económica y la subsecuente implementación del dólar para remediarla, muchos compatriotas abandonaron el país en busca de otras oportunidades, entre ellos sus hermanos mayores Ángel y Vicente Almeida, quienes le vendieron su taller para viajar a España. Ellos fueron los responsables de enseñar a Freddy todo sobre la publicidad de carrocerías, buses, camiones y plataformas (*Anexo 13*).

A lo largo de su carrera, Jiménez ha trabajado con varias compañías de transporte de Latacunga, por ejemplo, la cooperativa Citibus, cuyos colores fueron modificados hace dos años en su taller. Freddy me aclaró que la estética del transporte público de la ciudad se ha creado a partir de las políticas gráficas de cada cooperativa de transporte. Estas decisiones estéticas se basan en la cromática de las banderas cantonales y de los escudos de cada provincia.

Hace dos años, Jiménez se integró a la Junta Nacional de Defensa del Artesano (JNDA), una institución gubernamental presente en cada provincia. Gracias a esto pudo recibir varias capacitaciones que, además de motivarlo y potenciar sus habilidades, le permitieron convertir-



se en un maestro calificado. En Latacunga, la JNDA está ubicada cerca del barrio El Calvario, a quince minutos de la ciudad. Allí se puede encontrar a varios maestros de la provincia de Cotopaxi, en palabras de Freddy, “hay carpinteros, pintores, sastres, todo lo que usted necesite”.

Actualmente Jiménez trabaja con dos operarios que le asisten en la realización de letras y dibujos. Durante mi visita, me explicó que estos elementos gráficos son un complemento para crear logotipos y composiciones pictóricas que caracterizan la producción de cada taller. Cuando le pregunté cómo definía su profesión, me respondió que en el pasado se consideraba al diseño y publicidad de carrocerías como arte, lo que sin duda aumentaba la demanda. Sin embargo, hoy en día, pintar a mano no es un negocio rentable, sobre todo si una gigantografía se valora en aproximadamente \$10 por metro cuadrado.

Asimismo, Freddy me habló sobre otros pintores de la zona como el propietario de Pinturas Ambato, un buen pintor que había sido el maestro de sus hermanos. También recordó al señor Molina, un pintor de cajones que operaba en el sitio de Transmagdalena, una cooperativa de transporte ubicada en el centro de Latacunga, según Freddy se trata de un hábil rotulador que hace todos sus encargos manualmente. Por su parte, Jiménez trabaja con el ordenador para diseñar sus propuestas, pero a diferencia de otros pintores, ha adquirido una máquina de impresión y corte que le permite no solo garantizar la calidad y nitidez de sus productos, sino ahorrar costos de tercerización a la hora de elaborar plantillas. Gracias a esto ha ganado varios clientes que prefieren su taller debido a la variedad de servicios que ofrece.

Intervenir un bus de la cooperativa Cotopaxi cuesta alrededor de \$2000, este servicio incluye la elaboración de logotipos, decoración y “pelar” (remover la pintura); por otro lado, intervenir unidades más pequeñas, como las de la cooperativa Tanicuchi, tiene un valor de \$1000 por ser menos complejas. Los diseños de Freddy están influenciados por los catálogos Power Graphics y Getting Started, inventarios visuales que recogen una gran cantidad de figuras y tipografías. Consiguió este material al momento de adquirir sus máquinas de impresión. De la misma manera, Jiménez trabaja en base a diseños que encuentra en Internet, sin embargo, en ocasiones estos dificultan su trabajo debido a su baja resolución. Es importante recalcar que Jiménez promociona el trabajo de su taller en revistas especializadas de transporte pesado como *Buen Viaje* y *El Transportador*, publicaciones que ofrecen información sobre los vehículos ecuatorianos, a su vez publicitan varios negocios y talleres nacionales.



Imagen 70: Simulación del recorrido de un bus de la cooperativa Loja, render realizado por Sebastián Design (2017).

Debido a que no fue posible hacer un registro fotográfico del trabajo que se realiza en Gamacolor, taller de Freddy, realicé una pesquisa en Internet que me permitió encontrar una comunidad de jóvenes y transportistas aficionados a los diseños de los buses provinciales e interprovinciales del Ecuador y de otros países de Latinoamérica. Estos usuarios de redes sociales publican y comparten fotografías —actuales y de antaño—, diseños, renders, e incluso animaciones de los recorridos que hacen las diferentes cooperativas. Esta comunidad de fanáticos ha creado un registro visual muy amplio que visibiliza no solo aspectos estéticos, sino antropológicos de este fenómeno popular. Espero en el futuro tener la oportunidad de estudiar este asunto, además, analizar otros temas, como es el uso de las carpas y sistemas de iluminación en el transporte pesado, y profundizar en un tema muy inquietante como son las fachadas de los prostíbulos ubicados en las rutas del Ecuador.



3.1.14 Rosa de Lourdes Cuatupamba (Otavalo, Ibarra)



Imagen 71: Rosa Cuatupamba, comerciante de buses artesanales (2017).

Mientras transitaba por la vía principal de Otavalo, camino a Ibarra, me encontré con los buses artesanales que fabrica Rosa de Lourdes Cuatupamba, esculturas que nos sorprendió apenas las observamos. Rosa es una ingeniosa artesana otavaleña de treinta y nueve años que fabrica estos modelos solicitadas por transportistas y turistas extranjeros (*Anexo 14*).

Rosa aprendió el oficio hace tres años cuando se inscribió en un taller de artesanías con cuatro amigos. Cuatupamba aseguró que todos aprendieron del seminario y con la experiencia adquirida cada uno escogió su campo de acción. Rosa de Lourdes eligió construir pequeñas esculturas de madera que presentan líneas gráficas muy similares a los modelos que lucen los buses reales, sobre todo los de las cooperativas como Flor del Valle, Flota Imbabura, Pullman Carchi, Velotax y Aerocarchi que operan en el norte ecuatoriano.

Antes de dedicarse a la producción de estos objetos, Rosa solía hacer otro tipo de artesanías como cofres, manillas o canastas para huevos, productos convencionales en el mercado. Sin embargo, cuando empezó a fabricar los buses alcanzó un éxito que la motivó a dedicar todo su tiempo a esta producción. Rosa también elabora camiones o tráileres para los clientes que lo soliciten. El precio de estas esculturas oscila entre \$40 y \$60, pero cuando se les ha in-



Imagen 72: Maqueta de la cooperativa Flota Imbabura (2017). Fotografía: Gabriela Pesántez.

tegrado un sistema de iluminación su valor puede alcanzar los \$120. Rosa ha enviado pedidos a varios países como España y Estados Unidos. Sus esculturas son apetecidas por muchísimos conductores del Ecuador y de todos los buses que ha creado, su favorito es el modelo de Flota Imbabura, composición que tiene un ave en pleno vuelo rodeando al Taita Imbabura. La importancia al respecto de la fauna y flora del contexto norteño se enfatiza en las propuestas de esta artista. Rosa adquirió sus conocimientos al observar a otros artesanos que habitan en la ciudad y agregó que, además de que disfruta mucho de su trabajo, está orgullosa de su oficio. Uno de sus hijos le ayuda en el negocio y ha aprendido de los conocimientos y la experiencia de Cuatupamba. Antes de finalizar con la entrevista, Rosa nos aseguró que le gustaría trasladar sus diseños a un bus real, por lo que espera poder dedicarse al negocio del transporte público o pertenecer a alguna cooperativa en el futuro.



3.1.15 Carrocerías A&R (Ibarra, Imbabura)



Imagen 73: Equipo de trabajo de Carrocerías A&R (2017).

Carrocerías A&R es un taller de la ciudad de Ibarra que se dedica a la construcción de cajones, plataformas, furgones metálicos, y caravanas fijas o desarmables que son elaboradas por Segundo Aza y Hugo Riascos, socios y propietarios de la empresa. Llegamos a este taller para encontrar a Cecilia Burbano, mejor conocida por su sobrenombre “La colombiana”, una pintora que ha trabajado para varios clientes en el transporte pesado del norte ecuatoriano. Se trata de una artista que desarrolla un estilo singular que se caracteriza por su selección de colores y diseños llamativos. Tuvimos la oportunidad de conocer su trabajo durante una visita a la parroquia El Quinche, cantón ubicado a dos horas de Ibarra. Cecilia compartió que su hermana Luzdary solía trabajar con ella hasta que se interesó por otra profesión. Actualmente, Cecilia Burbano es la única mujer rotulista del país. Cecilia se enorgullece de esto, pues se trata de un oficio que no solo le apasiona, sino que disfruta ejercer (*Anexo 15*).

Carrocerías A&R tiene una trayectoria cerca de los veinticinco años. Su nombre se originó de la unión de los apellidos Aza y Riascos. Años atrás estos pintores tenían sus talleres en el centro de Ibarra, durante esta época se conocieron y aprendieron el oficio. Después de un considerable crecimiento poblacional, el Municipio les exigió que se reubicaran, ambos aprovecharon esta circunstancia para empezar un taller como socios.



Según Aza, los miembros del taller son como un grupo de amigos o una familia, de hecho, Burbano es prima de Aza. Ambos son oriundos de Ibarra, mientras Riascos, quien curiosamente sí proviene de Colombia, ya se considera ibarreño tras varios años de vivir en la ciudad. El equipo se completa con la participación de dos oficiales que reparan y construyen nuevas carrocerías que luego serán intervenidas por Cecilia, Hugo y Segundo, quienes son los cimientos de la empresa.

Riascos comentó que en Ibarra son reconocidos, sobre todo, por su destreza para la ilustración de figuras, letras, decoraciones y lujos. Además cuentan con un servicio en especial: la reproducción de gráficos en metal fabricadas con su máquina troqueladora y de repujado. En el taller se modifican continuamente los diseños que se ofertan. La mayor parte de las propuestas se realizan a partir de imágenes que descargan de Internet, a estas se le agregan detalles característicos antes de que sean trasladadas a las superficies de los transportes. Esta matriz sirve para definir los contornos de las ilustraciones y los espacios a fondear de acuerdo a los tonos seleccionados. Aza indica que la calidad del trabajo que realizan en el taller mejora continuamente, además agregó que aunque no se basan en referencias que vengan de Colombia, sí importan de allí los materiales que usan en el taller. Se podría decir que ese es el plus del negocio, trabajar con materiales lujosos.

Es importante mencionar que estos artistas no recurren a la madera con frecuencia, pues no cuentan con proveedores de calidad. Es por esto que prefieren el material metálico como el acero inoxidable. El precio es mayor pero es una decisión del cliente. Los detalles que se pintan dependen de los materiales que se eligen para elaborar el cajón, los clientes de este taller puede optar por tool, aluminio anticorrosivo, entre otros. Me comentaron que los camioneros desean productos muy lujosos, pero siempre a precios bajos, más ahora que la demanda del transporte terrestre se ha reducido. Ese factor influye directamente en el taller, pues los transportistas invierten en mejorar sus vehículos solo cuando su flujo de trabajo se incrementa. En lo que respecta a precios, estos dependen del tamaño del cajón, por ejemplo, un camión GH cuesta \$300 con pintura, lujos y detalles incluidos. Este precio referencial puede aumentar según la complejidad de las ilustraciones requeridas. Por otra parte, aclaran que el material niquelado que se observa mucho en las carrocerías de madera no es algo nuevo, Aza reconoce que se trata de una práctica tradicional que se ha rescatado en años recientes.

Estos socios conocen que la pintura de Riobamba y Ambato se caracteriza por sus diseños peculiares y el uso recurrente de imágenes religiosas y plegarias. Ellos dicen estar capacita-



Imagen 74: Detalle de un camión rotulado, Ibarra (2017). Fotografía: Gabriela Pesántez.

dos para realizar propuestas semejantes en caso de que algún cliente lo desee. Aza recalcó el respeto que siente por la destreza con el pincel que tienen ciertos maestros de ese sector y aseguró que la singularidad de la pintura ibarreña son los dibujos y texturas policromáticas de estilos dispares que acompañan a ilustraciones complejas inscritas en fondos degradados. A mi parecer las propuestas que se desarrollan en este taller tienen mucha personalidad, no se asemejan al trabajo de ningún otro rotulista y se caracteriza por su habilidad para usar la línea como motivo de trazo además de otros aspectos decorativos.

Según Aza, para *copiar* hay que saber hacerlo. Si algún cliente le pide imitar algún diseño, él siempre está dispuesto a obtener un mejor resultado. Por ejemplo, utilizar fondos degradados en sus creaciones es una referencia del método de pintura aplicado en busetas y buses interprovinciales. Lo que ellos hicieron, además de perfeccionar la técnica, fue utilizar el degradado en toda la superficie del cajón. Durante este proceso se aplican alrededor de veinte capas de color en la carrocería, franjas que se ejecutan de abajo hacia arriba mientras se disminuye poco a poco la intensidad del color, al igual que un cabezal de una máquina de impresión, línea por línea, es por esto que en el taller A&R la técnica del degradado resulta impecable. Riascos mencionó que no es un proceso rápido y se debe tener conocimiento del tema. Con el paso de los años han perfeccionado esta práctica hasta convertirla en la especialidad del taller. Antes de finalizar la entrevista, Aza me explicó que ningún camión se parece, a pesar de que algunos compartan el mismo color de fondo, nunca tienen los mismos detalles. Al preguntarle cómo definirían su trabajo contestaron que el oficio al que se dedican es un arte que necesita de empeño y amor.

3.1.16 Carrocerías Pontón-Publicidad Andrée (Piñas, El Oro)



Imagen 75: Max Andrade, rotulista del taller Carrocerías Pontón (2016).

La costa sur del país cuenta con la gráfica singular de Max Andrade “Publicidad Andree”, nombre que utiliza como firma en sus trabajos pictóricos para rendir tributo a su hijo. Andrade es el rotulador de Carrocerías Pontón, un taller que se encuentra ubicado en el cantón Piñas, a veinte minutos de Zaruma. Esta empresa se dedica a la construcción de carrocerías en serie y Max es la persona encargada de que todos los cajones producidos salgan debidamente pintados de acuerdo a su criterio estético. Su estilo se caracteriza por el uso de una paleta cromática de tonos pasteles que está presente en la mayor parte de sus trabajos. Esta selección de color posiblemente esté influenciada por el contexto en donde vive: el cantón Piñas (*Anexo 16*).

Cuando le pregunté a Max sobre “Publicidad Martínez”, otro taller de la zona que desarrolla un estilo muy parecido, Andrade me contó que ambos aprendieron el oficio de sus padres, quienes eran rotuladores de la zona años atrás. Al finalizar la entrevista, le sugerí que, gracias a la naturaleza singular de su propuesta gráfica, podría abrirse camino a otras posibilidades que evadan la repetición y le permitan explorar su creatividad. Una de las opciones que propuse fue romper el margen que tiene presente en sus cuadros, pues con este recurso podría aplicar sus diseños a otros formatos y dimensiones.



Imagen 76: Camión rotulado por Max Andrade (2016).

Antes de marcharme le pedí que definiera su profesión: ¿se trata de diseño o arte? Max contestó que su oficio es el diseño, sin embargo, su esposa, sin pensarlo dos veces, replicó que su marido “tiene el arte en sus manos”.

