



UNIVERSIDAD  
DEL AZUAY

DISEÑO  
ARQUITECTURA  
Y ARTE  
FACULTAD

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

**ADAPTACIÓN DE LA  
GRÁFICA ANDINA A  
LA CORRIENTE DEL  
STREET ART PARA EL  
RESCATE IDENTITA-  
RIO EN CUENCA.**

**PROYECTO PREVIO PARA LA  
OBTENCIÓN DE TÍTULO DE:  
DISEÑADOR GRÁFICO**

**AUTOR:**  
JOSÉ RICARDO MONCAYO G.

**DIRECTORA:**  
DIS. TOA TRIPALDI

**CUENCA - ECUADOR**

**2020**





# DEDICATORIA

Dedico este proyecto a toda mi familia, a mis padres, hermanas y abuela Elena, todos ustedes han sido parte importante para mi formación como profesional y mi motivación en todo el camino para lograr este proyecto académico.





# AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis padres por haber formado parte de esta etapa de mi vida, a mis hermanas por su apoyo incondicional, mi abuela que ha sido una segunda madre que me motivó a cumplir esta meta.

Además quiero agradecer a todos los docentes que han sido parte de mi vida universitaria. A mi tutora Toa Tripaldi, por su guía en este proyecto.





# ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>DEDICATORIA</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTOS</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS</b>	<b>4</b>
<b>ÍNDICE DE IMÁGENES</b>	<b>6</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>8</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>9</b>
<b>OBJETIVOS</b>	<b>10</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO 1 (MARCO TEÓRICO)</b>	
1.1 CULTURA	14
1.1.1 MARCO CULTURAL	14
1.1.2 IDENTIDAD CULTURAL	15
1.1.3 CONSTRUCCIÓN DE UNA IDENTIDAD CULTURAL	16
1.2 PÉRDIDA DE LA IDENTIDAD	20
1.2.1 GLOBALIZACIÓN	20
1.2.2 GLOCALIZACIÓN	21
1.3 DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN	22
1.3.1 SIMBOLOGÍA	22
1.3.2 ILUSTRACIÓN	24
1.3.3 SISTEMA GRÁFICO	25
1.4 IDENTIDAD GRÁFICA ANDINA	26
1.4.1 GRÁFICA ANDINA	31
1.5 GRÁFICAS EXTERNAS EN CUENCA	39
1.5.1 STREET ART	40
1.5.2 MANIFESTACIONES STREET ART	41
1.6 HOMÓLOGOS	45
1.7 ENTREVISTAS	49
1.7 CONCLUSIÓN	58
<b>CAPÍTULO 2 (PROGRAMACIÓN)</b>	
2.1 TARGET	62
2.1.1 SEGMENTACIÓN DE MERCADO	63
2.2 PERSONA DESIGN	64
2.3 PARTIDOS DE DISEÑO	66
2.4 PLAN DE NEGOCIOS	69
<b>CAPÍTULO 3 (IDEACIÓN)</b>	
3.1 IDEACIÓN	72
3.1.1 GENERACIÓN DE LAS 10 IDEAS	72
3.2 DESARROLLO DE IDEAS	76



3.2.1 IDEA 1	78
3.2.2 IDEA 2	80
3.2.3 IDEA 3	82
3.3 IDEA FINAL	84
3.4 SOPORTES PLANTEADOS	86
<b>CAPÍTULO 4 (DISEÑO E ILUSTRACIÓN)</b>	
4.1 PLANIFICACIÓN	90
4.2 WIRACOCHA	92
4.2.1 TÓTEM	93
4.2.2 TRAMA DE TOCAPUS	99
4.2.3 CHACANA	101
4.2.4 LETTERING	103
4.3 MAMA QUILLA	105
4.3.1 TÓTEM	106
4.3.2 TRAMA DE TOCAPUS	112
4.3.3 CHACANA	114
4.3.4 LETTERING	115
4.4 INTI	117
4.4.1 TÓTEM	118
4.4.2 TRAMA DE TOCAPUS	124
4.4.3 CHACANA	126
4.4.4 LETTERING	127
4.5 PACHAMAMA	129
4.5.1 TÓTEM	130
4.5.2 TRAMA DE TOCAPUS	136
4.5.3 CHACANA	138
4.5.4 LETTERING	139
4.6 LÍNEA GRÁFICA	141
4.7 MARCA	146
4.8 SISTEMA DE APLICACIÓN	149
4.9 COLECCIONES	153
COLECCIÓN WIRACOCHA	154
COLECCIÓN MAMA QUILLA	160
COLECCIÓN INTI	166
COLECCIÓN PACHAMAMA	172
4.10 VALIDACIÓN	178
4.10.1 FOCUS GROUP TARGET	179
4.10.1 FOCUS GROUP PROFESIONALES	180
<b>CONCLUSIÓN</b>	181
<b>RECOMENDACIONES</b>	182
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	183
<b>ANEXOS</b>	184



# ÍNDICE DE IMÁGENES

- IMAGEN 1:** <https://www.flickr.com/photos/culturacdmx/47981373616/>
- IMAGEN 2:** <https://www.pexels.com/es-es/foto/blanco-y-negro-vintage-recuerdos-historia-3617568/>
- IMAGEN 3:** <https://www.pexels.com/es-es/foto/antiguo-arquitectura-cementerio-monumental-cesped-161798/>
- IMAGEN 4:** <https://www.pexels.com/es-es/foto/adultos-al-aire-libre-amistad-caminar-667202/>
- IMAGEN 5:** <https://www.pexels.com/es-es/foto/actuacion-adulto-al-aire-libre-arboles-763412/>
- IMAGEN 6:** <https://www.pexels.com/es-es/foto/arte-arte-y-manualidades-artesania-brillante-716107/>
- IMAGEN 7:** <https://www.pexels.com/es-es/foto/actuacion-artista-bailando-bailar-757828/>
- IMAGEN 8:** [https://www.behance.net/gallery/52306731/Arabic-adaptation-to-Puma-logo?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7Ca-daptation](https://www.behance.net/gallery/52306731/Arabic-adaptation-to-Puma-logo?tracking_source=search_projects_recommended%7Ca-daptation)
- IMAGEN 9:** [https://www.huffpost.com/entry/international-oreo-flavors\\_n\\_1313272#slide=743805](https://www.huffpost.com/entry/international-oreo-flavors_n_1313272#slide=743805)
- IMAGEN 10:** <https://www.coreldraw.com/la/>
- IMAGEN 11:** <http://www.catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2015/la-potencia-visual-de-los-sistemas-graficos/>
- IMAGEN 12:** [https://www.eltiempo.com.ec/noticias/cultura/7/poncho-andino-simbolismo-identidad?\\_\\_cf\\_chl\\_jschl\\_tk\\_\\_=5b9b4fc70b70b27d90f9f-b3451ef09c967863b2b-1592008172-0-Ac\\_ewfZbkpUVT66KpT9hkrDyHSxi-BVptdJ0evi86gO59Xi2JXdp5dTxi865ZGpHc0y5eMxSzxj2Wr0ddGLs\\_k7HBm-Dkwm99hr2XOfQRKBP\\_qn5tlwyeRsBJSc9FmQwj\\_-Y3ReTJESqBqsD5AdhGcBvUyOC6DUV6JozQHZS89gsNUSlr8G5j0IR3M7XLXVIJff-LZs9IlxemePfxThIG-bw-g\\_PL8XzMK6PS0kB2L2iqa-QXIV4gZ3I3la\\_a45nws3bkfJp3Y3DEhzW7hD9kxzkI9qgC4I4BijANYuEnpAFeW0L-kTnCNUrwsLlxelvqur2-zZyTt8Ap9cYoI-PYInu-gXUNnbMuvrpvvRag47jr](https://www.eltiempo.com.ec/noticias/cultura/7/poncho-andino-simbolismo-identidad?__cf_chl_jschl_tk__=5b9b4fc70b70b27d90f9f-b3451ef09c967863b2b-1592008172-0-Ac_ewfZbkpUVT66KpT9hkrDyHSxi-BVptdJ0evi86gO59Xi2JXdp5dTxi865ZGpHc0y5eMxSzxj2Wr0ddGLs_k7HBm-Dkwm99hr2XOfQRKBP_qn5tlwyeRsBJSc9FmQwj_-Y3ReTJESqBqsD5AdhGcBvUyOC6DUV6JozQHZS89gsNUSlr8G5j0IR3M7XLXVIJff-LZs9IlxemePfxThIG-bw-g_PL8XzMK6PS0kB2L2iqa-QXIV4gZ3I3la_a45nws3bkfJp3Y3DEhzW7hD9kxzkI9qgC4I4BijANYuEnpAFeW0L-kTnCNUrwsLlxelvqur2-zZyTt8Ap9cYoI-PYInu-gXUNnbMuvrpvvRag47jr)
- IMAGEN 13:** <https://www.google.com.ec/maps/place/Cuenca/data=!4m2!3m1!1s0x91cd18095fc7e881:0xafd08fd090de6ff7 sa=X&hl=es-419&ved=2ahUKEwiT68ytoPvpAhXStTEKHTDvBAGQ8gEWAHoECAsQAQ>
- IMAGEN 14:** <https://www.flickr.com/photos/amalavidatv/9899293044>
- IMAGEN 15:** [https://www.ehowenespanol.com/actividades-del-dia-raza-ninos-grado-info\\_437235/](https://www.ehowenespanol.com/actividades-del-dia-raza-ninos-grado-info_437235/)
- IMAGEN 16:** <https://www.dw.com/es/los-incas-entre-mito-y-realidad/a-17187314>
- IMAGEN 17:** <https://www.machupicchu-tours-peru.com/news/item/439-wiracocha-dios-principal-de-los-incas>
- IMAGEN 18:** <https://www.robertharding.com/preview/763-612/precolumbian-gold-chimu-culture-ad-tumi-ceremonial-knife/>
- IMAGEN 19:** <https://wiccamg.wordpress.com/2015/06/20/deusas-latino-americanas-a-triplice-cultura-silvicola-natural/>
- IMAGEN 20:** <https://hablemosdeculturas.com/pachamama/>
- IMAGEN 21:** <https://www.pinterest.com/pin/378091331191367765/>
- IMAGEN 22:** <http://mundodelmuseo.com/ficha.php?id=1133>
- IMAGEN 23:** <https://www.pinterest.com/pin/314477986455152927/>
- IMAGEN 24:** <https://www.flickr.com/photos/msakr/5734595284>
- IMAGEN 25:** <https://www.pexels.com/es-es/foto/arquitectura-arte-arte-callejero-artistico-1507856/>
- IMAGEN 26:** <https://www.late.com.ec/2017/05/08/garabatos-que-danan-la-imagen-de-cuenca/>
- IMAGEN 27:** <https://www.pxfuel.com/en/free-photo-joado>
- IMAGEN 28:** <https://www.pexels.com/es-es/foto/arte-artistico-calle-colores-1154198/>
- IMAGEN 29:** <https://www.wallpaperflare.com/woman-walking-passes-graffiti-person-street-wall-art-poster-wallpaper-awdqf>
- IMAGEN 30:** <https://www.pxfuel.com/en/free-photo-ikdoh>
- IMAGEN 31:** <https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/graffiti-tags-street-art-background-vector-1255207>
- IMAGEN 32:** <https://www.flickr.com/photos/46990836@N03/8114793595>
- IMAGEN 33:** <https://londonist.com/london/history/12-things-you-never-knew-about-wembley-park>
- IMAGEN 34:** <https://www.pexels.com/es-es/foto/al-aire-libre-arquitectura-arte-arte-aplicado-2127463/>
- IMAGEN 35:** <https://www.behance.net/gallery/55237393/Doogle-Google>



**IMAGEN 38:** <https://www.facebook.com/photo?fbid=1729750690376677&set=a.153391588012603>

**IMAGEN 39:** <https://www.facebook.com/photo/?fbid=10157279339722823&set=a.437012377822>

**IMAGEN 40:** <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=2020971241274308&set=pb.100000843542251.-2207520000.&type=3>

**IMAGEN 41:** <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10162710946585577&set=pb.770405576.-2207520000.&type=3>

**IMAGEN 42:** <https://www.pexels.com/es-es/foto/actitud-adentro-asiatico-atractivo-2379005/>

#### **VECTORES:**

[https://www.freepik.es/vector-gratis/conjunto-vectores-senales-servicio-aeropuerto\\_3529200.htm#page=1&query=pictograma&position=5#&position=5](https://www.freepik.es/vector-gratis/conjunto-vectores-senales-servicio-aeropuerto_3529200.htm#page=1&query=pictograma&position=5#&position=5)

[https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-negocio\\_2687450.htm#page=1&query=pictograma&position=1#&position=1](https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-negocio_2687450.htm#page=1&query=pictograma&position=1#&position=1)

[https://www.freepik.com/free-vector/people-icon-collection\\_1157380.htm#page=1&query=people%20icon&position=0](https://www.freepik.com/free-vector/people-icon-collection_1157380.htm#page=1&query=people%20icon&position=0)

[https://www.freepik.com/free-vector/colorful-brain-icons\\_764996.htm#page=1&query=brain%20icon&position=2](https://www.freepik.com/free-vector/colorful-brain-icons_764996.htm#page=1&query=brain%20icon&position=2)

<https://www.freepik.com/search?dates=any&format=search&page=1&query=GRAFFITI%20ICON&sort=popular&type=vector>

[https://www.freepik.com/free-vector/cartoon-face-icon-set\\_5754009.htm#page=1&query=CARTOON%20ICON&position=0](https://www.freepik.com/free-vector/cartoon-face-icon-set_5754009.htm#page=1&query=CARTOON%20ICON&position=0)

[https://www.freepik.com/free-vector/graffiti-words-set\\_1530516.htm#page=1&query=graffitti&position=2](https://www.freepik.com/free-vector/graffiti-words-set_1530516.htm#page=1&query=graffitti&position=2)

#### **Wiracocha Moodboard:**

<https://www.pinterest.es/pin/304978206015159068/>

<https://www.pinterest.com/pin/815644182490112588/>

<https://mitologia.fandom.com/es/wiki/Viracocha>

<https://elcafedelalluvia.com/viracocha/>

#### **Mama Quilla Moodboard:**

<https://www.pinterest.com/pin/438960294906081796/>

<https://www.pinterest.es/pin/125256433366059264/>

<http://procultur-ecuador.blogspot.com/2015/01/mama-quilla-o-madre-luna.html>

<https://www.pinterest.es/pin/113504853094363966/>

#### **Inti Moodboard:**

<https://www.mitologia.info/inti/>

<https://wiki2.org/es/Inti>

<https://www.pinterest.com/pin/720505640370548296/>

<https://www.pinterest.com/pin/314618723961199131/>

<https://hablemosdemitologias.com/c-mitologia-inca/dios-inti/>

#### **Pachamama Moodboard:**

<https://hablemosdeculturas.com/pachamama/>

<https://www.pinterest.com/pin/521080619367655757/>

<https://www.pinterest.com/pin/793337290586723073/>

<http://historiadelararte5alvarez.blogspot.com/2011/10/la-virgen-del-cerro-casa-de-la-moneda.html>

**Camiseta Mockup:** [https://www.freepik.com/free-psd/color-tshirt-mockup\\_5533380.htm#page=1&query=t shirt mockup&position=47](https://www.freepik.com/free-psd/color-tshirt-mockup_5533380.htm#page=1&query=t%20shirt%20mockup&position=47)

**Hoodie Mockup:** <https://unblast.com/free-hoodie-for-men-mockup-psd/>

**Gorra Mockup:** [https://www.freepik.com/free-psd/baseball-cap-mockup\\_2100417.htm#page=1&query=cap%20mockup&position=30](https://www.freepik.com/free-psd/baseball-cap-mockup_2100417.htm#page=1&query=cap%20mockup&position=30)

**Calzado Mockup:** <https://pixelbuddha.net/freebie/slip-on-shoes-mockup-set>

**Parches Mockup:** <https://www.mockupworld.co/free/circular-cloth-patch-mockup/>

**Bufs Mockup:** [https://www.youtube.com/watch?v=\\_5HvWYq9P4M](https://www.youtube.com/watch?v=_5HvWYq9P4M)

**Sketchbook Mockup:** <https://www.pixeden.com/psd-mock-up-templates/spiral-ring-psd-notebook-mockup>

<https://www.pixeden.com/psd-mock-up-templates/psd-notebook-mockup-set-vol-3>

**Poster Mockup:** <http://www.viscon.biz/product/poster-mockup-free-download/>



# RESUMEN

Uno de los más grandes problemas que tenemos como sociedad es la falta de identidad cultural ancestral propia. Debido a la globalización nuestra cultura se ha internacionalizado y masificado, identificándonos más con elementos extranjeros. Esta situación no tiene por que ser un problema, puede ser una oportunidad de adaptar la cultura ancestral al mundo actual, creando así una nueva forma de verla y apreciarla para que forme nuevamente parte de nuestra identidad. Apoyándose en el diseño gráfico y la ilustración, este proyecto busca crear una línea gráfica basada en la cultura ancestral andina fusionada con la tendencia actual del Street Art, para crear productos gráficos que puedan ser usados en la cotidianeidad.





# ABSTRACT

One of the biggest problems we have as a society is the lack of our own ancestral cultural identity. Due to globalization, our culture has become internationalized and massified, identifying us more with foreign elements. This situation does not have to be a problem, it can be an opportunity to adapt the ancient culture to the current world, thus creating a new way of seeing and appreciating it so that it becomes part of our identity again. Based on graphic design and illustration, this project seeks to create a graphic line based on Andean ancestral culture fused with the current trend of street art, to create graphic products that can be used in everyday life.

**Keywords:** illustration, andean, deities, urban, merchandising, symbology, ancestral, culture, graphic line

Translated by,  
Esteban Ramírez Valdiviezo



Ver Anexo #1



# OBJETIVOS

## OBJETIVO GENERAL

Aportar al proceso de rescate cultural andino mediante la generación de una nueva línea gráfica influenciada por la estética Street Art, aplicada a productos de uso cotidiano.

## OBJETIVO ESPECÍFICO

Desarrollar una línea gráfica resultante de la adaptación de Street Art en la gráfica andina.

Aplicar la nueva línea gráfica a objetos de uso cotidiano.





# INTRODUCCIÓN

Este proyecto busca evidenciar la pérdida de la identidad que existe en la sociedad cuencana, especialmente en los jóvenes al día de hoy. Acontecimientos como la globalización han provocado que ciudades como Cuenca pierdan su identidad cultural (herencias de las culturas andinas), por adoptar tendencias extranjeras para su vivir diario. Como es el caso del Street Art, corriente cultural que engloba todas las manifestaciones de arte urbano. Pero esta situación lejos de ser un problema, se puede convertir en una oportunidad para reinventarse, la cultura no es algo totalmente estático, sino que está en constante movimiento/evolución. Razón por la cual este proyecto propone un proceso de glocalización, es decir una adaptación de la tendencia externa del Street Art al contexto andino, creando así una suerte de hibridación cultural en donde se rescaten los saberes antiguos para que puedan ser asimilados en la actualidad. Obviamente al ser un proyecto de diseño gráfico, este está dirigido hacia la parte gráfica de la cultura andina y urbana, para que esta solución gráfica pueda ser aplicada a productos de uso cotidiano, ya que esta sería la mejor manera de transmitir el mensaje a las personas jóvenes.

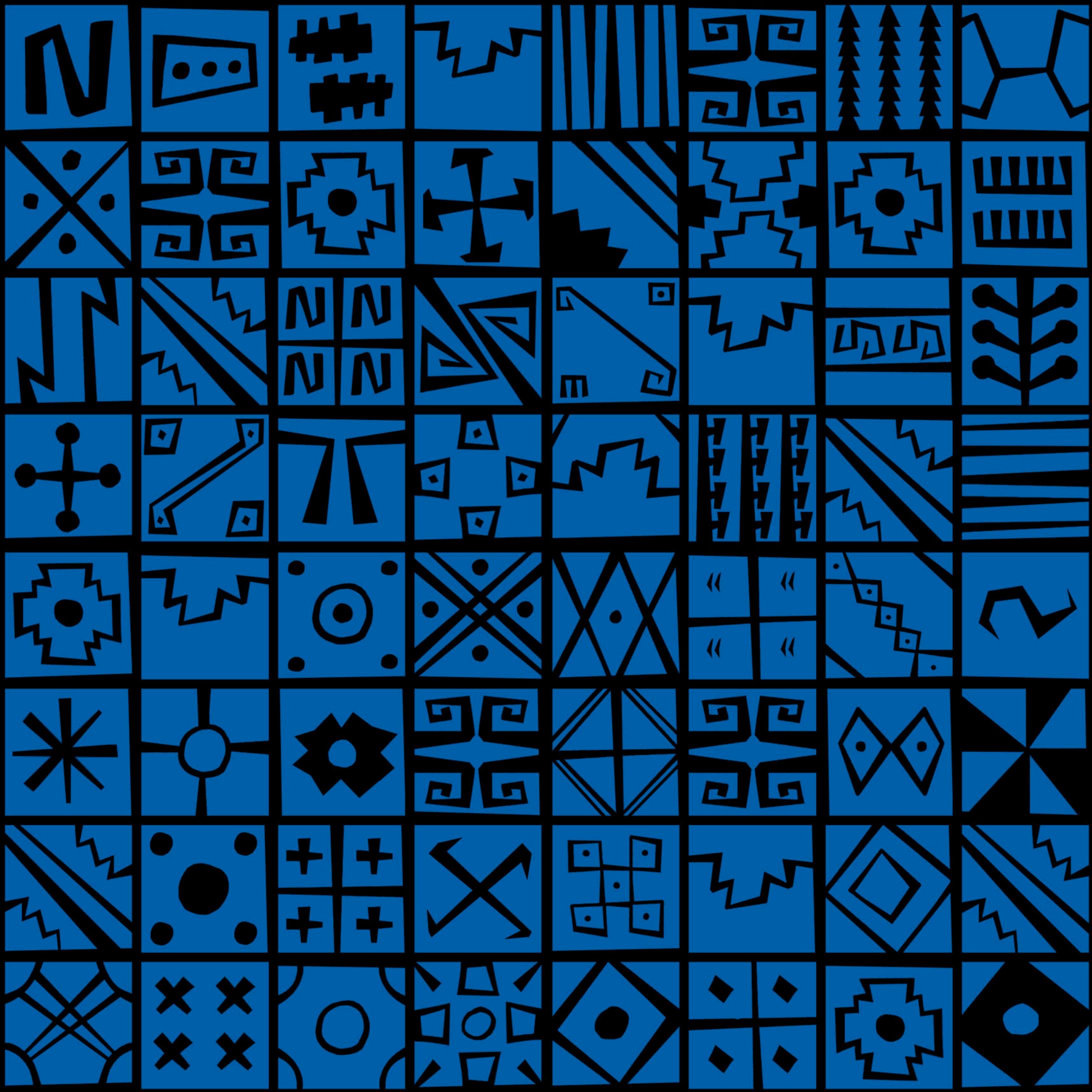
El primer capítulo del proyecto corresponde al marco teórico, es decir, el conocimiento necesario para resolver la problemática planteada. Comienza definiendo lo que es cultura y cómo esta se ha ido perdiendo producto de la globalización en una ciudad andina como lo es Cuenca. Además

de toda la información acerca del contexto andino antiguo, la tendencia gráfica del Street Art, y los saberes con respecto al diseño necesarios para resolver más adelante el proyecto.

El segundo capítulo abarca el plan de negocios, se refiere a la investigación acerca del público objetivo al que va a estar dirigido el producto gráfico que se va a diseñar en futuros capítulos. También abarca los partidos de diseño establecidos que van a regir el proyecto.

El tercer capítulo hace referencia a la fase de ideación del producto gráfico, en este capítulo se produce una lluvia de ideas en relación al diseño, conocimiento andino y urbano, obteniendo así ideas las cuales al ser combinadas con otras permitieron obtener soluciones gráficas que evidencien un proceso de fusión entre lo andino y urbano.

En el cuarto y último capítulo abarca todo el proceso de diseño del producto gráfico planteado, desde la justificación de los elementos utilizados, pasando por la bocetación y finalmente el resultado final, una solución gráfica la cual se aplicaría en series de productos diferentes. Y estos resultados son sometidos a una validación por parte del target y profesionales del medio del diseño de la ciudad de Cuenca, para saber si estos fueron resueltos de una manera correcta, y así, tener una mayor certeza de que el proyecto ha logrado alcanzar los objetivos planteados.





# CAPÍTULO 1

---

## MARCO TEÓRICO



# 1.1 CULTURA

## 1.1.1 MARCO CULTURAL

El reconocido antropólogo Clifford Geertz (1973), define a la cultura como: “un sistema de concepciones expresadas en formas simbólicas por medio de las cuales la gente se comunica, perpetúa y desarrolla su conocimiento sobre las actitudes hacia la vida.”

Cualquier actividad o práctica que tenga como objetivo dejar un legado social al resto de habitantes de una misma comunidad, es cultura. Dicho legado es público, es decir que la población comparte un mismo conocimiento. En este conocimiento entran las creencias, el pensamiento, ciertas actitudes, la historia, las diferentes formas de percepción, el arte entre otros factores.

Cada sociedad se culturiza de una manera diferente, tomando en cuenta que cada nación tiene un contexto social diferente, lo que provoca que a lo largo de toda la historia de la humanidad hayan surgido muchas culturas diferentes así como todas las que surgirán en el futuro.



IMAGEN 1, Cultura Musical Andina.

## 1.1.2 IDENTIDAD CULTURAL

---

“¿Qué es la identidad? Es el sentido de pertenencia a una colectividad, a un sector social, a un grupo específico de referencia. Esta colectividad puede estar por lo general localizada geográficamente, pero no de manera necesaria”. (Romero Cevallos, 2005: 62)

La identidad cultural actúa como un elemento cohesionador entre los diferentes actores dentro de una comunidad, manteniendo entre todos ellos rasgos comunes que facilitan la unidad. Estando construida a través de la historia, la lengua, las costumbres, las tradiciones, entre otros elementos.

La identidad no es algo estático, sino todo lo contrario está en constante cambio, ya que esta evoluciona con respecto a la sociedad, razón por la cual esta debe renovarse y adaptarse a los nuevos tiempos para que así no pueda perderse.



## 1.1.3 CONSTRUCCIÓN DE UNA IDENTIDAD CULTURAL

---

Como ya se mencionó anteriormente la identidad cultural corresponde a un proceso de construcción en el que intervienen varios elementos, formando una cualidad esencial para definir a una persona. Ya que todo individuo necesita de esa sensación de formar parte de algo más grande, para así poder desarrollar empatía con sus semejantes, dando como resultado una sola unidad cultural. La identidad cultural puede estar definida por 6 factores principales:

**ANTECEDENTES HISTÓRICOS**

**ESPACIO GEOGRÁFICO**

**DIFERENCIACIÓN**

**SENTIDO DE PERTENENCIA**

**CULTURA MATERIAL E INMATERIAL**

**EVOLUCIÓN CULTURAL**



## ANTECEDENTES HISTÓRICOS

La identidad está ligada a la historia y al patrimonio cultural. La identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro. (Molano, 2007, p.74)

Son todos los acontecimientos históricos que forman parte de la memoria colectiva, que a su vez tendrán impacto en los sucesos futuros en los que se desarrollará esa sociedad.

## ESPACIO GEOGRÁFICO

En un sentido antropológico, territorio es un ambiente de vida, de acción, y de pensamiento de una comunidad, asociado a procesos de construcción de identidad. (Flores, Murilo, 2007, p.36)

Corresponde al espacio geográfico en el que se produce el desarrollo social y cultural, siendo el principal factor a la hora de definir la identidad de una comunidad.



IMAGEN 2, Fotos Antiguas.



IMAGEN 3, Stonehenge, Inglaterra .

## DIFERENCIACIÓN

Los individuos de un mismo medio tienen sentimientos de diferenciación entre sí y respecto a los miembros de otros medios, los cuales necesariamente se expresan en un reconocimiento inconsciente de la existencia de un "otro" y por lo tanto de un "nosotros". (Flores, 2005, p.42)

Paradójicamente para poder definir una identidad "propia" es necesario conocer la identidad del "otro", es necesario establecer una diferenciación cultural para impulsar al desarrollo local.



**IMAGEN 4, Diferenciación Cultural.**

## SENTIDO DE PERTENENCIA

Ese reconocimiento inicial es un primer momento de toma de "conciencia de la cultura" o, mejor dicho, de una cultura en el sentido de reconocer ciertos límites y fronteras, de lo que existe distinto a lo nuestro, de ciertos comportamientos que no pertenecen a nuestras normas y valores y que por lo tanto "somos nosotros mismos" (Flores, 2005, p.43)

Es el criterio usado para sentirse parte de un determinado grupo de personas, las cuales comparten tradiciones, valores y demás características culturales.



**IMAGEN 5, Celebración Mexicana.**

## CULTURA MATERIAL E INMATERIAL

Es la sociedad la que a manera de agente activo, configura su patrimonio cultural al establecer e identificar aquellos elementos que desea valorar y que asume como propios y los que, de manera natural, se van convirtiendo en el referente de identidad. (Molano, 2007, p.73)

Hace referencia a todo vestigio tangible e intangible, que ha sido parte de la herencia cultural dejada por los antiguos pobladores de un territorio.



IMAGEN 6, *Platos Artesanales.*

## EVOLUCIÓN CULTURAL

El patrimonio y la identidad cultural no son elementos estáticos, sino entidades sujetas a permanentes cambios, están condicionadas por factores externos y por la continua retroalimentación entre ambos. (Molano, 2007, p.74)

Corresponde al proceso dinámico de cambio de un contexto cultural, siendo las principales causas, la adaptación a la época moderna y la influencia de otras culturas.



IMAGEN 7, *Catrina en la actualidad.*

# 1.2 PÉRDIDA DE LA IDENTIDAD

## 1.2.1 GLOBALIZACIÓN

La constitución del mundo como un todo que continúa en permanente transformación ha sido producto de múltiples procesos globalizadores, entre los que destacan la expansión del capitalismo y con él la del imperialismo occidental, la consolidación de una nueva división mundial del trabajo, el desarrollo del sistema global de medios de comunicación, la formación de sociedades nacionales, el sistema de relaciones internacionales, así como la difusión de las concepciones ilustradas de individuo y de humanidad. (Rosas, 1993, p.79)

La globalización ha sido uno de los principales causantes de la pérdida de la identidad, si bien este proceso nunca se ha percibido como algo negativo, es innegable que el surgimiento de una sola cultura global ha afectado enormemente a las culturas locales, la desterritorialización cultural ha hecho que las sociedades a nivel global tengan costumbres y tradiciones similares, dando como resultado dificultad para diferenciar a una de la otra.



## 1.2.2 GLOCALIZACIÓN

Glocalización, entendida como la articulación entre lo global y lo local desde una visión urbana, como una noción que hoy se aplica tanto a la economía (la ciudad como medio económico adecuado para la optimización de sinergias) como a la cultura (las identidades locales y su relación dialéctica, con el universalismo informacional de base mediática). (Fernández, 2002, p.159)

Si bien la globalización puede establecer un panorama negativo en el ámbito cultural, no se puede negar la importancia de la misma en el desarrollo mundial. Razón por la cual la glocalización puede funcionar como solución a los problemas de identidad, ya que consiste en un proceso de adaptación de las tendencias culturales externas al medio local, dando como resultante una hibridación cultural que mantiene una localización del producto global.



**IMAGEN 8, Adaptación de "Puma" al árabe.**



**IMAGEN 9, Oreo en el mercado japonés.**

# 1.3 DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICA- CIÓN

## 1.3.1 SIMBOLOGÍA

Los símbolos, íconos y pictogramas son medios gráficos usados para transmitir información sin la necesidad de utilizar palabras, es decir son signos que expresan mensajes, información o conceptos únicamente con un vistazo. Forman parte de un sistema en el que un receptor decodifica el mensaje en segundos al visualizar el signo correspondiente. Dentro del diseño gráfico son uno de los recursos más utilizados debido a que simplifican mucha información en pocos elementos. Podemos identificar a 3 tipos de signos:

**ÍCONO**

**PICTOGRAMA**

**SÍMBOLO**

## ÍCONO

Del griego eikon (imagen). Signo que mantiene una relación de semejanza con el objeto representado. (Abdullah y Hübner, 2006)



## PICTOGRAMA

Del latín pictus, (pintado), y grama (escrito o gráfico). Signo de la escritura de figuras o símbolos. (Abdullah y Hübner, 2006)



## SÍMBOLO

Del griego symbolon, (signo, contraseña). Imagen o figura con que se representa un concepto moral o intelectual, por analogía o por convención. (Abdullah y Hübner, 2006)



## 1.3.2 ILUSTRACIÓN

Dalley (1981), define la ilustración como la acción de dibujar o plasmar algo. Asimismo, asocia la ilustración como una función cognitiva de la imagen y añade que la acción de ilustrar se realiza para dar luz, o en otras palabras, revelar sentidos vedados para otras formas de comunicación, como por ejemplo el texto escrito.



*IMAGEN 10, Ilustración de Firman Hatibu.*

## 1.3.3 SISTEMA GRÁFICO

Todo proyecto gráfico necesita esclarecer los elementos que se convertirán en los rasgos constantes de los entregables, para así otorgar unidad al conjunto de piezas del proyecto, consiguiendo que se pueda identificar como un solo sistema conjunto. Las constantes actúan como reglas que funcionan a modo de identificador para el usuario o persona que vea el sistema, entienda que todas las partes forman un todo.



IMAGEN 11, Ejemplo de Sistema Gráfico.

# 1.4 IDENTIDAD GRÁFICA ANDINA

Las civilizaciones andinas fueron aquellos pueblos precolombinos que habitaron la zona occidental de América del Sur, culturas que si bien tenían elementos similares en todas, tenían también elementos diferenciadores en sus costumbres, creencias, patrimonio, arte, etc. Actualmente los vestigios de estos pueblos son estudiados para poder comprender como fue su vida y cómo estos influyen hasta el día de hoy en nuestras sociedades.

Este proyecto se centra en identificar cual es la identidad andina y cómo está construida; teniendo como punto de partida la ciudad de Cuenca, territorio en dónde se asentaron varios pueblos andinos.

Haciendo un especial énfasis en cómo la identidad influyó en la gráfica de esos pueblos.

La definición de esta identidad andina se basará en las factores antes mencionados, para así revelar datos concisos.



## ESPACIO GEOGRÁFICO

En la Ciudad de Cuenca se asentaron principalmente los pueblos andinos Incas y Cañaris. Este territorio fue habitado por estas culturas en los siguientes periodos de tiempo.

