



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

FACULTAD DE
**DISEÑO
ARQUITECTURA
Y ARTE**

Diseño de un producto editorial interactivo y de una línea de souvenirs, para ayudar a recuperar la identidad de personajes históricos urbanos de Cuenca.

PROYECTO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE
DISEÑADOR Y DISEÑADORA GRÁFICA

AUTORES:

Camila Alejandra León Ríos
Sebastián Geovany Segarra Machicela

DIRECTORA:
Dis. Toa Tripaldi

CUENCA - 2021

Dedicatoria

Camila León Ríos:

Dedicó este proyecto a mi querido abuelo, Luis Eduardo que pese a que ya no esta conmigo, siempre ha sido mi fuerza para salir adelante y a mi primo, Nicolás, que me enseñó que en la vida hay muchos obstáculos, que con voluntad se pueden superar. Les dedicó todo este esfuerzo ya que han llegado a ser una parte importante en el largo y arduo camino de formación no solo como profesional sino como persona, siendo la motivación más grande para culminar una etapa más de mi vida con éxito.

Sebastián Segarra:

Dedico con mucho cariño principalmente a mis padres y a mi querido hermano que han estado conmigo en todo momento, también dedico este proyecto a mis abuelos que siempre estuvieron conmigo dándome valor y fuerza para llegar hasta este último ciclo, a mis tios y tias que con su cariño tan especial lograron forjar en mí un hombre que no es fácil de rendirse.

Agradecimiento

Camila León Ríos:

Estoy muy agradecida con mi madre, Maribel por ser la luz en los días oscuros; a mi hermana y cuñado, Débora y David, por ser un apoyo incondicional y por la motivación en los momentos de incertidumbre; a mi hermana Johanna que pese a las peleas siempre me acompaño muy de cerca en cada proyecto brindándome su amor y sus buenas energías y como olvidárme de mis queridos compañeros, amigos y próximamente colegas: José André Barreiro, Isabel Ochoa y Doménica Molina por acompañarme en las largas horas de trabajo interminables que entre risas y diversión todo se acababa más rápido y con tranquilidad.

Sin embargo, no puedo dejar de lado a todos los docentes que me brindaron una sonrisa cálida en medio de la tormenta y el apoyo incondicional, disfrazado de regaño, durante mi vida universitaria. Pero, sobre todo quiero dar un agradecimiento especial a quien compartió con nosotros el sueño de culminar este proyecto con éxito, mi guía y tutora, Toa Tripaldi.

Sebastián Segarra:

Gracias por todo padres Jenny y Geovanny por darme una carrera para mi futuro y por creer en mí, aunque hemos pasado momentos muy difíciles siempre han estado apoyándome y brindándome todo su amor, por todo esto les agradezco de todo corazón el que estén conmigo a mi lado, por último quiero dar las gracias a Tomás Segarra mi hermano que más que hermano mi mejor amigo de toda la vida, siempre compartiendo los mejores momentos que ofrece la vida; a Raúl Segarra que me enseñó a dar siempre lo mejor de mí y a no rendirme pese lo malo que este la situación; a mi tía Gladis y Ruth por estar en todo momento siempre buscando mi felicidad, gracias Lupe, Florencia Jeostin, Vannesa, Willian, Fernando y mis queridos primos por haber confiado plenamente en mis esfuerzos para llegar a obtener este logro tan importante en mi vida.

Índice de Contenidos

Dedicatorias	4	1.9 Ilustración	26
Agradecimientos	5	¿Qué es?	
Índice de Contenido	6	¿Por qué es importante?	
Índice de Imágenes	8	Diseño de personajes	
Resumen	10	Arquetipos de personalidad	
Abstract	11	- Proporciones	
Objetivos	12	- Canon	
- General		1.10 Narrativa	28
- Objetivos		1.11 Interactividad	29
Introducción		¿Qué es?	
13		¿Cómo utilizar?	
CAPÍTULO 1	15	1.12 Productos promocionales	30
1.1 Cultura	17	¿Qué es?	
1.2 Patrimonio Cultural	18	¿Por qué es importante?	
¿Qué es?		1.13 Entrevistas	31
Clasificación		Gabriela Eljuri	
1.3 Patrimonio Cultural Intangible	19	Edgar Reyes	
¿Qué es?		Diego Suárez	
Clasificación		Esteban Torres	
¿Por qué es importante?		1.14 Homólogos	34
1.4 Identidad	20	Homólogos del Libro	
¿Qué es?		- Forma	35
¿Por qué es importante?		- Función	36
1.5 Pérdida de Cultura	21	- Tecnología	37
¿Qué pasa con la pérdida de cultura?		Homólogos de Souvenirs	
¿Por qué es importante?		- Forma	38
1.6 Cultura Intangible en Cuenca	22	- Función	39
¿Qué pasa en Cuenca?		- Tecnología	40
Personajes que tiene Cuenca		1.15 Conclusión	41
1.7 Diseño Editorial	23	CAPÍTULO 2	43
¿Qué es?		2.1 Target	45
¿Por qué es importante?		Variables Geográfica	
Elementos básicos		Variables Sociodemográficas	
Clasificación		Variables de Conducta	
1.8 Tipografía	25	Variables Psicológicas	
¿Qué es?		Persona Design	
¿Por qué es importante?		2.2 Partidos de Diseño	48

Forma (Libro y Souvenirs)		- Agenda	116
Función (Libro y Souvenirs)		- Cojín	117
Tecnología Libro		- Gorra	118
Tecnología Souvenirs		- Calcetines	120
2.3 Mix de Marketing	50	- Porta mouse	121
Libro (Producto)		- Case	122
Souvenirs (Producto)		- Etiquetas	123
Precio, plaza y promoción (Libro y Souvenirs)		- Packaging	124
CAPÍTULO 3	53	4.2 Validación	125
3.1 Ideación	55	4.3 Conclusiones	127
Libro		4.4 Recomendaciones	128
- 10 Ideas	56	ANEXOS	131
- 3 Ideas	59	- Abstract	133
Souvenirs	60	- Entrevista Esteban	134
CAPÍTULO 4	63	- Entrevista Diego	135
4.1 Línea Gráfica	65	- Entrevista Gabriela	136
Variables y Constantes		- Validación	137
Cromática	66	Bibliografía	139
Tipografía	67		
Identificador	68		
Narrativa	70		
Arquetipos	80		
- Diseño de personajes			
Ilustración	82		
- Proporciones			
- Canon			
- Características de la ilustración			
Bocetaje	86		
Diagramación	94		
PopUp	100		
Souvenirs	110		
- Sudadera	111		
- Mascarilla	113		
- Llavero	114		
- Porta vaso	115		

Índice de Imágenes

Imagen 1: <https://n9.cl/2fozd>

Imagen 2: <https://n9.cl/z1uy>

Imagen 3: <https://n9.cl/1sm35>

Imagen 4: <https://n9.cl/y7rkt>

Imagen 5: <https://n9.cl/e6in5>

Imagen 6: <https://www.facebook.com/photo?fbid=10224681293716661&set=ecnf.1140524189>

Imagen 7: <https://www.facebook.com/photo?fbid=2479788618706813&set=a.155363631149335>

Imagen 8: <https://www.facebook.com/uazuay>

Imagen 9: <https://www.facebook.com/photo?fbid=10158960026106564&set=a.428311481563>

Imagen 10: Foto tomada por los autores

Imagen 11: <https://n9.cl/w4usz>

Imagen 12: Imagen tomada por los autores

Imagen 13: <https://www.shopdisney.es/sudadera-con-capucha-reversible-infantil-world-of-pixar-disney-store-2401049220037M.html?cgid=2000700>

Imagen 14: <https://www.tinastore.fun/products/pusheen-hoodie-cute-harry-pawter-long-sleeve-pullover-tops-hoodie-for-womens>

Imagen 15: https://ae01.alicdn.com/kf/HTB166Q-Me9SD3KVjSZFKq6z10VXa8/Harajuku-Sudadera-con-capucha-para-mujer-Jap-n-ukiyo-e-gato-estampado-hip-hop-Hoodie-vestido.jpg_q50.jpg

Imagen 16: <https://n9.cl/cvfhcn>

Imagen 17: <https://n9.cl/quwel>

Imagen 18: <https://n9.cl/2xo53>

Imagen 19: <https://n9.cl/d6h5d>

Imagen 20: <https://n9.cl/5zc1>

Imagen 21: <https://n9.cl/npcym>

Imagen 22: <https://www.hola.com/decoracion/2017032992855/tecnicas-especiales-colorear-mandalas-hk/>

Imagen 23: Foto tomada por los autores

Imagen 24: <https://www.publicsectorexecutive.com/Service-transformation/bringing-order-to-chaos>

Imagen 25: <https://n9.cl/npcym>

Imagen 26: <https://pekeleke.es/libros/el-gran-libro-de-los-juegos-mentales/>

Imagen 27: <https://n9.cl/tmsxb>

Imagen 28: <https://latam.kaspersky.com/resource-center/definitions/what-is-a-qr-code-how-to-scan>

Imagen 29: <https://n9.cl/170nz>

Imagen 30: <https://n9.cl/cr49>

Imagen 31: Composición de los autores

Imagen 32: Canon de los autores

Imagen 33: <https://n9.cl/j6jud>

Imagen 34: <https://www.instagram.com/p/B-63QVhI7Db/>

Imagen 35: <https://www.instagram.com/p/B8Oxk58nCgt/>

Imagen 36: <https://www.instagram.com/p/CJEbY2BDhCS/>

Imagen 37: https://www.instagram.com/p/B4vXwwiBBW_/

Imagen 38: <https://n9.cl/2pqb0>

Imagen 39: <https://n9.cl/wlop8>

Imagen 40: <https://n9.cl/lejsq>

Imagen 41: <https://n9.cl/blfs9>

Imagen 42: <https://n9.cl/zydju>

Imagen 43: <https://n9.cl/r52ah>

Imagen 44: <https://n9.cl/rjj3>

Imagen 45: Boceto a lápiz

Imagen 46: Boceto a color

Imagen 47: Personaje Final

Imagen 48: Boceto a lápiz

Imagen 49: Boceto a color

Imagen 50: Personaje final

Imagen 51: Personaje final

Imagen 52: Personaje final

Imagen 53: Personaje final

Imagen 54: Personaje final

Imagen 55: Personaje final

Imagen 56: Personaje final

Imagen 57: Imagen de producto editorial

Imagen 58: Imagen de producto editorial

Imagen 50: Imagen de producto editorial

Imagen 60: Imagen de producto editorial

Imagen 61: Imagen de producto editorial

Imagen 62: Imagen tomada por los autores

Imagen 63: Ilustración lugar

Imagen 64: Imagen tomada por los autores

Imagen 65: Ilustración lugar

Imagen 66: Imagen tomada por los autores

Imagen 67: Ilustración lugar

Imagen 68: Imagen tomada por los autores

Imagen 69: Ilustración lugar

Imagen 70: Imagen tomada por los autores

Imagen 71: Ilustración lugar

Imagen 72: Imagen tomada por los autores

Imagen 73: Ilustración lugar

Imagen 74: Imagen tomada por los autores

Imagen 75: Ilustración lugar

Imagen 76: Imagen tomada por los autores

Imagen 77: Ilustración lugar

Imagen 78: imagen tomada por los autores

Imagen 79: Imagen tomada por los autores

Imagen 80: Imagen tomada por los autores

Imagen 81: Imagen tomada por los autores

Imagen 82: Imagen tomada por los autores

Imagen 83: boceto pop up

Imagen 84: MockUps sudaderas

Imagen 85: MockUps mascarillas

Imagen 86: MockUps llaveros

Imagen 87: MockUps porta vasos

Imagen 88: MockUps agendas

Imagen 89: MockUps cojines

Imagen 90: MockUps gorras

Imagen 91: MockUp gorra

Imagen 92: MockUps medias

Imagen 93: MockUps porta mouses

Imagen 94: MockUps Case

Imagen 95: Validación

Imagen 96: Foto tomada por los autores

Resumen

Uno de los grandes problemas que se tiene como sociedad es la pérdida de cultura pues debido a la globalización estas se han internacionalizado, identificándose más con personajes extranjeros que con propios. Figuras populares de nuestra ciudad se opacan debido a la falta de interés que tiene la sociedad cuencana por conocerlos. Mediante el uso de teorías como el Diseño Editorial y la Ilustración Gráfica, se busca que los personajes populares urbanos de Cuenca regresen a ser parte de la identidad de la ciudad. Este proyecto propone crear un producto editorial y una línea de souvenirs de los personajes populares cuencanos.

Abstract

One of the greatest problems that we have as a society is the loss of culture because due to globalization these have become international, identifying more with foreign characters than with their own. Popular figures of our city are overshadowed due to the lack of interest that Cuenca society has in knowing them. Through the use of theories such as Editorial Design and Graphic Illustration, it was sought that the popular urban characters of Cuenca return to be part of the identity of the city. This project proposes to create an editorial product, a line of souvenirs of popular Cuenca characters.

Objetivos

Objetivo General:

Aportar al conocimiento y la valorización de los personajes representativos de la ciudad de Cuenca, mediante la generación de un libro interactivo ilustrado y una línea de souvenirs, para que las nuevas generaciones tengan conocimiento de la cultura local.

Objetivos Específicos:

- Diseñar una línea gráfica de los personajes representativos de la cultura cuencana.
- Generar un libro ilustrado interactivo de los personajes y su historia.
- Diseñar una línea de souvenir sobre los personajes cuencanos.

Introducción

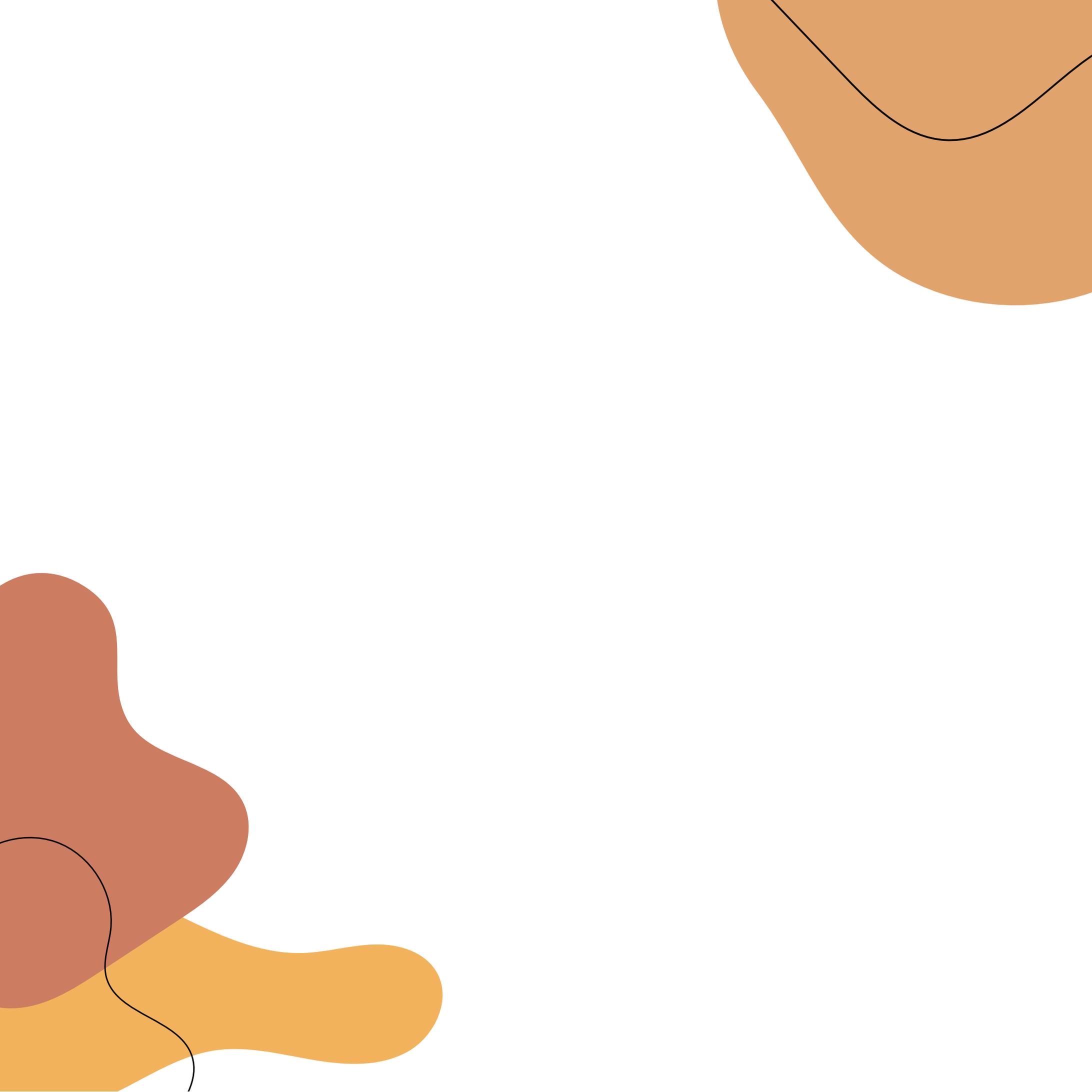
Este proyecto trata de evidenciar la pérdida de identidad del patrimonio cultural inmaterial de los jóvenes de la ciudad de Cuenca. La globalización ha hecho que la ciudad pierda mucho de su cultura, ya que adopte tendencias extranjeras para su día a día.

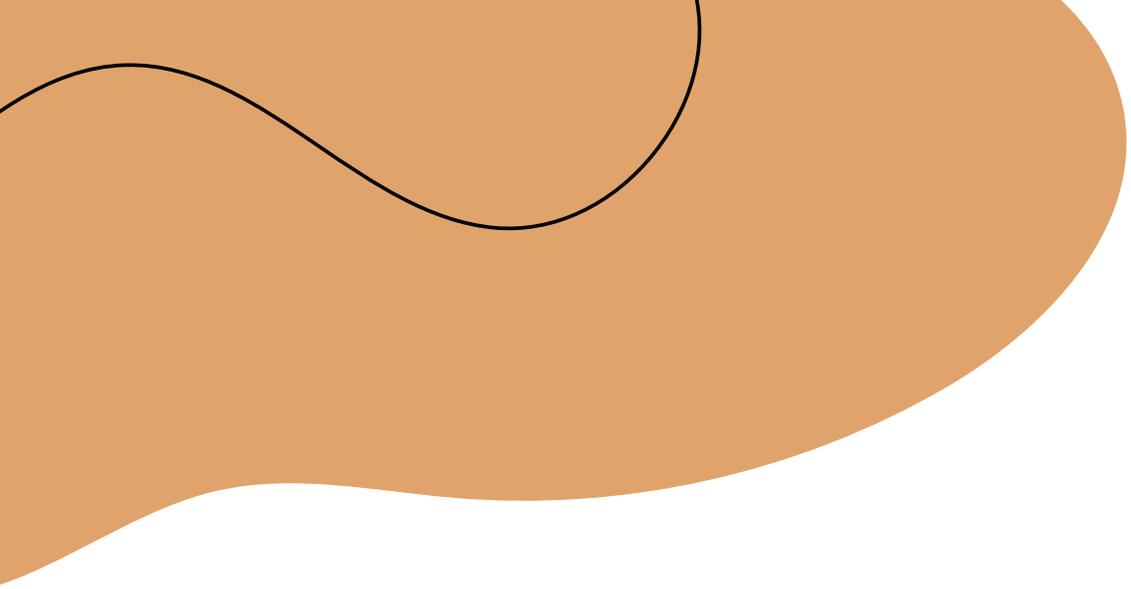
El primer capítulo del proyecto describe al marco teórico, es decir, que habla sobre el conocimiento previo que se debe tener para resolver la problemática planteada. En donde se comienza definiendo lo que es cultura y patrimonio y como estos han sido afectados a causa de la globalización. Además, diseño editorial, ilustración y productos de promoción.

