



UNIVERSIDAD DEL AZUAY FACULTAD DE DISEÑO ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

**DISEÑO GRÁFICO DE UN SISTEMA DE
COMUNICACIÓN VISUAL PARA DIVULGAR EL
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DE
TÍTULO DE DISEÑADOR GRÁFICO**

Autor:

Víctor S. Coello A.

Director:

Mst: Diego Larriva



Cuenca - Ecuador
2015

**DISEÑO GRÁFICO DE UN SISTEMA DE
COMUNICACIÓN VISUAL PARA DIVULGAR EL
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL**

— VÍCTOR S. COELLO A. —

Autor

Víctor S. Coello A.

Tutor

Mst. Diego Larriva.

Fotografías e ilustraciones

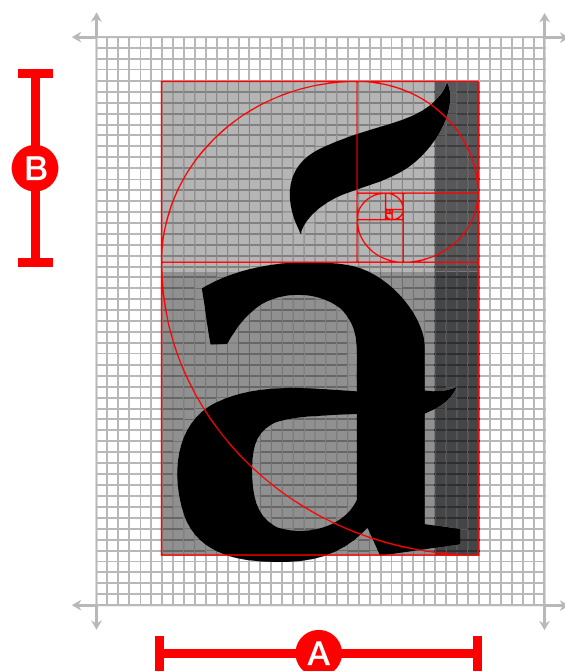
Todas las fotografías son realizadas por el autor,
excepto aquellas que se encuentran con su cita respectiva.

Diseño y diagramación

Víctor S. Coello A.

Cuenca - Ecuador

2015



DEDICATORIA

Siempre me he sentido maravillado por la conciencia y su libertad de volar como en un mundo de niño. Ya no soy un niño y muchos años después, estoy aquí, con un nuevo logro exitosamente conseguido, mi proyecto de tesis.

Lo dedico a mis sobrinos, esos niños de almas libres. Y que los cuerdos de atar no les corten las alas.

AGRADECIMIENTO

A mi familia fuente de apoyo constante e incondicional. Agradezco a mi padre, que en el tiempo que pude compartir junto a él supo sembrar en mí, valores y virtudes que permanecerán y me harán crecer como persona. A mi madre, ejemplo de lucha y perseverancia en los momentos difíciles. A mis hermanas por el ejemplo de vida y los momentos vividos. En especial, mi más grande agradecimiento a mi hermano César, que sin su apoyo hubiera sido imposible culminar mi profesión.

CONTENIDOS

CAPÍTULO 1

1. CULTURA Y DISEÑO

- a. Importancia cultural en el diseño
- b. Patrimonio cultural
 - Patrimonio cultural material
 - Patrimonio cultural inmaterial
- Elementos del PCI
- Divulgar el PCI

2. COMUNICACIÓN VISUAL

- a. Mensaje
 - Emisor / Receptor
 - Mensaje
 - Delimitación
 - Estructura
- b. Estrategia
 - Medio
 - Elección del medio
 - Branding
 - Aspecto estético
- c. Diseño
 - Forma y contenido
 - Elementos y sistemas
 - Alineamiento
 - Equilibrio
 - Formato
 - Atracción y orientación
 - Simetría y asimetría

3. DISEÑO EDITORIAL

- a. El diseño editorial
 - Qué es el diseño editorial
 - Revista
- b. Maquetación
 - Formato
 - Retículas

18

19

20

20

20

21

21

22

23

23

23

23

23

24

24

24

25

25

26

26

26

26

26

27

27

27

28

29

29

29

30

30

30

- Ritmo

c. Arquitectura de la pagina

- Márgenes

- Columnas

- Medianil

- Línea base

- Folios

d. Jerarquización

e. Composición

- Tipografía

- Imágenes

- Color

4. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

a. Entrevistas

b. Homólogos

c. Conclusiones

CAPÍTULO 2

1. TARGET

a. Persona design

2. PARTIDOS DE DISEÑO

a. Forma

b. Función

c. Tecnología

d. PLAN DE NEGOCIOS

- Producto

- Precio

- Plaza

- Promoción

31

32

32

32

32

32

32

33

34

34

34

35

36

37

40

43

CAPÍTULO 3

1. DIEZ IDEAS CREATIVAS

- Vintage
- Revista 3d
- Tipografía
- Desplegable
- Independiente
- Fotografía
- Ecorevista
- Coleccionable
- Ilustrada
- Álbum
- b. concrecion
- c. Idea final

2. SISTEMA GRÁFICO

- a. Nombre
- b. Marca
 - Diseño de marca
 - Isotipo
- c. Manual de estilo
 - Principios generales
 - Normas de estilo
 - Normas de diseño
- d. Revista Ánima
 - Portada
 - Retícula
 - Composición
 - Cromatica
 - Tipografía
 - Imagen
 - Páginas

3. CONCLUSIONES

4. RECOMENDACIONES

5. BIBLIOGRAFÍA

58

59

60

61

62

63

64

65

66

67

68

69

70

72

74

76

77

80

84

86

87

88

90

92

97

102

104

106

107

108

116

117

119

ÍNDICE DE IMÁGENES

* Se ha usado google shortener para optimizar el espacio y por estética.

* Las ilustraciones o fotografías que presenten la etiqueta “a” son propias del autor.

01 <http://goo.gl/vQ9alt>

02 <https://goo.gl/VdAu6j>

03 <http://goo.gl/0STrA3>

04 <http://goo.gl/XIGklg>

05 <https://goo.gl/9lV0vp>

06 <http://goo.gl/0STrA3>

07 <https://goo.gl/dwm0R9>

08 <https://goo.gl/0s08Zo>

09 <https://goo.gl/hvOQqV>

10 <https://goo.gl/dN5FrG>

11 <https://goo.gl/h18Xrs>

12 <https://goo.gl/7st3xh>

13 <https://goo.gl/ZVNPeY>

14 <http://goo.gl/sVcGn0>

15 <https://goo.gl/F70bCp>

16 <https://goo.gl/Xg7yU8>

17 <https://goo.gl/nwbNOS>

18 <https://goo.gl/XTcVbD>

19 <https://goo.gl/zW7Q1z>

20 <https://goo.gl/aaHy2o>

21 <https://goo.gl/IAYqnZ>

RESUMEN

DISEÑO GRÁFICO DE UN SISTEMA DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA DIVULGAR EL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL.

El Patrimonio Cultural Inmaterial es un componente esencial de mantenimiento de la diversidad cultural, no obstante, el desconocimiento y la creciente globalización, han puesto algunos de sus elementos en riesgo de desaparecer.

En este proyecto mediante teorías de comunicación visual y diseño editorial, se estableció un sistema gráfico de comunicación visual que consta del diseño de una revista y su manual de aplicación. Ocupando la fotografía, yuxtaposición de elementos geométricos y el collage proponiendo una estética contemporánea en donde exponer temas como: ceremonias, mitos, leyendas etc.. Aportando a la preservación el PCI de los diferentes cantones del Ecuador. Caso: Cantón Morona.

Topic: Visual Communication System as a tool for disseminating intangible cultural heritage

Proposed title: Graphic design of a visual communication system for the dissemination of intangible cultural heritage

ABSTRACT

The intangible cultural heritage is an essential component for maintaining cultural diversity; however, lack of knowledge and increasing globalization have put some of its elements in danger of disappearing. By means of this project, we established a graphic system of visual communication which consists of a magazine design and its implementation handbook. This was carried out by applying the theories of visual communication and editorial design. We used photography, juxtaposition of geometric elements and the collage: presenting a contemporary aesthetic proposal where topics such as ceremonies, myths, legends, among others, are exposed. In this way, we contribute to the preservation of the Intangible Cultural Heritage (ICH) of the different cantons of Ecuador, Case: Morona Canton

Keywords: Editorial Design, Visual Communication, Intangible Culture, Magazine, Vintage, Juxtaposition, Geometric, Collage, Photography, Graphic System, Contemporary, Tradition, ICH, Identity, Anima, Independent, Journalistic, Narrative.



Victor S. Coello A.
STUDENT



Dis. Diego Larriva
DIRECTOR



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY
Dpto. Idiomas



Translated by,
Lic. Lourdes Crespo



a	cultura shuar
---	---------------

OBJETIVOS

Objetivo general

Aportar en la preservación del patrimonio cultural inmaterial de los diferentes cantones del Ecuador, mediante el desarrollo de un sistema de comunicación visual que informe sobre la riqueza cultural que poseen.

Objetivo específico

Diseñar un sistema de comunicación visual que muestre el patrimonio cultural inmaterial del Cantón Morona.

INTRODUCCIÓN

Los seres humanos somos muy diferentes entre sí, sin embargo esa diferencia no tiene que ver con el aspecto racial como las demás especies animales; esta tiene que ver con el aspecto cultural, que es el resultado de nuestro razonamiento. Tenemos la capacidad de pensar, así resolvemos situaciones de manera diferente. Nuestros antepasados lidiaron con entornos diversos y lo afrontaron de la mejor manera, debido a esto y a nuestra naturaleza de ser animales sociales surgieron diversas culturas, cada una con particularidades ordenadas y organizadas.

La identidad cultural tiene gran importancia, ya que gracias a ella podemos identificarnos como individuo o como parte de un grupo, teniendo nuestra propia forma de ser y de pensar. Es responsabilidad nuestra preservar la cultura, ya que en este tiempo de constante cambio y creciente globalización, se ve amenazada y en peligro de desaparecer.

“La cultura está conformada por una serie de objetos materiales y no materiales, pautas de conducta y creencias que no se agotan de manera inmediata, sino que permanecen en el tiempo superando las limitaciones generacionales y manteniendo su validez para los que existen y existirán en el futuro”. (Malo, 2013, p. 15).

El patrimonio cultural está formado por dos grupos: el patrimonio cultural material, y el patrimonio cultural inmaterial. Según la UNESCO, en un principio se creía que el PCI se limitaba a monumentos y colección de objetos, pero hoy en día sabemos que comprende también tradiciones heredadas de nuestros antepasados como son: danzas, fiestas, mitos, música y leyendas.

“¿Por qué salvaguardar el PCI? según la UNESCO (2011), Pese a su fragilidad, el patrimonio cultural inmaterial es un importante factor del mantenimiento de la diversidad cultural frente a la creciente globalización. La comprensión del patrimonio cultural inmaterial de diferentes comunidades contribuye al diálogo entre culturas y promueve el respeto hacia otros modos de vida”. (¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?, párr. 2).

El desconocimiento y la pérdida de algunos elementos del PCI, son temas que deben ser abordados ahora. La tecnología ha avanzado y es parte de la evolución cultural. Los tiempos cambian pero no podemos dejar a un lado el espíritu y la tradición, lo correcto está en utilizar las nuevas herramientas tecnológicas para mostrar la diversidad cultural y creatividad humana que tuvimos y que tenemos. Y es el trabajo de esta tesis.

CAPÍTULO 1

CULTURA Y DISEÑO

CULTURA Y DISEÑO

La creatividad no es una respuesta fija como la instintiva ante un estímulo, parte de una palnificación, simple o compleja, para hacer frente a situaciones que se dan en el presente y cuyos efectos o resultados se ponen de manifiesto en el futuro. (Malo, 1988, p.15).

Los seres humanos somos muy diferentes entre sí, sin embargo esa diferencia no tiene que ver con el aspecto racial como las demás especies animales; esta tiene que ver con el aspecto cultural, que es el resultado de nuestro razonamiento. Tenemos la capacidad de pensar, así resolvemos situaciones de manera diferente. Nuestros antepasados lidiaron con entornos diversos y lo afrontaron de la mejor manera, debido a esto y a nuestra naturaleza de ser animales sociales surgieron diversas culturas, cada una con particularidades ordenadas y organizadas.

Entre las múltiples diferencias que entre el hombre y el animal existen, una plena de consistencia es la cultura en el sentido de que el ser humano es un animal capaz de crear cultura y luego organizar su comportamiento individual y colectivo de acuerdo con ese sistema de normas por él generado. Parte esencial a la cultura es el diseño y, si aceptamos la más difundida tesis para establecer el tránsito del simio al hombre: la sistemática elaboración de herramientas y utensilios, tendríamos que asumir que el ser humano hace su aparición en nuestro planeta diseñando, es decir como diseñador. (Malo, 1988, p.14).

Según Malo González, en el III SEMINARIO NACIONAL DE DISEÑO nos habla de "La cultura popular y el Diseño", y nos dice que: Ni es esta la oportunidad ni el espacio de tiempo suficiente para entrar en el laberinto de una definición de diseño en la que exista un amplio y, de ser posible, universal consenso. Partimos de un concepto muy general de Víctor Papanek: "Diseño es el esfuerzo consciente para establecer un orden significativo". Si diseñar presupone conciencia, es decir conocimiento de lo que se hace y de lo que se busca, y significado, es decir una relación medio-fin-medio lograda a través de un ordenamiento de los elementos con que se cuenta y de una secuencia de acciones que denominamos esfuerzo, diseñar es una actividad esencial y fundamentalmente cultural. (Malo, 1988, p.14).

"El anhelo de encontrar nuevas formas de expresión que nos diferencien y nos revaloricen como pueblo se ha vuelto un motivo constante en el diseño gráfico ecuatoriano serio, que busca, a través de la investigación, hallar formas propias de expresión visual, y en esa búsqueda están lo precolombino, lo colonial y republicano, la naturaleza ecuatoriana y la cultura popular, es decir, aquello que está fuera de los círculos aceptados como académicos o de moda. (Lazo Galán, 2013, p. 121).

PATRIMONIO CULTURAL

La cultura está conformada por una serie de objetos materiales y no materiales, pautas de conducta y creencias que no se agotan de manera inmediata, sino que permanecen en el tiempo superando las limitaciones generacionales y manteniendo su validez para los que existen y existirán en el futuro. (Malo, 2013, p.15).

El tiempo humano es muerte y vida, extinción y perpetuación. Su tránsito acaba con muchos elementos, pero al preservar lo que trasciende lo común, lo perpetúa y lo transforma, no en pertenencia de personas caducas y transitorias, sino en propiedad de colectividades que se sienten identificadas con los otros que a la vez son míos. No considero descabellado que realizaciones de nuestros días puedan ser consideradas partes de los patrimonios culturales de nuestra colectividad, pero lo usual es que estos elementos adquieran esta categoría al superar las pruebas del tiempo,

al demostrar ante la conciencia colectiva que fueron capaces de superar el poder destructivo de la muerte y del olvido. El patrimonio cultural sería entonces una actualización del pasado al presente y, en consecuencia, un referente para la planificación hacia el futuro. (Malo, 2001, p. 34).

El patrimonio cultural está formado por dos grupos: el patrimonio cultural material, y el patrimonio cultural inmaterial. Según la UNESCO, en un principio se creía que el PCI se limitaba a monumentos y colección de objetos, pero hoy en día sabemos que comprende también tradiciones heredadas de nuestros antepasados como son: danzas, fiestas, mitos, música y leyendas.

- Patrimonio cultural material

Los objetos que por diferentes razones han sobresalido en la época en que fueron hechos y no se han destruido totalmente, son parte del patrimonio cultural y deben ser conservados y mantenidos ya que, más allá de los hechos y las ideas de la historia, los objetos en sí son más elocuentes para una valoración intelectual y emotiva del pasado. (Malo, 2013, p.16).

- Patrimonio cultural inmaterial

“La vida colectiva es tan variable y compleja que, a primera vista, es muy difícil establecer cuáles de esas manifestaciones culturales deben ser consideradas patrimonio cultural inmaterial en cada cultura en cada cultura y en aquellas que merecen tener categoría universal. La UNESCO intenta una definición. La decisión se puntualizó en la “Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial” reunida en París el 17 de octubre de 2003.

En este documento dice:

“ Se entiende por “patrimonio cultural inmaterial” los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. A los efectos de la presente Convención, se tendrá en cuenta únicamente el patrimonio cultural inmaterial que sea compatible con los instrumentos internacionales de derechos humanos existentes y con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible”. (Malo, 2013, p.24).

- Elementos patrimonio cultural inmaterial

Según la UNESCO (2003), el patrimonio cultural inmaterial, se manifiesta en particular en los ámbitos siguientes:

- a) tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial;
- b) artes del espectáculo;
- c) usos sociales, rituales y actos festivos;
- d) conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo;
- e) técnicas artesanales tradicionales.

- Divulgar el PCI

“¿Por qué salvaguardar el PCI? según la UNESCO (2011), Pese a su fragilidad, el patrimonio cultural inmaterial es un importante factor del mantenimiento de la diversidad cultural frente a la creciente globalización. La comprensión del patrimonio cultural inmaterial de diferentes comunidades contribuye al diálogo entre culturas y promueve el respeto hacia otros modos de vida”. (¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?, párr. 2).

El desconocimiento y la pérdida de algunos elementos del PCI, son temas que deben ser abordados ahora. La tecnología ha avanzado y es parte de la evolución cultural. Los tiempos cambian pero no podemos dejar a un lado el espíritu y la tradición, lo correcto está en utilizar las nuevas herramientas tecnológicas para mostrar un poco de la diversidad cultural y creatividad humana que tuvimos y que tenemos. Y es el trabajo de esta tesis.

COMUNICACIÓN VISUAL

MENSAJE

El diseñador, a diferencia del artista, no es normalmente la fuente de los mensajes que comunica, sino su intérprete. También a diferencia del artista, el trabajo del diseñador debe estar desposeído de rasgos personales notorios que se interpongan entre el público y el mensaje. (Frascara, 2000, p.21).

- Emisor / Receptor

En la comunicación existe la necesidad de expresar algo, es cuando se crea el mensaje (emisor), el cual se transmite por un canal a un receptor. "El emisor espera que el mensaje despierte conciencia, además de interés y credibilidad, y finalmente consiga el efecto deseado".(Bergström, 2009, p.30).

- Mensaje

Cuando habla de temas por ejemplo: historia o cultura están compuestas por información un poco cansada, es decir -aburrida-. En el momento que se trabaja con este tipo de información debe tomar en cuenta que el mensaje emitido puede ser de dos formas. Según Bergström, existen distintos grados del mensaje: los mensajes estáticos que dan a los consumidores lo que esperan, y los mensajes dinámicos ofrecen lo inesperado, ofrecen más. (2009, p.70).

El mensaje debe ser perfectamente planteado, tomando en cuenta estas posibilidades para así llegar de la mejor manera al receptor.

"El uso creativo de la claridad de un mensaje puede en algunos casos ayudar para hacer que mensajes sumamente complejos parezcan simples o que mensajes simples sean difíciles de entender. Todo depende del objetivo del diseño. (Frascara, 2000, p.25).

- Delimitación

Es importante saber delimitar un texto, percatarse lo que se debe agregar y lo que no, sin perder el objetivo que se desea informar, siempre guiándonos en un contexto manteniendo unidad y sentido.

"... el emisor debe saber cuándo parar, usando el raciocinio y el instinto para lo que es relevante". (Bergström, 2009, p.61).

- Estructura

Un diseño correctamente coordinado y con una estructura segura, aquel que permite cambios en las imágenes y el texto sin perder su fuerza. Así resulta un sistema gráfico, teniendo una correcta jerarquización de los elementos, que da como resultado una estructura eficaz.

