



UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE DISEÑO
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO
DE UNA LÍNEA DE PERSONAJES
ILUSTRADOS
APLICADOS A UNA CAMPAÑA BTL
PARA LA DIFUSIÓN DE LAS
CULTURAS ASIÁTICAS
EN LOS NIÑOS

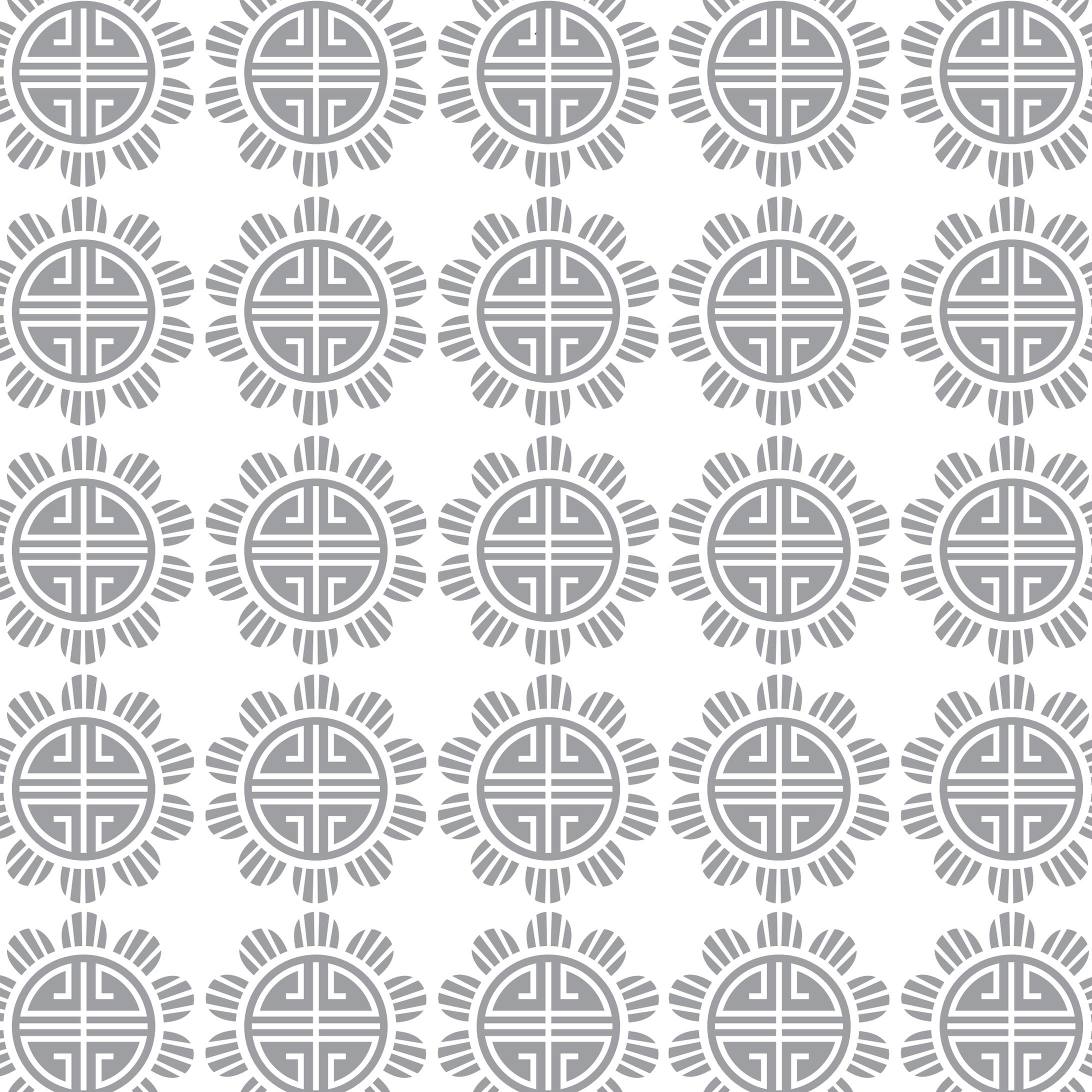
TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO
A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE:

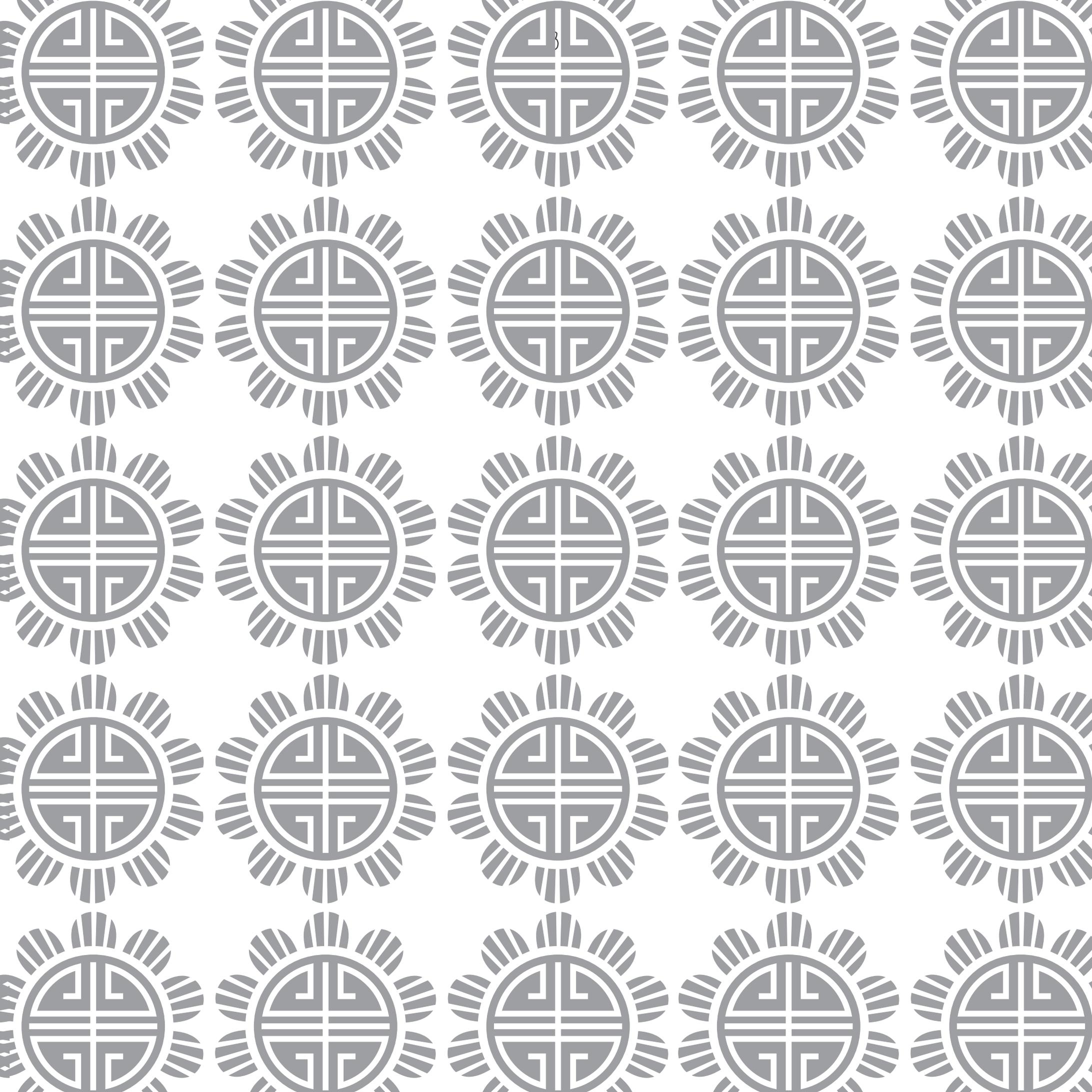
DISEÑADOR GRÁFICO

AUTOR:
TING TING CHEN

TUTOR:
DIS. YUCEF MEHRI

CUENCA - ECUADOR
2016





AUTOR:

TING TING CHEN

DIRECTOR:

MST. YUCEF MEHRI

FOTOGRAFÍA/IMÁGENES:

DEL AUTOR EXCEPTO LAS QUE ESTÁN CON SU RESPECTIVA CITA

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN:

TING TING CHEN

IMPRESIÓN Y ACABADOS:

SELFPRINT

CUENCA-ECUADOR 2016



DEDICATORIA

ESTA TESIS VA PARA TODOS LOS QUE LES LLAMA LA ATENCIÓN CONOCER NUEVAS CULTURAS, ESPECIALMENTE LA CULTURA ASIÁTICA. Y A TODAS LAS PERSONAS QUE ME APOYARON CON ESTE PROYECTO.





AGRADECIMIENTOS

RAFA ESTRELLA
TOATRIPALDI
FABIÁN CORDERO
YUCEF MEHRI
ANDRES CARDENAS
JUANSE VALDEZ
KYAN

ALEJO CANTOS
LEO
PANCHITO
ABUELITOS
COMPAS
Y A TODOS MIS AMIGOS



ÍNDICE DE IMÁGENES

1. <https://www.behance.net/gallery/34620053/Illustration-for-Percha-Mag>
2. <http://livedoor.blogimg.jp/byhoody/imgs/3/8/38902b29.png>
3. <https://www.behance.net/gallery/18114671/Tema-Central-Vida-Microscopica>
4. http://walldeco.com.ua/images/phocagallery/new2/32/thumbs/phoca_thumb_m_2922.jpg
5. <http://debeverse.com/wp-content/uploads/2015/05/vastu-colors.jpg>
5. http://1.bp.blogspot.com/-ScjFbmhizm0/VTJCcWoZvvl/AAAAAACRI8/9NUOTc6MQIA/s1600/094__D720054.jpg
7. <http://ww.circle01.com/imgs/image/58/5869066.jpg>
11. <http://www.farewell.nyc/work/warren77-installation>
12. <http://www.ele.com.ec/>
13. <http://www.ele.com.ec/>
14. <http://www.ele.com.ec/>
15. <http://www.taringa.net/posts/imagenes/16742043/Criaturas-de-las-mitologias-china-y-japonesa-Parte-2.html>
16. <http://www.taringa.net/posts/imagenes/16742043/Criaturas-de-las-mitologias-china-y-japonesa-Parte-2.html>
17. <http://www.taringa.net/posts/imagenes/16742043/Criaturas-de-las-mitologias-china-y-japonesa-Parte-2.html>
18. http://www.ediciona.com/portafolio/image/6/4/9/7/nino_lunar_7946.jpg
19. http://www.ediciona.com/portafolio/image/0/4/3/3/42_3340.jpg



Existe un desconocimiento de la cultura asiática por parte de la mayoría de población y no hay materiales gráficos, visuales o de diseño, que aporten a la sociedad con información de manera clara y eficiente. De igual manera, son escasos los materiales de aprendizaje para los niños en el tema de culturas asiáticas. La mayoría de los recursos disponibles son libros y textos largos, lo cual ocasiona que el aprendizaje de estas culturas sea poco atractiva.

Se aplicó el método de aprendizaje visual a niños que ya saben leer. Este método utiliza un conjunto de organizadores gráficos tanto para representar información como para trabajar con ideas y conceptos.

Como resultado se espera la realización de productos gráficos para solucionar el problema ya mencionado; llegar de una forma diferente y divertida para los niños; promover el aprendizaje de una manera visual y extender el banco de conocimiento mientras juegan o salen a pasear con su familia.

Palabras claves:

Asia, mitología, leyenda, dioses, multiculturalidad, imaginación



ABSTRACT

Design of a line of illustrated characters applied to a BTL (Below the Line) campaign for the dissemination of Asian cultures for children

There is a lack of awareness of Asian culture among the majority of the population, and there is no graphic, visual or design materials that contribute clear and efficient information to society. As well, learning materials for children focused on Asian cultures are scarce. Most available resources are books and long texts, which makes learning about these cultures unattractive.

The method of visual learning for children of reading age was applied. This method uses a series of graphical organizers to represent information and work with ideas and concepts.

As a result, it is hoped that the development of graphic materials will solve the previously mentioned problem by reaching children in a different and fun way, promoting learning in a visual manner and extending their knowledge base during playtime or on outings with family.

Keywords: mythology, legend, Asia, Gods, multicultural, imagination.



Translated by:

Melita Vega

May 25, 2016





OBJETIVO GENERAL

Aportar al enriquecimiento cultural de los niños a través del diseño de una línea de personajes ilustrados a ser aplicados en una campaña BTL para la difusión de la cultura de los países asiáticos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

*Diseñar una línea de personajes ilustrados para dar a conocer las leyendas populares de la cultura asiática.

*Generar una campaña gráfica para activaciones BTL dirigidas a los niños.

INTRO DUCCION





A partir del 2014 el gobierno ecuatoriano empezó a priorizar las relaciones con países asiáticos buscando “profundizar la cooperación para el desarrollo del talento humano y explorar nuevos campos de inversión”

En la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural de la Unesco se lee sobre la diversidad cultural: “Fuente de intercambios, de innovación y de creatividad, la diversidad cultural es tan necesaria para el género humano como la diversidad biológica para los organismos vivos. En este sentido, constituye el patrimonio común de la humanidad y debe ser reconocida y consolidada en beneficio de las generaciones presentes y futuras”.

Preguntar a una persona asiática, o simplemente asumir, que por su lugar de origen es experta en artes marciales, buena estudiante, o apetece de comidas exóticas son solo algunos ejemplos de la distorsión que sufre una cultura cuando no existen las herramientas adecuadas para darse a conocer dentro de otra diferente.

La problemática que se analiza en este caso es, que a pesar de que tenemos un acercamiento cultural entre Asia y Ecuador, tenemos en ambas culturas un vacío en conocimiento cultural, o en el mejor de los casos es muy superficial. Ésto ocasiona que las culturas consuman productos por su estética y no por su significado o tengan conocimientos incorrectos, y falta de respeto hacia las otras culturas.