**NARRIO TEMPRANO:** de 3500/ 3200 – 500 a.C.

**NARRIO TARDÍO:** de 500 a.C

**CAÑARI PROPIAMENTE:** de 500 – 1460.

Esta fase comprende dos subfases:

**Tacalshapa** (500 – 900);

**Cashaloma** (900 – 1460).

**CAÑARI – INCA:** de 1460 – 1533. (Aguaiza, 2013)



IMAGEN 13, Mapa de Cuenca.

## ANTECEDENTES HISTÓRICOS

### PUEBLO CAÑARI

El pueblo cañari históricamente fue una de las culturas más importantes, no solo a nivel de la región, sino a nivel de todo el Ecuador. Como todo pueblo andino, sus creencias divinas se basaban en la naturaleza. En el caso de los cañaris adoraban a la figura de la serpiente y de la guacamaya, esto demostrado a través de su trabajo en cerámica y piedra tallada, en el cual se plasmaba muchas veces la imagen y forma de estas divinidades.



### IMPERIO INCA

El imperio Inca es quizá la cultura andina más importante de todo el sur de América, caracterizado por su capacidad de conquista, se expandió por toda la zona de Los Andes conquistando pueblos, liderándolos y asumiéndolos dentro de su gran civilización. Los Incas creían en muchas divinidades, las cuales surgían para explicar los fenómenos de la naturaleza, así como en la existencia de tres planos de vida: "Hanan Pacha" el plano superior habitado por Dioses, "Kay Pacha" el plano medio habitado por los seres terrenales y "Uku Pacha" habitado por los muertos y todo lo que vivía debajo de la tierra.



## SENTIDO DE PERTENENCIA

La pertenencia de los pueblos andinos estaba basada principalmente en la mitología, en donde un origen en común ayudaba a establecer y estrechar los lazos entre los miembros de las comunidades. Se establecía que cada uno era un elemento crucial en la composición del mundo.

## COSMOVISIÓN ANDINA

La cosmovisión andina indígena permitió a los pueblos entenderse así mismos, explicar sus orígenes, aceptar que cada uno de los elementos de la naturaleza, cumplen un rol trascendental para que exista el equilibrio en la naturaleza y para evitar el caos todos tenemos una misión que cumplir. (Quina-toa, 2013)

La cosmovisión andina se refiere a la visión que tenían los pueblos andinos de su realidad y del mundo. Los antiguos pobladores establecían leyes y costumbres para poder convivir con la naturaleza, esto se manifestaba mediante las figuras religiosas, los pueblos andinos consideraban al sol, a las estrellas, al tiempo, a las montañas y a demás elementos naturales como divinidades, es decir entidades vivas que eran superiores a los humanos. De forma que los pueblos consideraban que existía una conexión entre sus dioses y su vida, por lo que empezaron a relacionar todas sus actividades con ellos, incluyendo el arte, las tradiciones y día a día.



IMAGEN 14, Orgullo Indígena.

## CULTURA MATERIAL E INMATERIAL

Constituye el principal legado dejado por los pueblos andinos, siendo lo más representativo todo aquello que tenía una funcionalidad religiosa o espiritual.

### ARTESANÍAS

La producción artesanal, además, constituye una ventana hacia muchos mundos distintos. La significancia de semejante red artesanal incluye emblemas de identidad, los cuales se encuentran dentro de contextos autóctonos. (D'Amico, 1991)

Los pueblos andinos se caracterizaron por la producción artesanal de objetos artísticos, tanto de índole cotidiana como ceremonial, los objetos cotidianos contaban con una elaboración simple y burda, mientras que los objetos ceremoniales evidenciaban fabricación con mucho énfasis en los detalles debido a que tenían una función religiosa.



IMAGEN 15, *Recreación de Artesanía andina.*

### TEXTILES

Un textil tradicional andino corresponde a un texto no a una decoración ni a una ilustración de realidades más allá del tejido, sino a un mensaje específico, detrás del cual subyace un sistema que da cuenta de él. (Cereceda, 2010)

### ORALIDAD

Abarca todo el abanico de mitos y leyendas que los pueblos utilizaban para dar explicación a muchas de las acontecimientos que sucedían a su alrededor.

La tradición oral instala un espacio de encuentro donde se procesan relaciones entre las personas; los relatos reúnen el testimonio donde se condensa la épica popular, que contada y vivida, adquiere verosimilitud en la memoria del pueblo. (Romero, 2005)



IMAGEN 16, *Textil Andino.*

## 1.4.1 GRÁFICA ANDINA

Como se mencionó anteriormente la cosmovisión andina marcó muchos ámbitos en la forma de vida de los pueblos de los Andes, entre ellos la gráfica en los diferentes elementos plásticos ancestrales.

La plástica central estuvo muy marcada por la espiritualidad y la religiosidad.

### GRÁFICA RELIGIOSA

Las creaciones plásticas se plasmaron con forma de los elementos de la naturaleza, así la pictografía constituye una de las formas de conciencia social [...] La plástica ancestral se registró de varias maneras: en los petroglifos, en el tatuaje, en los textiles en las representaciones talladas de divinidades. Todas con motivos de formas antropomorfas, zoomorfas y fitomorfas que nos recuerdan los "inicios de la humanidad". Estos diseños tienen el carácter de sagrado y prodigan el culto a la naturaleza impregnadas de dioses y de espíritus que absorbidos por el subconscien-

te dan origen a las creaciones, la mismas que partieron de la concepción sagrada del entorno natural y social. (Calderón, 2018)

Las representaciones divinas tenían un nivel de representación totémico, es decir tenían un nivel icónico, mediante el cual los pueblos los identificaban. Las culturas andinas eran politeístas, es decir que dentro de su religión rendían tributo a varios dioses. Si bien hay una gran cantidad de dioses, este proyecto se enfoca en los 4 principales y más conocidos en la actualidad:

**WIRACOCHA**

**INTI**

**MAMA QUILLA**

**PACHAMAMA**



## WIRACOCHA

El dios Wiracocha o Viracocha fue una de las deidades más importantes y considerado como el creador de todas las cosas, o la sustancia de la que se crean todas las cosas [...] Viracocha creó el universo, sol, la luna y las estrellas, el tiempo y la civilización misma. (Portillo, 2010)

En ocasiones es representado como un anciano con barba. También se le ve vestido con una larga sotana y dotado de un báculo.

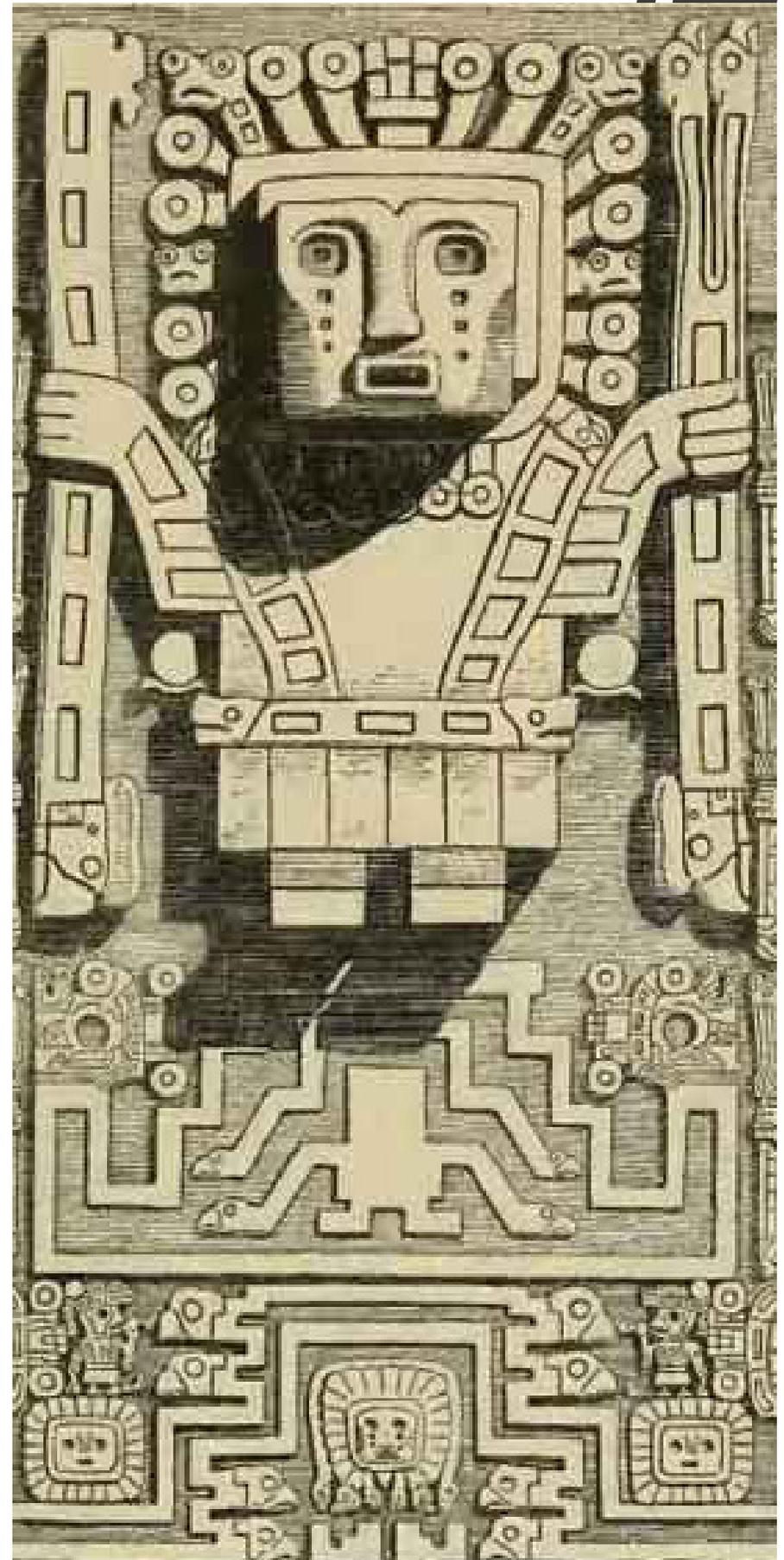


IMAGEN 17, Representación de Wiracocha.



IMAGEN 18, Representación de Inti.

## INTI

El sol es un factor importante de la vida, puesto que ofrece calor y luz, por eso el Dios Inti es también conocido como el dador de la vida. Fue adorado por la mayoría de agricultores que confiaban en el sol para recibir buenas cosechas. (Portillo, 2010)

Esta deidad es representada con un disco dorado que tiene un rostro y está rodeado por rayos solares y, en ocasiones, fuego.



## MAMA QUILLA

Era la diosa de la Luna, también hermana y esposa del Dios Inti e Hija del Dios Viracocha [...] Mama Quilla era la diosa del matrimonio y del ciclo menstrual, y era considerada una protectora de las mujeres. Mitos que rodean a Mama Quilla incluyen que lloró lágrimas de plata y que los eclipses lunares fueron causados cuando ella era atacada por un animal. Era representada en la forma de una bella mujer. (Portillo, 2010)



IMAGEN 19, Representación de Mama Quilla.



**IMAGEN 20, Representación de Pachamama.**

## **PACHAMAMA**

La Pachamama es una diosa reverenciada por los indígenas de los Andes. La Pachamama suele traducirse como “Madre Tierra”, es una diosa de la fertilidad que preside la siembra y la cosecha [...] Después de la conquista de América, su imagen fue enmascarado por la Virgen María, detrás de quien ella es invocada y adorada en los rituales andinos. (Portillo, 2010)

No hay registros de una imagen precolombina de la Pachamama, puesto que las pocas imágenes que se han encontrado son una reinterpretación previa a la conquista. Ya que la leyenda de la Pachama luego se asoció a la imagen de la Virgen María por parte de los conquistadores.



## TOCAPUS

Los tocapus son, según lo describimos, unas figuras geométricas enmarcadas dentro de cuadros que pueden estar aislados (siendo únicos), o estar alineados en fajas de sucesión horizontal o vertical. (De Rojas, 2008)

El arqueólogo Peter Eeckhout (2004) escribe sobre esto: “los tocapus son cuadrángulos rellenos con motivos de varios colores, geométricos o figurativos, estilizados, que aparecen en forma de series en los tejidos y vasos ceremoniales.

Varios autores afirman que los tocapus funcionaban como un sistema de escritura logográfica en el que cada símbolo podía significar una idea o una palabra en concreto, de forma que muchas de las piezas plásticas andinas que contienen sistemas de tocapus son a su vez “textos”, que contienen información con respecto a la vida de los pueblos.

Aunque muchos otros afirman que los tocapus únicamente funcionaban como elementos decorativos para los objetos andinos, ya que no se tiene un registro en sí de significados.



**IMAGEN 21, Qeros Andinos.**



**IMAGEN 22, Aríbalos Andinos.**



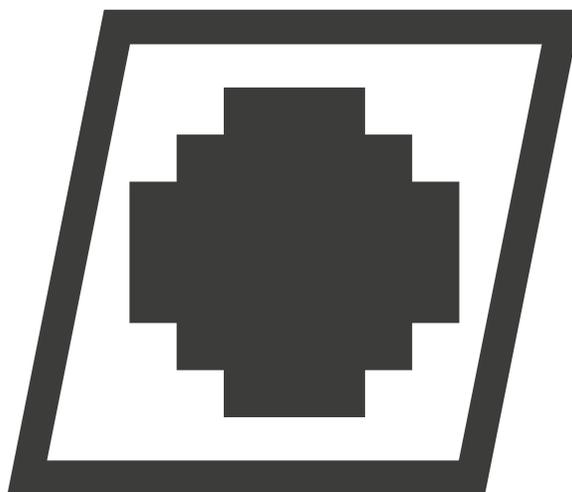
**IMAGEN 23, Cumbis Andinos.**

## CHACANA

El símbolo andino más conocido y fácilmente identificable, que ha perdurado hasta el día de hoy es sin duda alguna la “chacana”.

La Chakana es un símbolo que abarca varios aspectos de la cultura andina, se la comprende como una figura geométrica que ordena aspectos como la religión, la matemática y la filosofía que manejaban nuestros antepasados. La Chakana o cruz andina es considerada un símbolo milenario, que tiene origen en los pueblos indígenas. (Flores, 2018, p.7)

El símbolo de la Chakana, es en sí, una referencia al Sol y la Cruz del sur, aunque parecería que tiene más semejanza a una pirámide escalonada, que se debería directamente a las diferentes concepciones de unión entre lo alto y lo bajo, la tierra y el sol, y más que un concepto matemático o arquitectónico se toma el concepto de la “escalera a lo más elevado”. (Flores, 2018, p.15)



## CÓDICE

El término código puede hacer referencia a dos conceptos:

A los libros manuscritos creados por cronistas:

“Corresponde a los libros escritos por cronistas españoles, los cuales recogían la historia, costumbres, ritos, vestuarios y conocimiento del día a día de los pueblos andinos conquistados, el más conocido es el Código Murúa, escrito por el cronista Fray Martín de Murua, sobre los incas prehispánicos.” (Olmos, 2005)

A un sistema de composición gráfico utilizado en culturas mesoamericanas:

Consiste en una representación simbólica de las deidades en una posición característica, con elementos asociados a ellos. Consta de dos niveles, uno superficial que hace referencia al rasgo distintivo de la composición; y uno profundo que hace referencia a los diseños que complementan al nivel anterior. (Mikulska, 2017)



# 1.5 GRÁFICAS EXTERNAS EN CUENCA

La ciudad de Cuenca se ha caracterizado por ser una sociedad pluricultural, con múltiples influencias de diferentes partes del país y del mundo.

En este apartado del proyecto, se centra en explicar una tendencia cultural externa que está teniendo bastante apogeo actualmente, teniendo un especial impacto en los más jóvenes, el Street Art o Arte Urbano.

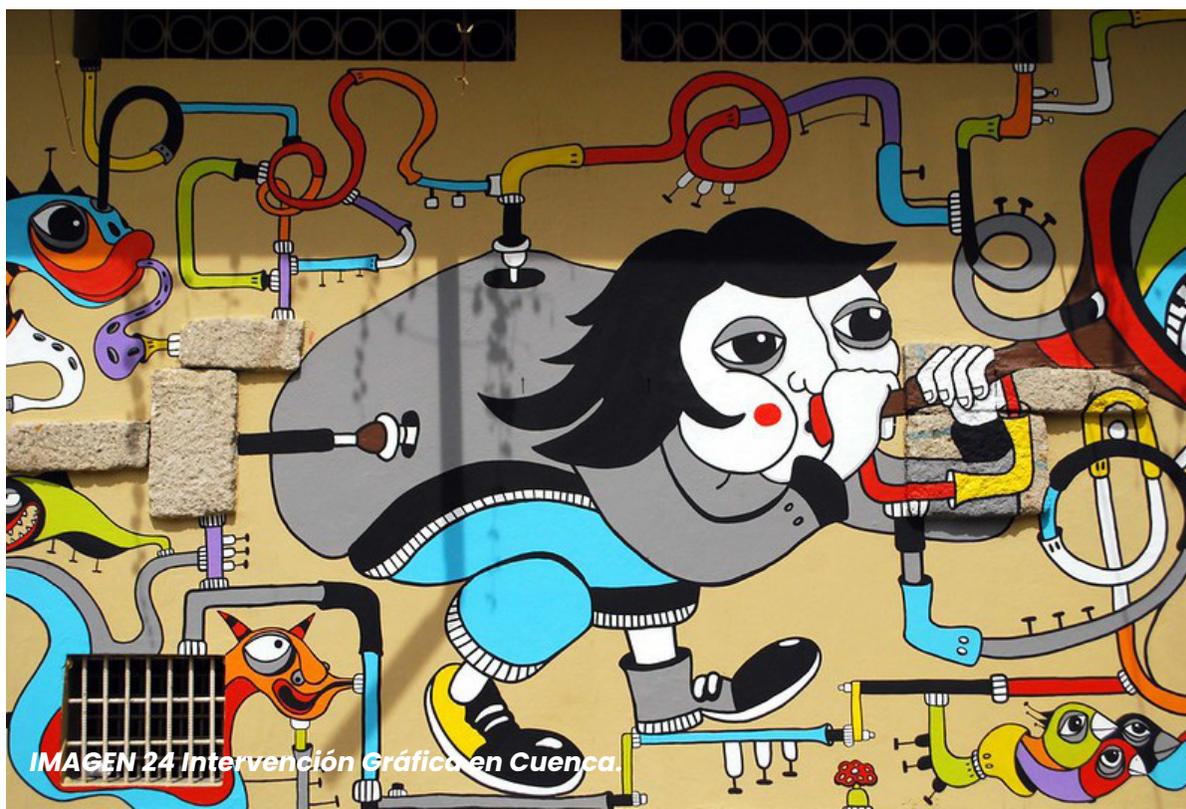


IMAGEN 24 Intervención Gráfica en Cuenca.

## 1.5.1 STREET ART

A finales de los 90 e inicios de la primera década del siglo XXI, proliferan nuevos agentes del mundo del arte que toman las calles como laboratorios de creatividad o como escenarios principales de innovaciones y experimentos de primera mano. De este modo se produce una efervescencia creativa en el espacio público, desde la confluencia de muy distinto perfil u origen [...] El Street Art propicia un escaparate de debate en lo cultural, social y político en el que la mayoría podemos sentirnos cómodos e identificados. (Rosado, 2015)

Este movimiento surgió a mediados de los años 90, como una forma de expresión artística, también conocido como Post-Graffiti. Si bien surgió de manera simultánea en países como Estados Unidos o Francia, no fue hasta la aparición del artista estadounidense Shepard Fairey y su obra "OBEY", que el street art llegó a tener difusión global.

Es importante señalar la diferencia con otro término con el que suele confundirse, el graffiti. La principal diferencia radica en la intencionalidad de cada uno, ya que el Street busca "embellecer" el espacio urbano, mientras que el graffiti busca vandalizarlo. Otra diferencia sustancial, es que el Street art tiene un objetivo meramente estético y el graffiti un objetivo político o social.



IMAGEN 25, Arte Urbano.



IMAGEN 26, Graffiti.



## 1.5.2 MANIFESTACIONES STREET ART

Si bien no existe una estética definida para el arte urbano, ha habido ciertas técnicas y estilos que son frecuentemente utilizados para realizar las obras callejeras.

### STENCIL

El "stencil", "arte matriz" o "estarcido" se realiza a través de una plantilla recortada, construida con radiografías o acetatos, que permite, previa imposición sobre un muro, aplicarle una capa de pintura en aerosol, para luego retirar la plantilla y dejar presente la imagen. (Guerra, 2009)



IMAGEN 27, Stencil.

### MURALISMO

Se le llama mural o arte mural a cualquier tipo de técnica gráfica, pictórica o escultórica aplicada al muro. Los murales pueden elaborarse con distintos métodos, como por ejemplo los métodos denominados al fresco, en el cual la pintura se coloca en el repello de la pared todavía fresca, o al seco en el cual la pintura comúnmente acrílica, se coloca sobre una pared ya seca. (Avalos, 2017)



IMAGEN 28, Mural.

## CARTELISMO

El cartel es uno de los más reconocidos instrumentos de difusión de ideas e información en la ciudad. Sin embargo, la cualidad que el arte urbano explota tiene más que ver con el potencial cultural que contiene el cartel como formato artístico. (Castellanos, 2019)

Consiste básicamente en láminas de papel, generalmente de formatos grandes, en donde hay una impresión con algún mensaje gráfico concreto y rápido. Con el objetivo de ser exhibido.



IMAGEN 29, Grupo de Carteles.

## STICKER ART

La palabra sticker proveniente también de la lengua inglesa y en el contexto que se está abordando, refiere básicamente a algo que es susceptible de ser pegado o adherido. Se trata entonces, de etiquetas o láminas de papel, plástico u otro material, en donde una de sus caras contiene la imagen o el texto deseado y la otra, la superficie pegajosa. (Sora, 2018)



IMAGEN 30, Grupo de Stickers.

## TAGS

El término tag, es usado principalmente para referir a la firma de un artista urbano para su obra, esta puede ser usada simplemente como una forma de referenciar al autor de la pieza urbana, o en otros casos en donde la firma se convierte en la obra misma.



IMAGEN 31, Ejemplo de Tags.

## WILD STYLE

Consiste en la utilización de caracteres total o medianamente entrelazados, así como la incorporación de flechas, curvas, y otros elementos tridimensionales. (Hernández, 2014)



IMAGEN 32, Wild Style.

## DOODLING

La técnica del doodling, consiste en el dibujo casual de garabatos o "doodles", en donde se llena el soporte de varios dibujos pequeños, con el fin de crear una composición con estos.

## LETTERING

Podemos definirlo como la creación de letras que han sido dibujadas, no escritas. Se trata de composiciones visuales que han sido construidas mediante la escritura, pero por supuesto, sin entorpecer su lectura. (Boira, 2016)



IMAGEN 33, Intervención Doodling por Mr. Doodle.



IMAGEN 34, Ejemplo de Lettering Urbano.

# 1.6 HOMÓLOGOS

Para la investigación de los homólogos, se tomó en cuenta a proyectos gráficos en donde se evidencie una adaptación de la gráfica cultural hacia un nuevo enfoque moderno, dando como resultado un rescate identitario y productos gráficos frescos, innovadores y con mucha carga emocional. Y también que los diseñadores de estos proyectos reflejen su identidad con ellos.



# HOMÓLOGO 1



IMAGEN 35.

**Nombre:**

Diseño de doogle, Fiestras Patrias Perú, 2017

**Autor:**

Elliot Tupac

**Contexto:**

Cultura y arte popular peruano

El proyecto de Elliot consiste en un "Doodle" encargado por Google, para celebrar las fiestas patrias de Perú, del 28 al 30 de julio. En el proyecto se puede notar claramente la utilización de elementos populares de la cultura peruana, así como una gráfica impactante proveniente del cartel chicha.

Se puede notar claramente la influencia del cartel chicha, puesto que se usan aspectos de la gráfica popular, como lo son colores impactantes y saturados, el uso de degradados de colores fosforescentes, ti-

pografías sinuosas, cargadas e impactantes que asemejan a la cumbia psicodélica andina, así como elementos típicos peruanos como lo son los colibríes, las montañas entre otros.

La función de este producto es bastante clara, el difundir la gráfica popular peruana logrando así que los peruanos se sientan identificados con la pieza.

El origen del cartel chicha está en la serigrafía, pero en este caso se adaptó a los medios digitales como Illustrator y Photoshop.

## HOMÓLOGO 2



El proyecto de Jorge consiste en una portada de disco, de narraciones de tres poetas indígenas, provenientes de las culturas Wuayuu, Kamentsa y Guajira de Colombia. El proyecto evidencia un uso de elementos aborígenes.

El estilo de este artista está marcado fuertemente por el uso de totems. La imagen principal es un totem que hace alusión a las máscaras de la cultura Kamentsa, con una combinación de grosores de línea y bloques grandes de negro para realizar contraste, así como tramados de líneas que favorecen a dar el aspecto tradicionalista. También está marcado por el uso de cromática aborígena, es decir colores que eran extraídos de pigmentos tradicionales. Y por supuesto la utilización de una chacana para demostrar la herencia andina. La función de este producto está implícita textualmente en la contraportada del disco "Aquí encontraremos un espacio para dialogar con los abuelos que hoy en día siguen iluminando la vida desde lo profundo del vientre materno de la pacha mama."

Aquí existe una técnica mixta, con una ilustración realizada análogamente, con un posterior retoque y coloreado digital.



**Nombre:**

Voces originarias del Abya Yala

**Autor:**

Jorge Lewis

**Contexto:**

Culturas aborígenes colombianas

## HOMÓLOGO 3



El proyecto de Pedro consiste en una ilustración para sticker, sobre uno de los animales más importantes y místicos de la Amazonía, el venado. Se puede ver reflejado el misticismo, así como el chamanismo que caracteriza esta región del Ecuador.

Es clara la influencia ancestral en la ilustración, pero también las tendencias gráficas actuales, marcado por una línea gruesa, modulada y con personalidad, muy vistas en el arte urbano. Así como una paleta que hace alusión a la naturaleza, con predominación en tonos verdes, amarillentos y otros colores que pueden verse en la selva. Esto combinado con luces y sombras tanto planas como fuertes.

La funcionalidad de este producto es la de adaptación de lo ancestral a lo actual, manteniendo la espiritualidad de la identidad amazónica.

**IMAGEN 37.**

Se puede identificar un proceso básico de ilustración, con bocetaje previo en análogo y un posterior trabajo en digital en adobe illustrator.



**Nombre:**

Venado Sagrado

**Autor:**

Pedro Tapuy

**Contexto:**

Cosmovisión Amazónica

Para obtener información en el trabajo de campo, se realizaron 4 entrevistas a ilustradores nacionales, que manejan el tema cultural desde una perspectiva moderna, generando gráfica cargada con identidad.



# 1.7 ENTREVISTAS

## **DIEGO MOLINA**

### **“DIEGUMBERRTO”**



Mi trabajo como ilustrador primordialmente está basado en la clara comunicación de una idea, uso la aglomeración de muchos elementos para más ideas. Además de manejar una temática personal, me gusta ser fiel a lo que busca representar el cliente y dejar de lado lo repetitivo.

El ilustrador habla por medio de imágenes y construir mapas visuales que la fotografía no puede crear, una expresión ligada a lo imaginario y real.



**IMAGEN 38.**



### **1. Crees que el entorno cultural influye en la ilustración ?**

Totalmente, dependiendo del concepto y la temática podría variar, la ilustración es básicamente social, refleja las expresiones humanas y estas al ser tan variadas como el entorno cultural, la ilustración lo será también.

### **2. Cómo tu identidad cultural influye en la estética de tu trabajo ?**

Siento que podría influir en la necesidad de explorar y narrar gráficamente una historia, el origen de nuestras tradiciones, costumbres, mitos y supersticiones; entender estos conceptos modifica mi manera de representar una ilustración.

### **3. Con qué identidad cultural te identificas?**

Cultura Popular, Realismo Mágico, Indigenismo, Fiesta de Pueblo.

### **4. Consideras que con la ilustración se puede rescatar la cultura ?**

Puedo decir que la cultura en nuestro medio no está perdida como para rescatarla, solo está un poco empolvada en el contexto ilustración, podríamos visualizarla mucho más por medio de producción física, ya sea editorial o indumentaria, abierta a todo público en la ciudad en un porcentaje tan alto como se ve en el mundo digital, esto es, redes sociales y demás.

### **5. Qué soportes físicos utilizas para dar a conocer tu trabajo como ilustrador cultural, y cómo crees que estos influyen en las personas ?**

Muralismo, Fanzines, Stickers y Cómicos.

En todos estos soportes se muestran temáticas diferentes, la mayoría son propias de nuestra cultura o se basan en ella, las mismas que expuestas al público pienso que influyen al momento de revalorizar el entorno que en la cotidianidad se vuelve invisible.

## **MARCELA ORELLANA**

### **“MAZHYX LA ILUSTRADORA”**



Ilustradora de libros encantados, diseñadora de objetos mágicos y fotógrafa de lugares fantásticos.

La ilustración es mi pasión, acá se convierte en un juego, como si entrara en la casita de muñecas y tengo todos los instrumentos y posibilidades infinitas, no uso una temática permanente con esta herramienta, porque me da plena libertad para hacer lo que quiera.



**IMAGEN 39.**



### 1. Crees que el entorno cultural influye en la ilustración ?

Creo que esta parte del interés del artista, uno puede tener una cultura muy rica como la nuestra, la Cañari por ejemplo con todo un bagaje estético e histórico, pero pese a eso hacer algo completamente diferente en sus trabajos, un artista puede verse inspirado en otras culturas y usar estéticas occidentales contemporáneas que sean tendencia en otros países y aislarse de nuestras propias raíces, no creo que eso sea bueno o malo, creo que cada creador usa los elementos justos y necesarios que desaten su creatividad y le permitan relatar una historia a través de una imagen.

### 2. Cómo tu identidad cultural influye en la estética de tu trabajo ?

Crecí entre artesanas, mi madre y mi tía se dedicaban a producir objetos con sus manos, ese fue mi primer acercamiento e identificación con mi cultura, siento que como mencioné anteriormente, la estética que encuentro en mi ciudad es algo que permanentemente está generando ideas para mis procesos. Otra experiencia que puedo mencionar es que hace un par de años atrás, tuve la oportunidad de ser Directora Creativa en una tienda de comercio justo llamada Maki, esto me brindó la oportunidad de viajar por el país y trabajar directamente con artesanos/as de diferentes ramas, lo cual me hizo aprender mucho de los procesos creativos y de producción de los artesanos lo cual hace que mi trabajo se vea influenciado por ese aprendizaje.

### 3. Con qué identidad cultural te identificas?

Amo la cultura Cañari, estoy en un proceso de investigación de ésta ya que su estética la tomo como referente para mis ilustraciones, pero también manifiesto que tengo mucha curiosidad por las civilizaciones más antiguas, la Egipcia, Sumeria, Atlante, como parte histórica, esto es un proceso que se irá construyendo, por lo pronto me quedo en mis raíces.

### 4. Consideras que con la ilustración se puede rescatar la cultura ?

Si, definitivamente, pero siento que más que un rescate es una identificación para luego dar lugar a una "apropiación", es decir que, reflexionamos en nuestras raíces, sabemos nuestra identidad y quienes somos en base a nuestra cultura y a partir de eso, usamos esos elementos para crear algo nuevo a partir de lo que existió. Creo que eso hacemos todos los artistas, explorar que se hizo para dar un paso más adelante.

### 5. Qué soportes físicos utilizas para dar a conocer tu trabajo como ilustradora cultural, y cómo crees que estos influyen en las personas ?

Me encanta usar Instagram porque es para quienes generamos más contenido visual, ahí la gente es más selectiva con lo que quiere ver y permite enfocarse en lo que uno quiere mostrar a la gente. También, gracias a los hashtags uno puede llegar a darse a conocer en todo el mundo.

Siempre me encuentro navegando tanto en plataformas locales, nacionales e internacionales para encontrar convocatorias de espacios en los cuales llaman a exponer, también me pongo en contacto con espacios en los cuales puedan estar interesados en mi trabajo y les envío material y diálogo sobre posibilidades de exposición o creación, esto depende del espacio.

## **PEDRO TAPUY**

### **“PEDROTEART”**



Mi trabajo es una fusión de la cosmovisión amazónica y la cultura popular que cada vez está en constante evolución.



**IMAGEN 40.**



**1. Crees que el entorno cultural influye en la ilustración ?**

Influye mucho, todo lo que se ve en nuestro entorno nos permite tener una memoria visual al momento de realizar una obra, esto permite que el resultado tenga mas detalles y una buena presentación.

**2. Cómo tu identidad cultural influye en la estética de tu trabajo ?**

La memoria visual me ha permitido que mi trabajo sea más fácil de representar, los mitos, canciones, artesanías, son fuente de inspiración al momento de crear un boceto.

**3. Con qué identidad cultural te identificas?**

Me identifico como Kichwa amazónico por mi abuela y achuar por mi abuelo.

**4. Consideras que con la ilustración se puede rescatar la cultura ?**

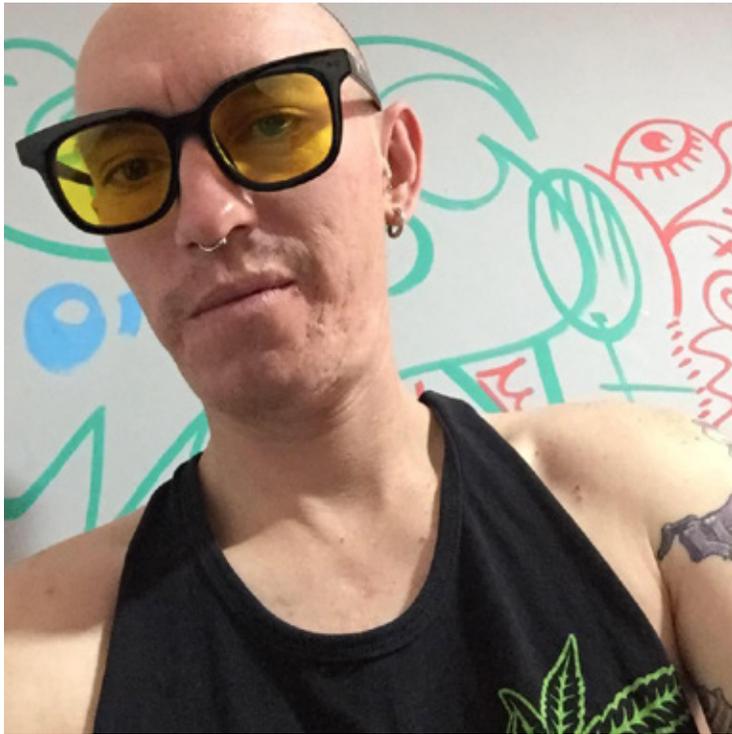
La ilustración aporta al crecimiento de la cultura como todas las demás disciplinas.