Cuando observamos las propuestas de Max, nos remite a pensar en los ejercicios visuales desarrollados por los artistas del movimiento Neoconcreto, originado en el año 1959 en Brasil. Al igual que los artistas de esa época, Max toma una posición diferente para emprender una nueva plástica, incorporando otras dimensiones visuales. A partir del trazo a pulso y de sus herramientas de medición, Andrade va marcando a la perfección puntos guía que después serán enlazados por diferentes líneas; de este modo concibe sus formas geométricas desde el diseño minimalista y abstracto. A mi parecer, inspirado también por el movimiento Suprematismo, expresión artística que tuvo lugar en Rusia entre 1915 y 1916, esta manifestación se caracterizó por enfocarse en las figuras geométricas, al igual que el trabajo pictórico de Max. Es complicado conocer de donde surge las propuestas de este creador, pero se puede asegurar su visión por distanciarse de la pintura figurativa y convencional. Al momento conocemos que la mayoría de rotulistas del país producen sus ideas en base a los modelos del norte ecuatoriano, sin embargo, la producción de Piñas claramente rompe con los patrones establecidos con la sensación de generar otras lecturas.

Posiblemente sea el uso consciente de contrastes cromáticos a comparación de la competencia que pareciese lo utilizan de forma deliberada. Además la tipografía no es un elemento primordial como en los cajones producidos por las ciudades del norte. Aquí la ilustración cumple un rol importante, dirigiendo toda la atención hacia ella mediante códigos que proponen una perspectiva diferente en contraposición a las propuestas comunes del mercado nacional.

3.1.17 Cabrera #2 (*La Troncal, Cañar*)



Imagen 77: Miguel Ochoa y su hijo Ángel en su vivienda (2016).

El taller de pintura Cabrera #2, ubicado en La Troncal, provincia del Cañar, fue uno de los últimos lugares que visité durante el desarrollo de este proyecto. En este punto del recorrido ya había despejado muchas de mis inquietudes, pero sobre todo, comprendí la importancia que tenía la producción de carrocerías que se realizaba en la zona costera del sur del país. La Troncal, a pesar de pertenecer a una provincia de la Sierra, como es el Cañar, cuenta con una comunidad costeña que se encuentra ubicada en la carretera alterna que une la Costa con la Sierra (*Anexos 17*).

Durante la primera etapa del proyecto, Luis Sacaquirín (*Imagen 42*) me advirtió que la mayor parte de rotuladores estaban ubicados al norte del país, por lo que iba a ser difícil encontrar exponentes de la Costa o del Oriente ecuatoriano. Este comentario me dejó preocupado, sin embargo, esto solo amplificó mi emoción cuando finalmente encontré el trabajo de los artistas de La Troncal.

Ángel Ochoa es uno de los rotulistas más jóvenes de la zona, hijo de un distinguido artista de la localidad, Miguel Felipe Ochoa, ambos son oriundos de Cochancay, cantón ubicado a diez minutos de La Troncal. Ángel me explicó que su papá se retiró del negocio varios años

atrás, por lo que hoy en día realiza pocos trabajos en el patio de su domicilio. Esta información la pude constatar en una segunda visita, cuando don Miguel, un hombre de edad avanzada, compartió sobre su experiencia como artista y rotulador, profesión que ejerció desde muy temprana edad.

Ángel se quedó a cargo del negocio familiar por más de diez años. Al igual que su padre, trabaja como artista ambulante, tal es el caso, que de regreso a Cuenca observé que Carrocerías San José, taller ubicado en Naranjal, cantón de la provincia de El Oro, localizado a dos horas de La Troncal, también cuenta con la mano de este gran creador.

Ángel comentó que podía reproducir cualquier estilo o diseño que el cliente desee, esto me motivó a proponerle que produjera tres cuadros que representen a las regiones del país: Sierra, Costa y Oriente. Estos cuadros debían ser coloreados con pintura de esmalte y sobre una superficie de latón, pues este tipo de pintura y dibujo es una técnica singular de ilustración que se utiliza en Ambato y Riobamba, provincias que están ubicadas al norte del país. Ángel no solo accedió de inmediato, sino que resolvió con gran astucia el encargo.

Su ingenio para crear cualquier diseño, solo demuestra su capacidad autodidacta para aprender y reproducir diferentes sistemas de signos y símbolos. Con el paso del tiempo, Miguel ha conocido diversos procesos pictóricos, posiblemente sea por el contexto en donde habita, pues La Troncal, al estar ubicado en una zona vial que une varias regiones, es un punto de encuentro de costumbres visuales dispersas. Este factor Miguel lo conoce, por tal motivo su confianza en saber que puede crear cualquier trabajo gráfico que se le solicite.



Imagen 78: Cuadros de Ángel Ochoa con la técnica de dibujo empleada por los rotulistas ambateños (2016).

3.1.18 HJ Publicidad (La Libertad, Santa Elena)



Imagen 79: Los hermanos Wilmer y Héctor Joffrey Merejildo (2016).

HJ Publicidad es un taller que imprime gigantografías y realiza todo tipo de servicio gráfico en La Libertad, provincia de Santa Elena. Ubiqué este taller al preguntar por el autor del diseño del cajón de uno de los colectivos de la ciudad, el mismo que se encontraba rotulado de una forma económica en cuanto a recursos gráficos y de color. Esta oficina se encuentra detrás del parque central de la ciudad y se especializa en la producción de letreros luminosos (*Anexo 18*).

Los hermanos Wilmer y Héctor Joffrey Merejildo están a cargo de este negocio. Wilmer, también conocido como “El negro” me indicó que Joffrey es el propietario y me aclaró que esto se evidencia en las iniciales presentes en el nombre del taller. Héctor Joffrey trabajó por un largo periodo en la ciudad de Guayaquil, en un taller ubicado cerca del Km 7 ½ de la vía a Daule. Hace dos años, después de haber aprendido los pormenores de las labores publicitarias y de corroborar que en su comunidad no existía un establecimiento que proveyera servicios gráficos, Joffrey decidió adquirir maquinaria de impresión y plóter para empezar el negocio. Es importante mencionar que HJ Publicidad es un establecimiento versátil, por ejemplo, en ocasiones realizan otras actividades artesanales como la fabricación de monigotes de cartón. Este dato lo constatamos durante la visita al taller, el 31 de diciembre, día en el que, muy emocionados y con música a todo volumen, elaboraban monigotes para comercializar. Wilmer



Imagen 80: Carrocería rotulada por los hermanos Merejildo (2016).

me comentó que su padre —Carlos Merejildo, reconocido rotulador de la zona— les enseñó a dibujar y a pintar, es por eso que los hermanos decidieron dedicarse a esta profesión. Si se observa con atención las fachadas del centro de La Libertad, se puede distinguir una gran cantidad de rótulos producidos por Carlos, quien actualmente se encuentra retirado. Este rotulista no solo se dedicó a la elaboración de letreros, además pintaba manualmente lanchas y camiones.

El trabajo pictórico que realizan en carrocerías tiene un costo de \$200 e incluye diseño gráfico y rotulación tipográfica. La mayor parte de diseños se elaboran a partir de imágenes descargadas de Internet, pues según Wilmer, los métodos digitales facilitan el proceso de creación. Después de decidir qué dibujo se va a plasmar, se traslada el diseño al camión a puro trazo, esta actividad lo realiza cualquiera de los hermanos, no obstante, hay ocasiones en que los clientes traen fotografías con los diseños deseados. Según los hermanos, La Libertad es su mayor inspiración. Sus propuestas hablan sobre su particular estilo de vida tropical junto al mar, a través de la utilización de signos y símbolos propios del imaginario de la costa peninsular. Estos elementos gráficos recuerdan colores y sabores de la zona caliente del país.

Es importante mencionar que también han elaborado publicidad para los candidatos a la presidencia Paco Moncayo y Guillermo Lasso. Wilmer comentó que le resulta interesante decorar fachadas de gran formato, estos murales políticos existen a lo largo y ancho de nuestro país, pero son más comunes en la zona costera, esto puede deberse a la distribución característica del espacio arquitectónico.

3.1.19 Taller Mirabá (Palmar, Santa Elena)



Imagen 81: Hugo Alberto Mirabá, propietario del taller (2017).

A mí me gusta el dibujo y sigo haciendo mi arte. Desde pequeño se nace con este don, es una cosa bien bonita, pero exige firmeza para hacer las cosas bien [Hugo Alberto Mirabá, entrevista personal realizada el 01 de enero de 2017].

Hugo Alberto Mirabá es un pintor de 59 años que reside y trabaja junto a sus dos hijos en la comuna Palmar. Su taller de pintura cuenta con más de treinta años de experiencia, y según comenta su clientela, es el mejor de la zona. A Mirabá le gustó el dibujo y la pintura desde pequeño. Cursó la escuela solamente hasta cuarto grado, pues se vio obligado a abandonar sus estudios para ayudar a su familia después de que falleció su padre. Debido a su precaria situación económica, tuvo que aprender varios oficios, entre ellos la carpintería, la pesca y la construcción (*Anexo 19*).

Hugo me explicó que durante una etapa de su vida fabricaba carritos de madera, ocupación que exigía mucho tiempo y paciencia. Estas maquetas de carrocerías eran realizadas en base a diversos modelos como camionetas o chiveras. Según Mirabá, sus esculturas tenían un gran parecido con los modelos originales y eran muy solicitadas por clientes de Cuenca y turistas



Imagen 82: Fotografía de una maqueta fabricada por Hugo Mirabá (2017).

de Estados Unidos y Europa, y aseguró que en aquellos años uno de sus carros incluso viajó a Holanda.

En lo que respecta a la pintura en cajones, Hugo me comentó que por lo general colabora con los carpinteros de Jambelí, pero, en la actualidad el negocio ha bajado considerablemente. Cuando era joven viajaba mucho por varios sectores de la Costa para pintar, y si no estaba de viaje, los clientes llegaban a su vivienda para ser atendidos.

Los clientes de Mirabá son, en su mayoría, transportistas oriundos de Ambato, que lo prefieren porque conocen la calidad de sus dibujos. Hoy en día ya no es un servicio tan cotizado y aunque admite que sus ganancias no son extraordinarias, le permiten sobrevivir haciendo lo que le apasiona, y según él “esa es la verdadera ganancia del negocio”.

Mirabá conoce la pintura que realizan en la ciudad de Ambato, aseguró que se trata de muy buenos rotulistas y explicó que aprendió a identificarlos gracias a los sellos que pegan en los vehículos que intervienen. Cuando le sugerí que aplique este detalle en los cajones que elabora, comentó que años atrás también contaba con estos sellos, pero ha descuidado su im-



Imagen 83: Paisaje de Hugo Mirabá en el interior de su vivienda (2017).

presión debido al bajo flujo de trabajo, además, según Mirabá, su clientela ya lo conoce y sabe cómo llegar al patio de su vivienda. Durante la entrevista me aseguró que puede crear cualquier tipo de diseño. Los colores que aplica responden a los gustos y preferencias del cliente, sin embargo, se apoya fuertemente en los tonos celestes y anaranjados, paleta que no solo está inspirada en la playa y el mar, sino que permite crear contrastes que combinan muy bien.

En su opinión, las imágenes más requeridas son el retrato de la Virgen del Carmen “Patrona de los Pescadores”, y el “Señor de las Aguas”, las figuras religiosas más importantes de la comunidad, además se les dedica las festividades más grandes. No ha hecho retratos de personas comunes, pero si un cliente lo requiere no dudará en intentarlo. Mirabá también pinta buses y micros. Para realizar su trabajo se vale de la mejor pintura a base de poliuretano, así puede garantizar la durabilidad de sus creaciones.

Cuando le pregunté sobre las pinturas que decoran su casa, Mirabá me comentó que siempre le simpatizó el paisajismo. Durante su infancia pintaba cuadros de diversos momentos, los mismos que actualmente cuelgan al interior de su vivienda y que han convertido la propiedad en una especie de museo popular.

Además de Mirabá, existen otros pintores en la zona litoral. Estos operan en Sinchal y La Libertad. Hugo me aclaró que es muy raro encontrar rotulistas de transporte pesado por la zona peninsular. En sus palabras, “este oficio no solo requiere empeño, sino habilidad y paciencia, es por esto que no puede ser realizado por cualquiera”.



3.1.20 Rotulación popular en el transporte ecuatoriano

En abril del 2017 viajé en busca de pintores de carrocerías en el Oriente ecuatoriano. Partí desde Gualaceo hacia Gualaquiza para después encaminarme hacia el norte amazónico. En el recorrido visité brevemente el cantón de Limón Indanza, donde no encontré ninguna actividad relacionada con la rotulación publicitaria. Inmediatamente me dirigí hacia Méndez, donde operaba una cooperativa de transporte bajo el nombre de la localidad. Ahí pude observar dos unidades rotuladas por una misma línea gráfica basada en los colores de la bandera de este cantón. Según uno los propietarios de este taller, el trabajo lo había desarrollado el pintor cuencano Luis Antonio Sacaquirín (*Imagen 42*). Los directivos de la cooperativa habían transportado todas sus unidades a la capital azuaya para que fueran intervenidas.

En el transcurso del viaje me encontré con esas explicaciones una y otra vez. La rotulación de transporte pesado no es una práctica común en la zona oriental del país, es por esto que los trabajos deben ser ejecutados en la ciudad de Cuenca (al sur), o en la zona de Totoras y Ambato (al norte). En otras ocasiones se llama a pintores ambulantes o maestros que deciden rotular a domicilio, como el caso que me relató Hugo Esteban Morocho, oficial del taller Pintor Leo y hermano de Juan Carlos Morocho (*Imagen 47*).

Al llegar al pueblo de Logroño conocí a un carpintero que me explicó brevemente la actividad de la zona. Don Manuel, propietario de Ebanistería Altamirano me aseguró que en su cantón habitan alrededor de cuatro carpinteros que realizan todo tipo de trabajos en madera, incluso la construcción de carrocerías bajo pedido. Aclaró que no es una especialidad de los artesanos de la localidad, por tal motivo, las carrocerías que se fabrican presentan estructuras simples y están acompañadas de diseños elementales.

En el sector de Huambi cambió un poco el panorama, aquí observé varios murales realizados por un empeñoso pintor, estas imágenes también estaban presentes en la ciudad de Macas. Alveiro Augusto es el autor de estos cuadros que recogen paisajes y costumbres de las comunidades de la zona. En Sucúa encontré a otro muralista que había intervenido en la fachada de una mecánica con una publicidad para el Hospedaje Caserío Orellana. Este mural estaba a cargo del profesor Ernesto Orellana y al igual que en Huambi, mostraba la riqueza natural de la zona al retratar fuentes de cascadas y bosques tropicales. Me sorprendió no encontrar ningún taller de rotulación en Macas, no obstante, la presencia de camiones rotulados era más notable en esta localidad, posiblemente debido a su cercanía con los talleres de la Sierra norte.



Observé camiones pintados en su mayoría por autores de Ambato y Riobamba, como los hermanos Pérez (*Imagen 63*) y Diego Cisneros (*Imagen 64*). También llamaron mi atención otros camiones que destacaban por sus diseños oreenses, pero debido a que no estaban firmados me fue imposible identificar sus autores. Durante mi estadía en la ciudad, decidí consultar sobre la existencia de rotulistas o pintores al propietario de un bus, quien con un gesto de decepción me explicó que es común encontrar latoneros que reparan la pintura, pero que los trabajos de rotulación por lo general solamente se realizan en Cuenca o Ambato.