La primera parte de este proyecto abarca lo que tiene que ver a la investigación bibliográfica, se analizan temas culturales propiamente de Asia, teorías de diseño que ayudaron a soportar todo lo desarrollado en las etapas siguientes. La investigación de homólogos así como también las entrevistas a personajes que ayudaron a asentar el proyecto.

En la segunda parte se construye la programación del proyecto en donde se establecen principios básicos para la realización de todo el proceso de diseño.

En la última parte se describe todo el proyecto desde su base gráfica, haciendo incapié desde la bocetación hasta la concreción y digitalización de cada una de las ideas.

CAPÍT

VLO 1



DIAGNÓSTICO



Partimos entonces de la idea de la utilización de imágenes como el medio perfecto para que la persona que desea aprender sobre un tema no sólo logre captar una idea con más facilidad, sino que sea capaz de entenderla y ampliarla desde su perspectiva, clarificando así el pensamiento y reforzando la comprensión.

Sin embargo, el aprendizaje visual supone también retos tanto para quien enseña como para quien aprende; la mal utilización de este método es evidente en algunos textos escolares que dan demasiada importancia a la palabra escrita y muchas veces utilizan imágenes como meros adornos.

Al hablar estrictamente sobre el aprendizaje de una cultura ajena es importante tener en cuenta ciertos puntos: Walford se refiere a una edad ideal para el aprendizaje de culturas extranjeras, la cual está entre los 7 a 10 años, además de que los niños aprenderán mejor observando. Además la ilustración no sólo ayuda al aprendizaje de una cultura, sino que también ayuda al entendimiento y comprensión de la misma, desarrollando las capacidades cognitivas de los niños.



1.2. ILUSTRACIÓN

1.2.1. ILUSTRACIÓN INFANTIL

Las ilustraciones en sí deben contar historias; los niños están en etapa de aprendizaje todo el tiempo y mediante las ilustraciones se puede alimentar su imaginación. Pero para que esto sea posible, los niños se deben sentir cómodos viendo las imágenes.

Los niños por lo general aprenden a descifrar iconos tempranamente, pero no es lo mismo ilustrar para niños que para jóvenes o adultos. La ilustración para los niños se caracteriza por tener rasgos mucho más tiernos. La personalidad se refleja en su anatomía y presenta colores saturados para llamar más la atención.

Los detalles son más orgánicos y más amigables.





1.2.2. ILUSTRACIÓN ORIENTAL

Generalmente las técnicas de ilustración oriental son realistas en el sentido de que respetan más las proporciones de las personas dependiendo del estilo de ilustración. Se utiliza frecuentemente las acuarelas y tintas para ilustraciones. La cultura en sí se dirige más hacia lo elegante que a lo tierno a mi forma de ver, pero esta igual utiliza los colores llamativos si se trata de llegar a un público infantil.



1.2.3. ILUSTRACIÓN OCCIDENTAL

La ilustración occidental, por otro lado, utiliza mucho más las ilustraciones contorneadas con líneas negras y con rasgos más exagerados. Creo que esto tiene mucho que ver con las diferentes personalidades en cada cultura. En el occidente las ilustraciones se ven más animadas, con expresiones y posturas más exageradas.





1.3. COLORES

1.3.1. PSICOLOGÍA DEL COLOR

“A cada uno nos influencia el color y cada uno tiene sus propias ideas sobre antipatías o simpatías, gusto o desagrado sobre aquel o este color, pero de manera general, todos percibimos una reacción física ante la sensación que produce un color, como la de frío en una habitación de azul o la de calor en otra pintada de rojo.” (Lcdo. Víctor Manuel Moreno Mora, 2012)

Desde pequeños nos enseñan a diferenciar colores, a amar colores que nos representan como sociedad; banderas de estados, ciudades y hasta deportivas, los colores que adoptamos como nuestros despiertan dentro de cada persona un sinfín de emociones; estas emociones nos ayudan a comprender mejor lo que vemos a nuestro alrededor. Por ejemplo, una tormenta de dibujos animados no tendría la misma sensación si se presenta con colores cálidos.



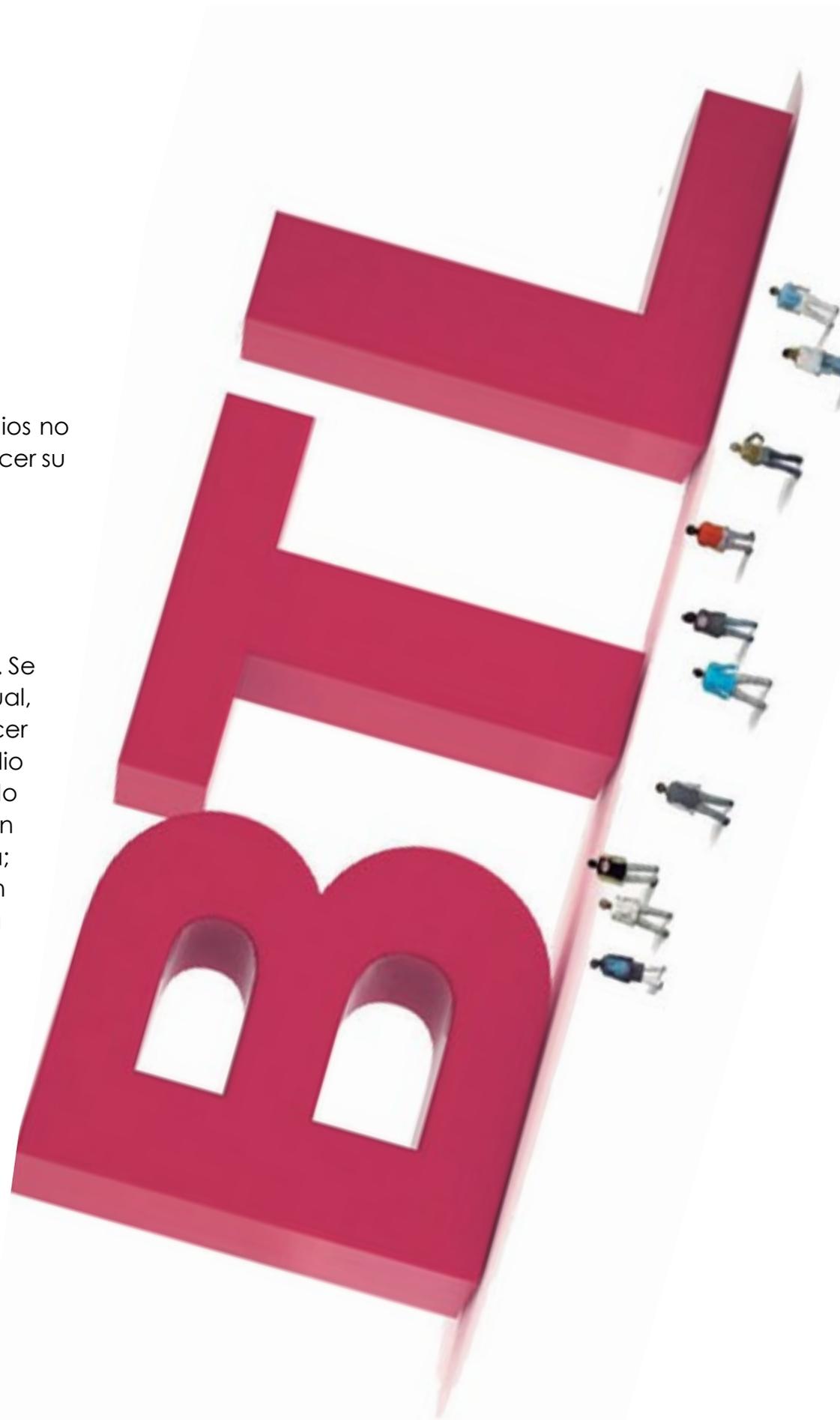
1.4. BTL (BELOW THE LINE)

Una técnica de marketing que comunica por medios no masivos a un público en específico para dar a conocer su producto o servicio.

1.4.1. ENVIROMENTAL GRAPHICS DESIGN

El enviromental graphic es diseño gráfico ambiental. Se puede decir que es un medio de comunicación visual, utilizando entornos contruidos para dar a conocer una información o un mensaje al público. Este medio de comunicación debe ser sencillo y claro. No contiene grandes cantidades de texto como un libro informativo, pero sí la información necesaria; en algunos casos éstas no necesariamente tienen texto. Si la información gráfica es muy clara, ésta ya cumple con su objetivo

“Diseño ambiental se puede aplicar a una multitud de ambientes que van desde museos, espacios corporativos, tiendas, hospitales y todo lo demás” (cruxcreative.com, 2011)





1.5. CULTURA ASIÁTICA

1.5.1. COSTUMBRES

Los países asiáticos como China, Japón, Corea o Taiwán, tienen costumbres y creencias parecidas. Para esta cultura común el valor fundamental es el RESPETO entre seres existentes; ya sea a los santos y budas, en el ámbito religioso; a las plantas y animales; a las diferentes estaciones del año y, evidentemente, entre los seres humanos.

Las relaciones interpersonales son un ejemplo y se puede empezar con el saludo. Mientras en occidente se acostumbra a estrechar la mano e inclusive un beso dependiendo del lugar y la confianza, en Asia se evita todo tipo de contacto físico al momento de saludar, demostrando de esta manera respeto hacia el espacio personal. Esta es una costumbre que viene de generaciones pasadas y aún hoy en día es considerada fundamental dentro de la sociedad oriental.

Otra costumbre en común que tienen estos países son algunas festividades, la mayoría de fechas de celebración como año nuevo, festival de luna llena, etc, son festividades realmente grandes, algo similar a las épocas navideñas en occidente. Estas fiestas siempre se celebran acorde al calendario lunar, este calendario según la cultura, es más preciso que el calendario normal que al que estamos acostumbrados en occidente.

Usualmente las festividades se pasan en familia, de ahí la importancia de la unión familiar, que constituye una costumbre muy notoria en estos países. Es común que en cada familia se reúnan abuelos, tíos, etc -dependiendo de la constitución de cada familia-, pero en estas festividades siempre se organizan reuniones familiares con juegos; narraciones de las típicas historias de los abuelos en su juventud; chistes de los tíos y lo que nunca falta: la cantidad de comida tradicional que se prepara para celebrar.



1.5.2. CREENCIAS

En los países mencionados anteriormente, la mayoría de la gente tiene creencias muy profundas sobre seres superiores, como Dios, los santos y budas. También hay una gran creencia sobre los espíritus, considerados seres sagrados; siempre hay que tratarlos respetuosamente y en las festividades generalmente se les brinda ofrenda, lo cual es considerado un acto de respeto hacia ellos. Se cree que estos seres nos protegerán siempre.

Otra de las creencias en común de esta cultura es la famosa ley de Causa y Efecto. Desde pequeños nos enseñan a hacer el bien para que en un futuro no seamos objeto de venganzas o calamidades. Se cree que estas acciones pueden suceder en la vida actual o en las próximas vidas. Otra gran creencia es la de la reencarnación. Se dice que todos reencarnamos según los actos que hagamos en la vida actual; un ejemplo sencillo: si en esta vida vivimos bien, económicamente estables, sin problemas graves en general, es porque en nuestra vida pasada siempre realizamos buenas acciones, a pesar de que exista o no la suerte.





1.5.3. LEYENDAS

Como había dicho antes, toda creencia y costumbre tiene una razón de ser en la cultura asiática. Además de tener una razón de ser, toda leyenda conlleva una enseñanza; por lo tanto, las leyendas que existen dentro de esta cultura son enseñadas sobre todo a los niños y desde pequeños ya acostumbran a creer en muchos mitos, que pudieron haber ocurrido en la vida real.

Muchas de las leyendas nos cuentan el porqué de la existencia de varios personajes, como el gatito de la suerte o los 12 animales del zodiaco, pero también hay otras como la leyenda del hilo rojo.



INVESTIGACIÓN DE CAMPO



1.6. ENTREVISTAS

¿Considera importante otras culturas?

¿Qué tanto conoce sobre la cultura asiática?

¿Le gustaría conocer la cultura por medios gráficos?

¿Qué tanta influencia puede llegar a tener el proyecto?

¿Los niños son un buen público a dirigirse?



1.6.1. DIEGO LARRIVA - DOCENTE FAC. DISEÑO

“Conocer la cultura oriental es romper el cuadrado occidental”.

Conocer otra cultura, o conocer la cultura asiática es muy importante ya que todos pensamos que la norteamericana es la mejor y de hecho es una mezcla de varias culturas. Conocer la cultura oriental es romper el cuadrado de la cultura occidental.

Considero que los gráficos es una de las mejores fuentes de aprendizaje ya que los niños son bastante observadores y ellos aprenden todo lo que ven sin tener que enseñarlos en varias ocasiones

1.6.2. JUAN VALDÉZ - ESTUDIANTE DE COMUNICACIÓN

“Conocer la cultura oriental es algo fantástico en un país que está lleno de cultura occidental”.