**5. Qué soportes físicos utilizas para dar a conocer tu trabajo como ilustrador cultural, y cómo crees que estos influyen en las personas ?**

Las redes sociales son fundamentales para dar a conocer nuestros trabajos, influyen mucho en las personas que están ingresando en el mundo de la ilustración, ya que inspiran y alientan a mejorar en sus trabajos.

## CHRISTOPHER GUZMÁN

### "TOPHERMAN"



Hablar de lo que hago es explorar un mundo interno, a lo que yo realizo lo denomino vómito cerebral, se trata de fluir con una línea suelta y construir una superforma sea esta abstracta o figurativa, y la cromática es lo más importante en esta construcción.



IMAGEN 41.



### **1. Crees que el entorno cultural influye en la ilustración ?**

Creo que todo mi día a día y cada minuto que vivo influye en mi ilustración como te comenté antes lo que yo hago es un vómito cerebral entonces están reflejados mis gustos, mis vivencias. Me gustan mucho las culturas antiguas por la riqueza de sus trazos, la expresión y la abstracción de las mismas.

### **2. Cómo tu identidad cultural influye en la estética de tu trabajo ?**

Creo que la identidad de una cultura en sí ya no existe o por lo menos en las ciudades ya no somos esponjas que absorbemos todo lo que está a nuestro alrededor y con eso digo todo... el internet que nos hace que estemos conectados con otros lugares, pero siempre trato de dar vida y mucho color a mi ilustración como se ve en muchas culturas de la antigüedad no solo de sudamérica sino del mundo

### **3. Con qué identidad cultural te identificas?**

Con la cultura Sumeria, Jama-coaque, egipcia, y algunas otras más.

### **4. Consideras que con la ilustración se puede rescatar la cultura ?**

No se a que te refieres con rescatar la cultura, pero con la ilustración podemos conquistar el mundo.

### **5. Qué soportes físicos utilizas para dar a conocer tu trabajo como ilustrador cultural, y cómo crees que estos influyen en las personas ?**

Mis medios y soportes son muy cambiantes puede ser desde una servilleta en un restaurant hasta un muro de 50m en un edificio, no me encasillo en un medio o una técnica mientras sea expresión gráfica me puedo acomodar a cualquier soporte, ya que día a día exploro y estudio diferentes soportes.

# 1.7 CONCLUSIÓN

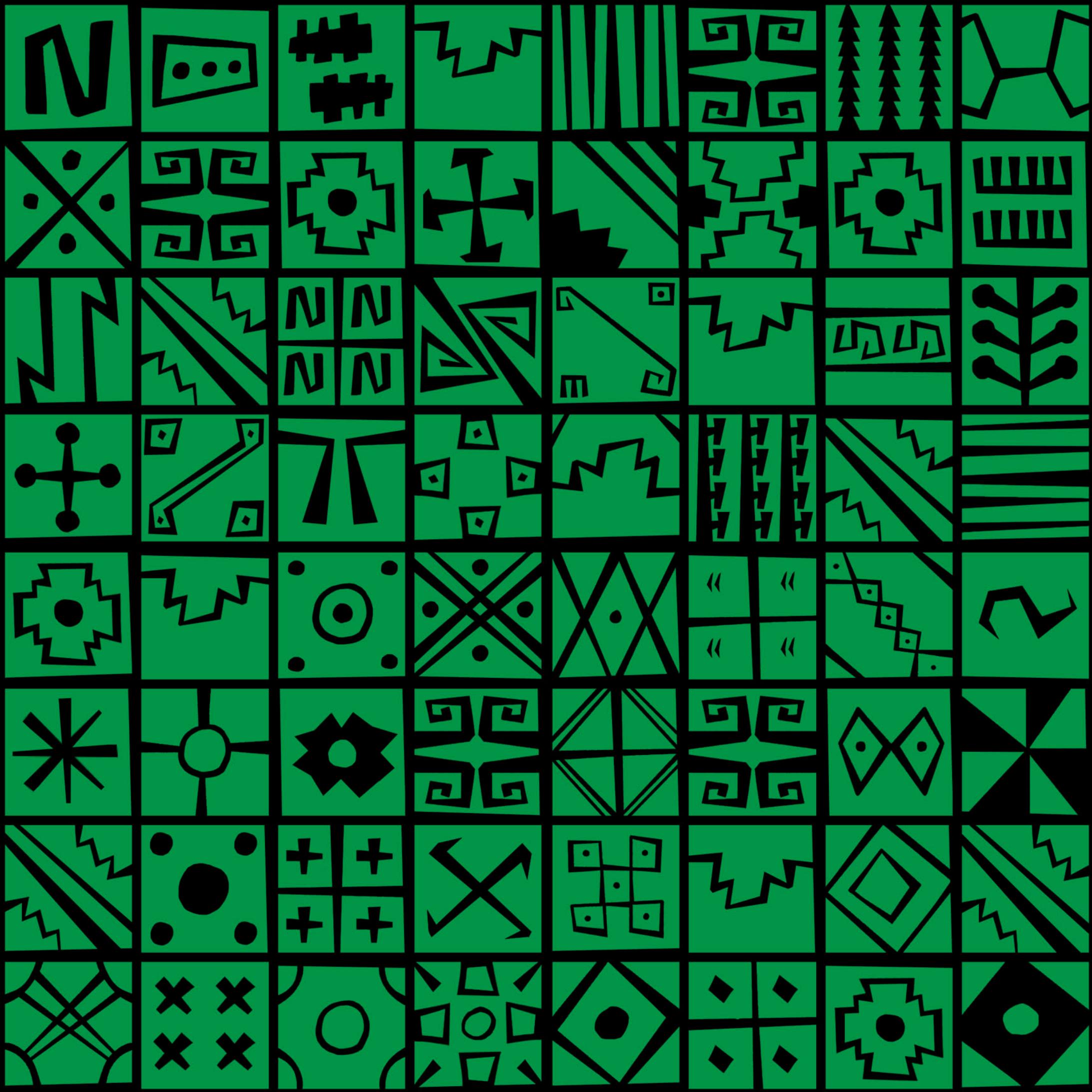
Una vez finalizada la fase de investigación de este proyecto se puede concluir lo siguiente:

La identidad cultural no es estática, todo lo contrario, está en constante movimiento, no es algo que deba estancarse, sino debe evolucionar y adaptarse al mundo, para que así no sea olvidada.

La identidad al final del día es aquello que permite sentirse identificados y ser parte de algo, como descendientes de los pueblos antiguos se tie-

ne el deber de mantener viva la cultura, pero esto no significa que ese conocimiento deba mantenerse igual y anticuado, debe evolucionar para que así pueda ajustarse ante las actuales condiciones de vida, y de esa forma obtener una nueva identidad que encaje con este nuevo mundo globalizado. De lo contrario se está condenando a no tener una identidad propia, y vivir con una genérica y clónica.







# CAPÍTULO 2

---

## PROGRAMACIÓN

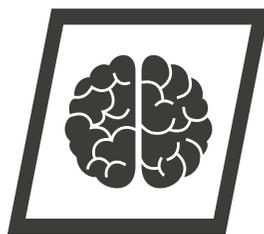


# 2.1 TARGET

Este proyecto de diseño está dirigido hacia una franja de edad de 16 a 24 años, es decir una etapa que abarca entre la adolescencia y la juventud. Esta transición se define como: las etapas en donde se produce la búsqueda de la identidad, así como su posterior construcción y definición, fases muy influenciadas por el entorno social de la persona. Razón por la cual se busca reforzar el gusto hacia la cultura, para lograr así un sentido de pertenencia verdadero.



## 2.1.1 SEGMENTACIÓN DE MERCADO



### Segmentación Demográfica:

**Edad:** 16 – 24 años

**Género:** Hombre, Mujer, Otro.

**Ocupación:** Estudiantes, Dise-  
ñadores, Artistas

**Nivel Académico:** Bachiller, Ter-  
cer nivel

**Clase social:** Media, Media-Alta

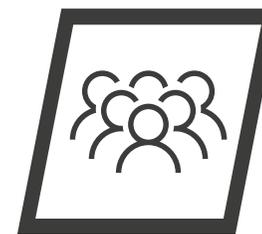


### Segmentación Geográfica:

**País:** Ecuador

**Región:** Sierra

**Ciudad:** Cuenca



### Segmentación Psicográfica:

**Estilo de Vida:** Activo, Empren-  
dedor, Trabajador, Altruista

**Personalidad:** Amigable, Curio-  
so, Sociable, Tolerante,

**Gustos:**

- La historia antigua
- La cultura urbana
- Visitar Museos
- El dibujo
- Fiestas culturales
- Viajar
- Probar cosas nuevas
- La cultura underground

**Valores:**

- Lealtad
- Generosidad
- Modestia
- Compañerismo

# 2.2 PERSONA

# DESIGN

**Nombre:** Alejandro Méndez

**Edad:** 20 años

**Nivel Académico:** Tercer nivel en Curso

**Ocupación:** Estudiante de 4to ciclo de Artes Visuales

**Localización:** Cuenca

**Estilo de Vida:**

-Activo y Emprendedor, enfocada hacia el desarrollo Artístico/Personal

-Con una constante búsqueda formas alternativas de vida

**Personalidad:**

Abierto, Curioso, Alegre, Sociable, Creativa, Colaborador

**Gustos:**

-Las redes sociales, como Instagram.

-Seguir influencers de arte como: Kaos, Gawx Art y Mi-shell Estévez.

-El dibujo, la pintura y la ilustración.

-Hacer stickers y pegarlos.

-El género de Rock Alternativo, artistas como: Zuchos del Vado, Cuarteto de Nos, Molotov.

-Leer libros e historias.

-El arte ancestral, las artesanías y las leyendas.

-Asistir a eventos culturales como ferias o conciertos.

-Pasear por la ciudad.

-Conocer gente nueva e interesante.

**Objetivos:**

-Graduarse de la Universidad.

-Cambiar la concepción negativa de la gente con respecto al arte.

-Dar a conocer sus obras artísticas.

-Demostrar el valor del arte nacional.

-Estudiar en el extranjero.

-Forma un "Crew" de artistas y fundar un estudio.

**Frustraciones:**

-La "novelería" de la sociedad cuencana

-La falta de apoyo en cuestión de temas artísticos en la ciudad

-La poca valorización de la cultura

-El desprecio a la cultura local

-El poco apoyo al producto nacional por preferir lo extranjero

-Los prejuicios de la gente mayor hacia los artistas urbanos.

-La gente de mente cerrada



## ALEJANDRO MÉNDEZ

Alejandro es un joven de 20 años, estudiante de 4to ciclo de Artes Visuales. Por su personalidad curiosa y creativa siempre ha buscado aprender cosas nuevas, sobre todo acerca del arte y las culturas de su país. Desde pequeño uno de sus lugares favoritos han sido los museos, siempre que hay una nueva exposición en la ciudad procura ir. Aunque también disfruta salir a fiestas y ferias con sus amigos.

Siempre le ha interesado la cultura de su país, especialmente de los pueblos ancestrales, especialmente el arte de estos, ya sea en artesanías o en textiles. De igual manera siempre le ha interesado la mitología ecuatoriana, reflejada en el amplio abanico de leyendas que tiene el país.

Además, desde su adolescencia comenzó a tener un gusto por el arte urbano, siempre ha visto murales de diferentes estilos, lo que lo llevó a relacionarse con muchos de esos artistas callejeros, los cuales se convirtieron en sus amigos.

Todos estos gustos están reflejados en sus actividades favoritas, el dibujo y la pintura el cual lo practica constantemente en su carrera.

Como cualquier joven tiene fascinación por las redes sociales, especialmente Instagram por la cual comparte fotos de sus dibujos, así como también seguir a influencers de arte.

Él sabe la importancia de la cultura antigua de un país en la identidad de una persona, por lo que siempre busca compartir su arte mediante stickers, los cuales regala a sus amigos.

La cosa que más le disgusta es la “novelería” de la sociedad cuencana, la cual siempre se ha caracterizado por valorizar más las cosas importadas que las nacionales, lo que lo ha llevado a desarrollar la misión de difundir el arte cultural local, a todas las personas y demostrar lo importante de desarrollar una identidad.



IMAGEN 42, Persona Design.

# 2.3 PARTIDOS DE DISEÑO

## FORMA

### ANDINO

Las propuestas gráficas que conformarán la línea estarán basadas principalmente en la plástica ancestral de la cultura andina, tomando como referencia las representaciones totémicas de los dioses andinos, así como sus leyendas.

Las piezas estarán complementadas con distintos tocapus decorativos, dispuestas en forma de tramas, o siendo parte de las ilustraciones. De igual manera una chacana andina.



### STREET ART

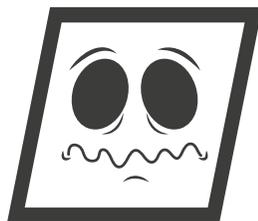
Para encajar mejor con la estética del Street art y con el target, se mantendrán con una línea de dibujo gruesa y modulada. Manteniendo un buen contraste entre líneas, logrando así un aspecto más dinámico.



## ILUSTRACIÓN

Las ilustraciones serán de una estética cartoon/satírica, basada en las leyendas de cada dios, combinando con los diferentes elementos andinos.

Se dotará a cada dios de una personalidad.



## CROMÁTICA

La paleta planteada será principalmente de colores andinos, es decir, colores correspondientes a los pigmentos utilizados en los distintos objetos artísticos andinos, como los qeros y los aribalos.

Se utilizarán en su mayoría colores planos, con sombras y luces fuertes, como se ha visto en varias piezas gráficas urbanas.

Se utilizarán variaciones de los tonos andinos andinos planteados, para que estos puedan encajar con el estilo urbano.



## TIPOGRAFÍA

Para encajar con el sistema se utilizará una tipografía geométrica, para asociar al estilo andino, y contundente para asociar con el Street art. Y que haga alusión a las composiciones tipográficas urbanas "Wild Style".

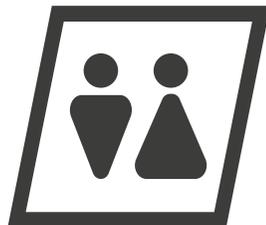


## **FUNCIÓN**

La función principal del proyecto es la de rescatar y adaptar elementos gráficos andinos a tendencias actuales como el Street Art.

Función Identitaria Ancestral: Enseñar acerca de la cultura ancestral partiendo de elementos identitarios antiguos.

Función Identitaria Actual: Atraer al usuario con la utilización de elementos dinámicos y potentes con los que se puedan sentir identificados.



## **TECNOLOGÍA**

El proceso de bocetación de ideas se hará mediante lápiz y papel.

El bocetaje definitivo y la composición se hará en aplicaciones de dibujo express como Procreate.

El lineart y color se hará mediante Photoshop.

Los archivos de impresión se prepararán en Illustrator, para ser impresos en full color.



# 2.4 PLAN DE NEGOCIOS

## PRODUCTO

Consistirá en un set de ilustraciones, con posibles variantes adicionales, compuestas cada una de una elementos andinos revisados anteriormente, como: chacana, tocapus decorativos, y representaciones de los dioses andinos examinados en el capítulo 1.

Cada dios será representado de manera satírica y caricaturizada con respecto a su leyenda.

## PLAZA

La comercialización de este producto se dará en varios establecimientos, frecuentados por el target:

Tiendas-Galería: Mashca, Saladentro, Tierra Diabla.

Librerías y Papelerías.

Plataformas digitales para distribuir localmente.

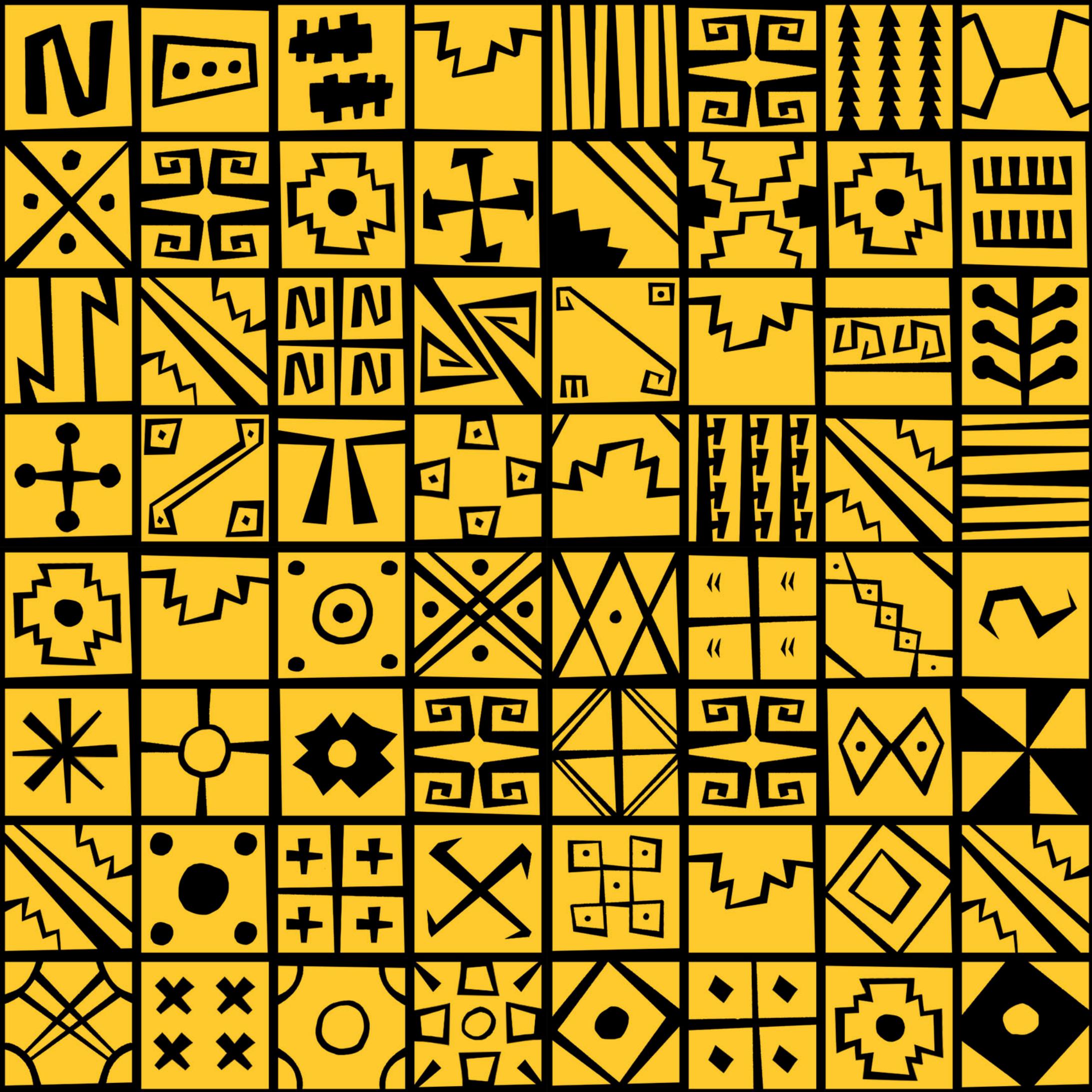
Museos y Centros Culturales.

## PRECIO

El precio dependerá del soporte donde finalmente se aplique la ilustración, aunque siempre enfocándose hacia el target planteado, el cual es de una clase media y media-alta. Siempre buscando mantener la calidad/precio.

## PROMOCION

La promoción de los productos se daría en redes sociales y plataformas digitales, ya que sería la forma más efectiva y dinámica de llegar al target. Haciendo énfasis en redes en donde la imagen sea predominante como es en el caso de instagram.





# CAPÍTULO 3

---

## IDEACIÓN



# **3.1 IDEACIÓN**

## **3.1.1 GENERACIÓN DE LAS 10 IDEAS**

Para esta fase de ideación se establecieron 2 categorías principales: Composición y Expresión Gráfica.

En donde mediante tablas en cada categoría se plantearon 10 ideas diferentes, las cuales son recursos andinos, urbanos y de diseño general. Se escogieron 3 de cada una.



## COMPOSICIÓN

Patrones o tramas
Radial
Código
Tótem
Asimetría
Tercios
Triángulos Áureos
Simetría
Fibonacci
Chacana



## EXPRESIÓN

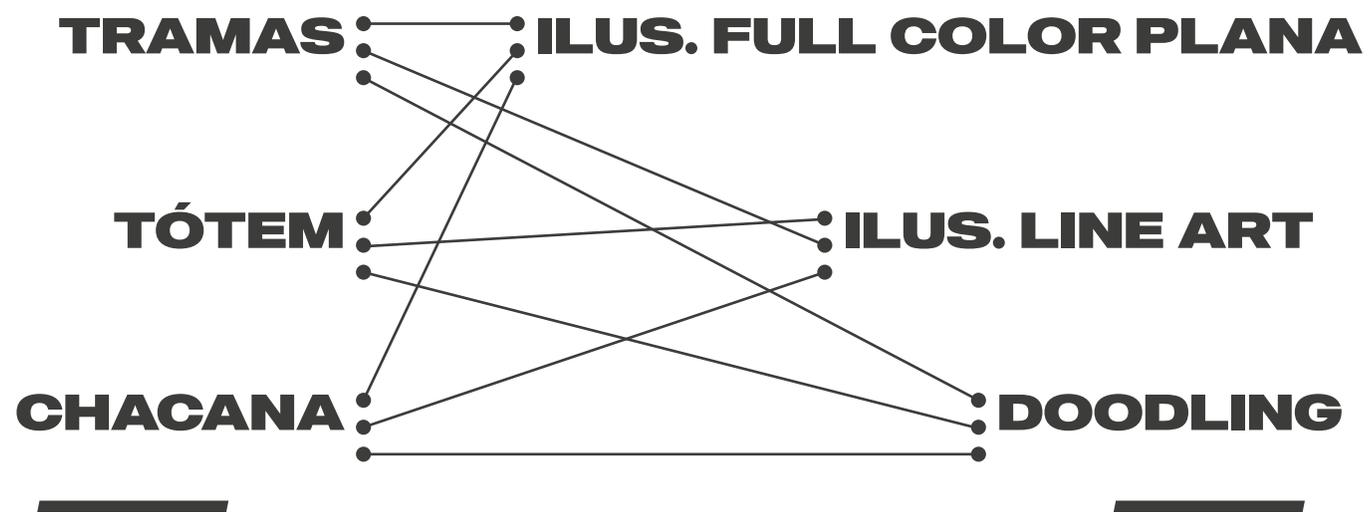
Ilus. Full Color Plana
Ilus. Trama de Semitono
Ilus. Volumétrica
Ilus. Siluetas
Ilus. Line Art
Ilus. Anaglifo
Collage Digital
Ilus. Análogica Stencil
Doodling
Ilus. Icónica



## COMBINATORIA

Teniendo las ideas escogidas, se procedió a realizarse combinaciones entre ellas, lo que dio como resultado 9 combinaciones posibles para ideas finales.

De esas 9 se escogieron las 3 que mejor funcionaban y se procedió a desarrollarlas un poco más.



## RESULTADOS

Patrones realizados con doodling
Tótems realizados con ilustración plana
Chacana hecha mediante line art
Patrones hechos con line art
Tótems realizados con doodling
Chacana hecha con full color plana
Patrones realizados full color plano
Tótem hecho con line art
Chacana realizada con doodling



# 3.2 DESARROLLO DE IDEAS

**IDEA 1**



**PATRONES REALIZADOS CON DOODLING**

**IDEA 2**



**TÓTEMS REALIZADOS CON ILUSTRACIÓN  
FULL COLOR PLANA**

**IDEA 3**



**CHACANA REALIZADA MEDIANTE LINE ART**

## 3.2.1 IDEA 1

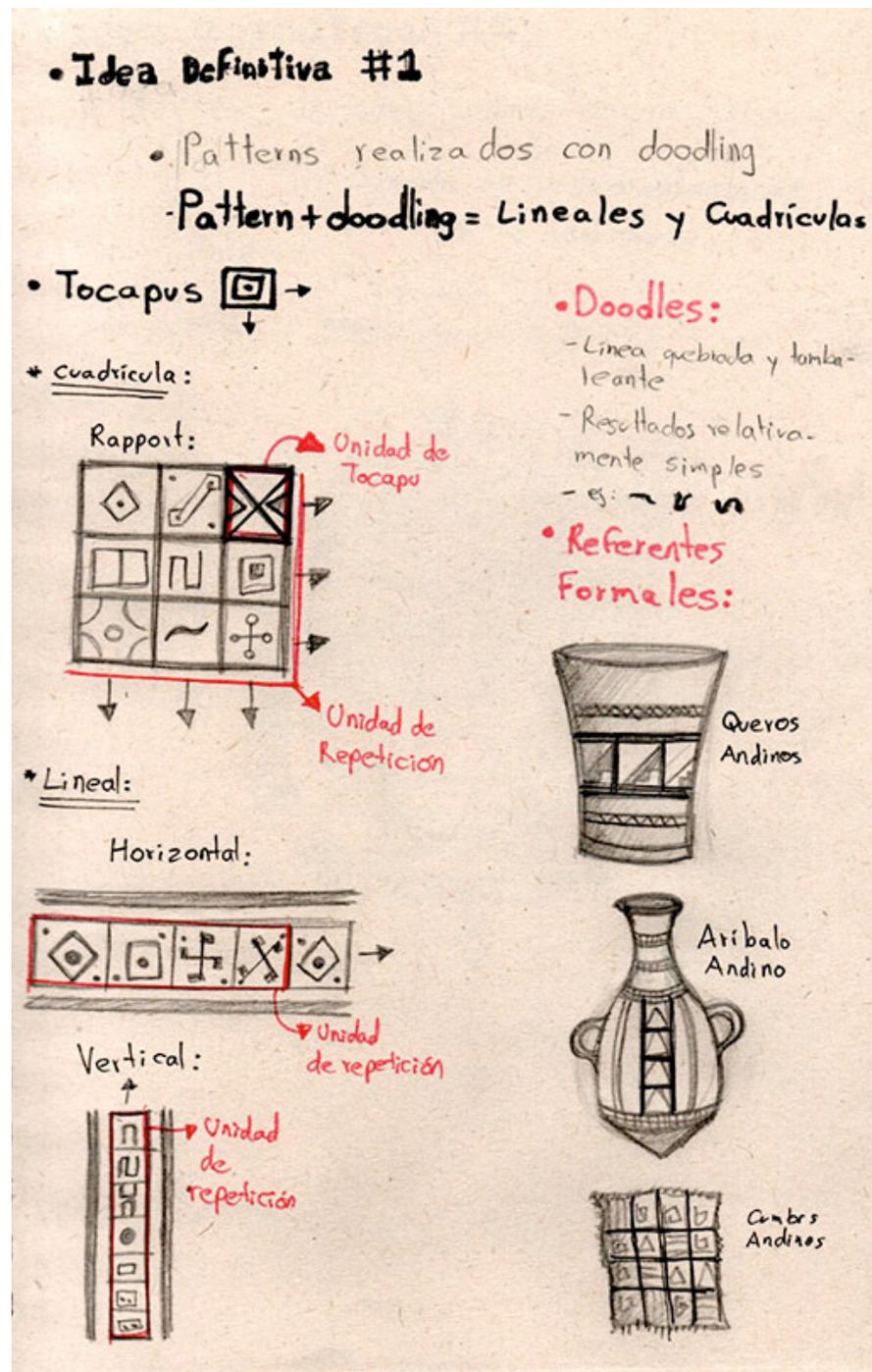


IMAGEN 43, Bocetos.

## PATRONES + DOODLING

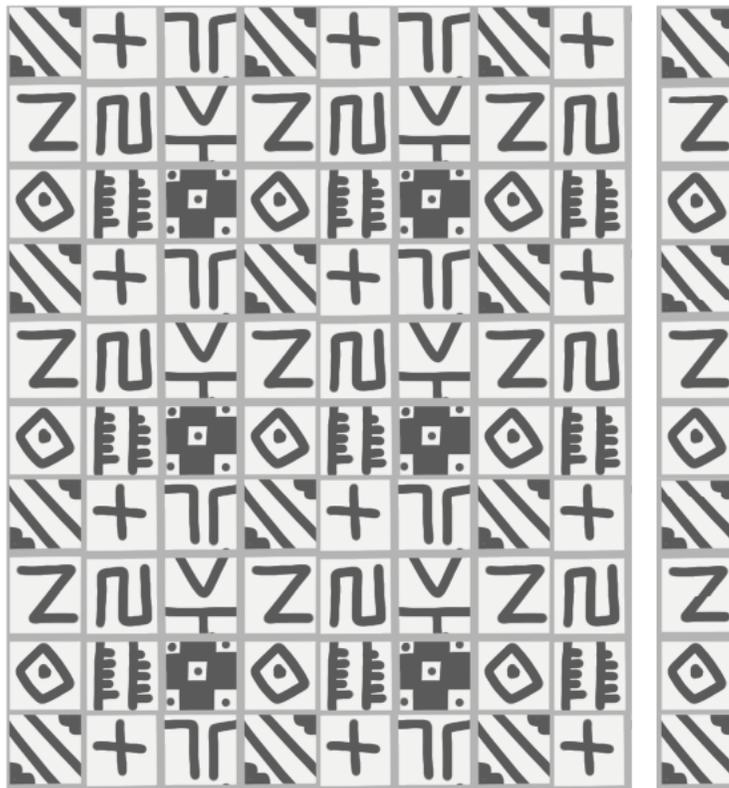
Consiste principalmente en el uso de módulos de repetición, en cuadrículas para crear la línea gráfica, los cuales al ser usados permitirán crear unidad y armonía visual.

Dichos módulos tendrán una apariencia de "doodles", o dibujos con líneas tambaleantes y espontáneas.

Estarán basados principalmente en los tocapus. Se evidencia la combinación andino-urbano, al ser una trama de tocapus resueltos mediante el doodling.



## PATRONES + DOODLING



**IMAGEN 44, Resultado Preliminar.**

### **Ventajas:**

Permiten un carácter libre y ágil que encaja con el Target.

Los módulos de repetición dan dinamismo a las piezas.

En la aplicación permite cubrir gran cantidad de espacio de forma armónica

### **Desventajas:**

Los patrones conceptualmente encajan mejor solo con el uso de tocapus.

La aplicación de patrones en soportes pequeños, pueden dar resultados no tan favorables.

## 3.2.2 IDEA 2

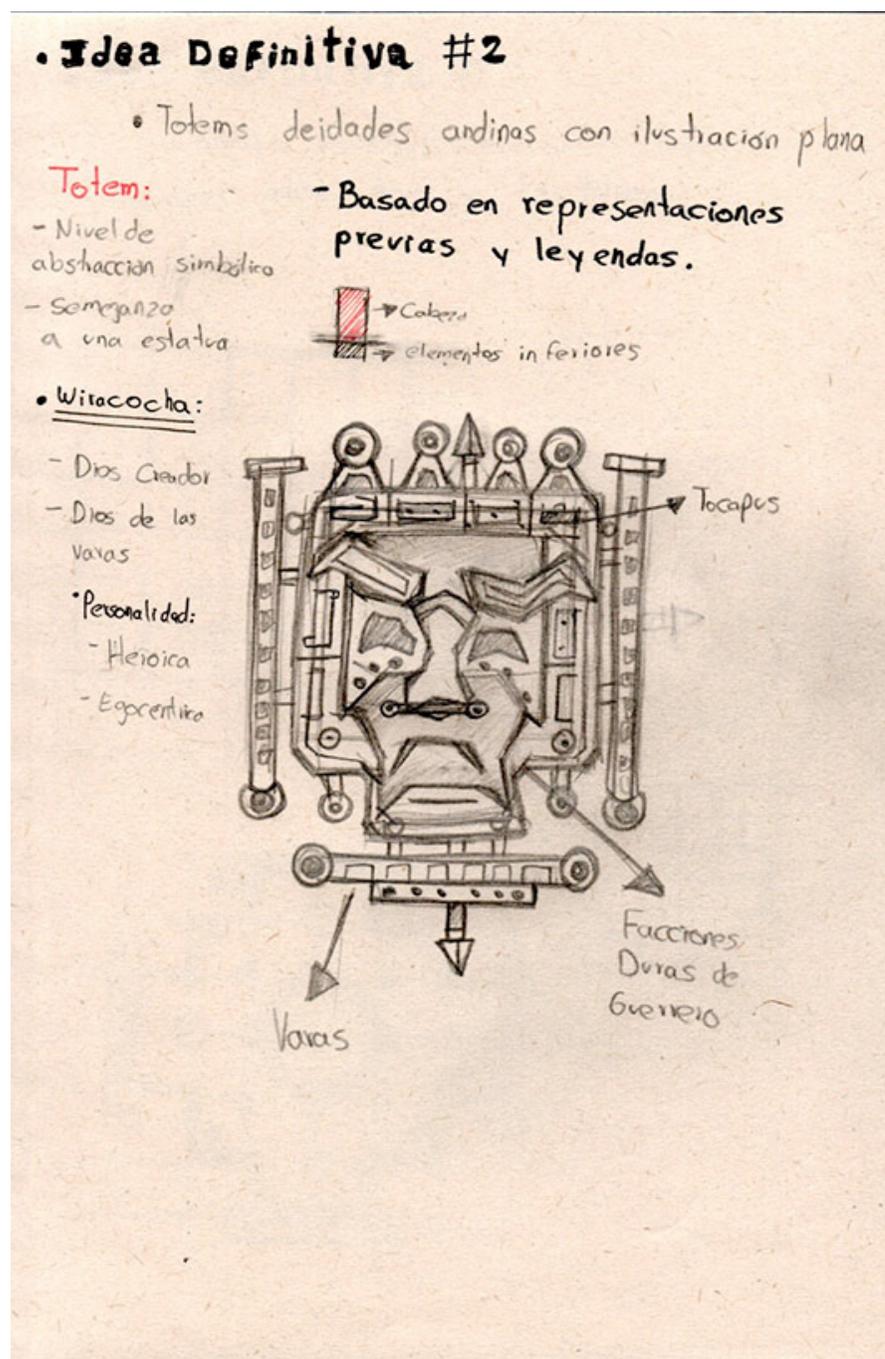


IMAGEN 45, Bocetos.

## TÓTEM + ILUS. FULL COLOR PLANA

Con una fuerte influencia de la plástica andina, será un tipo de abstracción icónica.

Al haber bastante información gráfica se necesitará una técnica completa, la cual sería la ilustración full color plana, con la presencia de una línea fuerte, colores y sombras con poco volumen para dar un aspecto más sintetizado.

Esto aplicado principalmente a la figura de las deidades andinas.

Se evidencia la combinación andino-urbano, por que se está resolviendo el tótem mediante técnicas de Street Art.