"...el buen diseño tiene que ver con la manera en que se disponen los elementos visuales; tanto si lo primero que ve el receptor es un encabezado como si es una imagen, o si la composición es simple o recargada. El diseño bien organizado es fácil de leer, y el diseño confuso, difícil. Uno marca seriedad y relevancia, y el otro lo opuesto. Las primeras impresiones son cruciales, y el emisor muchas veces tiene una sola oportunidad". (Bergström, 2009, p.88).

ESTRATEGIA

En mayor o menor escala todo trabajo de diseño requiere un planteamiento a nivel de estrategia comunicacional, otro a nivel de visualización y otro a nivel de producción. (Frascara, 2000, p.76).

- Medio

Para comunicar es elemental conocer los medios principales que se pueden usar, más aún si lo que se pretende realizar es un sistema gráfico, en el podemos incluir varios medios o medios combinados.

La siguiente es una lista de Bo Bergström, de los medios más comunes que se pueden emplear. Muchos de ellos traen noticias, publicidad y entretenimiento, pero otros se emplean sólo para transmitir mensajes comerciales. (2009, p.51).

Periódicos diarios	TV	Radio
Prensa popular	Internet	Exteriores
Prensa comercial	Cine	Correo directo

Es importante saber escoger bien los medios, de esta manera el mensaje llegará de manera eficaz al emisor. Bergström también nos recomienda tomar en cuenta estos cuatro conceptos clave.

ALCANCE

Se refiere, por ejemplo, al número de personas a las que puede llegar un medio concreto es un área residencial determinada.

FRECUENCIA

Un periódico diario influye en el grupo objetivo cada día, mientras que en una empresa que vende trajes de baño sólo quiere que su mensaje llegue justo antes de verano.

IMPACTO

Se llama impacto a la fuerza comunicativa y el efecto del mensaje en el mercado objetivo. Un periódico tabloide, por ejemplo, tiene mayor impacto que el boletín de una organización.

TIEMPO

La publicidad debe adaptarse a las necesidades de temporada. También es importante adelantarse a la competencia... (2009, p.57)

- Branding

Al proponer un nuevo producto cualquiera que sea su tipo, uno de los puntos más importantes que se deben tomar es el branding (marca), una marca bien concebida da un buen posicionamiento e impacto visual, que es primordial al momento que nuestro producto salga al mercado.

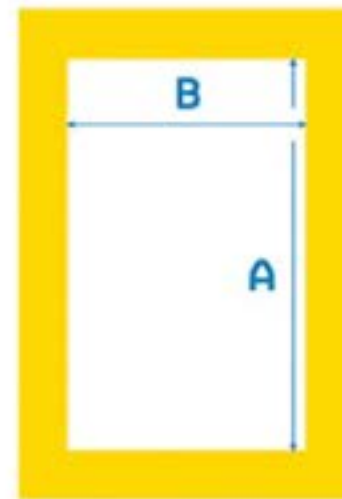
“Las marcas identifican y diferencian. Cuanto más hacen esto, tanto más valiosas son para llegar a los consumidores y los compradores objetivo. Las marcas ofrecen a los consumidores una garantía en cierto modo implícita en cuanto a la calidad, el servicio, el valor y la innovación que se encuentra en los bienes y los servicios que representan”. (Mariotti, 2001, p.69).

- Aspecto estético

La calidad estética del diseño debe ir de la mano con el contenido, y totalmente enfocado al usuario a quien va dirigido. La elección del enfoque estético adecuado tanto en relación con el mensaje como con el público receptor, tiene una importancia decisiva en la efectividad del mensaje dada su relación con la reacción emotiva del público. (Frascara, 2000, p.68).

No se puede dejar a un lado el aspecto estético, según Frascara (2000), el elemento estético presenta requerimientos de importancia en el diseño gráfico por varias razones:

- Genera atracción o rechazo a *primera vista*.
- Comunica.
- Contribuye a extender el tiempo perceptual que el observador otorga a un mensaje.
- Contribuye a la memorización de un mensaje.
- Contribuye a la vida activa de un diseño.
- Contribuye a la calidad del medio ambiente.



$$\frac{A}{B} = 1.618$$

SI DIVIDIMOS EL ALTO
ENTRE EL ANCHO DEL
LOGOTIPO DE
NATIONAL
GEOGRAPHIC,
OBTENEMOS EL
NÚMERO ÁUREO: **1.618**

01	logotipo national geographic
----	------------------------------

DISEÑO

La creatividad del diseñador es como la del actor de teatro que, capaz de trabajar en varios géneros, se dirige a diferente público y da vida convincente a diversas creaciones literarias. (Frascara, 2000, p.26).

- Forma y contenido

Estos dos términos están entrelazados, es así pues para que exista una forma primero debe haber un contenido que quisiéramos expresar. La forma también es parte fundamental de la estructura gráfica, organizando muy bien los elementos sabremos crear la tensión necesaria para guiar al lector de la manera correcta.

“El término forma se refiere a la manera en que se han creado los elementos y configuraciones visibles, y cómo se han dispuesto las distintas partes”. (Bergström, 2009, p.166).

Así mismo, para que el contenido tenga existencia debe adquirir una forma determinada. Por ejemplo, si nuestro objetivo es mostrar información (contenido) acerca del patrimonio cultural inmaterial, este contenido previamente delimitado procederá a tener una forma.

“El término contenido se refiere a con qué se han llenado estos distintos elementos y qué pensamientos y tipos de información se está transmitiendo. (Bergström, 2009, p.166).

- Elementos y sistemas

El diseñador trabaja en el diseño de elementos aislados, tales como un libro, un logotipo, un afiche, etc.: y en el diseño de sistemas, o sea de series de elementos que mantienen relaciones específicas y establecen pautas aplicables a todos los elementos futuros, como el caso del diseño de alfabetos, señalización, revistas, imagen de empresa, etc. Esta diferencia entre elementos y sistemas como áreas de trabajo que requieren metodologías diferentes puede aplicarse a cualquiera de las categorías listadas anteriormente y establecen dos polos en el posible nivel de complejidad del trabajo del diseñador. (Frascara, 2000, p.120).

- Alineamiento

“El Diseñador debe garantizar que los titulares de un periódico o revista se dispongan siempre a la misma altura desde la primera hasta la última página, que las imágenes se inserten de acuerdo a un patrón fijado, que los márgenes sean del mismo tamaño en todas partes...”. (Bergström, 2009, p.181).

- Equilibrio

Anteriormente se habló de la simetría de un contenido; si un contenido es simétrico tendrá equilibrio. Pero si hablamos de un producto editorial como es una revista, esta contará con doble página, entonces contaremos con un eje central extra, el cual dará equilibrio entre los dos pliegos, evitando que la revista se incline de un lado o del otro, creando una estructura armónica.

- Atracción y orientación

“Un diseño efectivo es aquel que atrae al receptor por su distinción y fuerza. El receptor puede sentirse cautivado por un elemento de todo el conjunto, como una imagen grande y atractiva o un encabezado dominante, o por la relación que existe entre ambos”. (Bergström, 2009, p.175). Al momento de diseñar debemos asegurarnos que los elementos de gran impacto, como son los encabezados respiren, es decir estén rodeados de espacios en blanco. Esto ayuda en la atracción del receptor a los elementos de mayor importancia de una manera clara y precisa.

El receptor debe entender por donde seguir en la composición del material, esto lo logramos con la jerarquización de los elementos (textos), un encabezado tendrá mayor tamaño que una entradilla, y esta a su vez mayor tamaño que un texto corrido. Aparte de guiar al receptor por el contenido, da una mejor estética al diseño.

- Simetría y asimetría

Una composición simétrica es aquella que cuenta con un eje central, y que los elementos como tipografía e imágenes se dispondrán a partir del eje. Una composición simétrica es aliviada y armónica, para el receptor es fácil entender el mensaje emitido. Se usa en contenidos formales, cuando una composición necesita dinamismo, es decir mayor libertad de expresión acudimos a la asimetría.

“La composición asimétrica crea dinamismo y tensión. El eje se ha descartado, para ser reemplazado por una interacción de diseños, colores y espacios contrastantes”. (Bergström, 2009, p.177).



DISEÑO EDITORIAL

DISEÑO EDITORIAL

El diseño gráfico, es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. (Wong, 1991, p. 9).

- Qué es el diseño editorial

“El diseño editorial es la rama de diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y recepción. Los profesionales dedicados al diseño editorial buscan sobre todas las cosas lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación, que permita expresar el mensaje del contenido, que tenga valor estético y que impulse comercialmente a la publicación”. (Ghinaglia, 2006, Taller de diseño editorial).

Tomando en cuenta que el resultado final de este proyecto es un producto editorial. Es importante tener claro todos los puntos que influyen en el diseño editorial, así lograr un producto de diseño estéticamente atractivo y con un contenido eficaz.

- Revista

Las revistas son publicaciones periódicas, que se enfocan en un tema central y dan espacio a contenidos similares. Su interés generalmente es económico, la mayoría de revistas se financian por publicidad.

“Siempre se concibe al primer número como una creación unitaria y con el tiempo adquieren su propia forma de unidad-diversidad y su muy particular personalidad, donde cada edición debe armonizar dentro del marco general que da permanencia de un título y una matriz de diseño”. (Kloss, 2001).

Tomando en cuenta también que en los resultados del proyecto se propone realizar un sistema gráfico de comunicación visual. Es importante saber como dar unidad y diversidad a la vez.

MAQUETACIÓN

La maquetación de una publicación hace referencia a la ubicación (texto y/o imágenes) y a cómo se relacionan estos elementos entre sí y con la publicación como un todo. La maquetación puede cambiar por completo la forma de ver y leer una publicación. Una buena maquetación puede hacer que sea fácil orientarse por la publicación y que sea agradable leerla, mientras que una maquetación mal diseñada puede dejar al lector confundido y frustrado. (Bhaskaran, 2006, p. 60).

La maquetación entonces es parte primordial en el diseño de este proyecto, ya que nuestro objetivo de mostrar la cultura no se podría dar sin una buena maquetación, ya que en el momento que el receptor tenga el producto editorial, este debe ser agradable y de fácil comprensión.

- Formato

El formato se refiere a la manifestación física de una publicación. En pocas palabras, es la manera en la que se presenta la información al lector. Libros, revistas, folletos, catálogos e informes son algunos de los formatos mas usados en el diseño editorial. (Bhaskaran, 2006, p. 52).

Estos formatos genéricos pueden cambiar su forma, tamaño y otros elementos de acuerdo a la concepción y personalización que el diseñador de su producto de diseño. Cabe recalcar que otras de las condicionantes que influye en la elección del formato son: el contenido, la función y el presupuesto. Cuando se habla de su función, por ejemplo, un libro de bolsillo no tendrá el mismo formato que un atlas geográfico ya que sus funciones son distintas, el primero será pequeño, manejable y fácil de llevar. Mientras que el segundo, tendrá un gran formato; necesario abrirlo sobre una mesa.

- Retículas

En el diseño editorial las retículas son muy importantes, nos ayuda a crear un sistema de diseño y por lo tanto ahorrar trabajo posterior.

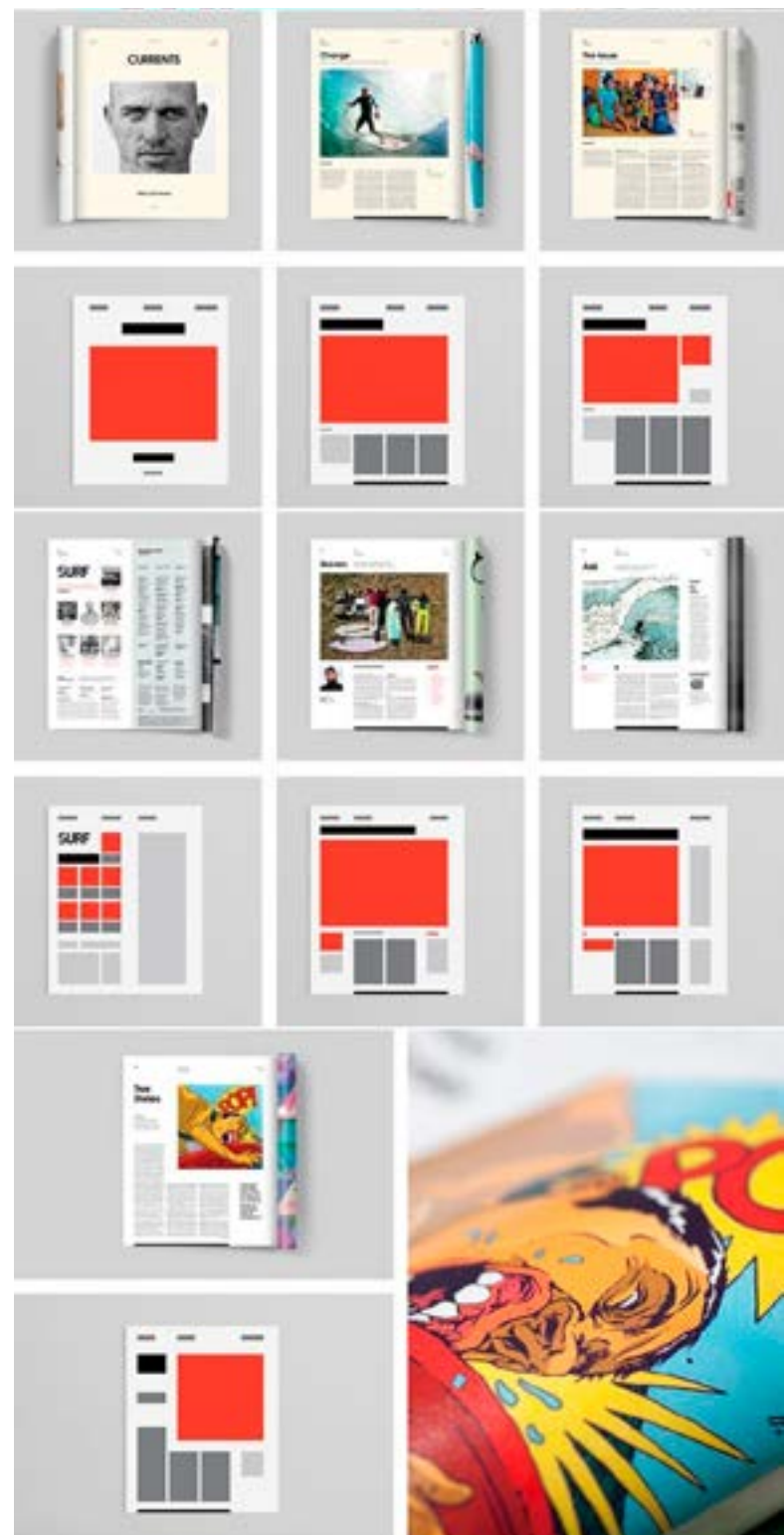
“La retícula se usa para ubicar y mantener los diferentes elementos en un único diseño, asegurando un resultado mucho mas exacto y calculado... En términos de estructura básica, una retícula, o una selección de retículas, puede ayudar a definir los parámetros, proporcionando flexibilidad en el diseño”. (Bhaskaran, 2006, p. 64).

Al trabajar con gran cantidad de información el uso de retículas es importante, gracias a ellas podemos asegurar una organización eficaz y contar con una coherencia visual en la publicación. Una retícula correctamente planificada, da la oportunidad al diseñador para concentrarse en formas creativas de diseño, más no en la organización del contenido.

- Ritmo

Al trabajar con temas por ejemplo historia, que son temas que por sí son cansados el diseñador debe ser muy ingenioso y a su objeto de diseño ponerle "ritmo".

"El diseño perfectamente planeado se basa en el ritmo, que lleva al receptor a un viaje con la ayuda de la variedad: estimulantes cambios entre primeros planos y planos generales, entre distintos tamaños y direcciones, formas suaves y duras, colores fríos y cálidos. El receptor no debería poder predecir lo que va a venir. Los humanos parecen ser los únicos miembros del reino animal capaces de aburrirse, así que es importante estimularles". (Bergström, 2009, p.183).



ARQUITECTURA DE LA PÁGINA

Al momento de la creación de productos editoriales como libros, revistas, periódicos etc..., se debe tomar en cuenta estos importantes elementos: márgenes, columnas, medianil, línea base, folios, el receptor no podrá verlos pero son evidentes en el diseño. Dichos elementos construirán la composición de texto, imágenes y numeración.

- Columnas

Las columnas son alineaciones de texto verticales en el espacio de la página. No existe un número determinado para las columnas, a veces tienen la misma anchura o anchura diferente dependiendo de su función determinada.

- Medianil

Espacio que existe entre columnas, ayuda a la organización y legibilidad del texto. El tamaño del medianil depende de la estructura de la página y la cantidad de texto.

- Línea base

Línea imaginaria del texto que sirve para su alineación y la alineación entre columnas.

- Folios

Indicadores de posición del texto a lo largo del documento, como son títulos de sección, número de página, folios explicativos o elementos que ocupen un lugar específico en la estructura.

JERARQUIZACIÓN

El buen diseño consiste en conseguir el equilibrio correcto entre ambos, o sea, diseñar una potente maquetación y una estructura jerárquica clara que facilite la orientación en la publicación, y que sea de fácil lectura y agradable a la vista.

(Bhaskaran, 2006, p. 61).

El receptor (lector), debe poder encontrar la información deseada de manera rápida y precisa, una jerarquía bien aplicada lo ayudará. La estructura de diseño y la estructura jerárquica deben ir de la mano, así se conseguirá un producto de diseño estéticamente agradable y de fácil lectura.

Una de las principales tareas del diseñador cuando diseña cualquier tipo de publicación es crear una jerarquía visual fuerte y coherente en la que los elementos más importantes destaquen y el contenido se organice de forma lógica y agradable. La jerarquía del texto permite al diseñador organizar el texto visualmente en la página, y denota diferentes niveles de importancia según el uso de diferentes tamaños y estilos de fuentes. (Bhaskaran, 2006, p. 61).

COMPOSICIÓN

El contenido puede adoptar diversas formas. Texto, imágenes, gráficos, incluso color y forma pueden considerarse contenido por derecho propio. (Bhaskaran, 2006, p. 18).

- Tipografía

Según Bhaskaran (2006), nos habla del tema "La importancia de la tipografía", y nos dice que: La tipografía hace referencia a la manera en que la ideas escritas reciben una forma visual, y puede afectar radicalmente a cómo percibimos un diseño. Los tipos de fuentes tienen personalidad propia y son un excelente medio para comunicar emociones. Un tipo de fuente puede ser autoritativo, relajado, formal, informal, austero o humilde, mientras que un tipo de fuente gráfico es casi una imagen por derecho propio.

En general, los diseñadores utilizan más de una fuente al diseñar una publicación. Ello crea de inmediato una jerarquía y proporciona un punto focal a la página. La jerarquía del tipo es la guía visual usada para distinguir entre diferentes titulares y cuerpos de texto. Ello lo consigue a través del uso de diferentes tipos de fuentes y diversas variaciones de tamaño. En un libro, el diseñador podría decidir usar diferentes tamaños y grosores de fuente para distinguir entre el título del libro, los títulos de los capítulos y el texto principal. (p. 68).

- Imágenes

Las imágenes desempeñan un papel integral en la identidad visual de cualquier publicación; pueden cambiar de forma espectacular su aspecto estético, tanto como elemento subsidiario de un texto principal o como fuerza conductora de todo el diseño. La forma de usar las imágenes en las publicaciones depende de toda una serie de factores, como quién es el público objetivo de la publicación o que función tendrá dichas imágenes. En general, una imagen posee muy poco tiempo para comunicar su mensaje, así que es imperativo que el diseñador elija el tipo de imagen más adecuado según la ocasión. Enviar el mensaje incorrecto no es un error que pueda permitirse cometer el diseñador. Además, asegurar el equilibrio adecuado de imagen y texto proporciona ritmo a la publicación. La mayoría de revistas incluyen al menos una característica visual por esta razón. (Bhaskaran, 2006, p. 74).