En el Tena, capital de la provincia de Napo ubicado sobre el valle del río Misahuallí, pude conversar con dos propietarios de buses de la localidad, quienes me aseguraron que en Tena no encontraría ningún taller. A pesar de esto continué con mi búsqueda porque deseaba corroborar personalmente ese dato. Me apena decir que dicha búsqueda fue infructuosa. Algo decepcionado decidí viajar a Misahuallí, la última parada de la ruta que tracé para el desarrollo de este proyecto. Al recorrer el puerto, no pude evitar fijarme las canoas de los habitantes; estas evidenciaban un ahorro eficiente y audaz de recursos gráficos. En ese instante comprendí que la estética de la región amazónica radica en la economía visual, es por esto que a diferencia del trabajo pictórico de artistas y rotuladores de la Costa o la Sierra, estas expresiones recurren a una cantidad mínima de elementos y detalles gráficos.

Al iniciar el viaje de regreso encontré una carrocería de venta estacionada en el patio de una vivienda. Supe después que este cajón pertenecía a Diego Lara, un carpintero que se dedica a la construcción y pintado de carrocerías. No me marché sin antes echar una mirada minuciosa al cajón de Lara. Presentaba una estética simple y minimalista, precisa en recursos gráficos, una propuesta acorde a la estética mesurada de la región amazónica. Antes de cerrar esta investigación recorrí nuevamente el norte ecuatoriano, desde el Puyo hasta llegar a Pelileo, donde asistí a una feria de ganado. Allí encontré una profusión de cajones pintados y decoraciones con estilos diversos. Cuando me aventuré a investigar el origen de dos unidades, sus propietarios aclararon que cerca de Totoras, parroquia de Ambato, encontraría talleres de pintura fácilmente.

Estas creaciones a partir de un acuerdo mutuo entre el hacedor y un usuario dan una identidad única a cada vehículo y un sentido de adscripción a cada dueño. Estos autores-artesanos-artistas toman prestados de la cultura “oficial” diversos homólogos con la intención de proponer soluciones particularmente inéditas, además, de ser considerados como medios de comunicación funcionales y creativos.



Queda todavía mucho trabajo por hacer, por ejemplo, verificar fechas, lugares de nacimiento o la formación académica de estos personajes; tener datos precisos que afirmen la existencia de la rotulación popular en el transporte ecuatoriano. Un documento a modo de proyecto a largo plazo que registre e indague sobre la existencia de más actores. Se puede rescatar que al momento ya se encuentra en circulación “*Postgraffiti: cartografía del rotulismo popular en el transporte del Ecuador*”, un fotolibro que contiene estos ensayos a modo de introducción sobre el tema e incluye un catálogo de imágenes con el trabajo pictórico de los diferentes rotulistas del país. Los ejemplares se están entregando a todos los colaboradores del proyecto, de este modo varios rotuladores del país están conociendo la producción de otras localidades, además de observar cómo los signos mutan en cada región del país.

Los materiales y testimonios físicos o digitales recogidos en el transcurso del proyecto, se presentaron por primera vez en la galería Salida de Emergencia el jueves 28 de abril del 2016. En el año 2017 se expusieron nuevamente gracias al auspicio obtenido de Fondos Concusables 2016-2017 del Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador, incluso con este financiamiento se planteó una muestra itinerante que recorrió las ciudades de Cuenca, Ambato y Guayaquil. La exposición constituyó un acercamiento al trabajo artesanal y formas populares con aplicaciones artísticas, diseño gráfico y publicidad. La muestra dio a conocer diferentes productos, entre ellos: plantillas elaboradas con frases, cuadros con paisajes y diseños pensados para medios de transporte, también contó con una suerte de levantamiento-collage de anuncios, pinturas, video registro y pequeñas maquetas de camiones y autobuses. El proyecto también fue parte de las exposiciones temporales de la agenda por el Día de la Cultura Núcleo del Azuay, fecha celebrada el 9 de agosto del 2017 por la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión”. En este proceso confluyeron como actores los gestores culturales que desarrollaron diversas actividades con el objetivo de promover la cultura como visión común.

En Ambato la exposición tuvo lugar en el Museo Provincial Casa del Portal entre los meses de octubre y noviembre del 2017. Es importante mencionar la exposición en esta localidad debido a la producción gráfica de Ambato, por tal razón se invitó personalmente a los rotuladores ambateños y riobambeños, de esta forma podían conocer sobre la práctica de otros colegas en el país. Para concluir con el circuito de exposiciones, la muestra en Guayaquil tuvo lugar en la Sala Juan Villafuerte, Casa de la Cultura Núcleo del Guayas con una pequeña pero gratificante asistencia que puso en debate la importancia de llevar a cabo el proyecto a otros puertos.



3.2 Intervenciones

A partir del estudio semiótico de la gráfica popular existente en medios de transporte pesado que transitan las carreteras de la Sierra y Costa de nuestro país, se realizó un análisis estético-teórico de los elementos que componen la gráfica en estos transportes y una revisión de los discursos de diversos informantes implicados en esta disciplina.

El análisis de estos elementos simbólicos, aspectos técnicos y de procesos creativos empleados por los artistas populares, proporcionó insumos gráficos y estéticos que fueron empleados en el proceso de elaboración de las diferentes propuestas realizadas a lo largo de este proyecto de investigación. En el siguiente apartado, se resume las cinco intervenciones ejecutadas en diversos espacios y soportes comunes de la ciudad de Cuenca.

Eco (1984) menciona que no solamente la gráfica popular, toma prestados estilemas de la cultura de masas para incluirlos en sus propios contextos. Hoy la cultura de vanguardia y emergente, reaccionando ante la situación masiva y agobiante de la cultura de masas, toma prestados de la gráfica vernacula sus propiedades. La referencia surge donde los argumentos estéticos y estilísticos utilizados son extraídos del propio contexto popular, por lo que su diferente estructura ya no posee sus caracteres originales, sino que reúne las condiciones fundamentales de la comunicación popular y presenta a su vez desequilibrios y cierta inestabilidad en sus formas de expresión. Es así como se involucra al graffiti y a la cultura popular en el circuito del arte urbano y arte contemporáneo cuencano y del Ecuador.

Estudioso de estética, debe saber que con la variación del período histórico, o del público, la fisonomía de la obra puede también cambiar, y adquirir nuevo sentido el objeto. Pero su deber es también asumir una responsabilidad; adaptar al período histórico, al ámbito cultural en que trabaja, el fenómeno obra de arte, decidir conferirle un cierto sentido, y sobre esta base elaborar sus definiciones, sus comprobaciones, sus análisis, sus reconstrucciones. (Eco, 1984, p. 201)



A partir de todo el material recolectado y analizado, no solamente de la lectura de ciertos íconos y símbolos que se utilizan en este campo, sino a partir de la investigación del rotulista como signo vital que se manifiesta desde su contexto, se dio paso a la producción de cinco propuestas que constituyen este proyecto: la primera, una intervención gráfica en el cajón de un camión comercial de un comerciante del pueblo de San Fernando, la segunda intervención se ubicó en el centro de la ciudad de Cuenca y se caracterizó por su ejecución ilegal, finalmente, las tres propuestas restantes estuvieron relacionadas con la entrega de productos artísticos para Fondos Concursables 2015-2016, certamen de la Dirección de Cultura, Educación y Deportes de la ciudad de Cuenca. Para tal motivo, se propuso la intervención de dos murales en espacios privados del centro histórico de la ciudad. Acompañando la ejecución de estos murales, se realizó una muestra itinerante que compartió varios productos y testimonios físicos de la investigación, presentados en una de las galerías emergentes más importantes de nuestra localidad, Salida de Emergencia. A continuación se explica a detalle cada una de las propuestas realizadas.



Imagen 84: Luis Monje, propietario del vehículo observando el proceso de pintado de su cajón, Girón (2015).



3.2.1 Intervención del camión de Luis Monje

La primera intervención tuvo lugar en el cantón Girón, en la ferretería Comercial Mora Hnos. durante el mes de octubre del 2015. El señor Monje, oriundo de San Fernando, visitó el lugar para adquirir materiales y fue en aquel momento en que noté que su camión se encontraba sin pintar. Para el proyecto me pareció interesante conjugar de entrada la mezcla del graffiti con propósitos populares. Le expliqué a Monje mis intenciones de intervenir su carrocería, a lo que accedió de inmediato. Debo indicar que antes de proponer la idea a Monje, me contacté con Manuel Chuchuca, transportista encargado de movilizar material para la elaboración de bloques de pómez, sin embargo, nunca llegamos a un acuerdo.

El boceto que presenté a Luis Monje se planteó considerando que el camión se encargaba de transportar ganado. La propuesta elaborada se enfocó en utilizar sistemas gráficos convencionales de la rotulación de carrocerías, simbología religiosa, geográfica y zoomórfica. Se desarrollaron representaciones de ganado vacuno desde la abstracción de la imagen acompañado de montañas minimalistas y lineales. Para la parte posterior del camión se trabajó en la imagen de la Virgen del Cisne desde la apropiación y reinterpretación del símbolo que representa. Luis aprobó la primera propuesta sin sugerir modificaciones.

A pesar de que se previó que la intervención duraría un día, su realización requirió más tiempo de lo esperado, tres días exactamente, por lo que el camión debió regresar varias veces al patio para concluir con el trabajo. Es importante mencionar que la entrega del camión se aplazó porque se debía realizar varios ajustes a la propuesta inicial, pues don Luis manifestó incomodidad ante la selección de los colores e iconografía recurrida poco después de iniciar el trabajo. Monje expresó reiteradamente su preocupación pues explicó que sus amistades se burlarían de él por los colores empleados en su cajón, sin embargo, fue una decisión experimental debido a que consideré importante trasladar a un soporte de estas características la cromática utilizada en trabajos efectuados con aerosol, una técnica diferente y de por sí, otro código pictórico no utilizado en este campo y en donde el color participa semióticamente.

Hasta el momento de la entrega, el propietario manifestó su disgusto por la elección cromática que se aplicó en la propuesta. Meses después, observé que Monje había intervenido el cajón cambiando los colores que desde el principio le había inconformado.



Imagen 85: Bocetos digitales (2015).



Imagen 86: Intervención finalizada, Girón (2015).



Imagen 87: Boceto digital Cóndor (2016).



3.2.2 Intervención ilegal en espacio público

Esta intervención consistió en trasladar un símbolo convencional de las carrocerías, sin alterar sus cualidades originales, a un espacio público de la ciudad de Cuenca. Se observó durante las visitas realizadas a los diferentes cantones que gran cantidad de iconografía concebida para ilustrar los conceptos de “dinamismo” y “velocidad” recurrían a la idea del vuelo de las aves como metáfora visual. Durante la investigación, consulté a los rotuladores sobre el porqué de su uso, como respuesta me explicaron que sus clientes preferían con frecuencia estas simpáticas imágenes.

Se eligió este ícono para la intervención, pues además de ser un símbolo requerido constantemente por los camioneros, se ha reconocido la importancia de su significado en nuestra localidad serrana. La propuesta tomó fuerza una vez confirmada la idea de su disposición vertical, que responde a la percepción de dirección y orientación espacial. Esta inestabilidad afectaría a la visualización del espectador, lo que generaría rareza al momento de concebir su forma poco convencional.

... el plagio no es ya delito, sino la última y más completa satisfacción de las exigencias del mercado. Y es el último y más completo acto pedagógico de homogeneización del gusto colectivo y de su esclerotización bajo exigencias fijas e inmutables, en las que la novedad es introducida con tino, a dosis, con el fin de despertar el interés del comprador sin contrariar su pereza. (Eco, 1984, p. 317)

El mural se encontraba en la calle Cruz del Vado, junto a la calle Presidente Córdova hasta finales del 2017. El proceso de intervención fue ejecutado en un solo día con el mínimo de herramientas y materiales pictóricos: una escalera-andamio, aerosoles con tres tonos de azul, color negro para el delineado (*powerline*) y fondo de color crema. El *graffo* que estaba ubicado en un punto ciego de la ciudad, estuvo plasmado en la pared donde estuvo un graffiti del artista local y miembro del colectivo PXC, Slak, ejecutado en el año 2014 para el Concurso de Arte en Espacios Residuales del Centro Histórico, evento del que también fui partícipe. En este punto considero importante la regeneración de la pintura en espacios públicos, incluso es un factor que se repite constantemente en el graffiti, cubrir las piezas de otros artistas para modificar de forma tajante el entorno público, de esta forma retomar su cuenta regresiva antes de que desaparezca.



Imagen 88: Registro de camiones pintados con diversas representaciones de aves (2016).



Imagen 89: Intervención en la calle De la Cruz y Presidente Córdova, sector El Vado, Cuenca (2016).

Creí importante realizar esta intervención desde la ilegalidad, pues era una oportunidad para exponer un ejercicio de arte popular urbano que respondiera al concepto de *postgraffiti*, en otras palabras, este gesto de transgresión me permitió recurrir a la semiología popular que utilizo como unidad de significación para visibilizar signos no convencionales en el que los sentidos se relacionan con el tema de investigación. La teoría y la práctica me han indicado que puedo realizar estas modificaciones o juegos de significados ya que el signo me permite inmutar y mutar conceptos por conceptos nuevos, o su reemplazo, de forma clara, distinta y pragmática.

A pesar de que la propuesta final es un mural, puede ser descrito como arte urbano. Ambas modalidades conforman el lenguaje del graffiti, ya que si recordamos los principios de esta práctica, el hecho de emplear aerosol lo coloca en este campo de la pintura, además no se necesita de un permiso formal o de una autorización gubernamental para que me pueda expresar con libertad y comunicar sobre otros modos gráficos de comprender mi cultura.



Imagen 90: Stencil de la Virgen del Cisne, rotulista desconocido, Cuenca (2016).



3.2.3 Fondos Concursables 2015-2016 (1era. intervención)

El proyecto *PSTGFFT* se presentó para el certamen Fondos Concursables 2015-2016, competencia realizada desde la Dirección de Cultura, Educación y Deportes de la Municipalidad de Cuenca. Después del periodo de selección, el proyecto obtuvo un premio económico que financió la ejecución de dos murales en el centro de la ciudad, además de una muestra de cierre que se realizó en la galería Salida de Emergencia.

Esta primera intervención tuvo lugar en dos paredes continuas que están ubicadas en el Paseo Tres de Noviembre, ruta paralela a la Av. 12 de Abril y diagonal al teatro Carlos Cueva Tamariz. Se intervino ambas paredes los días 30 y 31 de enero del 2016, durante este proceso se cubrió alrededor de 72 m con pintura acrílica y aerosoles de múltiples colores. Para la realización de esta faena se contó con la colaboración de dos artistas del colectivo La Mata de Frío Azezino: Joaquín Pérez (Zenzak) y Gabriela Zumba (Lá Gabriel). Cada integrante se ocupó de un espacio determinado, delimitando su área de acción con un estilo que si bien respondía a su sensibilidad particular estaba inspirado por la gráfica empírica existente en nuestra mente y contexto.

El boceto fue realizado por Joaquín y mi persona. Primero se revisó una base de datos con iconografía reciclada del registro fotográfico del proyecto. Por mi parte elegí una vez más la temática religiosa, específicamente la imagen de la Virgen del Cisne que encontré pintada en una carrocería durante una visita al sector de la Feria Libre.