## TÓTEM + ILUS. FULL COLOR PLANA



**IMAGEN 46, Resultado Preliminar.**

### **Ventajas:**

La combinación de la línea y el color es la mejor forma de transmitir información.

El tótem a pesar de tener un nivel icónico, puede albergar bastante información.

Puede funcionar en variedad de tamaños.

### **Desventajas:**

El uso de tocapius en los tótems junto con la figura de deidades, puede dar un exceso de información.

No todos los dioses tienen referentes visuales para poder crear los tótems.

## 3.2.3 IDEA 3

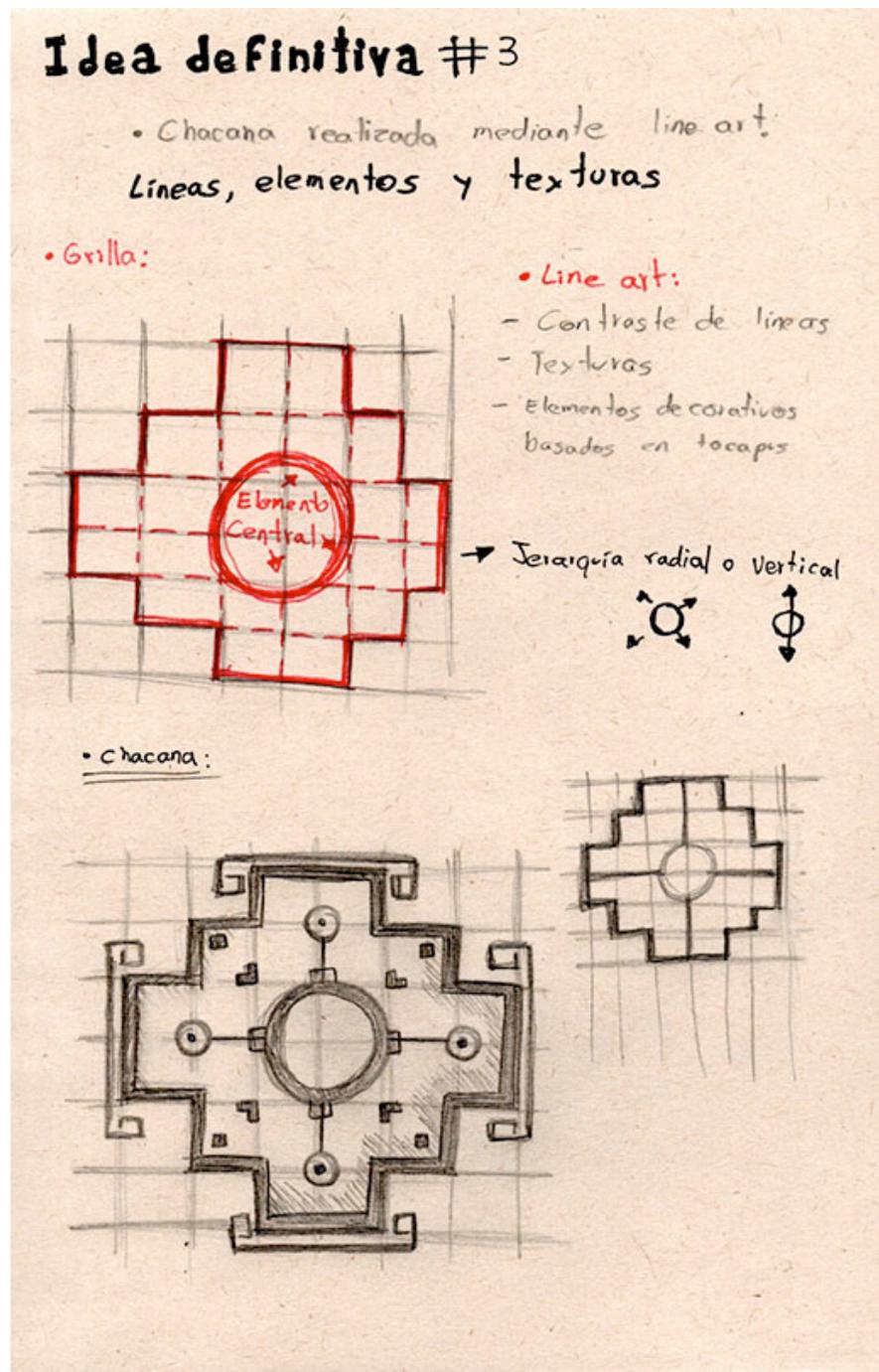


IMAGEN 47, Bocetos.

## CHACANA + LINE ART

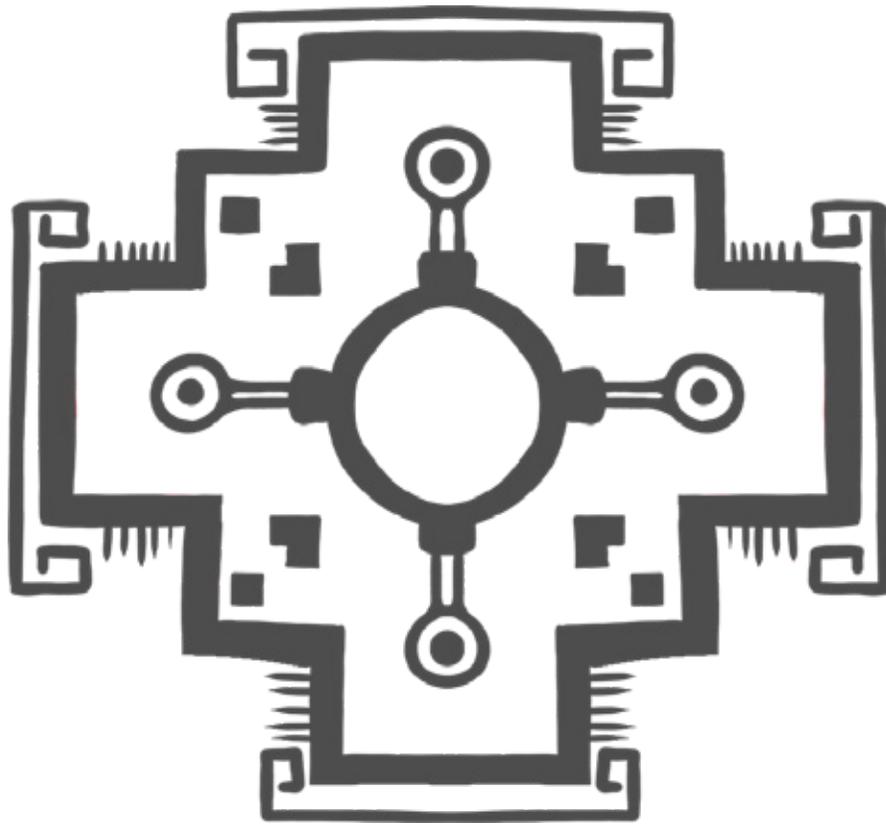
La chacana como recurso y como composición permitirá jerarquizar los diferentes elementos gráficos, así como expresar una fuerte carga emocional andina.

Así como el uso del Line art permite jugar con las diferentes texturas y métodos de volumen.

Se evidencia la combinación andino-urbano, por que la chacana se compone con una línea fuerte como en el Street Art.



## CHACANA + LINE ART



**IMAGEN 48, Resultado Preliminar .**

### **Ventajas:**

Hay variedad visual nacida del contraste de líneas.

Usar la chacana como grilla permite una coherencia conceptual.

Permite ordenar simétricamente.

Da unidad a la línea gráfica.

### **Desventajas:**

El line art se limita a un solo color.

Predispone a una composición visual.

## 3.3 IDEA FINAL

---

Habiendo analizado las 3 propuestas junto con sus respectivas ventajas y desventajas, se llegó a la conclusión que lo mejor que se puede hacer es una combinación de las ideas antes mencionadas.



**PATRONES +  
DOODLING**

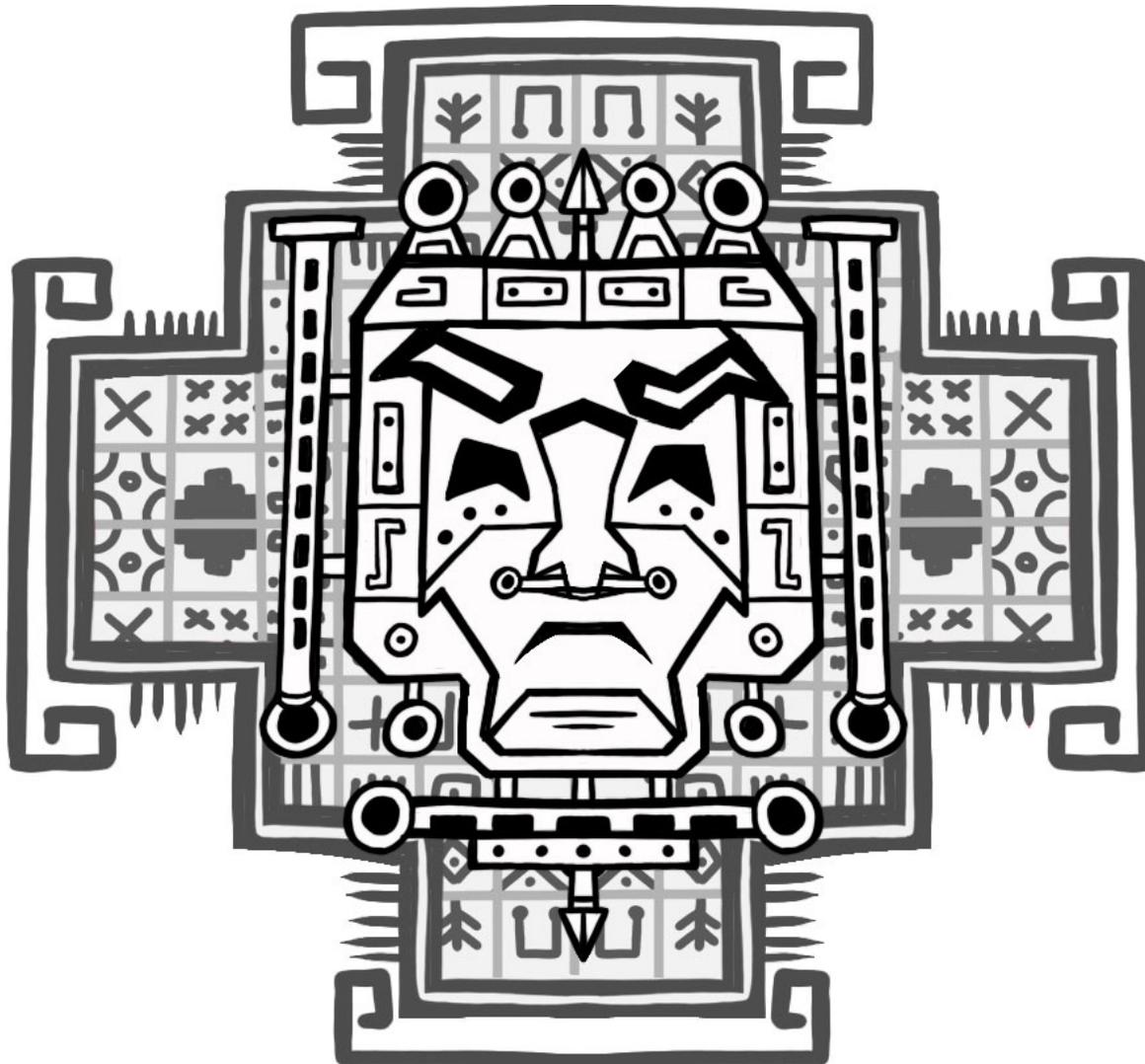
+

**TÓTEM +  
ILUS. FULL COLOR  
PLANA**

+

**CHACANA + LINE ART**

---



**IMAGEN 49, Resultado Preliminar .**

El resultado que surge de la combinación, tendría un fuerte valor andino y una clara influencia urbana.

Debido que al combinar las ideas se complementan las falencias de cada una, de tal manera que:

Los patrones funcionan como elemento de repetición armónico.

Los tótems son el elemento identitario más importante y el que llamaría más la atención, siendo la pieza central.

La chacana al no tener mucho impacto se complementa y equilibra con los otros elementos.

Podría aplicarse con los recursos gráficos andinos planteados, vistos en el capítulo 1. Dichos recursos fueron resueltos mediante técnicas comúnmente utilizadas en el Street Art.

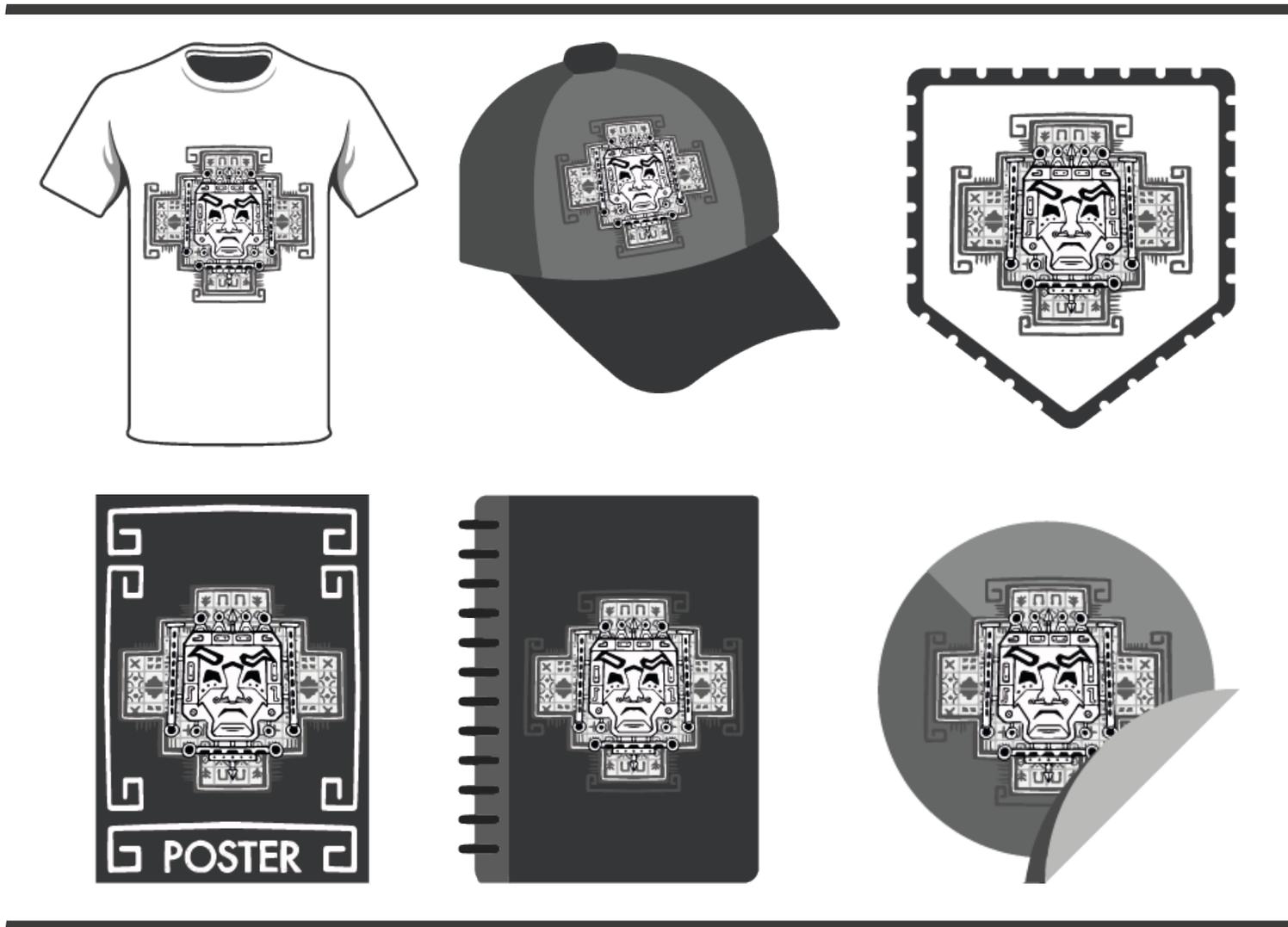


# 3.4 SOPORTES PLANTEADOS

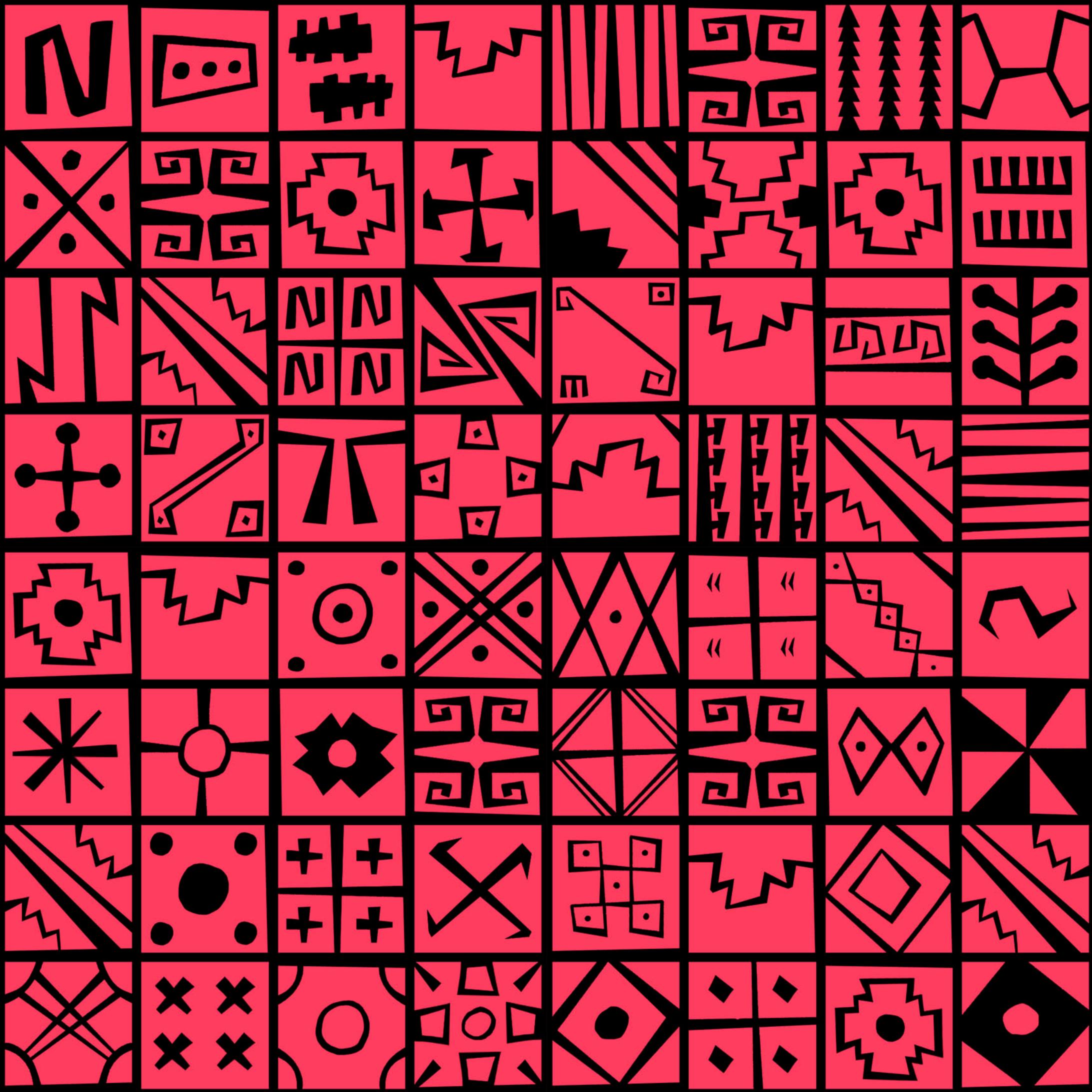
La línea gráfica finalmente podría ser aplicada a una gran cantidad de soportes, en los que en algunos se aprovecharían todos los recursos, y en otros unos pocos.



Algunos de los soportes en los que se podría aplicar la línea serían objetos cotidianos tales como: cuadernos, Stickers, Camisetas, Gorras, Posters, Parches, Buffs, entre otros.



**IMAGEN 50, Resultados Preliminares.**





# CAPÍTULO 4

---

## DISEÑO E ILUSTRACIÓN



# 4.1

# PLANIFICACIÓN

Esta etapa corresponde al diseño e ilustración de esta línea gráfica, aplicando todos los conocimientos adquiridos durante los 3 capítulos anteriores. Estableciendo la mejor manera de aplicarlos para que funcionen entre sí.

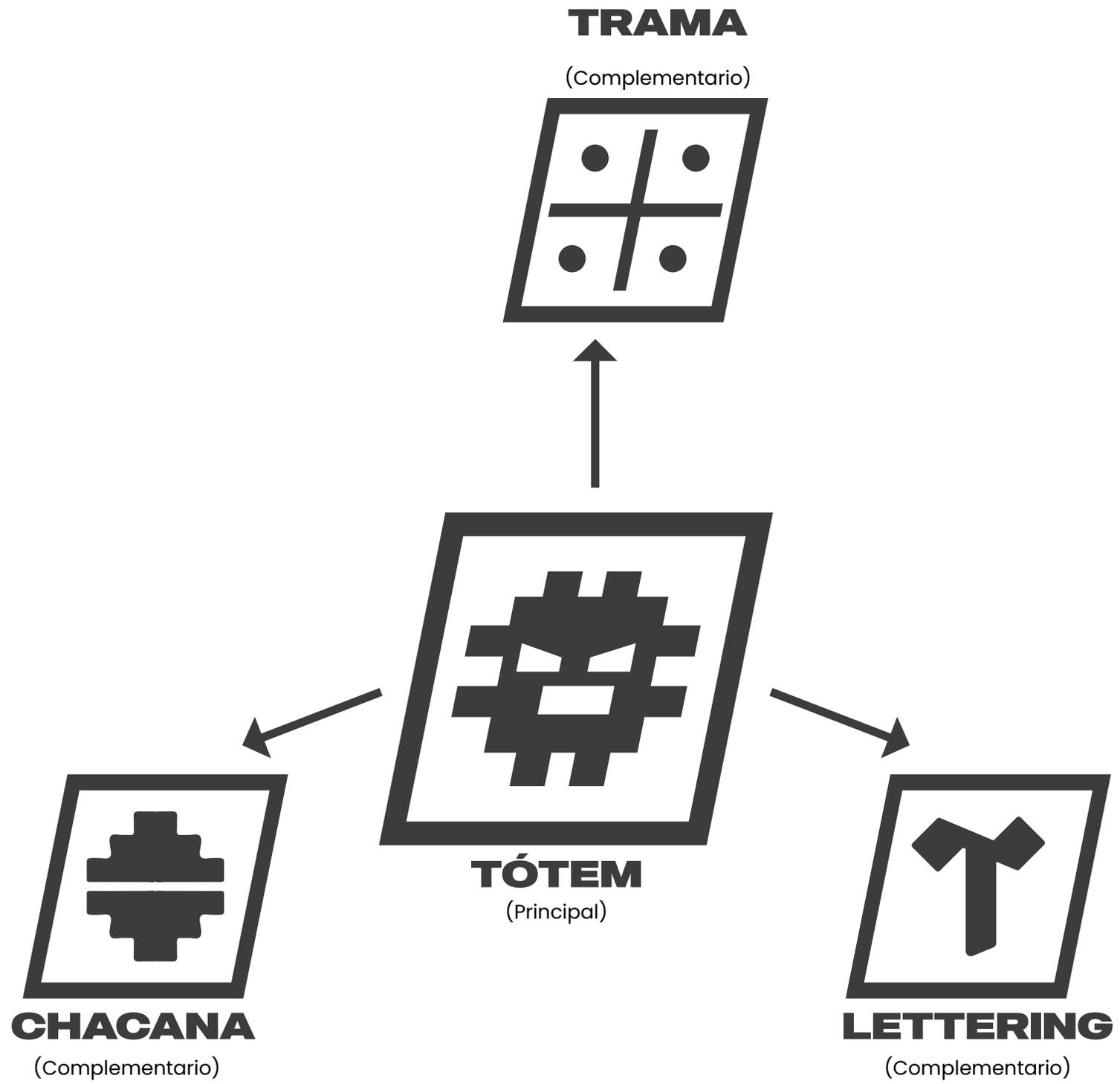
Se planteó que la línea conste de: un tótem, una trama y una chacana, pero en este punto se notó que hacía falta un elemento tipográfico, es por eso que se decidió agregar un lettering (basado en el Wild Style

urbano), como elemento extra para esta línea.

Por lo que se tendrían 4 elementos con los que trabajar, debido a que el tótem sería el elemento que más llame la atención, se estableció que este sea el elemento principal y la trama, el lettering y la chacana serían complementarios.

Finalmente, este sistema se aplicaría a la figura de las deidades andinas.





# 4.2 WIRACOCHA

---

*“Wiracocha es la deidad andina más importante, es el creador del universo y todas las cosas, así como el dios de las varas.”*



## 4.2.1 TÓTEM

### FICHA

Para crear el tótem de la manera más acertada fue necesario crear una suerte de ficha de personaje con las características y elementos que tendría.

#### CARACTERÍSTICAS

- Hombre Viejo
- Geométrico
- Enojado
- Es un rey
- Facciones duras
- Aspecto de tótem
- Anciano

#### ELEMENTOS

- Varas
- Corona
- Escaleras
- Barba
- Adornos de Oro
- Serpientes
- Decoración basada en tocapus
- Textura rayada

#### FACCIONES

- Cejas Prominentes
- Ojos Afilados
- Boca Grande
- Colmillos grandes
- Nariz pequeña
- Colmillos pronunciados

#### FACCIONES

- Enojón
- Orgullosa
- Agresivo



## MOODBOARD

Se planteó un moodboard con distintas referencias visuales que ayudarían a la hora de crear el boceto, se utilizaron imágenes tanto reales de Wiracocha como interpretaciones.



IMAGEN 51.

## BOCETOS

Teniendo como base las características planteadas de la ficha, se procedió a realizar bocetos del totem, mediante la aplicación Procreate.

En el caso de Wiracocha se resaltó la expresión de enojo que era el rasgo principal, así mismo se jugó con el concepto de dios de las varas, mostrando varas alrededor de todo el rostro, de igual manera el concepto de serpientes las cuales se pueden ver en algunas representaciones de Wiracocha, se aplicaron de tal manera que estas sean las cejas del personaje y ciertos elementos decorativos basados en tocapus andinos.

Se plantearon 3 propuestas, de las cuales se escogió la número 2 debido a que la expresión del personaje estaba mejor lograda.



IMAGEN 52, Boceto 1.



IMAGEN 53, Boceto 2.



IMAGEN 54, Boceto 3.

## LINE ART

Teniendo el boceto escogido se realizó el Line art en el programa Photoshop.

Marcado por una línea bastante fuerte, haciendo énfasis en ángulos y formas rectas.

Se realizó una textura que emule a la superficie de la cerámica, y para las secciones donde irían sombras, se hizo una textura tramada lo cual ayudaría a dar volumen, pero manteniendo el aspecto geométrico.

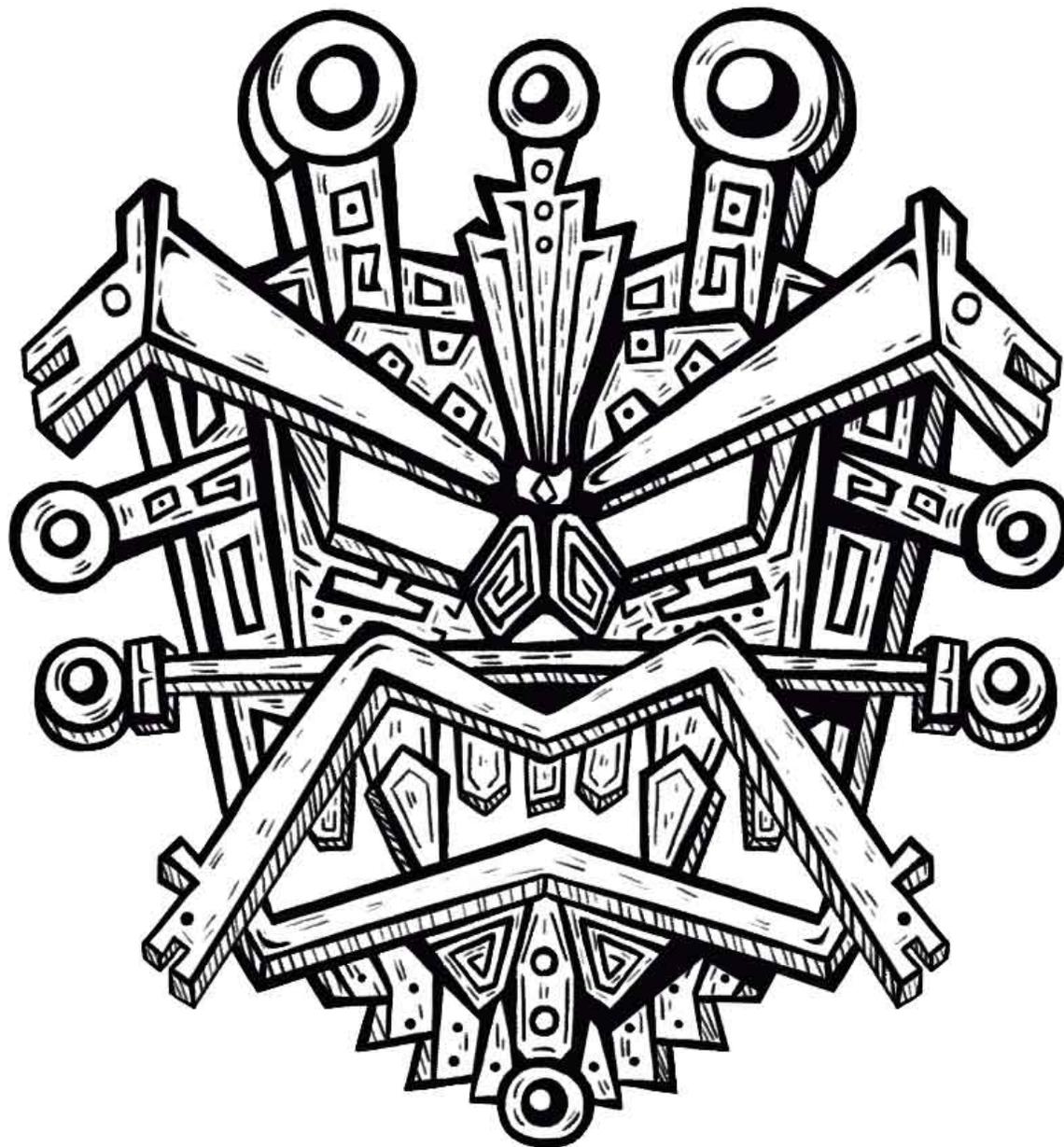


IMAGEN 55.

## CROMÁTICA

Una vez realizado el line art, siguió el coloreado de la ilustración. En el caso de Wiracocha se utilizó una paleta basada en los colores andinos, pero con variaciones tonales mucho más saturadas para que encaje con el estilo urbano, haciendo énfasis en el rojo.



Posteriormente del coloreado plano, se aplicaron luces, sombras y destellos.



IMAGEN 56.



IMAGEN 57.

## 4.2.2 TRAMA DE TOCAPUS

Para crear la trama de tocapus se realizó una recopilación a lo largo del proyecto de 105 tocapus, provenientes de distintos objetos andinos como: qeros, avívalos y cumbis.

### BOCETOS

Para la temática de Wiracocha se escogieron los 16 que mejor encajaban, debido a que sus formas se asemejan a varas.

De los 16, hubieron 4 tocapus que se seleccionaron para servir de constante en las tramas de otras deidades, debido que son formas andinas bastante recurrentes.

El rapport o módulo de repetición de la trama, se dispuso colocando los tocapus en una cuadrícula de 4x4.

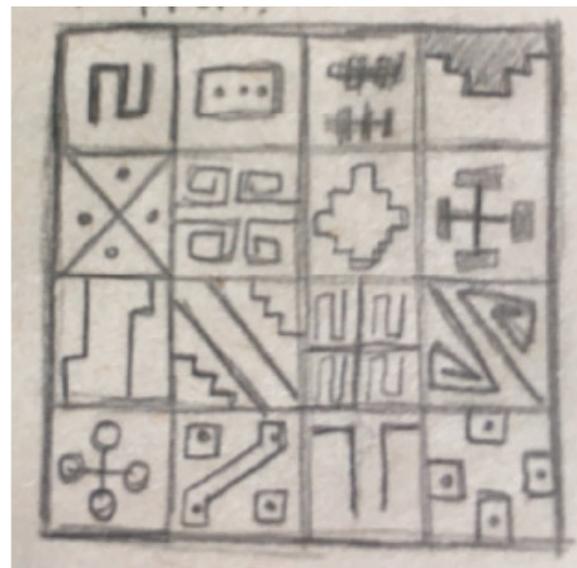


IMAGEN 58.

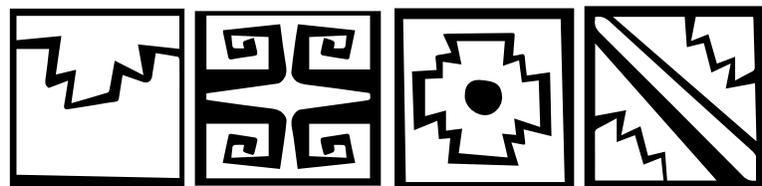


IMAGEN 59.

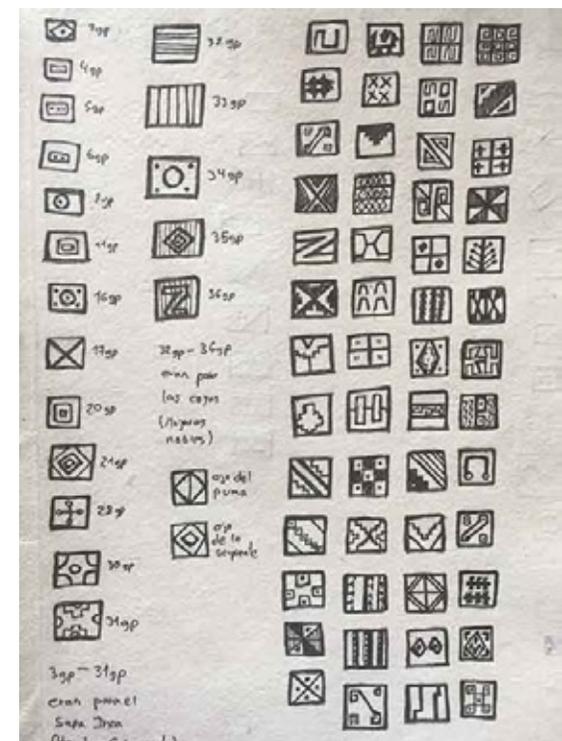


IMAGEN 60.