- Color

Reconocemos y reaccionamos al color desde muy pequeños. Aprendemos a hacer asociaciones con ciertos colores que permanecen toda la vida con nosotros. Como resultado de ello, los colores pueden tener diversos significados y pueden vincularse a diferentes emociones. Por ejemplo, el rojo puede asociarse con excitación, agresión o drama, mientras que el blanco sugiera pureza e inocencia. Igualmente, hay colores cálidos (terracota, marrón y oro) y colores fríos (algunos azules y el gris). Sin embargo, estos significados no son universales, y difieren de un país a otro y de una cultura a otra.

El color es una de las herramientas más importantes que posee el diseñador gráfico. Puede usarse para comunicar muchísimas emociones y sentimientos, para captar la atención de inmediato y para avisar. (Bhaskaran, 2006, p. 80).



INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ENTREVISTA

ENE 16 15	Antrplg. Diego Suárez
El diseño y la cultura son intrínsecos. El diseño es parte de la cultura y gracias a esta diversidad cultural, tenemos un diseño que puede ser visto de una misma manera.	



• conclusiones •

- El diseño es parte fundamental de la cultura. El hombre siempre ha estado diseñando de acuerdo a sus necesidades de visión del mundo, medio ambiente, forma de ser y de pensar.
 - El patrimonio es de gran importancia ya que es la esencia del hombre transmitidos a través de objetos, tradiciones y costumbres. El patrimonio crea pertenencia e identidad como individuo o como parte de un grupo.
 - La globalización es un fenómeno cultural, ya que de alguna forma nos aculturamos imponiéndonos nuevas formas de pensar ajenas a nuestra tradición cultural. Debemos confrontarlo tomando conciencia de la importancia de la identidad a través de nuestros valores tradicionales culturales.
 - El diseño gráfico puede ayudar a salvaguardar el PCI, creando sistemas de registro de los diferentes elementos como: cuentos, leyendas, tradiciones orales etc...
-

ENTREVISTA

ENE 23 15	Dr. Claudio Malo González
Lo que diferencia al ser humano de los demás integrantes del reino animal es su creatividad, esto es la capacidad de modificar la realidad con una idea previa para alcanzar un objetivo, y el diseño es una expresión más refinada de la creatividad puesto que la intención de diseño es precisamente lograr algo diferente partiendo de algún patrón.	



• conclusiones •

- El diseño funciona dentro de los patrones de cada cultura, es una expresión más refinada de la creatividad, parte en gran medida de las ideas, creencias, pautas de conducta y valores de cada cultura.
 - El patrimonio cultural inmaterial es de gran importancia para valorar y comprender una cultura en todos los sentidos.
 - Al ser humano le satisface ser diferente, la preservación de la identidad cultural es lo que hace distintos a unos grupos de otros, es por eso que se ha desarrollado el afán de preservarla.
 - El diseño implica un proceso de creatividad para elaborar objetos e ideas que responden a determinadas necesidades, la creatividad se da en margen de la cultura aceptando influencias y avances tecnológicos.
 - La tecnología implica en los últimos tiempos la posibilidad de mantener para el futuro, de manera expresa y directa un serie de manifestaciones culturales.
-
-

ENTREVISTA

ENE 19 15	Mst. Rafael Estrella
El diseño editorial no debe estar sobre los textos, ya que nosotros queremos entender cosas, queremos aprender cosas. Debe existir un equilibrio entre el contenido y el diseño.	



• conclusiones •

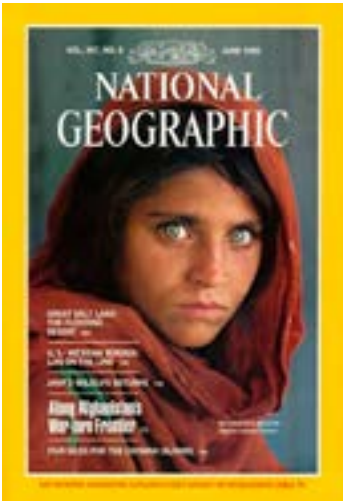
- Para desarrollar un sistema de comunicación visual, deben establecer restricciones. Estas restricciones se tratan de condiciones tipológicas, resoluciones morfológicas y el uso de elementos que vayan a ser sistematizados formando constancia y de alguna forma variedad.
 - En el diseño de revistas los elementos como: imagen y tipografía deben responder la sistema, y el sistema enlazado a la coyuntura informativa.
 - En el diseño de un producto editorial, el uso de imágenes es de gran importancia. Cuando e usa imágenes, el artículo debe verse reflejado en la imagen, así el usuario tomará interés y continuará con el texto.
 - El diseño editorial no debe estar sobre el texto, debe contener un equilibrio entre contenido y diseño. Cuando se usa imágenes, el artículo debe verse reflejado en la imagen.
-
-

HOMÓLOGOS

Revista National Geographic

FUNCIÓN
- Expone diversa información cultural del mundo.
FORMA
- Estética: Dinamismo - ritmo - Formato: Estándar, orientación vertical - Tipografía: Mixta entre serif y sans serif - Jerarquía: Texto, imágenes y cromática - Imágenes: Fotografía de alta calidad - Cromática: Armónica, colores vivos - Diseño: Maquetación creativa - Composición: Simple pero abundante
TECNOLOGÍA
- Soporte impreso, revista.

* basado en la función



HOMÓLOGOS

Revista Transword Surf

FUNCIÓN
- Expone fotografías e información de eventos sobre surf.
FORMA
- Estética: Dinamismo - ritmo - Formato: Cuadrado - Tipografía: Sans serif - Jerarquía: Texto, imágenes y cromática - Imágenes: Fotografía conceptual - Cromática: Representativa saturada - Diseño: Maquetación modular - Composición: Dinámica
TECNOLOGÍA
- Soporte impreso, web.

* basado en la forma



06 | diseño de la revista transword surf

HOMÓLOGOS

Revista N/A

FUNCIÓN
- Revista independiente, expone temas variados.
FORMA
- Estética: Dinámismo - ritmo - Formato: Estándar, orientación vertical - Tipografía: Mixta serif y sans serif - Jerarquía: Texto, imágenes y cromática - Imágenes: Edición fotográfica - Cromática: Grises, tonos saturados - Diseño: Maquetación modular - Composición: Dinámica
TECNOLOGÍA
- Soporte impreso, revista

* basado en la tecnología



07 | aspecto de la revista N/A

CONCLUSIONES

Marco teórico

- Crear un diseño innovador.
- Conocer y aplicar los elementos de la Comunicación visual y el Diseño Editorial.
- Conocer el valor que tiene la identidad cultural.

Investigación de campo

- El diseño puede ayudar a salvaguardar el PCI.
- El PCI es de gran importancia para valorar y comprender una cultura en todos los sentidos.
- El Diseño es parte fundamental de la cultura.

Análisis de homólogos

- Importancia de los elementos funcionales del diseño gráfico y general.
- La estética y funcionamiento de los productos editoriales.
- Comunicación visual y diseño editorial.

CAPÍTULO 2

TARGET

El tipo de mensaje, lo que el emisor sabe del receptor y lo que el receptor sabe del emisor, todo tiene un papel relevante en este proceso, igual que el contexto del mensaje y los recursos económicos disponibles. (Bergstrom, 2009, p. 30).

Edad: Mayores de 18 años
Sexo: Masculino y femenino
País: Ecuador
Ciudad: Macas
Zona: Urbana
Economía: Media
Motivaciones: Cultura, lectura
Nivel cultural: Interés por conocer la cultura
Nivel de estudios: Universitarios o graduados

CRITERIOS PSICOLÓGICOS

Son personas entre adolescentes y adultos con criterio formado que gustan conocer sobre temas de interés, como la cultura, el arte y la música. Son personas que conocen mas allá de su medio, y ven la importancia que tiene mantener y conocer la riqueza cultural que poseen. Que cuando alguien le pregunte ¿De donde eres? No se limiten a responder "Macas", pueden dar una respuesta de lo identificados y lo orgullosos que sienten ser de esa tierra.

PERSONA DESING

Ismael nació en Macas, tiene 24 años y está próximo a concluir su carrera universitaria, vive en Cuenca por aproximadamente 7 años estudiando la carrera que tanto le apasiona la arquitectura. Vive en un departamento con su amigo Carlos con quien divide gastos. Le gusta mantenerse en forma por lo que regularmente asiste al gimnasio o prefiere caminas para llegar de un lugar a otro. Disfruta de comer aunque extraña mucho la comida de casa. Es amigable y de confianza por lo que cuenta con muchos amigos en su universidad, le gusta conocer a la gente y analizar su forma de ser. Tiene un estilo alternativo, le gusta el rock alternativo, el rock clásico y el trova. Su banda favorita es Soda Stereo.

El vivir solo y lejos de su familia lo ha hecho madurar y ser mas responsable. Los intereses de Ismael es conocer lugares, personas y por ende viajar pero antes de salir del país él quiere conocer bien su provincia, quiere conocer Ecuador. En sus tiempos libres se dedica a leer, a lo largo de su carrera ha comprendido la importancia que tiene la cultura en el diseño; o en cualquier otro ámbito. En su departamento cuenta con una gran colección de libros y revistas, se siente muy identificado con materiales impresos que puede coleccionar. Su revista favorita es National Geographic, en ella conoce como se desarrollan la culturas y su sociedades alrededor del mundo. Siempre ha querido conocer mas sobre la cultura de su cantón, pero no ha encontrado fácilmente una revista o libro que le pueda ayudar. Le gusta mucho el arte y el diseño, es decir como está hecho y que representa un producto. Estar lejos de casa le ha hecho valorar su tierra, sus costumbres, una vez graduado de su carrera piensa ejercer su profesión en su ciudad natal, seguir con su cultura y conocer lo que le falta.



08 | estilo alternativo

PARTIDOS DE DISEÑO

FORMA

Estos son aspectos estéticos del proyecto, están basados en la forma.

- Formato

El formato que se usará para la revista será de 17,5 x 25,5 cm, que es un formato estándar que ayudará en la producción, comodidad y facilidad de uso. Este tipo de formato utiliza la revista National Geographic, que es uno de los homólogos más fuertes en cuanto la forma y función. El tipo de encuadernación dependerá de la cantidad de páginas del producto final.

- Diagramación

Para una correcta diagramación del sistema de comunicación visual, se tomará en cuenta las teorías investigadas anteriormente en el marco teórico. Así creando jerarquía y unidad en el diseño con el correcto uso de imágenes y textos.

- Tipografía

Los productos editoriales del sistema manejará una combinación entre tipografías Sans Serif en títulos y Serif para textos corridos, ya que al tratarse de información cultural se lo debe expresar en un estilo más formal. Otra de las características de este estilo tipográfico es que brinda mayor legibilidad y leibilidad al usuario. Para textos de menor importancia como pie de fotos e información adicional se usará una tipografía Sans Serif como la Helvetica.

Estas tipografías debe ser de familias amplias es decir; con variedad en sus tipologías como bold, light, cursive etc..

- Cromática

La cromática en productos editoriales juega un papel muy importante, ya que puede tomar diferentes significados asociándose con diferentes emociones. Dependiendo del contexto de la información se usarán colores que capten la atención creando jerarquía entre texto, tipografía e imágenes; proponiendo un recorrido visual agradable. Los colores a utilizar serán cálidos, fríos con contrastes y saturaciones.

- Unidad

Cuando se habla de un sistema comunicación visual, una de las especificaciones mas importantes que debe tener es la unidad, quiere decir que los diferentes elementos conserven relaciones específicas, estableciendo pautas aplicables a diseños futuros. Este tema es uno de los más importantes al momento de proponer sistemas de comunicación visual.

- Elementos

Para que el sistema de comunicación visual este bien fundamentado, se tomarán en cuenta los elementos básicos de diseño como son: plano, línea contorno, textura etc... Que ayudarán a la estética del diseño y a la jerarquización de la información.

- Estética

El sistema constará con una composición mixta de simetría y asimetría dependiendo del contexto del contenido, se aplicará el más adecuado. Para contenidos mas formales se usará una composición simétrica, en cambio para un contenido dinámico se aplicará una composición asimétrica.

- Soporte

Como producto final se realizará el sistema de comunicación visual, que consta con el prototipo de la revista y su respectivo manual de uso.



FUNCIÓN

Estos son aspectos técnicos del proyecto, están basados en la función.

- Función del producto

La creación de un sistema gráfico de comunicación visual que exponga el Patrimonio Cultural Inmaterial, aplicado a una revista que contenga espacios para géneros periodísticos y publicaciones independientes. Aportando al conocimiento, valoración y preservación del PCI.

- Estructura

Un sistema correctamente planteado es aquel que esta compuesto por una estructura segura, permitiendo cambios en imágenes y texto sin perder su fuerza impactante. Otro de los temas importantes al momento de proponer un sistema gráfico, es la estructura la cuál ayudará a tener unidad en el sistema, así apliquemos información variada.

- Marca

Al momento de concebir un producto gráfico, uno de los principales puntos que se debe tomar en cuenta es la marca. Una marca bien concebida da un buen posicionamiento e impacto visual al momento que nuestro producto salga al mercado. Una revista con una marca eficaz creará identificación en el usuario.

- Contenido

El contenido es la parte más importante en un producto editorial. Para que un producto tenga forma, primero debe tener un contenido; algo que quisiéramos expresar. Se ha visto la importancia de exponer el PCI de los diferentes cantones, esto se logrará mediante la creación de una revista que registre y promueva diferentes elementos cultura intangible.

- Atracción

El receptor debe entender por donde seguir en la composición, esto lograremos con la jerarquización de los elementos (textos). Un encabezado tendrá mayor tamaño que una entradilla, y esta a su vez mayor tamaño que un texto corrido. Aparte de guiar al receptor por el contenido, da una mejor estética al diseño.

- Ritmo

Un diseño con ritmo es aquel que el usuario puede predecir que vendrá después, dándole el interés de seguir informándose de una forma cómoda y directa. Esto se consigue aplicando cambios de planos, distintos tamaños, formas suaves y duras, colores fríos y cálidos.

- Alcance

El alcance será el numero de personas a quienes llegará nuestro producto en su medio. Lograremos eficazmente, aplicando cada una de las teorías de diseño en la creación del sistema del manual y la revista

- Impacto

El impacto es la fuerza comunicativa y el resultado del mensaje en el público objetivo. Se pretende tener un gran impacto en el usuario, dándole identificación con el producto alcanzando el principal propósito; dar a conocer el PCI del cantón.



10 | portadas con un diseño innovador

TECNOLOGÍA

Estos son aspectos de producción del proyecto, están basados en la tecnología.

- Software

Los programas que se utilizarán para la realización del sistema de comunicación visual serán: Adobe InDesign, Adobe Illustrator y Adobe Photoshop, ya que estos programas son acordes para la realización y de conocimiento del autor.

- Materiales

Los materiales que se utilizarán son papel couche, papel bond, papeles caña y plastificado. Para la impresión se utilizarán tintas de impresión offset y láser.

- Acabados

Para el producto final que será una revista contaremos con: impresión con tecnología offset, el tipo de encuadernación dependerá del número de hojas y gramaje del papel, que puede ser de encuadernación en grapa o encuadernación rústica fresada. También esta la opción de añadir plastificado matte y laca reservada.

PLAN DE NEGOCIOS

- Producto

Diseño de un sistema de comunicación visual enfocado en un producto editorial (revista), que promueva el Patrimonio Cultural Inmaterial, el prototipo de la revista está enfocado en el PCI del Cantón Morona, que tiene espacio para publicidad y publicaciones independientes de autores locales. La revista muestra ceremonias, mitos, leyendas, creencias y demás elementos que componen el PCI e las culturas shuar y colona, aprovechando la riqueza cultural del cantón.

- Precio

El precio se verá reflejado en la calidad del producto. Se estima que el precio por unidad estará entre 2-5 dólares. Al tratarse de un producto que promueva la cultura, se buscará el auspicio necesario para que salga al mercado como cortesía.

- Promoción

Si se obtiene el auspicio necesario la promoción se realizará en los principales medios:

Periódicos diarios
Prensa popular
Prensa comercial
TV
Internet
Radio



CAPÍTULO 3

10 IDEAS CREATIVAS

VINTAGE

revista basada en movimientos artísticos del pasado

FORMA	- Estética - Tipografía - Geometría - Formas - Elementos
FUNCIÓN	Crear una estética con un enfoque más cultural.
INNOVACIÓN	Nuevos estilos y formas de diseño editorial.



REVISTA 3D

aplicación estereoscópica y el uso gafas anaglíficas

FORMA	- Fotografía calidad - Tres dimensiones - Forma creativa - Innovación
FUNCIÓN	- Interacción entre usuario/producto. - Interés de uso.
INNOVACIÓN	- Forma novedosa de exponer la cultura. - Revista cultural tipografía



12 | imagen estereoscópica

TIPOGRÁFICA

revista basada en composiciones tipográficas

FORMA	- Composiciones texto - Poesía visual - Jerarquía
FUNCIÓN	- Diseño no convencional - Interés de uso
INNOVACIÓN	- Forma novedosa de exponer la cultura. - Interacción 3d.



DESPLEGABLE

revista con páginas desplegables y técnica de pop up

FORMA	- Yuxtaposición de páginas e imágenes. - Técnica de pop up.
FUNCIÓN	- Interacción producto. - Interés de uso.
INNOVACIÓN	- Forma novedosa de exponer la cultura. - Pop up en una revista.



INDEPENDIENTE

línea independiente de microzines y fanzines (artesanal)

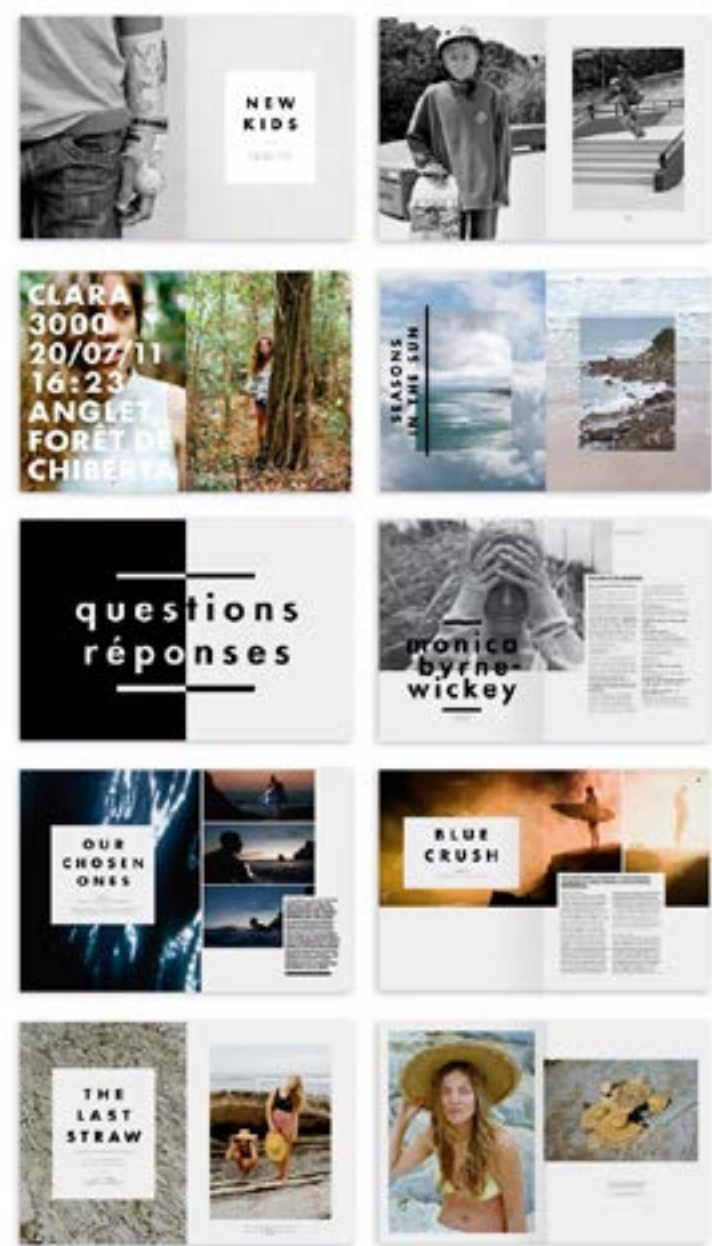
FORMA	- Estilo artesanal y llamativo. - Serigrafía. - Ecodiseño.
FUNCIÓN	- Carácter independiente contenido/diseño. - Enfoque específico.
INNOVACIÓN	- Forma novedosa exponer la cultura. - Libertad de contenido.