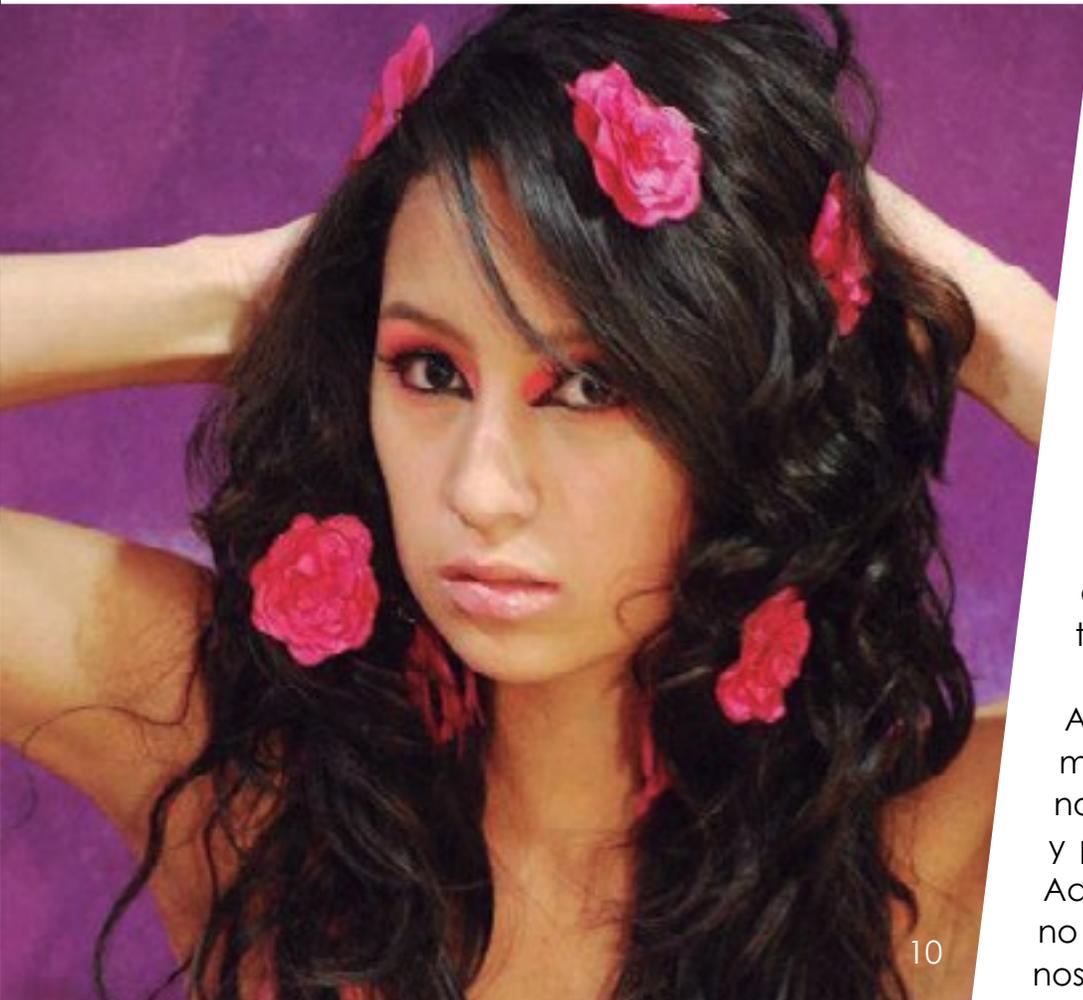
Considero que si es importante aprender sobre otras culturas. Siempre es bueno aprender sobre cultura general para mejorar la interacción con personas de diferentes lugares del mundo.

Como estudiante de comunicación es una propuesta súper interesante para conocer otra cultura y en la forma en la que se va a hacer es algo muy llamativo, no solo para niños sino para jóvenes y, porque no, adultos.

Conocer la cultura oriental es algo fantástico en un país que está lleno de la cultura occidental.

8





1.6.3. DANIELA CALLE - MADRE DE FAMILIA

“Los niños no se apegan a una sola cultura, ellos están dispuestos a aprender todo lo que ven”.

Me parece excelente que se vaya a realizar proyectos que aporten al aprendizaje de cultura general para los niños, la verdad nosotros crecemos en un mundo que es bastante norteamericana, pero más de eso no sabemos. Creo que los niños de hoy en día están expuestos a un ambiente mucho más globalizado y tienen la ventaja de aprender todo lo que observan.

Apoyo mucho la idea de dar a conocer culturas por medios gráficos ya que los niños son bastante visuales, no tienen apego hacia ninguna cultura específica y pueden aceptarlo de mejor forma todo lo que ven. Además de eso creo que puede llegar a todo público y no solo a los niños. Creo que todos los padres de familia nos interesa mucho la educación de nuestros pequeños



HOMÓLOGOS



1.7. WARREN 77 INSTALLATION

Enviromental graphic instalado en un bar de deportes en el barrio de Tribeca de Nueva York. Con la inspiración de la historia del deporte de la ciudad y la tradicional tipografía deportiva. El mural tridimensional esta realizado en madera con cortes láser

FUNCIÓN

- Información sobre la historia del deporte en New York

FORMA

- Objetos representativos del baseball
- Tipografía old school
- Separado por cuadros
- Íconos deportivos

TECNOLOGÍA

- Corte láser



1.8. ¡ELÉ! MAGAZINE COMIDAS DEL MUNDO

Revista infantil coleccionable N-68. Ilustra los personajes con las comidas de diferentes países del mundo; sólo con ver la grafica podemos saber de que nos va a hablar la revista, todas las ilustraciones son dibujadas a mano y luego digitalizadas.

FUNCIÓN

- Dar a conocer el tema principal por medio de la ilustración

FORMA

- Rasgos de diferentes culturas
- Colores brillantes
- Formas orgánicas
- Detalles sencillos

TECNOLOGÍA

- Adobe Illustrator

12

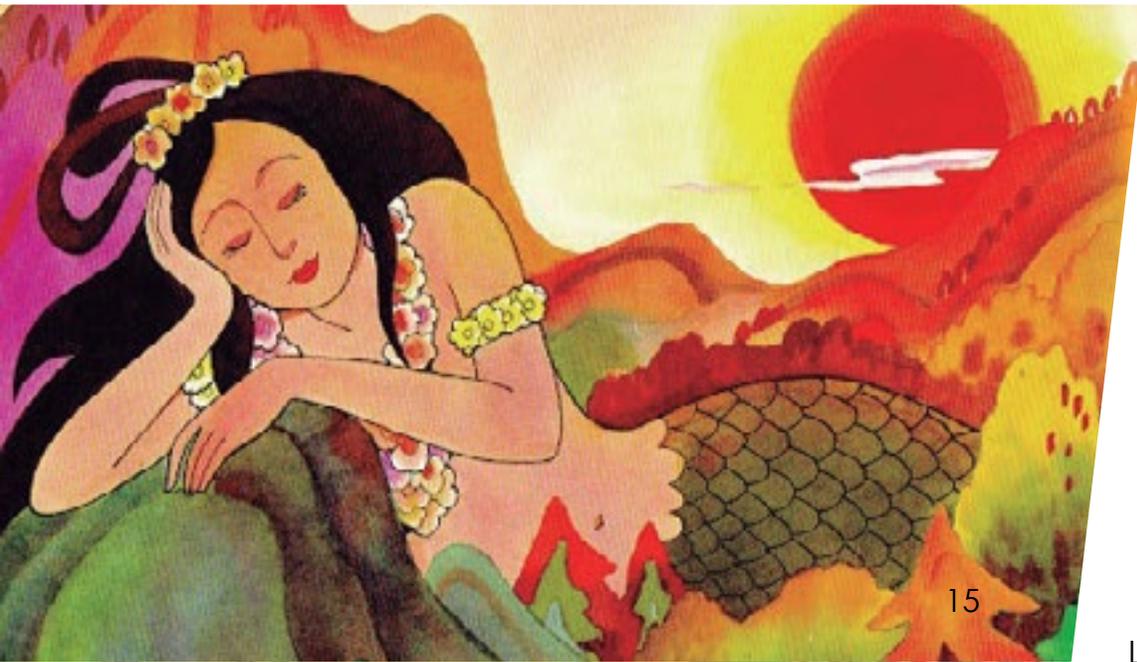


13



14





1.9. NÜWA

Leyendas mitológicas de Asia. Son leyendas ilustradas acompañadas de texto para niños, usando colores saturados pero manteniendo los rasgos orientales.

FUNCIÓN

- Dar a conocer la mitología por medio de ilustración

FORMA

- Expresiones notorias
- Colores brillantes
- Formas orgánicas
- Detalles formados con manchas

TECNOLOGÍA

- Adobe Photoshop (acuarela)



CONCLUSIONES CAPITULO 1



MARCO TEÓRICO

Aportar con nuevo material pedagógico

Fusionar diferentes estilos de ilustración

Aportar al enriquecimiento cultural de los niños

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Poco conocimiento de la cultura asiática

Escasez de material educativo sobre la cultura

Aumentar conocimiento de cultura general

Los niños son el futuro del cambio

ANÁLISIS DE HOMÓLOGOS

Estética visual

Formas simples y reconocibles

Llamar la atención del público objetivo

CAPÍT

VLO 2



2.1. DEFINICIÓN DE TÁRGET

TARGET DIRECTO

- Niños
- Grupo socio-económico: Media y alta
- Geografía: Cuenca - Ecuador
- Zona: Urbanas
- Edad: 7 a 10 años
- Género: Masculino y femenino
- Características Conductuales: Les gusta jugar en espacios abiertos, van a la escuela, les gusta ver dibujos animados y jugar en sus tablets, pasan con sus papás los fines de semana.
- Características Psicográficas: Alegres, enérgicos, curiosos, creativos



TARGET INDIRECTO

Padres de Familia

Grupo socio-económico: Media y alta

Geografía: Cuenca - Ecuador

Zona: Urbanas

Edad: 25 a 40 años

Género: Masculino y femenino

Característica Conductual: Les gusta pasar los fines de semana con sus hijos compartiendo momentos en espacios abiertos como los parques y les gusta aprender conjuntamente con sus hijos nuevas cosas.

Características Psicográficas: Profesionales, trabajadores, mentalidad abierta, atentos, responsables



2.2. PERSONA DESIGN:

Aaron es un niño que tiene 9 años está en 5to grado de básica de la ciudad de Cuenca. Vive con sus padres, profesionales que trabajan todos los días entre semana. Aaron un niño muy activo que estudia por las mañanas y practica natación y piano por las tardes. Las matemáticas y las asignatura prácticas le resultan fáciles, pero las teóricas no son su fuerte. Le gusta mucho ver dibujos animados e imaginar un mundo de fantasía y dibujar. También le gusta mucho descubrir nuevos conocimientos, tiene mucha curiosidad por todo lo existente en el mundo, le gusta ver videos y cuentos que le enseñen sobre otras culturas y costumbres. Gracias a su personalidad extrovertida es muy sociable y tiene muchos amigos. En su tiempo libre le gusta ver la televisión, el cine, e incluso usa dispositivos tecnológicos. Los fines de semana Aaron le gusta salir a andar en bicicleta con sus padres por los parques, o solo salir a pasear en los espacios abiertos.





2.3. BRIEF CREATIVO

2.3.1. ANTECEDENTES:

En el contexto local existe un vacío muy grande sobre el conocimiento de la cultura asiática, a pesar de que es una cultura que posee tradición y una historia vasta; una cultura llena de mitología, costumbres y tradiciones muy diferentes a lo que la sociedad en general muestra. Por otra parte se presenta un alto índice de consumo de materiales en grandes cantidades simplemente por estética. Las personas consumen por la sencilla razón de que son “bonitos” o “llamativos”, cuando en realidad estos productos llevan una historia por detrás.

Adicionalmente a los puntos mencionados anteriormente, existe también una “burla” o falta de respeto hacia otras culturas, generalizando a todas las nacionalidades asiáticas como Chinos. Entre los puntos más relevantes descubiertos que generan este tipo de malestar se encuentran:

Vacío en conocimiento cultural: Existe muy poco conocimiento de la cultura asiática en general, confundiendo las tradiciones, idiomas y cultura sin poder diferenciar con claridad los rasgos de cada una de ellas.

Consumo por estética: Otra inconveniente que se presenta es el de desconocimiento de la cultura a la cual un objeto o material representa. Se lo compra por ser llamativo, estéticamente aceptable o por el agrado del consumidor, sin importar su real significado.





Falta de respeto hacia otras culturas: Este factor se presenta debido a la falta de conocimiento o cultura general por parte de la sociedad, confundiendo con facilidad tradiciones, culturas y significados.

Información imprecisa dada por la sociedad: Se brinda conceptos errados por medios de comunicación masivos como el cine y la televisión en los cuales no se especifica o se aclara el real origen de las películas, series etc, dejando un amplio rango de interpretación al espectador.

No existen muchos materiales de aprendizaje relacionados con el tema: La escasa o nula existencia de textos o libros informativos o de aprendizaje de la cultura asiática en general.

OBJETIVO COMUNICACIONAL

Lo que este anteproyecto de graduación pretende es comunicar por medio de ilustraciones la cultura asiática a los niños que residen en la ciudad de Cuenca, logrando un cierto grado de reconocimiento de la cultura y tradiciones de la misma.

BENEFICIO PRINCIPAL

Aportar con el conocimiento de otras culturas para los niños y público en general de la ciudad de Cuenca.

RAZONES PARA CREER

Una cultura con una amplia historia, creencias, tradiciones y leyendas, que hacen de la misma una cultura diferente, especial y llamativa tanto para población occidental como para la oriental.