El segundo capítulo contiene el target al que va dirigido, los partidos de diseño que se dividen en forma, función y tecnología los cuales cumplen con determinación y la utilidad del producto ; y el plan de negocios y cómo se estructura cada uno de los productos dentro de la plaza, precio y promoción.

El tercer capítulo se refiere a la fase de ideación de los productos gráficos, en donde se dio una lluvia de ideas en relación al diseño, patrimonio cultural inmaterial y los diferentes souvenirs que se pueden usar para de esa manera obtener ideas que se combinarán entre ellas para que la solución gráfica logre cumplir con los objetivos planteados.

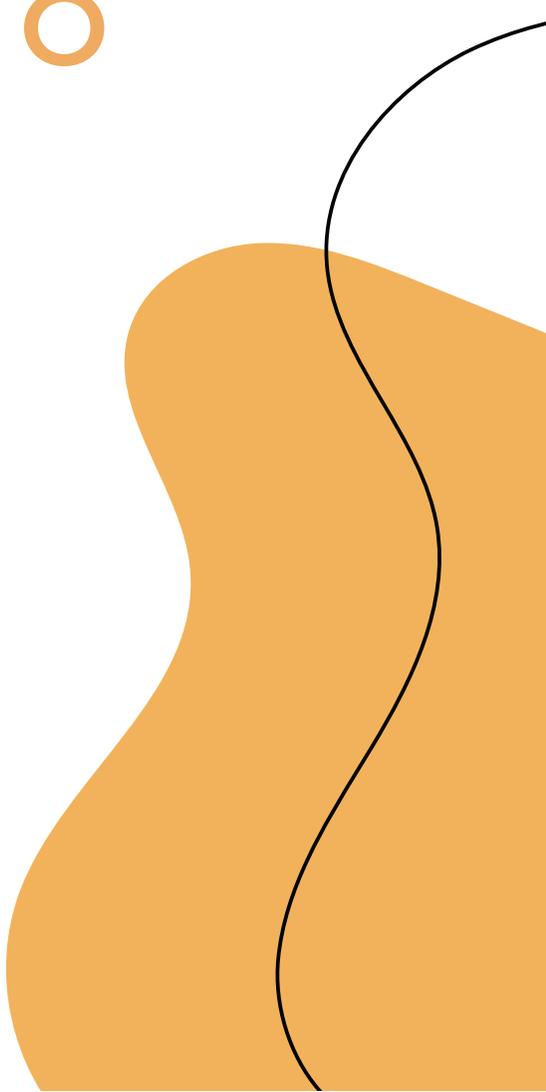
En el cuarto y último capítulo se habla sobre el proceso de diseño de los productos gráficos planteados, desde la creación de una línea gráfica hasta la justificación de los elementos que se utilizaron, pasando por una fase de bocetación, prueba y error hasta conseguir el resultado final, todo esto para ser aplicado en el producto editorial y la línea de souvenirs. Estos resultados son sometidos a una validación por parte del target de la ciudad de Cuenca, para saber si estos resultados fueron correctos, y de esa manera saber que el proyecto ha logrado cumplir con los objetivos planteados.





CAPÍTULO 1

MARCO TEÓRICO



CULTURA

La cultura ha sido planteada desde tiempos antiguos, y a través del tiempo el concepto de la misma ha ido tomando más fuerza y mucha más prioridad dentro del mundo, tomar en cuenta cada uno de los elementos principales de la cultura y trabajar en cada uno de ellos, es lo que ha causado que hoy en día existan diferencias entre una entidad y otra, los modos de vida han ido cambiando y la cultura se ha llevado de una generación a otra, por ello estudiar la misma comprende distinguir las construcciones establecidas.

Según Peiró (2020), se entiende que cultura es una agrupación de rasgos y conocimientos que permiten dar una distinción a cada sociedad. Con el paso del tiempo este término cambió y se le ha dado distintos significados, se usaba para demostrar que las personas tenían un juicio crítico de cierto tema, los modos de vida y cada costumbre representativa de una sociedad. Elementos principales que la integran:

- Creencias: Ideas que generan un comportamiento.
- Normas: Se han creado varias reglas las cuales tienen que ser cumplidas por la sociedad en la que se establecieron.

- Valores: Se comparten entre todo el grupo.

- Lenguaje: Sirve para comunicarse y para que nuevas generaciones conozcan conocimientos de sus antepasados.

- Símbolos: Representa un significado en específico dentro del contexto en el que se creó.

- Tecnología: Ayudan a favorecer y mejorar el trabajo de las personas.

- Identidad: Diferencia a cada una de las sociedades que están dentro del mundo.

Si se da una mirada mucho más profunda, se debe entender según Guerrero Arias (2002) que la cultura es una “construcción” humana, y que la misma es una herencia social diferente de nuestra herencia orgánica, es decir, que al hablar de cultura también hablamos de diversas características que nos hacen convivir en sociedad.

PATRIMONIO CULTURAL



Imagen 1

Se debe mencionar también que dentro del tema Patrimonio Cultural, se dan a conocer dos aspectos puntuales, y es que, el patrimonio es precisamente creación-invencción y construcción social, ambos presentan una muestra clave de la valorización que las personas dan a lo que se crea y a lo que se simboliza.

Según la Unesco se debe entender que el conjunto de bienes y creencias que fueron heredados se los reconoce como Patrimonio Cultural, estos están vinculados con su identidad social y cultural (2016).

Los patrimonios que fueron elegidos para el desarrollo y construcción de este proyecto de graduación están basados en la problemática antes expuesta:

- Patrimonio Histórico
- Patrimonio Nacional
- Patrimonio Intangible
- Patrimonio Tangible
- Patrimonio Natural
- Patrimonio Cultural
- Patrimonio en Derecho

PATRIMONIO CULTURAL INTANGIBLE

La ciudad se volvió muy grande por la riqueza que ganó con muchos conocimientos y fortaleza de una comunidad muy sólida.

“El patrimonio inmaterial abarca los procesos adquiridos por las personas junto con las competencias y la creatividad heredadas y que continúan desarrollándose, los productos que manufacturan, los recursos, el espacio y otras dimensiones de corte social y natural necesario para que perduren e inspiren dentro de sus comunidades, un sentimiento de continuidad y nexos con las generaciones precedentes; ello revierte en una importancia crucial para la identidad, salvaguardia, diversidad cultural y creación de la humanidad” (Malona, 2007)(p,73).

Olga (2007), también dice que la importancia de esto radica en la transmisión de conocimientos y técnicas que fueron creadas en una sociedad y es igual de

importante en todas las culturas del mundo. Por ello se creó una clasificación para poder identificarlas de mejor manera.

El valor del patrimonio cultural intangible se vuelve entonces, una herencia de las sociedades que buscan que las siguientes generaciones se enfaticen en mantener dichos procesos, y así se pretenda dar sostenibilidad a la diversidad cultural.

Para mantener el patrimonio intangible, es necesario, que la sociedad se interese y se preste para conocer cada uno de los elementos que lo componen, si el patrimonio intangible se pierde también se perderá la sociedad, por ello la importancia de mantener este patrimonio y darle vida a través del tiempo.

IDENTIDAD

Sánchez (2001) dice que la identidad está ligada con un sentido de pertenencia de distintos grupos por medio de símbolos que ayudan a la interacción con las personas que están dentro del mismo contexto y con las que se tienen en común ciertas características.

Por otro lado, Eljuri (2021) habla de que los seres humanos necesitamos de estas nociones de pertenencia y de diferencia. Somos seres sociales y como seres sociales necesitamos sentir que pertenecemos a determinado grupo, ya sea de género, etnia, etc.



Imagen 2

PÉRDIDA DE LA CULTURA O IDENTIDAD

Se debe revalorizar tanto la identidad como la cultura, impulsar y promover maneras de que a las mismas se les de la importancia que merecen, ambas hacen que cada individuo, cada sociedad y cada grupo tengan sus diversas características propias, y que de la misma manera se puedan mostrar al mundo para crear un reconocimiento de unos con otros.

Se puede entender, según Eljuri (2021), que la identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior. De acuerdo con estudios antropológicos y sociológicos, la identidad surge por diferenciación y como reafirmación frente al otro. Aunque el concepto de identidad trasciende las fronteras (como en el caso de los emigrantes), el origen de este concepto se encuentra con frecuencia vinculado a un territorio. El tema cultural es tratado desde varios aspectos: el económico, donde la cultura se vincula al mercado y al consumo y se manifiesta en las llamadas industrias culturales (empresas editoras, casas de música, televisión, cine, etc.); el humano, donde la cultura juega un papel de cohesión social, de autoestima, creatividad, memoria histórica, etc.; el patrimonial, en el cual se encuentran las actividades y políticas públicas orientadas a la conservación, restauración, puesta en valor, uso social de los bienes

patrimoniales, etc.

La identidad no se pierde ni se gana, la identidad es algo que se transforma, la identidad es como una alcachofa llena de hojas que se superponen, hay múltiples identidades consistente en el mismo territorio. La identidad es un constructo que siempre está en proceso y cambiando.

De igual manera dice que la identidad sólo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural, que existe de antemano y su existencia es independiente de su reconocimiento o valoración. 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. Dicha identidad implica, por lo tanto, que las personas o grupos de personas se reconocen históricamente en su propio entorno físico y social, y es ese constante reconocimiento que le da carácter activo a la identidad 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.

*“La pertenencia y diferencia siempre va con la identidad”
(Eljuri, 2021)*

CULTURA INTANGIBLE EN CUENCA

¿Qué pasa en Cuenca?

Con el boom de la modernidad en el siglo XV, muchas cosas en los aspectos culturales tanto tangibles como intangibles se están desvaneciendo lentamente hasta llegar al punto de que se extinguirá todo ese conocimiento, creencias, costumbres y personajes importantes y de esa manera se deja de un lado el valor identitario que se tenía en antaño. Sin embargo, las personas han construido y se han adaptado a la contemporaneidad y el contexto en el que viven creando de cierto modo una nueva identidad pero, sin la totalidad de sus raíces pasadas.

Cuenca está inundada de personajes que han formado parte de su historia urbana, los mismos pueden ser:

- Carlitos de la bicicleta
- María la guagua
- Suco de las Iglesias, más conocido como El Suco del
- Cenáculo
- Atacocos

- Suco de la Guerra
- Loca Carlota
- El Bettin, él de lotería
- Vichi Malo

La historia urbana es una clara muestra de cómo esta cultura se ha ido transmitiendo, y a su vez cómo se forja el ciudadano para saber qué es lo que hace que su ciudad sea distinta a las demás.

Analizar a profundidad la cultura intangible en Cuenca, es reconocer que la misma es una ciudad rica en cultura, que viene marcada por una serie de historias, costumbres y tradiciones.

En la capital Azuaya se pueden encontrar diversas muestras de lo que es tener una cultura intangible, y por sobre todo el valor que su gente le da a la misma.

DISEÑO EDITORIAL

El diseño editorial es la rama del diseño gráfico y del diseño de la información que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos” (Rosas, 2012).

Bhaskaran(2006) piensa que vayamos a donde vayamos y hagamos lo que hagamos, siempre estaremos rodeados de diversas publicaciones con idiomas distintos y todas están en una constante lucha por tener la atención de sus consumidores.

En la actualidad se debe entender que la comunicación está haciendo que el trabajo de diseñar todo aquello que se vaya a imprimir no sea fácil ya que se tiene que buscar algo en específico que haga que el usuario prefiera ese producto en específico.

Gracias a los productos editoriales impresos se puede sentir un estilo de vida que no es acorde a la situación socio-económica de cada individuo y permite que entre personas que piensan de una manera similar se conecten (2006).

La importancia del Diseño Editorial, según Llompart, radica en que el consumidor siempre pone su atención en una portada que sea divertida o bonita sin importar la temática del libro. En las publicaciones cada aspecto es importante, su portada, tipografía, el texto, etc., ya que juega un papel fundamental a la hora de transmitir al consumidor de que se trata el texto, para quién está dirigida y sobre todo que se va a encontrar en cada una de sus líneas (2007).

También habla de que se debe captar la esencia de cada publicación y lograr transmitir todo a través de la parte visual, ya que esto tiene una gran fragmento de responsabilidad para el éxito de la publicación. Se debe entender que la comunicación visual es diferente dependiendo del objetivo al que se quiere llegar y es esencial porque esto significa que se estimula a los consumidores a adquirir el producto. Hay que emplear el diseño de una manera estratégica.

Imagen 3



Elementos Básicos

El Diseño Editorial tiene elementos básicos que se deben considerar al momento de crear un producto editorial, como lo son:

- Formato: es la manera en que se presenta la información de una publicación a los lectores. En este punto se pueden cambiar varios aspectos como es la forma, tamaño o grosor.
- Retícula: es una herramienta importante en el diseño editorial. Esta se usa para ubicar y contener los diferentes elementos en un solo diseño y de esa manera asegurar que el resultado final sea más exacto.
- Tipografía: se refiere a como se colocan las ideas de manera escrita y es muy importante ya que afecta el como las personas perciben el diseño. Se debe tomar en cuenta que cada fuente tiene personalidad y pueden comunicar diferentes emociones.
- Color: es importante entender las asociaciones que las personas tienen con los colores ya que nos ayuda a comunicar emociones y sentimientos, y de esta manera captar la atención inmediata. Debemos saber en que ocasión usar la cromática para no cambiar la percepción de la publicación.
- Cubierta o Cabecera: es la primera impresión que tenemos de un producto editorial y es un factor importante para que el lector se tome o no la molestia de ver el interior de la publicación.
- Uso de las imágenes: desempeñan un papel importante ya que en esta parte se expresan las ideas de manera visual. La forma en la que se usas dentro de

las publicaciones depende de una serie factores que permitirán que la publicación tenga éxito o no

Se encuentran varios productos clasificados de distintas maneras dependiendo del objetivo al que se quiera llegar, estos pueden ser:

- Libros: existen diferentes tipos de libros, cada uno cumple una función diferente y el diseñador debe tomarlo en cuenta para elegir el formato más adecuado.
- Revistas: son más desechables pero, ciertas decisiones del formato son parecidas. Cuando un formato se estableció es difícil que se lo cambie ya que este facilita el proceso de diseño y permite crear una sensación de familiaridad para el lector
- Periódicos: su contenido esta en constante cambio ya que tienen en el las últimas noticias, historias e imágenes. Sin embargo se mantiene una coherencia general en su diseño para que de esa manera conserve su identidad. pese a eso debemos tomar en cuenta que el diseñador no tiene total libertad de experimentar con él.
- Folletos y Catálogos: cumplen la función de dar información y anunciar un servicio o producto. Muchos de ellos permiten a los diseñadores que dejen su imaginación volar y crear algo diferente y original.
- Informes Anuales: es usado por las empresas y ya no solo como una declaración financiera, ya que es una pieza muy importante que se hace una vez al año.

TIPOGRAFÍA

Pons dice que el término de tipografía fue creado para ponerle nombre al arte de imprimir libros. Hoy en día se puede entender a esta, como un elemento importante que nos permite hacer que un texto se vea atractivo y funcional haciendo que de esta manera las personas sean captadas por la lectura eficaz y placentera (2019).

También dice que se debe tener en cuenta que la tipografía tiene una naturaleza híbrida, es decir, tiene un componente lingüístico y funcional, y otro gráfico y expresivo, lo que hará que tomemos una serie de decisiones para darle personalidad y forma a cada trabajo que se realice.

Juan José visualiza una división importante en la tipografía: de edición, son las que se enfocan primordialmente en la legibilidad y optimización del proce-

so de lectura; y creativa, son las que le dan al texto no solo la función lingüística sino que opera como una imagen. Por lo general la tipografía creativa está presente en las portadas de los libros, mientras que la tipografía de edición se encuentra dentro de la maquetación, es decir, en los textos internos y corridos. Esto ayuda a que se tome muy en cuenta el discurso adecuado de la parte visual y verbal (2019).

Durante el transcurso de la historia, según Morales, se ha podido ver que la tipografía ha adquirido un papel esencial en la comunicación. Si se usa de la manera adecuada se puede hacer que un mensaje quede grabado en la mente de los consumidores por un tiempo muy amplio. Sin embargo, su alcance se basa en que se puede referir, aludir y representar otra cosa (2005).

Imagen 4



ILUSTRACIÓN

Mayos nos dice que las personas empezaron a buscar el conocimiento en muchos aspectos y a encontrar explicaciones de muchos otros como el de la ciencia. También fue confundido con disciplinas artísticas, dibujo o diseño. La ilustración cuenta con varias características narrativas que ayudan a comunicar de manera visual. Tiene un proceso creativo y artístico que ayuda a que se desarrolle un buen resultado. Sus fines se basan en satisfacer a un gran público por lo que emplea dos elementos fundamentales en su práctica como son los formales y comunicativos (2007).

La ilustración, dice Mendoza et al., (2007) es un proceso que lleva consigo otros que están superpuestos y debemos analizar esto como la sucesión no solo de cultura sino como la parte decisiva y fundamental del pensamiento y modo de vida que tiene cada persona, lo que lleva a entender que existen rasgos básicos que hacen que la ilustración sea un tema muy diverso.

Fue muy importante la ilustración en este tema ya que necesitábamos llegar a nuestro público con objetivos claros y que este de acorde a los años del target.

Diseño de Personajes

Se utiliza para representar un estereotipo de de una imagen que queremos mostrar de una personalidad o un tipo de emociones que queremos representar mediante un personaje es importante captar esa esencia mediante los trazos desde las expresiones desde los movimientos de los mismos, es importante que se pueda generar, con todos los detalles bien representados, debe haber una coherencia, siempre representando la esencia del personaje, de cada uno de los fines.

Méndez propone que la importancia del Diseño de Personajes radica en que los personajes pueden hacer que el consumidor adquiera el producto porque estos son los que guían y sugestionan. Esta parte del Diseño fue creada por la necesidad de comunicarse, transmitir y recibir mensajes de una manera más efectiva (2010).

Arquetipos de personalidad

De acuerdo a Stevens (1994) citado en Alosno (2004) "Estos planteamientos son completamente compatibles con el enfoque de los etólogos como Lorenz, que sostiene que cada especie animal está dotada de un repertorio de comportamientos (por ejemplo los comportamientos específicos que desarrolla un ave para construir un nido) disponibles en su sistema nervioso central, para activarse tan pronto como se encuentran los estímulos apropiados en el entorno. Con los arquetipos sucede algo parecido. Representan la posibilidad de que ciertas ideas, percepciones o acciones sucedan ante determinadas circunstancias del entorno. De esta manera, los arquetipos predisponen al ser humano a enfocar la vida y a vivirla de determinadas formas, de acuerdo con pautas anticipadas previamente dispuestas en la psique" (p.60).

Muchos de estos arquetipos se relacionan con situaciones típicas de la humanidad. Como el proceso de desarrollo interior es también un hecho típico del ser humano, son especialmente importantes los arquetipos de la individuación (Alonso, 2004, 60).

Una vez teniendo clara la idea de los arquetipos hemos trabajado en investigar la personalidad de cada uno de los personajes creando la ilustración para nuestro producto y así podemos darle una cromática contrastada entre el personaje y el fondo.