FOTOGRAFÍA

catálogo fotográfico basado en imagen conceptual

FORMA	- Edición de fotografía - Estética innovadora. - Jerarquía tipográfica.
FUNCIÓN	- Diseño no convencional - Interés de uso. - Interés en jóvenes.
INNOVACIÓN	- Revista fotocultural. - Exponer la cultura de forma contemporánea.



ECOREVISTA

revista basada en el ecodiseño y estética orgánica

FORMA	- Papel reciclado/normal. - Recorte fotografía. - Estética orgánica.
FUNCIÓN	- Ecodiseño. - Estética innovadora. - Artesanal.
INNOVACIÓN	- Forma novedosa exponer la cultura. - Revista ecológica.



COLECCIONABLE

revista cultural con artículos coleccionables

FORMA	- Unidad/sistema. - Diseño creativo. - Colección.
FUNCIÓN	- Interés de uso. - Interacción entre el usuario y el producto.
INNOVACIÓN	- Forma novedosa exponer la cultura. - Colección cultural.



ILUSTRADA

revista basada en la ilustración e iconografía

FORMA	- Diseño creativo. - Serigrafía. - Artesanal.
FUNCIÓN	- identificación/usuario. - Expresión en el trazo y el color de la ilustración.
INNOVACIÓN	- Forma novedosa exponer la cultura. - Colección cultural.



ÁLBUM

álbum que contenga información sobre PCI

FORMA	- Tecnología artesanal. - Estética orgánica - Ecodiseño.
FUNCIÓN	- identificación/usuario. - Estética innovadora para exponer la cultura.
INNOVACIÓN	- Libertad de contenido - Colección cultural. - Carácter independiente.



20 álbum como propuesta editorial

FOTOGRAFÍA

catálogo fotográfico basado en imagen conceptual

PARÁMETROS	nota
relevancia/problemática	4
factibilidad de realización	4
trascendencia	4
innovación	5
TOTAL	17

TIPOGRÁFICA

revista basada en composiciones tipográficas

PARÁMETROS	nota
relevancia/problemática	4
factibilidad de realización	4
trascendencia	4
innovación	5
TOTAL	17

VINTAGE

revista basada en movimientos artísticos del pasado

PARÁMETROS	nota
relevancia/problemática	5
factibilidad de realización	5
trascendencia	4
innovación	4
TOTAL	18

El proyecto se definió como un sistema de comunicación visual que constará con el diseño de un producto editorial que será una revista y su manual de uso, para ello, se creó una lluvia de ideas que reforzarán la estética, la función y el contenido. Para lo cual se partió de 10 ideas creativas, las mismas se analizaron y para su concreción se pasó por un filtro de calificación en donde las más puntuadas fueron tipográfica, fotográfica y vintage que combinadas crearán el producto editorial final.



IDEA FINAL

ánima

Vol. 1
ABR. 26
\$ 4.00

REDUCCIÓN DE
CABEZAS. TZANTZA
p.10

RITUAL DE LA
AYAHUASCA
p.12



cultura inmaterial

CEREMONIAS / MITOS / LEYENDAS



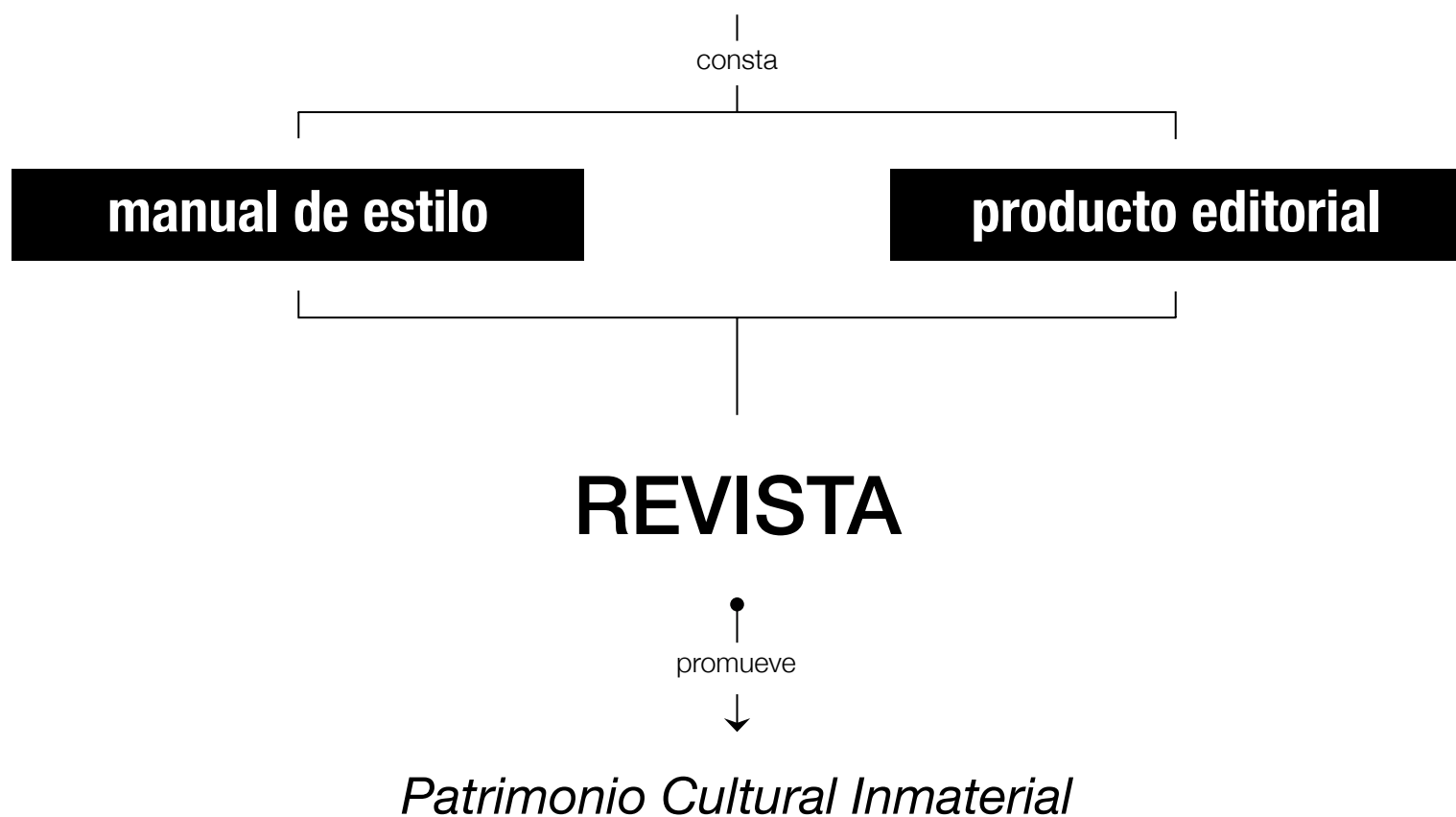
CANTÓN MORONA

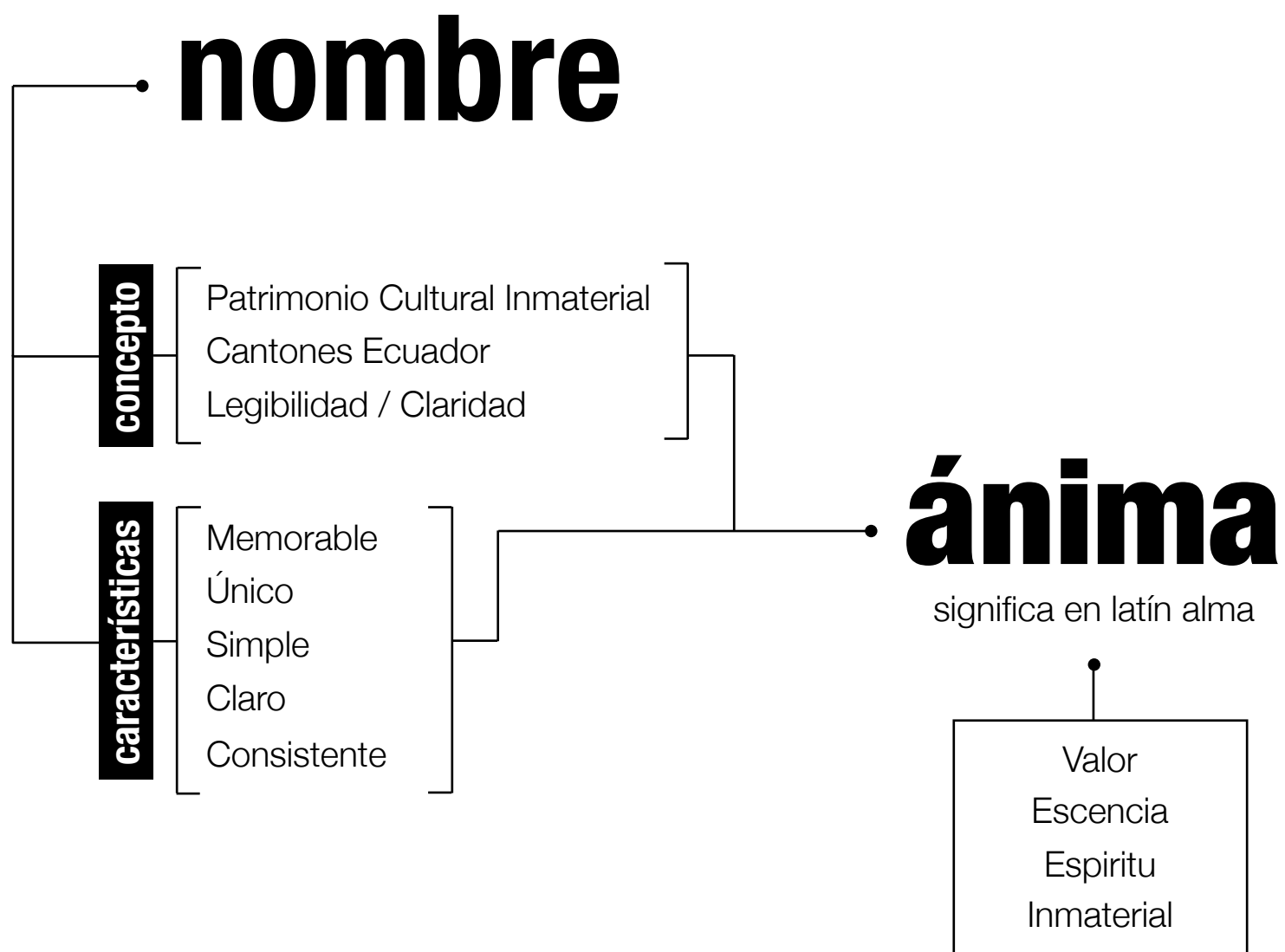
a | propuesta para la portada de la revista Ánima

SISTEMA GRÁFICO

sistema gráfico

comunicación visual





* se realizó un mapa mental y lluvia de ideas basadas en el concepto y las características de la revista que ayudaron a la validación del nombre.

SISTEMA GRÁFICO



REVISTA ÁNIMA

basado



FORMA / FUNCIÓN / CONTENIDO

MARCA

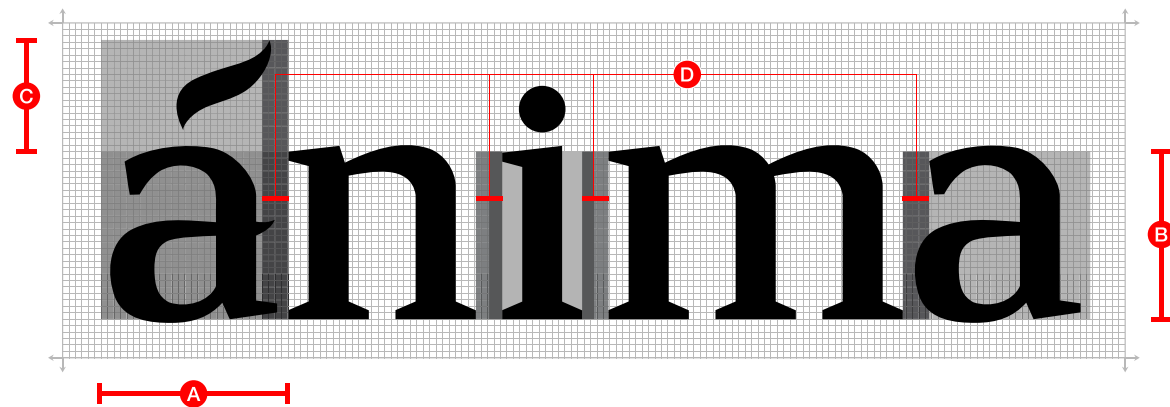
Una marca bien concebida da un buen posicionamiento e impacto visual, que es primordial al momento que nuestro producto salga al mercado.

La revista *Ánima* es una publicación semestral de carácter cultural, enfocada específicamente al Patrimonio Cultural Inmaterial, en virtud a ello, su principal contenido estará centrado en temas como rituales, leyendas, tradiciones orales, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo etc... Sin dejar de lado el espacio dirigido a publicaciones independientes de autores locales; dependiendo el cantón a cual se dirija.

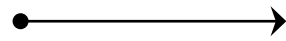
Diseño de marca

El objetivo principal de la revista es promover el Patrimonio Cultural Inmaterial, por ello, el nombre de la revista debe expresar su contenido y enfoque. *Ánima* significa alma en latín, es una palabra de conocimiento común, que tiene buena retentiva, fácil pronunciación y esencia.

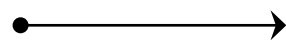
- A** Ancho de caja
- C** Altura detalle
- D** Espacio de caracteres
- B** Altura de caja



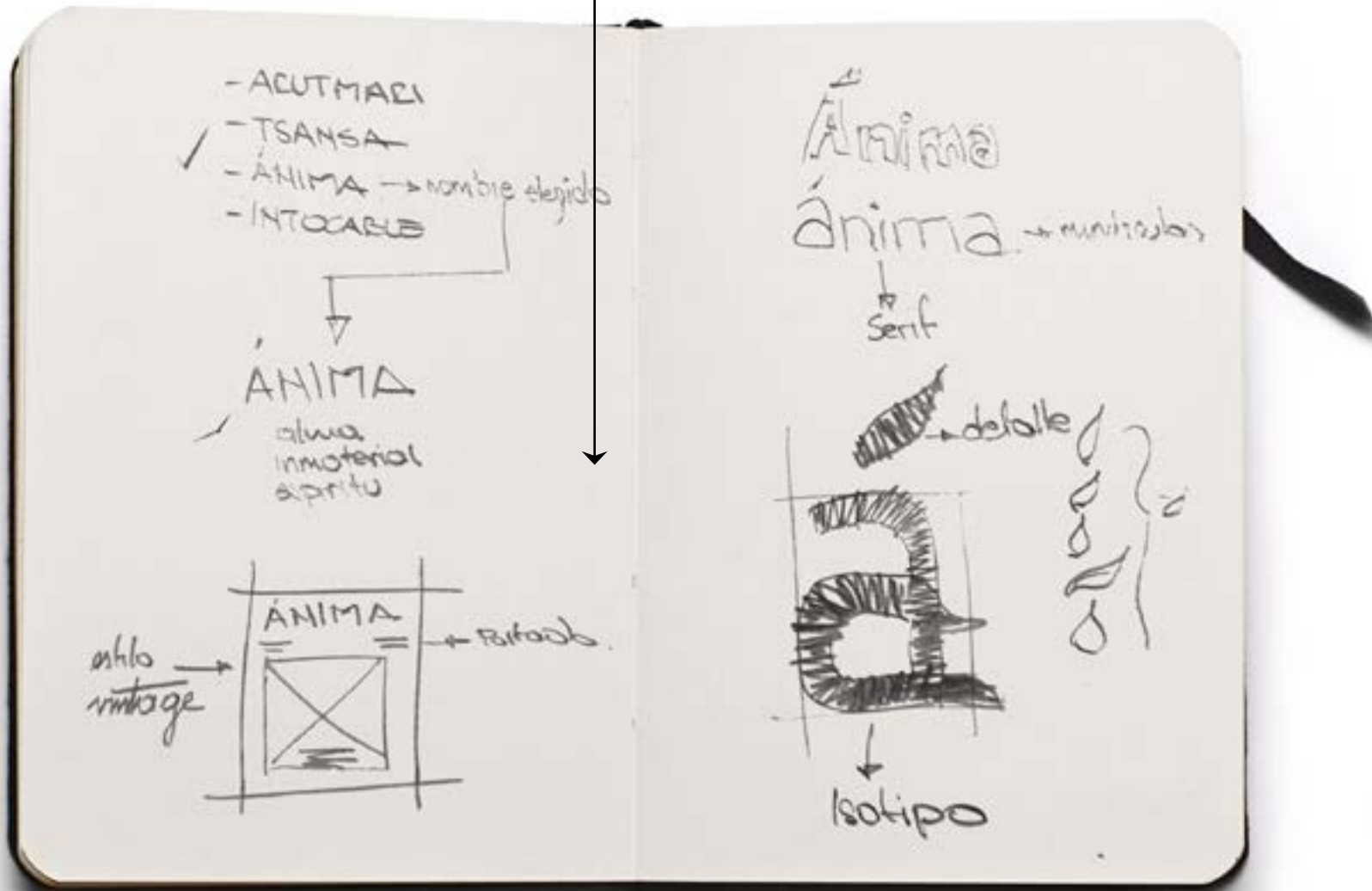
positivo



negativo



* se realizaron bocetos que ayudaron a concluir la idea final de la marca y su respectivo isotipo.



a bocetos de la marca e isotipo

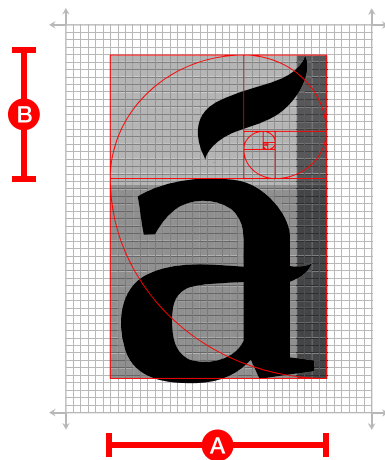
* mockups de propuestas de diseño de la portada y páginas interiores de la revista.