## LINE ART

Se usó una línea fuerte e irregular, como la técnica de doodling, mencionada en el capítulo 1.

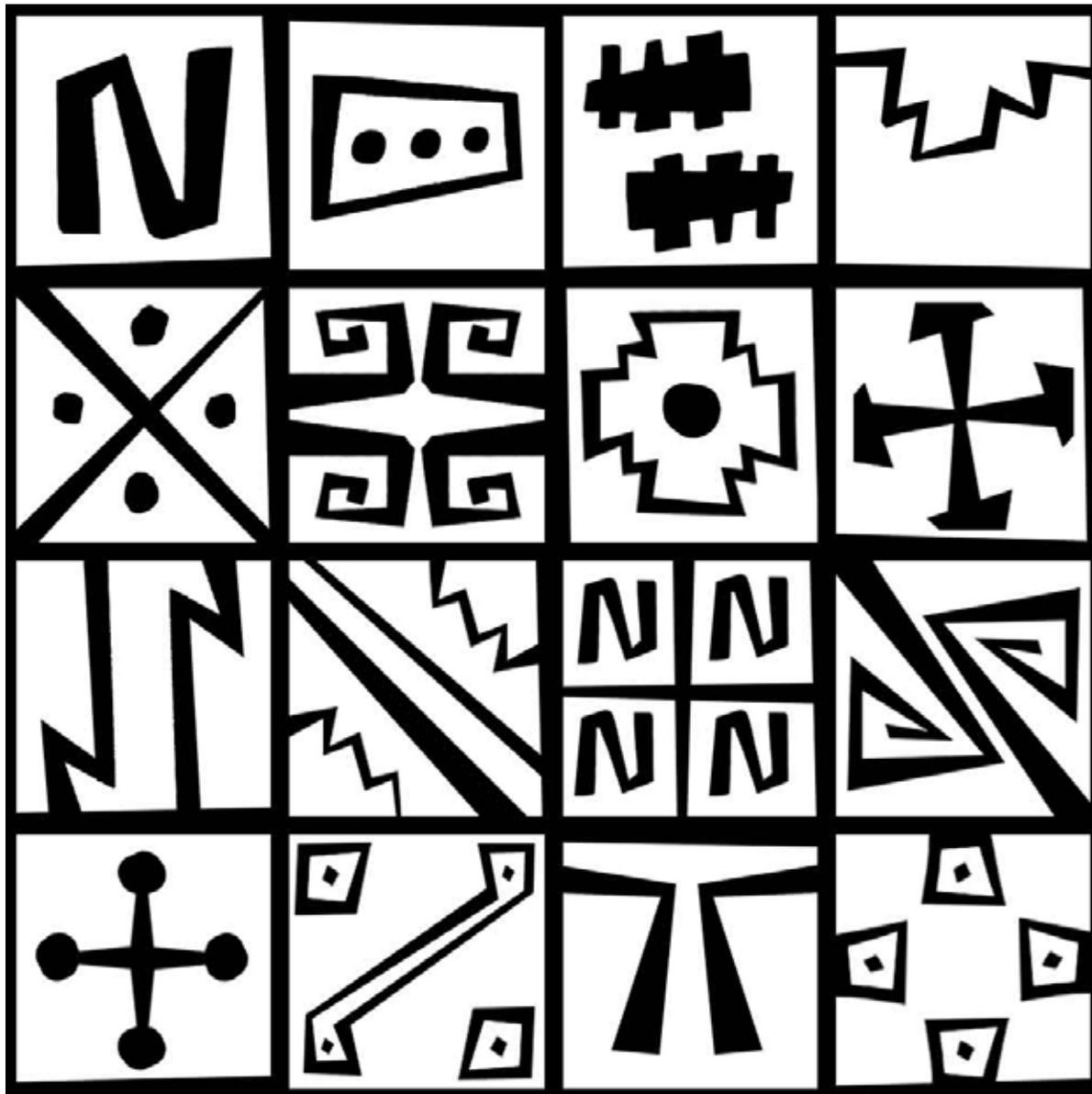


IMAGEN 61.

## 4.2.3 CHACANA

### BOCETOS

Esta fue el elemento más simple en comparación al resto. Consiste en una modificación de la Cruz andina, basada en los tocapus escogidos.

De las chacanas planteadas se escogió la primera, a pesar de ser la mas simple transmite mucho más, y no llega a chocar con los otros elementos.

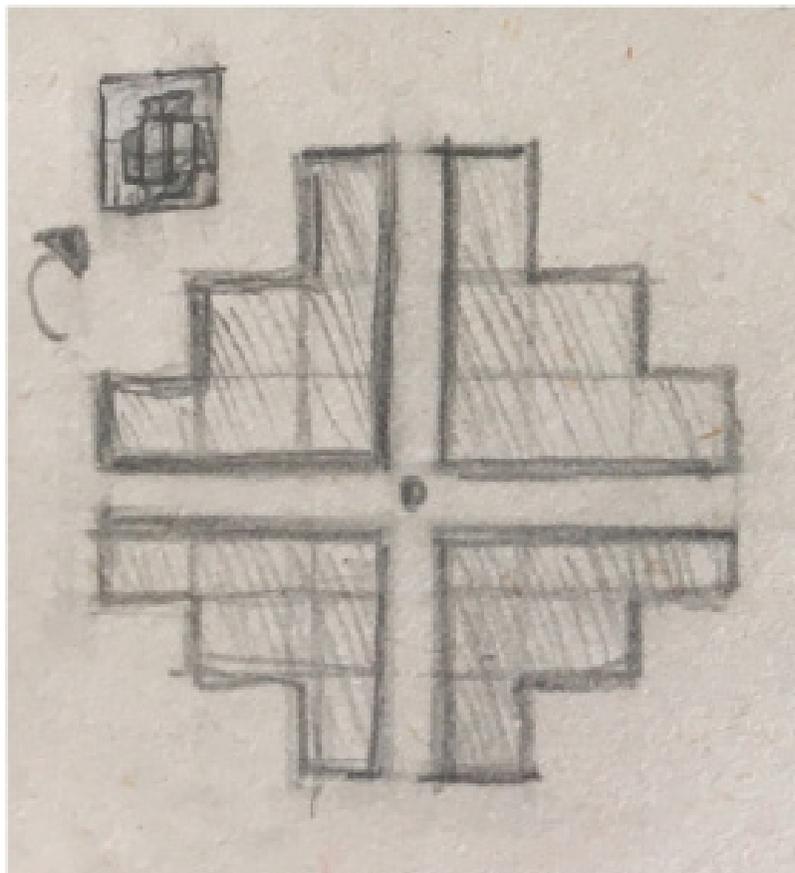


IMAGEN 62.

## LINE ART Y CROMÁTICA

Se usó la misma línea fuerte planteada anteriormente, utilizando como cromática uno de los tonos de la paleta Wiracocha.

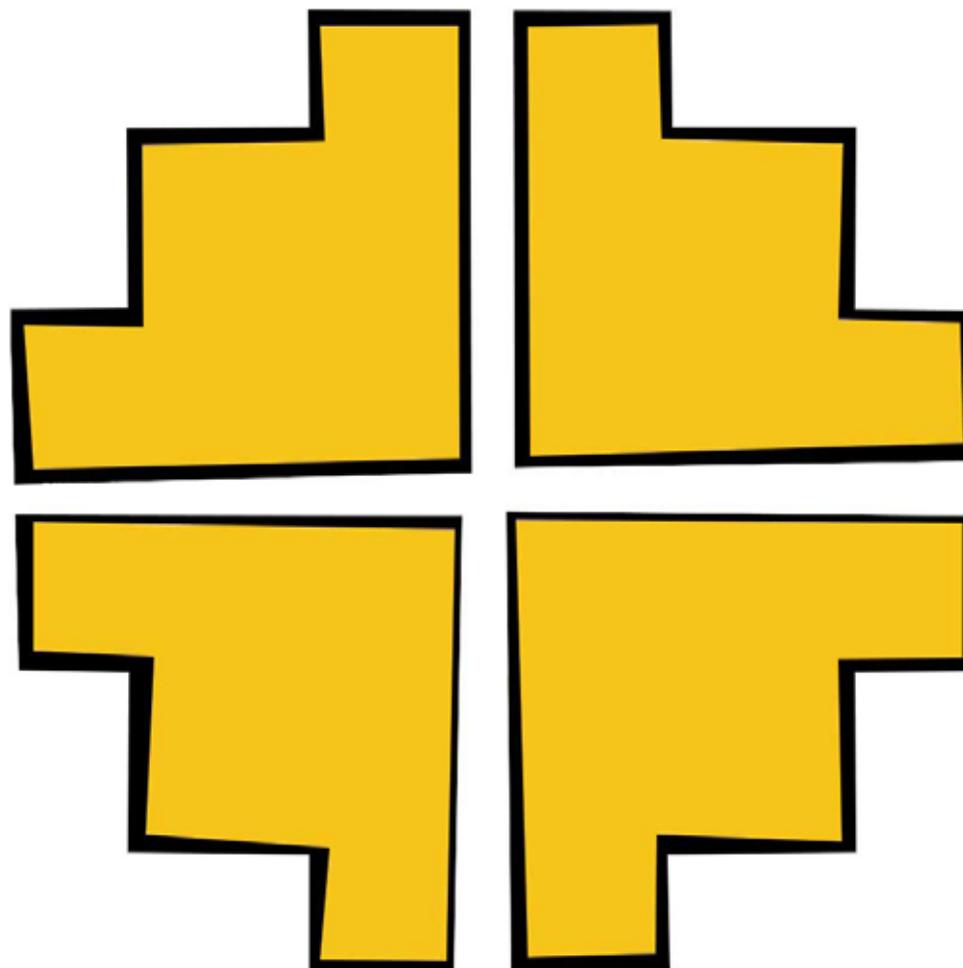


IMAGEN 63.

## 4.2.4 LETTERING

### BOCETOS

Se realizó tomando como referencia el tótem anterior, así como elementos típicos de las composiciones tipográficas urbanas tipo "Wild Style", con letras irregulares, con cierta tridimensionalidad y sobremontadas. Se crearon 2 propuestas y se escogió la segunda debido a que encajaba mejor con el estilo que se manejó.



IMAGEN 64.

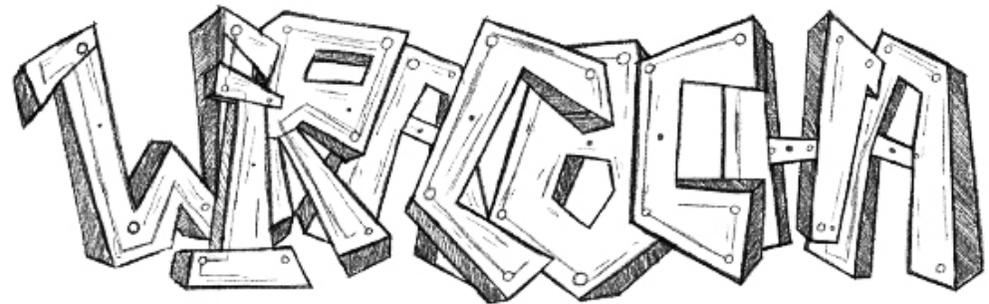


IMAGEN 65.

## LINE ART Y CROMÁTICA

En cuanto al line art se usó el mismo sistema que se manejó en el tótem, en cuanto a trazo y texturas.

Y en cuanto al coloreado se mantuvo la misma paleta y el mismo proceso de sombras, luces y destellos planos.

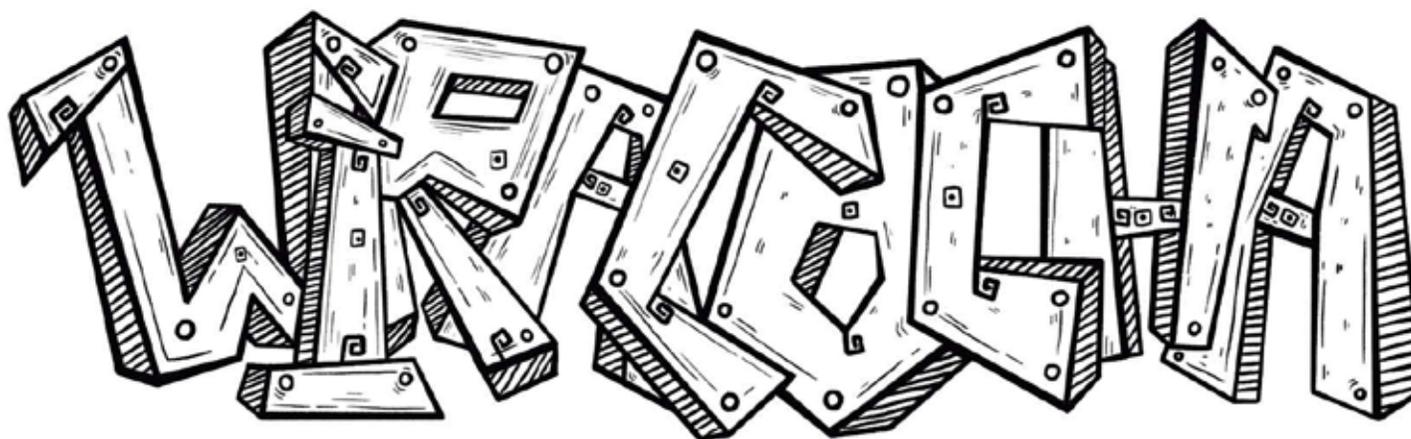


IMAGEN 66.



IMAGEN 67.

*Se utilizó el mismo sistema para el resto de personajes.*

# 4.3 MAMA QUILLA

---

*“Diosa andina del matrimonio y la luna, protectora de las mujeres, y dicen que ella lloraba lágrimas de plata.”*



## 4.3.1 TÓTEM

### FICHA

Esta fue la ficha planteada para el personaje de Mama Quilla.

#### CARACTERÍSTICAS

- Mujer joven
- Geométrica
- Aspecto de tótem
- Elegancia
- Llorona
- Lamentándose

#### FACCIONES

- Cejas Prominentes
- Ojos tristes y curvados
- Boca Grande
- Expansión de orejas
- Sin dientes
- Nariz grande

#### ELEMENTOS

- Lágrimas
- Corona
- Proceso Lunar
- Textura rayada
- Lágrimas romboidales
- Decoración basada en tocapus
- Adornos de plata
- Aretes

#### FACCIONES

- Triste
- Penosa
- Melancólica



## MOODBOARD

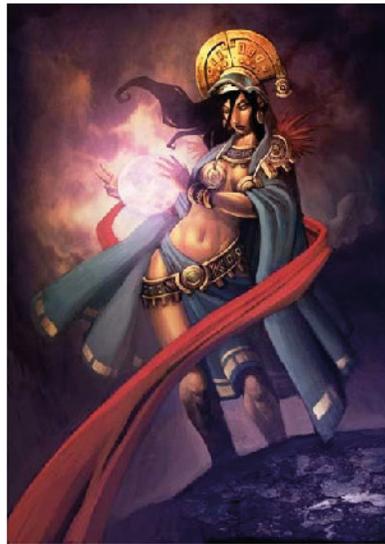


IMAGEN 68.

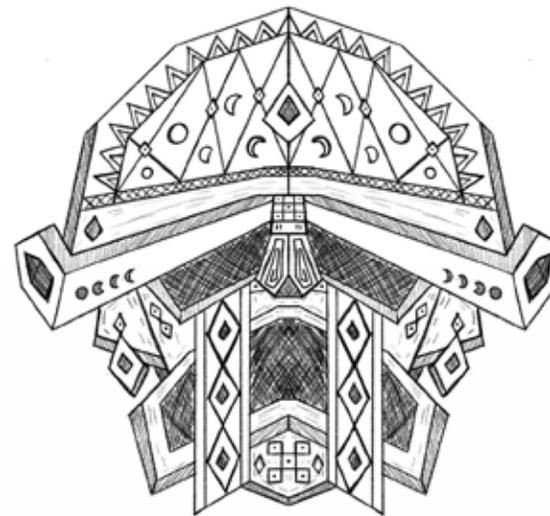
## BOCETOS

En el caso de Mama Quilla se quiso resaltar la expresión de pena y melancolía, jugando con el concepto de las lágrimas de plata que lloraba. De igual manera resaltando elementos como lo son la luna y su ciclo en el tocado y los aretes, así mismo se incluyeron elementos decorativos basados en tocapus.

Se plantearon 3 propuestas de las cuales se escogió la número 3, debido a que los elementos armonizan mejor.



**IMAGEN 69, Boceto 1.**



**IMAGEN 70, Boceto 2.**



**IMAGEN 71, Boceto 3.**

## LINE ART

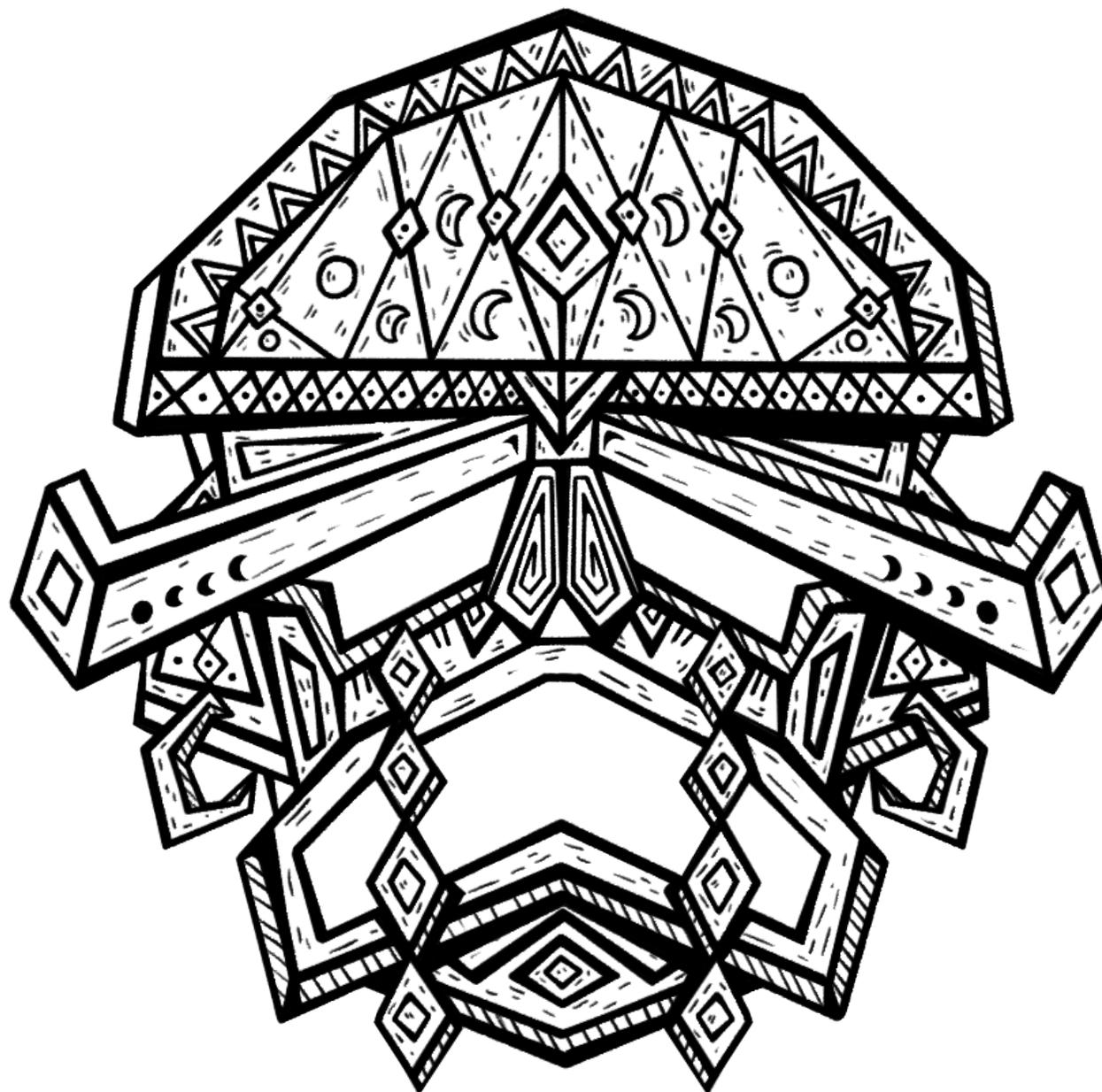


IMAGEN 72..

## CROMÁTICA

En el caso de Mama Quilla se utilizaron tonos azules y grises para resolver la cromática de la ilustración.



IMAGEN 73.



IMAGEN 74.

## 4.3.2 TRAMA DE TOCAPUS

### BOCETOS

Para la temática Mama Quilla, los tocapus escogidos fueron aquellos cuyas formas se asemejen a las lágrimas en el tótem. Utilizando los tocapus constantes en la cuadrícula 4x4.

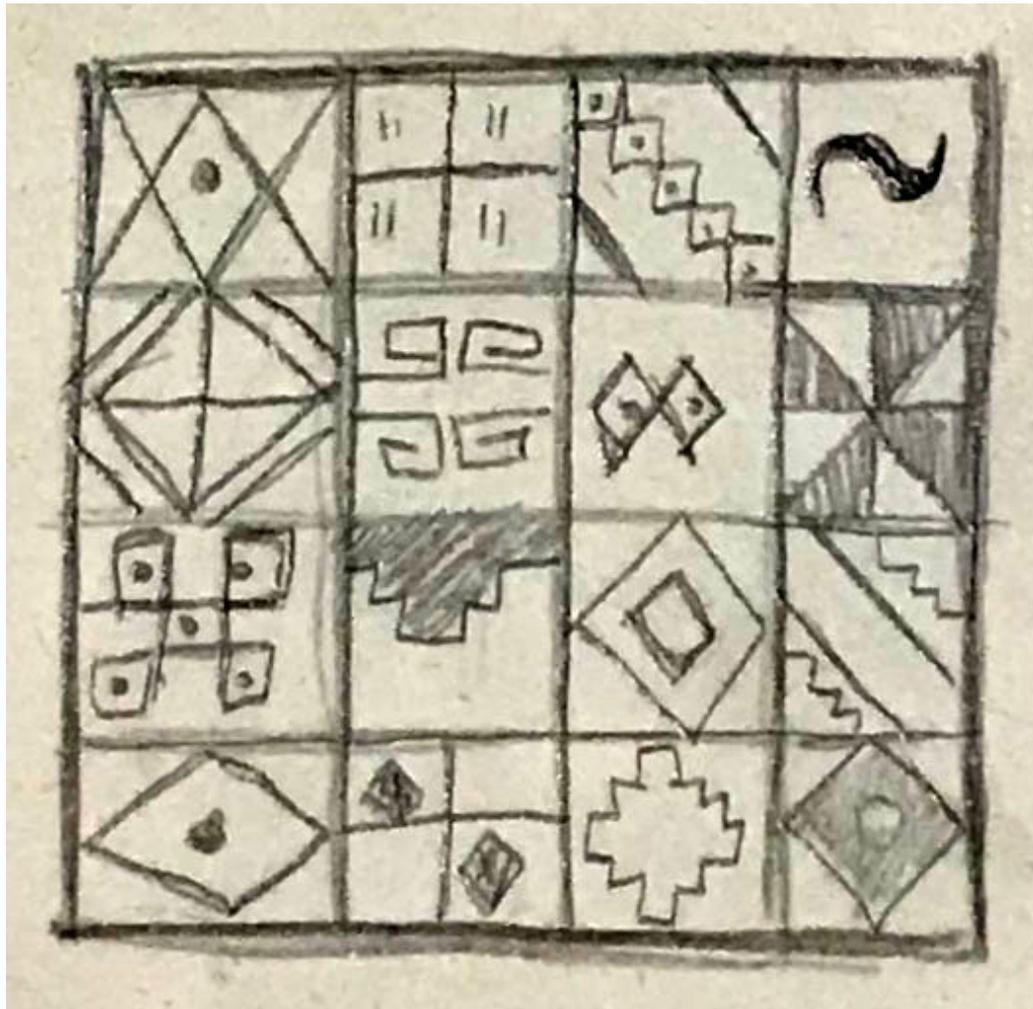


IMAGEN 75.

## LINE ART

Se usó una línea fuerte e irregular, como la técnica de doodling, mencionada en el capítulo 1.

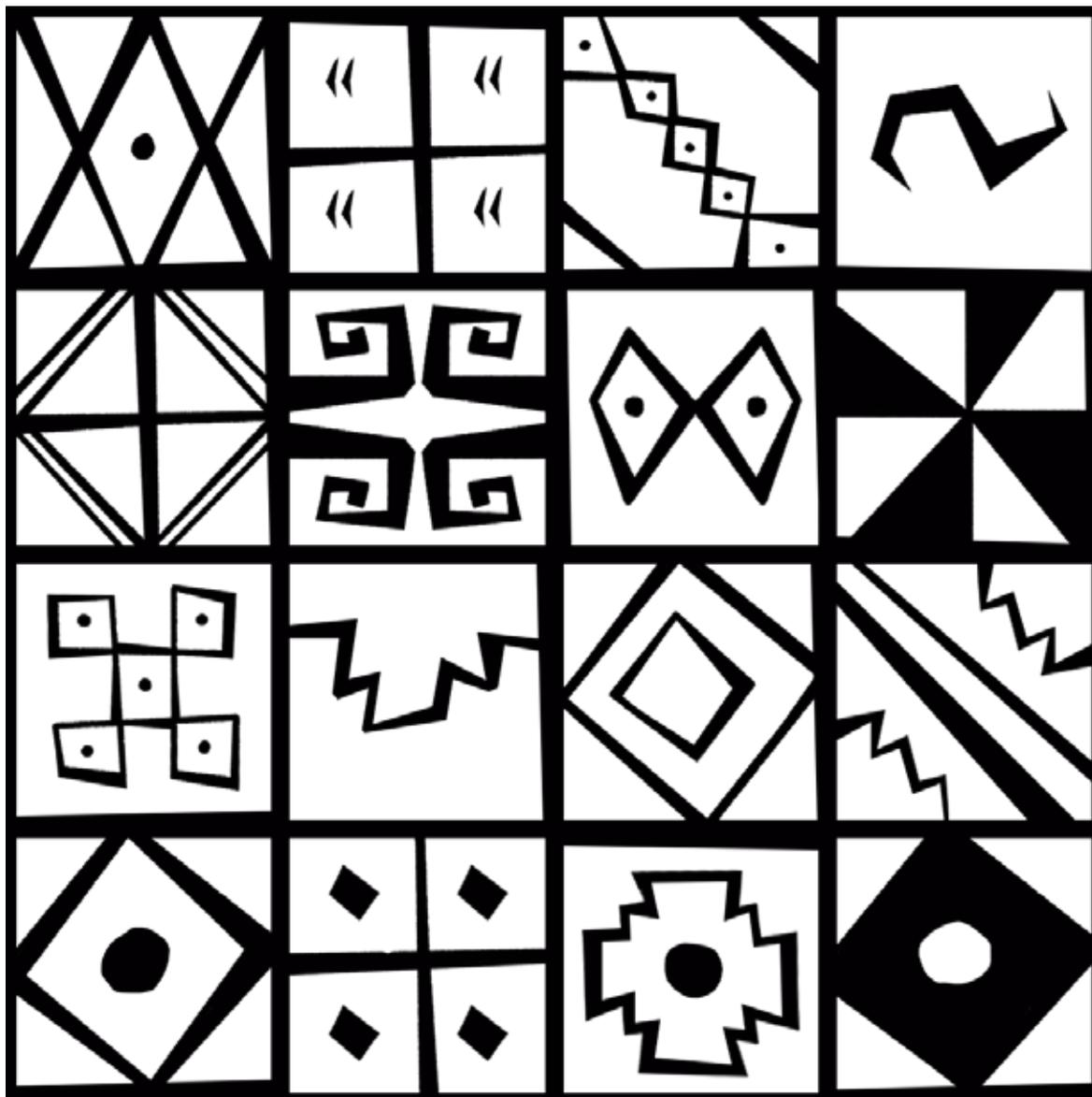


IMAGEN 76.

## 4.3.3 CHACANA

### LINE ART Y CROMÁTICA

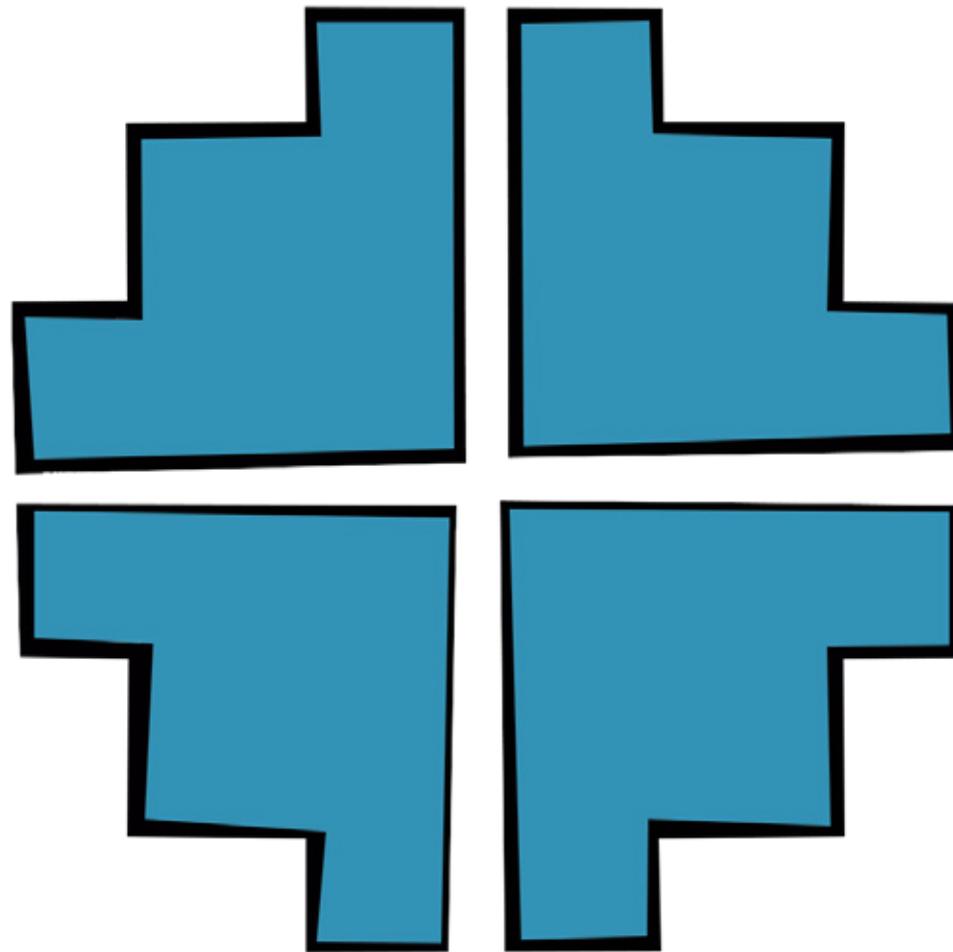


IMAGEN 77.

## 4.3.4 LETTERING

### BOCETO

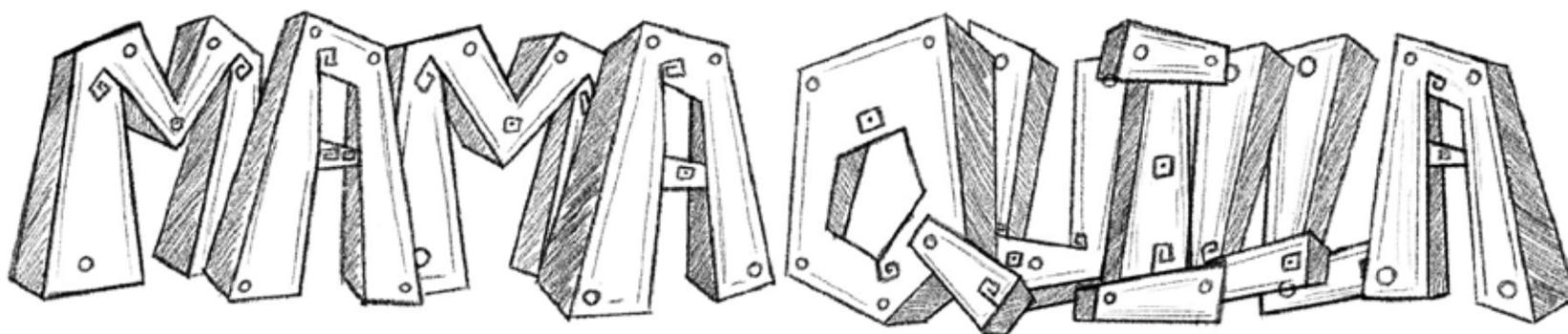


IMAGEN 78.

## LINE ART Y CROMÁTICA

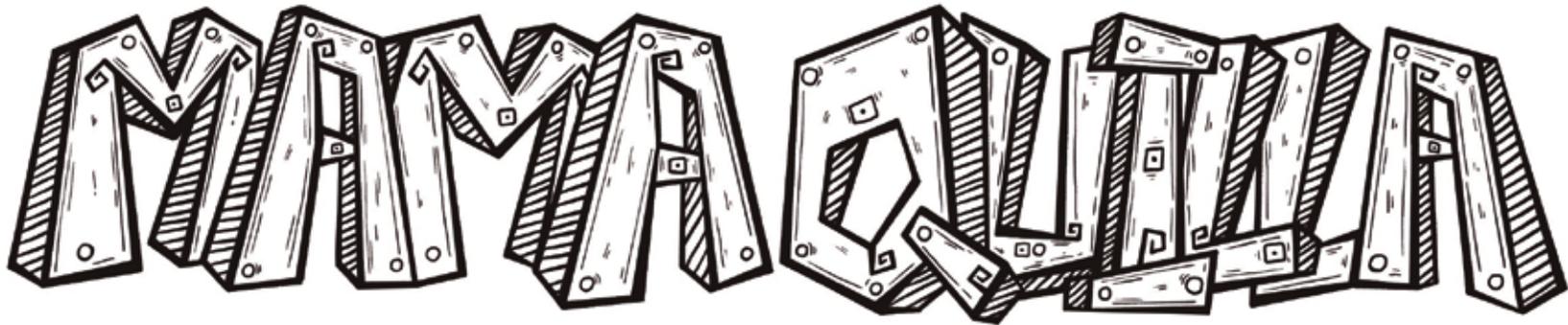


IMAGEN 79.



IMAGEN 80.



IMAGEN 81, Variante Lettering.