Por su parte, los cerdos voladores son producto de una reinterpretación propuesta por Joaquín. La idea parte de una ilustración impresa en papel bond A4 que forma parte del material que fue recolectado para realizar la cuarta intervención del proyecto (*Imagen 94*). El detalle cromático que se desarrolló provino de una paleta de color basada en la puerta de una carrocería hallada en la carretera vía El Guabo. El mural que hoy cumple ya casi dos años, ha sido manchado recientemente. Sin embargo se mantuvo en perfecto estado por más de un año y medio, lo cual evidencia por una parte la aprobación ciudadana pero, sobre todo, la de los miembros del graffiti de la escena local, en otras palabras, el gesto de no intervenir el mural es una señal de respeto por parte de otros artistas urbanos.

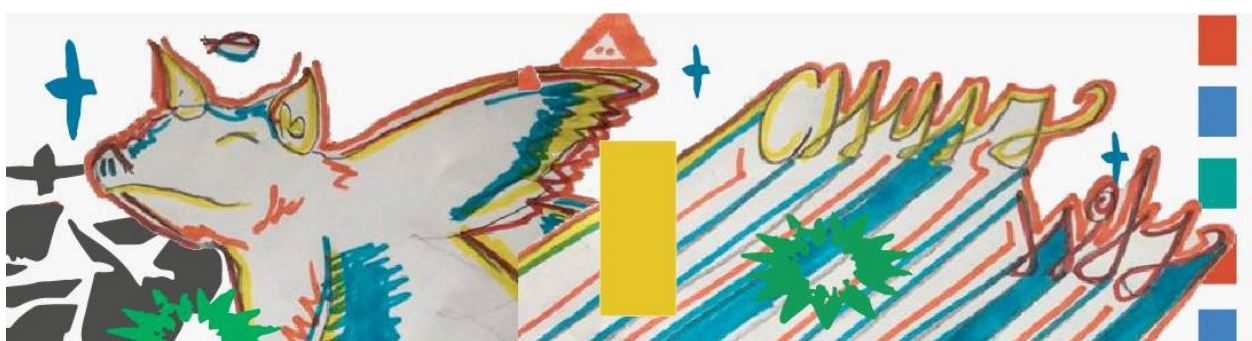


Imagen 91: Bocetos digitales (2016).



Imagen 92: Proceso de intervención por parte de los integrantes del colectivo MFA (2016).

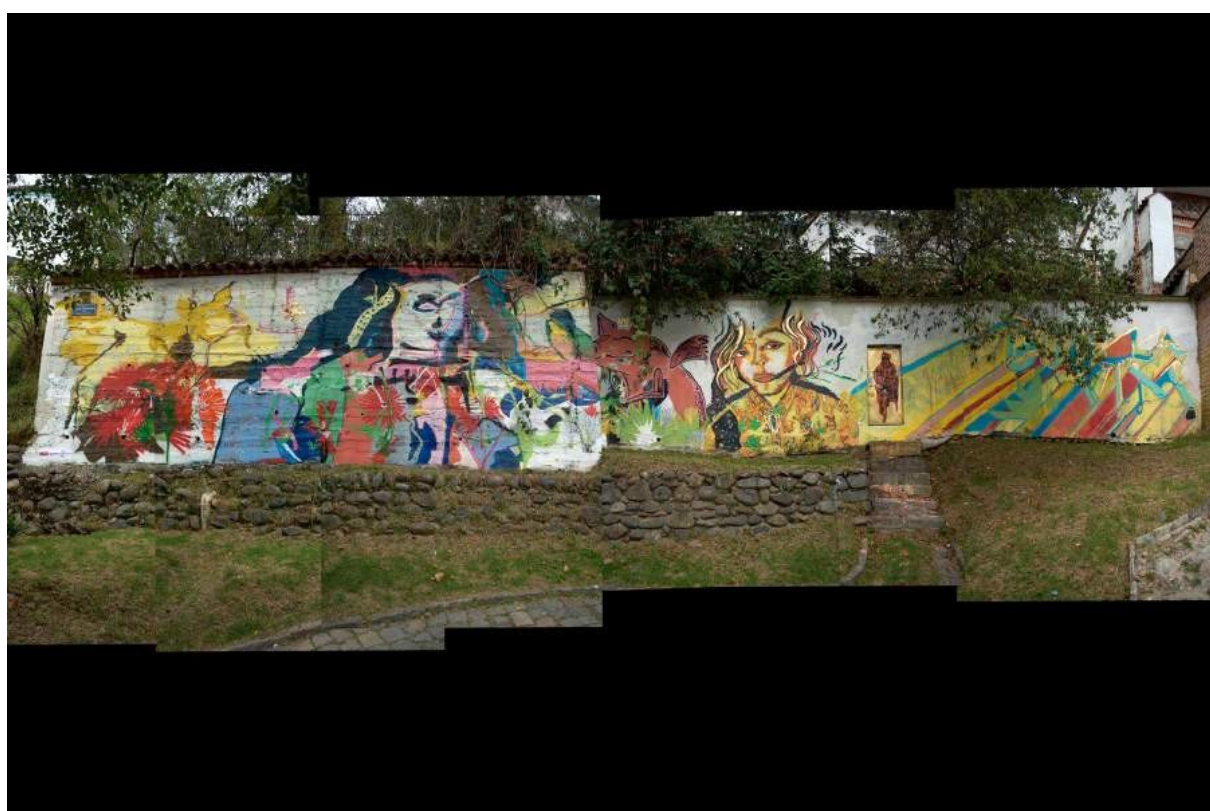


Imagen 93: Vista panorámica del mural finalizado (2016).



Se busca perro
BUENA RECOMPENSA
0985534083

Imagen 94: Hoja escaneada del archivo A quien interese (2015).



3.2.4 Fondos Concursables 2015-2016 (2da. intervención)

A quien interese parte de la premisa de ser un proyecto de investigación artística y antropológica que nació como una iniciativa alterna del proyecto *postgraffiti*. Su origen radica en el interés por las publicidades impresas que se exhiben en los papelógrafos de la ciudad de Cuenca, soportes que funcionan como puntos de difusión para este tipo de comunicación popular.

Desde el mes de agosto del 2015, realicé la recolección de estos mensajes, almacenando gran número de papeles impresos en formato A4 a blanco y negro, salvo algunos casos en los que se recogió mensajes impresos a color. La propuesta de realizar un mural con esta información nació del interés en desplazar el mensaje del papelógrafo a una superficie de mayor tamaño e importancia.

La intervención se ejecutó en el espacio residual perteneciente al Museo Municipal de Arte Moderno (MMAM), pared ubicada en la calle Coronel Talbot, entre Mariscal Sucre y Presidente Córdova. Se optó por esta pared con la intención de activar este espacio que se encontraba en desuso, esto además de las evidentes posibilidades funcionales que despliega como soporte comunicativo con el fin de potencializar la gran variedad de mensajes que iba almacenando.

Empecé la intervención el 6 y 7 de febrero del 2016, cubriendo poco a poco toda la superficie con copias impresas de diversos formatos, a partir del A4, a formatos mayores, por ejemplo, A1 y A0. Se imprimió doce veces la cantidad de hojas recolectadas, en total, cerca de unas mil doscientas hojas que fueron adheridas a la superficie del muro. Varias amistades colaboraron en este proceso, entre ellos Zenzak, Lá Gabriel y otros artistas del colectivo La Mata de Frío Azezino.

La iniciativa de realizar el mural con papeles pegados, nace del acercamiento a una de las modalidades mayormente utilizadas en el arte urbano, la técnica del *paste up* (empapelar). Al ser la intervención que más esfuerzo y concentración requirió, los resultados se encuentran en relación a su factura. Como menciona Jean-Louis Déotte (2012) “Ya que se trata de hacer aparecer, de hacer visible lo no-visto, de articular lo inarticulable, de circunscribir lo que no tiene forma” (p. 99). El muro era observado con gran atención por parte de los espectadores que a diario lo recorrían hasta llegar a la escalinata del Otorongo. Algunas personas fueron



**MATRICULAS
ABIERTAS
UNIDAD EDUCATIVA CUENCA
“ACADEMIA CUENCA”**

- Belleza
- Cosmetología
- Cheff

**HORARIO
MAÑANA O TARDE**

**Teléfono: 2865411 – 0984244820
Calle Narrio y Sara Urco a 20mts
del Parque Curiquingue**

**Se la mejor
Gradúate en la Cuenca**

TÍTULOS REFRENDADOS

Imagen 95: Hoja escaneada del archivo A quien interese (2015).

partícipes al utilizar la pared para comunicarse, ya sea para fines comerciales, poéticos o vandálicos, gesto que a mi parecer, completaba la obra. El público, coproductor de la propuesta, se involucró dando otros usos y significados a este espacio.

La pared fue blanqueada durante la víspera de la XIII Bienal de Cuenca, evento que se inauguró el 25 de noviembre del 2016. Inicialmente se planteó una posible colaboración que permitiría un diálogo entre el mural y la obra de Cevdet Erek, artista turco que había sido invitado para la exposición. Cristóbal Zapata, director actual de la institución, propuso que se conservara el mural y se lo integrara a la muestra.



Imagen 96: Papelógrafo público ubicado en la calle General Torres y Calle Larga, sector del Mercado 10 de Agosto (2015).

Finalmente esta colaboración no se concretó por motivos de coordinación, sin embargo fue importante conocer que gracias a la presencia de mi obra se pudo revitalizar un espacio que tiempo atrás se encontraba perdido en el circuito artístico de la ciudad. Ahora esta superficie es utilizada constantemente como vitrina para los trabajos de otros artistas locales e internacionales. Después de mi intervención y de la obra de Erek para la XIII Bienal, la pared es ocupada por varios graffiteros de la ciudad.



7-15

NO PITE EL RUIDO ENFERMA

Incluye alarmas, miríscos, parlantes de carro

Por un cuenca mejor

HELADO DE COCO 0,30

**BARATO VENDO SITIO
DE 70X90 METROS
COMPLETAMENTE PLANO
EN MEDIO DEL BOSQUE
EN JADAN SECTOR
LLAYZHATAN
INF. 0981837463**

**MATRICULAS
ABIERTAS
UNIDAD EDUCATIVA CUENCA
"ACADEMIA CUENCA"**

- Belleza
- Cosmetología
- Chef

**HORARIO
MAÑANA O TARDE**

Teléfono: 2865411 - 0984244820
Calle Narrio y Sara Urco a 20mts
del Parque Curiquingue

**Se la mejor
Gradúate en la Cuenca TÍTULOS REFRENDADOS**

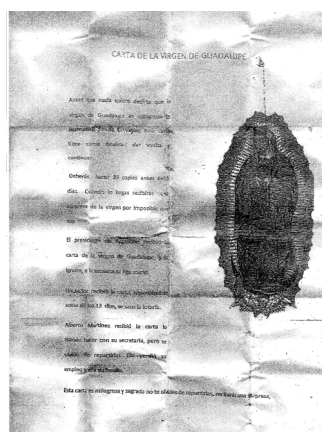
SE VENDE NEGOCIO PARA EVENTOS SOCIALES INF: TARQUI 12-39 Y SANGURIMA CEL: 0995564792

NO TOCAR

The elevator is exclusively
for people. It is forbidden
to use it to transport any
type of heavy load.



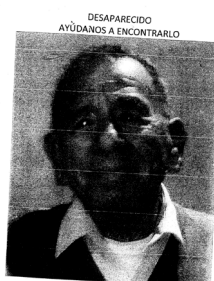
**SOLO POR
HOY CORTES
A \$2.00**



A QUIEN INTERESE

Por motivo de fuerza mayor **BK EVENTOS**, vende su negocio para realizar eventos sociales, contamos con juego de manteles (faldones, mantel base y sobre mantel diversos colores) forros para sillas, lazos para sillas, servilletas de tela, vajillas (platos base, platos postre, taza con plato) cristalería (copas de agua, copas de vino, copas de brindis, vasos de cola, vaso de whisky, copas draqueras, jarras de agua, pozuelos de cristal, hieleras, ceniceros, copas de helado) cubiertos (tenedor grande, tenedor de entrada, cuchillo grande, cuchillo de entrada, cucharita pequeña) charoles, samovares, cafeteras eléctricas, tablas para queso, toda esta mercadería está inventariada, contamos con unos precios muy bajos, visítenos en la calle Tarqui 12-39 y Sangurima Informes: al teléfono 2838178 o celular: 0995564792.

BK EVENTOS



**DESAPARECIDO
AYUDANOS A ENCONTRARLO**

Fue visto por última vez el día sábado 19 de septiembre del 2011, en el Sector Control Sur, Av. Lata y Av. De las Américas, Condominio Tarqui. Desapareció con su vehículo Suzuki Coda 2000cc, 2004-2005. Nombre: Jaime Humberto Guerrero Matute, Edad: 83 años, Estatura promedio: 1.67 metros, Complexión: Normal, Color de piel: morena, Color de cabello: gris, Cantidad de cabello: escaso. Contactarse con familiares a los números: 0987380134 - 0995561975 - 0983355673 - 0979011221 - 0988605403 - 0987445624. Policía asignado: 0982412594.

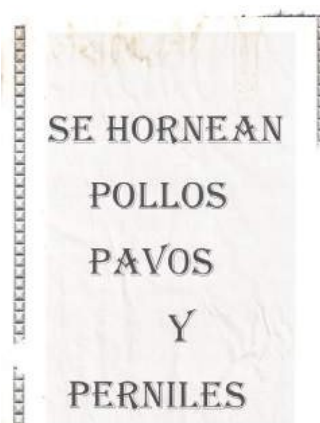


Imagen 97: Hojas escaneadas del archivo *A quien interese* (2016).



Imagen 98: A quien interese, papeles impresos en varios formatos pegados con cola blanca a la pared (2016).



Imagen 99: Mural días antes de ser restaurada, cerca del mes de noviembre del 2016.



Imagen 100: Postal de la muestra itinerante PSTGFFT (2016).



3.2.5 PSTGFFT

Dentro de los objetivos planteados para Fondos Concursables 2015-2016 estaba el desarrollo de una muestra itinerante que daría a conocer la obra de ciertos personajes implicados en la construcción y en el trabajo pictórico en carrocerías de madera (artistas, artesanos, rotuladores, mecánicos, entre otros). La exposición dio lugar a testimonios físicos de todo el material recaudado durante las entrevistas efectuadas, desde objetos encontrados en el viaje, donaciones y acuerdos entre los diferentes actores y mi persona.

PSTGFFT (abreviatura de *postgraffiti*) tuvo lugar el día jueves 28 de abril a las 19:00 en la galería Salida de Emergencia, espacio que cuenta con la dirección de María José Machado, artista y gestora cuencana, que ha dado preferencia a obras de arte contemporáneo y emergente. El nombre de la exposición se encriptó para utilizar uno de los tópicos más recurrentes en el mundo del graffiti, la escritura codificada. La muestra se desarrolló en esa fecha pues el plazo límite de Fondos Concursables se acercaba, sin embargo, el tiempo no impidió que los colaboradores dieran forma a sus diversas creaciones.

Escogí la galería Salida de Emergencia pues la consideré como un espacio ideal para compartir las diversas propuestas de mi proyecto de investigación. En comparación con otros espacios expositivos, su infraestructura, al igual que su modalidad de trabajo permitieron acercarme al público que me interesaba afectar, es decir, jóvenes quienes se interesan en nuestra gráfica popular y en el arte contemporáneo.