a propuesta de diseño de la revista Ánima

Isotipo

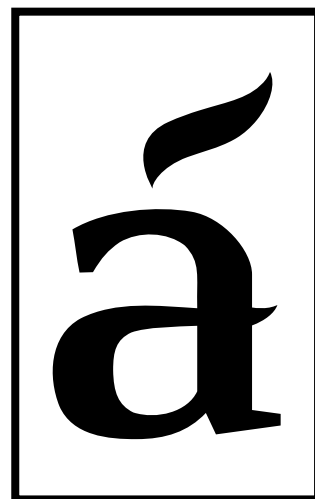
Partiendo de un profundo análisis se ha creado un isotipo para la revista *Ánima*, que es la síntesis de los valores, personalidad, carácter y principios de la revista. La "á" de la palabra *ánima* cuenta con formas orgánicas que le dan movimiento y simbolismo a la marca. También la "á" se manejará como isotipo de marca creando un símbolo fácilmente reconocible. Este isotipo cuenta con proporciones áureas que equilibran el diseño y lo hacen visualmente más atractivo y eficaz.



$$\frac{A}{B} = 1.618$$

Si dividimos el alto entre el ancho del isotipo de la revista, obtenemos el número áureo: 1.618

positivo

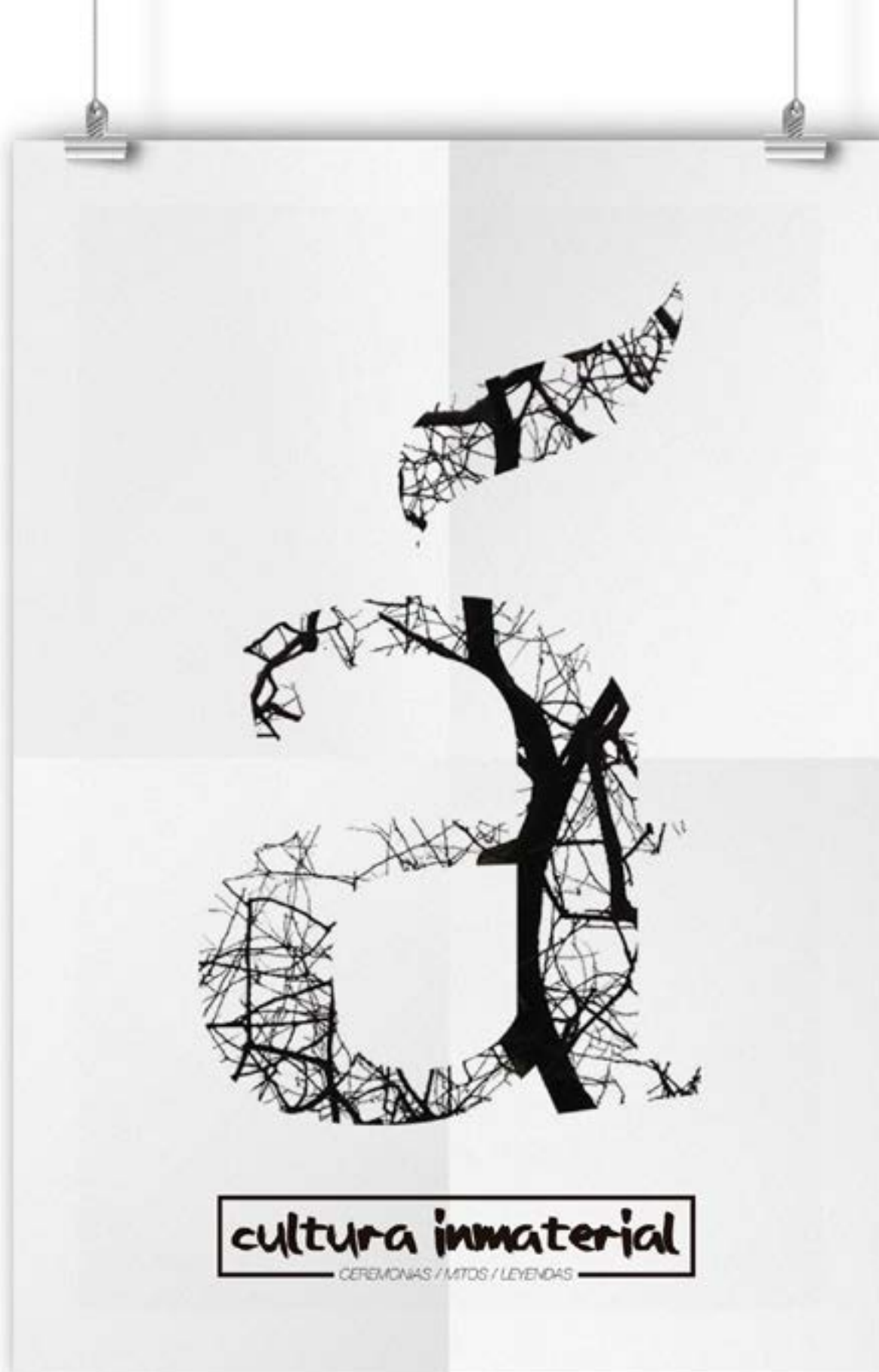


negativo

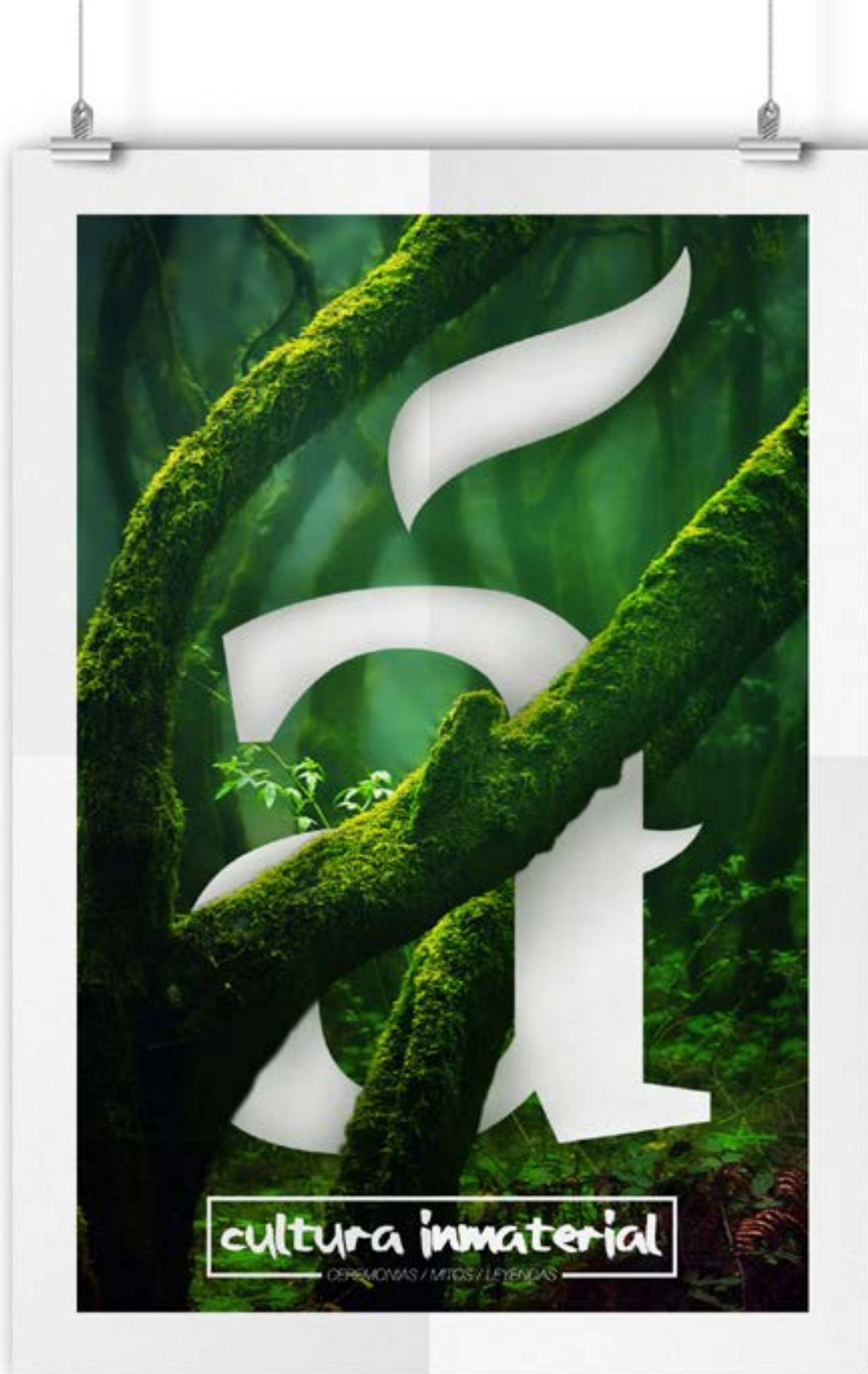




a | poster de expectativa con el isotipo de la revista *Ánima*



a poster de expectativa con el isotipo de la revista *Ánima*



a poster de expectativa con el isotipo de la revista *Ánima*

MANUAL DE ESTILO

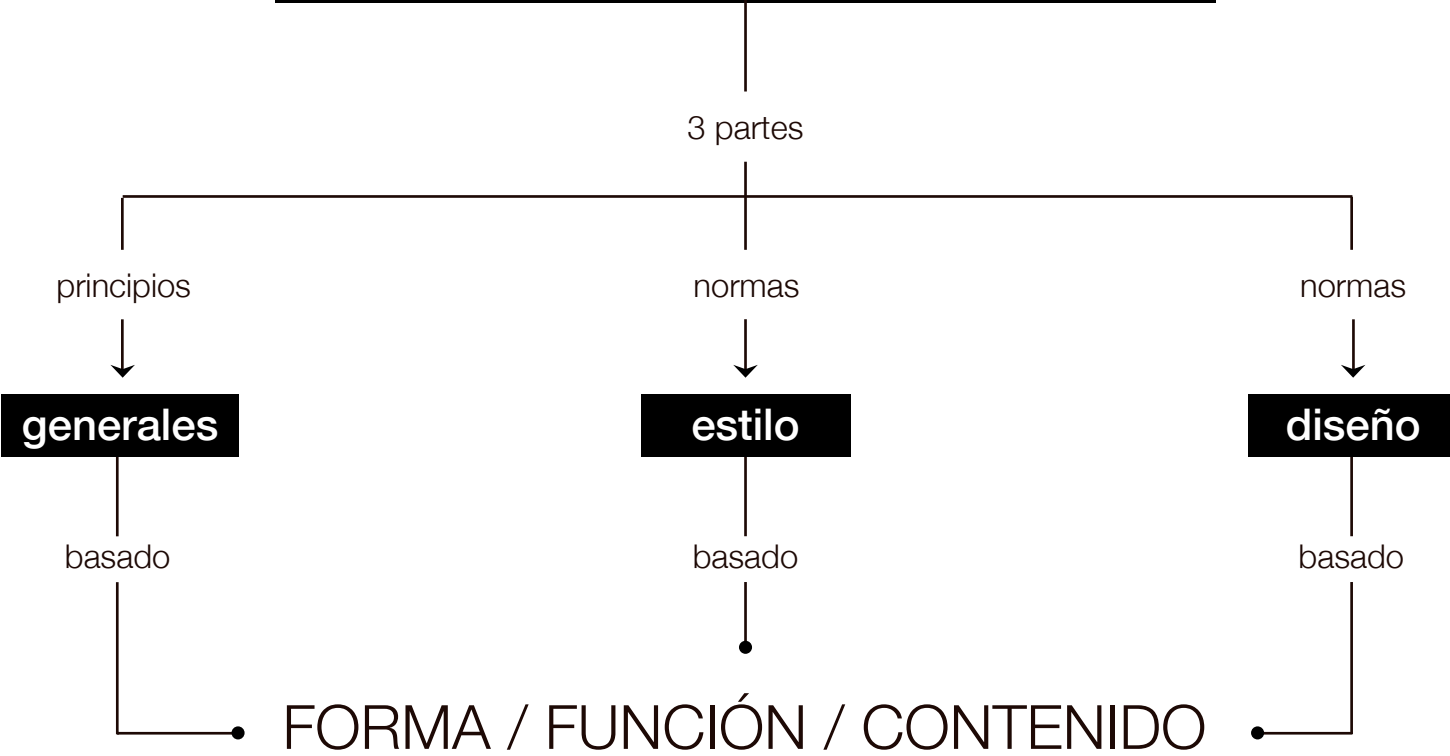
El contenido de la revista *Ánima*, es para un amplio campo de lectores desde jóvenes hasta adultos, brindando información o fortaleciendo sus conocimientos sobre la riqueza cultural ecuatoriana.

El manual de estilo consta de tres partes:

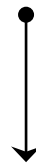
- La primera trata sobre los principios generales de la revista; que son las especificaciones del contenido y como debe ser su redacción.
- En la segunda parte están las normas de estilo; que son las limitantes que tendrá en contenido para que la revista tenga unidad y sentido.
- La tercera son las normas de diseño; esta parte trata de las constantes y variables del diseño en general.

Todos estos temas estan basados en la forma, función y contenido de la revista.

manual de estilo



manual de estilo



1. Principios generales

• → FUNCIÓN

(basado en el manual de estilo de la revista Dinners)

Principios generales

La revista *Ánima* es una publicación semestral de carácter cultural, enfocada específicamente al Patrimonio Cultural Inmaterial, en virtud a ello, su principal contenido estará centrado en temas como rituales, leyendas, tradiciones orales, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo etc... Sin dejar de lado el espacio dirigido a publicaciones independientes de autores locales; dependiendo el cantón a cual se dirija.

otros temas
que consta en
los principios
generales

- Artículos
- Utilidad
- Claridad, concisión y expresividad
- Neutralidad
- Corrección de textos

• → texto completo
en anexos

manual de estilo



2. Normas de estilo

•→ FUNCIÓN | CONTENIDO

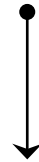
otros temas
que consta en
las normas de
estilo

Ganchos: Se llaman así a los textos destacados en alto puntaje que la diagramación introduce en un artículo para alivianar el gris o porque sobra el espacio. Teniendo en cuenta que la revista se basa en la fotografía, irán acompañadas de dichos ganchos, que refuerzan en lectura y comprensión. Se pueden planificar con anticipación, pero su inclusión definitiva dependerá de la diagramación final.

- | | |
|------------------|----------------|
| - Antetítulo | - Firma |
| - Cursivas | - Índice |
| - Edición | - Intertítulos |
| - Encabezamiento | - Pie de foto |
| - Entradilla | - Recuadros |
| - Extensión | - Cierre |

•→ texto completo
en anexos

manual de estilo



3. Normas de diseño

FORMA | FUNCIÓN
CONTENIDO

Portada

La portada de la revista *Ánima* será de tipo abstracta con el fin de comunicar conceptos complejos de manera sencilla, también permitiendo diseños más originales e innovadores.

La fotografía de portada será conceptual, permitiendo composiciones collage y retoques fotográficos al estilo vintage. En centro contara con yuxtaposición de elementos geométricos creando un punto focal y así captar la atención directa del usuario.

otros temas
que consta en
las normas de
diseño

- | | |
|------------|--------------|
| - Marca | - Cromática |
| - Portada | - Imagen |
| - Réticula | - Tipografía |
| - Formato | |

texto completo
en anexos



a manual de estilo de la revista Ánima

REVISTA ÁNIMA

Lo fundamental de la revista Ánima es promover el patrimonio cultural inmaterial, por ello, el contenido sobre este tema será lo esencial.

El contenido de la revista Ánima está dividida en tres secciones:

Periodístico

Dependiendo del cantón al cual se dirija la edición, esta sección contendrá un contenido informativo general, para ello, se necesitará la colaboración de periodistas conocedores del tema. Los contenidos que formará esta sección será editorial, noticia, opinión, crónica y reportaje.

Narrativo

Esta es la sección mas importante donde se cumple el objetivo principal de la revista, de exponer el Patrimonio cultural inmaterial. Dependiendo del cantón al cual se dirija y la cultura que posea, entre los géneros narrativos estarán el mito, la leyenda, el cuento, la fábula, la crónica etc. Al hablar del PCI contamos con una cantidad extensa de elementos, nombraremos algunos de ellos: tradiciones orales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativo a la naturaleza y el universo.

Independiente

La revista Ánima cuenta con un espacio para publicaciones independientes de autores locales. En esta sección artistas de diferentes campos como: literatura, música, diseño, fotografía, etc. Podrán exponer sus obras previamente revisadas por los responsables de la revista.

á



CONTENIDO

3 partes

periodístico

- Editorial
- Noticia
- Opinión
- Reportaje
- Crónica

narrativo

- Mito
- Leyenda
- Cuento
- Fábula
- Crónica

independiente

- Literatura
- Música
- Cuento
- Fábula
- Crónica

Algunos elementos del Patrimonio Cultural Inmaterial

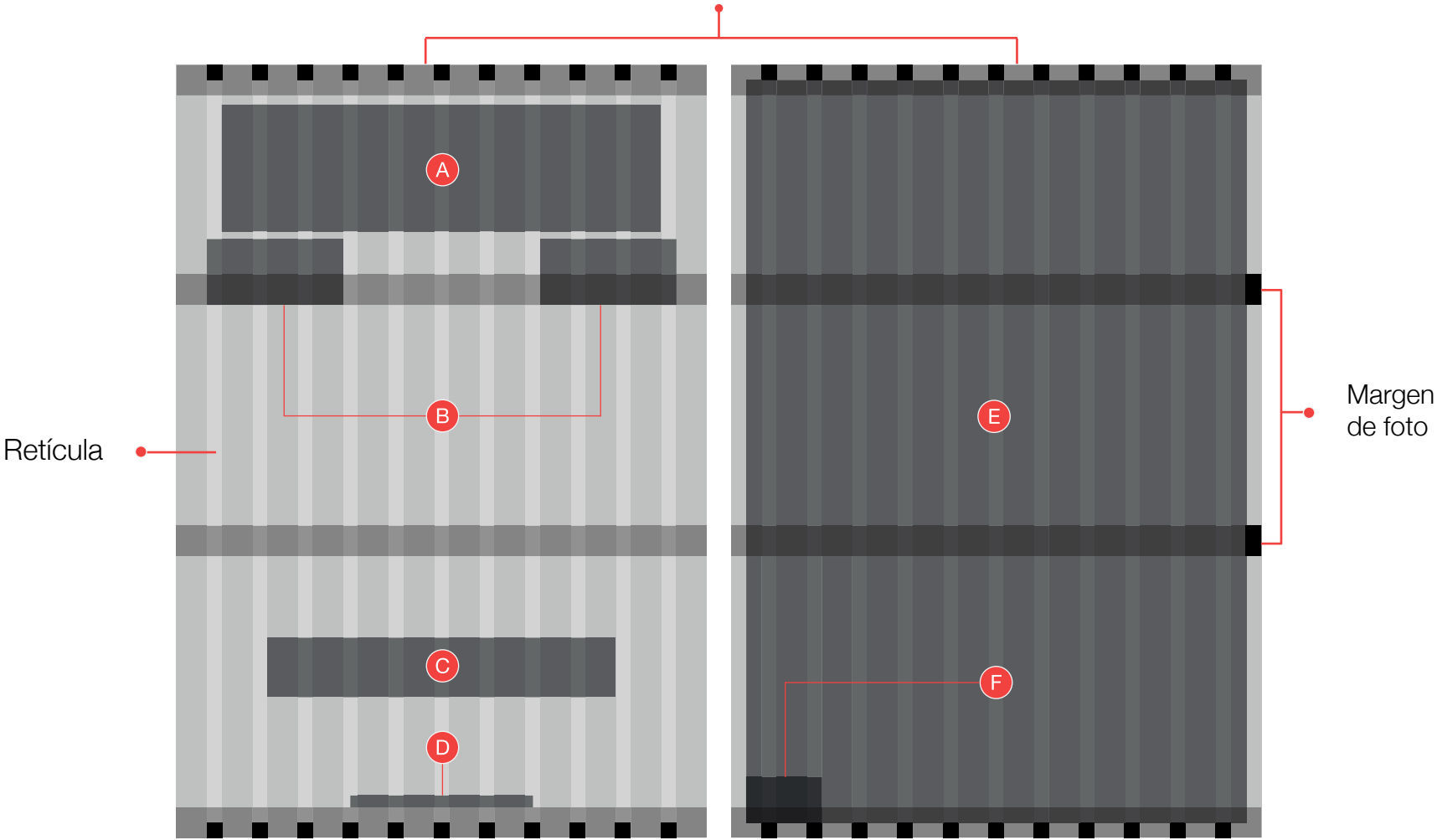
memoria | espiritualidad | visión del mundo | rituales | cosmologías | prácticas chamánicas | festividades | técnicas | saberes | conocimientos sobre naturaleza y el universo | música | danza | poesía | narración etc...