TONO:

Para la ejecución de este proyecto se maneja un tono determinado previamente, el mismo que se enfocará en los siguientes puntos:

Misterio
Alegría

SOPORTES:

Los soporte que se utilizarán para dar mayor proyección al emprendimiento serán:

BTL
Environmental Graphics

PLAN DE MEDIOS:

A continuación enumeraré los posibles medios viables con los cuales se pretende llegar al público objetivo planteado previamente:

Instituciones educativas: Bilingüe interamericano, AA School, Asunción

Intervenciones Urbanas

CONSIDERACIONES ESPECIALES:

Para la posible ejecución del mismo se deben tener en cuenta ciertos permisos para poner en marcha el proyecto. Es por esta razón que detallaré a continuación cuales son los requeridos:

Permisos municipales

Permisos en instituciones educativas



PARTIDOS DE DISEÑO:

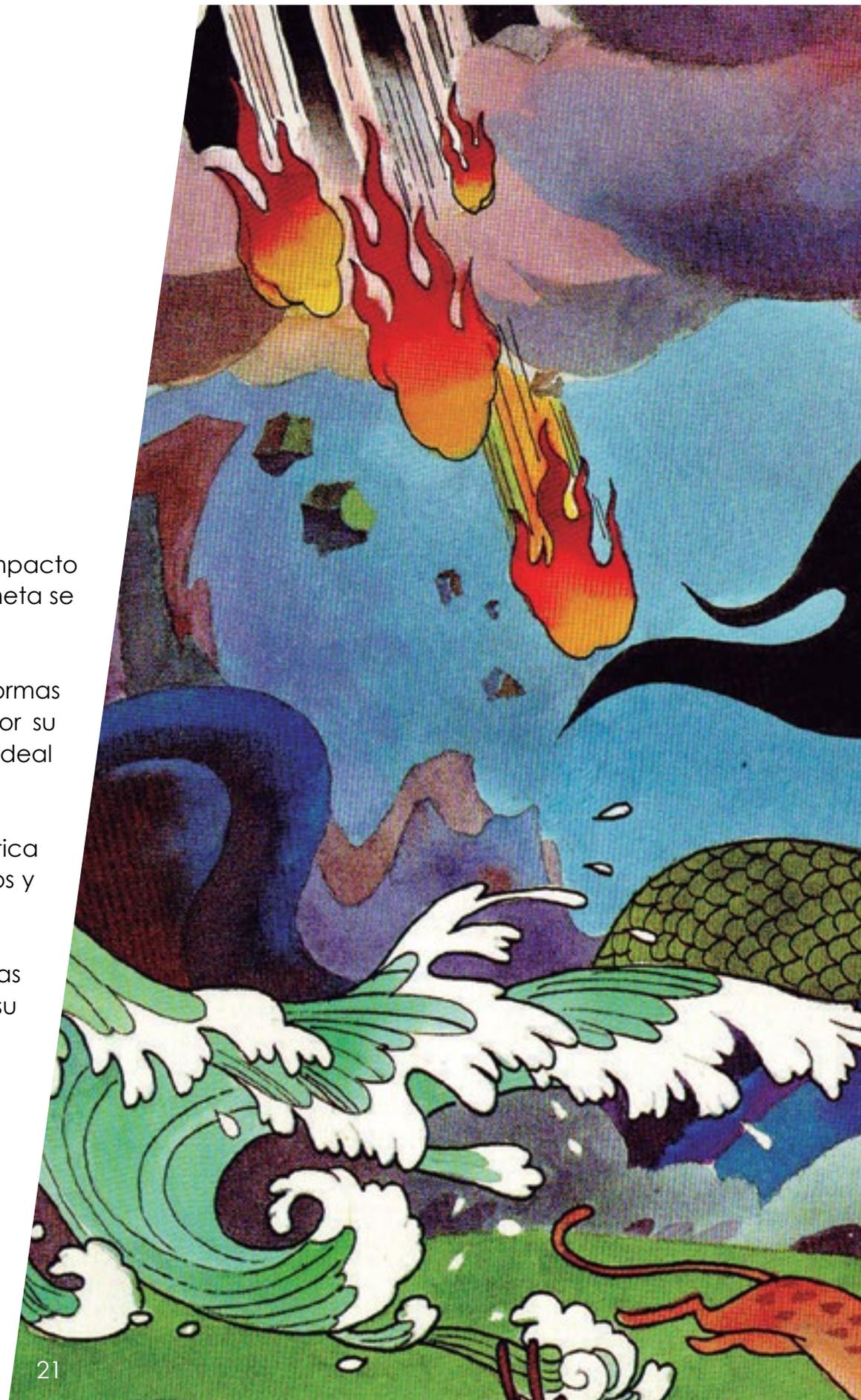
FORMA:

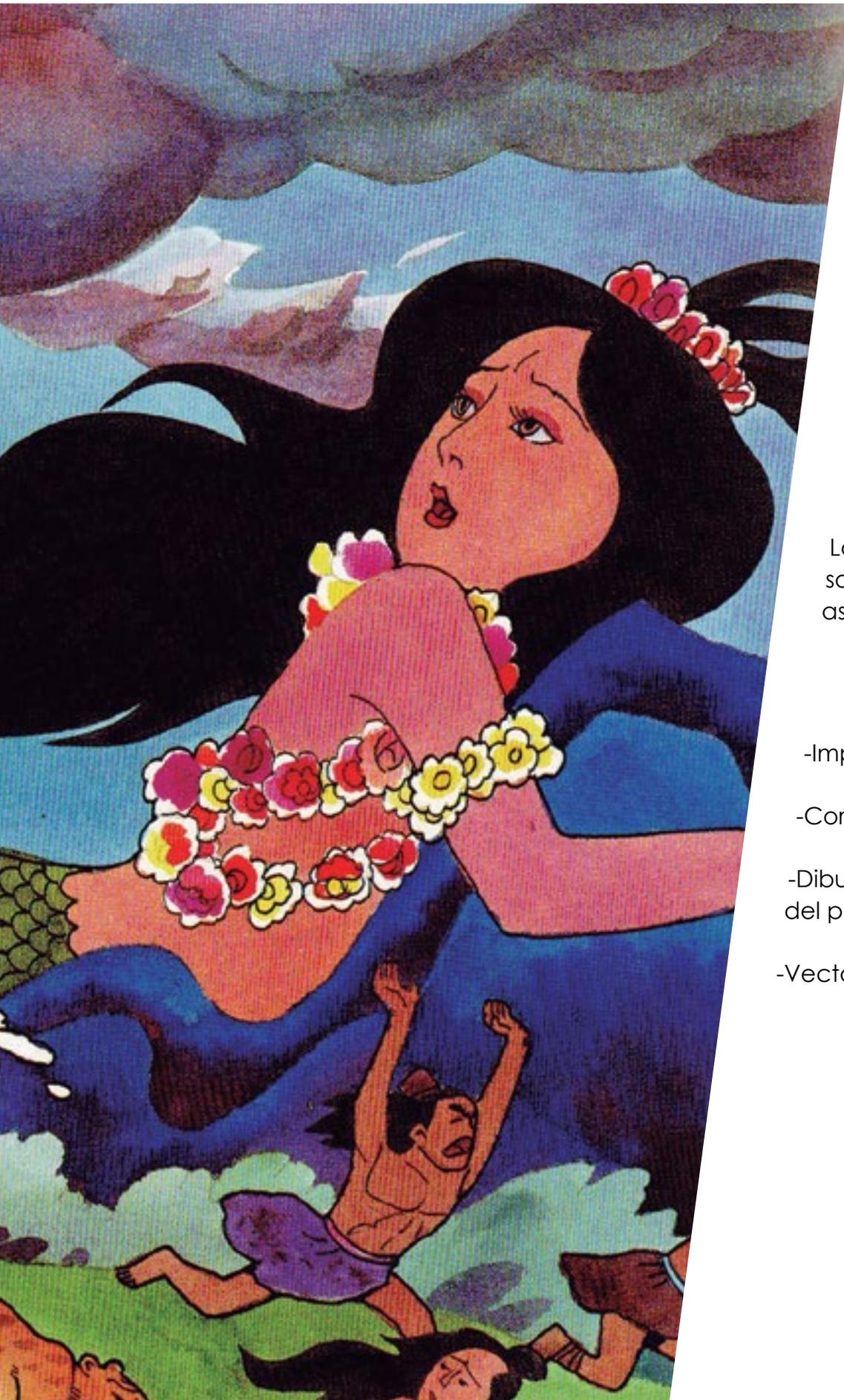
BTL grandes: Con la finalidad de generar mayor impacto en la población y especialmente en el público meta se plantea la realización de activaciones BTL.

Ilustraciones con formas orgánicas: Las formas orgánicas son más amigables para los niños por su composición específica y se considera que es la ideal para la realización del proyecto.

Colores saturados: Se determinó esta característica con la finalidad de llamar la atención de los niños y captar su interés.

Tipografía san-serif: Para la aplicación de las ilustraciones se plantea esta tipografía por su simplicidad y fácil lectura para los niños.





FUNCIÓN:

La función principal de estas ilustraciones es informar sobre la historia, tradiciones y creencias de la cultura asiática.

TECNOLOGÍA:

- Impresión full color
- Cortes láser
- Dibujos a mano: Bocetación de los personajes y detalles del proyecto
- Vectores - Adobe Illustrator

CAPÍT

VLO 3



3.1. IDEACIÓN

3.1.1. 10 IDEAS

CUADRO POR CUADRO: Presentación de todas las escenas de la ilustración por medio de cuadros, expuestos en orden para dar a conocer la historia.

MURALES ILUSTRADOS: Ilustrar un mural con una historia, en vez de realizarlo en escenas separadas, juntarlos a todos en una sola.

UN ESPACIO, UNA LEYENDA: Ubicarse en espacios o aulas de clase separadas, y en cada aula mostrar una historia diferente a la otra por medio de ilustraciones instalados en cada una de ellas.

PIEZAS EN RELIEVE: Realizar piezas en relieve con los personajes o elementos principales.

VIDEOS DE ANIMACIÓN: Realizar una animación corta de la historia que se quiere dar a conocer.



VIDEO MAPPING: Realizar un mapping en un espacio abierto para dar a conocer la historia al aire libre.

EDITORIAL GRÁFICO GIGANTE: Crear un libro gigante con todas las escenas de la historia, en formato cuadrado

ESCENA DE TÍTERES: Show de títeres, dando a conocer de esta forma la historia que se quiere dar a conocer.

JUEGOS INTERACTIVOS: Elaboración de juegos para aprender una historia de otra cultura

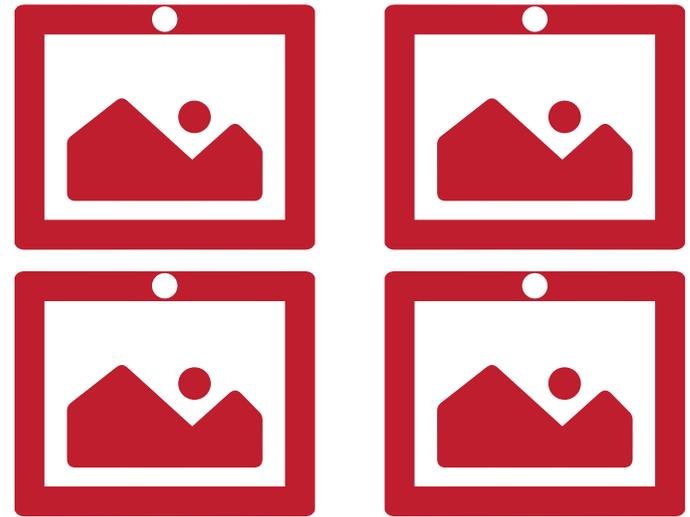
PIEZAS EXTRAÍBLES: Crear piezas similares a los rompecabezas para lograr interactividad



3.2. TRES IDEAS FINALES

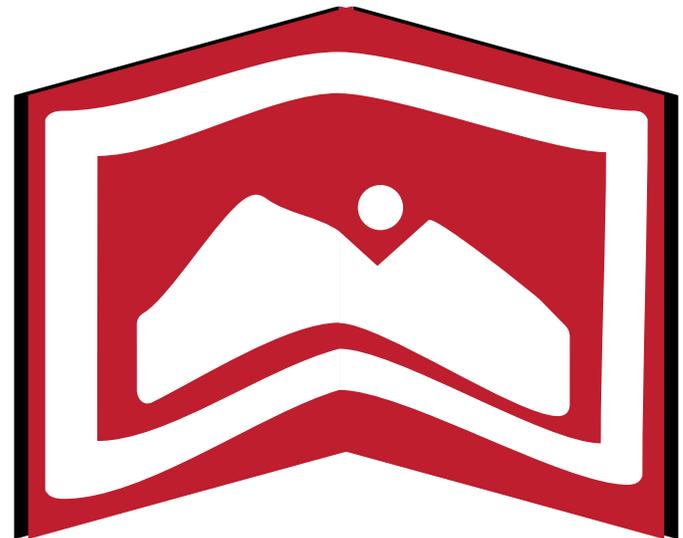
CUADRO POR CUADRO:

Presentación de todas las escenas de la ilustración por medio de cuadros, expuestos en orden para dar a conocer la historia.



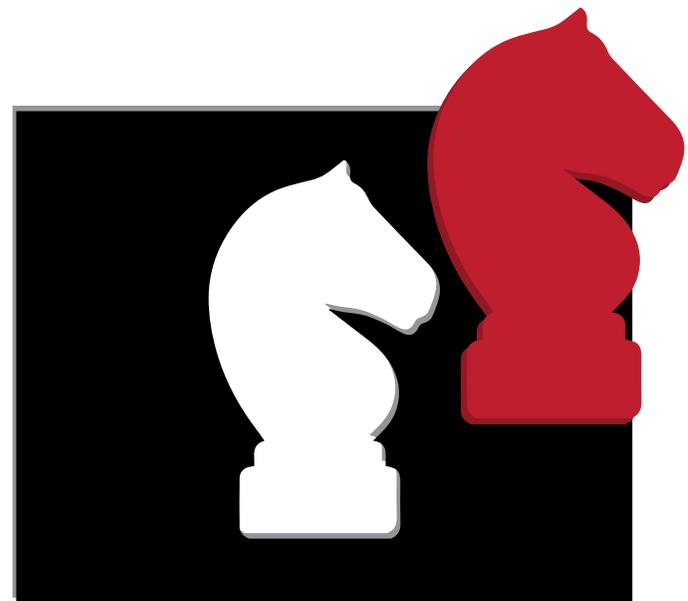
EDITORIAL GRÁFICO GIGANTE:

Crear un libro gigante con todas las escenas de la historia, en formato cuadrado



PIEZAS EN RELIEVE:

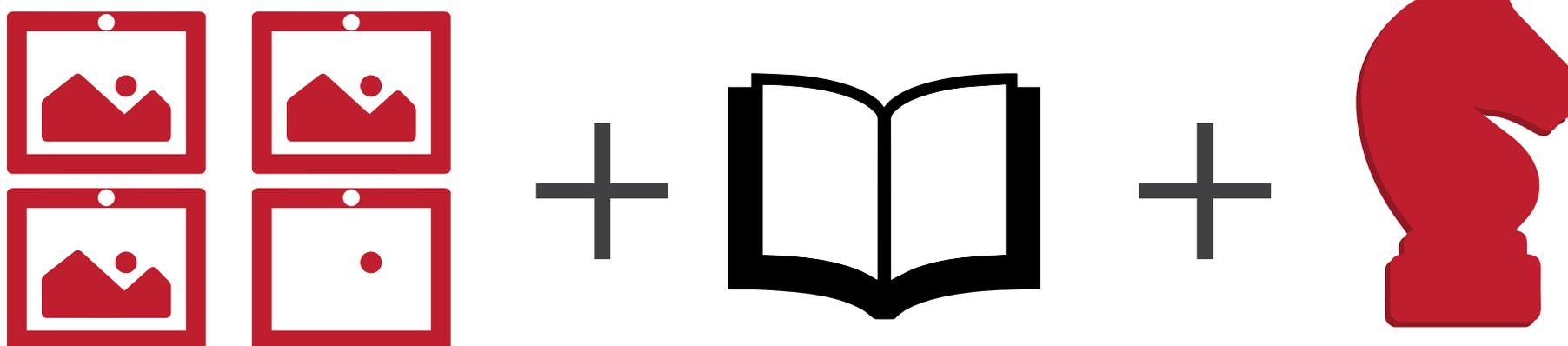
Realizar piezas en relieve con los personajes o elementos principales.