Es importante mencionar que muchos de los asistentes sugirieron que para una próxima oportunidad se alargara el tiempo de la muestra y que se consideren espacios alternos de exposición que permitan al proyecto llegar al público más amplio. Esta recomendación fue importante para el desarrollo de Fondos Concursables del Ministerio de Cultura y Patrimonio 2016-2017, para el cual se propuso llevar a cabo la exposición en tres ciudades del Ecuador: Cuenca, Ambato y Guayaquil.

En Salida de Emergencia *PSTGFFT* se distribuyó en tres salas de la galería, en la primera se colocó el trabajo de Ángel Ochoa (*Imagen 77*) que consistió en tres latones ilustrados a base de esmalte que representaban las tres regiones del Ecuador: Sierra, Costa y Oriente. En la parte central se exhibió el cajón a escala del maestro Marcelo Zhingri.



Imagen 101: Primera sala de PSTGFFT (2016).

A estas creaciones se sumaron dos plantillas hechas en cartulina de los rotuladores Ángel Sacaquirín de Cuenca (*Imagen 42*) y de la familia Mendía de Azogues (*Imagen 57*). El maestro Pemar de Ambato (*Imagen 60*) aportó con dos latones pintados en esmalte. Además, se expusieron una puerta pintada por el rotulista Max Andrade de Piñas (*Imagen 75*) y dos retratos del pintor vernacular, el gironense Fernando Mora.

Por mi parte presenté cuatro propuestas para la muestra. En la primera sala coloqué un medidor cubierto de pegatinas impresas con información de los mensajes que se recolectaron durante el desarrollo del proyecto *A quien interese*; junto a este medidor se encontraba *Señoritas-Senecyt*, dos mensajes impresos en formato A4, a blanco y negro que fueron hallados en Piñas mientras visitaba el cantón para entrevistar al artista popular Max Andrade. En la segunda sala estaba la pieza *Recorriendo mi lindo Ecuador*, veinte dibujos en papel calco cuya intención era capturar instantes de mi viaje en busca de los rotuladores del país.



Imagen 102: Segunda sala de PSTGGFT (2016).

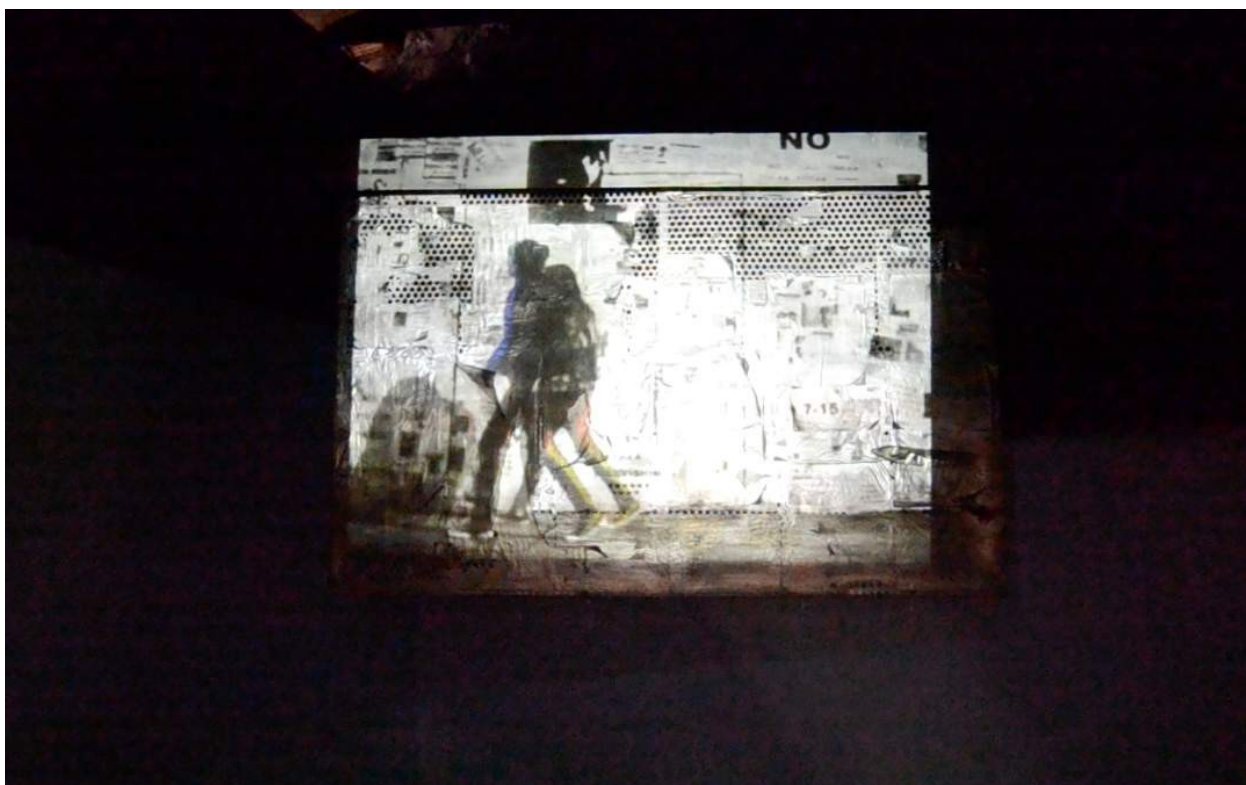


Imagen 103: A quien interese 2, proyección sobre un papelógrafo público pintado con aerosol dorado, 2'18", realizado por Santiago Vanegas M. y La Mata de Frío Azezino (2016).



En la tercera sala se expuso *A quien interese 2*, un audiovisual proyectado en un papelógrafo público pintado de dorado. El video mostraba como un camión comercial se preparaba para partir mientras se encontraba parqueado frente del muro intervenido en el espacio residual del Museo Municipal de Arte Moderno.

Durante el evento se compartió una publicación impresa independiente (de un tiraje de ochenta y nueve *fanzines*). Esta material contenía información acerca del proyecto de investigación, además de los testimonios entregados por los entrevistados y datos de las tres intervenciones realizadas en el espacio público. Al utilizar el *fanzine* como medio de difusión del graffiti se reiteró mi práctica artística dentro del ámbito del arte urbano.

Aun cuando el poeta alcance un repertorio simbólico tradicional [...], lo hace para proporcionar nueva substancia simbólica a viejas imágenes míticas: y si intenta universalizar su proceso, confía la universalización a la fuerza comunicante de la poesía, y no a una situación socio-psicológica ya existente. Intenta, pues, instituir un modo de sentir y de ver (Eco, 1984, p. 252)

Estas propuestas fue concebido como una oportunidad para activar y motivar el desarrollo de prácticas alternas desde una narración que explicara lo ocurrido en el proyecto sin omitir detalles sobre los acontecimientos imprevistos o los incidentes aleatorios que sucedieron en el transcurso de la investigación. A partir de esta premisa, se recurrió a diversas fuentes de mensajes y códigos de comunicación popular, frecuentemente utilizados dentro de lo que Miguel Alvear (2013) define como estética de la carretera.

Los objetos presentados tenían la intención de acentuar aquellas características populares que comprenden el uso de multiples lenguajes, materiales y técnicas acompañado de un gran bagaje simbólico e iconográfico. Además, deseaba presentar códigos comunicacionales no previstos convencionalmente en la naturaleza contextual de nuestras galerías o museos. Utilizar los significantes de lo popular en una indagación e involucramiento con otros significados del arte contemporáneo para generar discusiones que operen tanto dentro del sistema de arte, como fuera de él, desplegando funciones de descubrimiento, de provocación y de novedad.

3.3 Conclusiones

La cultura popular como un espacio dinámico de producción de significados, prácticas creativas y resistencias, parte de procesos complejos en los que se dan flujos en sentidos múltiples entre lo alto y lo bajo, lo tradicional y lo moderno, produciendo cruces e hibridaciones que no se presentan de una manera armoniosa, por lo contrario, ocurren en formas conflictivas. Hal Foster (2003) lo mira como un aspecto dialéctico, en el sentido de que hay una lucha continua, irregular y desigual por parte de la cultura dominante, cuyo propósito es desorganizar y reorganizar constantemente a las clases populares, encerrando y confinando sus definiciones y representaciones.

La gráfica popular a través de lo público sirve como un espacio en el que los individuos y los conglomerados sociales tienen la capacidad de encontrar intersticios y por medio de tácticas, prácticas o maneras de vivir hacer uso del espacio común. Las consecuencias pictóricas que he extraído de esta investigación son por igual un homenaje y una continuación de estos planteamientos y de la puesta en práctica de los diferentes rotulistas del país. El arte se integra a la sociedad y a la vida cotidiana de un modo tan profundo que su función primaria consiste en estimular determinadas reacciones con posibilidades inimaginables en experiencias y beneficios.

En todo artefacto delicado, resistente y complejo, como la ciudad, hay también un potencial de desorden, encarnizado en desmentir el ideal de sistema integrado que contradicen la intemperie, los espacios abiertos, las calles, las vías de transporte y, sobre todo, la competencia por ocupar materialmente los edificios y la tierra. (Sarlo, 2009, p. 13)

Lo local, al ser un factor muy importante de observación que se interpreta desde diversos puntos de vista, permite enfocarse en la diversidad cultural y la proximidad a la vida cotidiana. Según Beatriz Sarlo, periodista, escritora y ensayista argentina, siempre ha sido la ciudad el espacio que fabrica su lugar de discusión, un espacio de producción, altamente crítico, donde se plantean varias dinámicas y conflictos entre la ciudad real y la ciudad imaginada, tramas espesas de signos, capas y capas de configuración significativas. La profesora e investigadora cubana Amaya Quincoces (2008), comenta al respecto “que solo lo nuestro, autóctono y propio, podrá distinguirnos y hacernos resistentes en términos competitivos, y para convertir nuestro tesoro artístico, una vez que está hecho, en una fuerza competitiva



tangible, tenemos que aumentar el umbral mínimo de nuestros conocimientos a partir de utilizar en beneficio propio las armas del enemigo”.

Por otra parte, Rojas (2011) sostiene que la primera acepción de forma es todo aquello que introduce una distinción, a la vez que conforma la sensibilidad, dando así origen a la subjetividad, por un lado, y a la objetividad, por el otro. El arte muestra estos procesos, relaciones y transformaciones que llevan desde lo in-distinto a lo distinto. Tanto las propuestas artísticas que trabajan resignificando la cultura popular, como las prácticas artísticas que se ocupan del espacio público son significativas en términos sociales. La forma no se agota en la expresión de unos ciertos contenidos, sino que los rebasa, solo así esa forma estará en la capacidad de expresar otros contenidos diferentes.

Porque la naturaleza implica diversidad, variación, constante emergencia de lo nuevo, de lo distinto, que se agrupa en grandes conjuntos marcados por la multiplicidad que, por otra parte, se corresponde de mejor manera con la imagen [...] “... la bella diferencia cultural. O por el contrario, tomar la multiplicidad en la cultura, la cultura en cuanto multiplicidad.” (Rojas, 2011, s/p)

Postgraffiti no implica únicamente un ejercicio estético en el cambio en los procedimientos de la representación sino que, además una transformación en las condiciones de la percepción de la gráfica popular aplicada a través de técnicas del arte urbano y del graffiti. La referencialidad de esta práctica ha dado lugar a otras alternativas, emprendiendo un camino amplio de interpretaciones y razones sobre diversas posibilidades de creación. Como tal, se completa con la participación dinámica del espectador, entendido éste como un participante, que hace una relectura de las líneas de ruptura, redefiniciones, alteraciones, cambios de dirección y de perspectiva que permiten el camino hacia nuevas prácticas artísticas desde América Latina. El mundo del arte nos abre las puertas a múltiples contextos de una hiperproducción semiótica popular, la combinación y compatibilidad de una imaginación colectiva para generar otras miradas de forma abierta y plural.

Desde las premisas que planteo el proyecto, gira entorno a un intento de derrumbar aquella mirada “culta” que define a la visualidad popular como una estética menor. Mis conclusiones se aclaran cuando vuelvo a comprobar que fue y es posible proponer alternativas al momento de generar propuestas alternas, desde las prácticas emergentes popular y urbana.

El soporte mutuo entre una comunidad de artistas, artesanos o rotuladores y un público receptivo a su trabajo, da lugar a un intercambio en la política económica del arte, el punto en el cual el significado se construye y reconstruye en la urgencia de generar formas de exhibición inteligentes y sensibles al público. Según Paul O'Neill (2012) es necesario para el arte ser una de las pocas modalidades de resistencia crítica ante la hegemonía de las transformaciones globales, y en el que el compromiso y la experimentación de muchos artistas resulta todavía una fuente de increíbles promesas para el futuro.

La nueva sensibilidad, el nuevo público, la nueva actitud estética tiene que ser creada; no es fruto de un proceso espontáneo. [...] En efecto, la producción artística no solo proporciona los objetos adecuados para satisfacer una necesidad humana, sino que crea también nuevos modos de gozar de su belleza y crea, asimismo, el sujeto -el público- capaz de asimilar lo que no puede ser ya asimilado por quienes siguen atentos a viejas formas de goce estético. (Sánchez, 1972, p. 281)

Si somos un grupo actuante, realmente participativo, seremos un grupo que se opone a cosas, argumentos, hechos. Este proyecto no predica pensamientos abstractos sino que comunica pensamientos vivos existentes en nuestro contexto latinoamericano. Para tener una posición cultural activa, hay que estar en contra, visceralmente en contra de todo, es decir, en contra del conformismo cultural, político, ético o social. Una necesidad mayor, no solo simplemente de crear, sino de comunicar algo fundamental.

Esa comunicación tendría que darse a gran escala, no en una reducida élite de expertos, sino incluso contra ella. Hélio Oiticica (2016) comentó que este es el rasgo esencial del arte, no solo martillar contra las estéticas del pasado o contra los conceptos ya anticuados, sino crear otras condiciones experimentales donde el artista asume el papel de “propositor” o “empresario”, o incluso “educador”, para suscitar una condición amplia de participación popular en nuevas propuestas artísticas del siglo XXI.



BIBLIOGRAFÍA

Libros y artículos en libros

1. ALVEAR, Miguel (2013). *Mecánica Popular / Obras y proyectos (1989-2013)*. Cuenca, Ecuador: Centro de Arte Contemporáneo.
2. AMBROSE, Gavin y Harris, Paul (2006). *The Fundamentals of Creative Design*. Ava Publishing.
3. AUZ, Luis Fernando (2012). *Arte Bastardo * 2012: Intervención, acción y gráfica urbana ecuatoriana*. Quito, Ecuador.
4. BARRAGÁN, Juan Lorenzo (2009). *111 íconos populares*. Quito, Ecuador.
5. BARRAGÁN, Juan Lorenzo (2007). *Gráfica popular*. Ecuador: Edicuatorial.
6. BARRAGÁN, Juan Lorenzo (2006). *Máscara Ecuador*. Ecuador: Edicuatorial.
7. BAUDRILLARD, Jean (1976). *Cool Killer o la insurrección del signo*. En *L'échange symbolique ou la mort*. Paris: Gallimard.
8. BOURDIEU, Pierre (2002). *Elementos de una teoría sociológica de la percepción artística*. La Habana, Cuba.
9. BOURRIAUD, Nicolas (Trad. Michèle Guillemont). (2009). *Radicante*. Buenos Aires, Argentina: Adriana Hidalgo.
10. CERBINO, Mauro (2da. Edición). (2011). *Programa de estudios de postgrados en artes. Universidad de Cuenca. Curso monográfico. Antropología urbana*. Cuenca, Ecuador.
11. CUADRA, Álvaro (2013). *Ópticas de la Modernidad: De Julio Verne a Walter Benjamin*. Saarbrücken, Alemania: Editorial Académica Española.
12. CUCHE, Denys (2004). *La noción de la cultura en las ciencias sociales*. Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión.
13. DONDIS, Donis (Ed. 1era.). (1973). *La sintaxis de la imagen*. Editorial Gustavo Gili.
14. DÉOTTE, Jean-Louis (Trad. Francisca Salas Aguayo). (2012). *¿Qué es un aparato estético? Benjamin, Lyotard, Rancière*. Santiago de Chile, Chile: 2012. Ediciones / Metales Pesados.
15. ECO, Umberto (Trad. Carlos Manzano). (2000). *Tratado de semiótica general*. Barcelona, España: Editorial Lumen.
16. ECO, Umberto (Trad. Andrés Boglar). (1984). *Apocalípticos e integrados*. España: Editorial Lumen.
17. FOSTER, Hal (Trad. Graciela Speranza). (2003). *Arte festivo*. London Review of Books.
18. GALINDO, José (1987). *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. México: Universidad de Colima.