Portada

La portada de la revista *Ánima* será de tipo abstracta con el fin de comunicar conceptos complejos de manera sencilla, también permitiendo diseños más originales e innovadores.

La fotografía de portada será conceptual, permitiendo composiciones collage y retoques fotográficos al estilo vintage. En centro contará con yuxtaposición de elementos geométricos creando un punto focal y así captar la atención directa del usuario.

Plantilla



A Logotipo / revista

B Artículos principales

C Contenido principal

D Cantón de la edición

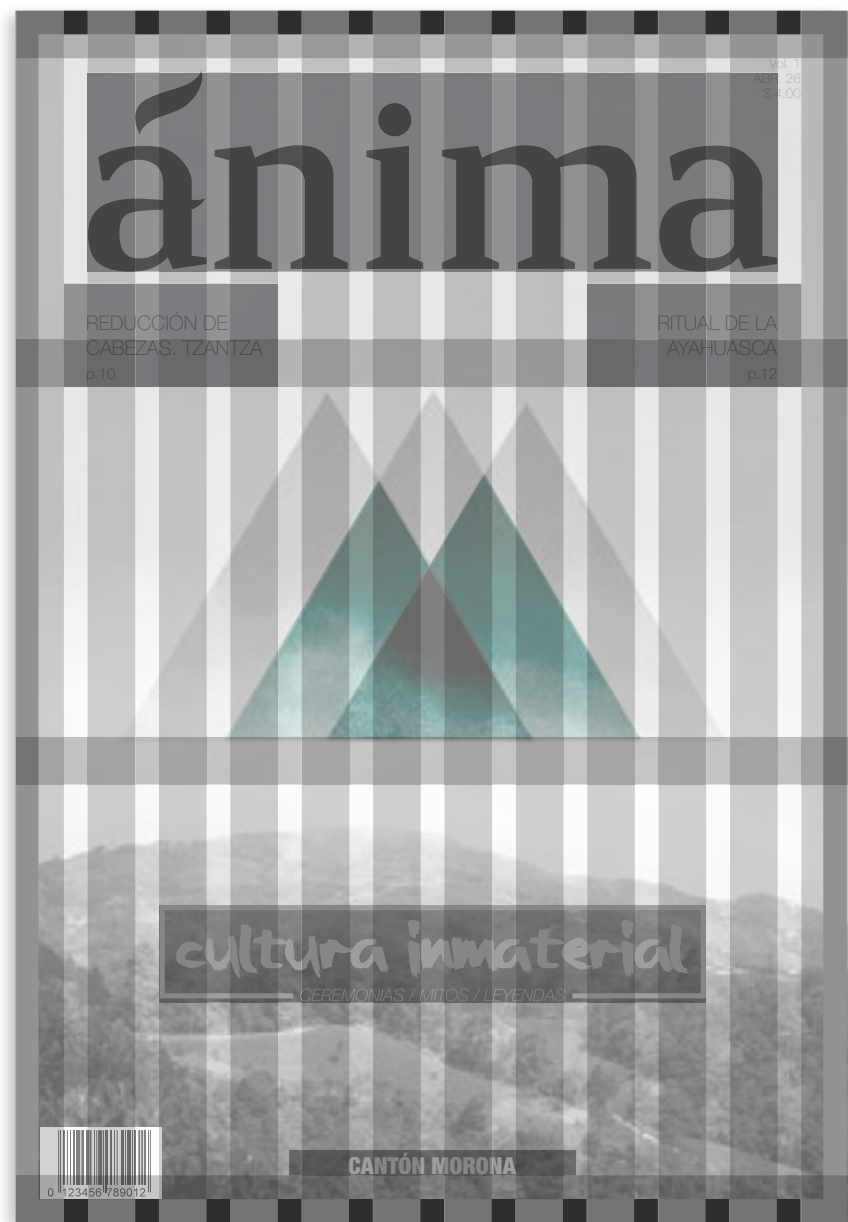
E Imagen de portada

F Código de barras

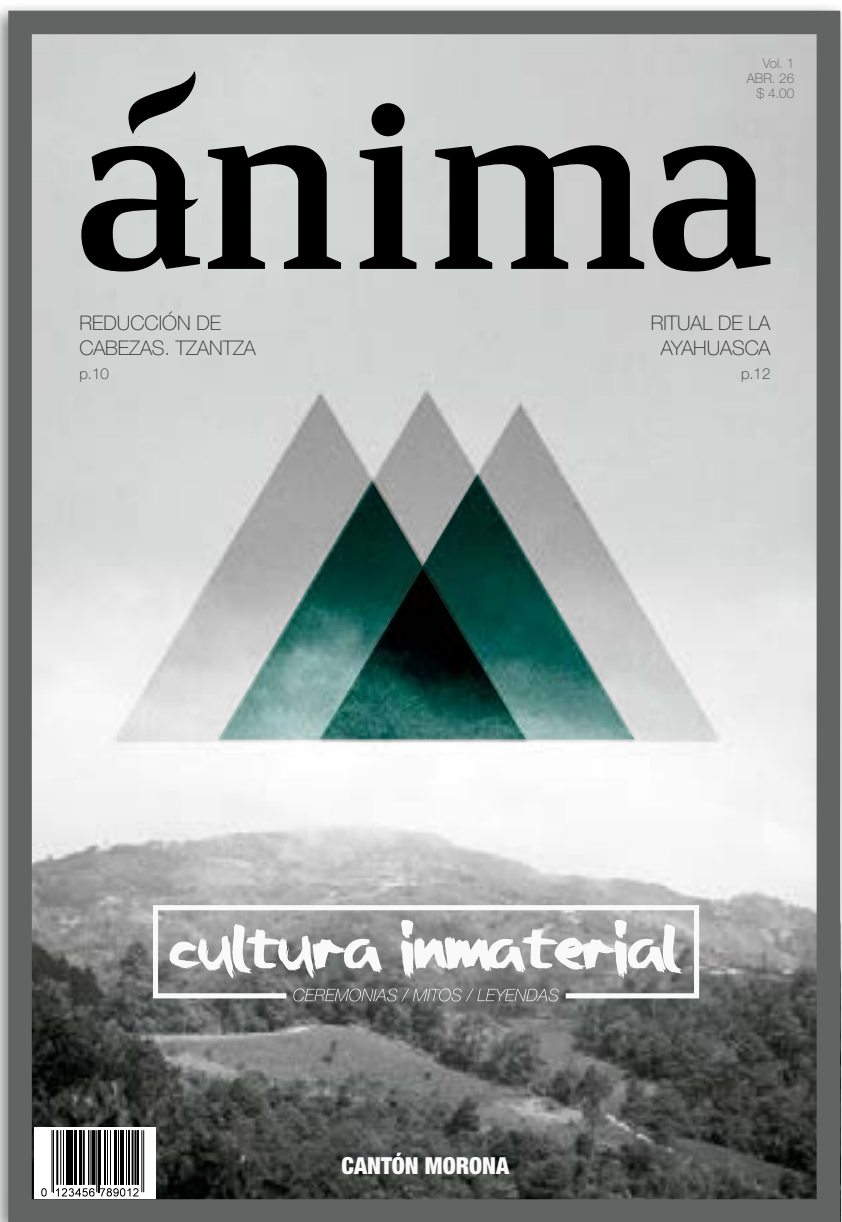
Elementos de la portada



Aplicación de la plantilla



Estética de la portada



Diseño final de la portada



ARTÍCULOS → Sección editorial

- bocetos para la revista ánima.



NARRATIVA → Sección cultural

- bocetos para contenido cultural.



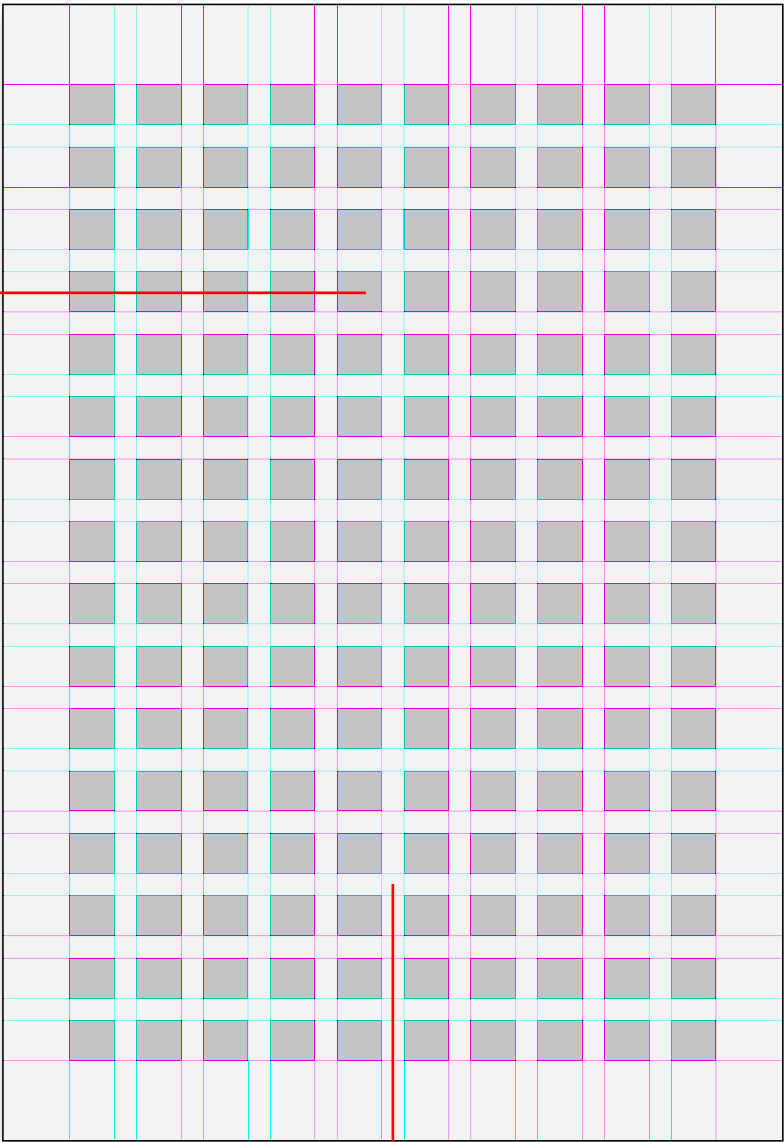
Retícula

La revista *Ánima* maneja una retícula modular, que es en esencia, una retícula de columnas con líneas horizontales que subdividen en filas creando una matriz de celdas o módulos. La retícula modular desarrolla una imagen estética conceptual, que, enlazado con el contenido y la fotografía se desea expresar. Otra cualidad de la retícula modular es que permite crear unidad y ritmo para contenidos extensos y variados.

retícula modular

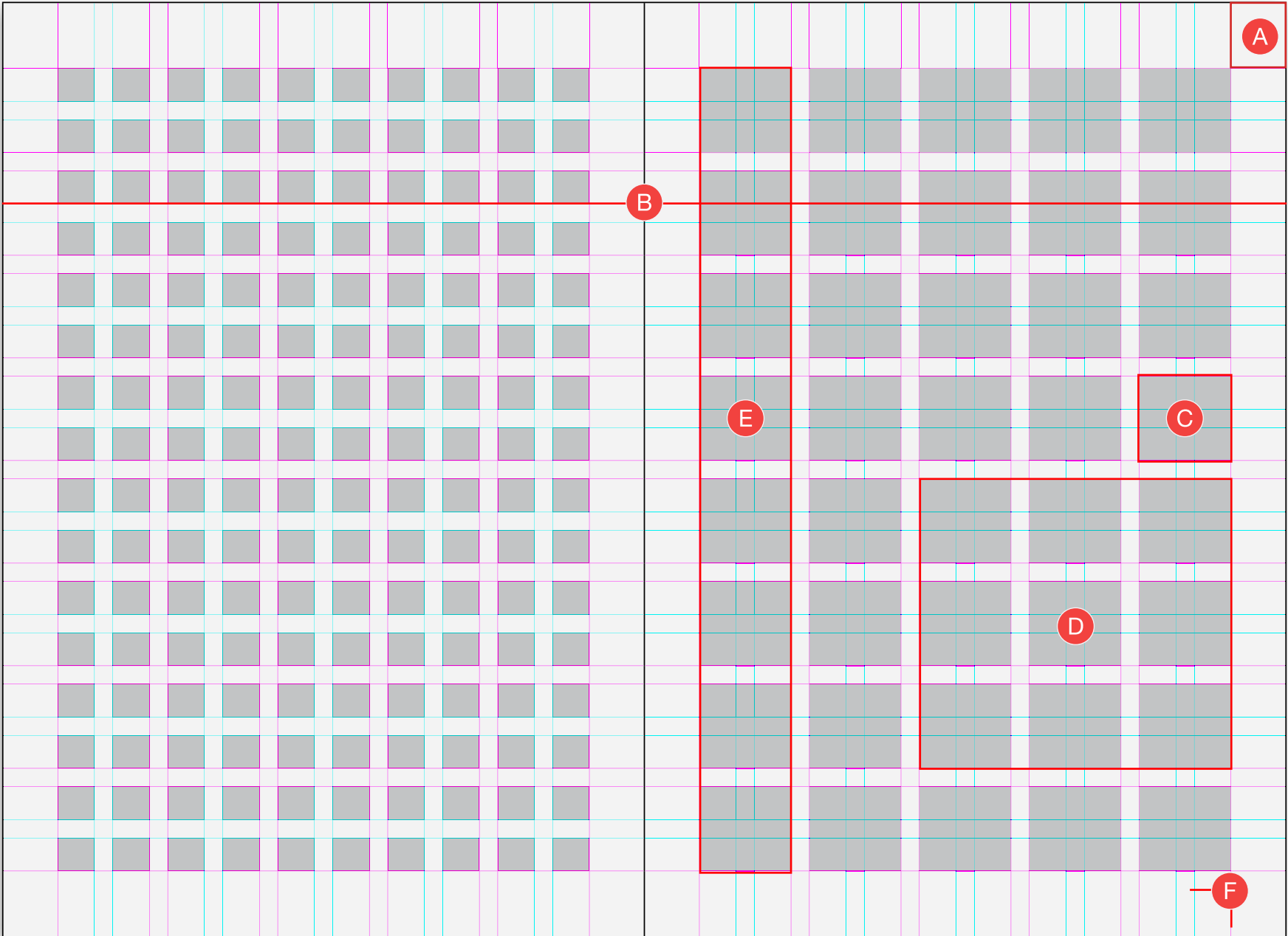
FORMA | FUNCIÓN | CONTENIDO

- flexibilidad
- precisión
- estética
- conceptual objetiva
- orden
- esencial
- comunicativa