3.3. IDEA FINAL:

Suma de las 3 ideas finales



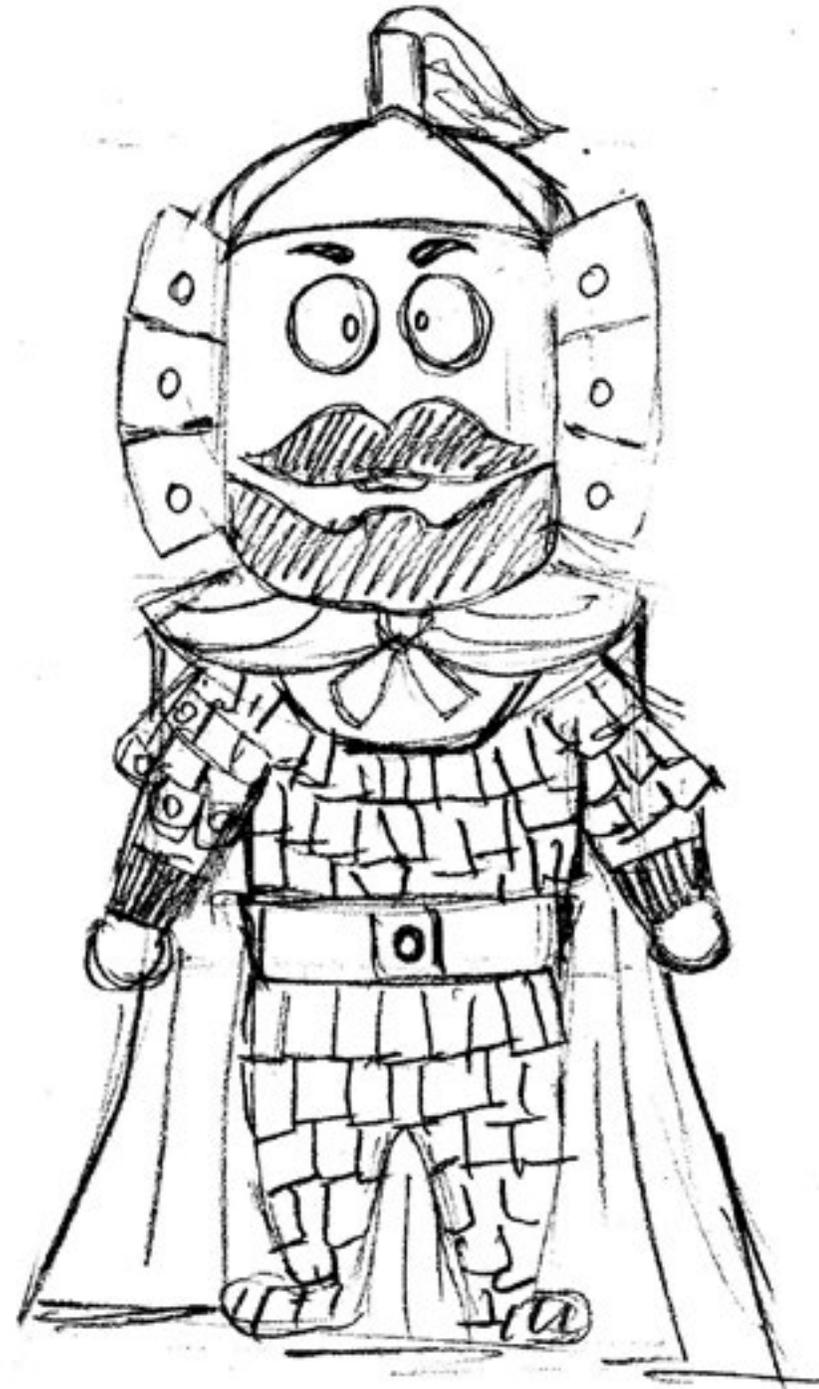


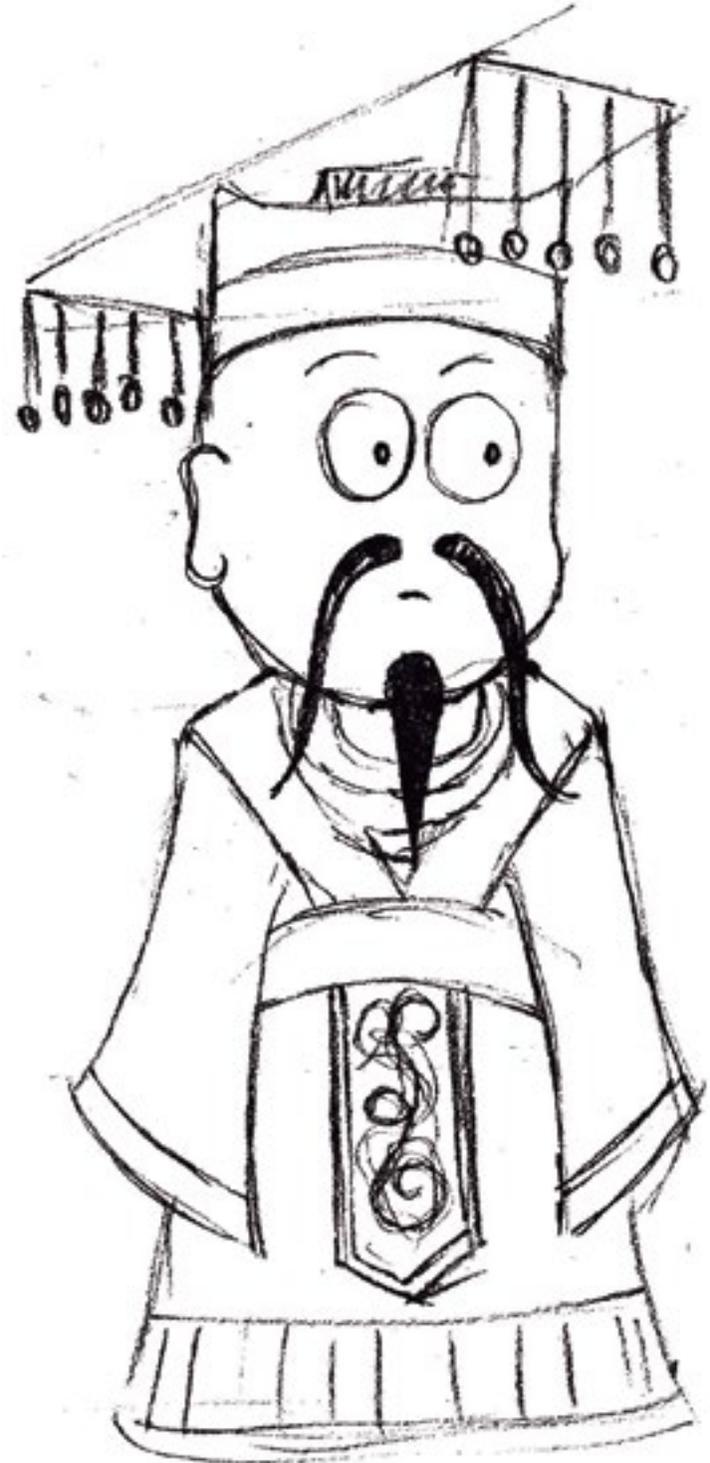
3.4. BOCETACIÓN

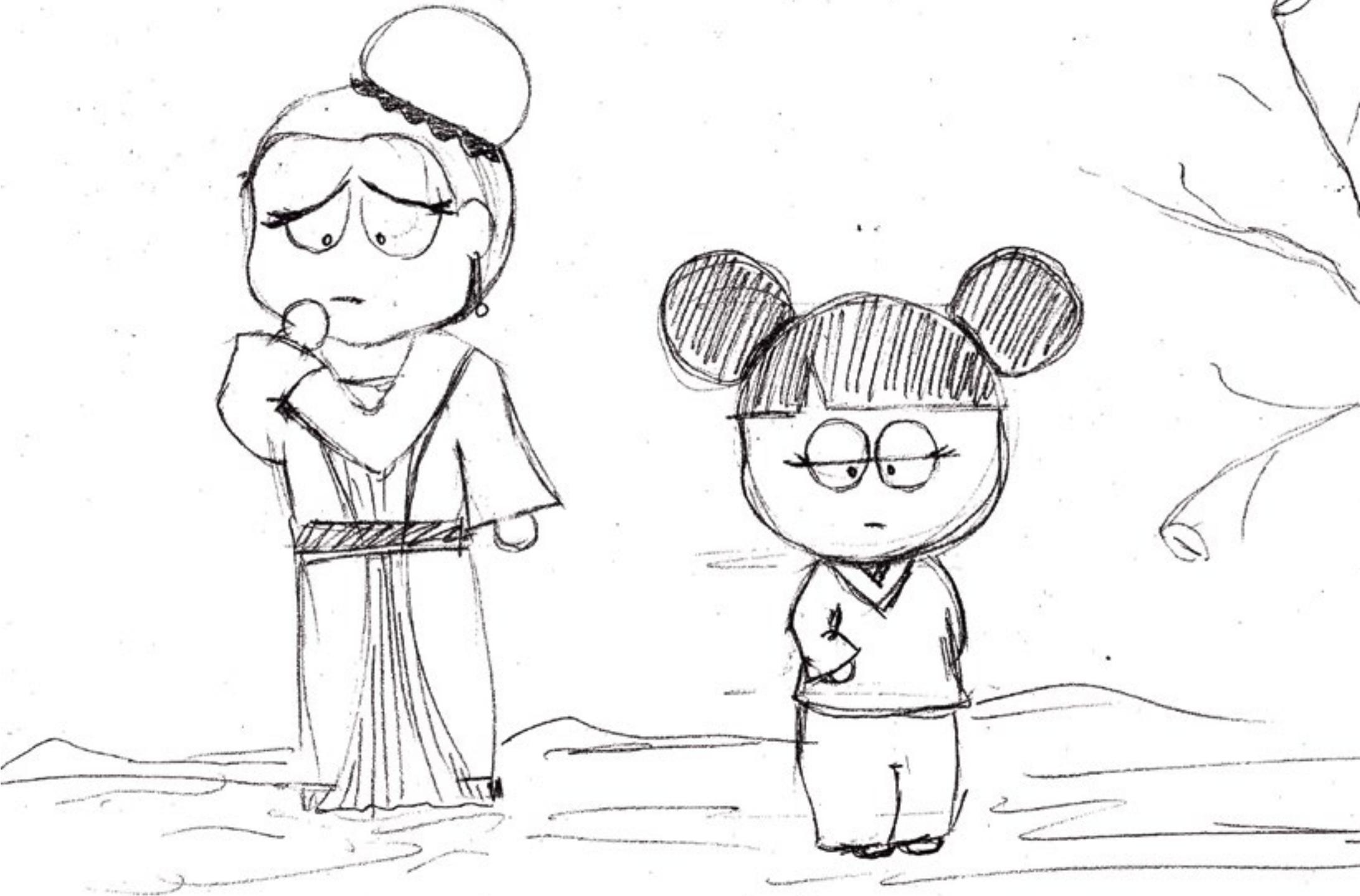
3.4.1. CREACIÓN DE PERSONAJES

Se utilizó bastantes formas orgánicas para de los personajes, y con una proporción para los personajes adultos y de 2 años.