19. GARCÍA CANCLINI, Néstor (2002). *Las culturas populares en el capitalismo*. México: Grijalbo.
20. GARCÍA CANCLINI, Néstor (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
21. KOTTAK, Conrad (2012). *Antropología Cultural*. 2002.
22. KINGMAN, Manuel (1era. edición). (2012). *Arte contemporáneo y cultura popular: el caso de Quito*. Quito, Ecuador: Flacso Ecuador.
23. LA CAJONERA (2009). *Ojo al aviso “Una panorámica de la gráfica, el diseño, el arte y la comunicación visual popular”*. Quito, Ecuador: Impresora Flores.
24. LOTMAN, Yuri (Trad. Desiderio Navarro). (1996). *La semiósfera*. Madrid, España: Ediciones Cátedra.
25. MALO, Claudio (2da. Ed.). (2006). *Arte y cultura popular*. Cuenca, Ecuador.
26. MALO, Claudio (2004). *Identidad de Cuenca*. Cuenca, Ecuador.
27. MANCO, Tristan (2002). *Stencil Graffiti*. Reino Unido: Thames & Hudson.
28. OITICICA, Hélio (Trad. T. Arijón y B. Belloc). (2016) *Experimentar lo experimental*. Cuenca, Ecuador: Colección Nomadismos “Bienal de Cuenca”.
29. O’NEILL, Paul (2012). *“La emergencia del discurso curatorial desde finales de los 60’s al presente” The Curating of Culture and the Culture of Curating*. Cambridge: MIT Press.
30. PACHANO, Simón (Compilador). (2003). *Ciudadanía e identidad*. Quito, Ecuador.
31. PERFECT, Christopher (1era. Ed.) (1994). *The complete typographer*. 1994. Barcelona, España: Blume.
32. QUINCOCES, Amaya (2008). *Gestión de mercadotecnia en el arte*. La Habana, Cuba: Editorial Unión.
33. RICHARD, Nelly (2009). Derivaciones periféricas en torno a lo intersticial. En *Revista Ramona 091*.
34. ROJAS, Carlos (Vol. 2. Versión 3.0). (2011). *Estéticas Caníbales*. Ecuador.
35. SÁNCHEZ, Adolfo (1972). *Las ideas estéticas de Marx*. La Habana, Cuba: Editorial Arte y Literatura.
36. SANTOS, Boaventura de Sousa (2010). *Para descolonizar Occidente “Más allá del pensamiento abismal”*. Buenos Aires, Argentina. Prometeo Libros.
37. SARLO, Beatriz (2009). *La ciudad vista “mercancías y cultura urbana”*. Argentina: Siglo Veintiuno Editores.
38. SCHLENKER, Alex (2012). *Descolonizar las ciencias sociales: revisión del informe Gulbenkian*. Quito, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.



39. SCHNEIDER, Arnd y Wright, Christopher (2006) *The Challenge of Practice*. En *Contemporary Art an Anthropology*. Oxford: Berg Publishers.
40. STAHL, Johannes (Trad. Sergio Martín Acosta). (2009). *Street Art*. China: h.f.ullman.
41. SWANN, Alan (1991). *Diseño y Marketing*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SA.
42. WONG, Wucius (1995). *Fundamentos del diseño*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SA.

Artículos en periódicos, revistas y otros medios impresos

43. MÍNGUEZ, Hortencia (2013). La representación gráfica del espacio: Hacia la humanización del espacio urbano a través del arte efímero. En *Calle 14*.
44. MORILLOS, Orlando (2012). Lo popular como expresión artística: Interculturalidad y transdisciplinariedad. En *Calle 14*.
45. CHAPARRO, Élver y Guerrero, Yulieth (2013). Cultura y estética popular: Lo híbrido, el gusto y la experiencia. En *Calle 14*.

Artículos en medios digitales

46. FALCONÍ, Fernando (2007). Lo bueno, lo bello, lo verdadero. *Río Revuelto*. Recuperado de <http://www.riorevuelto.net/2007/06/obra-lo-bueno-lo-bello-lo-verdadero.html>.
47. LEONE, Guillermo (1998). *Leyes de la Gestalt*. Recuperado <http://www.guillermoleone.com.ar/LEYES%20DE%20LA%20GESTALT.pdf>



LISTA DE FIGURAS

Imagen 1: Plaza de Calpi, parroquia rural de Riobamba (2016)

Imagen 2: *Esperanza*, mural de Elliot Tupac en Bogotá, Colombia (2011)

Imagen 3: *Wanka*, mural de El Decertor en El Tambo, Perú. Aerosol y pintura de agua (2014)

Imagen 4: El rotulista Miguel Ochoa del cantón La Troncal, con su equipo de trabajo (2015)

Imagen 5: Registro de intervención de los tanques de gas como parte del proyecto *En la casa de Adrián Balseca*, Quito (2006). Fotografía: Tranvía Cero, Jorge Zaldumbide.

Imagen 6: Entrevistas con los moradores de un barrio del sur de Quito “Las Colectivas” (Falco, 2005).

Imagen 7: Páginas interiores del catálogo de *Lo bueno, lo bello, lo verdadero* (Falco, 2005).

Imagen 8: X. Andrade en la muestra *The Full Dollar Collection Of Contemporary Art*, en “El Container”, Quito, (2013). Fotografía: Gonzalo Vargas M.

Imagen 9: Quik en acción, Wiesbaden-Erbenheim (1989). Fotografía: Johannes Stahl.

Imagen 10: Henry Chalfant y Martha Cooper en la exposición *Moving Murals* en el City Lore Gallery, Nueva York, 1986. © Rachel Fawn Alban.

Imagen 11: Graffiti realizado por Zenzak y Enoc del colectivo *La Mata de Frío Azezino* en el sector de Los Totems, Cuenca (2012).

Imagen 12: Tag de Zenzak “Efe”, la segunda letra del nombre abreviado del colectivo, *MFA (La Mata de Frío Azezino)*. Cuenca (2012).

Imagen 13: Parte lateral de una carrocería rotulada por Carrocerías San Jorge, taller de pintura del cantón La Troncal, provincia de El Oro. Girón (2012).

Imagen 14: Detalle de la composición donde indica el autor de la pieza, ubicación y número de contacto de su taller de pintura. Girón (2012).

Imagen 15: *Children of the grave return (Regresan los niños de la catacumba)* de Dondi, en el Metro de Nueva York (1980). Fotografía: Henry Chalfant.

Imagen 16: Portada del catálogo *Subway art*, de Martha Cooper y Henry Chalfant, 1984. Fotografía: Martha Cooper.

Imagen 17: *ALM (A La Mierda)*, bomba del artista HTM (Hazlo Tu Mismo), en la carretera vía a Riobamba (2016).

Imagen 18: Material publicitario del catálogo *Postgraffiti*, exposición realizada en la Sidney Janis Gallery, en Nueva York (1983).

Imagen 19: Hojas internas del catálogo *Postgraffiti*, exposición realizada en la Sidney Janis Gallery, en Nueva York (1983).

Imagen 20: Taller y venta de carrocerías con diseños en latón y madera, cerca de Latacunga (2016).

Imagen 21: Archivo de Samuel Guaminga, rotulista de Ambato (2016).

Imagen 22: Carrocería pintada con la técnica de aerografía por Juan Pablo Morocho, Cuenca (2016).

Imagen 23: Ilustración de una carrocería enfocada en los siguientes puntos: tipografía-rotulación, ilustración, cromática y argot popular.

Imagen 24: Detalle tipográfico de un camión rotulado, Parque Industrial - Cuenca (2012).

Imagen 25: Clasificación de los tipos de letras en cinco categorías.

Imagen 26: F. T. Marinetti. *Les mots en liberté futuristes*
(Palabras futuristas en libertad) (1919)

Imagen 27: Detalle de ilustración de un camión de la Compañía Pesada Arizona, sector Feria Libre, Cuenca (2015).

Imagen 28: Clasificación de las ilustraciones en cuatro grupos.

Imagen 30: “The heartbeat of Japan”, texto utilizado en un cajón de madera, Cuenca (2012). Fotografía Josué Abad.

Imagen 31: Ilustración en la parte lateral del cabezal de un camión. Cuenca (2010).

Imagen 32: Tipografía rotulada para una cooperativa del Oriente ecuatoriano, Cuenca (2010).

Imagen 33: Detalle de una composición rotulada por los hermanos Pérez, rotulista de Ambato. Cuenca, (2011).

Imagen 34: Ejemplo de contraste cromático en un bus de la cooperativa San Fernando. Cuenca (2010).

Imagen 35: Carrocería rotulada por un artista autodidacta. Cuenca (2010).

Imagen 36: Color corporativo de la cooperativa de buses del cantón Cumbe. Cuenca (2010).

Imagen 37: Detalle cromático e ilustrativo de un camión rotulado. Cuenca (2010).

Imagen 38: 100 Fuegos, graffiti de Pin8 y Equis en el cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua, Ecuador (2014).

Imagen 39: Rotulador del cantón El Guabo (2016)

Imagen 40: Cartografía de rotuladores y artistas vernaculares entrevistados (2016).

Imagen 41: Equipo de trabajo “Pinturas Pemar”, taller de pintura localizado en Ambato (2016).

Imagen 42: Luis Sacaquirín propietario del taller (2012).

Imagen 43: Álbum fotográfico con los trabajos de Luis Sacaquirín (2010).

Imagen 44: Transportes Reina del Cisne, Oña (2017).

Imagen 45: Juan Pablo Morocho, propietario del taller (2017).

Imagen 46: Diseño de Juan Pablo Morocho para la Cooperativa Santa Isabel, cantón de la provincia del Azuay (2017). Fotografía: Juan Pablo Morocho.

Imagen 47: Diego Sacaquirín y Juan Carlos Morocho (2017).

Imagen 48: Camión ladrillero, Girón (2015).



- Imagen 49:* Rolando Quinde, propietario del taller (2015).
- Imagen 50:* Carrocería en proceso de construcción, Tarqui (2015)
- Imagen 52:* Cajón rotulado por Jorge Enrique Jaramillo, Cuenca (2016).
- Imagen 53:* Roberto Sucunuta, carpintero y propietario del taller (2017).
- Imagen 54:* Cajones de venta en el taller de Roberto Sucunuta (2017).
- Imagen 55:* Gregorio Naranjo en el interior de su taller (2017).
- Imagen 56:* Fotografías de trabajos realizados por Gregorio Naranjo (2017).
- Imagen 57:* Genaro Mendiá y su hijo Milton (2015).
- Imagen 58:* Mario Santiago en su taller (2015).
- Imagen 59:* Recorriendo Rutas Ecuatorianas, Plaza Santiago de Calpi, cantón ubicado cerca de Riobamba (2016).
- Imagen 60:* Raúl Pérez en el patio de su taller (2015).
- Imagen 61:* Rotulación tipográfica ejecutado por Samuel Guaminga y su compañero de trabajo en Pinturas Pemar (2015).
- Imagen 62:* Equipo de trabajo de Pinturas Pemar (2015).
- Imagen 63:* Cajón intervenido por los hermanos Pérez, patio de carrocerías ubicado cerca de Latacunga (2017).
- Imagen 64:* César Cisneros y su padre, Diego Cisneros (2017).
- Imagen 65:* César Cisneros rotulando la parte posterior de un cajón, Ambato (2017).
- Imagen 66:* Representaciones religiosas ilustradas en el taller de Diego Cisneros, Ambato (2017).
Fotografía: Gabriela Pesántez.
- Imagen 67:* Ángel Solís, pintor y propietario del negocio (2017).
- Imagen 68:* Carpeta con las propuestas digitales de don Ángel y su colaborador (2017).
- Imagen 69:* Freddy Almeida, propietario del negocio (2017).
- Imagen 70:* Simulación del recorrido de un bus de la cooperativa Loja, render realizado por Sebastián Design (2017).
- Imagen 71:* Rosa Cuatupamba, comerciante de buses artesanales (2017).
- Imagen 72:* Maqueta de la cooperativa Flota Imbabura (2017). Fotografía: Gabriela Pesántez.
- Imagen 73:* Equipo de trabajo de Carrocerías A&R (2017).
- Imagen 74:* Detalle de un camión rotulado (2017). Fotografía: Gabriela Pesántez.
- Imagen 75:* Max Andrade, rotulista del taller Carrocerías Pontón (2016).
- Imagen 76:* Camión rotulado por Max Andrade (2016).
- Imagen 77:* Miguel Ochoa y su hijo Ángel (2016).
- Imagen 78:* Cuadros de Ángel Ochoa con la técnica de dibujo empleada por los rotulistas ambateños (2016).

- Imagen 79:* Los hermanos Wilmer y Héctor Joffrey Merejildo (2016).
- Imagen 80:* Carrocería rotulada por los hermanos Merejildo (2016).
- Imagen 81:* Hugo Alberto Mirabá, propietario del taller (2017).
- Imagen 82:* Fotografía de una maqueta fabricada por Mirabá (2017).
- Imagen 83:* Paisaje de Hugo Mirabá en el interior de su vivienda (2017).
- Imagen 84:* Luis Monje, propietario del vehículo observando el proceso de pintado de su cajón, Girón (2015).
- Imagen 85:* Bocetos digitales (2015).
- Imagen 86:* Intervención finalizada, Girón (2015).
- Imagen 87:* Boceto digital (2016).
- Imagen 88:* Registro de camiones pintados con diversas representaciones de aves (2016).
- Imagen 89:* Intervención en la calle De la Cruz y Presidente Córdova, sector El Vado, Cuenca (2016).
- Imagen 90:* Stencil de la Virgen del Cisne, rotulista desconocido, Cuenca (2016).
- Imagen 91:* Bocetos digitales (2016).
- Imagen 92:* Proceso de intervención por parte de los integrantes del colectivo MFA (2016).
- Imagen 93:* Vista panorámica del mural finalizado (2016).
- Imagen 94:* Hoja escaneada del archivo A quien interese (2015).
- Imagen 95:* Hoja escaneada del archivo A quien interese (2015).
- Imagen 96:* Papelógrafo público ubicado en la calle General Torres y Calle Larga, sector del Mercado 10 de Agosto (2015).
- Imagen 97:* Hojas escaneadas del archivo A quien interese (2016).
- Imagen 98:* A quien interese, papeles impresos en varios formatos pegados con cola blanca a la pared (2016).
- Imagen 99:* Mural días antes de ser restaurada, cerca del mes de noviembre del 2016.
- Imagen 100:* Postal de la muestra itinerante PSTGFFT (2016).
- Imagen 101:* Primera sala de PSTGFFT (2016).
- Imagen 102:* Segunda sala de PSTGGFT (2016).
- A Imagen 103:* A quien interese 2, proyección sobre un papelógrafo público pintado con aerosol dorado, 2'18", realizado por Santiago Vanegas M. y La Mata de Frío Azezino (2016).



LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Cartografía del rotulismo popular
ecuatoriano en medios de transporte pesado.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
 CAPÍTULO I. REPENSAR LA CULTURA POPULAR	 6
1.4 Ciertas nociones de cultura	7
1.5 Cultura visual en la cotidianidad popular	12
1.6 Contemporaneidad y cultura popular en el arte ecuatoriano	15
 CAPÍTULO II. Graffiti popular	 24
2.5 Graffiti: una idea atemporal	25
2.1.1 NYC Graffiti	32
2.1.2 Postgraffiti	37
2.1.3 Street art	40
2.6 Conocimiento desde la semiótica popular	43
2.7 Análisis semiótico e iconográfico	
de la gráfica popular en medios de transporte pesado	50
2.3.1 Tipografía-Rotulación	53
2.3.2 Ilustración	56
2.3.3 Cromática	58
2.3.4 Argot popular	60
2.3.5 Leyes generales de la Gestalt	65
2.3.5.1 <i>Ley de la figura y fondo</i>	65
2.3.5.2 <i>Ley general de la buena forma (pregnancia)</i>	65
2.3.6 Leyes particulares de la Gestalt	66
2.3.6.1 <i>Ley del cierre</i>	66
2.3.6.2 <i>Ley del contraste</i>	66
2.3.6.3 <i>Ley de la proximidad</i>	67
2.3.6.4 <i>Ley de la similaridad</i>	67
2.3.6.5 <i>Movimiento común o destino común</i>	67
2.8 Lenguajes artísticos <i>postgraffiti</i>	69
 CAPÍTULO III. Postgraffiti	 74
3.3 Cartografía del rotulismo popular	
en el transporte pesado del Ecuador	75

3.4 Entrevistas	79
3.3.6 Talleres Luis Sacaquirín e hijos (San Joaquín, Azuay)	81
3.3.7 Decorart JP (Cuenca, Azuay)	85
3.3.8 Taller de pintura de Sacaquirín (Cuenca, Azuay)	89
3.3.9 Carrocerías Quinde (Tarqui, Azuay)	92
3.3.10 Taller de Carrocerías Sucunuta (Loja, Loja)	95
3.3.11 Taller de Roberto Sucunuta (Loja, Loja)	99
3.3.12 Gregorio Naranjo (Catamayo, Loja)	101
3.3.13 Mendía Publicidad (Azogues, Cañar)	103
3.3.14 El Brochas (Riobamba, Chimborazo)	105
3.3.15 Pinturas Pemar (Ambato, Tungurahua)	107
3.3.16 Taller de Pintura Diego C (Ambato, Tungurahua)	111
3.3.17 Taller de pinturas Solís (Totoras, Tungurahua)	115
3.3.18 Taller de pintura Gamacolor (Latacunga, Cotopaxi)	117
3.3.19 Rosa de Lourdes Cuatupamba (Otavalo, Ibarra)	120
3.3.20 Carrocerías A&R (Ibarra, Imbabura)	122
3.3.21 Carrocerías Pontón-Publicidad Andrée (Piñas, El Oro)	125
3.3.22 Cabrera #2 (Cochancay, Cañar)	127
3.3.23 HJ Publicidad (La Libertad, Santa Elena)	129
3.3.24 Taller Mirabá (Palmar, Santa Elena)	131
3.3.25 Rotulación popular en el transporte ecuatoriano	134
3.4 Intervenciones	137
3.4.1 Intervención del camión de Luis Monje	140
3.4.2 Intervención ilegal en espacio público	144
3.4.3 Fondos Concursables 2015-2016 (1era. intervención)	148
3.4.4 Fondos Concursables 2015-2016 (2da. intervención)	152
3.4.5 PSTGFFT	160
3.4 Conclusiones	165
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	169
LISTA DE FIGURAS	172
LISTA DE TABLAS	176
ÍNDICE	177
ANEXOS	179

ANEXOS

Anexo 1

Talleres Luis Sacaquirín e hijos (San Joaquín, Azuay)

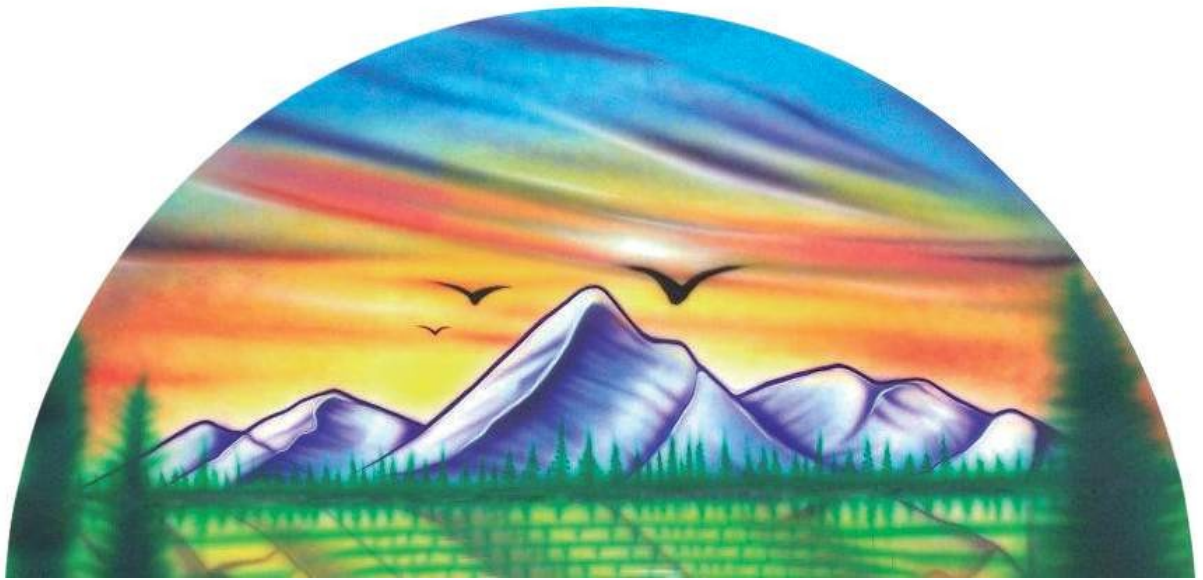






Anexo 2

Decorart JP (Cuenca, Azuay)







Anexo 3

Taller de pintura de Sacaquirín (Cuenca, Azuay)







Anexo 4

Carrocerías Quinde (Tarqui, Azuay)







Anexo 5

Taller de Carrocerías Sucunuta (Loja, Loja)







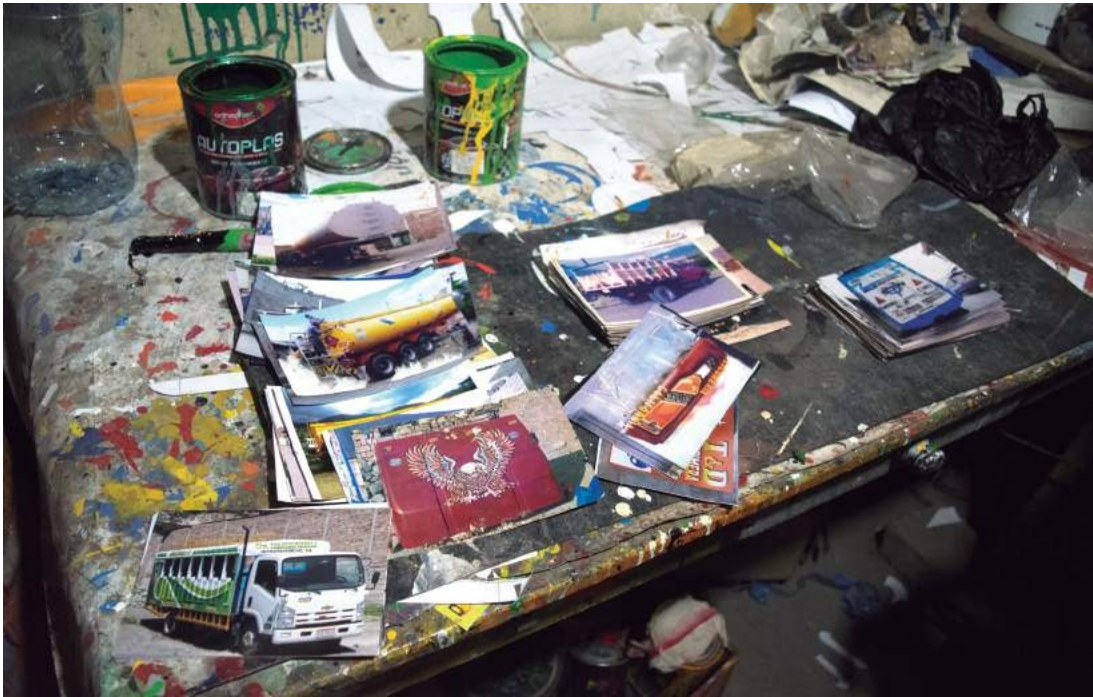
Anexo 6

Taller de Roberto Sucunuta (Loja, Loja)



Anexo 7

Gregorio Naranjo (Catamayo, Loja)







ASERRIO
LA PRIMAVERA
OFRECE LA VENTA DE TODA CLASE
DE MADERA Y PREPARACION
VENTA DE PLYWOOD PUNTALES Y CLAVOS
ATENCION: DE LUNES A DOMINGO CEL. 0994735025

1 DE MAYO
MUNICIPIO DE CATAMAYO

ECUADOR
LBH-4

Anexo 8

Mendía Publicidad (Azogues, Cañar)







Anexo 9

El Brochas (Riobamba, Chimborazo)







Anexo 10

Pinturas Pemar (Ambato, Tungurahua)







Anexo 11

Taller de Pintura Diego C (Ambato, Tungurahua)



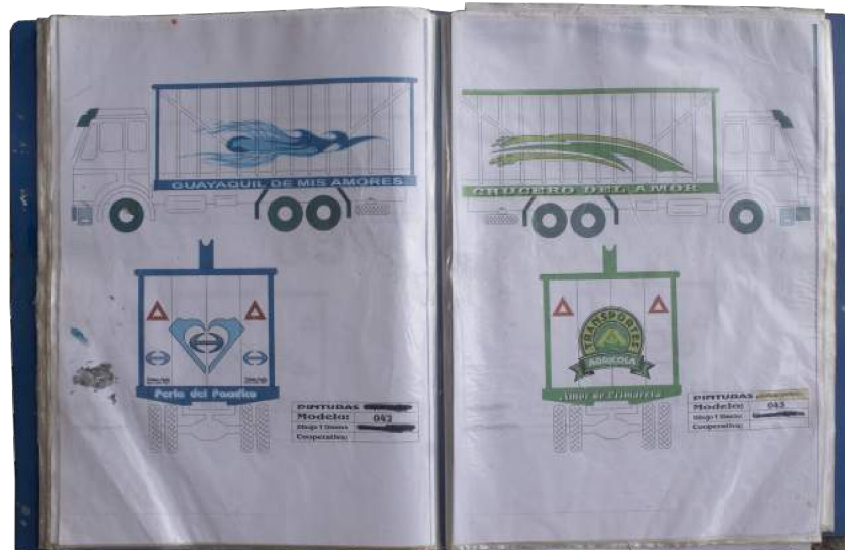




Anexo 12

Taller de pinturas Solís (Totoras, Tungurahua)







Anexo 13

Taller de pintura Gamacolor (Latacunga, Cotopaxi)



Anexo 14

Rosa de Lourdes Cuatupamba (Otavalo, Ibarra)



Anexo 15

Carrocerías A&R (Ibarra, Imbabura)



Anexo 16

Carrocerías Pontón-Publicidad Andrée (Piñas, El Oro)



Anexo 17

Carrocerías Pontón-Publicidad Andrée (Piñas, El Oro)



Anexo 18

HJ Publicidad (La Libertad, Santa Elena)



Anexo 19

Taller Mirabá (Palmar, Santa Elena)



Anexo 20

Cartografía del rotulismo popular ecuatoriano



1. **Nombre:** Luis Sacaquirín
Negocio: Talleres Luis Sacaquirín e hijos
Ubicación (Provincia): San Joaquín (Azuay)
Región: Sierra
Oficio: Rotulista y pintor de carrocerías
Formación académica: Primaria
Familiares en el oficio: Sus hijos, sus sobrinos y un primo
Años experiencia: 40
Tecnología: Computadora, plantillas de cartulina, cinta, cafetera y compresor, pintura poliuretano
Técnica: Ilustración, tipografía, cromática
Maestros: Maestro Rodas



2. **Nombre:** Juan Pablo Morocho
Negocio: Decorart JP
Ubicación (Provincia): Cuenca (Azuay)
Región: Sierra
Oficio: Rotulista, pintor y decorador de carrocerías y buses
Formación académica: Primaria
Familiares en el oficio: Sus cuatro hermanos
Años experiencia: 25
Tecnología: Ordenador, máquinas de impresión y corte, cafetera y compresor, aerógrafo, pintura poliuretano, pintura automotriz, pintura para aerografía textil
Técnica: Ilustración, tipografía, cromática
Maestros: Carrocerías Guzmán



3. **Nombre:** Diego Sacaquirín
Negocio: Taller de pintura de Sacaquirín
Ubicación (Provincia): San Joaquín (Azuay)
Región: Sierra
Oficio: Latonero y pintor de carrocerías y buses
Formación académica: Primaria
Familiares en el oficio: Su padre, su hermano y su tío
Años experiencia: 35
Tecnología: Plantillas de cartulina, cinta, cafetera y compresor, pintura poliuretano
Técnica: Ilustración, tipografía, cromática
Maestros: Guillermo Sacaquirín, su padre

Nombre: Juan Carlos Morocho
Ubicación (Provincia): San Joaquín (Azuay)

Región: Sierra
Oficio: Rotulista y pintor de carrocerías y buses
Formación académica: Primaria
Familiares en el oficio: Su abuelo y sus tíos
Años experiencia: 20
Tecnología: Plantillas de cartulina, cinta, cafetera y compresor, pintura poliuretano
Técnica: Ilustración, tipografía, cromática
Maestros: Guillermo Sacaquirín, su abuelo y sus tíos



4. **Nombre:** Diego Arpi
Negocio: Innovación Publicidad
Ubicación (Provincia): Calle Pedro Berroeta 1-17 y Ricardo Muñoz (Cuenca, Azuay)
Región: Sierra
Oficio: Publicista
Formación académica: Secundaria
Familiares en el oficio: Su padre
Años experiencia: 10
Tecnología: Ordenador, máquinas de impresión y corte
Técnica: Ilustración y tipografía
Maestros: Luis Arpi, su padre