PROPORCIONES

Se la conoce como la relación de comparación que existe entre una parte del cuerpo con otra, o a su vez de una parte con todo el cuerpo como tal. De esta manera ayudará a establecer de manera correcta el canon que se debe seguir para la reproducción de un cuerpo. Esto por lo general se puede usar en la antropometría o como en este caso la ilustración y el arte.

CANON

Entendemos que es aquí donde se establecen las proporciones ideales que tiene el cuerpo humano al momento de ser reproducido, usando las proporciones para tener una especie de regla que se debe cumplir.

Existen diferentes tipos de cánones, pero en este caso se usará el estándar o de tipo medio como se lo conoce, en otras palabras el que usa $7 \frac{1}{2}$ cabezas para generar una perfecta reproducción del cuerpo humano al momento que se lo ilustre. Este fue usado por el famoso pintor Miguel Ángel.

NARRATIVA

Las narraciones son actos comunicativos que suponen la existencia de un emisor con una intención (¿por qué narrar?) y una finalidad (¿para qué narrar?). Existen narraciones literarias, cuya finalidad es eminentemente artística (por ejemplo, las presentes en cuentos, fábulas, leyendas, mitos y novelas, entre otros textos artísticos o de pretensiones estéticas), así como las narraciones no literarias, cuya finalidad es informativa (por ejemplo, noticias periodísticas, crónicas, reportajes, conversaciones en donde se relata algo, anécdotas, entre otros); en este último caso se narran hechos no ficticios. Las narraciones se caracterizan por presentar de modo indispensable varios sucesos integrados por uno cuya ejecución es nece-

saria para producir el suceso siguiente; estos sucesos se realizan cronológicamente (por lo cual, en las narraciones predominan marcadores o conectores temporales, tales como “antes”, “después”, “al cabo de una semana”, entre otros), en una serie de progresiones lineales que determinan una construcción regida por el esquema causa/efecto. El participante en una narración (a quien denominaremos sujeto) es un humano, un ser, objeto, pasión, etc., humanizado (antropomórfico), o un hecho que afecta a los humanos; por lo tanto, el tema de las narraciones compete a la vida humana. En toda narración aparecerá un sujeto fijo, personaje principal o actor principal. (SN, 2010, 1)

INTERACTIVIDAD

Para Martínez (2010) se la puede entender como comunicación interpersonal ya que el usuario interactúa de una manera distinta con un objeto gracias a ella y a los avances tecnológicos y con las nuevas armas que se volvieron en gran parte ventajosas para que la información llegue de una manera eficaz, cómoda y rápida.

Las nuevas herramientas que brinda el mundo digital posibilita que el emisor y el receptor se aproximen de mejor manera, en este caso la opinión del receptor tiene un papel más importante en el sistema comunicativo, es por esta razón que ahora se tienen grupos de interés más segmentados obligando a que los medios de comunicación brinden algo más personalizado.

Martínez formula un pensamiento que explica que como sucede en varios aspectos del diseño y comunicación, es necesario que se brinde un valor añadido para de esa manera cautivar el interés del usuario (2010).

Cuando se habla de interactividad se debe entender que tiene significados y propósitos como la interacción con el usuario que varían dependiendo del campo en el que se la use y de la misma manera se debe tomar en cuenta distintos factores:

-Hoy en día se valoran las necesidades y expectativas de cada usuario.

-Cuál es el objetivo comunicativo que se tiene.

Esta nueva capacidad de interactuar nos brinda grandes oportunidades de comunicación y atracción, pero para que se cumplan es necesario que sea amplia, variada y orientada a los objetivos. Las posibilidades de los recursos interactivos son muchas y nos encontramos en un proceso de internet que avanza cada día por nuevos caminos, hasta a veces impensables.

PRODUCTOS PROMOCIONALES

“Se establece que desde el Marketing los productos promocionales son un proceso de planificación y ejecución del concepto, precio, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan objetivos individuales y colectivos” (AMA, 1985 citado en Monferrer, 2013)(p,18).

y la construcción de relaciones en un entorno que constantemente está cambiando, para que posteriormente se pueda cosechar muchas recompensas como utilidades y capital del cliente.

Es importante para el Marketing actual conocer las necesidades y los deseos que tiene un consumidor y de esa manera establecer el valor para un cliente

Imagen 5



ÍNDICE

ENTREVISTAS

Se realizaron entrevistas a profesionales que laboran dentro de la Universidad del Azuay y que tienen experiencia dentro de ciertas temáticas importantes para este proyecto de graduación, para conseguir información relevante sobre los temas de Cultura, Patrimonio Cultural y sus clasificaciones e Ilustración.

Gabriela Eljuri - Antropóloga



Imagen 6

Se puede decir que la ONU empezó a reconocer cierta diversidad de patrimonios culturales de la humanidad, el progreso del mundo está modernizando muchas culturas, en Cuenca se aclaró que el patrimonio de la ciudad pertenece a su gente y que debe tener una relación muy fuerte con la gente, por otra parte existen ciertas trabas para el acceso y conocimiento de la cultura uencana ya que los mismos ciudadanos actuales tienen poco interés de conocer, en la educación es fundamental que se traten estos temas de cultura. La identidad es un constructo que siempre está en proceso y cambiando. Nosotros los humanos necesitamos de nociones como pertenencia y de diferencia por que somos seres sociales y como seres sociales necesitamos sentirnos que pertenecemos a un determinado grupo ya sea de género, etnia etc.

Edgar Reyes - Diseñador de Objetos

Imagen 7



La ilustración es importante dentro de la cultura, ya que existe mucha historia, debido a que muchos ilustradores fueron parte de su patrimonio creando obras de arte culturales muy valiosas. En la ilustración de personajes hay que tomar muy en cuenta el diseño que se utiliza para representar el estereotipo de una imagen que se quiere mostrar, para ello hay que meterse dentro de la personalidad para obtener el tipo de emociones que se desea saber del personaje y así buscar rasgos y sensaciones que ayuden a ilustrar el personaje tal y como se representa.

Diego Suárez - Antropólogo

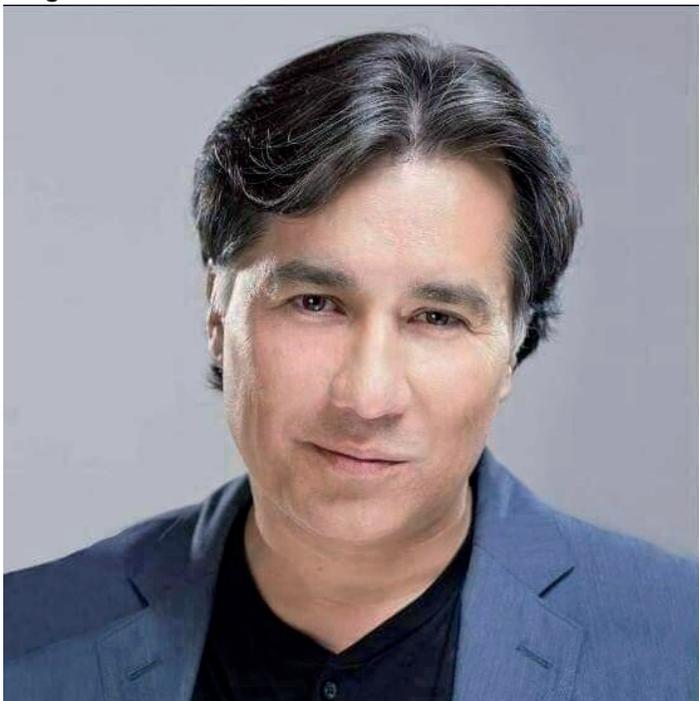
Imagen 8



En Cuenca la cultura se está perdiendo poco a poco ya que los mismos habitantes están adaptando otro tipo de cultura extranjera y no valoran lo que tiene su ciudad, es por eso que muchos desconocen de la cultura propia étnica de la ciudad, la culpa también recae en las autoridades de la ciudad por modificar o remodelar parte del patrimonio los ciudadanos, cuando en realidad deberían sentirse orgullosos de ser parte de la cultura que tiene el país y así mismo dar una continuidad extensa a sus tradiciones, que son muy ricas en cultura.

Esteban Torres - Diseñador General

Imagen 9



Dentro del diseño, es muy importante que se hable sobre cultura, ya que pese a que hoy en día es algo muy mencionado y se busca promoverla no se le da el valor que verdaderamente merece. Es importante que consideremos el contexto del que se quiere hablar, ya que no se puede valorar algo que es desconocido, el mismo que ha permitido que se tenga una diversidad cultural muy grande.

Existe un claro ejemplo con el que podemos notar como al ser humano solo le importa lo que ve por encima en vez de informarse por completo y entender todo a su alrededor, este ejemplo es la minería, muchas personas solo ven el lucro en esta actividad y muy pocas se dan el tiempo de ver que grande es la contaminación que causa haciendo notar el poco valor e importancia que le da a las cosas.

No se puede decir que, se está orgulloso de la cultura, del país, de las costumbres y demás, cuando no se ha leído, cuando no se ha experimentado, cuando no se ha promovido todo este contexto, es hora de que se dé el valor, no solo decir, sino saber y dar el mérito que corresponde.

HOMÓLOGOS

Los homólogos ayudan a tener referencias con características parecidas al del proyecto, así teniendo mayor claridad de cómo se podría trabajar, idealizando y contextualizando el proyecto para así potenciar el resultado de los productos finales.

LIBRO

Forma

El Principito

Primera Edición (2017), Editorial Betina S.R.L.

La diagramación del libro es minimalista y tiene detalles a lo largo del mismo como estrellas y planetas que hacen ver al usuario que hay un sistema gráfico que se sigue de principio a fin.

- Tipografía: el libro cuenta con tres tipografías que le permiten al usuario entender la jerarquía entre el título, los capítulos y los textos corridos.

La primera se la puede ver en el título, es decorativa con una variación que hace que en una de sus "i" tenga una estrella en vez del punto, la cual se entiende que sale por la temática del libro; pese a eso sigue siendo legible para el usuario.

La segunda tipografía es palo seco que se la puede ver en el título de los capítulos con un tamaño más grande, no posee ninguna variación.

La tercera tipografía es serif, es usada en el texto corrido, sin ninguna variación; su uso es adecuado ya que es de fácil lectura.

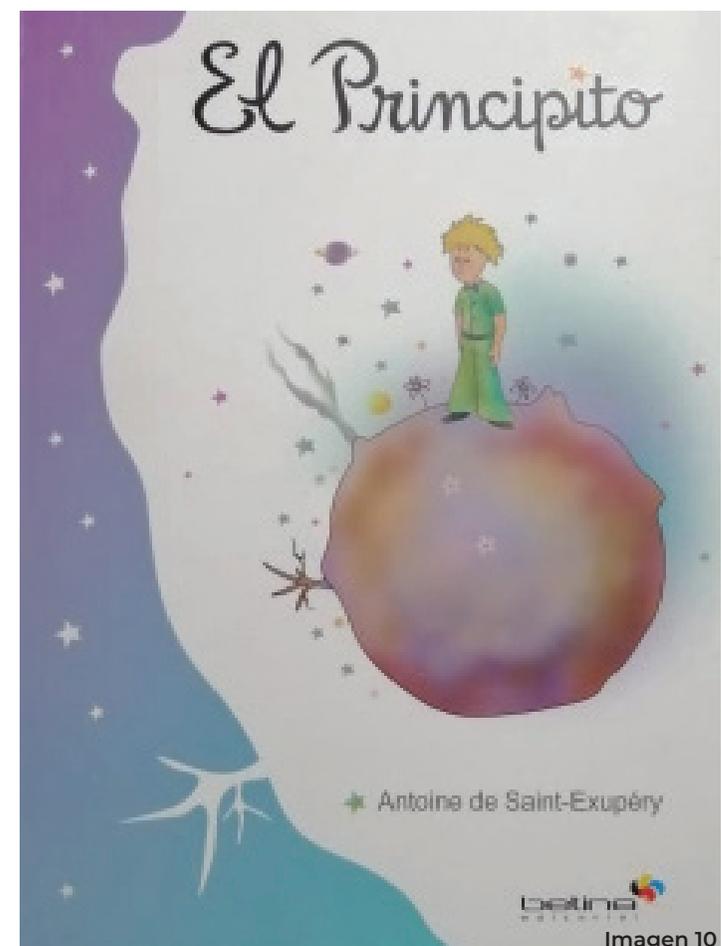
Cada página tiene un encabezado en el que se puede observar que:

En las páginas izquierdas el número de página se encuentra en la esquina superior y junto a ella el nombre del libro.

En las páginas derechas está el número de página en la esquina superior y a su lado el capítulo que se está leyendo.

Algo que a simple vista no se puede ver es el número de columnas que posee el libro, pero su diagramación está compuesta por cinco columnas que se pueden ver por los detalles que están colocados dentro de sus páginas.

En cuanto a las ilustraciones se puede ver que ocupan la mayor parte de ciertas páginas, es una ilustración infantil con colores pasteles con luces y sombras a manera de manchas y ninguna de estas imágenes tiene fondos muy elaborados, por el contrario son manchas de un solo color.



Función

Harry Potter - El Gran Libro de los Personajes



Imagen 11

Se dividió en varias partes el análisis de este libro.

Primero tenemos la portada la cual tiene el diferenciador de la franquicia de Harry Potter y luego con una tipografía decorativa vemos el nombre del libro, estan con tamaños diferentes para brindarle una jerarquía a cada uno de los textos. También se puede apreciar que se colocan los personajes de los que van a hablar dentro del libro y de los que más influencia tienen dentro de la temática.

Dentro de las páginas se puede ver que las imágenes tienen mayor importancia que los textos, sin embargo los textos no son opacados ya que de la misma manera que la portada tienen tipografías diferentes y con tamaños diferentes para nuevamente mostrar la jerarquía de cada una. El Título del capítulo o el nombre del personaje van en Blackletter con un tamaño considerable y con una especie de separador decorativo que hace que produce una división con la historia y las imágenes.

Cuando hablamos del texto corrido podemos ver que usa una tipografía serif y una decorativa en ciertas palabras para darle mayor realce a las mismas, estos textos se pueden o no adaptar a la forma de las fotografías que se encuentran dentro de la página.

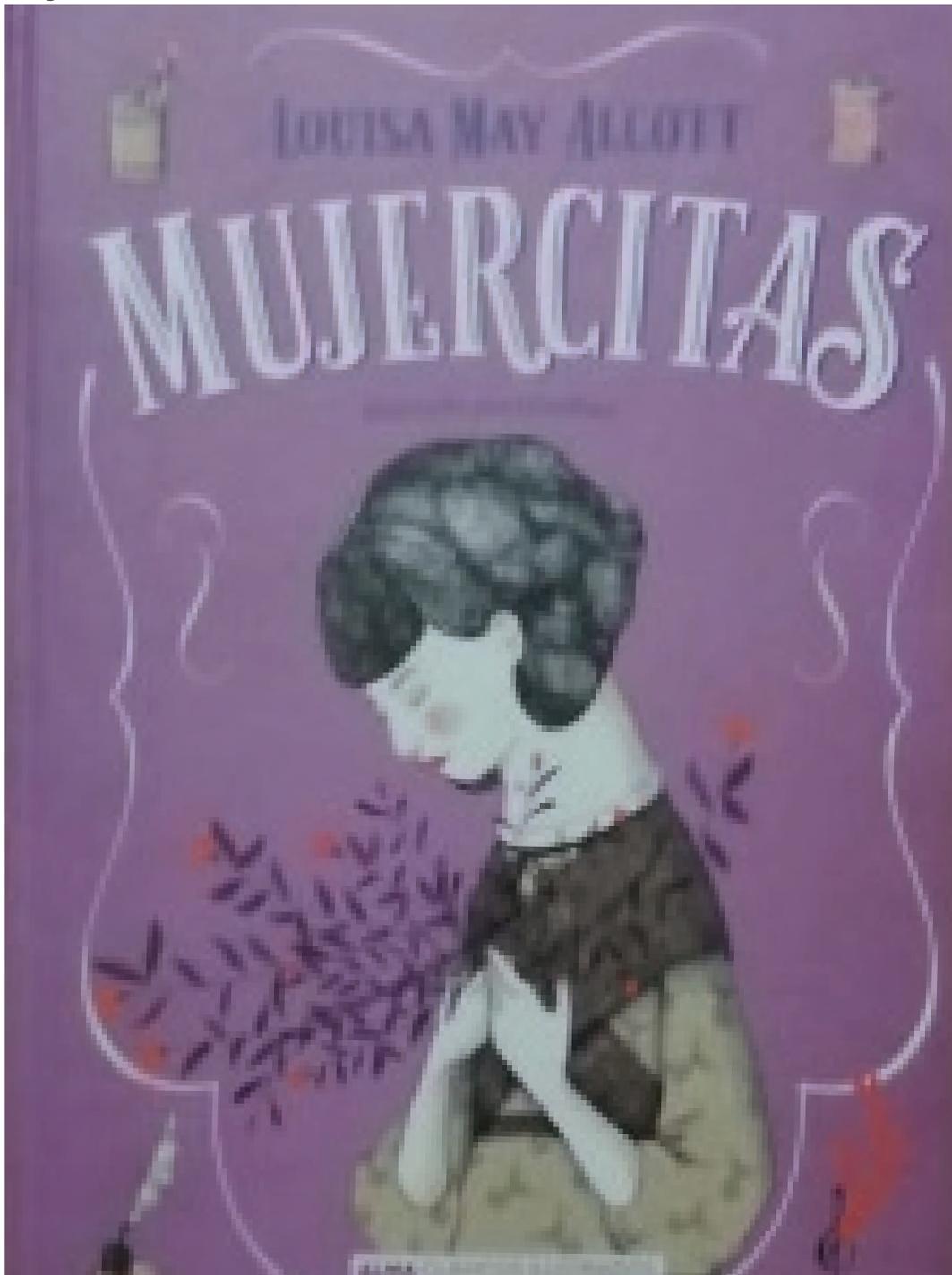
Existe un marcos que encierran a ciertos textos ya para darle mayor importancia que al resto, ya que se pone cosas que son muy relevantes dentro de la historia que se esta contando.

Las imágenes pueden usar una plana completa o pueden estar en conjunto con los textos, esto depende de la importancia de cada una, en este caso se puede ver que por lo general la imagen que usa la plana completa es la que contiene al personaje del que se va a hablar.

Tecnología

Mujercitas

Imagen 12



Edición actualizada (2019), Editorial Alma.

Este libro posee un encuadernado de pasta dura, lo que permite que el libro dure más. Sus páginas están sujetas a la pasta y entre ellas por un método de impresión en cuadernillas, de la misma manera su papel es de lato gramage para resistir la cantidad de tinta que entra en él y proviene de un bosque gestionado de manera sostenible.

Su imprenta es offset y el tipo de tintas que se utilizaron fue CMYK, no contiene colores pantone pese a que la mayor parte de sus páginas ilustradas se pueden ver máximo tres colores.

En los acabados podemos ver que en la tipografía del título y los detalles lineales blancos de la portada tienen laca reservada.

SOUVENIRS

Forma



Imagen 13

Sus dos principales imágenes tiene gran tamaño para mostrar una jerarquía a las que se encuentran en la parte de adentro de la chompa. También tiene estrellas en color blanco para no quitarle la visibilidad a los muñecos.

Sus mangas y en la parte donde termina la chompa tiene elástico con líneas de colores que van con el motivo.

Posee un cierre con una cromática que va acorde con los personajes y por su color ayuda a que llame más la atención los personajes.

Función

Es de abrigo para un clima templado debido a que el grosor de tela es medio y tiene mangas largas y el estampado como función es dar una referencia cómica de Harry Potter.