Para los fondos se analizó unos símbolos con frecuencia en la arquitectura así como la textura en los fondos para los perso



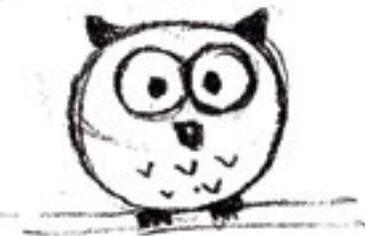
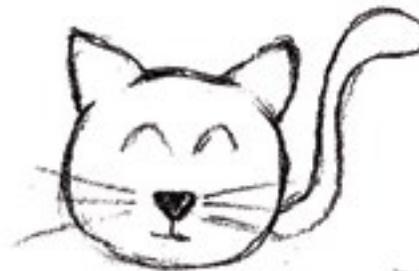
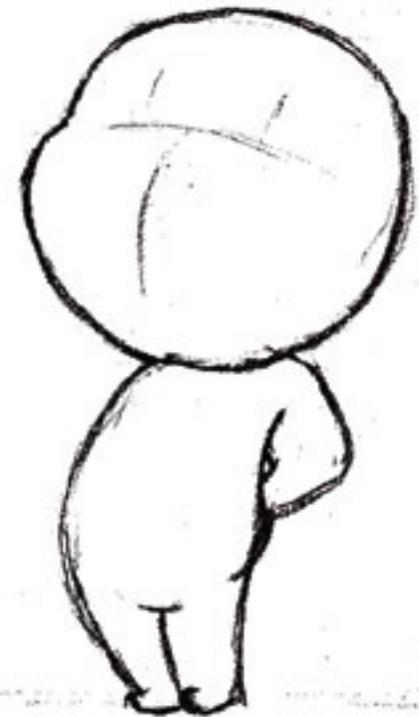
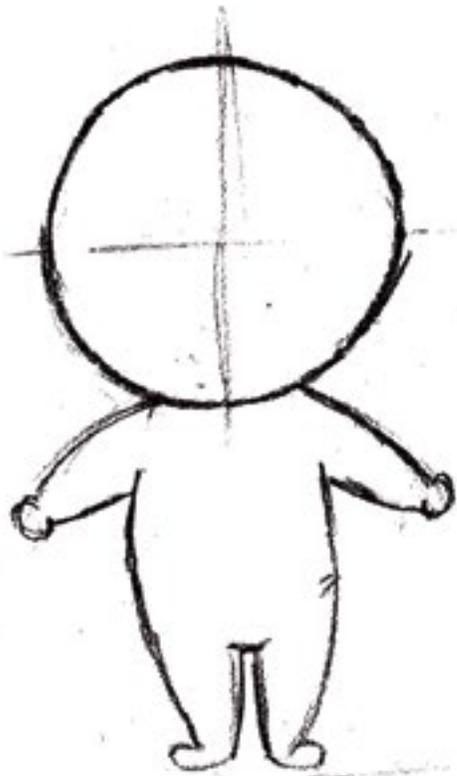


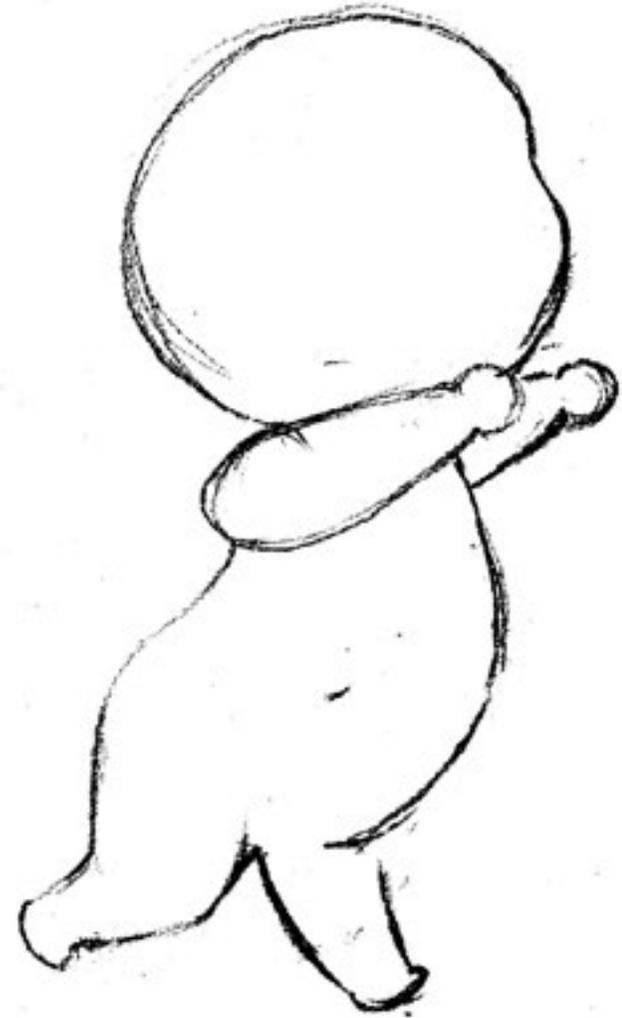
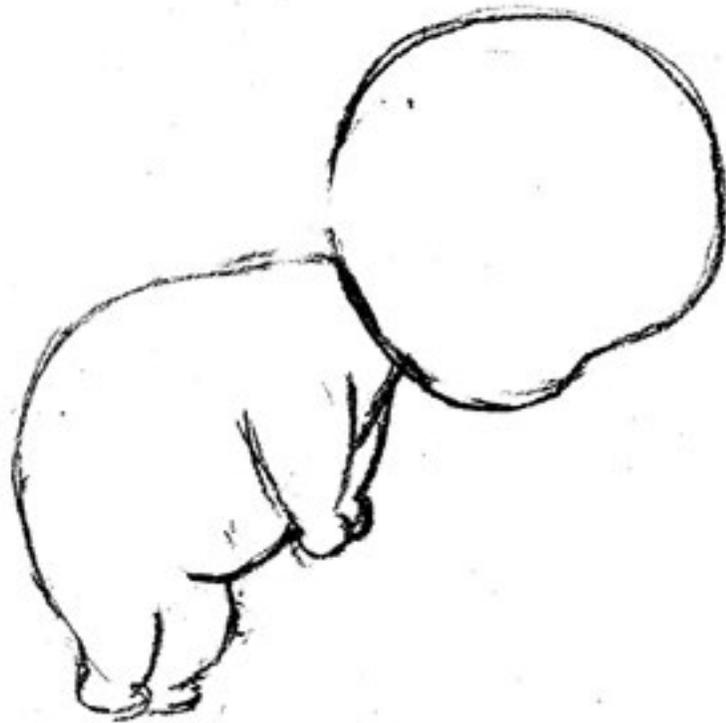
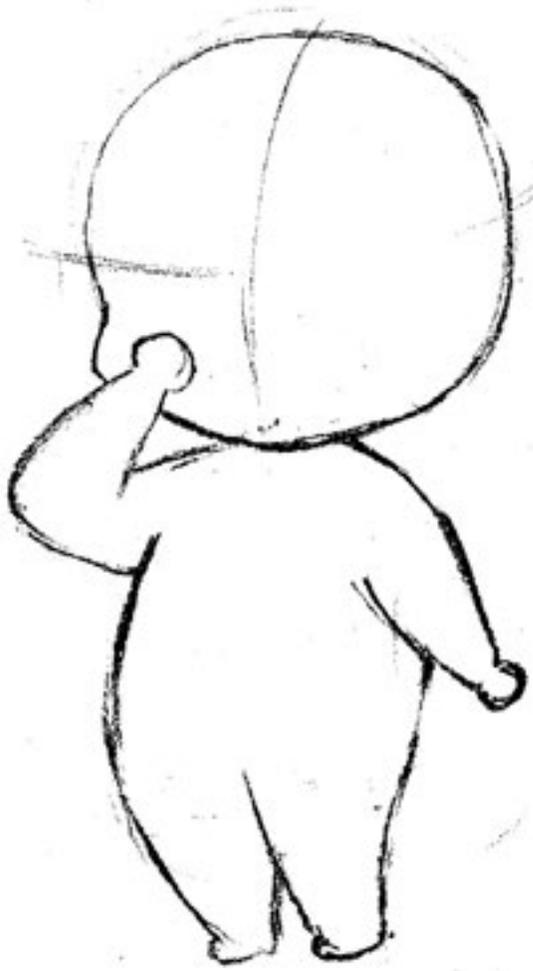
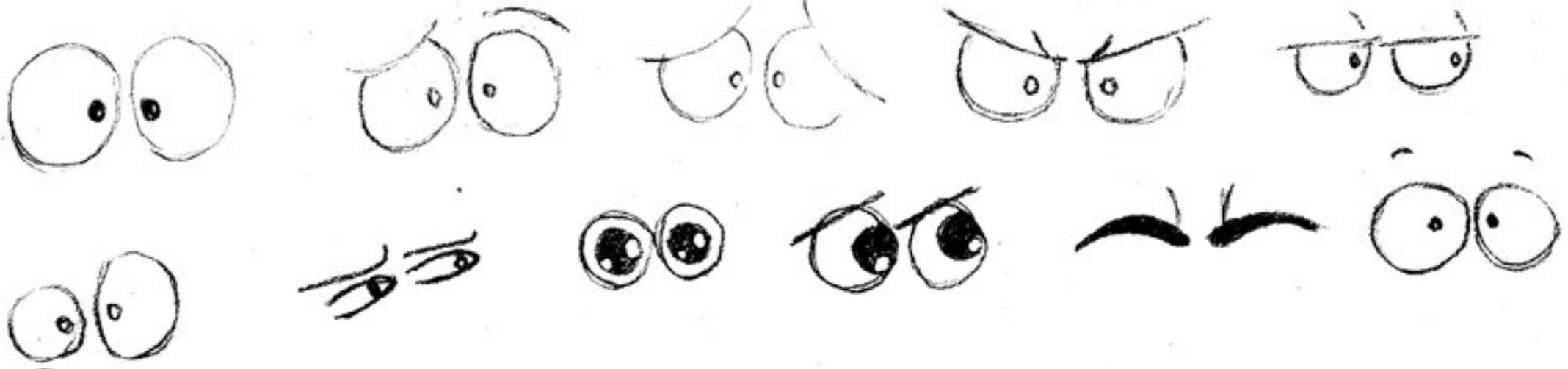