5. **Nombre:** Braulio Puya
Negocio: Ninguno
Ubicación (Provincia): Tarqui (Azuay)
Región: Sierra
Oficio: Artista, artesano y tallerista
Formación académica: Universitaria
Familiares en el oficio: Ninguno
Años experiencia: 30
Tecnología: Óleo y lienzo, herramientas de carpintería
Técnica: Pintura clásica y figurativa
Maestros: Autodidacta



6. **Nombre:** Rolando Quinde
Negocio: Carrocerías Quinde
Ubicación (Provincia): Y de Tarqui (Azuay)
Región: Sierra
Oficio: Latonero, soldador y carpintero de carrocerías
Formación académica: Primaria
Familiares en el oficio: Su hermano y sus sobrinos

Años experiencia: 20

Tecnología: Maquinaria de carpintería y soldadura

Técnica: Construcción de cajones de madera

Maestros: Jacinto Zhingri (Cumbe)



7. **Nombre:** Marcelo Zhingri

Negocio: Talleres Zhingri «De Marcelo Zhingri & Hijos»

Ubicación (Provincia): Taller principal: parroquia Cumbe/ Sector Laureles. Sucursal: carretera Cuenca-Girón a 500m de la gasolinera Rancho Alegre (Azuay)

Región: Sierra

Oficio: Latonero, soldador y carpintero de carrocerías

Formación académica: Primaria

Familiares en el oficio: Su padre, su tío y sus hijos

Años experiencia: 35

Tecnología: Maquinaria de carpintería y soldadura

Técnica: Construcción de cajones de madera y furgones metálicos

Maestros: Jacinto Zhingri (Cumbe)



8. **Nombre:** Jacinto Zhingri

Negocio: Carrocerías Zhingri

Ubicación (Provincia): Cumbe (Azuay)

Región: Sierra

Oficio: Latonero, soldador y carpintero de carrocerías

Formación académica: Primaria

Familiares en el oficio: Su padre, sus hermanos y sus sobrinos

Años experiencia: 35

Tecnología: Maquinaria de carpintería y soldadura

Técnica: Construcción de cajones de madera y furgones metálicos

Maestros: Eliseo Zhingri



9. **Nombre:** Jorge Jaramillo

Negocio: Taller de Carrocerías Sucunuta

Ubicación (Provincia): Loja (Loja)

Región: Sierra

Oficio: Rotulista y pintor de carrocerías

Formación académica: Universitaria

Familiares en el oficio: Su padre, sus hermanos y sus sobrinos

Años experiencia: 25

Tecnología: Plantillas de cartulina, cinta, cafetera y compresor, pintura poliuretano

Técnica: Ilustración, tipografía, cromática

Maestros: Su padre y sus hermanastros



10. **Nombre:** George Jaramillo

Negocio: Taller El negro y el chaleco

Ubicación (Provincia): Loja (Loja)

Región: Sierra

Oficio: Rotulista y pintor de buses

Formación académica: Secundaria

Familiares en el oficio: Su padre y sus hermanos

Años experiencia: 35

Tecnología: Plantillas de cartulina, cinta, cafetera y compresor, pintura poliuretano

Técnica: Ilustración, tipografía, cromática

Maestros: Jorge Enrique Jaramillo



11. **Nombre:** Roberto Sucunuta

Negocio: Taller de Carrocerías Sucunuta

Ubicación (Provincia): Loja (Loja)

Región: Sierra

Oficio: Latonero, soldador y carpintero de carrocerías

Formación académica: Secundaria

Familiares en el oficio: Su padre, su tío y su primos

Años experiencia: 25

Tecnología: Maquinaria de carpintería y soldadura

Técnica: Construcción de cajones de madera y furgones metálicos

Maestros: Ángel Polivio Sucunuta



12. **Nombre:** Gregorio Naranjo Lalangui

Negocio: Ninguno

Ubicación (Provincia): Catamayo (Loja)

Región: Sierra

Oficio: Publicista y rotulador de carrocerías, buses y negocios

Formación académica: Primaria

Familiares en el oficio: Ninguno

Años experiencia: 35

Tecnología: Plantillas de cartulina, cinta, pintura, cafetera y compresor

Técnica: Ilustración, tipografía, cromática

Maestros: Autodidacta



13. **Nombre:** Genaro Mendía

Negocio: Mendía Publicidad

Ubicación (Provincia): San Vicente de Bolivia, Azogues (Cañar)

Región: Sierra

Oficio: Rotulista y pintor de carrocerías

Formación académica: Primaria

Familiares en el oficio: Sus hijos

Años experiencia: 45

Tecnología: Plantillas de cartulina, pintura, cafetera y compresor

Técnica: Ilustración, tipografía, cromática

Maestros: Autodidacta

Nombre: Milton Mendía

Negocio: Mendía Publicidad

Ubicación (Provincia): San Vicente de Bolivia, Azogues (Cañar)

Región: Sierra

Oficio: Rotulista y pintor de carrocerías

Formación académica: Primaria

Familiares en el oficio: Su padre

Años experiencia: 20

Tecnología: Plantillas de cartulina, cinta, pintura, cafetera y compresor

Técnica: Ilustración, tipografía, cromática

Maestros: Genaro Mendía, su padre



14. **Nombre:** Julio Alberto Alarcón (Ambato)

Negocio: Ninguno

Ubicación (Provincia): Cañar (Cañar)

Región: Sierra

Oficio: Artista, muralista y tallerista

Formación académica: Primaria

Familiares en el oficio: Sus hijos

Años experiencia: 25

Tecnología: Óleo y lienzo

Técnica: Pintura clásica y figurativa

Maestros: Ninguno



15. **Nombre:** Mario Santiago

Negocio: Pinturas El Brochas

Ubicación (Provincia): Unidad Nacional y Epiclachima, Riobamba (Chimborazo)

Región: Sierra

Oficio: Rotulista y pintor de carrocerías y buses

Formación académica: Secundaria **Familiares**

en el oficio: Su hermano

Años experiencia: 30

Tecnología: Plantillas de cartulina, cafetera y compresor, pintura poliuretano

Técnica: Ilustración, tipografía, cromática

Maestros: Edison Santiago, su hermano



16. **Nombre:** Raúl Pérez

Negocio: Pinturas Pemar

Ubicación (Provincia): Cerca del Mercado Mayorista, Ambato (Tungurahua)

Región: Sierra

Oficio: Rotulista y pintor de carrocerías

Formación académica: Primaria

Familiares en el oficio: Ninguno

Años experiencia: 40

Tecnología: Plantillas de cartulina, cafetera y compresor, pintura

Técnica: Ilustración, tipografía, cromática

Maestros: Luis Pico, Humberto Mejía Vallejo y Marco Portela

Nombre: Samuel Guaminga (Tixán-Alausí)

Negocio: Pinturas Pemar

Ubicación (Provincia): Cerca del Mercado Mayorista, Ambato (Tungurahua)

Región: Sierra

Oficio: Rotulista y pintor de carrocerías

Formación académica: Primaria

Familiares en el oficio: Ninguno

Años experiencia: 40

Tecnología: Plantillas de cartulina, cafetera y compresor, pintura

Técnica: Ilustración, tipografía, cromática

Maestros: Diego Cisneros y Raúl Pérez



17. **Nombre:** Vinicio Pérez y Geovanny Pérez

Negocio: Pinturas El Sambo

Ubicación (Provincia): Cerca del Mercado Mayorista, Ambato (Tungurahua)
Región: Sierra
Oficio: Rotulistas y pintores de carrocerías
Formación académica: Secundaria
Familiares en el oficio: Sus sobrinos
Años experiencia: 10
Tecnología: Plantillas de cartulina, cafetera y compresor, pintura
Técnica: Ilustración, tipografía, cromática
Maestros: Maestro lojano difunto



18. **Nombre:** Diego Cisneros
Negocio: Taller de Pintura Diego C
Ubicación (Provincia): Ambato (Tungurahua)
Región: Sierra
Oficio: Rotulista y pintor de carrocerías
Formación académica: Primaria
Familiares en el oficio: Su hijo
Años experiencia: 35
Tecnología: Plantillas de cartulina, cinta, cafetera y compresor, pintura poliuretano
Técnica: Ilustración, tipografía, cromática
Maestros: Luis Pico

Nombre: César Cisneros
Negocio: Taller de Pintura Diego C
Ubicación (Provincia): Ambato (Tungurahua)
Región: Sierra
Oficio: Rotulista, pintor de carrocerías y aerografista
Formación académica: Primaria
Familiares en el oficio: Su padre
Años experiencia: 15
Tecnología: Plantillas de cartulina, cinta, cafetera y compresor, pintura poliuretano, aerógrafo
Técnica: Ilustración, tipografía, cromática
Maestros: Diego Cisneros



19. **Nombre:** Geovanni Castro
Negocio: Pinturas Castro
Ubicación (Provincia): Totoras (Tungurahua)
Región: Sierra
Oficio: Rotulista y pintor de carrocerías
Formación académica: Secundaria
Familiares en el oficio: Ninguno
Años experiencia: 30
Tecnología: Plantillas de cartulina, cinta, cafetera y compresor, pintura poliuretano

Técnica: Ilustración, tipografía, cromática
Maestros: Luis Pico



20. **Nombre:** Ángel Solís
Negocio: Taller de pinturas Solís
Ubicación (Provincia): Totoras (Tungurahua)
Región: Sierra
Oficio: Rotulista y pintor de carrocerías
Formación académica: Primaria
Familiares en el oficio: Ninguno
Años experiencia: 25
Tecnología: Plantillas de cartulina, cinta, cafetera y compresor, pintura poliuretano
Técnica: Ilustración, tipografía, cromática
Maestros: Luis Pico



21. **Nombre:** Freddy Jiménez
Negocio: Taller de pintura Gamacolor
Ubicación (Provincia): Latacunga (Cotopaxi)
Región: Sierra
Oficio: Rotulista y pintor de carrocerías y buses
Formación académica: Primaria
Familiares en el oficio: Sus hermanos
Años experiencia: 15
Tecnología: Plantillas de cartulina, cinta, cafetera y compresor, pintura poliuretano
Técnica: Ilustración, tipografía, cromática
Maestros: Sus hermanos



22. **Nombre:** Humberto Maldonado
Negocio: Publicidad Maldonado
Ubicación (Provincia): Otavalo (Imbabura)
Región: Sierra
Oficio: Rotulista y pintor de carrocerías y buses
Formación académica: Universitaria
Familiares en el oficio: Su hermano y sus sobrinos
Años experiencia: 30
Tecnología: Plantillas de cartulina, cinta, cafetera y compresor, pintura poliuretano
Técnica: Ilustración, tipografía, cromática
Maestros: Su hermano



23. **Nombre:** Rosa de Lourdes Cuatupamba Espinoza
Negocio: Ninguno
Ubicación (Provincia): Otavalo (Imbabura)
Región: Sierra
Oficio: Artesana
Formación académica: Primaria
Familiares en el oficio: Su hijo
Años experiencia: 5
Tecnología: Pintura y herramientas de carpintería
Técnica: Ilustración, tipografía, cromática
Maestros: Taller de artesanías



24. **Nombre:** Segunda Aza
Negocio: Carrocerías A&R
Ubicación (Provincia): Ibarra (Imbabura)
Región: Sierra
Oficio: Rotulista, pintor y constructor de carrocerías
Formación académica: Secundaria
Familiares en el oficio: Su prima
Años experiencia: 25
Tecnología: Plantillas de cartulina, cinta, cafetera y compresor, pintura poliuretano, troqueladora, repujado
Técnica: Ilustración, tipografía, cromática
Maestros: Varios

Nombre: Hugo Riascos
Negocio: Carrocerías A&R
Ubicación (Provincia): Ibarra (Imbabura)
Región: Sierra
Oficio: Rotulista, pintor y constructor de carrocerías
Formación académica: Secundaria
Familiares en el oficio: Ninguno
Años experiencia: 25
Tecnología: Plantillas de cartulina, cinta, cafetera y compresor, pintura poliuretano, troqueladora, repujado
Técnica: Ilustración, tipografía, cromática
Maestros: Varios

Nombre: Cecilia Burbano
Negocio: Carrocerías A&R
Ubicación (Provincia): Ibarra (Imbabura)
Región: Sierra
Oficio: Rotulista y pintor de carrocerías
Formación académica: Secundaria
Familiares en el oficio: Su primo
Años experiencia: 5
Tecnología: Plantillas de cartulina, cinta, cafetera y compresor, pintura poliuretano
Técnica: Ilustración, tipografía, cromática
Maestros: Segundo Aza y Hugo Riascos



25. **Nombre:** Max Andrade
Negocio: Carrocerías Pontón-Publicidad André
Ubicación (Provincia): Piñas (El Oro)
Región: Sierra
Oficio: Rotulista y pintor de carrocerías
Formación académica: Secundaria
Familiares en el oficio: Ninguno
Años experiencia: 25
Tecnología: Plantillas de cartulina, cinta, cafetera y compresor, pintura poliuretano
Técnica: Ilustración, tipografía, cromática
Maestros: Su padre



26. **Nombre:** Miguel Felipe Ochoa
Negocio: Pintor ambulante
Ubicación (Provincia): Cochancay (Cañar)
Región: Costa-Sierra
Oficio: Rotulista y pintor de carrocerías
Formación académica: Secundaria
Familiares en el oficio: Su hijo
Años experiencia: 40
Tecnología: Plantillas de cartulina, cinta, cafetera y compresor, pintura poliuretano
Técnica: Ilustración, tipografía, cromática
Maestros: Autodidacta

Nombre: Ángel Ochoa
Negocio: Pintor ambulante
Ubicación (Provincia): Cochancay (Cañar)
Región: Costa-Sierra
Oficio: Rotulista y pintor de carrocerías
Formación académica: Secundaria
Familiares en el oficio: Su padre
Años experiencia: 15
Tecnología: Plantillas de cartulina, cinta, cafetera y compresor, pintura poliuretano
Técnica: Ilustración, tipografía, cromática
Maestros: Miguel Felipe Ochoa, su padre



27. **Nombre:** Wilmer Merejildo y Héctor Joffrey Merejildo
Negocio: HJ Publicidad
Ubicación (Provincia): La Libertad (Santa Elena)

Región: Costa
Oficio: Publicistas, rotulistas y pintores de carrocerías
Formación académica: Secundaria
Familiares en el oficio: Su padre
Años experiencia: 25
Tecnología: Máquinas de impresión y corte, plantillas de cartulina, cinta, cafetera y compresor
Técnica: Ilustración, tipografía, cromática
Maestros: Carlos Merejildo, su padre



28. **Nombre:** Hugo Alberto Mirabá
Negocio: Taller Mirabá
Ubicación (Provincia): Palmar (Santa Elena)
Región: Costa
Oficio: Rotulista y pintor de carrocerías
Formación académica: Primaria
Familiares en el oficio: Sus hijos
Años experiencia: 40
Tecnología: Plantillas de cartulina, cinta, cafetera y compresor
Técnica: Ilustración, tipografía, cromática
Maestros: Autodidacta



29. **Nombre:** Paulino Ángel Floriano
Negocio: Ninguno
Ubicación (Provincia): Valdivia (Santa Elena)
Región: Costa
Oficio: Artesano
Formación académica: Secundaria
Familiares en el oficio: Ninguno
Años experiencia: 20
Tecnología: Plantillas de cartulina, herramientas de carpintería
Técnica: Ilustración, tipografía, cromática
Maestros: Taller de artesanía