Imagen 14

Tecnología



Imagen 15

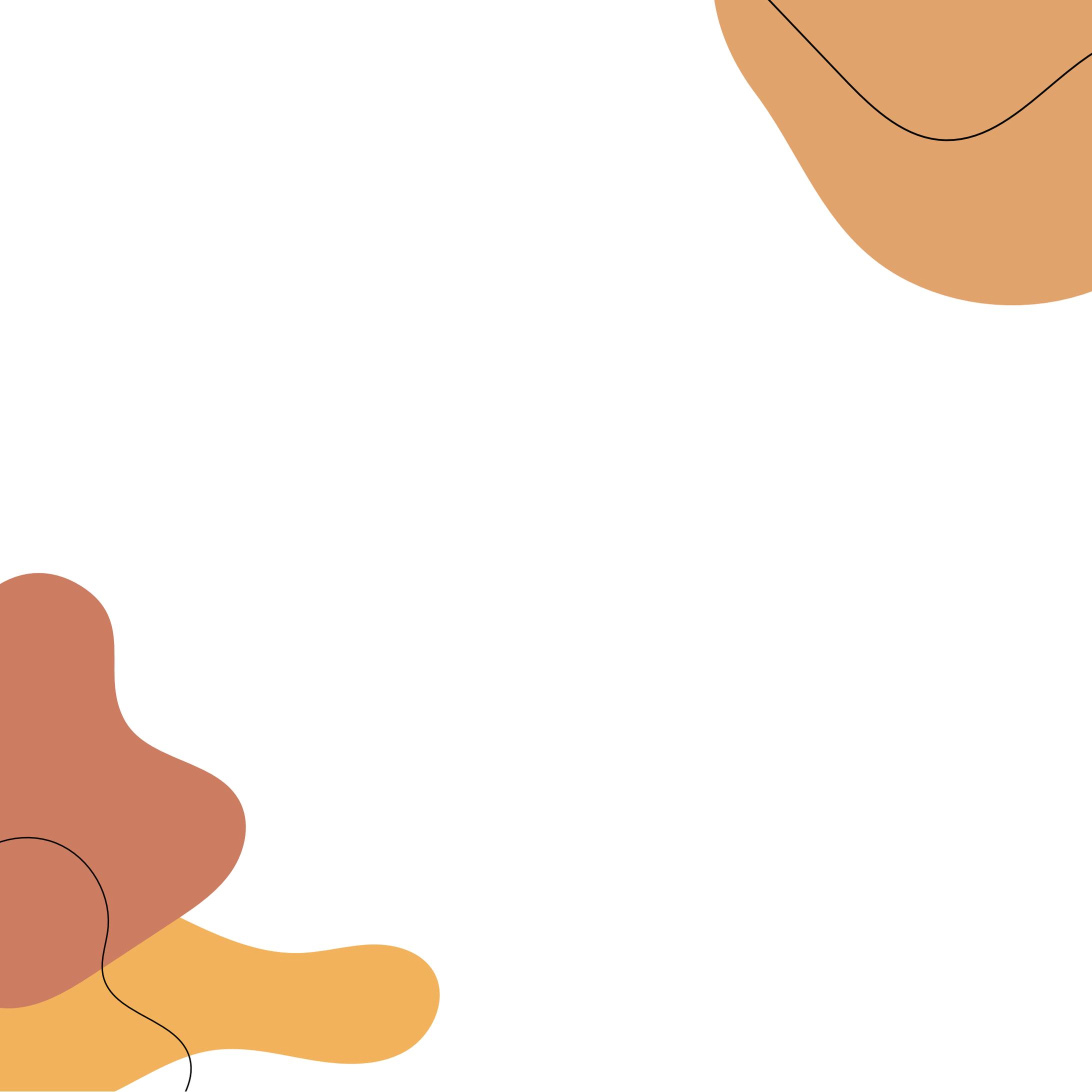
Tiene un sublimado de gran tamaño en la mitad de la sudadera por el motivo de hacer que llame la atención, un bolsillo delantero que ocupa la mayor parte de la parte frontal baja.

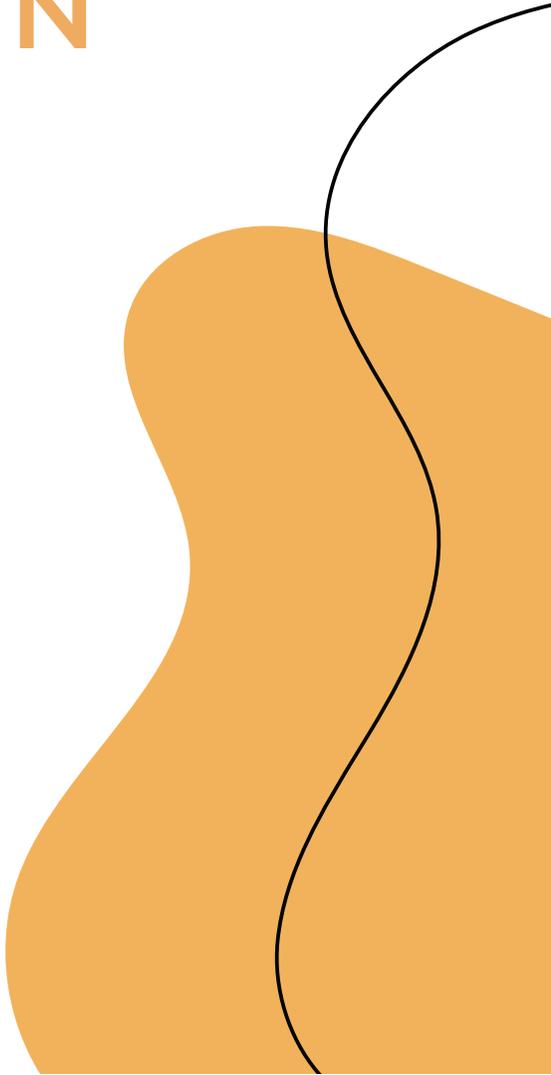
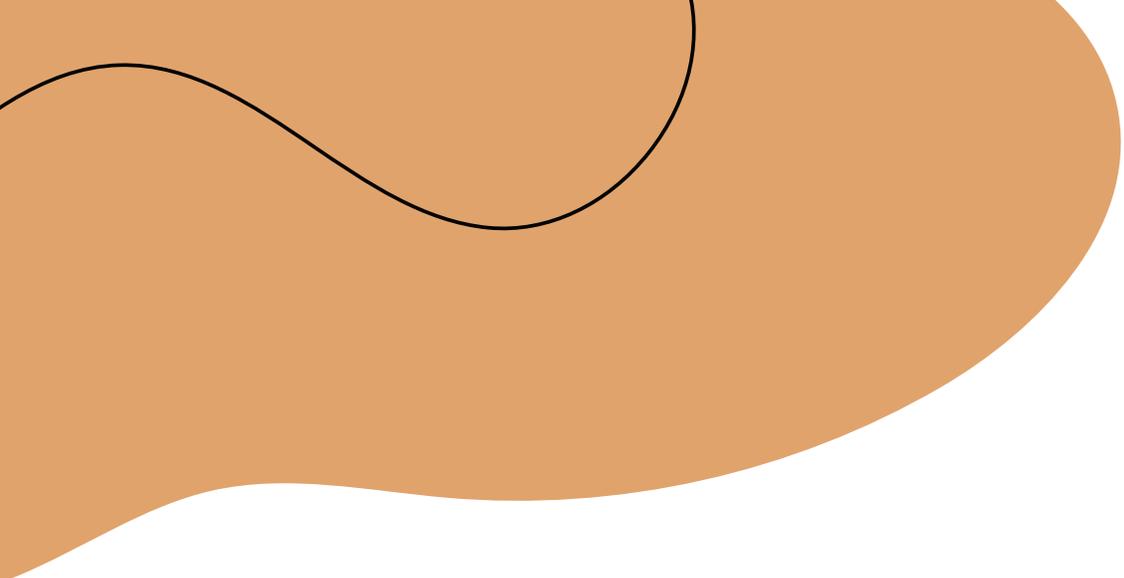
En donde termina la chompa tiene un elástico que le da mayor comodidad al usuario porque se adapta de mejor manera al cuerpo del mismo.

La capucha comienza un poco más abajo del cuello, permitiendo que el orificio para la cabeza sea lo suficientemente grande para que no sea incómodo al momento de colocarse la chompa. Por lo general las capuchas suelen ser de gran tamaño y en este caso estamos viendo que sucede lo mismo.

CONCLUSIÓN

Se puede concluir que, tanto la cultura, como el patrimonio y la identidad representan a la sociedad, dentro de las mismas se pueden abarcar distintos puntos que pueden ayudar a profundizar a cerca de los bienes culturales. Tomando en cuenta la riqueza de patrimonios en la ciudad, y mencionando la identidad no se pierde ni se gana, sino que se transforma; se ha buscado relacionar el diseño con la cultura. Se ha menciona el diseño editorial como importante, debido a la influencia que genera a través de publicaciones, así como el aporte de la tipografía y la ilustración para plasmar lo que se ha idealizado. Con todos estos conceptos se pretende generar una interactividad, en la que se vea reflejada el valor de la cultura e identidad así como la del diseño y sus distintas ramas.





CAPÍTULO 2

PROGRAMACIÓN

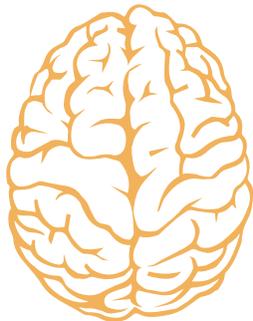
TARGET

Variables Geográficas



País: Ecuador
Región: Sierra
Provincia: Azuay
Ciudad: Cuenca

Variables Sociodemográficas



Sexo: Femenino/Masculino
Edad: 15 - 18, ya que es una edad en donde la globalización afecta más
Ciclo de Vida familiar: Jóvenes
Estado Civil: Soltero
Nacionalidad: Ecuatoriana
Nivel Social: Media/Media-alta
Ocupación: Estudiantes

Variables de Conducta

Ocasiones: Estudios y Cultura
Beneficios deseados: Innovación, Interacción y Curiosidad
Status de usuario: Usuario de nueva y actual generación
Frecuencia de uso: Alta
Actitud hacia el producto: Interés y Positivismo
Estilo de vida: Le gusta salir a disfrutar de sus ciudad



Variables Psicográficas

Clase social: Media/Media-alta
Personalidad: Es una persona curiosa, apasionada y le encanta cada día aprender más sobre su ciudad y sobre la cultura que esta tiene. Algo que se destaca de esta persona es que es muy patriótica por lo que sabemos que aprecia más lo suyo que lo extranjero y estaría dispuesta a adquirir un producto que le ayude a que sus conocimientos crezcan.
Gustos personales: Personas que les guste aprender sobre cultura, identidad y sobre la historia de su ciudad; también que les guste leer.



Persona Desing



Valentina Rios

Edad: 18 años
 Ocupación: Estudiante
 Ubicación: Cuenca
 Vive: Con sus padres

Biografía:

Valentina es estudiante de colegio a la cual le encanta la materia de lenguaje y de historia porque le permite conocer y aprender de todo lo que ha pasado en el mundo. Uno de sus pasa tiempos favoritos es leer y aprender sobre todo lo que paso anteriormente en su ciudad, otro de sus pasa tiempos favoritos es ir a museos y bibliotecas

Personalidad:

- Apasionada
- Estudiosa
- Responsable
- Curiosa
- Empática
- Patriótica

Motivaciones:



Metas:

- Conocer más sobre la cultura y los personajes importantes que tiene y ha tenido su ciudad.
- Hacer que las personas de su ciudad conozca más sobre todo lo que ellos tienen.

Frustraciones:

- Las personas no tienen interés en nada de las cosas que su ciudad tiene.



Ariel Peralta

Edad: 15 años
Ocupación: Estudiante
Ubicación: Cuenca
Vive: Con su Familia

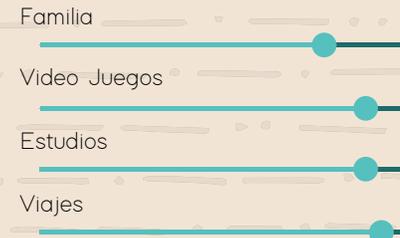
 Biografía:

Ariel Peralta es un niño que esta entrando a la etapa de joven, lo cual es una etapa muy importante en su vida y en la vida de sus familiares, Ariel tiene muy buenas calificaciones en el colegio y es por eso que tambien sus padres lo apoyan al momento de realizar su hobby favorito que son los video juegos en computadora.

 Personalidad:

- Curioso
- Amigable
- Responsable
- Estudioso
- Gamer

 Motivaciones:



 Metas:

- Llegar a tener un titulo de tercer nivel con muchos conocimientos avanzados.
- Viajar por todo el mundo y explorar mas culturas.
- Crecer en el ambito de los videojuegos

 Frustraciones:

- Tienen dificultades para controlar las emociones.

PARTIDOS DE DISEÑO

Libro y Souvenirs

FORMA

Tamaño y formato:

Formato cuadrado de 20 x 20 cm.

Interactividad: La interactividad que va a cumplir con nuestro libro se basa en que el usuario no solo tenga que leer las historias si no también que se diviertan coloreando portadas, cumpliendo con ejercicios que tendrá el libro y también llevará un Packaging muy curioso.

Las portadas se crearán en un lienzo con ilustraciones en blanco de los personajes para que el público pueda elegir. El packaging llevará una forma novedosa y atractiva para el público, por otro lado las actividades que deberán cumplir los lectores están basadas en un libro llamado "Destroza este diario".

Cromática: Una constante es jugar con la triada armónica para trabajar con el máximo contraste de tres colores pero para que haya una variación entre cada uno de los personajes se dará en el juego entre el brillo y la saturación dependiendo de lo que se va a transmitir con cada uno de ellos.

Estilo de ilustración: Los elementos que se encontrarán dentro del libro interactivo ilustrado tendrán un estilo que va entre orgánico y ortogonal dando la oportunidad a un dinamismo entre los elementos, a parte de eso también habrá una mezcla del estilo antes mencionado con el Indie Pop, ya que manejan varios componentes en común, creando así una gráfica atractiva visualmente para el consumidor.

Tipografía: La tipografía que se usará en el libro será una mezcla entre Sans Serif y Serif, para poder diferenciar entre títulos y texto corrido, de la misma manera nos ayudará a tener una lectura rápida y clara.

Personajes: Los personajes van a tener un tipo de ilustración editorial vectorial en nuestro proyecto, la ilustración editorial forma parte de uno de los campos del Arte más versátiles. El proceso creativo en el que se inicia el nacimiento de la obra empieza, como es lógico, con la generación de rasgos, perfiles y la esencia del personaje.

Elementos visuales: Los elementos visuales que se usarán dentro de todos los productos serán ilustraciones realizadas en base al estilo de ilustración, antes mencionado, de todos los personajes históricos urbanos que hemos elegido.



Imagen 16



Imagen 17



Imagen 18

ÍNDICE

FUNCIÓN

Función general: El libro tiene como propósito entretener e informar acerca de la vida de ciertos personajes con el fin de que las nuevas y actuales generaciones conozcan más sobre ellos.

Mientras que los souvenirs están encargados de hacer que la imagen de los personajes se pueda ver dentro de la ciudad y de la misma manera también permitirán al usuario tener un producto que pueda usar en su vida diaria.

Consideraciones de uso: El libro será utilizado de una manera educativa formal e informal, los souvenirs tienen varios usos dependiendo del material.

Funciones específicas: La forma y función se tiene a mantenerse en ambos productos ya que llevarán el mismo sistema gráfico dando así mayor peso de nuestro proyecto en los productos, se trata de un movimiento relativamente moderno adaptándose a nuestro público objetivo.

TECNOLOGÍA - LIBRO



Imagen 19

Tipo de papel: Se usará papel couché brillante de 150GR para obtener una mayor calidad de imagen, para la portada se utilizará lienzo.

Tipo de impresión: El tipo de impresión será Offset ya que se pretende realizar un alto número de tirajes para comenzar el proyecto y difundir de manera masiva, teniendo mayor alcance en la ciudad.

TECNOLOGÍA - SOUVENIRS

En nuestra línea de Souvenirs tenemos diferentes técnicas que se van a utilizar como es la impresión, sublimación, estampado, bordado etc.

MIX DE MARKETING

Libro y Souvenirs

PRODUCTOS

- Libros:

Se presenta un producto editorial Ilustrado Interactivo, en el que se usa la interactividad mediante la mezcla de ilustraciones y la interactividad. Esto servirá a que las personas conozcan más sobre varios personajes históricos urbanos de Cuenca, a parte de que va creando una sensación de comunicación directa con el emisor y receptor.

- Souvenirs:

Además, se presentarán varios productos que pueden llegar a ser desde textiles hasta un llavero, todos estos serán presentados de manera unisex para que todo el público meta pueda utilizarlos sin mayor inconveniencia, todos estos productos llevarán ilustraciones de los personajes que se han seleccionado anteriormente para la elaboración de este proyecto, tomando en cuenta que tendrán la misma gráfica pero, variando en la cromática de cada artículo dependiendo del personaje que este en ellos.

PRECIOS

El precio de estos productos está relacionado directamente con el concepto de “economía de escala” el cual se entiende como la relación entre la cantidad y el coste de producción en donde a medida que mayor sea la cantidad de productos producidos, proporcionalmente el coste total de los mismos irá disminuyendo (Napkin Finance, 2021).

Este sistema se puede encontrar en todo tipo de imprentas por lo que dependiendo de la cantidad de libros que se produzcan, el precio podrá variar considerando que mientras menos sean, mayor será el costo de fabricación de cada uno de ellos; además se considera que al tratarse de un libro pop up, se debe considerar costes adicionales en donde implican procesos

de troquelado y armado más complejos que los que se encuentran en un libro convencional. El mismo caso puede llegar a aplicarse en la producción de los diversos souvenirs propuestos en el presente proyecto. A dichos costos de fabricación que como ya se ha explicado pueden variar significativamente, se les suma el valor correspondiente al 12% del IVA más el valor de utilidad o ganancia que puede variar entre el 30 a 40% teniendo el precio final al consumidor.

Por otro lado, al considerar que los productos propuestos se encontrarán en fase de prototipo, los valores de producción de los mismos no reflejarán el precio real en el mercado cuando se fabriquen al por mayor, sino serán superiores a los mismos.

ÍNDICE

La plaza en la que se va a distribuir y promocionar el producto será de manera física como galerías y virtual, como ECOMMERCE que son páginas web donde podemos vender el producto.

Cabe recalcar que los productos no se venderán dentro de una librería ya que a pesar de que es un lugar idóneo para vender productos editoriales, no brinda

la posibilidad de vender souvenirs como camisetas, medias, llaveros, etc. Por este motivo se ha considerado que el mejor lugar para comercializar la variedad de productos realizados será en distintas galerías de la ciudad.