pensamiento racionalista de la bauhaus

retícula → páginas interiores



A Márgenes

B Líneas de flujo

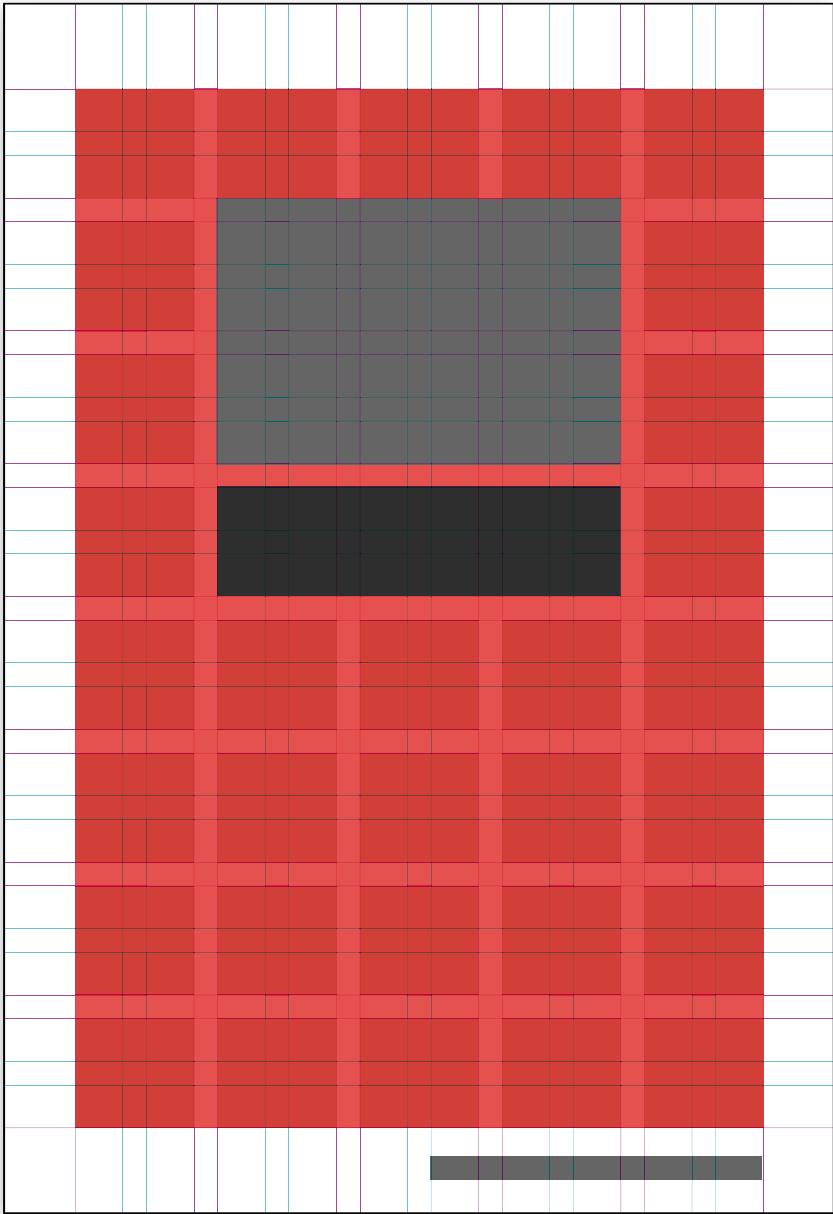
C Módulos

D Zonas espaciales

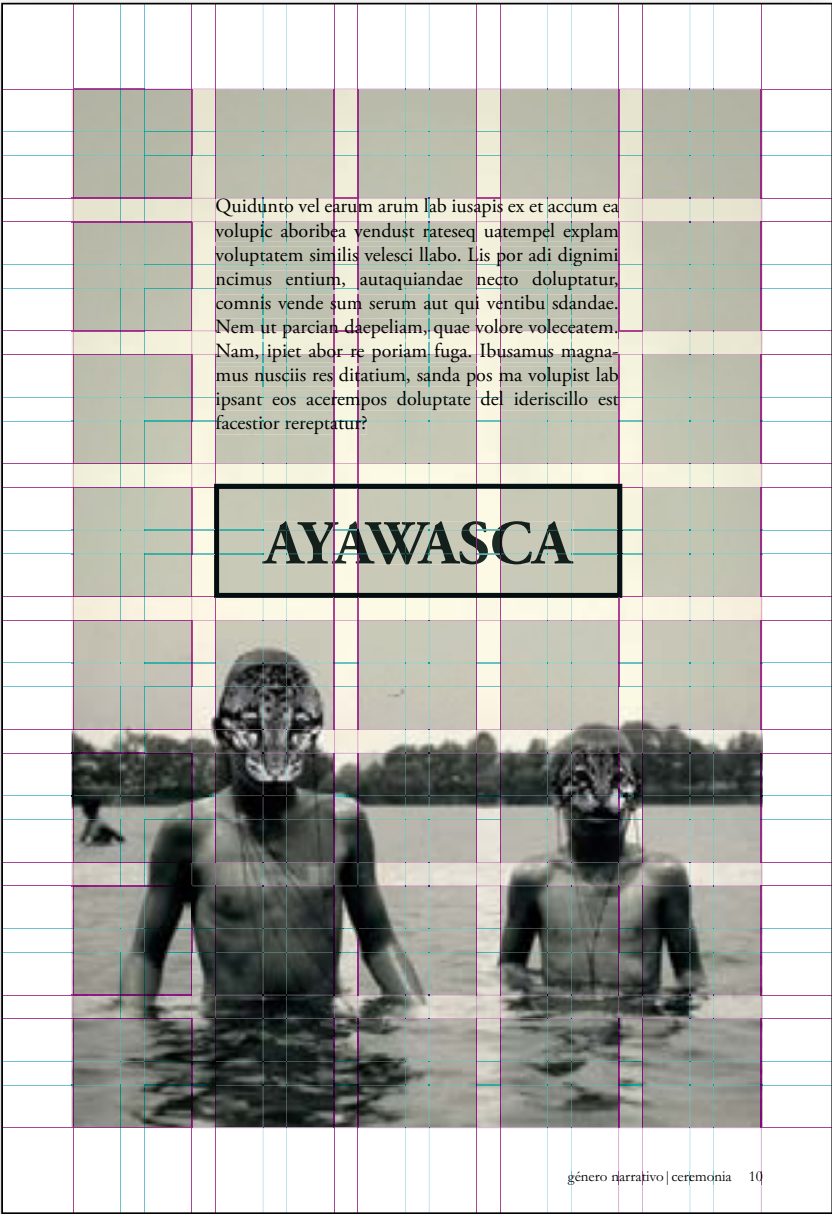
E Columnas

F Marcadores

Retícula + Plantilla



Aplicación de la plantilla



Diseño de páginas

USOS Y COSTUMBRES DE NUESTRA GENTE  Pedro Jaramillo Velín Las casas construían con pilares de chonta que se llamaban jatunpaja; las vigas para la construcción eran de madera que se llamaban Winchipo; los tirantes para el techo eran de caña guadua; la paja para la cubierta era de turupanga, que hoy se llama toquilla. El cerramiento de las paredes era de quinchá (guadua picada); los amarres se hacían con bejucos que se llamaban remuchimbo o sogá de carahuasca; el piso era de tierra natural; el fogón de la cocina era de leña; las noches se alumbraban con mechones de lágrimas que brotaban del árbol de copal y cuando no había esto lo reemplazaban con mecheros con cera de ganado, también con velas de ceras de laurel. El agua se recogía de vertientes en poros. Los alimentos se cocinaban en ollas de barro. El uso de los alimentos eran los siguientes: Cocinaban la yuca, el plátano, la papa china, la pelma, la zahoria, el frejol, el mote, el yuyo de chonta que hoy se llama palmito, la guayusa se hacía con miel de caña; la tailla que es la chicha de chonta; los tamales de yuca, de carne; el maní fresco tostado se llama el taquitaqui; los buñuelos que les decían “caca de niño”; el caucho, con yuca rallada y miel de caña; el quimbo lito de maíz; los ayampacos de pollo con el yuyo, de pescado, de riñón de ganado, del vaso del ganado; la chicha mascada de yuca, la sal cocinada la traían desde Mangozisa, se compraba a los shuaras. Se hacían en hojas de chiguango preparados con los testículos del toro, se preparaban morcillas con poleo y orégano. En cuestión de carnes usaban carne de puerco, carne de ganado, de gallina, de patos, de pa-	
vos, de cuyes, estos como animales domésticos. A más de estos usaban las carnes de animales estres como son: guanta, guatusa, armadillo, tejón, conejo, cuerpo del sajino, danta, venado, monos de la montaña, oso armarmoque. También aves silvestres como: Tutapavo, guai-san, mango, sachamango, predicador, tontora, perdiz, pauja y pajaritos de toda especie. Tambien se alimentaban del pescado que cogían en el río Upano: Carachas, putandaiques, bagres, bocachicos, estos pescados cogían poniendo las barbacoas en los brazos del río, haciendo un atajo para que no se vayan por cualquier lado, sino que caigan en la barbacoa los peces. En el tiempo de invierno se ponían en los reventadores guaquero y allí caían las sardinas, las curundas, los ronduelos, yucas. Se cazaba los hualeques que hoy se les llaman ranas y los pacuís que caigan en las lagunas de agua, de esto se alimentaban los antiguos. Tambien cazaban pajaritos con una taula hecha de flor de turupanga, hoy se le llama toquilla. También cazaban al conejo con una taulla poniendo comida (zanahoria o papachina) al conejo. Las costumbres que tengan nuestros antiguos eran las siguientes cuando mataban a una vaca, un torete, un cerdo le invitaban a comer a los familiares, compadres y amigos. El primer bocado de la carne de ganado era la caucara, el misque, el hígado asado, se servían con yuca y guayusa bien caliente. La guayusa se servía en pilches; el caldo y la carne comían en plato de barro y cuchara de palo. La que repartía usaba una cuchara de palo a la que llamaban “cuchara mama”. Después de todo esto, molían la carne en batancon unas piedras, pues no habían molinos, con la carne molida hacían longanizas y la otra parte de carne cecinaban y la ponían a secar en el sol y en el humo para que permanezca fresca y poder seguir utilizándola.	La carne seca guardaba en una changuina, siempre protegida por el humo. Cuando mataban a un chanco acostumbraban a invitar familiares, compadres y amigos. El primer plato consistía en comer el “cuerito del puerco”, una yuca caliente, una guayusa bien hecha y el cuero bien hornado y no faltaba la chicha de caña fermentada. La manteca de fritada y los chicharrones comían con los invitados. Hacían la famosa longaniza y las morcillas con cogollo de yuca tierna. Al despedirse las amistades, amigos y compadres les regalaban un pedazo de carne y una morcilla gruesa (la llamaban “obispo”) . Pasamos a las frutas, la papaya, piña, naranja, mandarina, caña, pumarosa, jotomos y granadillas. En medicina ocupaban remedios naturales del lugar, la verbena para la fiebre y gripe, tomaban el jugo con limón y trago. Él es cancel tomaban como purgante sacando su jugo y mezclándolo con dos claras de huevo. La hierba luisa la ocupaban para el dolor de estómago. Del berro sacaban en gran cantidad el jugo para el dolor de riñones. La verdolaga, la malva, la flor de llantén, la hierba mora (conocido como “mortiño”) con un pedacito de pitajaya picada y chancada, era ideal como refresco o para las infecciones toronjil usaban y tomaban para el corazón. Para el mal de orina o riñones, bastante pelo de choclo con zarza parilla y caballo chupa, zanahoria amarilla o blanca de Macas. Para la limpieza de la dentadura se hacía con sangre de drago. Para que no blanquee el pelo y permanezca negro se usaba la pepa de sua. También usaban la borraja para la gripe, la persona que tomaba se abrigaba y sudaba mucho. Para botar las lombrices y amebas tomaban la leche de la papaya tierna en leche de vaca, esto en medida muy pequeña. También era bueno el jugo de paico y se tomaba en ayunas.

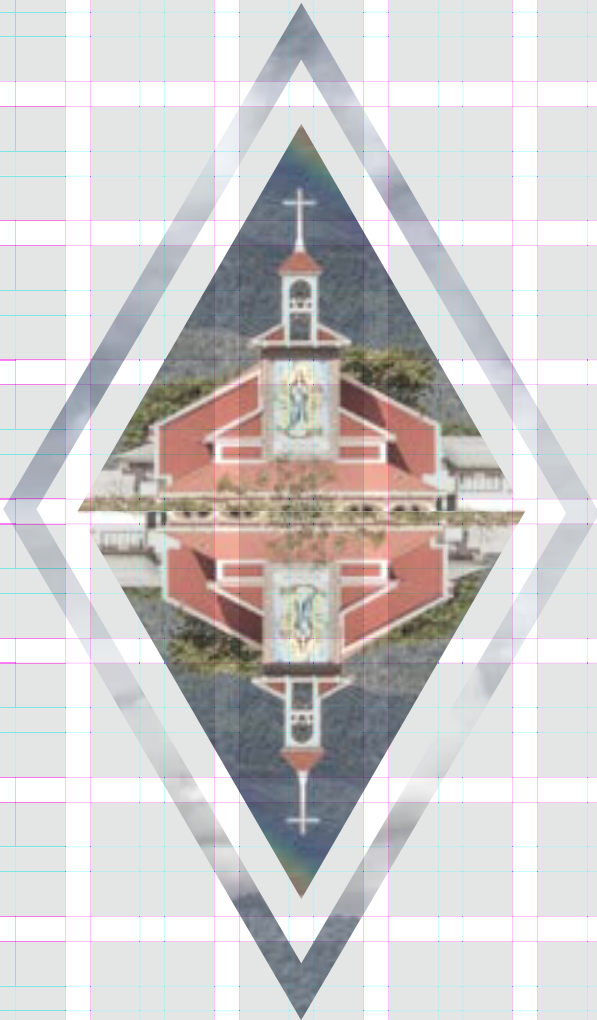
Diseño de páginas

MACAS,
CONSTUMBRES Y TRADICIONES

José Merino Villareal

El macabeo siempre estuvo ligado a la tierra, a su entorno natural. Amo al suelo del cual extra-jo los recursos y medios para vivir. No construyó monumentos, levanto templos, sus costumbres y tradiciones están íntimamente relacionadas con la vida en el campo, con la vivienda, alimentos, fiestas, trabajos y manifes-taciones de religiosidad. Agricultor ganadero por excelencia. Tumbo las montañas y destrozo el rastrojo. Planto gramalote para su ganado. Rego maíz y limpio la maleza. En las chacras crecía la yuca, plátano, frejol, zanahoria, maní, rolaquimba y camote. ¡Tierra feraz y generosa! La fertilidad de su sue-lo permitió “sembrar de todo” y cosechar en abundancia. Son reclamadas como tierra excepcional las de Yambas, Cañiyacu, Copueno, Barranca, Pita-jaya, Pacha, Jimbitono, Supiurco, Pitaloma y otros. ¡Que yuca, que plátano!, qué manera de cargar, el frejol, el maní, que mazorcas de maíz; “es la tierra prometida”. Se producía para el consumo y se guardaba has-ta la nueva cosecha. Solo se comercializaba el maní, el tabaco y la canela o se cambiaba con

utensilios de cocina, ropa o medicamentos tra-dicionales a los mercachifles que visitaban oca-sionalmente. La sal la cocinaban en Miazal y la cambiaban con escopetas y tarachis con los jíbaros de esa zona. La randimpa se practicó a menudo. Quince o veinte hombres y mujeres. Los randimperos madrugaban al trabajo. Rozaban el monte para el maíz y picaban para la chacra. Comían en abundancia sobre verdes manteles de bijao, ha-bía chicha que repartía la “upichidora”. Todo cedía a su paso, crujía y se retorció el monte. ¡El abrazo fuerte y certero machetazo partía el espino y ahuyentaba a la jerga! El trabajo fue como una devoción. Al levantar-se con el canto del “lojachico”, al rayar el alba y al descanso con los últimos destellos del sol. Todo el día en sus labores en su chacra, en el potrero, en el maizal, en la pantanero. Ya de casería, hilando la sogá, cortando la hoja, partiendo la guadua o limpiando el patio o la casa, cortando caña y moliendo la miel y la chi-cha.



Composición

Estética

El sistema constará con una composición mixta de simetría y asimetría dependiendo del contexto del contenido, se aplicará el más adecuado. Para contenidos mas formales se usará una composición simétrica, en cambio para un contenido dinámico se aplicará una composición asimétrica.

Unidad

Cuando se habla de un sistema comunicación visual, una de las especificaciones mas importantes que debe tener es la unidad, quiere decir que los diferentes elementos conserven relaciones específicas, estableciendo pautas aplicables a diseños futuros.

Elementos

Para que el sistema de comunicación visual este bien fundamentado, se tomarán en cuenta los elementos básicos de diseño como son: plano, línea contorno, textura etc. Que ayudarán a la estética del diseño y a la jerarquización de la información.

Formato

El formato que se usará para la revista será de 17,5 x 25,5 cm, que es un formato estándar que ayudará en la producción, comodidad y facilidad de uso. Este formato es característico en la producción de revistas. El tipo de encuadernación dependerá de la cantidad de paginas del producto final.

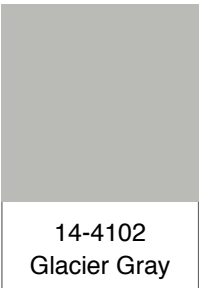
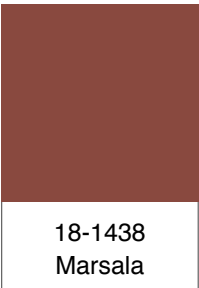
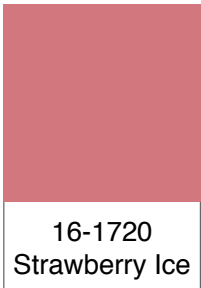
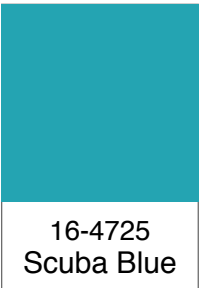
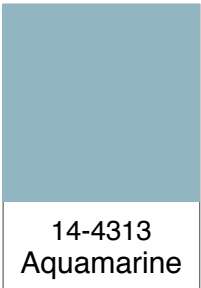


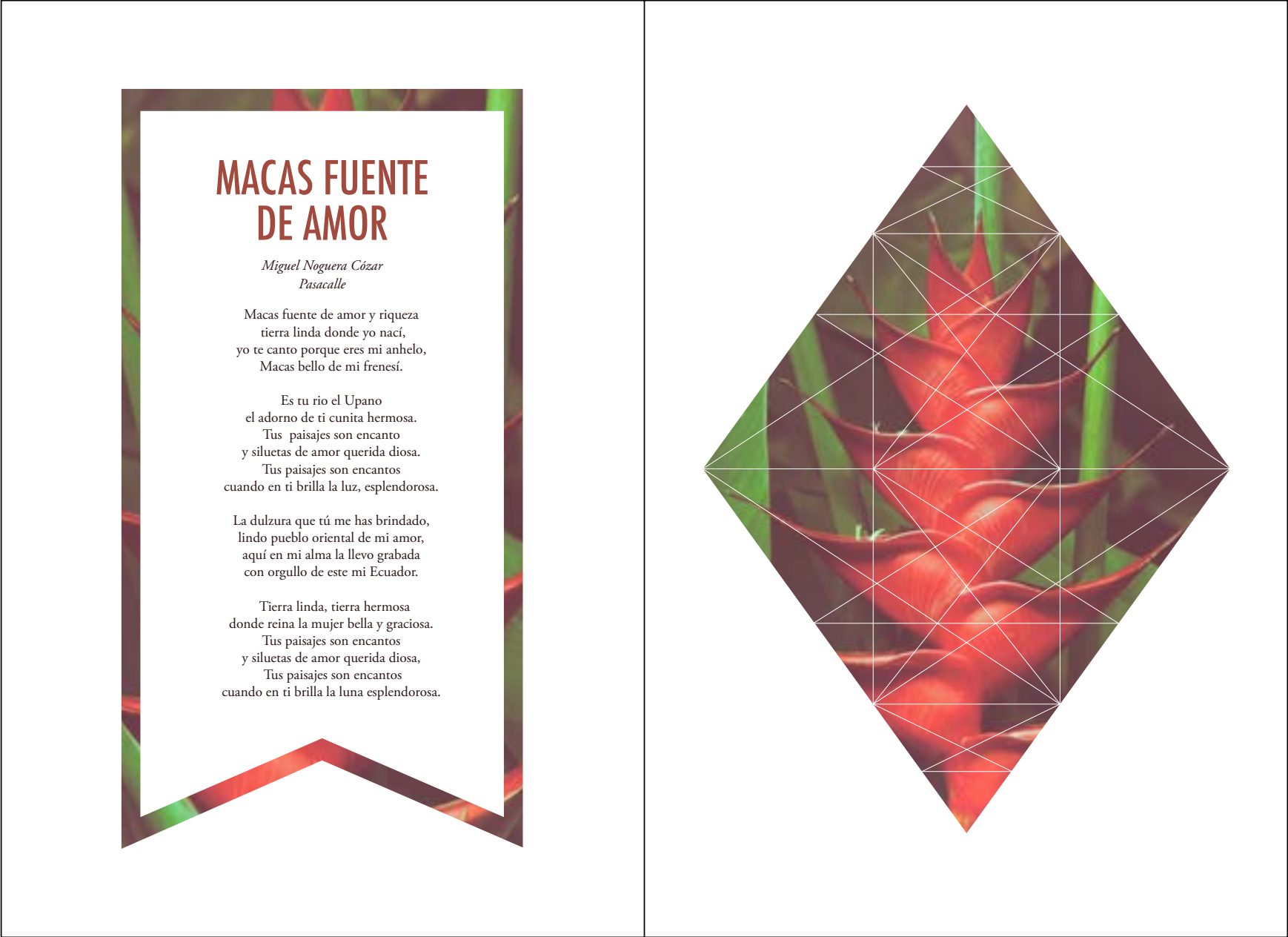
Cromática

La cromática en productos editoriales juega un papel muy importante, ya que puede tomar diferentes significados asociándose con diferentes emociones. Dependiendo del contexto de la información se usaran colores que capten la atención creando jerarquía entre texto, tipografía e imágenes; proponiendo un recorrido visual agradable. Los colores a utilizar serán cálidos, fríos con contrastes y saturaciones.

La cromática de la pagina se basará en la fotografía que contenga, es decir, si la fotografía que se ocupa tiene tonalidades hacia el verde, la tipografía y demás elementos de la maquetación también se orientaran hacia esa tonalidad creando una composición armónica.

Dependiendo del contenido y el significado cromático que se desee expresar, existen paletas de color predeterminadas. En este caso presentaremos la paleta de color primavera 2015 de PANTONE, estos colores están basados en la naturaleza con tonos fríos suaves que se mezclan con tonos cálidos sutiles para crear una escapada relajante del ajetreo y el bullicio cotidiano.





Tipografía

La sección narrativa de la revista contará con una tipografía Serif en el texto corrido y títulos, ya que al tratarse de información cultural se debe expresar en un estilo más formal, otra de las características de este estilo tipográfico es que brinda mayor legibilidad y leibilidad al usuario. Para los textos de la sección editorial e independiente se usará una tipografía Sans Serif. Para contenidos de menor categoría como pie de fotos e información adicional se usará una combinación de las dos tipografías dependiendo del contexto. Estas tipografías debe ser de familias amplias es decir; con variedad en sus tipologías como bold, light, cursive etc.