# 4.4 INTI

---

*“Dios andino del sol, conocido como  
el dador de vida.”*



## 4.4.1 TÓTEM

### FICHA

Esta fue la ficha para el personaje de Inti.

#### CARACTERÍSTICAS

- Hombre joven
- Geométrico
- Aspecto de tótem
- Circular
- Bastante Ornamentado
- Riendo

#### FACCIONES

- Cejas Prominentes
- Ojos grandes y curvados
- Boca grande sonriendo
- Colmillos pequeños
- Nariz pequeña
- Colmillos pronunciados

#### ELEMENTOS

- Rayos de sol
- Círculos
- Decoración basada en tocapus
- Destellos
- Formas rectangulares
- Textura rayada
- Soles

#### FACCIONES

- Pícaro
- Risueño
- Feliz



## MOODBOARD

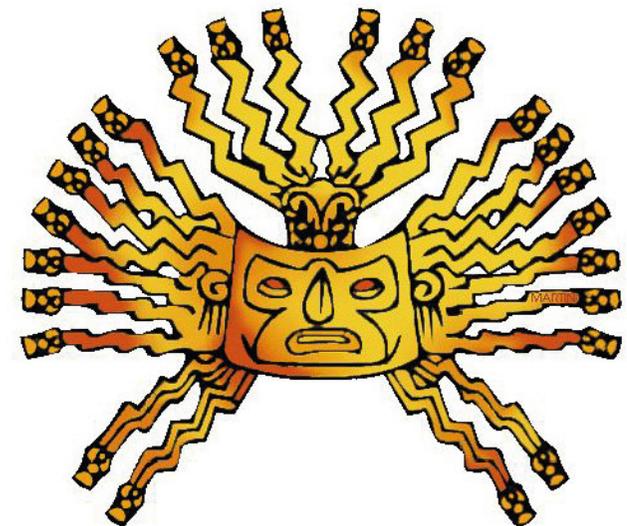
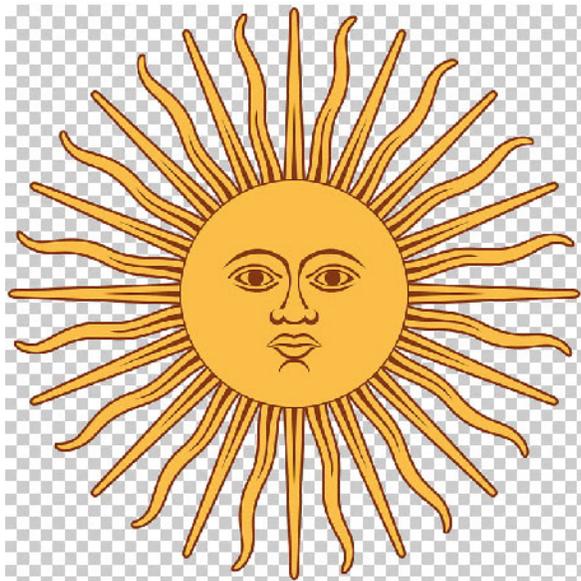


IMAGEN 82.

## BOCETOS

En el caso de Inti, se quiso resaltar la expresión de felicidad y risa, jugando con el concepto de los rayos del sol que serían los elementos principales, convirtiendo las cejas también en rayos. Y obviamente se incluyeron elementos decorativos basados en los tocapus.

Se plantearon 2 bocetos de los cuales se escogió el número 2, ya que transmitía mejor la idea de sol.



IMAGEN 83, Boceto 1.

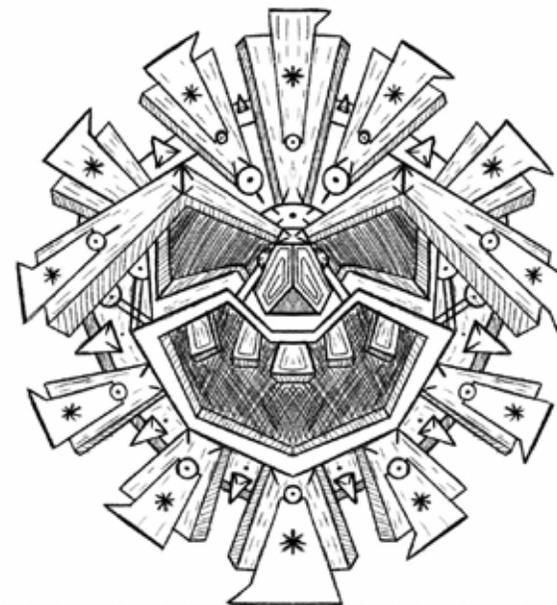


IMAGEN 84, Boceto 2.

## LINE ART

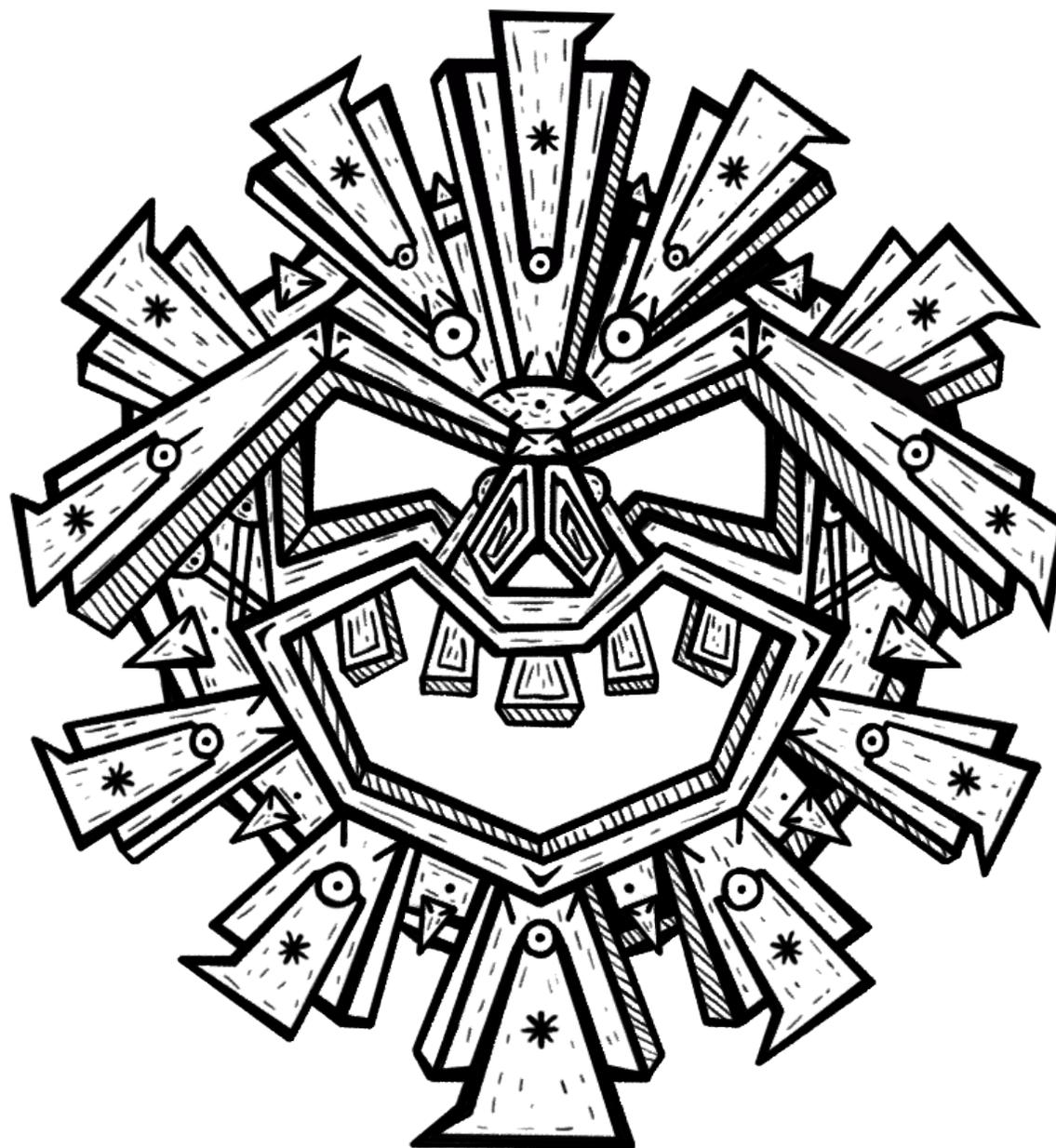


IMAGEN 85.

## CROMÁTICA

En el caso de Inti, se utilizaron tonos amarillos y rojos para resolver la cromática.

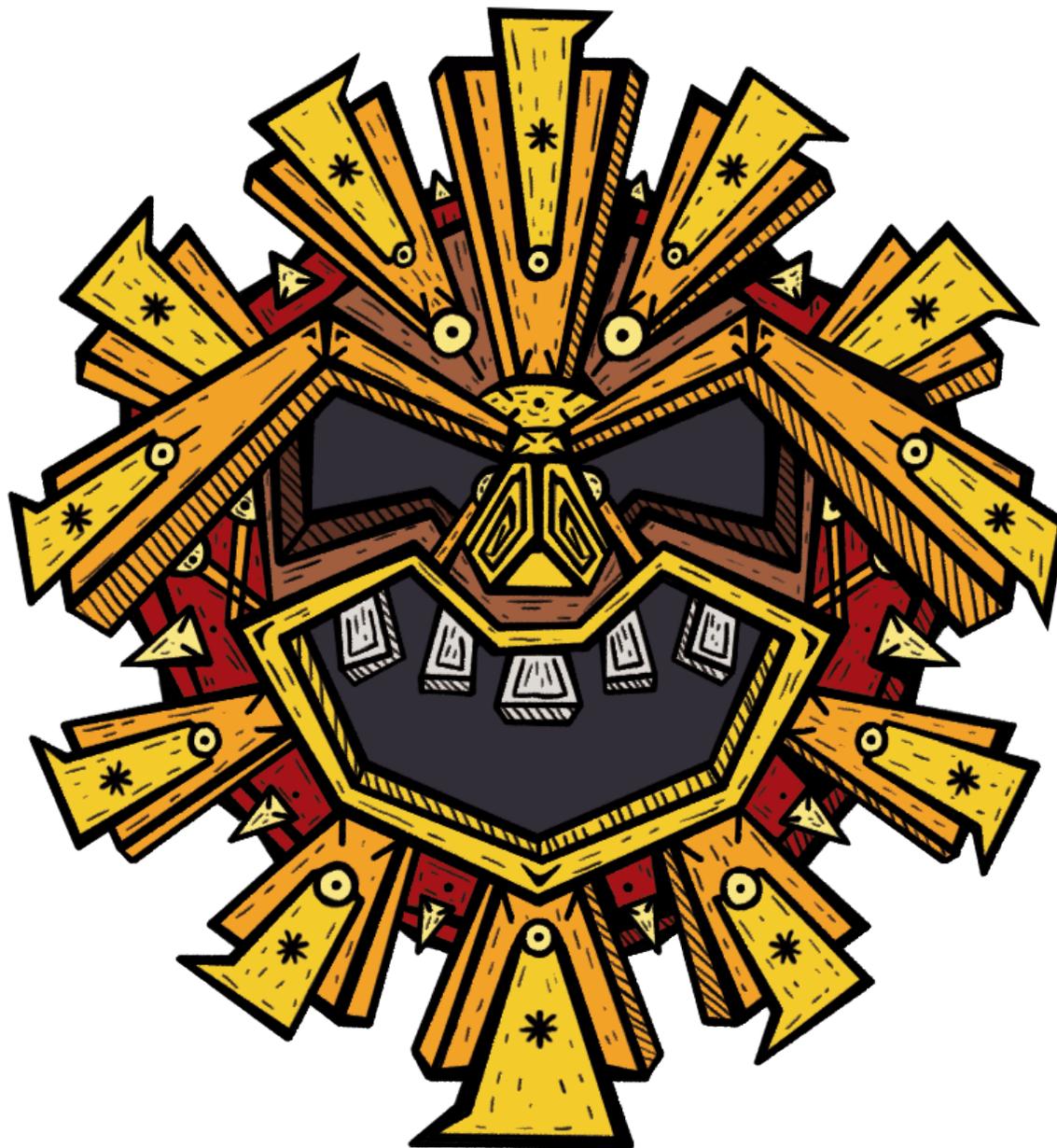
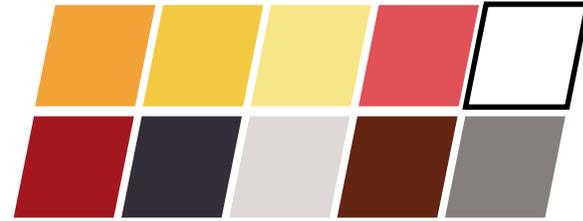


IMAGEN 86.

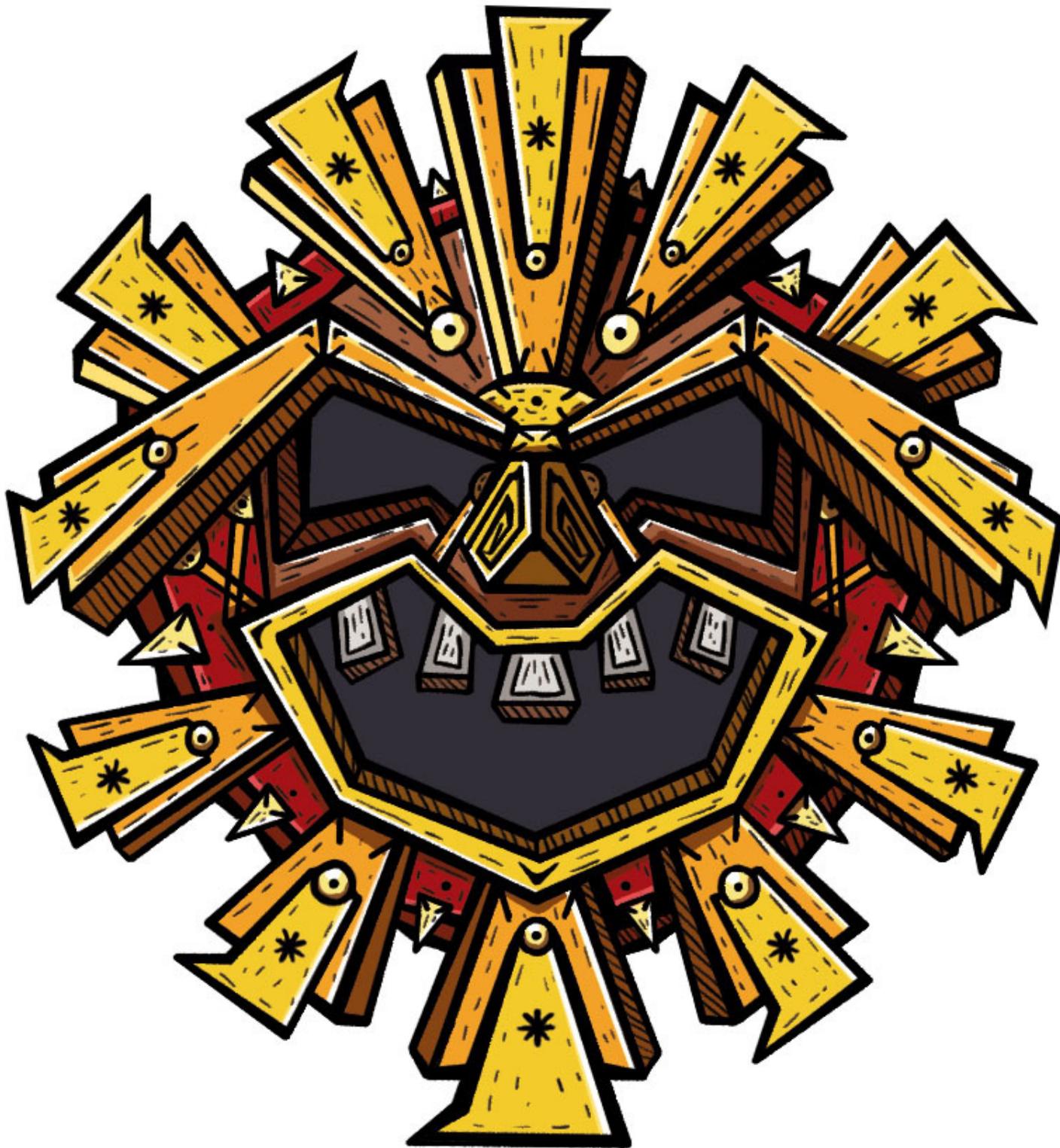


IMAGEN 87.

## 4.4.2 TRAMA DE TOCAPUS

### BOCETOS

Para la temática Inti se utilizaron tocapus cuyas formas se asemejen al sol. Utilizando los tocapus constantes en la cuadrícula 4x4.

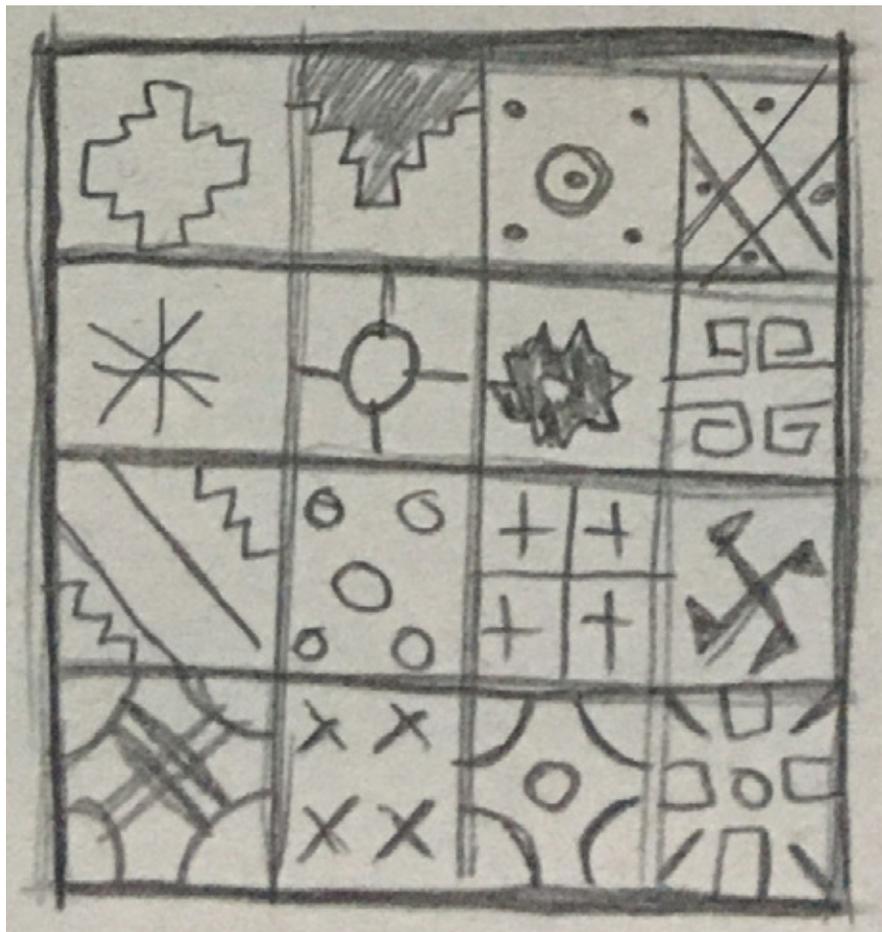


IMAGEN 88.

**LINE ART**

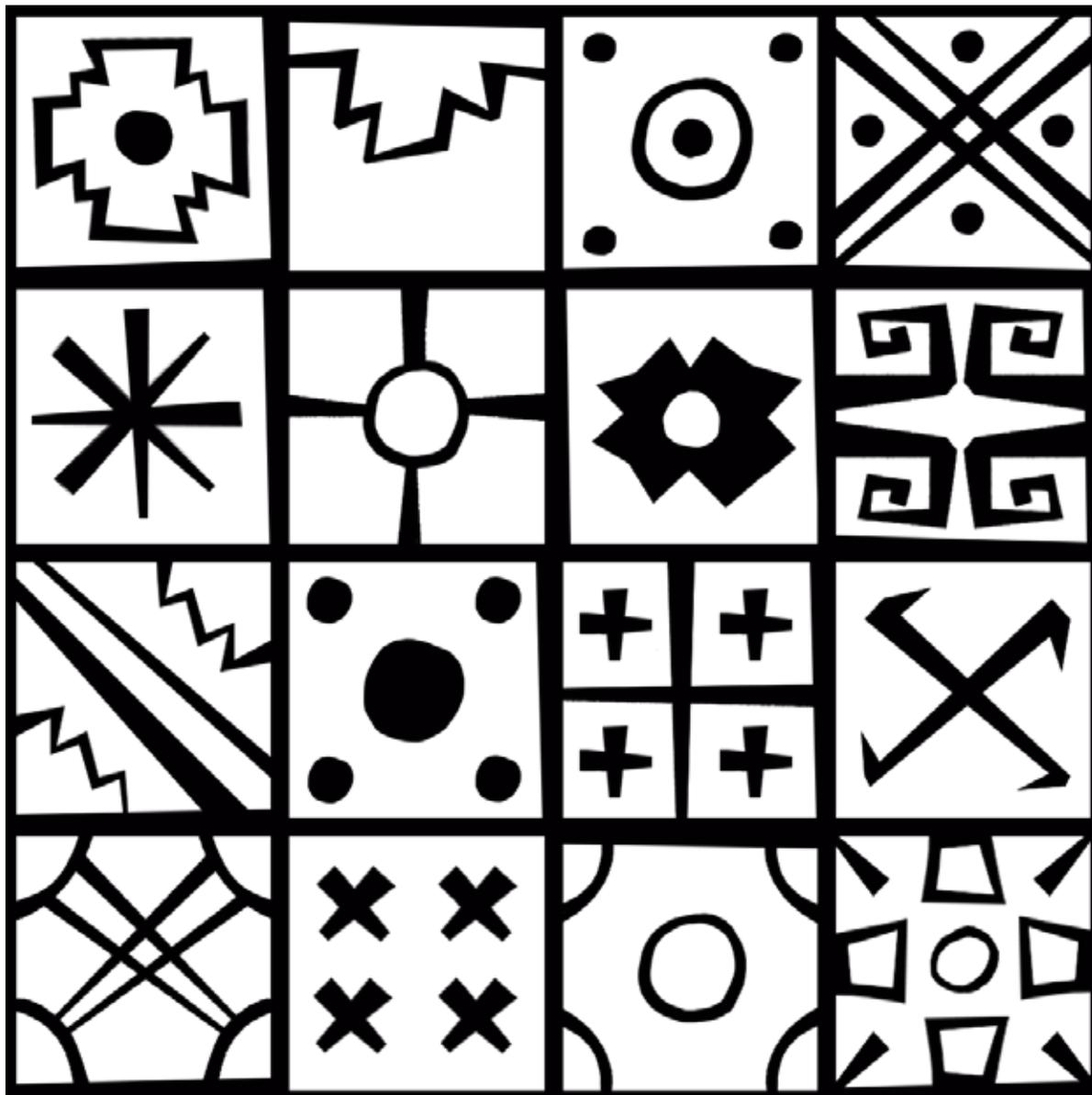


IMAGEN 89.

## 4.4.3 CHACANA

### LINE ART Y CROMÁTICA

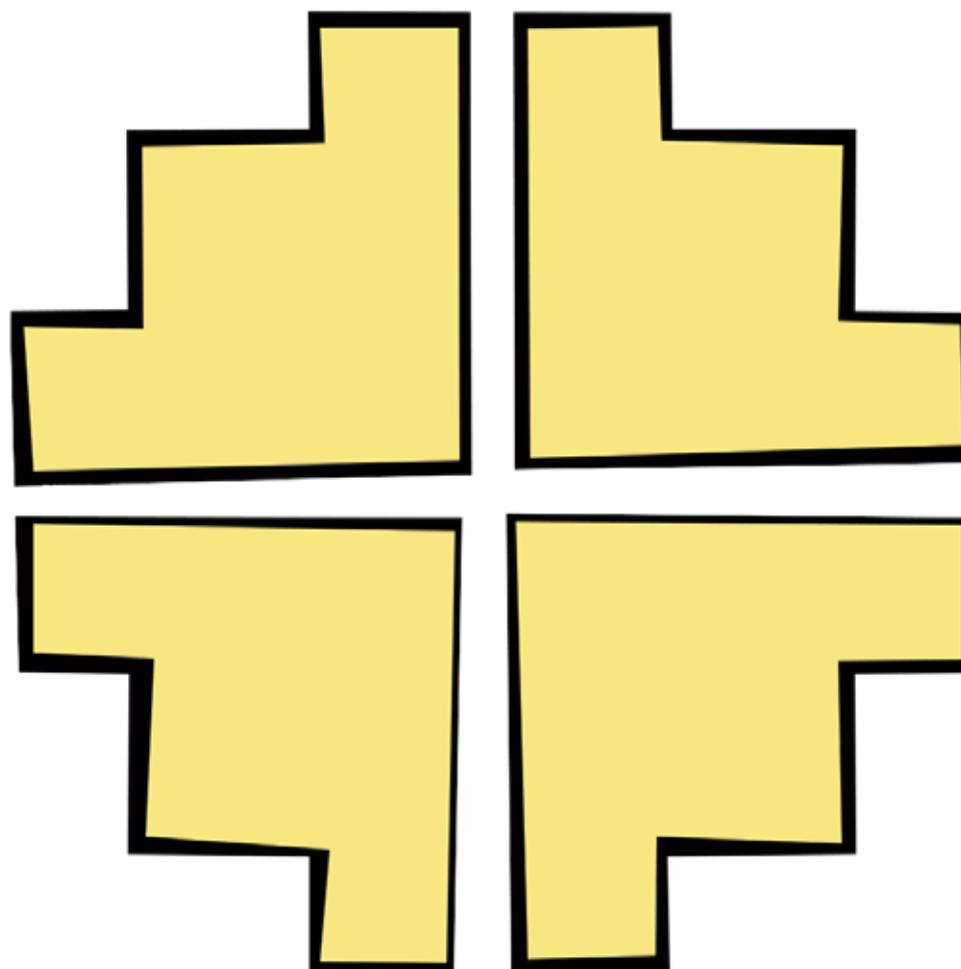


IMAGEN 90.

## 4.4.4 LETTERING

### BOCETO

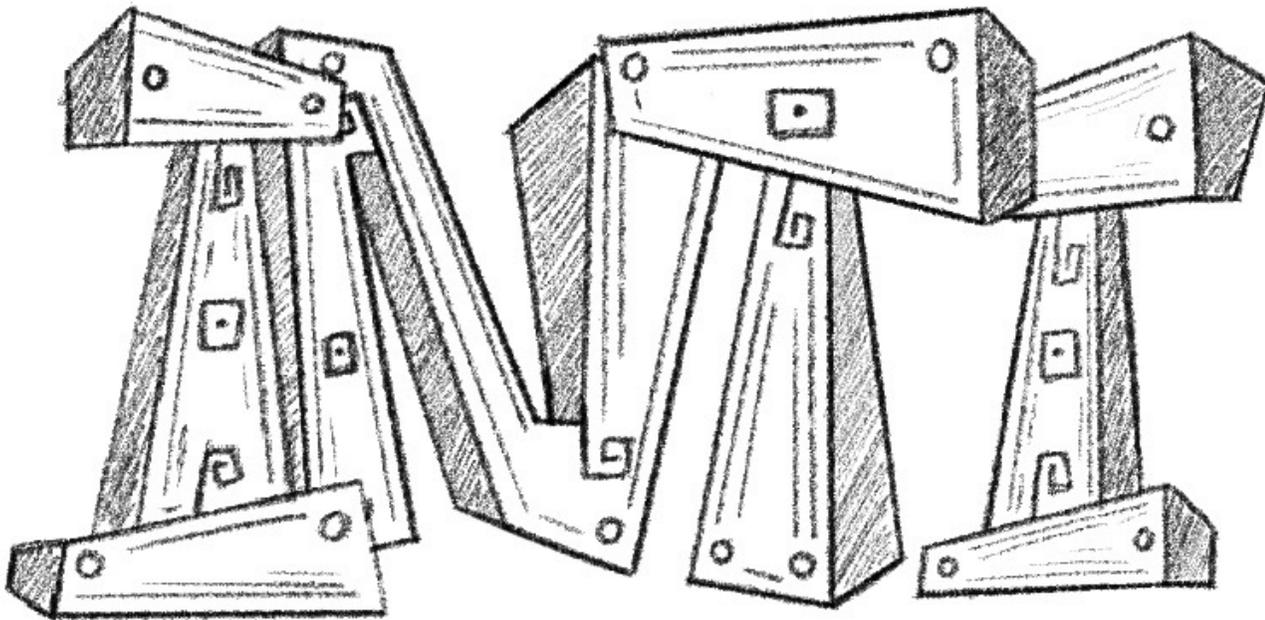


IMAGEN 91.

## LINE ART Y CROMÁTICA

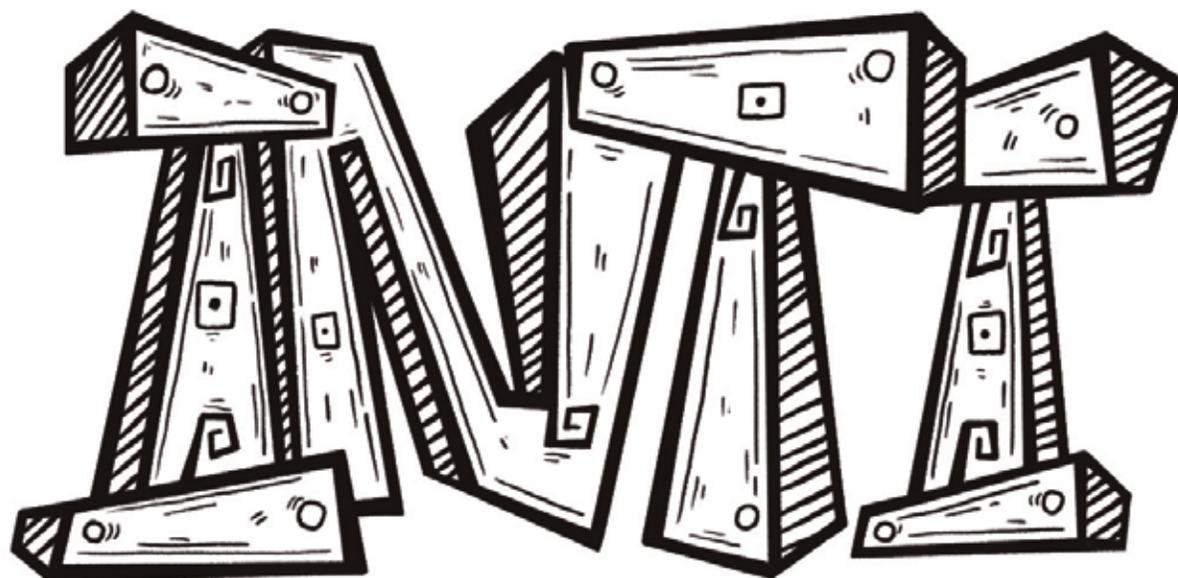


IMAGEN 92.



IMAGEN 93.

# 4.5 PACHAMAMA

---

*“La madre tierra y diosa de la fertilidad de la siembra y la cosecha.”*



## 4.5.1 TÓTEM

### FICHA

Esta fue la ficha para el personaje de Pachamama.

#### CARACTERÍSTICAS

- Mujer Mayor
- Similar a un monte
- Aspecto de tótem
- Geométrica
- Calidez
- Triangular

#### ELEMENTOS

- Vegetación
- Tocapus decorativos
- Montaña
- Cultivos
- Aretes
- Textura rayada
- Barras decorativas

#### FACCIONES

- Cejas Prominentes y uniformes
- Ojos tranquilos
- Boca Grande
- Expansión de orejas
- Un solo diente
- Nariz grande

#### FACCIONES

- Serena
- Tranquila
- Amable



## MOODBOARD

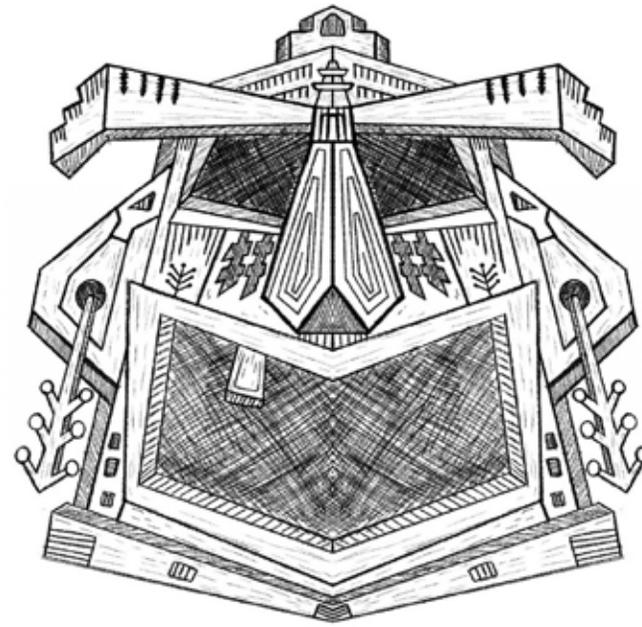


IMAGEN 94.

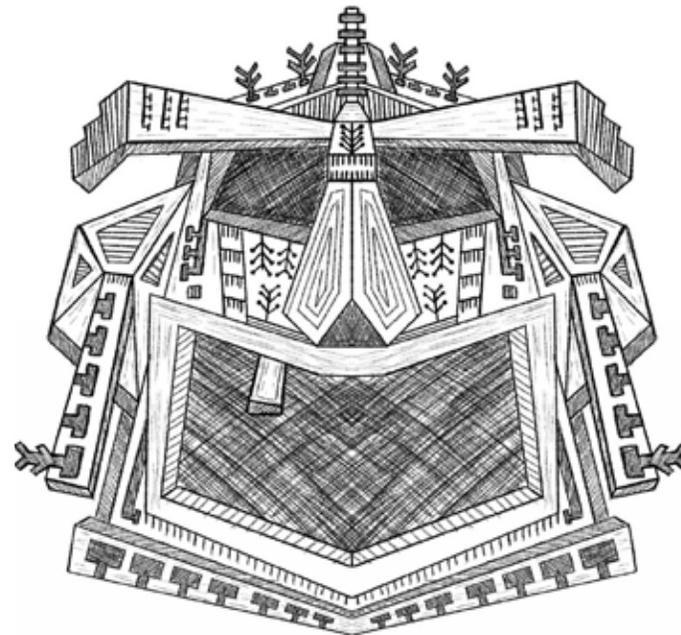
## BOCETOS

En el caso de Pachama, se quiso resaltar la expresión de serenidad y tranquilidad, jugando con la idea de montaña y elementos naturales, recalcando que Pachama es una diosa anciana, por tal razón se incluye un solo diente y los pendientes con formas naturales. Igualmente se incluyen elementos decorativos basados en tocapus.