PLAZA

PROMOCIÓN

Se realizará una campaña promocional en redes sociales utilizando herramientas disponibles de Instagram y Facebook, generando una sola estrategia de ventas mediante el enlace de las cuentas de ambos de la siguiente manera:

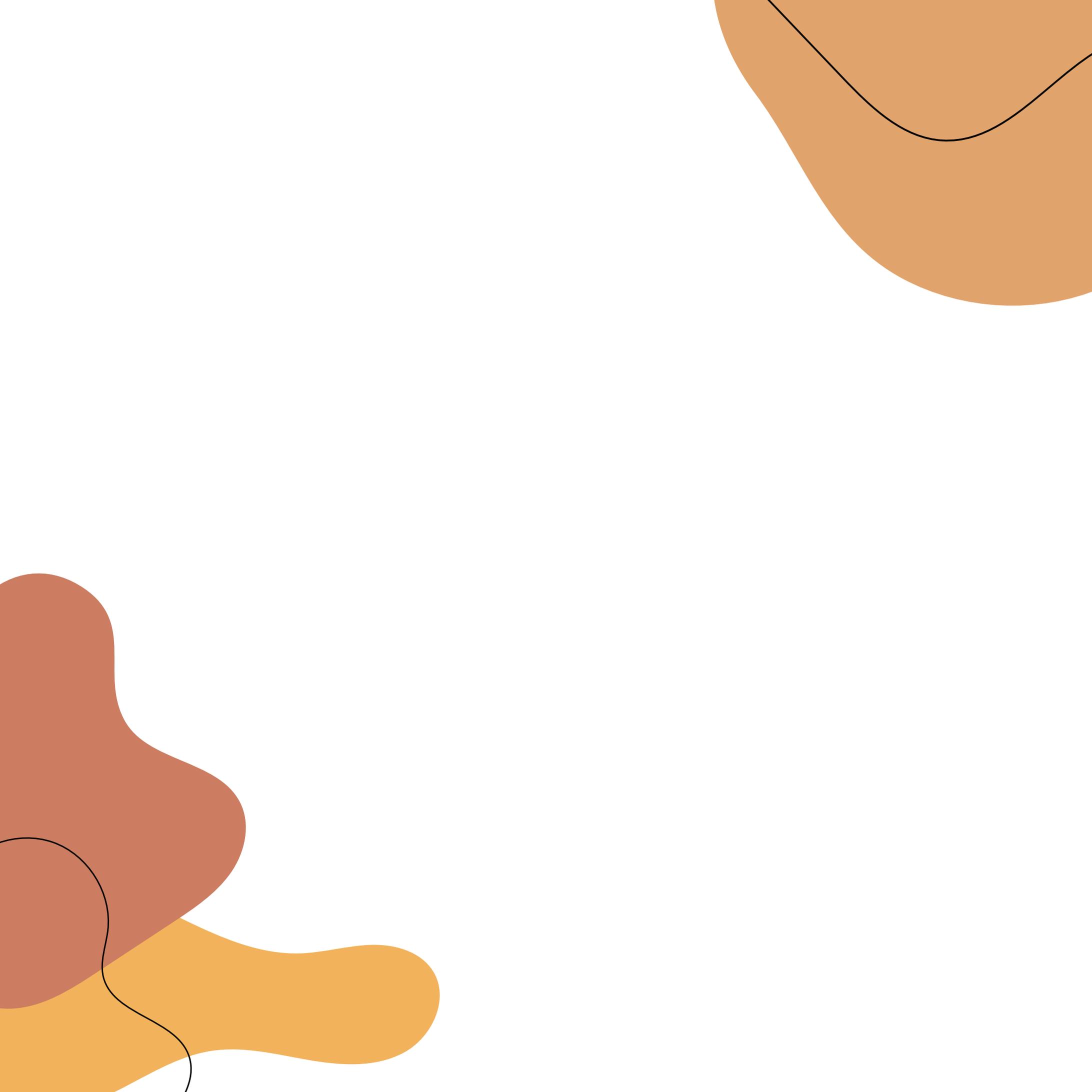
- Facebook: Marketplace es un espacio para vender y anunciar artículos e inventarios que tu emprendimiento puede aprovechar para llegar a más personas.

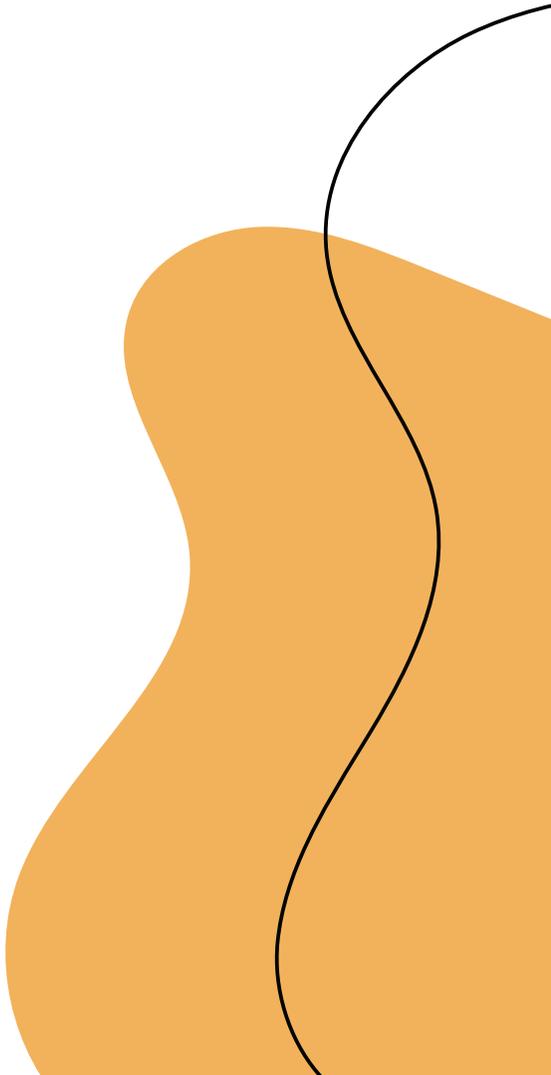
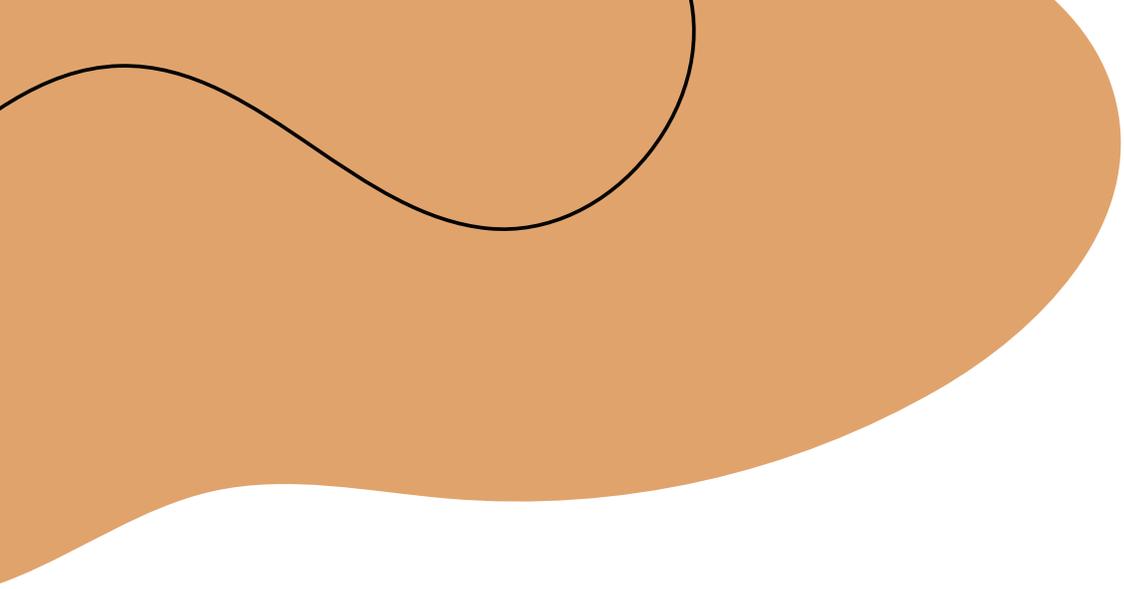
- Instagram: Ecwid es una aplicación que se puede conectar con Instagram para poder comprar y vender productos de manera que facilite al usuario.

ESTRATEGIA DE LANZAMIENTO

La estrategia de promoción se dará para el público meta, que son jóvenes que van desde los 15 y 18 años a los cuales les interese saber más sobre su ciudad y que les guste leer, mediante una campaña de divulgación que se dará en las

diferentes redes sociales que usan los jóvenes. Y de la misma manera, las primeras personas que obtengan el producto recibirán un souvenir gratis.





CAPÍTULO 3

IDEACIÓN

IDEACIÓN

Para la fase de ideación se estableció una directriz basada en la interactividad con la que se pudo establecer diez ideas de interactividad que se pueden aplicar en un producto editorial. Luego de ello se escogió tres ideas principales para con ello llegar a la idea final.

10 IDEAS

1. PopUp



Imagen 20

Un libro que basará su interactividad por PopUp en varias de las escenas de cada uno de los personajes históricos urbanos, es decir, que varias imágenes saldrán del libro quedándose paradas.

2. Portadas Pintadas



Imagen 21

Se creará una portada para el libro, la cual vendrá impresa con un diseño para que de esta manera las personas tendrán que pintar de los colores que ellos quieran, haciendo que este libro se vuelva personalizado.

3. Actividades



Imagen 22

El libro estará lleno de actividades dependiendo del personaje que estén leyendo, es decir, que puede haber una parte en las que la persona tenga que dibujar el personaje antes de leer su historia o tiene que con recortes hacer el lugar icónico donde siempre se los veía.

4. Packaging



Imagen 23

El packaging será una caja en forma de museo para que llame la atención y para llegar al libro tendremos algo que no tenemos con los libros.

5. Rompecabezas



Imagen 24

La portada del libro será un rompecabezas y en cada una de las historias también tendrán varios rompecabezas que estarán ubicados de manera aleatoria para que no sea aburrido ir a la misma parte de las diferentes historias a hacer lo mismo que hicieron.

6. Gafas 3D



Imagen 25

Gafas 3D, las imágenes que tendrá el libro se podrán ver de mejor manera si te pones tus gafas y descubres algo divertido con los colores de tus gafas, ya que nos da la oportunidad de poner un mensaje secreto en cada color.

Para este proyecto se generó una serie de características las cuales deben ayudar a que se cumplan los objetivos y de esa manera tomar las mejores decisiones.

Las características escogidas están basadas, primero en la edad del target y en como ellos reciben la información; y en el tiempo de uso.

Características:

- 1.- Transferencia de información objetual
- 2.- Interacción con los personajes
- 3.- Reconocimiento de los personajes
- 4.- Durabilidad del producto
- 5.- Entretenimiento



	5	4	3	2	1	
	●	●	●	●	●	PopUp
	●	●	●	●	●	Packaging
	●	●	●	●	●	Portadas Pintadas
	●	●	●	●	●	Colorea
	●	●	●	●	●	Rompecabezas
	●	●	●	●	●	3D
	●	●	●	●	●	Juegos
	●	●	●	●	●	Actividades
	●	●	●	●	●	Código QR
	●	●	●	●	●	Palabras

3 IDEAS

En base a un análisis y a la realización de una tabla de puntuación en donde se colocaron cinco características importantes que iban a permitir cual de las diez ideas llegarían, en conjunto, novedosas para el usuario.

Por ello se pudo llegar a la conclusión de que las tres ideas idóneas son: PopUp, Portadas Pintadas y Actividades; estas ayudarán a que se cumpla el objetivo de difundir la información al público objetivo anteriormente establecido.

El producto editorial se divide en ocho cuentos distintos y en cada uno de ellos habrá una página en donde se colocara una actividad, la cual se basa en que el usuario tendrá que dibujar a los personajes con ayuda de una descripción de sus rasgos físicos y su vestimenta.

Por otro lado, cada historia tendrá un PopUp mostrando el lugar en donde los personajes pasaban durante el día y por último una portada que el usuario podrá colorear con los colores de su preferencia.

1. PopUp

2. Portadas Pintadas

3. Actividades

SOUVENIRS

Para los souvenirs utilizaremos una metodología diferente, los dividiremos en dos grupos, el primero es el grupo de los souvenirs clásicos y el segundo es el grupo de los souvenirs nuevos y novedosos.

Los Souvenirs van a ser objetos característicos de este proyecto como tal, dándole un valor de identidad al tema.

Clásicos

- Sudaderas
- Cojín
- Taza
- Agenda
- Llaveros
- Posters
- Gorras
- Naipes

Nuevos

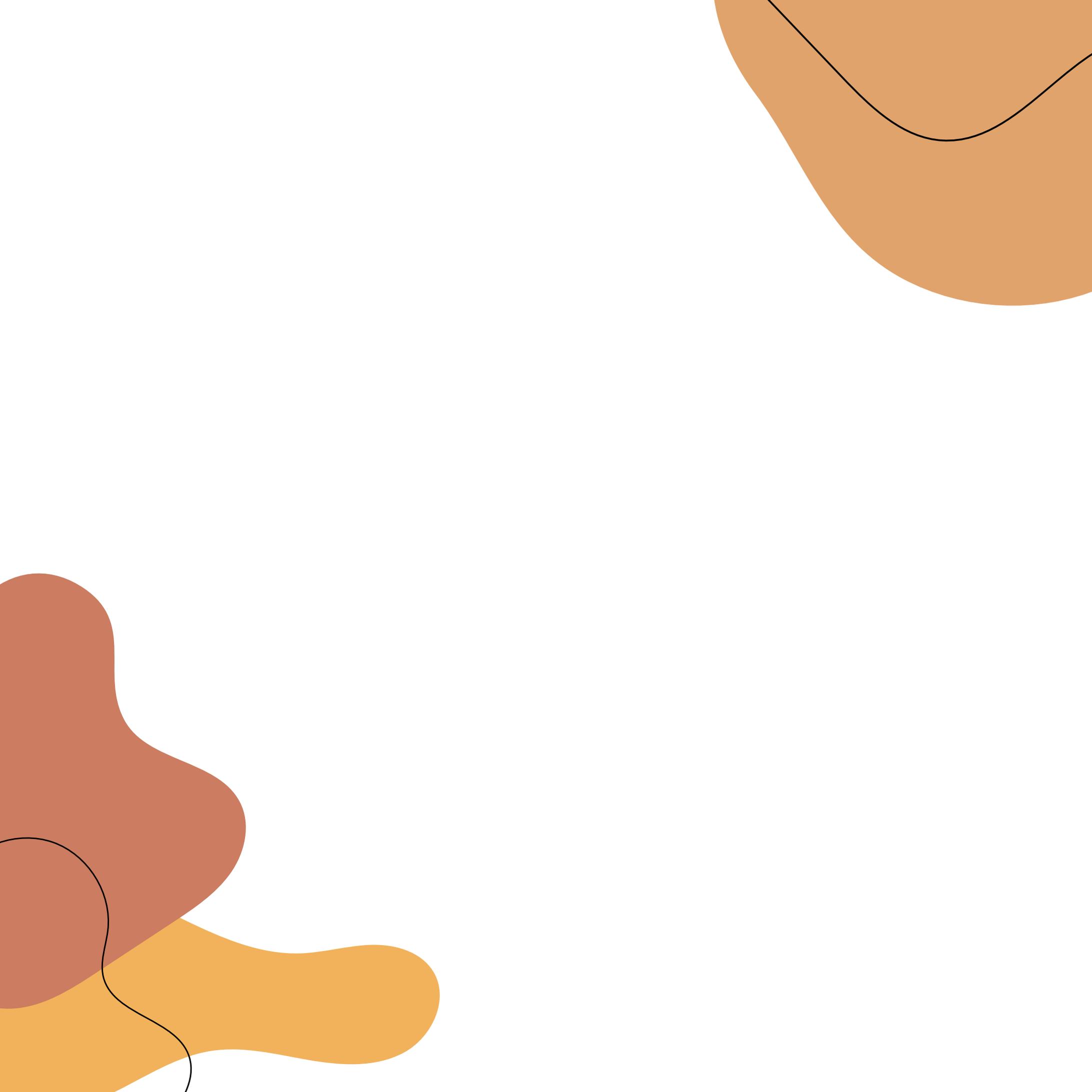
- Porta vaso
- Tazos
- Yoyo de madera
- Protectores para cables
- Porta mouse
- Mascarilla
- Bolso para Laptop
- Fondo de Pantalla
- Paquete de Stickers para Wpp
- Monederos
- Billeteras
- Grabados en vidrio o pinturas
- Bandanas o pañoletas
- Porta tarjetas, como llavero
- Gifs
- Calcetines
- Case

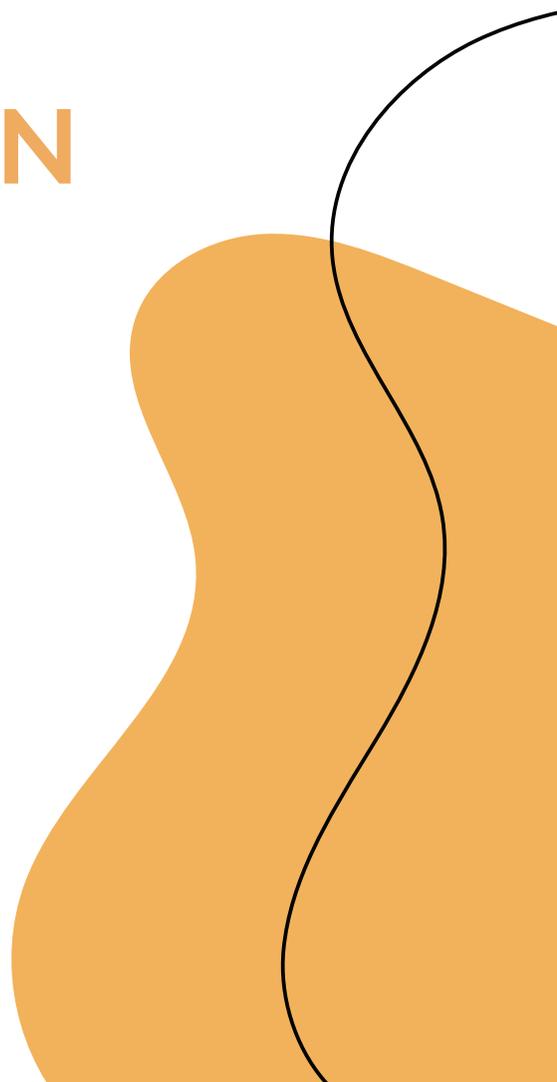
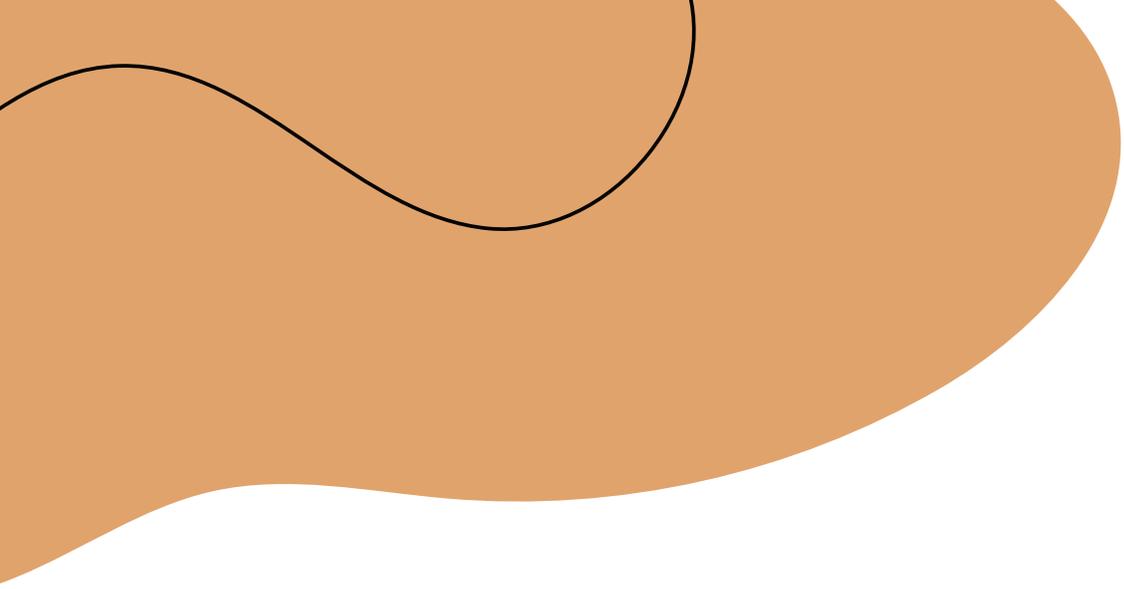
Después de haber planteado una lista de varios souvenirs se han elegido diez, los cuales están mezclados entre nuevos y clásicos que permitan que el usuario tenga cosas de su personaje favorito en distintas presentaciones.