TA





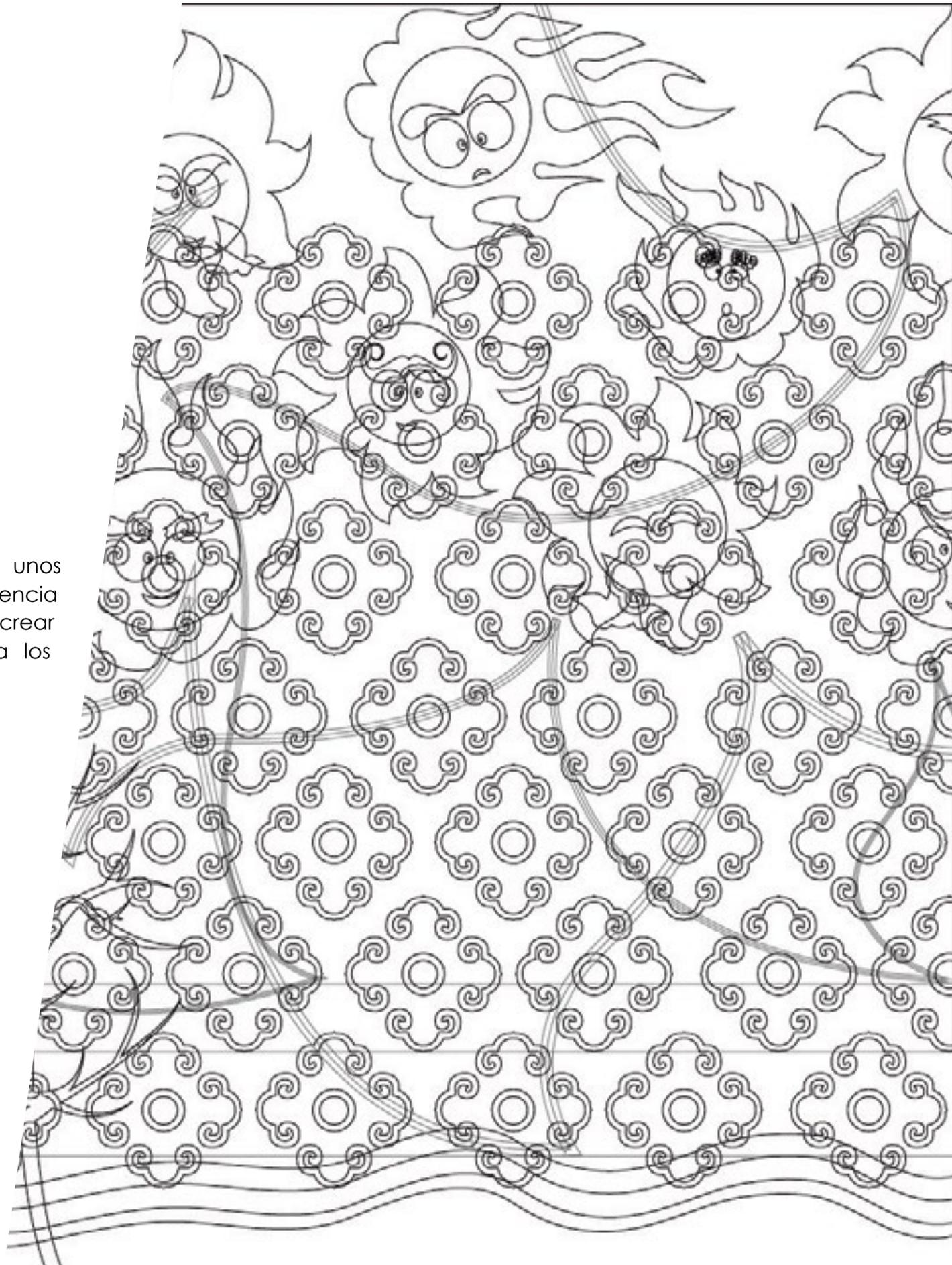




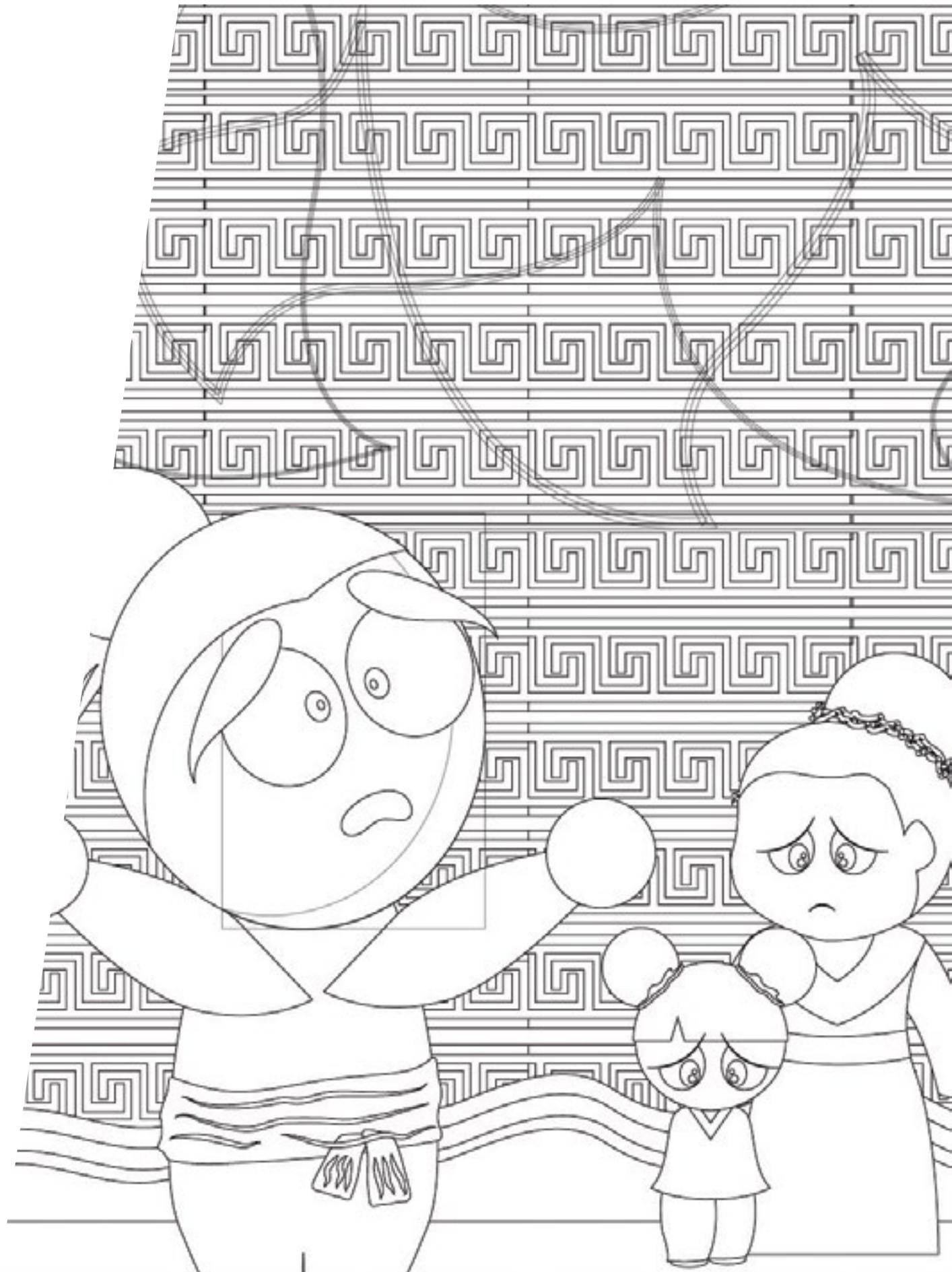
3.5. DIGITALIZACIÓN

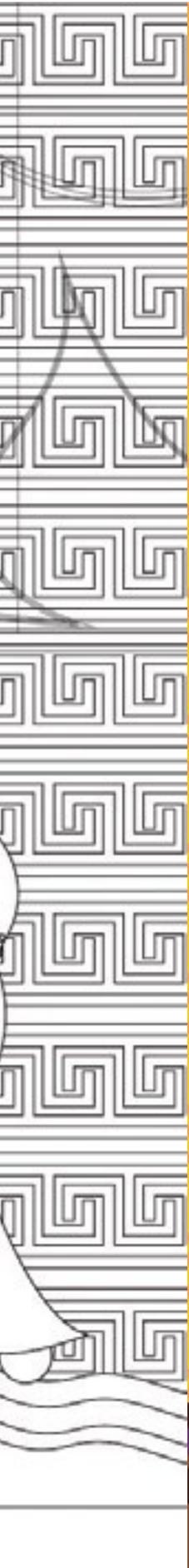


Para los fondos se analizó unos símbolos que se usan con frecuencia en la arquitectura asiática para crear la textura en los fondos para los personajes.