De los 2 bocetos planteados se escogió el número 2, debido a que armonizaban mejor los elementos.



**IMAGEN 95, Boceto 1.**



**IMAGEN 96, Boceto 2.**

## LINE ART

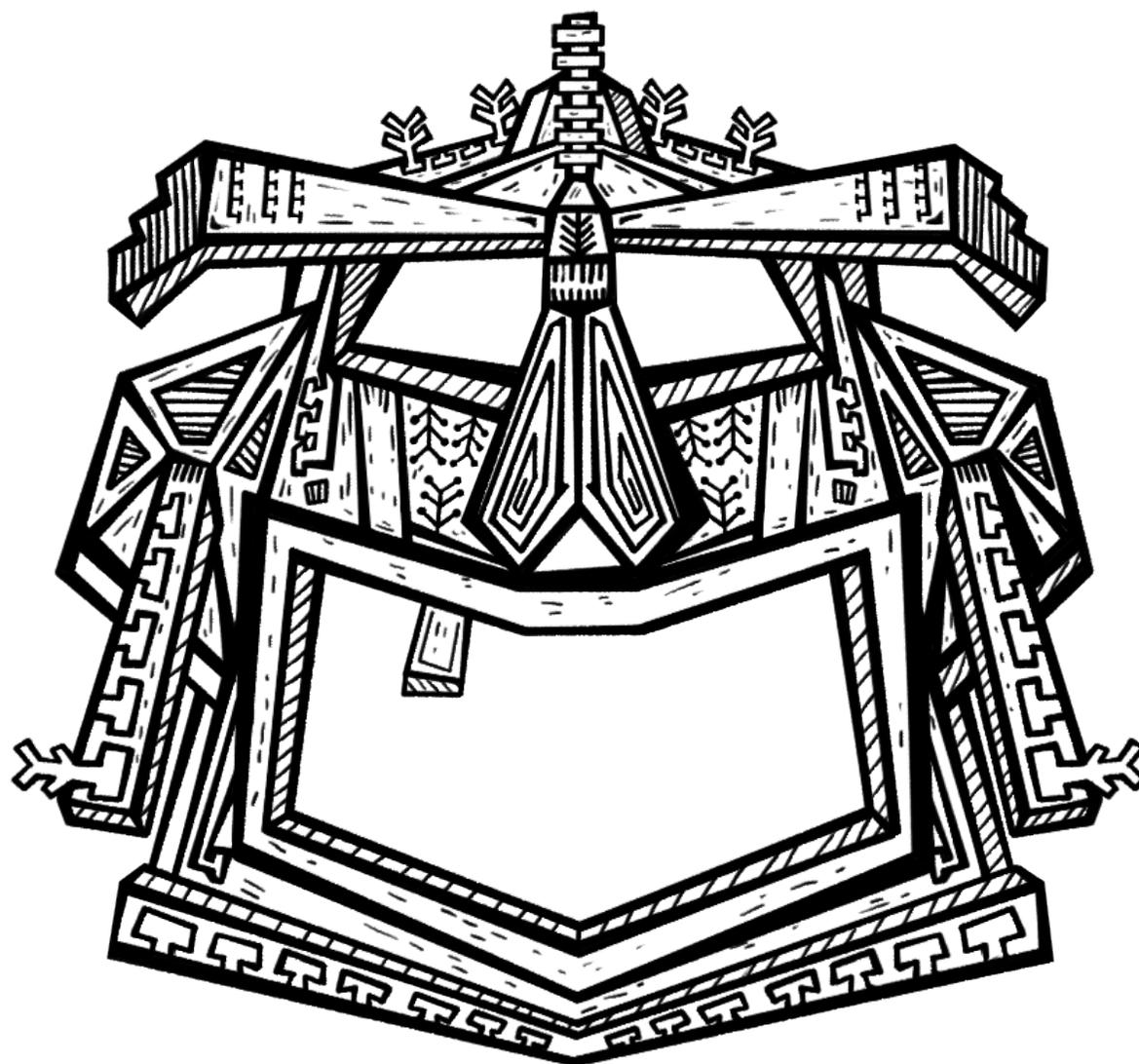


IMAGEN 97.

## CROMÁTICA

En el caso de Pachamama, se utilizaron tonos marrones y verdes.



IMAGEN 98.



IMAGEN 99.

## 4.5.2 TRAMA DE TOCAPUS

### BOCETOS

Para la temática Pachamama se utilizaron tocapus cuyas formas se asemejen a vegetación y montañas. Utilizando los tocapus constantes en la cuadrícula 4x4.

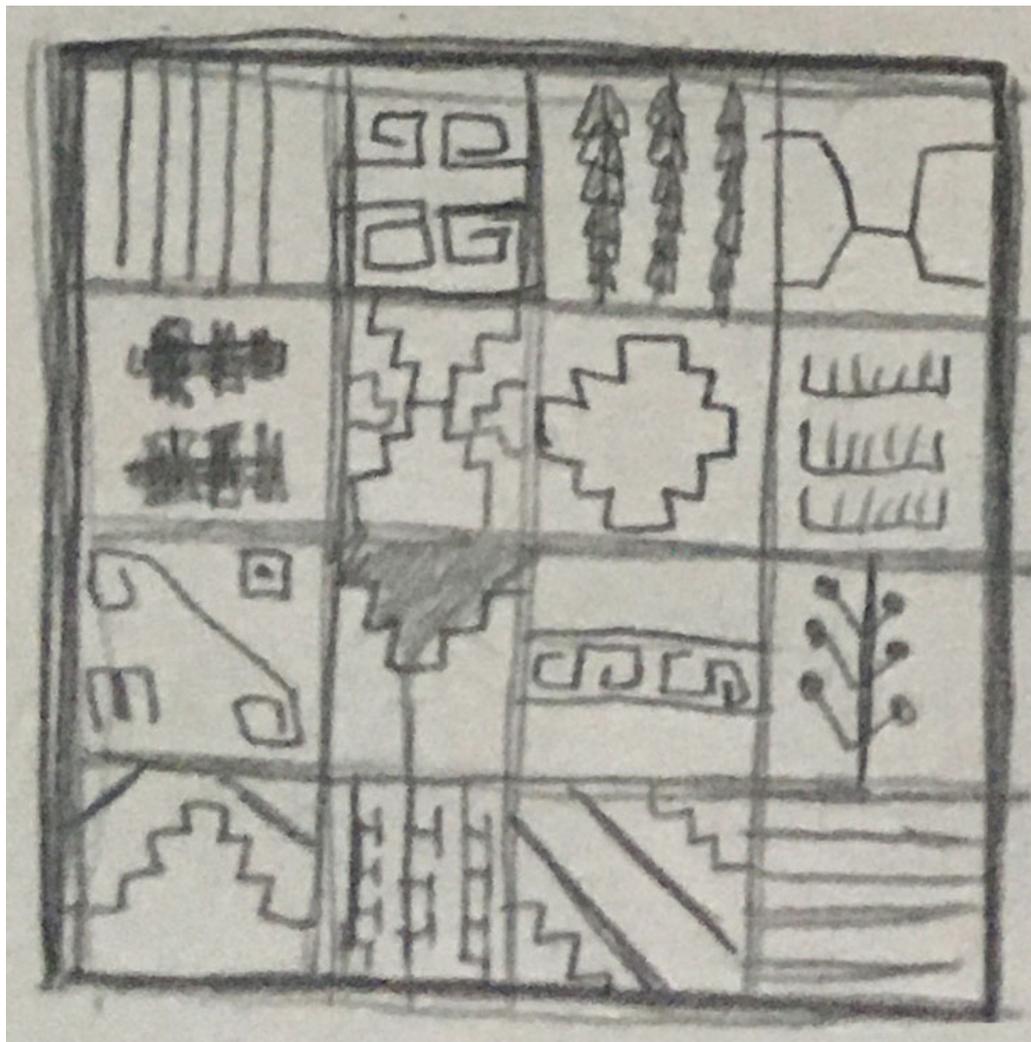


IMAGEN 100.

## LINE ART

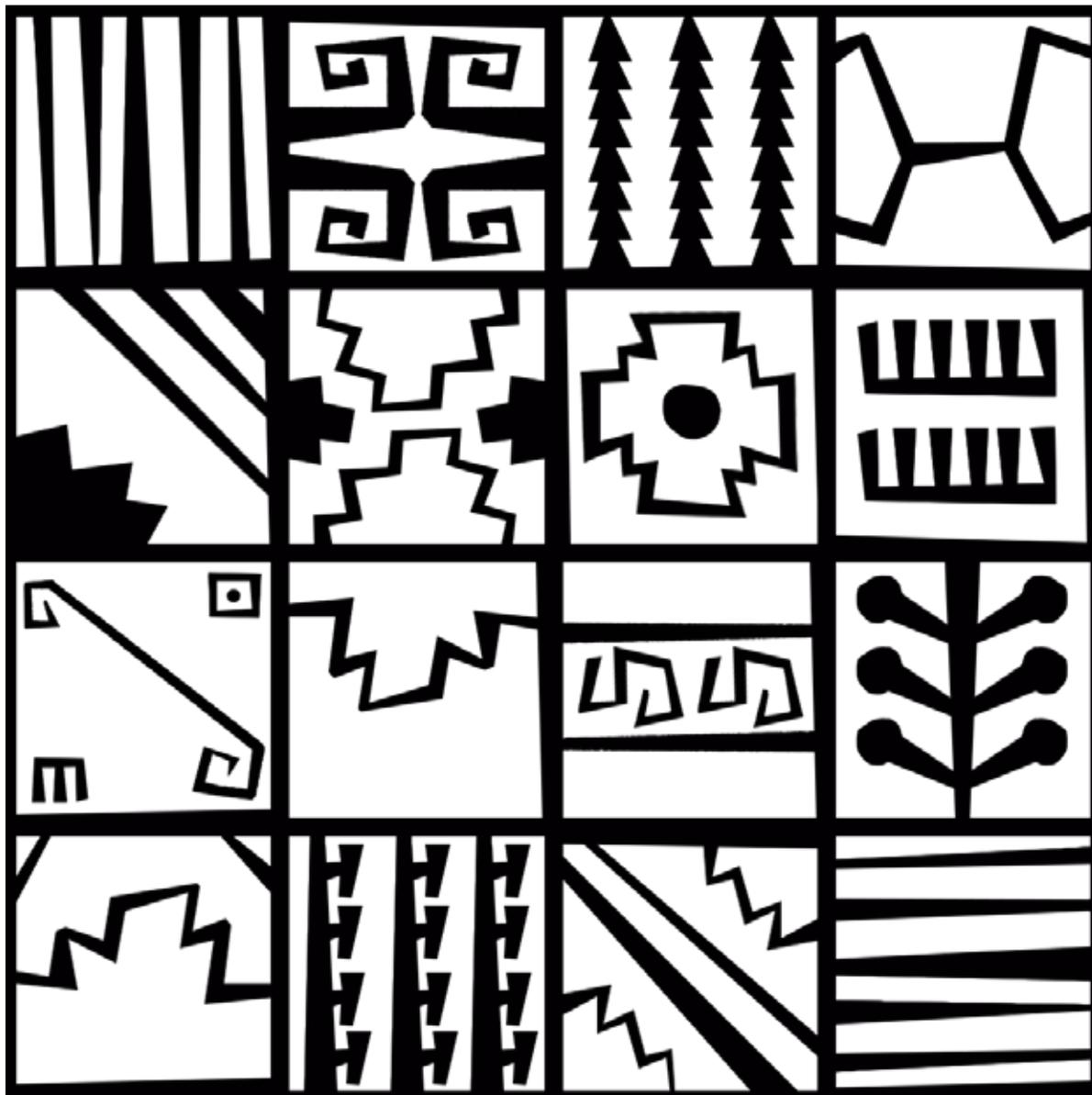


IMAGEN 101.

## 4.5.3 CHACANA

### LINE ART Y CROMÁTICA

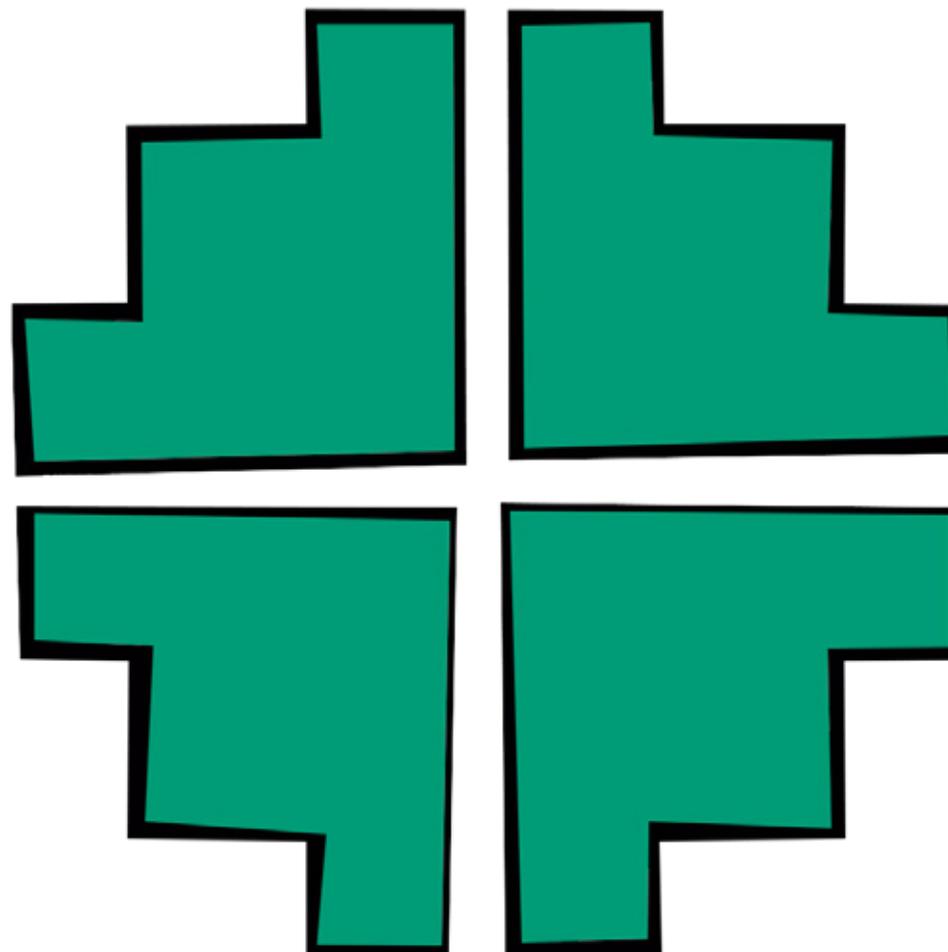


IMAGEN 102.

## 4.5.4 LETTERING

### BOCETO

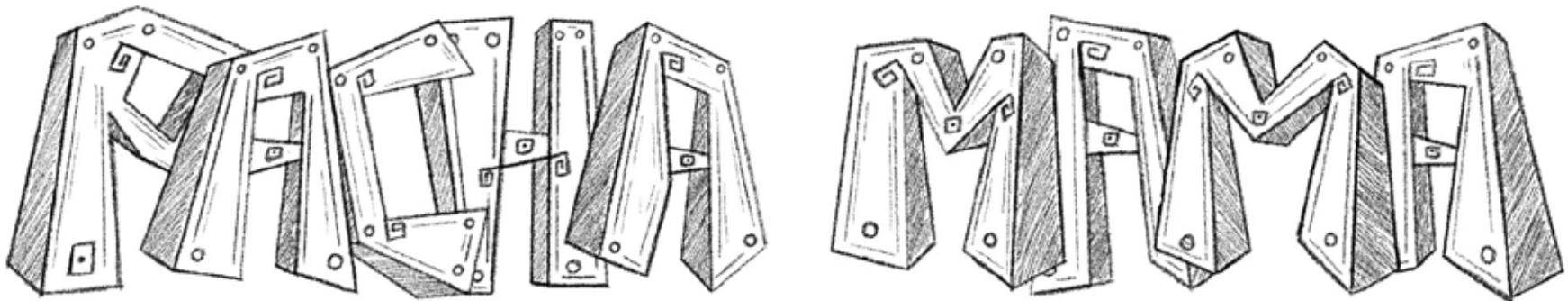


IMAGEN 103.

## LINE ART Y CROMÁTICA

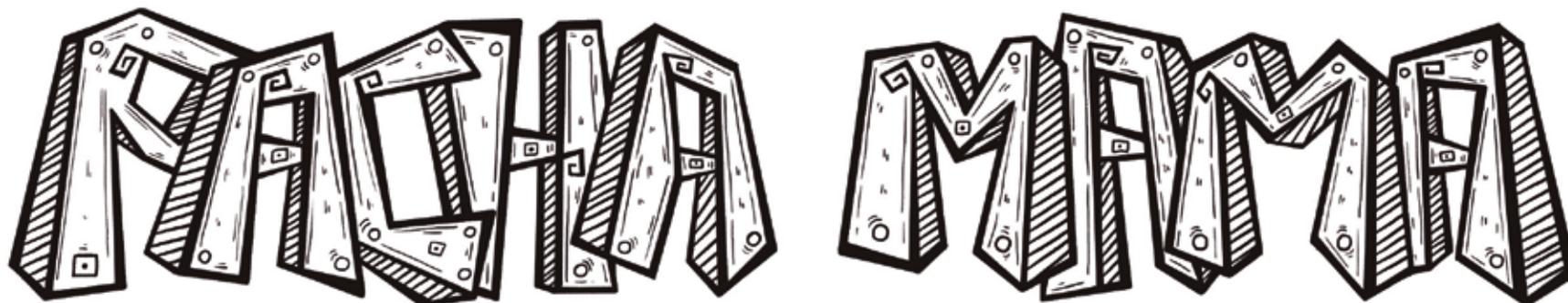


IMAGEN 104.



IMAGEN 105.



IMAGEN 106.

# 4.6 LÍNEA GRÁFICA

## LÍNEA GRÁFICA WIRACOCHA

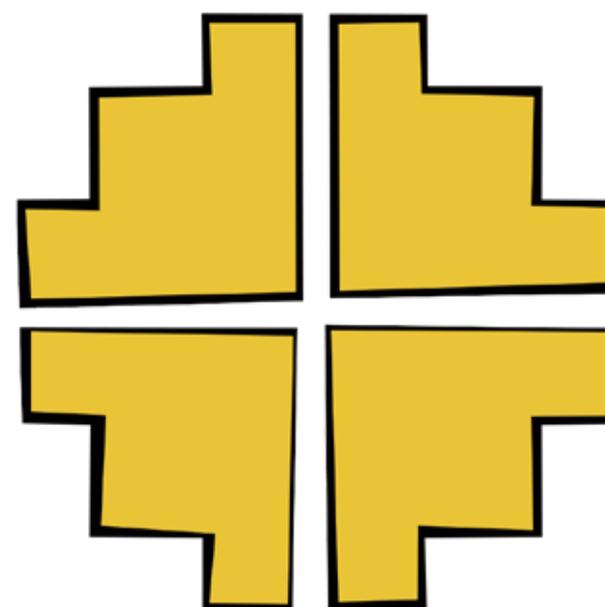
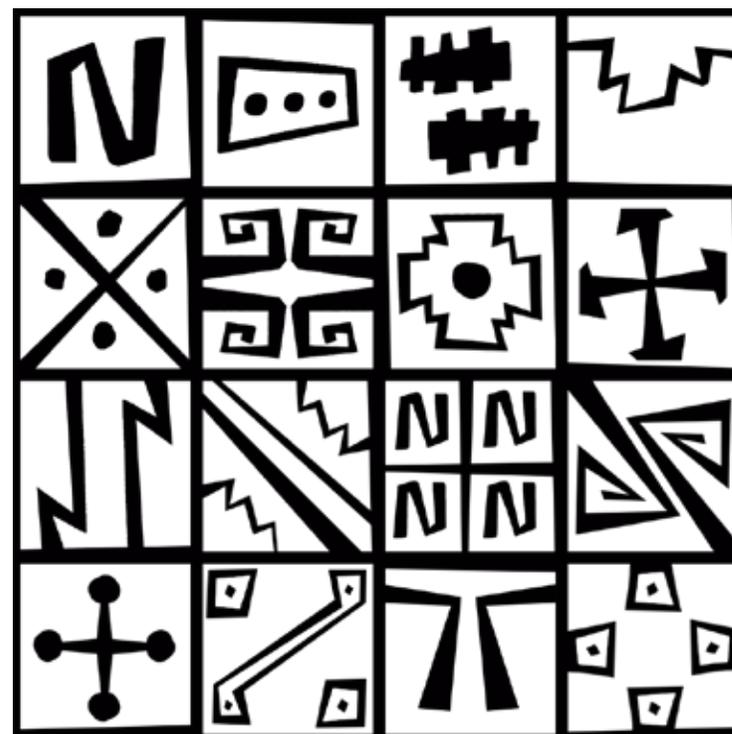
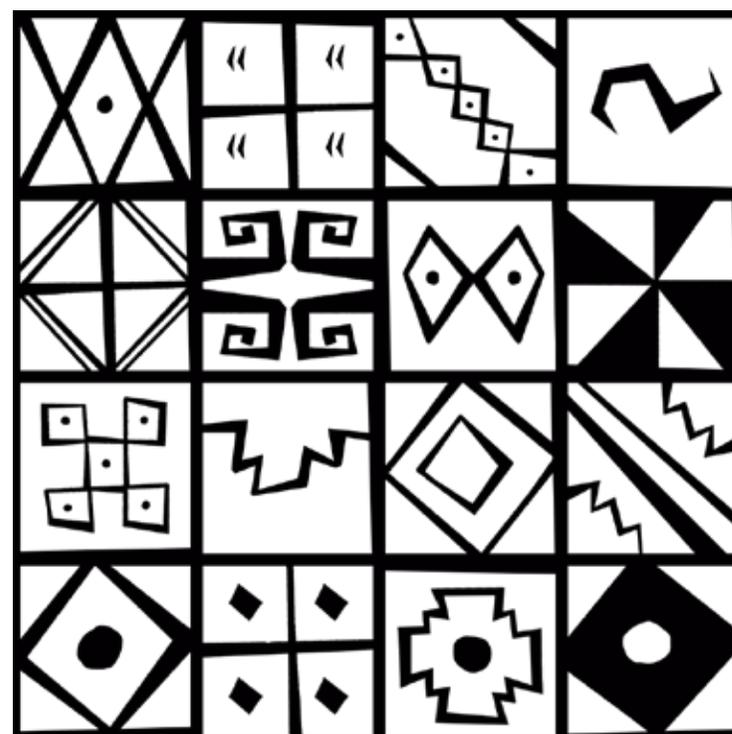


IMAGEN 107.

## LÍNEA GRÁFICA MAMA QUILLA



MAMA  
QUILLA

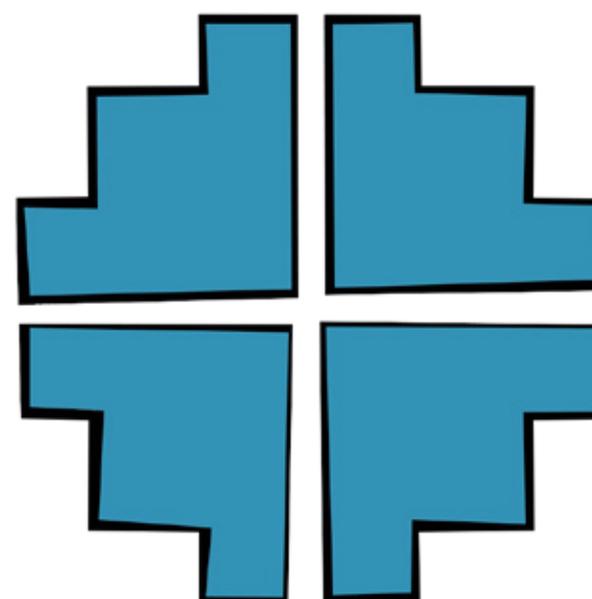


IMAGEN 108.

## LÍNEA GRÁFICA INTI

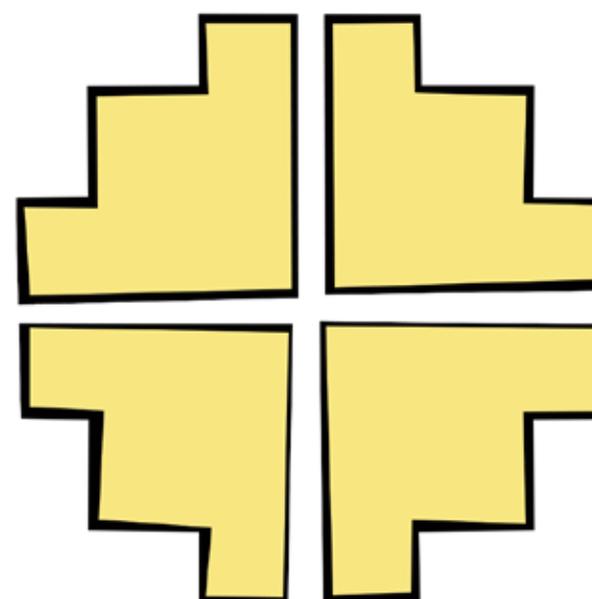
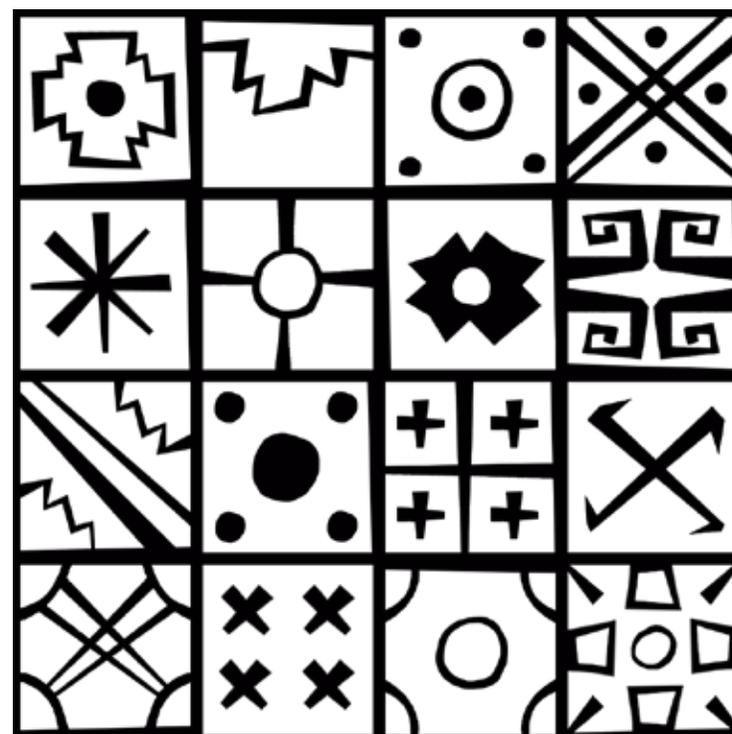
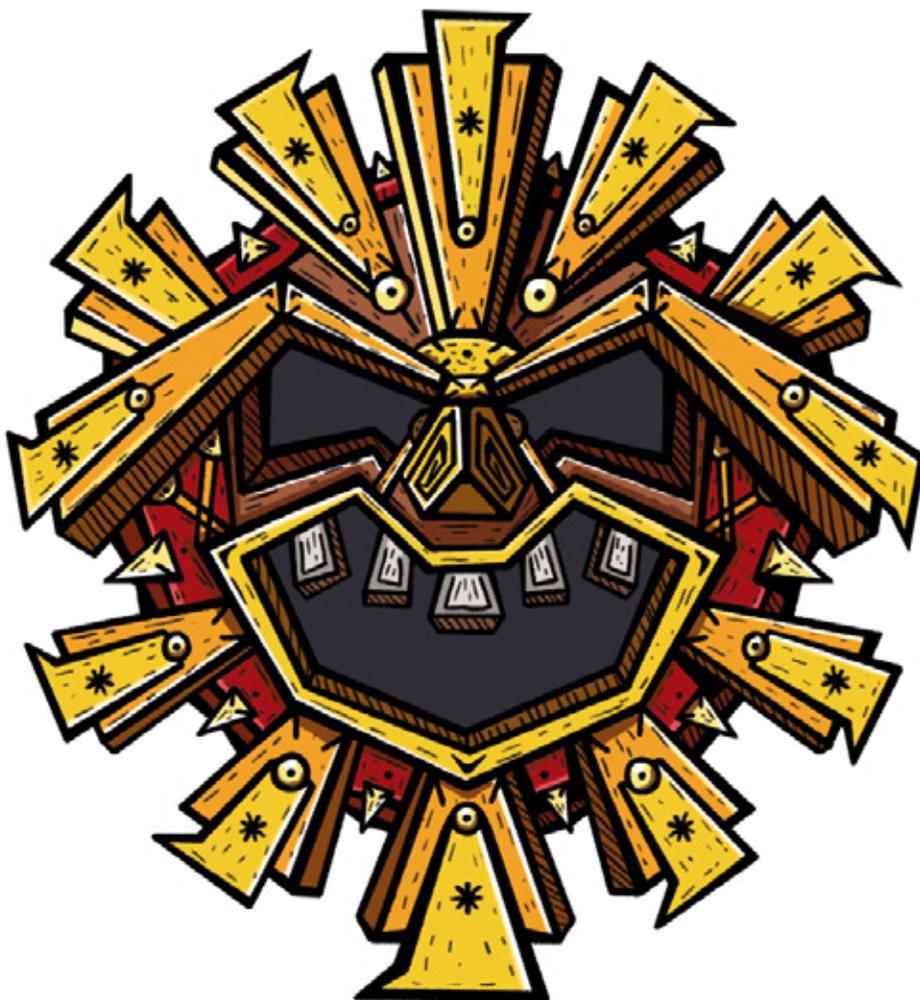
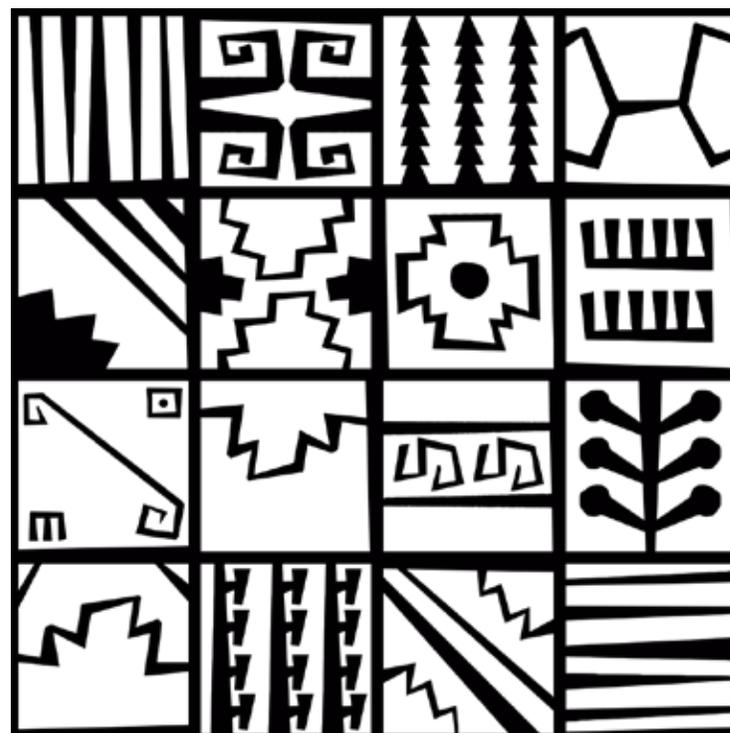


IMAGEN 109.



## LÍNEA GRÁFICA PACHAMAMA



PACHA  
MAMA

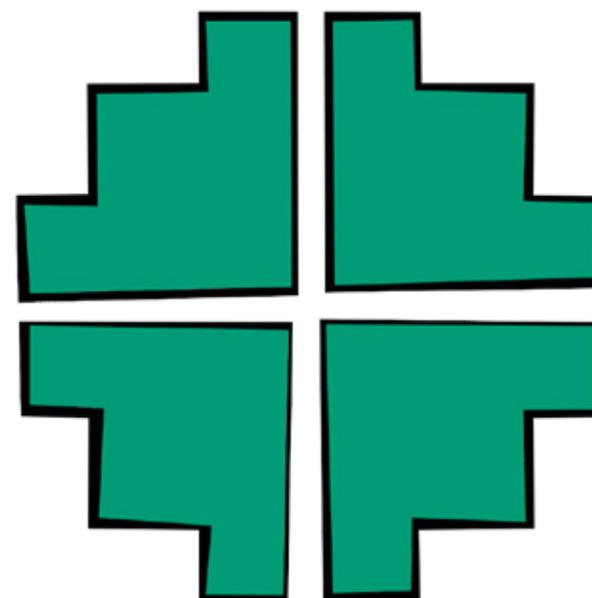


IMAGEN 110.

## 4.7 MARCA

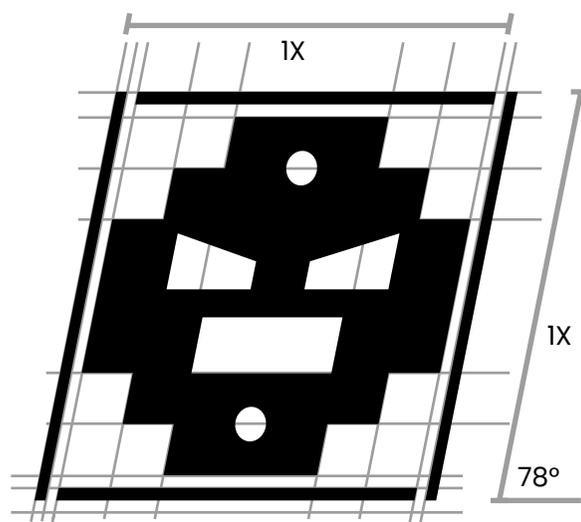
En este punto del trabajo se decidió que esta gráfica para ser aplicada sobre cualquier soporte necesitaba un identificador, es decir, hacía falta una marca que transmita los valores de esta producción y por ende que funcione como nexo entre la gráfica y el público, manteniendo esa energía urbana con espíritu andino. Para nombrar a esta marca fue necesario revisar nuevamente el marco teórico de este proyecto en busca de algún término que pueda funcionar como identificador, es así que nació "Códice".