La lista de souvenirs son:

- Calcetines
- Porta vasos
- Mascarillas

- Gorras
- Cases para el celular
- Llaveros
- Sudaderas
- Agendas
- Porta mouse
- Cojín





CAPÍTULO 4

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

LÍNEA GRÁFICA

VARIABLES

- Cromática de los personajes:

La cromática que cada uno de los personajes se basará en los arquetipos de personalidad, esta cromática estará presente en cada una de las historias.

- Estilo de ilustración:

El estilo de ilustración es lineal, lo que quiere decir que está compuesta únicamente de líneas. Sin embargo tiene un plano de color en el que se aplicó uno de los colores de la gama cromática designada para cada uno de los personajes.

CONSTANTES

- Cromática:

La cromática que se usó en la diagramación está compuesta por seis colores pasteles sacados de algunas de las fachadas de la ciudad de Cuenca.

- Tipografía:

Wizards Magic: Esta tipografía se utilizó como identificador de nuestros productos y también irán en títulos y subtítulos.

Montserrat Regular: es una de las tipografías sans serif que llevó a la narrativa lírica en el producto editorial.

- Textura:

La textura que se usó en el cabello de los personajes es la misma que se aplicó en todo el libro está basada en puntos y líneas. En cuanto a la textura la vestimenta o de los objetos se puede decir que nace a partir de

que cada una de las ilustraciones fueron pintadas a mano con rotuladores de colores lo que permitió que tengan una especie de envejecimiento.

- Diagramación:

Se usó la misma estructura de diagramación en la que todas las páginas tienen cuatro columnas, márgenes de 30 mm y un medianil de 5 mm, lo que permitió que tanto los textos como las imágenes se coloquen de una manera adecuada. Cuando se habla en específico de los textos se puede ver como hay un juego en el uso de las columnas que va entre las tres a cuatro columnas y hablando de las imágenes podemos entender que, pese a que rompen en su totalidad los márgenes, se ayudaron de las columnas para darles a ciertas ilustraciones un tamaño adecuado. Y por último siempre llevan una textura detrás de las ilustraciones que siguen su mismo concepto.

CROMÁTICA

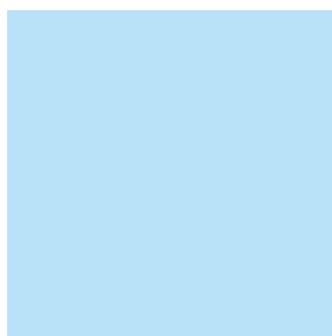
En este punto se eligió la cromática del producto editorial, en este caso se tomó la decisión de que para las partes generales se contará con seis colores sacados de una paleta cromática de la ciudad de Cuenca.

Paleta cálida que está representada por sus viviendas y sus techos.

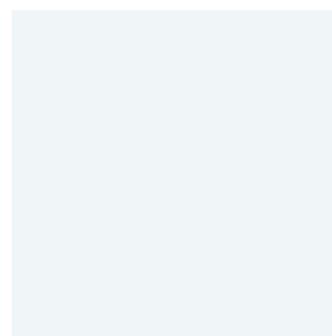
Paleta fría que respresenta los rios, clima y el cielo de la ciudad.



a8dcd8



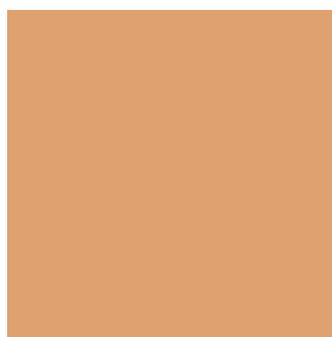
c7e8f9



f3f8fa



cb7c61



dfa26d



f1b15b

TIPOGRAFÍA

Para el identificador y también títulos y subtítulos del libro se eligió la tipografía Wizard`s (modificada).

Para los cuerpos de los textos dentro del libro se eligió la tipografía Montserrat Regular.

Wizard`s

ABCDEFGHIJKLMNQRSTU
VWXYZ

abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz

Montserrat Regular

ABCDEFGHIJKLMNQRSTU
VWXYZ

abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz

IDENTIFICADOR



Para el identificador, es decir para el nombre del libro se realizó una lista de palabras que se relacionen con el tema del que estamos tratando.

- Personajes
- Historia
- Museo
- Antaño
- Pasado
- Urbano
- Cultura
- Identidad

Posibles nombres:

- Viaje al pasado
- Historias del pasado
- Somos los de Cuenca

En base a un análisis de palabras y al impacto que tendría en las personas de la ciudad se llegó a la conclusión de que **"Somos los de Cuenca"**, ya que la idea es hacer que todos se sientan indentificados y parte de su cultura e identidad cuencana.

ÍNDICE

Elegimos esta tipografía para ser modificada y para poder identificar a cada uno de los personajes con sus nombres.

Utilizando siempre su cromática.

Suco
del
Cenáculo

Maria
la
Guagua

Carlitos
de la
Bicicleta

Loca
Carlota

Suco
de la
Guerra

Vichi
Malo

Atacocos

Bettin
de la
Lotería

NARRATIVA

En la investigación se observó que existen distintos tipos de narrativas, sin embargo la decisión de que sea **“Cuento”** se basó en un sondéo al público objetivo, es decir a chicos jóvenes que van de los 15 a 18 años de edad en donde se pudo observar que su preferencia esta dirigida a esta narrativa, llegamos a este resultado con ayuda de un formulario de Google, en donde se realizaron varias preguntas que permitieron tener el resultado.

Imagen 30



ÍNDICE

Esta parte de la narrativa nos encargamos de contar la historia sobre cada personaje, ya que nuestro libro es educativo y queremos fomentar mas sobre los personajes historicos urbanos de la ciudad.

De lo cual se fue organizando por paginas para tener mayor legibilidad y asi el lector pueda entender de una manera organizada la historia.

EJEMPLO:

SUCO DEL CENÁCULO

- Texto: En el año de 1964 en la ciudad de Cuenca en el mes de mayo nace Felipe Eugenio Galán, más conocido como “El Suco del Cenáculo”. Su madre fue Blanca Victoria Galán, la cual tuvo cuatro hijos.

- Texto: Actualmente vive en el barrio de Miraflores con su hermano Pedro Quito Galán y su cuñada, Fanny Ordóñez.

- Texto: Él no pudo realizar sus estudios, ya que no puede comunicarse de manera fluida con las personas que están a su alrededor porque tiene capacidades especiales.

- Texto: Es un hombre con cabello rubio de ojos claros con una peculiar vestimenta de hombre elegante y humilde al mismo tiempo, ya que siempre lleva puesto su particular saco y sus queridas botas de plástico.

- Texto: Su particular forma de comportarse refleja el espíritu de niño ingenuo, tímido, actitud esquiva en los lugares en donde se lo puede encontrar, como lo son las iglesias y plazas. Todo esto hace que sea una persona que no pasa desapercibido.

- Texto: Disfruta del caminar por la ciudad de lado a lado, recogiendo basura, alimentando animales en las diferentes plazas. Le gusta mucho comer golosinas y coleccionar objetos antiguos.

- Texto: Es muy conocido por estar en varias iglesias de la ciudad pidiendo limosnas sobre todo el la iglesia del Cenáculo, y sobresale nuevamente el hecho de que recoge la basura que se encuentra en la calle, en ciertas zonas lo hace de manera formal.

- Imagen: Pop Up de la Iglesia.

- Subtítulo: ANÉCDOTA

- Texto: Varias generaciones de la ciudad lo reconocen por haber sido asiduo visitante de las plazas y parques de la ciudad, en donde comparte alimentos con las palomas en especial, y con otros animales como perros y gatos. Su figura inocente y un tanto diferente siempre ha llamado la atención, con un poco de misterio, susto y ternura. Ha sido reconocido de manera masiva por los ciudadanos, cuya presencia se ha hecho familiar a través de los años.

Suco del Cenáculo

¿En dónde nació?

Felipe Eugenio Galán es originario de la ciudad de Cuenca. Nació en mayo del año 1964.

¿Quiénes fueron sus padres?

Su mamá fue Blanca Victoria Galán, quién ya falleció. Tiene cuatro hermanos y en la actualidad El Suco del Cenáculo vive con su hermano Pedro Quito Galán y su cuñada, Fanny Ordóñez.

¿En qué instituciones estudió?

El Suco no pudo realizar estudios académicos, ya que tiene capacidades especiales que le han impedido comunicarse de manera fluida con las personas y por lo tanto no ha podido cursar estudios formales.

¿Qué le gustaba hacer?

Caminar por la ciudad es una de sus pasiones, además de recoger basura, alimentar animales en plazas, comer muchas golosinas y coleccionar objetos antiguos.

¿A qué se dedicaba?

El Suco del Cenáculo se hizo reconocido al pedir limosnas luego de las misas en varias iglesias de Cuenca. También se ha dedicado a recoger basura, desde hace algunos años realiza esa tarea de una manera más formal en algunas zonas de la ciudad.

¿En qué sector vivían?

El Suco del Cenáculo actualmente vive en el barrio de Miraflores.

¿Por qué se hizo personaje histórico de la ciudad?

Por su aspecto físico. Es un hombre rubio de ojos claros, que contrasta con su vestimenta de hombre humilde y elegante, ya que siempre lleva levita y botas de plástico. Su apariencia lo ha hecho sobresalir en la ciudad, especialmente fuera de las iglesias de la ciudad, y entre ellas lógicamente en la iglesia del Cenáculo.

Además de que su forma peculiar de comportarse, que refleja el espíritu de un niño ingenuo que siempre muestra una actitud esquiva dentro de lugares concurridos como misas y plazas. Su timidez lo delata, ya que es muy difícil que por su aspecto pase desapercibido.

¿Cuál fue un anécdota de mayor peso en la ciudad?

Varias generaciones de la ciudad lo reconocen por haber sido asiduo visitante de las plazas y parques de la ciudad, en donde comparte alimentos con las palomas en especial, y con otros animales como perros y gatos. Su figura inocente y un tanto diferente siempre ha llamado la atención, con un poco de misterio, susto y ternura. Ha sido reconocido de manera masiva por los ciudadanos, cuya presencia se ha hecho familiar a través de los años.

María la Guagua

¿En dónde nació?

María, nació en la zona campesina del Azuay en la década de los años 60.

¿Quiénes fueron sus padres?

No se conocen datos de sus familiares, ya que era una mujer indigente que deambulaba por la ciudad sola. Su identidad y apellido fueron suplantados con el apodo que mejor identificaba a una madre frustrada: la guagua

¿En qué institución estudió?

María La Guagua era una mujer humilde, que vivía en la pobreza y abandono. Seguramente vino del campo a la ciudad para sobrevivir a los problemas sociales que estaban relacionadas a su condición.

¿Qué le gustaba hacer?

Salir a las calles a caminar. Estar a su manera muy maquillada y siempre acompañada de su hijo imaginario.

¿En qué sector vivía?

Se dice que María La Guagua vivía en el barrio de El Vecino.

¿Por qué se hizo un personaje histórico de la ciudad?

María La Guagua se hizo conocida porque deambulaba por varios lugares de la ciudad con un bulto de trapos que parecían ser un niño recién nacido. Según cuentan, era el niño que había perdido en sus brazos producto de la pobreza y el abandono. Ella se rehusaba a su muerte y por esta razón enloqueció.

¿Cual fue una anécdota de mayor peso en la ciudad?

Verla maquillada en exceso, con desbordes de personalidad gritaba a los hombres que pasaban por la esquinas de las calles, reclamando la paternidad de sus hijo. Hombres que huían al verla ya que evitaba pasar la vergüenza de ser increpados.

Se dice que los jóvenes del barrio de El Vecino le molestaban con su supuesto hijo y le hacían tener muchas iras, para que ella reaccionara. Era como un juego en el que le decían María mira, la guagua, ve la guagua, María... La Guagua.

María se convirtió en el susto de muchos niños, que asustados recibían en la noche el cuento de sus padres, al decirles que si no duermen por la noche llegará María La Guagua a llevarles.

Carlitos de la Bicicleta

¿En dónde nació?

Carlos Maestre nació en el año de 1900 y murió en 1996 en la ciudad de Cuenca.

¿Quiénes fueron sus padres?

No se tienen datos de su entorno familiar.

¿En qué institución estudió?

Se desconocen datos sobre estos acontecimientos. Lo que la gente que lo conocía y ha sobrevivido de la tradición oral, es que era una persona muy informada de las noticias de la realidad del país, con quien se podía conversar sobre los acontecimientos con gran amplitud.

¿Qué le gustaba hacer?

Le gustaba transportar un camión de juguetes jalado por una piola, lo cual demostraba el espíritu de niño que habitaba en su ser.

¿En qué sector vivía?

No se precisan datos sobre la localidad.

¿Por qué se hizo un personaje histórico de la ciudad?

Siempre estaba en el sector de las calles: Bolívar y Benigno Malo, Sucre, Benigno Malo y Padre Aguirre. En estos lugares pasaba junto a un balde de hojalata, en el cual recogía la moneda de la gente de buen corazón que se acercaban a depositar monedas. Era un rostro conocido para todos quienes circulaban por las calles céntricas de la ciudad.

¿Cuál fue un anécdota de mayor peso en la ciudad?

Carlitos era un mendigo que tenía poliomielitis, enfermedad que dejó secuelas en su pierna izquierda y caminaba apoyado a un bastón. Los chicos de la época le molestaban por esa condición y le gritaban: ¡Carlitos y la bicicleta!

Él se defendía de ellos usando el bastón como defensa. Se decía que tenía buen carácter y tomaba con humor cualquier situación en la que querían aludir su condición física.

Loca Carlota

¿En dónde nació?

En la ciudad de Cuenca.

¿Quiénes fueron sus padres?

Bien vestida y de buena presencia, daba cuenta su traza y fisonomía, que pertenecía a la clase social de las élites cuencanas. Pocos o nadie sabía en efecto, de quien se trataba, de su identidad y apellidos.

¿En qué institución estudió?

No se conocen datos. Por su condición de salud mental, seguramente no curso estudios de manera formal.

¿Qué le gustaba hacer?

Le gustaba andar en bicicleta por las calles de la ciudad cuando se escapa de su casa.

¿En qué sector vivía?

No se conoce específicamente, pero dicen que era una mujer joven que pertenecía a una familia adinerada. Por los datos que se otorgan desde la memoria popular se le enlaza con los patios de las grandes casa que estaban ubicadas en el centro de la ciudad.

¿Por qué se hizo un personaje histórico de la ciudad?

Porque se le veía en su bicicleta con aparente normalidad, pero ya era conocida por decir y hacer cosas que llamaban la atención de la gente, en especial en temas amorosos.

¿Cuál fue un anécdota de mayor peso en la ciudad?

Los datos que recuerdan de ella los cuencanos que pasan ya de 70 años e historiadores de la ciudad, es que parecía exhibir solamente un comportamiento exaltado en especial en materia del afecto y la sexualidad.

Pasaba inadvertida, cuando es de predecir se les escapaba a los custodios de la casa, y deambulaba por la ciudad abrazando a muchachos con los que de pronto se enamoraba perdidamente. Los besaba a discreción y gritaba a los cuatro vientos que quería casarse.

Solía ingresar a casas ajenas y se ponía a montar en bicicleta gritando que está enamorada y quiere casarse.

Suco de la Guerra

¿En dónde nació?

En la ciudad de Cuenca en la década de los 60.

¿Quiénes fueron sus padres?

Se desconoce esta información.

¿En qué institución estudió?

Se desconoce la información.

¿Qué le gustaba hacer?

Contar historias.

¿En qué sector vivía?

Se conoce que siempre estaba por el sector de Todos Santos, La Merced y la calle de Los obreros. En esta zona se desempeñaba como cargador de leña y de los mercados 10 de agosto y 9 de octubre de Cuenca, estibador en cualquier menester que las familias requerían para levantar y trasladar bultos entre pesados y enormes.

¿Por qué se hizo un personaje histórico de la ciudad?

Se dice que siempre contaba a la gente las historias de guerra, historias que duraba de 50 a 60 minutos, en donde contaba las historias de la guerra del 41 y otras historias fantasiosas hasta cierto punto, que lo

hacían ver como un prócer heroico. Llevaba varias sogas cruzadas sobre sus hombros y brazos, a manera de cartucheras de guerrillero.

Se dice que sus relatos son fruto adicional de su imaginación agrandada, que bien pudo haberse desencadenado luego de una neurosis o quizá psicosis de guerra real, que suelen los conflictos armados producir en el frente de batalla y que perduran largo tiempo.

¿Cuál fue un anécdota de mayor peso en la ciudad?

A pesar de haber sido un sencillo cargador, en general ignorado por la gente, justo en el momento de ser reconocido por niños y jóvenes, quienes eran su público asiduo a los que contaba todas esas experiencias de guerra, en el que tenía el protagonismo y admiración de sus fieles oyentes. Su aspecto físico también incidió para que sobresalga en la memoria colectiva de quienes han mantenido la tradición oral, dicen que era un hombre pequeño, rubio y pecoso. Sus relatos incluían referencias de haber participado, con suerte para su vida, en confrontaciones a bayoneta calada y en varios ataques a bordo de tanques de guerra. Solía tratar muy ácidamente a los peruanos. Eran las gallinas peruanas.

¿En dónde nació?

Vicente Eugenio Malo Corral, más conocido como el “Vichi Malo”, nació el 5 de abril de 1941 en la ciudad de Cuenca.

¿Quiénes fueron sus padres?

Antonio Malo Moscoso y América Corral Moscoso.

¿En qué institución estudió?

Realizó sus estudios en la escuela Borja.

¿Qué le gustaba hacer?

Decía que en su niñez le gustaba mucho ver películas en las salas de cine que había por el centro de la ciudad. Además era un hombre culto al que le gustaba la lectura.

¿En qué sector vivía?

Vichi Malo vivió toda su vida en el centro de la ciudad en el barrio de María Auxiliadora, específicamente en las calles: Benigno Malo y Sangurima.

¿Por qué se hizo un personaje histórico de la ciudad?

Fue un personaje lleno de carisma y amabilidad que transitaba por varios lugares de la ciudad de Cuenca. Al ser un funcionario público de la ciudad, siempre estaba impecablemente vestido. Su forma peculiar de caminar, de manera encorvada, le hacían que no pase la gente sin mirarlo. Siempre estaba cerca de los alrededores de la Gobernación del Azuay, en donde laboraba, además de varios lugares céntricos como el Parque Calderón.

¿Cuál fue un anécdota de mayor peso en la ciudad?