Serif

Adobe Garamond pro Bold

Adobe Garamond pro regular

Adobe Garamond pro Italic

Adobe Garamond pro Bold Italic

Sans Serif

Helvetica Neue Regular

Helvetica Neue Medium

Helvetica Neue Italic

Helvetica Neue Bold

Helvetica Neue Bold

Helvetica Neue Condensed Bold

Helvetica Neue Condensed Black

Helvetica Neue Light

Futura Condensed ExtraBold

Futura Condensed Medium

Futura Medium

Futura Condensed Medium

titulares | a partir 15 pts

cuerpo texto | entre 9 y 14 pts

subtítulos | entre 7 y 12 pts

pie de foto | entre 5 y 8 pts

Imagen

Las imágenes son parte fundamental de la identidad visual de la revista *Ánima*, es preciso encontrar el tipo de imagen mas adecuado así comunicar efectivamente el mensaje deseado. Las fotografías que se incluirán en la revista muchas de las veces deberán desempeñar la función que el texto no puede, tendrán un estilo abstracto – conceptual al estilo vintage con la opción de aplicar yuxtaposición de elementos y collage creando nuevas formas de diseño. Es importante crear un equilibrio apropiado entre imagen y texto que brinda ritmo a la publicación.



TRAJE TÍPICO MAQUENSE

Enma B. Mancheno N.

Dialogando con nuestros mayores se han definido al traje típico maquense como indumentaria para el trabajo y en épocas especiales, con ciertos aditamentos, como vestidura para algún acto social o religioso. En cuanto al modelo tradicional, usado por nuestros antepasados allá por los años 30, podemos anotar lo siguiente:

Los hombres usaban pantalones tipo pijama (pillama) con bastas anchas mas debajo de media canilla, confeccionados de tela de color crudo conocida como “chillo” esta prenda se sujetaba al cinto con una faja.
Fueron pasando los años y el traje de los hombres adopto las características siguientes:
La camisa llamada “cotona”, de mangas largas sin cuello, en color blanco, los pantalones negro, azul oscuro o cafés corte normal confeccionados con tela nacionales como la gabardina que la adquirirían en la fabrica. El prado de la ciudad de Riobamba.
Tenia como complementos: una correa o faja en la cintura; su singular sombrero negro de paño y no podía faltar el machete y el cabestro para los quehaceres agrícolas. En los compromisos religiosos y sociales de aquella época, complementaban el atuendo con una leva de algodón corte sastre.

Algunas mujeres usaban al cuello pañuelos de buena calidad cubiertos con algún reboso, de que no era otra cosa que una chalina de lana.- Para ocasiones especiales como para asistir a la misa particular mente las mujeres elegantes, usaban los pañolones “Magdalena”, elaborado en telas especiales, bordado al canto y con blequillo de seda.
A medida que pasa el tiempo todo evoluciona hacia como el vestido maquence en los años setenta va de acuerdo con el tiempo, se usaba trajes de frunces, piezas, aplizados y el velo como complemento para el asunto religioso.- Los hombres también se adoptaron al cambio.
Lo interesante es que en esos tiempos habían costureras que cosían algunos trajes utilizando la maquina de rueda manual.- Una de ellas es la señora Inés Montenegro que, aun a sus noventa años, realizaba algunos trabajos de costura.

LA MUJER MAQUENSE

Las mujeres maquenses usaban un traje compuesto de una blusa de color blanco con mangas de vuelos al puño, escote con solapa redonda, abertura delantera con botones y frunces al talle sujetos con pespuntos a falta de elástico. La pollera o centro de color azul, negro o verde botella, confeccionada en gabardina nacional, tenia un detalle especial en la parte baja de la falda que consistía en unos plieguecillos recogidos con pespuntos y para sujetarla falda de plisados pequeños, una tira larga, dejando material suficiente en los dos lados para sujetarla a un costado.- parte integrante de la pollera fué una enagua blanca, no muy amplia, confeccionada con lienzo para el trabajo se ponía una faja con la finalidad de hacer la pollera mas alta para dar facilidad de movimientos (se llamaba “jananchir”).- y no podía faltar el típico pañuelo blanco que, a veces, llevaba reatas en su contorno.- complementaba un pañuelo de chillo.





LO QUE NUESTROS MAYORES SABÍAN

Félix Rivadeneira

El árbol de chicawiña era considerado especial para nuestros mayores, pues su apreciada madera por ser incorruptible para elaborar los trapiches para la molienda de caña; se cuenta que este árbol lagrimaba, su resina que la empleaba como incienso. Esta resina era sacada del árbol gracias a la picadura de su corteza de una mosca llamada tumbulumbi, la misma que se extraía para elaborar su cera o miel esto hacía que quede abierto un pequeño orificio por donde siga fluyendo la resina. Los macabeos esperaban que se seque y se endure y luego lo recogían en unas hojas o pedazos de cortezas del mismo palo para luego quemarlas, se lo empleaban en curaciones de mal de aire, para sahumar la casa. Este incienso tenía olor agradable.

¿Qué es la tisacra? Es el cuerpo de la hoja del chingo, palmera con raíces grandes de aproximadamente tres metros. Esta tisacra era utilizada por las macabeas como recipiente para recoger el mishquiaco (guarapo o jugo de caña) que era de moler la caña se recogía este recipiente que se lo agujeraba en el centro, para que luego pase al bunque (recipiente de madera elaborado de chicawiña).



ANTE LA MUERTE

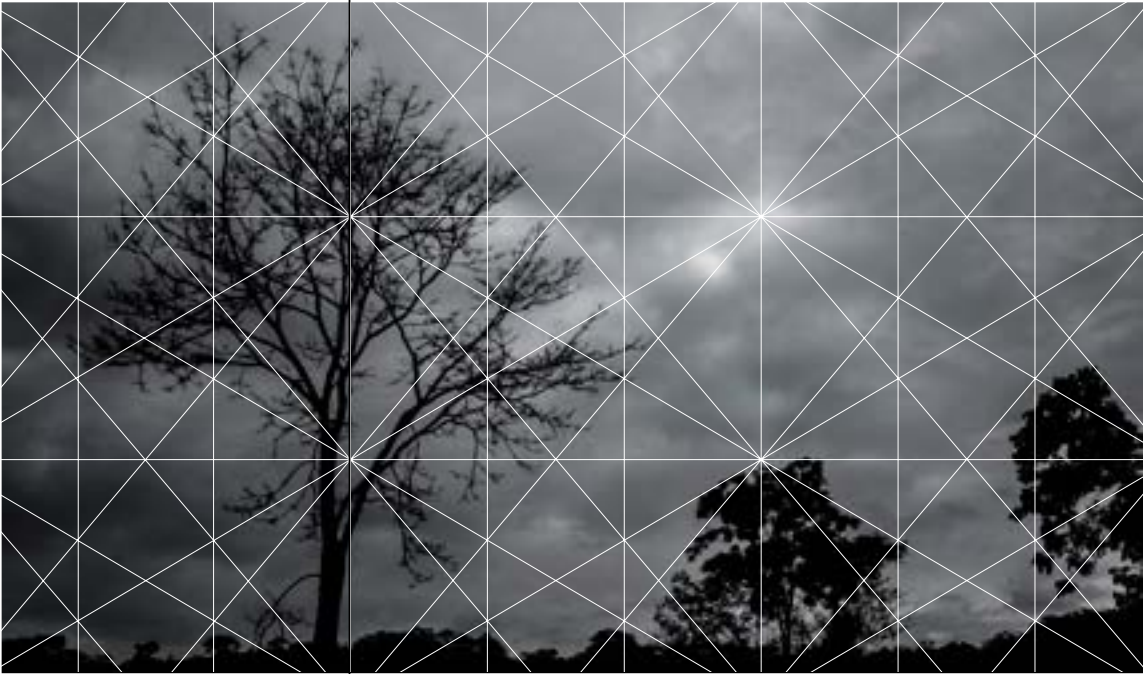
Modesta Rivadeneira C.

Antes y hoy se pueden presentir aquel enigma del despojo del alma del cuerpo con el aullido de los perros, el alboroto de las aves y más animales que perciben lo que sea tribuye como el “recoger los pasos”

Este anticipo de la muerte se puede escuchar horas antes de la muerte de una persona, los macabeos, antiguamente, acostumbraban a rezar con el moribundo para recordarle que tenía que prepararse con su conciencia para la otra vida, además debía elaborar un testamento, como prueba de responsabilidad con sus herederos. El señor párroco al conocer que hay un agonizante llegaba su lecho para administrarles los santos oleos. Durante todos estos ritos, los familiares, amistades y más acompañantes debían permanecer en absoluto silencio, permitiendo que el descanso sea tranquilo, caso contrario, su desenlace sería sufrimiento, dolor y tristeza. “El llanto, las emociones, no contribuyen en estos “últimos momentos”, decían los mayores, acota doña Modesta.

El respeto ha sido muy importante para los misioneros y nosotros mismos. Siempre se evita que los niños interfieran a los mayores, peor que al moribundo se le moleste en el trance era mejor rezar, aunque sea en el interior del corazón. No se puede abandonar al paciente, para charlas, risotadas o disputas, como suele acostumbrarse en estos días. Producido el desenlace se colocaba el cadáver en una mesa, la cual debía estar provista de sábanas blancas y flores. El cuerpo se le rodeaba de una tela blanca, para luego atar algunos ramos benditos con un cordón atado a la cintura. Este era el símbolo de la asechanza al demonio. Posterior

mente cambiaron las costumbres, al difunto se le despedía con sus mejores vestidos o terno. Cuando alguien fallecía, había un movimiento de familiares, vecinos y amigos, para colaborar y acompañar al sepelio y luego a su última morada. Se preparaba buena alimentación para todos los acompañantes, asimismo no se olvidaban de los sepultureros, aquellos que preparaban la cavidad donde se depositaría al fallecido. Las comisiones se encargaban de la atención y los detalles del acontecimiento. El doblar de las campanas acompañaba al sepelio y luego al camposanto. Aunque las campanadas han cambiado, dice doña Modesta, antes era un solo de retórico, hoy se identifican con dos



campanadas a la mujer y tres de los hombres. Para el velorio, tradicionalmente, los mayores traían su velita y algunos inclusive una ayuda económica de acuerdo a las necesidades de la familia del finado. Luego había la predisposición para rezar y cantar alabanzas al señor por el eterno descanso. Las ceras eran confeccionadas en la gran mayoría en los mismos hogares macabeos. Se utilizaban las semillas maduras de laurel cosechadas en las playas del río Upano.

Se confeccionaba un pequeño altar con los candelabros, adjunto al difunto, el mismo que permanecía por nueve días, luego de haber depositado el féretro en la tumba, para iniciar el novenario por la salvación de su alma.

La caja era llevada en los hombros de los familiares y más allegados al extinto. Al llevar al cementerio se realizaba una Última ceremonia y se depositaba el ataúd en la fosa. Unos terrores eran lanzados sobre la caja, posiblemente en memoria de las bíblicas palabras. “Recuerda que es polvo y en polvo que convertidas”. Retornaban al lugar para ese mismo día iniciar el novenario.

Los antiguos recuerdan que el cementerio era en el sitio que hoy es el parque central de Macas, luego estuvo en el lugar donde hoy funciona la emisora voz del upano, para posteriormente trasladarse al sur de la ciudad, donde actualmente está ubicado.

CRUCE DEL RIO UPANO

Bosco Juan M.

No se cómo iniciar este escrito, con mentiras o verdades. Ustedes sabrán disculpar. lo cierto es que de muy pequeño (quizá de cuatro o cinco años), cruce el río Upano(kanus): por dos puentes de unos dos o tres palos.

Si la juventud actual viviera unos cuarenta años atrás, vería la furia del río desbordarse en todo el ancho de la playa en decenas de brazos, unos más grandes que otros; la gente de los dos lados esperando cruzar y lamentarse en qué parte quedará el paso o cruce; a los hombres temerarios cuidando, día y noche, la canoa para que el río no les arrebatase; correr en pantalóneta y descalzo para ver en qué parte quedaría el nuevo cruce, harían reverencia a la vida de ese tiempo. Los hombres temerarios, maestros y dominadores de las adversidades de la naturaleza, cruzaban a los pasajeros río abajo con una sola canoa, de seis en seis, o más, de acuerdo a las circunstancias.

Nuestro Upano, bello, atractivo y cautivador era muy correntoso, traicionero, para ahogar no ha visto la edad ni clase social. Cambiaba su cauce frecuentemente, de la noche a la mañana, de un día a otro, de una semana a otra y máximo duraba unos quince días. Mucha gente de lado a lado, tenía que pasar verdaderos calvarios esperando una o más semanas para poder cruzarlo.

Ante este río estaban los hombres sin miedo, los canoeros, llamados también “tamberos”. ¡Mis respetos! En este tiempo había algunos tamberos que hacían pareja para el cruce; a veces había dos canoas, alivio para los transeúntes y un poco de descanso para los hombres men-

cionados. Aquí están los nombres de aquellos hombres que sirvieron y dieron su vida por sus semejantes: Jacinto Zabala, Manuel Rivadeneira, Vicente Zabala, Miguel Robles, Francisco Petsaín, Cesar Zumba, Dionicio Pantam, Antonio Ampam, don Alfonso y otros que no constan. Mil disculpas.

¿Qué instituciones les pagaban? lo hacían el Ilustre Municipio, el Consejo Provincial y el Ejército. El sueldo era entre treinta y cien sucres mensuales. Dinerazo en ese tiempo alguno de ellos lo hacían cobrando quizás tres, cuatro o cinco reales por persona, máximo un sucre. Además de personas pasaban a los caballos y ganados, para ello, arrimaban al animal junto a la canoa, eso sí, siempre opuesto al cruce. El dueño sujetaba al animal con la sog a corta distancia. El cruce del río no era fijo, muy poco tiempo duraba este puesto apto para el paso de la canoa. Según este cambio frecuente, las bajadas de las márgenes e denominaron así: bajada de don Manuel, bajada de don Silverio, bajada de don Jacinto, bajada de la Misión y bajada de la Ermita, esto a la margen izquierda. ‘la margen derecha eran: bajada de don Auayo (Mirador): bajada de don Leonardo, bajada de la Misión panteón y rara vez se ocupaba otra bajada más al sur. Estos caminos se usaban de acuerdo al capricho de la naturaleza.

Hace más de dos décadas, si no me equivo-



co, el río no ha cambiado y ha quedado junto a la bajada de don Jacinto (margen izquierda): y frente a las bajadas de don Auayo y don Leonardo (margen derecho). He pensado que el río se ha cansado de tantos cambios de cauce. Ha formado decenas de brazos y se ha detenido a observar las hazañas del hombre que pretende dominarlo. O quizás quiere recordarnos que mucha gente al cruzar en canoa mojaba sus dedos y se santiguaban. Entre murmullos se les escuchaba decir. “Dios mío”, “Jesucito”, “Virgencita de Macas”, “San Juan Bosquito”, “protégeme... cuidame”. Tal vez estas suplicas “milagreo”, si cabe el término, que el río no cambie de lugar.

Para terminar este pequeño relato quiero exponer dos cosas, tipo anécdota:

Frente a Macas, al servicio de Morona Santiago, se construían puente de hormigón de valor millonario, bajo la conducción técnica del siglo XX. Saben lo que paso faltando una semana para su inauguración, el primer peatón que paso sobre el puente fue el río Upano. ¿Qué les parece?

Dicen que cierto día don Ignacio Palacios cruzaba el puente pasarela, como de costumbre, montado en su mulita. Regresaba de la finca de Santa Rosa. Por casualidad se topó con el ingeniero constructor del puente sobre el Upano y con el modismo que él tenía se río ja, ja, ja, diciéndole: “Señor ingeniero, usted no conoce a este río, las bases del puente están muy encima, de poca profundidad, no va a durar, con este río no se juega, nosotros conocemos y el puente será llevado por el”. El profesional replico más o menos así: “Usted no sabe nada, yo soy quien construye, las bases son suficientes para soportar la fuerza del río. Son grandes y gruesas. Aquí manda la técnica”. Don Ignacio volvió a reírse y siguió su camino. Semanas después se cumplió lo dicho.

Caray, como pasan los días y los años, hablando del cincuenta y cinco, del sesenta y cinco y hoy estamos acercándonos al dos mil. Aprendamos: La teoría es teoría, años vividos no son letras o libros en escritorio, sino las experiencias, cosas prácticas y enseñanzas del tiempo.



a | página de la revista ánimo | género narrativo



a | portada final revista Ánima



a | portada y contraportada de la revista Ánima

CONCLUSIONES

El objetivo de este proyecto fue crear un producto editorial que sirva para promover y preservar el Patrimonio Cultural Inmaterial de los diferentes cantones del Ecuador.

El diseño gráfico debe ser creado con un propósito, a diferencia del diseño artístico que tiene un enfoque personal de lo que se desea expresar. Es por ello, que el diseñador primero debe cubrir las exigencias del mensaje para reforzarlo con la estética.

El diseño editorial es un campo muy extenso y los diseñadores podemos indagar planteando nuevas propuestas creativas. Así nació este proyecto, del gusto y la necesidad de aprender editorial. Sin tener un tema definido, de las necesidades y exigencias para resolver el problema, resultó la revista.

Lo mas complejo al crear un producto editorial, es llegar a tener unidad en el diseño. Esto se logra conservando relaciones específicas y construyendo pautas adaptables a diseños futuros.

RECOMENDACIONES

El tema cultural es muy importante, como futuros profesionales debemos proponer proyectos que ayuden a preservarlo, ayudando a nuestra identidad cultural que es lo que nos diferencia del resto.

En la realización de una revista trabajan periodistas, editores, diseñadores, colaboradores y directivos de la publicación. Es importante tomar en cuenta al momento de abortar un proyecto así. Ya que un diseñador gráfico puede tener conocimiento de ellos, pero es muy difícil plantearlos por si solo.

El contenido siempre debe ir de la mano con la estética, y este resultado enfocado en el usuario. Los diseñadores debemos ser muy hábiles para dar un enfoque estético adecuado, y este se acople al contenido emitido. Proporcionando fuerza y eficacia al mensaje.

Los cronogramas establecidos se deben respetar y no dejar que el trabajo se acumule. Así tener tiempo para definir detalles del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Bergström, Bo. (2009). Tengo algo en el ojo. Barcelona: Promopress.
- Bhaskaran, Lakshmi. (2006). ¿Qué es el diseño Editorial?. España: Index Book.
- Frascara, Jorge. (2000). Diseño Gráfico y Comunicación. Argentina: Ediciones Infinito.
- Ghinaglia, Daniel . (2006). Taller de diseño editorial. 26 abril, de Diseño en Palermo. Encuentro Latinoamericano de Diseño Sitio web: http://www.cva.itesm.mx/biblioteca/pagina_con_formato_version_oct/apaweb.html
- Kloss, Gerardo. (2001). Entre el diseño y la edición. México: Universidad Autonoma Metropolitana.
- Lazo Galán, Juan Carlos. (2014). Diseño Gráfico y Patrimonio. universidad Verdad, 64, 119 -146.
- Malo González, Claudio. (2014). Patrimonio Cultural, Cambio y Permanencia. Universidad Verdad, 64, 9 - 28.
- Mariotti, John. (2001). Smart: lo fundamental y más efectivo acerca de las marcas y el branding. Bogotá : MacGraw-Hill.
- Samara, Timothy. (2004). Diseñar con y sin retícula. Barcelona: Gustavo Gili.
- UNESCO. (2011). ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?. febrero 22, de UNESCO Sitio web: <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00002>
- UNESCO. (2011). Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. febrero 22, de UNESCO Sitio web: <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00012>
- Wong, Wucius. (1991). Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional. Barcelona: Gustavo Gili.

Coelho