Se escogió el término "Códice" debido a que era el nombre que llevaban las bitácoras de los cronistas que habían llegado hacia este nuevo mundo, en donde se registraba todo lo referente hacia los descubrimientos de este mundo andino. Por esa razón "Códice" es una nueva forma de ver el mundo ancestral andino a día de hoy, siendo los jóvenes los nuevos cronistas urbanos quienes llevarían la cultura a través de sus "objetos culturales".



La marca corresponde a un imagotipo, es decir a un identificador que combina un isotipo y un logotipo sin fusionarlos.

## ISOTIPO



El isotipo consiste en una abstracción de los tótems creados combinado con una chacana, dispuesto en una celda cuadrada para asemejar su apariencia a un tocapu.

Se utilizó una inclinación de 78° para mantener el dinamismo de la marca.

## LOGOTIPO



El logotipo se basó en marcas de productos y ropa urbana como: Vans, Supreme y Adidas.

Para diseñarlo se tomó de base la tipografía "Poppins Black", la cual se modificó con la inclinación de 78°, se agregaron celdas dispuestas de la misma manera que el isotipo para dar unidad a los 2 elementos y que así se puedan combinar.

El tagline utilizado "DISEÑO ANDINO", corresponde a la tipografía "Poppins Italic".

## POPPINS BLACK

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z**

**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z**

**0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

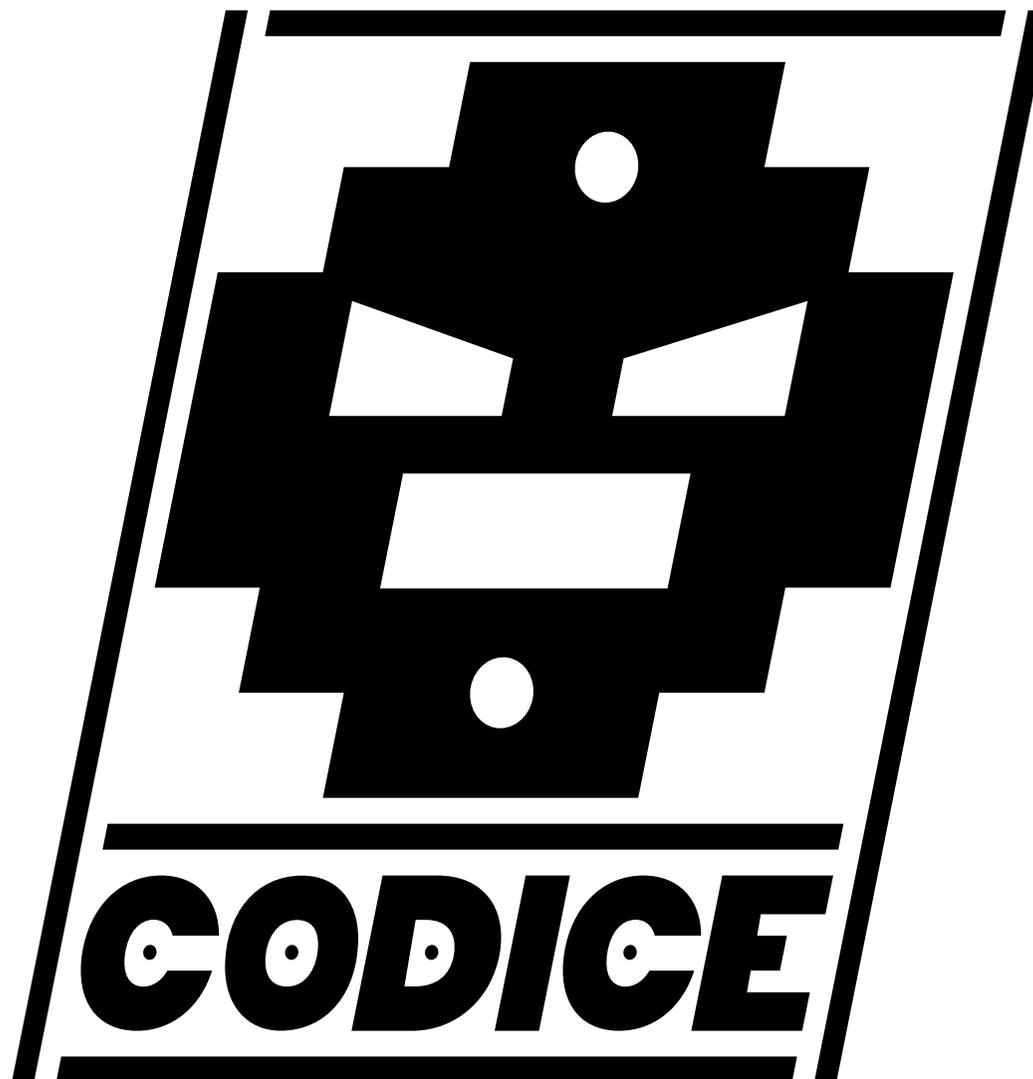
## POPPINS ITALIC

*A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z*

*a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z*

*0 1 2 3 4 5 6 7 8 9*

## RESULTADO



*DISEÑO ANDINO*

# 4.8 SISTEMA DE APLICACIÓN

Teniendo la gráfica lista se plantearon los soportes en los que se aplicaría, los cuales serían de 3 tipos: Textil, Papelería y Otros. Y dependiendo del soporte se aplicarían ciertos elementos, ya que el usar todos los elementos en ciertos objetos darían un exceso de información.

Los resultados se mostrarán solo a nivel de mockups debido a factores externos que dificultaron la producción física.

**Textil:** Camisetas, Hoodies, Gorras, Buffs

**Papelería:** Sketchbooks, Posters

**Otros:** Stickers, Parches, Calzado



## **TEXTIL**

	Totem	Lettering	Trama	Chacana
Camiseta	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	
Hoodie	<b>X</b>			<b>X</b>
Gorra	<b>X</b>		<b>X</b>	
	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	
Bufs	<b>X</b>		<b>X</b>	



## **PAPELERÍA**

	Totem	Lettering	Trama	Chacana
Sketchbooks	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	
	<b>X</b>		<b>X</b>	
Posters	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>



## **OTROS**

---

	Totem	Lettering	Trama	Chacana
Stickers	<b>X</b>			
Parches	<b>X</b>			
Calzado	<b>X</b>		<b>X</b>	



# 4.9

# COLECCIONES

Una vez realizados los mockups en los soportes planteados, estos se dividieron en colecciones de acuerdo a la deidad presentada. Fueron 4 colecciones:



# COLECCIÓN WIRACOCHA

---



IMAGEN 111.



IMAGEN 112.



IMAGEN 113.



IMAGEN 114.



IMAGEN 115.



IMAGEN 116.

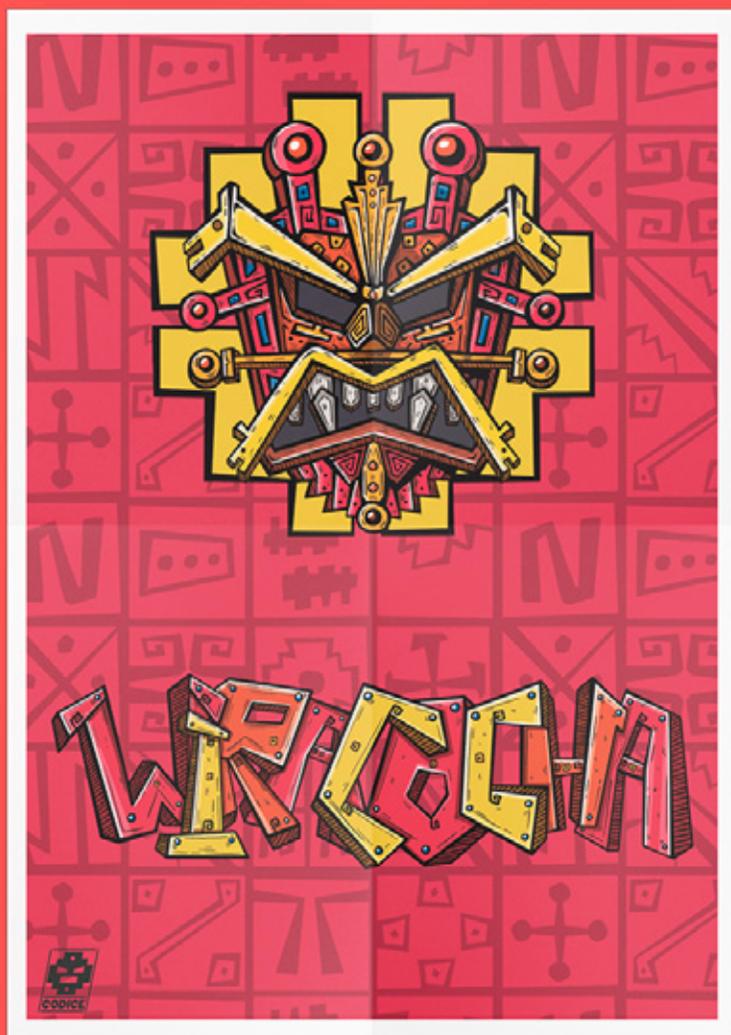


IMAGEN 117.



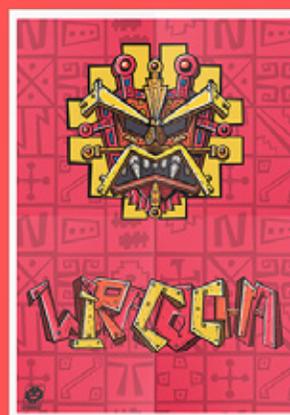
IMAGEN 118.



IMAGEN 119.



IMAGEN 120.



# COLECCIÓN MAMA QUILLA

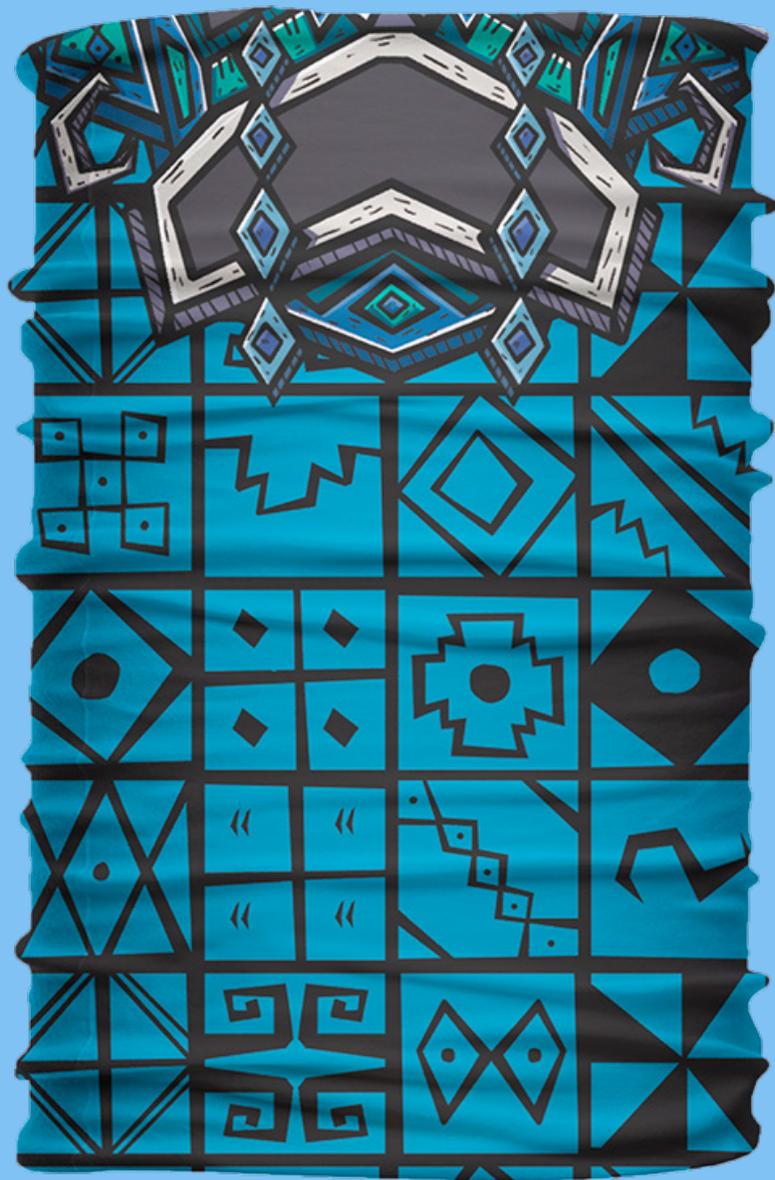
---



**IMAGEN 122.**



**IMAGEN 123.**



**IMAGEN 124.**



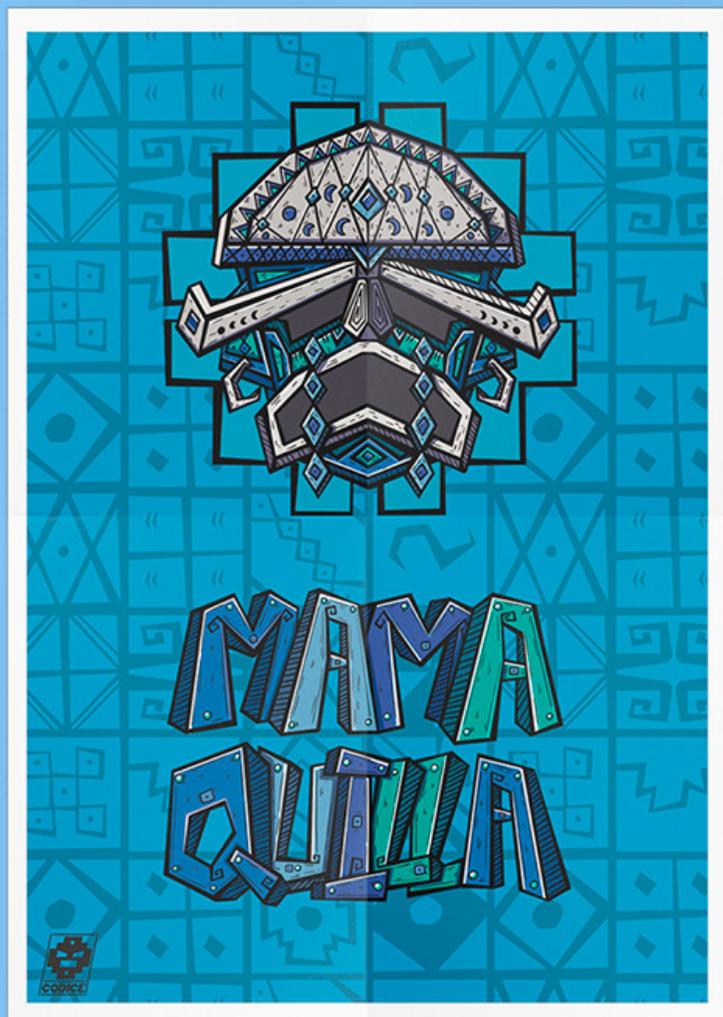
**IMAGEN 125.**



**IMAGEN 126.**



IMAGEN 127.



**IMAGEN 128.**



**IMAGEN 129.**



**IMAGEN 130.**



**IMAGEN 131.**



IMAGEN 132.

# COLECCIÓN INTI

---



IMAGEN 133.



IMAGEN 134.



IMAGEN 135.



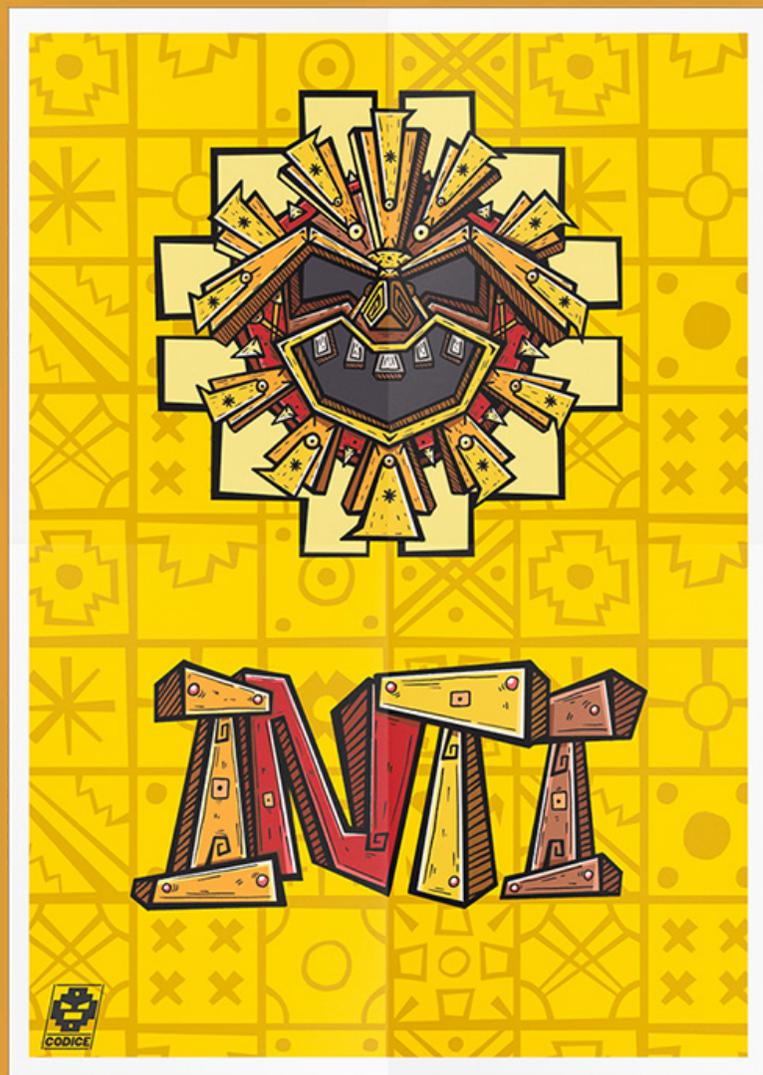
IMAGEN 136.



IMAGEN 137.



IMAGEN 138.



**IMAGEN 139.**



**IMAGEN 140.**



IMAGEN 141.



IMAGEN 142.



IMAGEN 143.

# COLECCIÓN PACHAMAMA

---



IMAGEN 144.



IMAGEN 145.



IMAGEN 146.



IMAGEN 147.



IMAGEN 148.



IMAGEN 149.



**IMAGEN 150.**



**IMAGEN 151.**



IMAGEN 152.



IMAGEN 153.

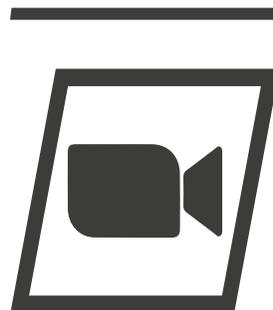


IMAGEN 154.

# 4.10 VALIDACIÓN

La validación del proyecto se realizó mediante 2 Focus Group, el primero con jóvenes que forman parte del target de 16 a 24 años. Y el segundo con profesionales de la ciudad de Cuenca dedicados al diseño y a la ilustración.

Estos se realizaron mediante videollamadas en la plataforma Zoom, debido a la incapacidad de reunirse de manera presencial.

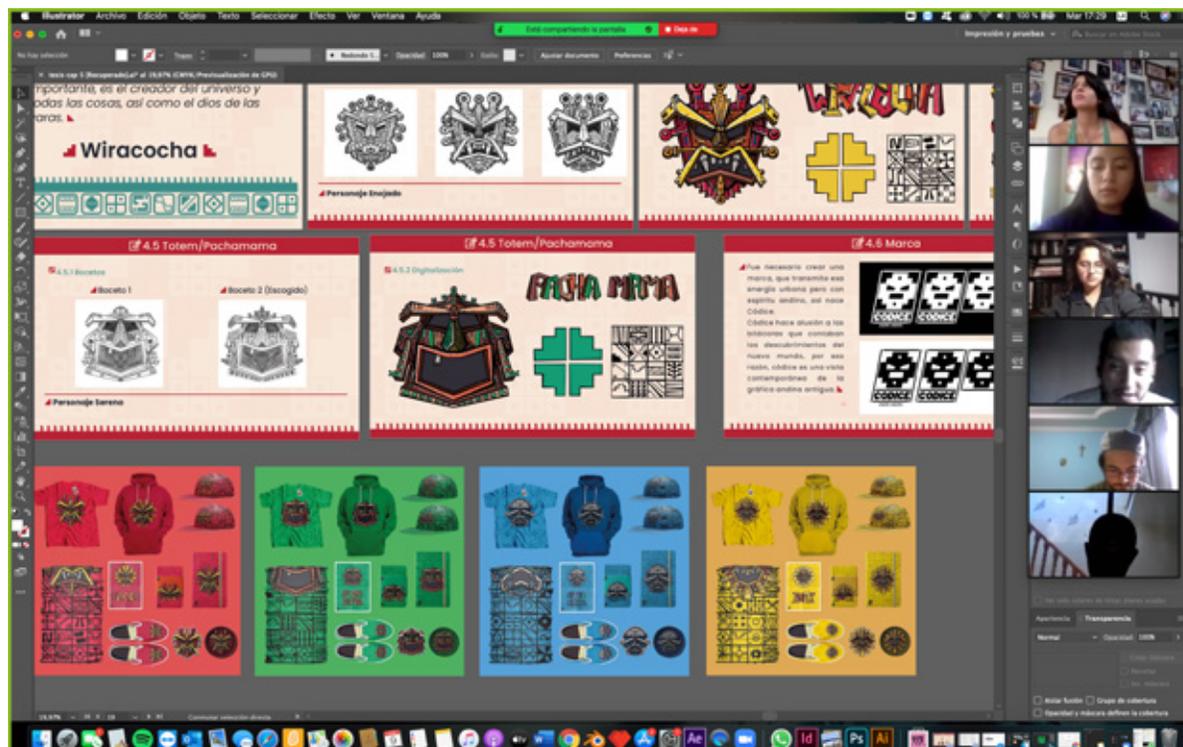


## 4.10.1 FOCUS GROUP TARGET

El primer Focus Group fue con 7 jóvenes que forman parte del target, primero se habló de manera general en que consistía el proyecto para poder contextualizar, seguido de eso se mostró la gráfica de manera separada y finalmente en los productos.

En general la respuesta fue bastante positiva, a los jóvenes les llamó bastante la atención como fue resuelta la gráfica y les llamó la atención la cultura andina que estaba plasmada en ella. Cabe recalcar uno de los comentarios que dijo uno de los chicos, el cual fue “a través de esta estética urbana estoy conociendo lo andino”, lo que resume toda la intención de este proyecto.

El grupo también recomendó ampliar el grado de difusión de estos productos hacia otros territorios andinos como Bolivia o Perú, ya que tendrían igual o más impacto.



**IMAGEN 155, Focus Group con Target.**

## 4.10.1 FOCUS GROUP PROFESIONALES

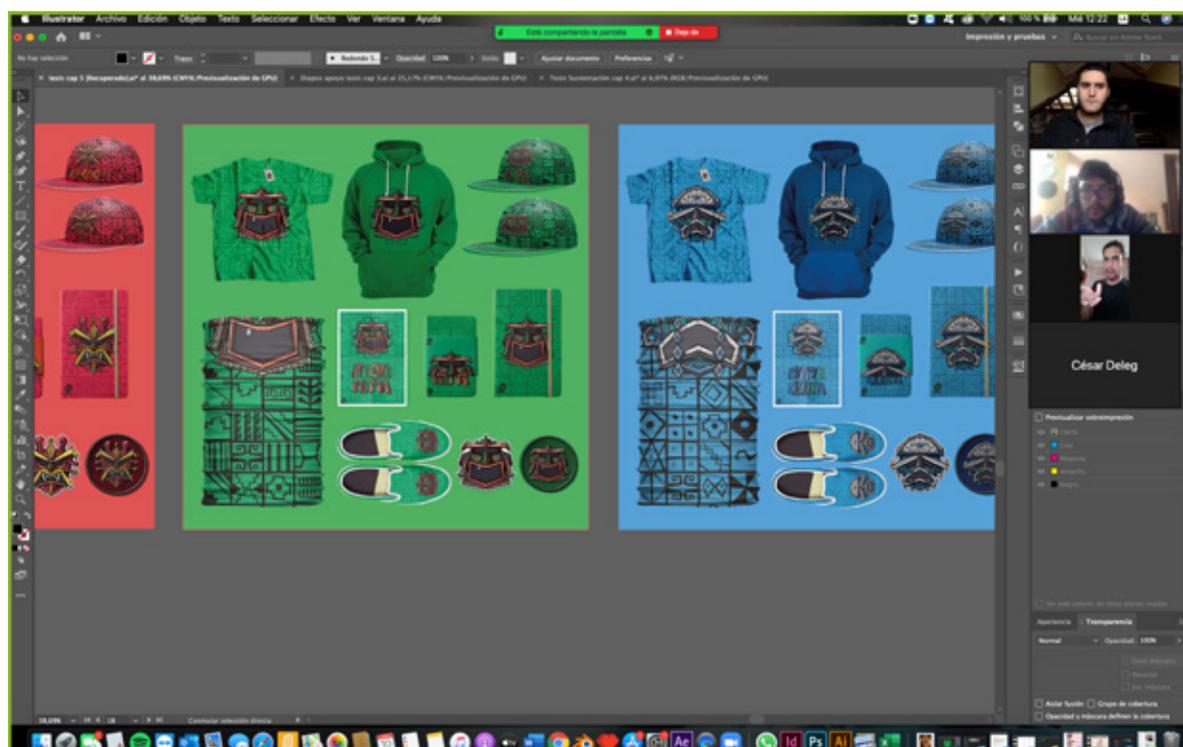
El segundo Focus Group fue con 3 profesionales del diseño e ilustración de la ciudad de Cuenca, los miembros del grupo fueron: el artista gráfico Diego Molina y los diseñadores Daniel Peña y César Déleg.

El proceso fue el mismo que con grupo anterior se mostró la gráfica separada y luego en los productos planteados.

Los miembros del grupo en general vieron bastante bien el proyecto, consideraban que el sistema funcionaba y se evidenciaba un proceso de investigación tanto andino como urbano. De igual manera las aplicaciones en los productos les parecía resueltos de manera correcta e interesante.

Debido a las experiencias de los participantes las recomendaciones dadas fueron mucho más puntuales y críticas, se mencionó que el equilibrio de color en las ilustraciones estaba un poco más inclinado hacia el negro y tonos oscuros, y sugerían no saturarlo más. Y también recomendaron cargar con más elementos el lettering.

Por criterio personal se decidió no tomar en cuenta estas recomendaciones por que se consideró que estaba bien resuelta la gráfica y por que fueron observaciones no muy grandes. Pero se tomarán en cuenta estas observaciones para futuros proyectos de índole similar.



**IMAGEN 156, Focus Group con Profesionales.**

# CONCLUSIÓN

A lo largo del desarrollo de este proyecto, se logró hacer un rescate de la cultura ancestral del territorio andino y adaptarlo a estos tiempos modernos. El proceso no fue sencillo, hubo que entender como era la visión de esos pueblos antiguos y cómo la gráfica influía en estos. Por otro lado se entendió cómo funcionaba la tendencia gráfica del Street art y cómo los jóvenes la utilizaban para plasmar su propia cultura a través de varias técnicas.

El resultado obtenido en este proyecto de tesis fue bastante grato, luego de haber explorado varias posibilidades y haber hecho prueba/error, finalmente se logró plantear una posible solución al problema identitario que tienen las personas más jóvenes en estos tiempos modernos de la ciudad de Cuenca, es satisfactorio saber que el resultado es innovador en el medio ecuatoriano y que el proyecto muy posiblemente siga siendo enriquecido a futuro, llegando a convertirse en algo más grande.

Para concluir, se ha demostrado que la gráfica andina no ha muerto, únicamente necesitaba ser acogida por una tendencia actual como el Street Art para que pueda resurgir y transmitir sus conocimientos al resto de la sociedad.



# RECOMENDACIONES

---

Debemos recordar de dónde venimos, la tradición antigua es algo que no se debe perder. Pero esto no quiere decir que el pasado debe quedarse atrás, se tiene que sacar lo mejor del pasado para que hoy en día pueda funcionar, y en medios como el diseño gráfico y la ilustración aprovechar estos recursos puede dotar de personalidad a cualquier trabajo.

Por lo que se invita a cualquier persona que lea esta tesis, a buscar y aprender de donde viene, para rescatar lo mejor de ese pasado y usarlo en la vida moderna.

No podemos detener el avance del mundo y dejar de mirar hacia el futuro, pero siempre será bueno dar un vistazo al pasado.



# BIBLIOGRAFÍA

---

- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. Nueva York: Basic Books.
- Cevallos, R. (2005). ¿Cultura y Desarrollo? ¿Desarrollo y Cultura? Cuadernos PNUD, 62.
- L., O. L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Universidad Externado de Colombia*, 73-74.
- Stuart Hall, P. D. (2003). *Cuestiones de identidad cultural*. España: Amorrortu Editores.
- Flores, M. (2007). La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible. *Revista Opera*, (7),35-54., 36.
- Flores, I. (2005). Identidad cultural y el sentimiento de pertenencia a un espacio social : una discusión teórica. *La Palabra y el Hombre*, 41-48.
- ROSAS MANTECÓN, A. (1993). Globalización cultural y antropología. *Alteridades*, 3(5),79-91, 79.
- Parratt, S. F. (2002). La Glocalización de la Comunicación. *ÁMBITOS*. No 7-8. 2o, 159.
- Elena, G.-M. T. (2015). *DISEÑO DE ICONOS Y PICTOGRAMAS*. Campgràfic Editors, SL.
- ABDULLAH. R. & HUBNER, R. (2006). *Pictograms, Icons & Signs: A Guide to Information Graphics*. Londres: Thames & Hudson London.
- Velasco Aranda, R. (2017). *La ilustración gráfica aplicada al diseño: La práctica de la ilustración en la artesanía y el diseño*. Granada: Universidad de Granada.
- Dalley, T. (1981). *Guía completa ilustración y diseño, técnicas y materiales*. Herman Blume Ediciones.
- Galabay, J. P. (2013). *Análisis de los rasgos gráficos de la Cultura Cañari. Creación de familias tipográficas*. Riobamba.
- Casicana, L. A. (2013). Aspectos de la cosmovisión andina en la serie de kukayus pedagógicos del Sistema de Educación Intercultural Bilingüe del Ecuador en comparación con la visión occidental moderna . Quito.
- Fischer, E. (2011). LOS TEJIDOS ANDINOS, INDICADORES DE CAMBIO: APUNTES SOBRE SU ROL Y SIGNIFICADO EN UNA COMUNIDAD RURAL. *Chungara, Revista de Antropología Chilena*, 267-282 .
- D'Amico, L. (1991). ARTESANIA E IDENTIDAD CULTURAL: UNA CUESTION DE HISTORIA, IDEOLOGIA Y ELECCION. *Revista , NSTITUTO OTAVALEÑO DE ANTROPOLOGIA*, 61.
- Cereceda, V. (2010). SEMIOLOGÍA DE LOS TEXTILES ANDINOS: LAS TALEGAS DE ISLUGA. *Chungara, Revista de Antropología Chilena*.
- CRUZ, F. A. (2018). "APLICACIÓN DE LA SERIGRAFIA EN LA REPRODUCCIÓN DE ICONOS PRECOLOMBINOS SOBRE PAPEL ARTESANAL, PARA REVALORIZAR LA CULTURA PURUHÁ EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA" . Cuenca: UNIVERSIDAD DE CUENCA.
- Portillo, L. (20 de Marzo de 2010). Historia de los Pueblos. Obtenido de Religión Inca: <https://www.historiacultural.com/2010/03/dioses-religion-inca.html>
- Silva, D. V. (2008). Los Tokapu, Graficación de la Emblemática Inka. Murillo: Producciones CIMA.
- PETER, E. (2004). Los tocapus reales en Guamán Poma: ¿una heráldica incaica? *Boletín de arqueología PUCP*, 305-323.
- Rengifo, M. G. (2018). La Chakana y los saberes ancestrales del Pueblo Kayambi. Quito.
- Mikulska, K. (2017). ¿El dios en mosaico? La composición de la imagen de la deidad en los códices adivinatorios. *Trace (Méx. DF) no.71*.
- Olmos, A. (22 de Diciembre de 2005). El 'Códice Murua', descripción de los incas del Perú escrita por un monje guipuzcoano en 1590, llega a Donostia. [EUSKALKULTURA.COM](http://EUSKALKULTURA.COM).
- Rosado Rodrigo, P. (2015). *Street Art en acción: del graffiti artesanal al soporte digital*.
- Ceniceros, M. A. (2017). Nuevas formas de street art: una aproximación desde la teoría de los campos. *Iztapalapa Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*.
- Lage, M. C. (2009). Intervenciones urbanas en la ciudad global.El caso del stencil en Buenos Aires (2000-2007). *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*.
- Avalos, A. (2017). *ArteconAles*. Obtenido de Hablemos de graffiti, street art y muralismo contemporáneo: <https://arteconales.com/graffiti-street-art/>
- Salas, J. M. (2019). *La Naturaleza Disidente Y De Resistencia Del Cartel Y El Esténcil En La Bogotá Contemporánea*. Bogotá.
- Sánchez, S. (2018). *Grafiti y street art, dos formas de mirar la ciudad*. Bogotá.
- Hernández, A. (29 de Junio de 2014). Proyecto Duas. Obtenido de ¿Qué es el Wildstyle?: <https://proyectoduas.com/2014/06/29/estilo-del-mes-wildstyle/>
- Moles, C. B. (2016). Significación discursiva del uso del lettering en las gráficas publicitarias. *Castellón de la Plana*.
- Quinatoa Cotacachi, E. (2013). *Representaciones ancestrales y colores del cosmos: Diseños de los platos del Carchi*. Quito: Ministerio de Cultura y Patrimonio.

# ANEXOS

## Abstract of the project

**Title of the project** Adaptation of the Andean graphic to the Street Art trend for identity rescue in Cuenca.

**Project subtitle**

**Summary:** One of the biggest problems we have as a society is the lack of our own ancestral cultural identity. Due to globalization, our culture has become internationalized and massified, identifying us more with foreign elements. This situation does not have to be a problem, it can be an opportunity to adapt the ancient culture to the current world, thus creating a new way of seeing and appreciating it so that it becomes part of our identity again. Based on graphic design and illustration, this project seeks to create a graphic line based on Andean ancestral culture fused with the current trend of street art, to create graphic products that can be used in everyday life.

**Keywords** illustration, andean, deities, urban, merchandising, symbology, ancestral, culture, graphic line.

**Student** MONCAYO GUIJARRO JOSÉ RICARDO

C.I. 0105209407

**Código:** 81311

**Director** Tripaldi Proaño Toa Donatela

**Codirector:**

Para uso del Departamento de Idiomas >>>

**Revisor:** Valdiviezo Ramirez Esteban



**Nº. Cédula Identidad**

0102798261