La gente recuerda los cachos (chistes) que se contaban nombrando al Vichi Malo. El personaje tenía muchos amigos y conocidos que bromeaban con él, es por esta razón que le hacían chistes y el también los contaba. Por esa razón, todos los chistes de la generación cuencana de niños de los años ochenta tenían el referente del Vichi Malo como una especie de caricatura como Condorito. Pero durante varias décadas se lo vio en la ciudad, ya que falleció en el año 2011.

El Atacocos

¿En dónde nació?

Se dice que Luis Villavicencio más conocido como el Atacocos, nació en la ciudad de Cuenca en la década de los años cuarenta. Era un hombre alto, flaco, harapososo, llevaba siempre un sombrero de paño arrugado y de copa alta sobre su cabeza, de bigote y barba que con la edad cada vez se volvieron semicanos.

¿Quiénes fueron sus padres?

Algunas fuentes señalan que su padre fue el cura Villavicencio, quien era párroco de Turi, a inicios del siglo XX.

¿En qué institución estudió?

Estudio en el Seminario para ser sacerdote, pero se retiró de la carrera y por ende no llegó a ejercer.

¿Qué le gustaba hacer?

Le gustaba escribir poemas, los cuales se hicieron muy populares.

¿En qué sector vivía?

No se conoce el dato.

¿Por qué se hizo un personaje histórico de la ciudad?

El Atacocos fue un declamador de poesía popular. Se dice que muchas personas se burlaban de sus defectos y otros de sus poesías.

Era Cargador de oficio, sin embargo, recogía propinas en los shows de la ciudad y, se convirtió en cotizado pregonero de los remates que se organizaban en Cuenca y Azogues.

Con frecuencia se le encontraba en el parque Calderón, en medio de intelectuales, ministros, abogados y gobernadores; mas estos, curiosos, se deleitaban escuchando sus discursos, entre la risa y la mofa de verlo siempre poseído por la poesía.

¿Cuál fue un anécdota de mayor peso en la ciudad?

Se dice que siempre cargaba unos cocos por una calle que él decía se llamaba los Cocos, por esa razón, le llamaron el Atacocos, como una forma de decir que estaba loco.

La gente de la época y que quedó registrado en algunos libros, dicen que se hizo famoso por recitar las siete palabras el Viernes Santo en una de las bancas del Parque Calderón.

Algunas de sus versos famosos son:

“Asómate a la ventana para darte una manzana, mantención de la semana, palomita cuculí”

“Déjate querer guambrita, que a ti no te cuesta nada, en esto no tiene parte ni tu taita ni tu mama”.

Bettin de la Lotería

¿En dónde nació?

Se desconocen los datos exactos, pero se le conoció durante la década de los años 1990 al 2000.

¿Quiénes fueron sus padres?

No hay datos conocidos al respecto.

¿En qué institución estudió?

Se desconoce. Por sus facultades físicas, y su problemas de habla, es probable que no haya cursado estudios.

¿Qué le gustaba hacer?

Un hombre humilde dedicado al trabajo informal en la calle.

¿En qué sector vivía?

No hay datos conocidos.

¿Por qué se hizo un personaje histórico de la ciudad?

Porque siempre estaba en la zona del Centenario, vendiendo la lotería, que era una manera de ganarse la vida.

¿Cuál fue un anécdota de mayor peso en la ciudad?

Debido a sus limitaciones del habla decía en pocas palabras: “ooommpreeeee oteriaaaaaaaaa”.

Lo cual provocaba ternura en la ciudadanía que lo apoyaba con la compra de una lotería o con cualquier gesto de bondad.

ARQUETIPOS

Con ayuda de la información de los arquetipos de personalidad se puede dar a cada uno de los personajes un arquetipo que lo identifique por la cromática que tiene cada uno de ellos.

Diseño de Personajes

- Suco del Cenáculo:

Un personaje tranquilo, con un aspecto físico de un hombre rubio con ojos claros que su apariencia lo ha hecho sobresalir en cualquier lugar que se encuentre, según Jung es claramente el arquetipo **INOCENTE** con una cromática (rosa, roja y amarilla).



- María la Guagua:

Una mujer que enloqueció y deambulaba por algunos sectores de la ciudad reclamando a los hombres de aquella época la paternidad de su hijo, según Jung este arquetipo pertenece al arquetipo **FORAJIDO** con una cromática (negra, naranja y rojo principalmente).



- Carlitos de la Bicicleta:

Un hombre que pasaba muy bien informado sobre las noticias en su país, un personaje muy noble que sufrió una enfermedad en su pierna, según los arquetipos plantados es **CUIDADOR** con una cromática (Azules claros y oscuros también un gris principalmente).



- Loca Carlota:

Un personaje dentro de la ciudad con una muy buena presencia con problemas amorosos, con un arquetipo **AMANTE** y de una cromática (Negra, roja y fucsia).



- Suco de la Guerra:

Otro personaje muy sabio dentro de la ciudad, lleno de muchas historias en su vida, su imaginación agrandada, que bien pudo haberse desencadenado luego de una neurosis o quizá psicosis de guerra real, según Jung el arquetipo para el suco es **EL SABIO** con una cromática (azul, rojo y gris principalmente)



- Vichi Malo:

Un hombre lleno de carisma y amabilidad que transitaba por varios lugares de la ciudad de Cuenca, según Jung **EL BUFÓN** con cromática (Azul intenso, naranja y amarillo).



ÍNDICE

- El Atacocos:

Un hombre que fue declamador de la poesía popular dándosele a él mismo personaje reconocido dentro de la ciudad, el arquetipo sería **AMANTE** con una cromática (Negra, roja y fucsia).

Bettin de la Lotería: Hombre humilde dedicado mucho a su trabajo informal en las calles de la ciudad, su arquetipo sería **EL CREADOR** con una cromática (Rojo, rosado y negro).



- Bettin de la Lotería:

Hombre humilde dedicado mucho a su trabajo informal en las calles de la ciudad, su arquetipo sería **EL CREADOR** con una cromática (Gris, gris claro y negro).



ILUSTRACIÓN

PROPORCIONES

Las proporciones que se usaron en las ilustraciones son en base al canon de $7 \frac{1}{2}$, lo que hace que tengan un aspecto real y estándar, se puede entender que estas proporciones son guiadas por el tamaño de la cabeza, por ejemplo: tres cabezas es equivalente al ancho de todo el cuerpo; y cuando hablamos del rostro entendemos que el ancho del mismo es del tamaño de cinco ojos.

Sin embargo se debe recalcar que en la parte en donde se encuentran la anécdota de cada personaje se usarón proporciones similares ala de $7 \frac{1}{2}$, con la variación de que el solo la cabeza será igual de ancha que el cuerpo, por el resto sigue el mismo patro del canon humano normal.

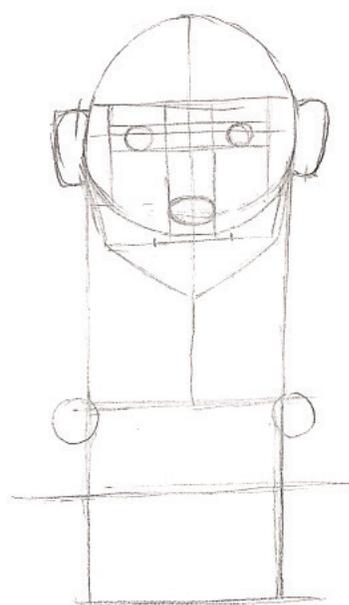


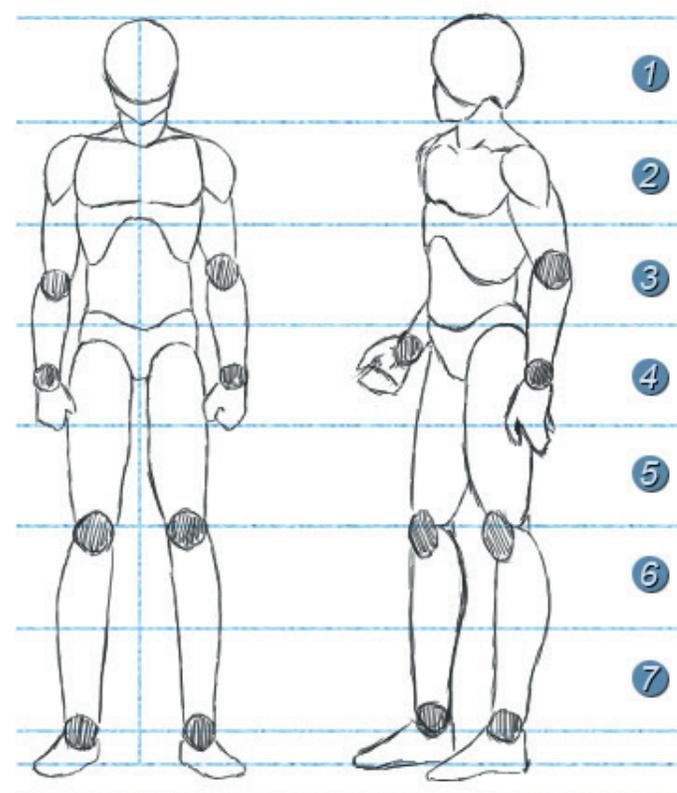
Imagen 31

CANON

Entendemos que es aquí donde se establecen las proporciones ideales que tiene el cuerpo humano al momento de ser reproducido, usando las proporciones para tener una especie de regla que se debe cumplir.

Existen diferentes tipos de cánones, pero en este caso se usará el estándar o de tipo medio como se lo conoce, en otras palabras el que usa $7 \frac{1}{2}$ cabezas para generar una perfecta reproducción del cuerpo humano al momento que se lo ilustre. Este fue usado por el famoso pintor Miguel Ángel.

Imagen 33



CARACTERÍSTICAS DE LA ILUSTRACIÓN

Las ilustraciones tendrán características lineales con una parte de color, este plano por lo general será una parte de su vestimenta; sus ojos completamente negros; orejas grandes y sobresalientes, cuellos largos y delgados. Existirá una pequeña variación en el tamaño de las cabezas y los cuellos en las partes en donde se tenga que mostrar las características del rostro del personaje.

Tenemos cuatro influencias en el estilo de ilustración que usamos.



Imagen 34

Julifisenta

De esta ilustradora tenemos una gran influencia en las líneas que usa dentro del cabello, pero adaptándolo al estilo de ilustración que usamos.



Imagen 35

Layanacmt

Se tomó los círculos en los cachetes que tienen forma de círculo con líneas, sin embargo como paso en el caso anterior lo adaptamos al estilo de ilustración que usamos.



Imagen 36

Madie Arts

El gran delineado que reemplaza a las pestañas y las pupilas con el iris que van del mismo color es lo que se tomó de esta gran ilustradora y se lo adaptó al estilo de ilustración que se está utilizando.



Imagen 37

Gabs

Aquí tenemos un referente de las características de una nariz, pómulos y labios haciendo ciertas variaciones.

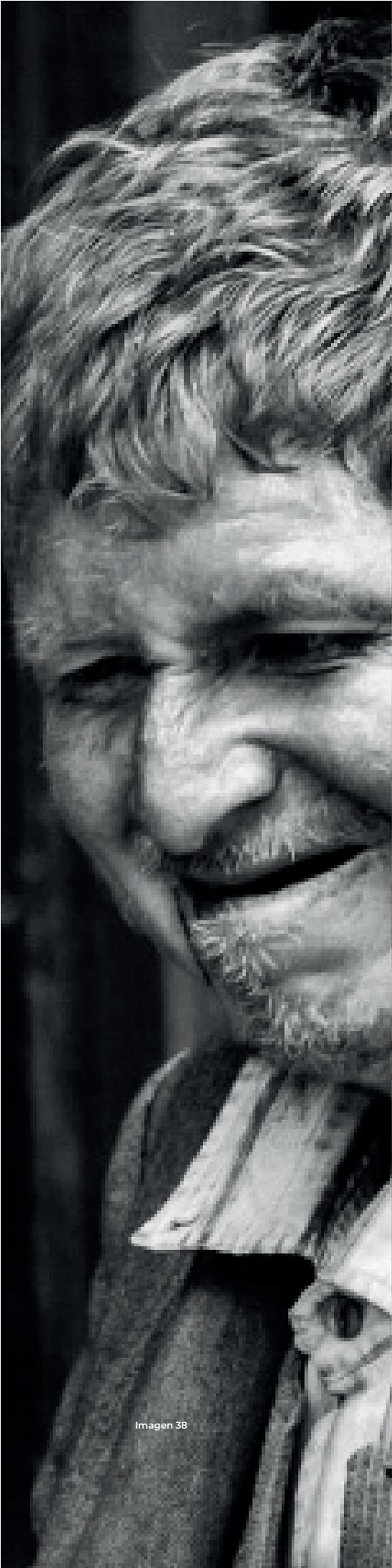


Imagen 38



Imagen 39



Imagen 40



Imagen 41



Imagen 42



Imagen 43



Imagen 44



BOCETAJE

Cada una de las decisiones que se tomarón al momento de realizar las ilustraciones de los personajes tiene base en la investigación previa que hubo y en las fotos de referencias que se encontraron, es aquí donde se pudo ver de mejor manera las características faciales de los personajes y de vestimenta, ayudando al proceso de bocetación de los personajes.

En está fase se realizarón varios bocetos de los personajes y sus escenas en base al estudio previo que hubo de las características físicas y vestimenta que tenía o tiene cada uno de ellos. Se probaron varias estéticas hasta llegar a una estética personal que se

conforma de líneas, punto y un plano de color.

Lo primero que se realizó fue un boceto a lápiz en donde se colocaron las características antes mencionadas, luego de esto el boceto se paso a limpio dándole de esta manera los contornos negros, la textura en su cabello y barba y el color en su atuendo.

Para proseguir con el proceso se escanearon las escenas y los personajes los que posteriormente fueron mejorados en calidad y color en Photoshop para finalmente colocarlos en el producto editorial y la línea de spuvenirs.