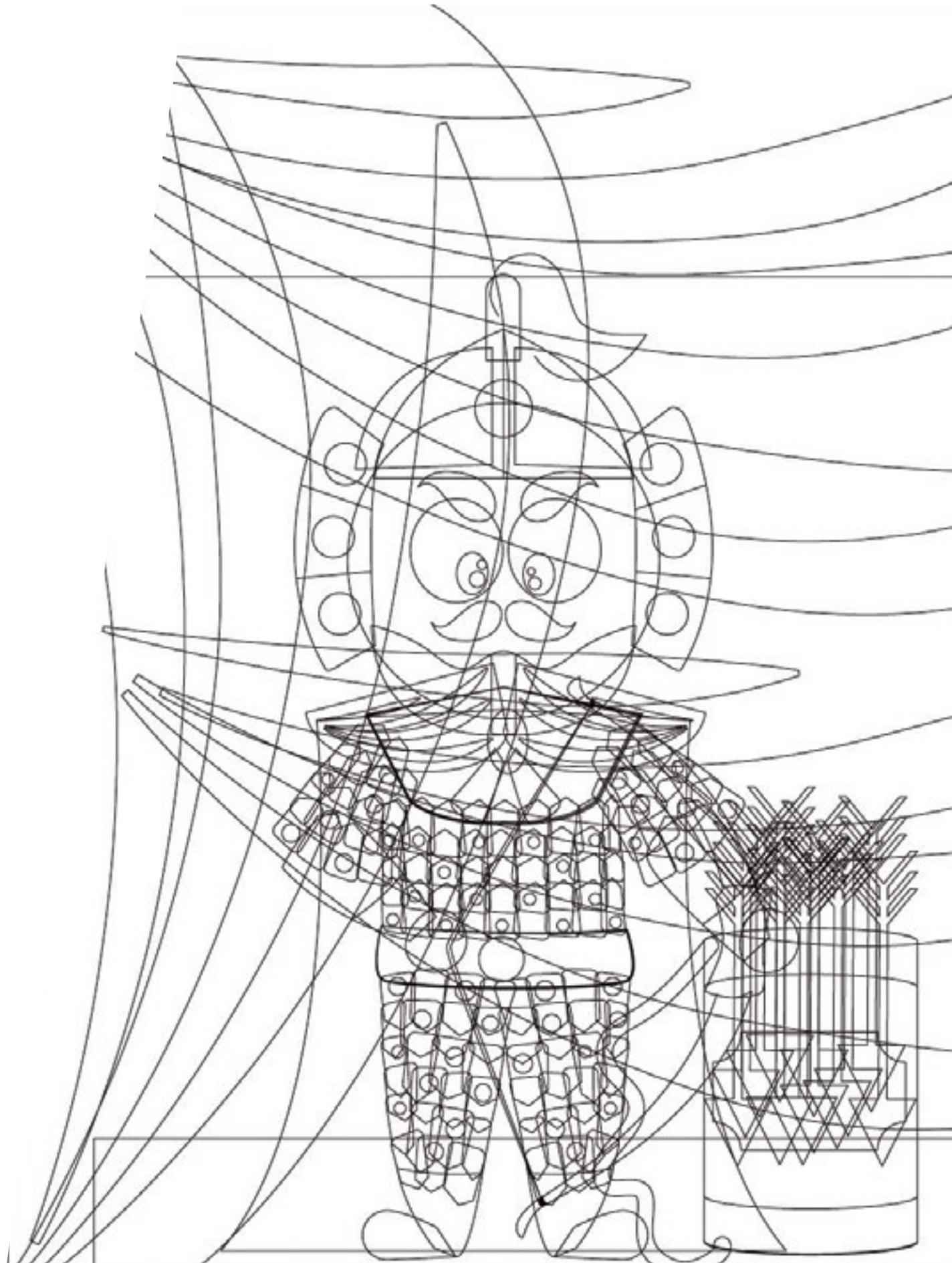








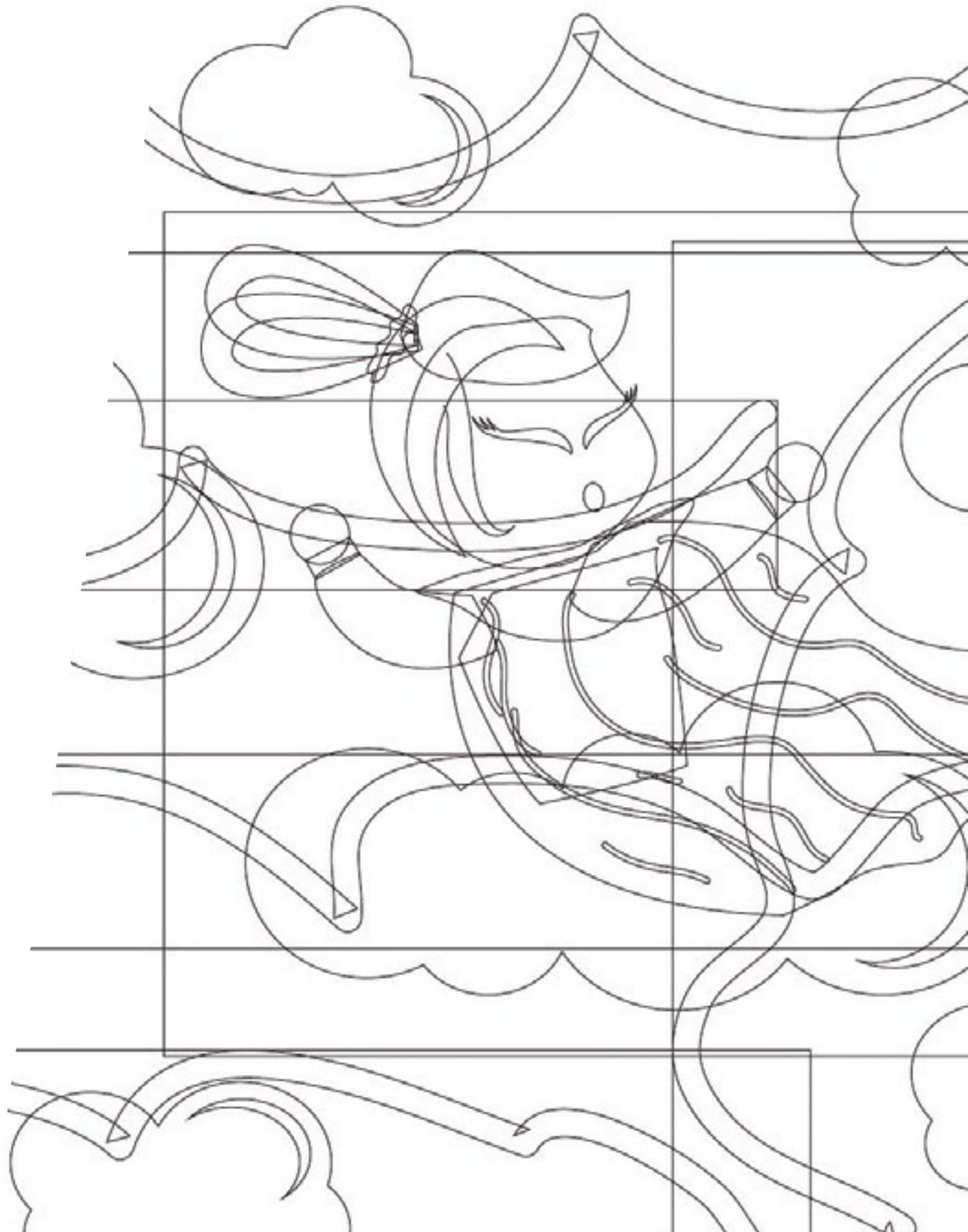








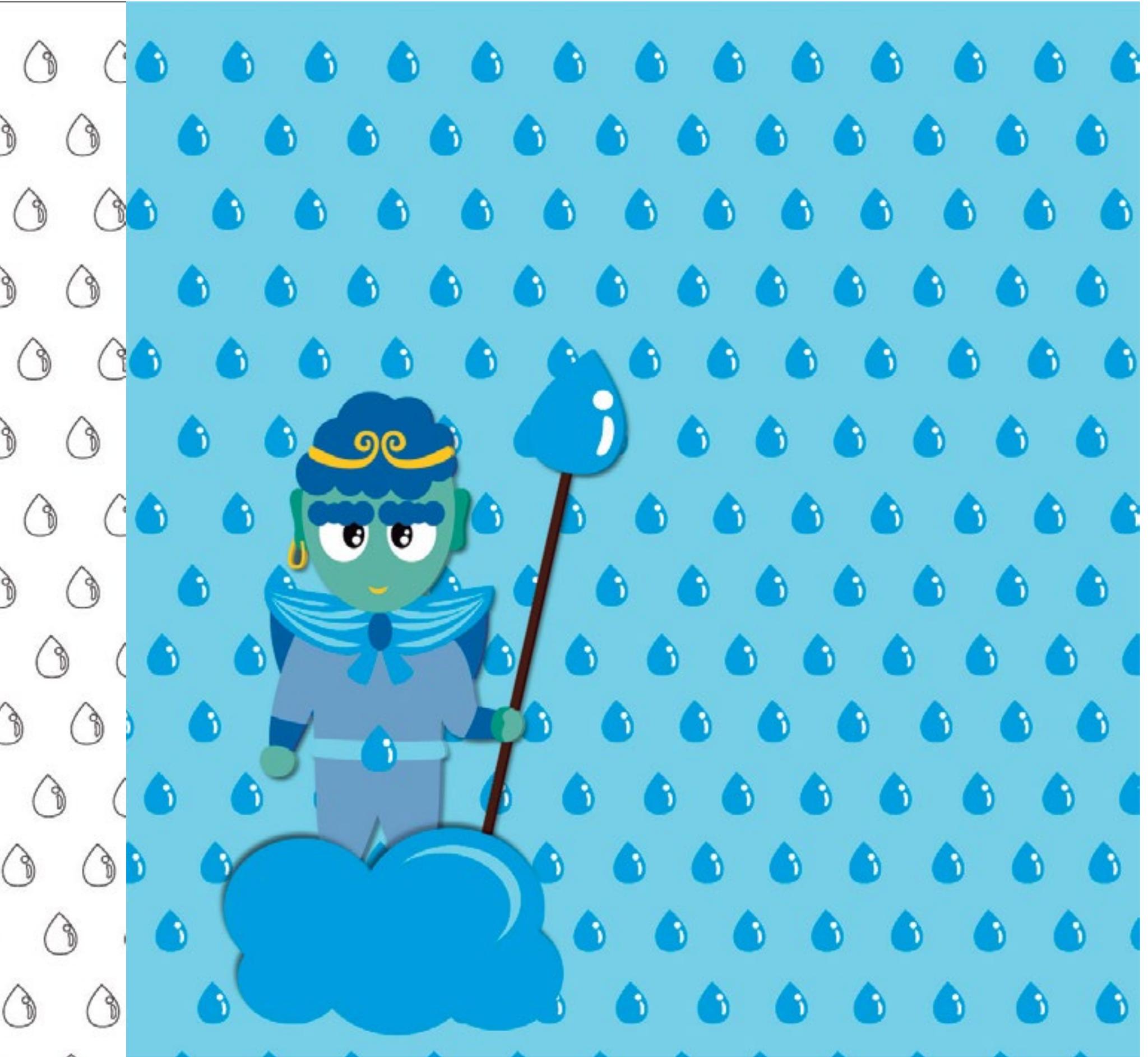


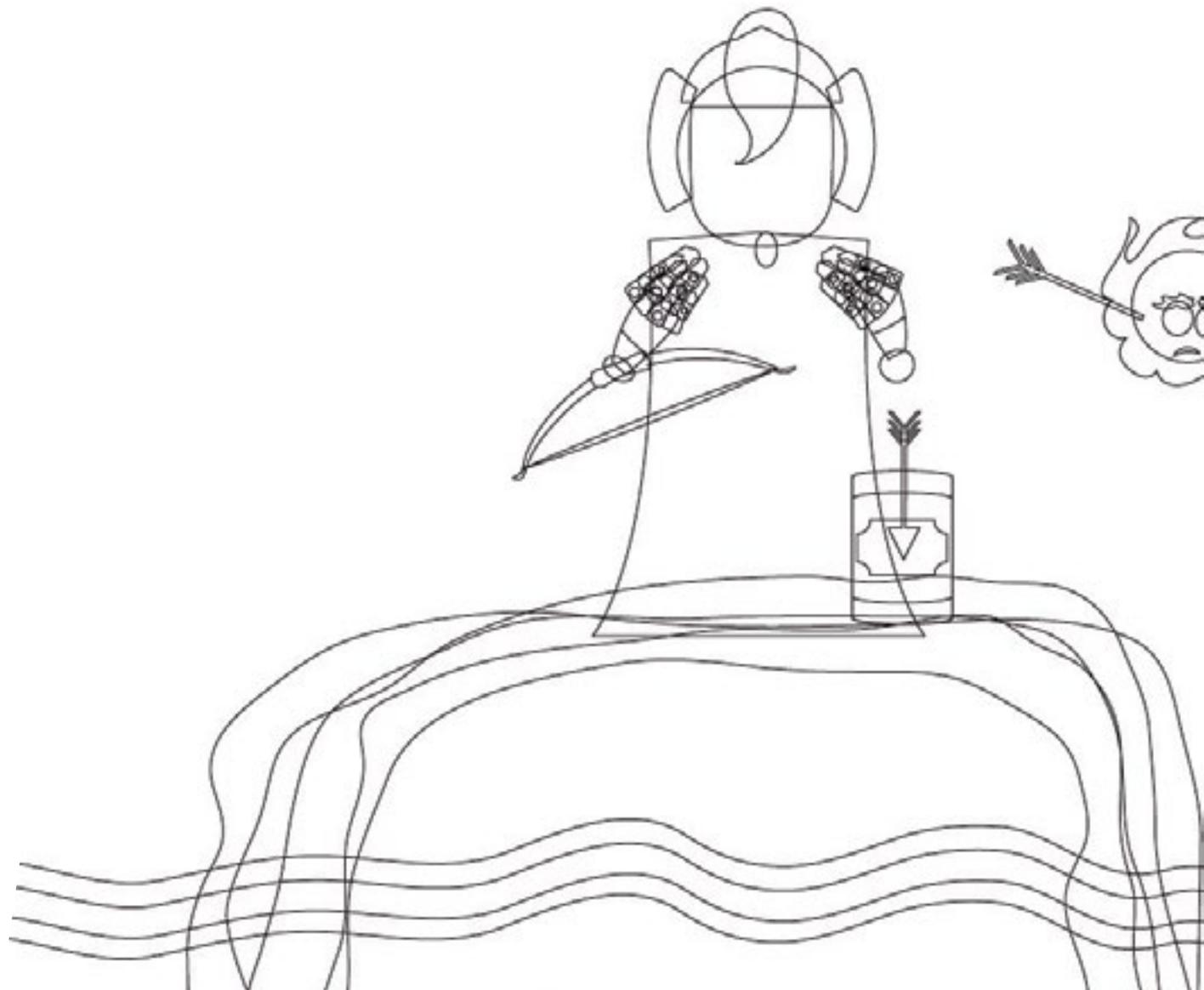


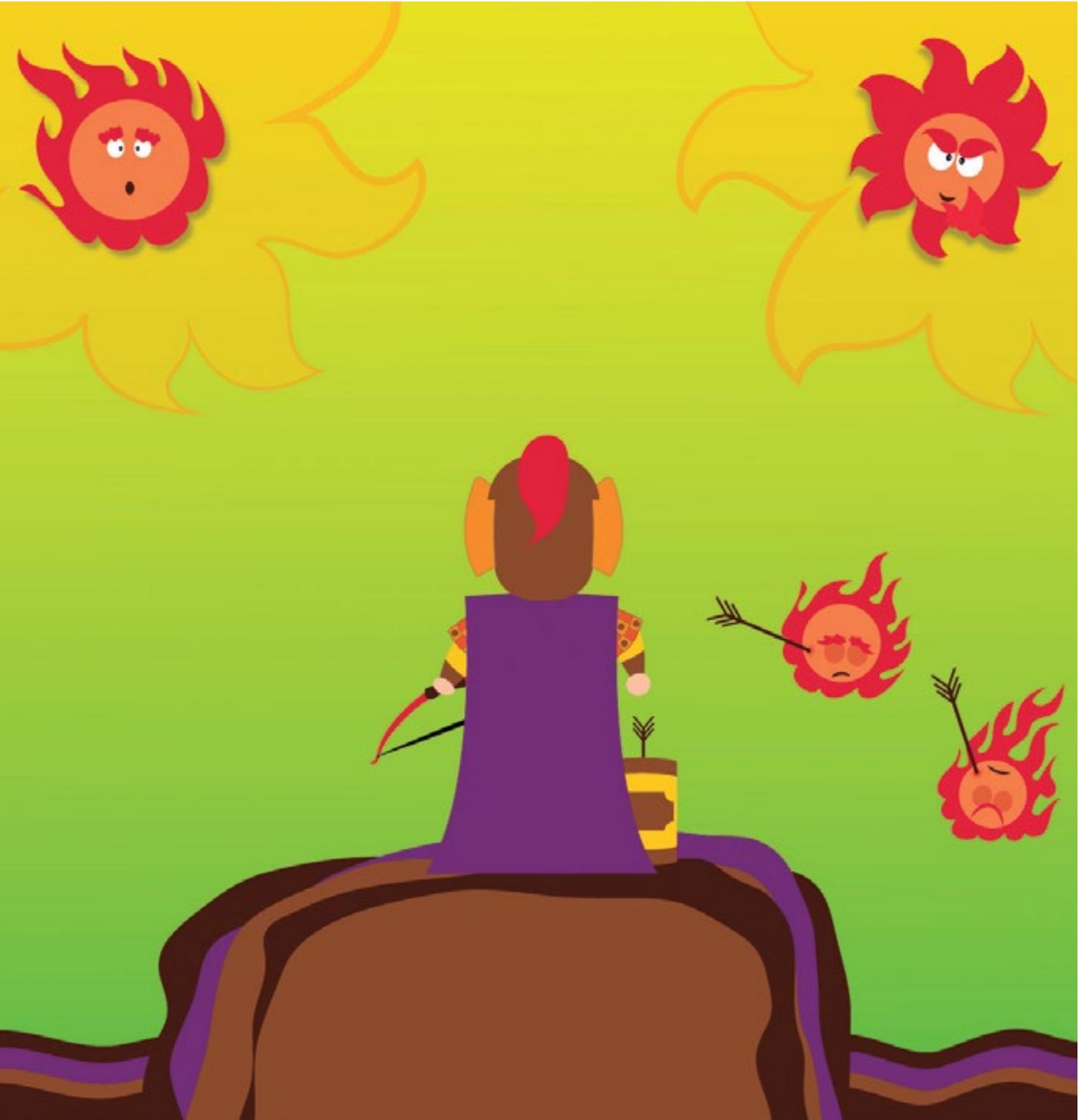
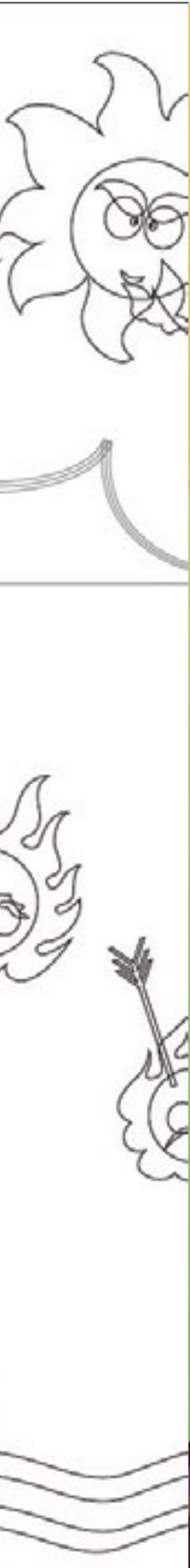


Se utilizó bastantes formas orgánicas para la elaboración de los personajes, y con una proporción de 3 cabezas para los personajes adultos y de 2 cabezas para los niños.











HO-YI DERRIBANDO LOS SOLES

HO-YI
DERRIBANDO
LOS SOLES







CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

LUEGO DE TODO ESTE PROCESO DE INVESTIGACIÓN, LECTURA, MALAS NOCHES, CONSULTAS CON LA ALMOHADA, CONVERSACIONES CON MUCHAS PERSONAS, PUEDO VER EL FRUTO DE TANTO ESFUERZO, SIN PODER CREER AÚN QUE PUDE LOGRAR PLASMAR ALGO QUE SIEMPRE LO TUVE EN MENTE.

DAR A CONOCER UNA CULTURA, GEOGRÁFICAMENTE LEJANA EN ESTE CASO, EN REALIDAD NO ES UN TRABAJO DIFÍCIL, PERO SI SE DEBE ENCONTRAR LA MANERA ADECUADA PARA HACERLO, ES NECESARIO SER BASTANTE OBSERVADORES Y CREATIVOS AL MISMO TIEMPO PARA LOGRAR IDEAS QUE PARA EL PÚBLICO SEA NUEVO Y DIVERTIDO.

PARA TODO EL PÚBLICO QUE LE INTERESA CONOCER MÁS SOBRE LA CULTURA ASIÁTICA, SE LES RECOMIENDA CONVERSAR MÁS CON PERSONAS QUE SON DE ESOS PAÍSES DIRECTAMENTE, PARA PODER LOGRAR OBTENER UNA MAYOR CALIDAD DE INFORMACIÓN

PARA LAS PERSONAS QUE VAN A HACER TESIS, BUSQUEN SIEMPRE UN TEMA DEL QUE TENGAN BASTANTE CONOCIMIENTO O ALGO QUE DE VERDAD LES APASIONA, CONVERSEN CON TODOS LOS QUE PUEDAN SOBRE SU PROYECTO, ESCUCHEN VARIOS PUNTOS DE VISTA Y LUEGO ¡MANOS A LA OBRA!



BIBLIOGRAFÍA

Editorial Magisterio-Colombia (Observar para Interpretar, 2013)

A.M.Díaz.M, (Imagen y Pedagogía, 2009) ...el lenguaje visual ayuda a fortalecer la comprensión del mundo y desarrolla las capacidades cognitivas de los estudiantes en un nivel interdisciplinar...

A.M.Díaz.M, (Imagen y Pedagogía, 2009) ...la intención pedagógica de la lectura de imágenes pretende fortalecer una competencia comunicativa...

Floris Book. (Educación WALDORF, 1998) Traducción: Blanca Sánchez de Muniain

Nadia Rojas (La ilustración infantil, 2011) ...La ilustración casi siempre está unida a un referente que reinterpreta...

Nadia Rojas (La ilustración infantil, 2011) ...la ilustración es como sacar tu mundo interior y compartirlo con el exterior a partir de los elementos gráficos que creas...

Ainara Erro (Ilustración en literatura infantil, 2000)

Cristina Sánchez Flores (Tesis: Cuentos infantiles ilustrados, 2014)

Editorial Parramón, Ambrose-Harris (Bases del diseño-COLOR, 2005)

Lcdo. Victor Manuel Moreno Mora (Psicología del color y la forma, 2012) ...A todos nos influencia el color y cada uno tiene sus propias ideas sobre antipatías o simpatías, gusto o desagrado sobre aquel o este color, pero de manera general, todos percibimos una reacción física ante la sensación que produce un color, como la de frío en una habitación pintada de azul o la de calor en otra pintada de rojo...

codigovisual.wordpress.com (¿Qué es el BTL?, 2009)

Pablo Tesone (Diseño de Información en entornos, 2014)

cruxcreative.com (What is Enviromental Graphic Design, 2011)

— i g r a c