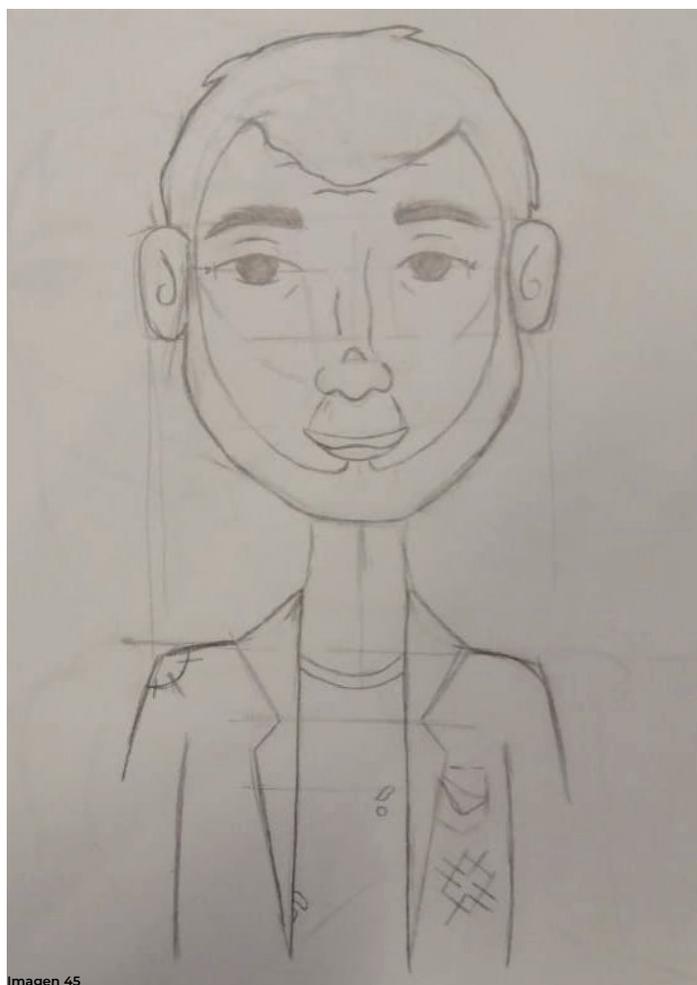


Imagen 45

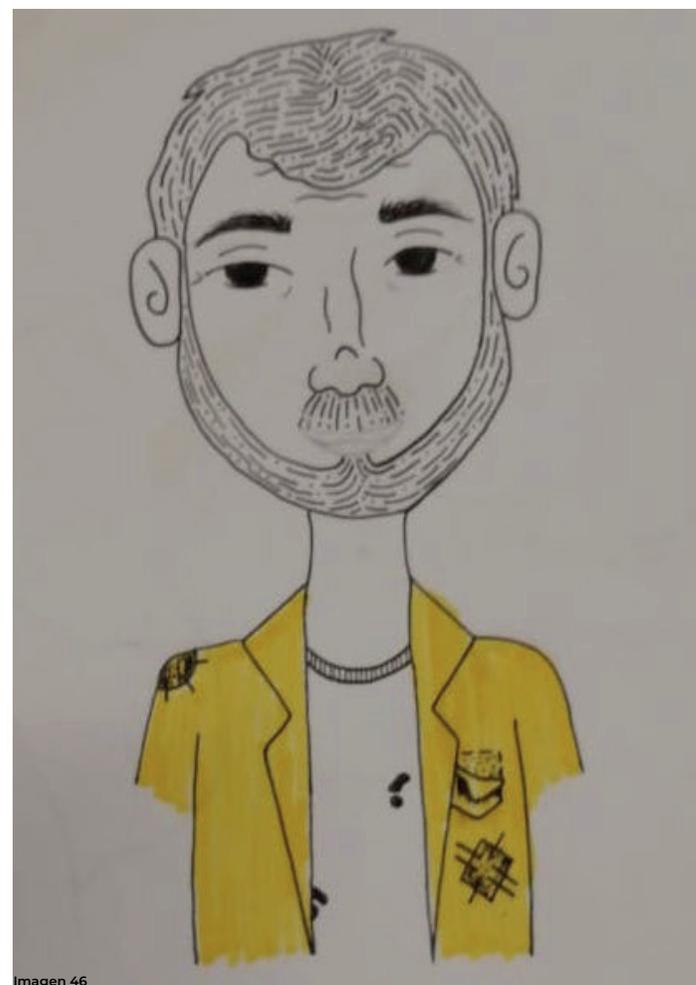


Imagen 46



Suco del Cenáculo



Imagen 48



Imagen 49

María la Guagua

ÍNDICE

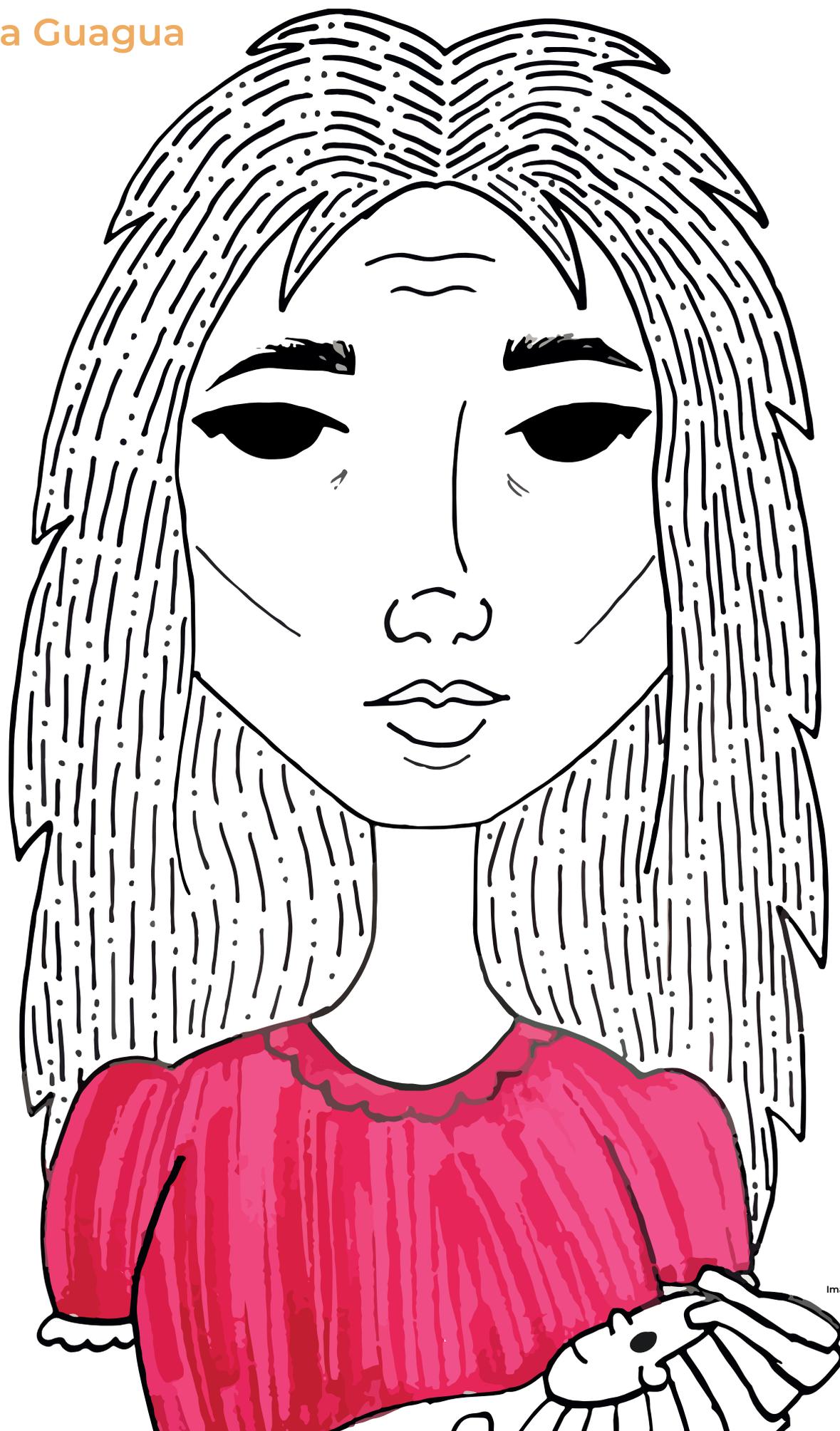




Imagen 51

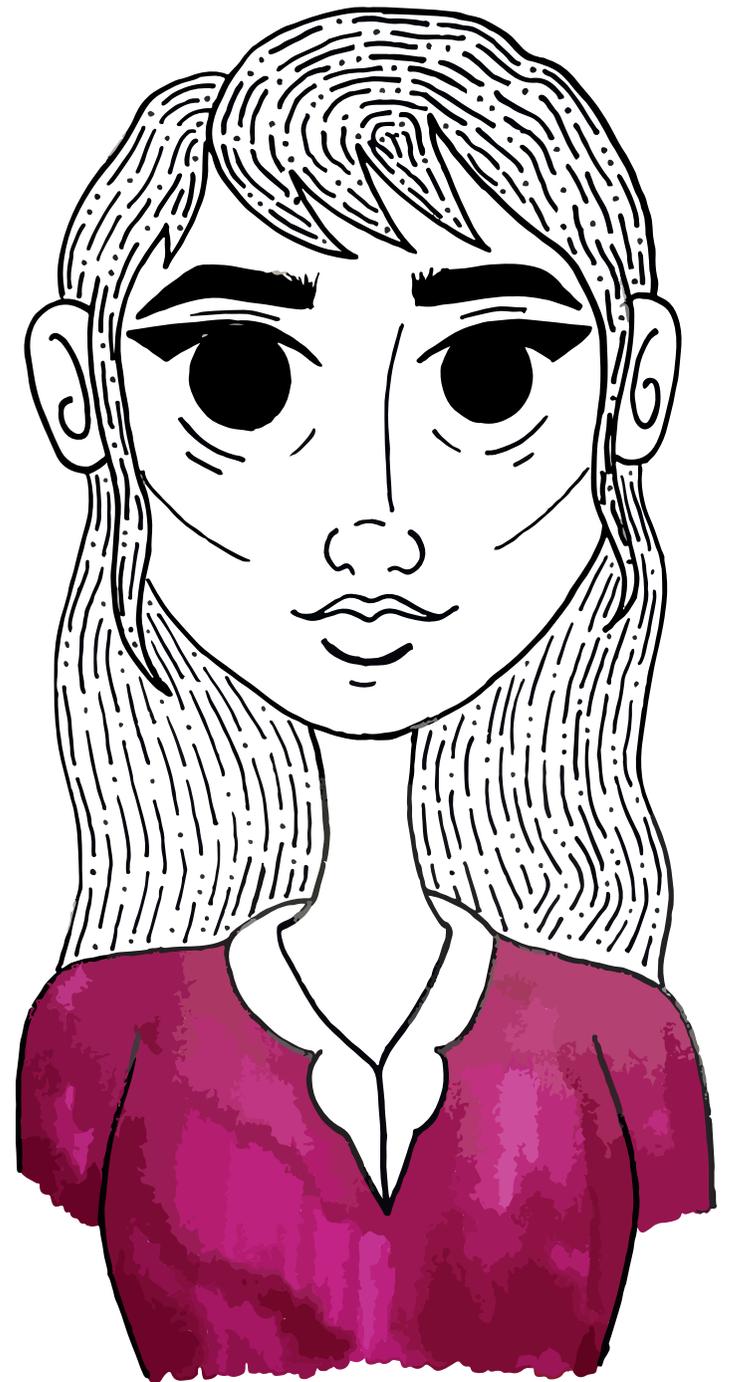


Imagen 52

Carlitos de la Bicicleta

Loca Carlota

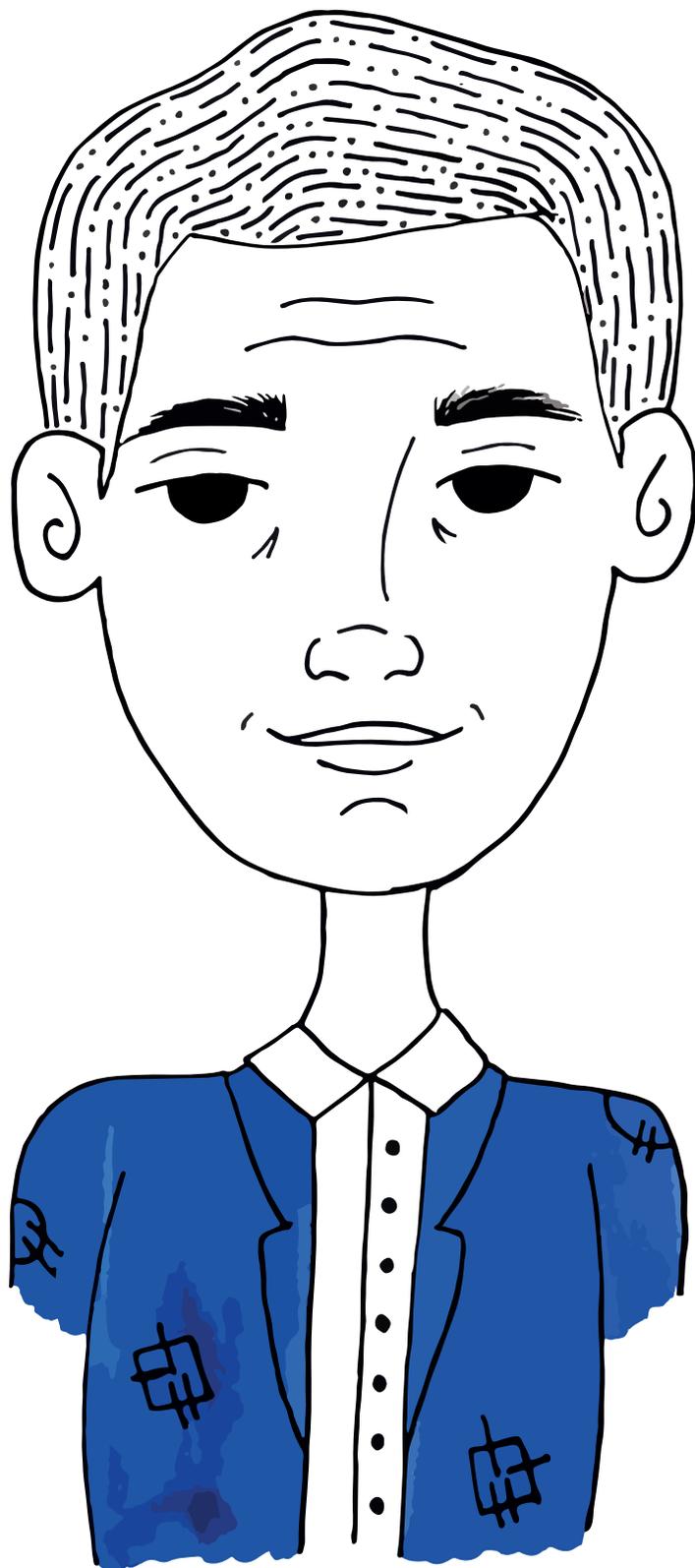


Imagen 53

Suco de la Guerra



Imagen 54

Vichi Malo

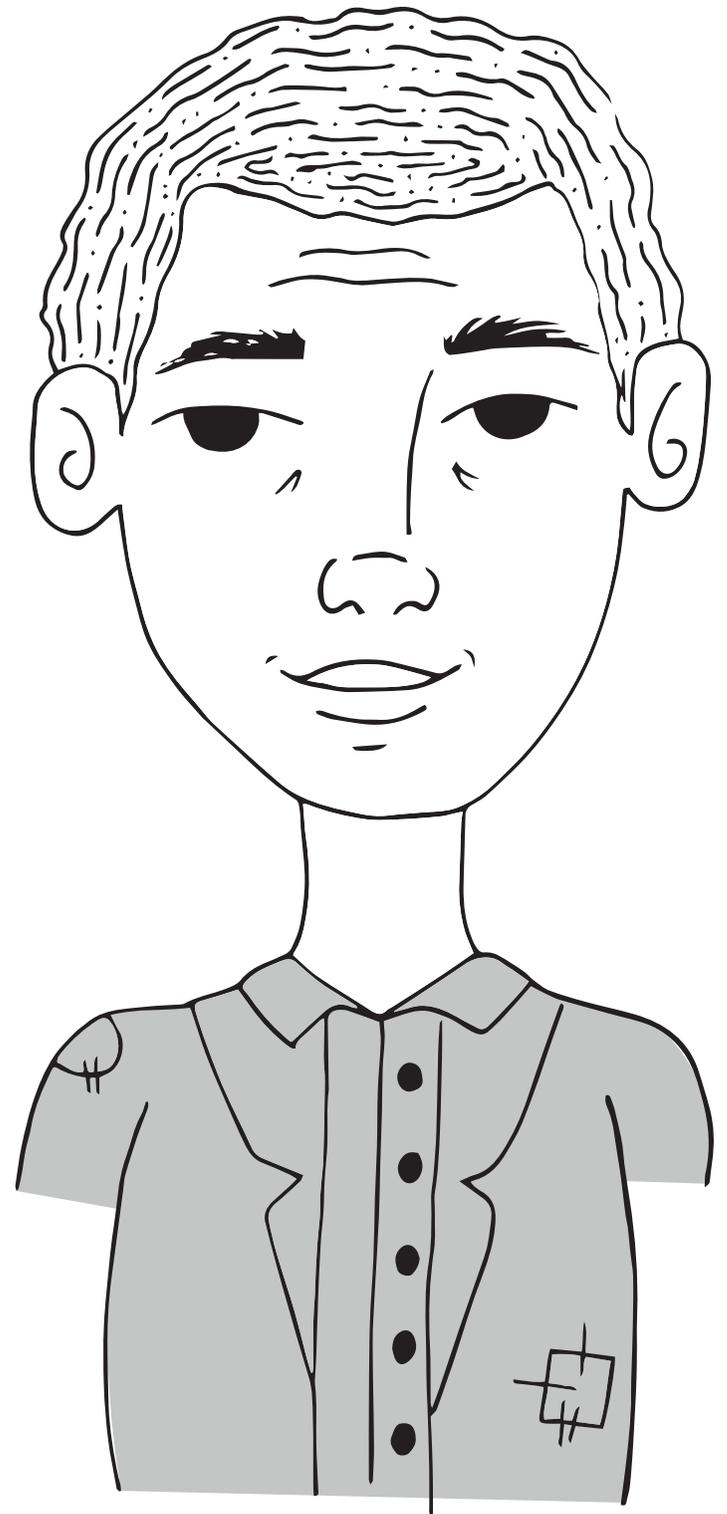


Imagen 55

Imagen 56

El Atacocos

Bettin de la Lotería

ÍNDICE

Suco del Cenáculo

- Físicas: Rubio, ojos claros y de estatura media.
- Vestimenta: Saco, pantalón de tela, buso deportivo y botas de plástico.

María la Guagua

- Físicas: Cabello negro y desgreñado; aspecto envejecido y con un bebe en sus manos.
- Vestimenta: Blusa rosa y pollera roja.

Carlitos de la Bicicleta

- Físicas: Hombre corpulento, cabello blanco y envejecido.
- Vestimenta: Camisa con sudadera, pantalón de tela y bastón.

Loca Carlota

- Físicas: Cabello negro, piel clara y de estatura media.
- Vestimenta: Vestido elegante.

Suco de la Guerra

- Físicas: Estatura pequeña, cabello rubio y pecoso.
- Vestimenta: Saco, pantalón de tela, buzo deportivo y sogas cruzadas sobre sus hombros.

Vichi Malo

- Físicas: Hombre corpulento, cabello grisáceo y envejecido.
- Vestimenta: Terno completo con chaleco y bastón incluido.

El Atacocos

- Físicas: Alto, flaco, con su bigote y la barba semi canosa.
- Vestimenta: Saco, camisa y pantalón de tela haraposos y sombrero de paño.

Bettin de la Lotería

- Físicas: Estatura media, flaco, cabello negro.
- Vestimenta: Saco, camisa y pantalón de tela haraposos y boina.

DIAGRAMACIÓN

En este punto se mostrará cada decisión tomada para que exista un sistema y coherencia en todo el producto.

El contenido propuesto para la elaboración del producto editorial permite que se trabaje a doble página, haciendo que los textos tengan apoyo visual que le dará más realce a la historia por medio de la ilustración y por tanto a cada uno de los personajes;

Es importante que se recuerden varias decisiones que se tomaron antes de llegar aquí, como que el libro tiene un tamaño de 20 x 20 cm, con 4 columnas, un margen de 5 mm y márgenes de 30 mm en cada uno de sus lados.

Los textos de igual manera se colocarán de una manera dinámica en una página podrán estar en la parte superior e inferior y en otro puede estar en medio,

esta decisión se fue tomando a lo largo del proceso para que el texto y las ilustraciones se fusionen y de esa manera sean un contenido más sólido.

Las ilustraciones son lineales y en cada una de ellas tiene un solo color, el cual se encuentra en un punto específico e importante en la escena. Sin embargo es necesario notar que siempre se usarán tres colores en cada una de las historias, los mismos que se decidieron a partir de los arquetipos de personajes.

Las texturas de líneas y puntos se ven en todo el libro siguiendo patrones diferentes que dependen de la escena de la página, esta textura se tomó de del cabello de cada personaje, ya que eso es un punto que une más a todo, dando mayor coherencia al producto editorial.

somos
los de
Cuenca



María
la
Guagua

Imagen 59

Actividad

En esta página debes dibujar con lápices de colores al personaje, conocido como el Suco del Cénaculo, con la siguiente descripción:

- Corpulento.
- Cabello blando.
- Rostro envejecido.
- Pantalón de tela.
- Sudadera.
- Bastón

-- 38 --

-- 39 --



Anécdota

Varias generaciones de la ciudad lo reconocen por haber sido asiduo visitante de las plazas y parques de la ciudad, en donde comparte alimentos con las palomas en especial, y con otros animales como perros y gatos.

Su figura inocente y un tanto diferente siempre ha llamado la atención,

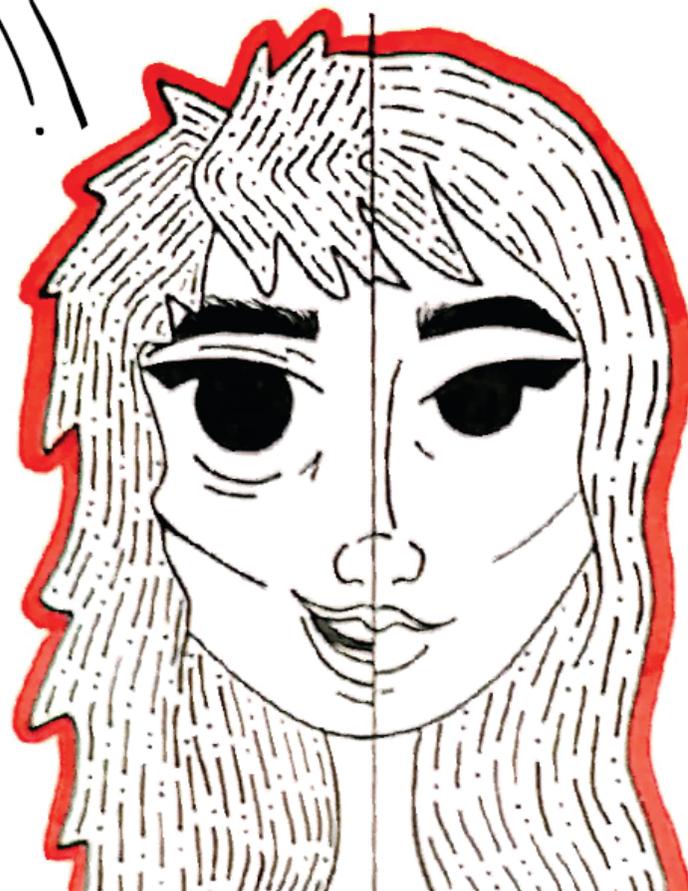
con un poco de misterio, susto y ternura

Ha sido reconocido de manera masiva por los ciudadanos, cuya presencia se ha hecho familiar a través de los años.

ÍNDICE

Imagen 61

Pese a que se la consideraba de una clase social alta se cree que no pudo cursar sus estudios de manera formal ya que su salud mental no era la mejor.



POPUP

El pop up funciona como una nueva ventana que se abre en frente para mostrar un contenido complementario, como los lugares ilustrados de cada uno de los personajes.

De esta manera se da mayor interés al público de conocer donde pasaban los personajes.

Mecanismo en Ángulo

El mecanismo en ángulo da una visión tridimensional al gráfico que se observa el pop up, está ubicado en la parte inferior, al abrir la página donde se ubica el pop up se puede observar un movimiento rápido del mecanismo para dar una mejor y atractiva visión de lo que se quiere mostrar en este caso los lugares más emblemáticos de los personajes.

Para el funcionamiento del Pop Up se necesita una tira rectangular de papel, dependiendo las medidas del libro para poder hacer doblez en cada sección y formar el mecanismo que le da un alce y así formar la tridimensionalidad, se pegan puntos del mecanismo en el libro y también en el gráfico dándole así seguridad y duración al pop up.



Imagen 62



Imagen 63



Imagen 64

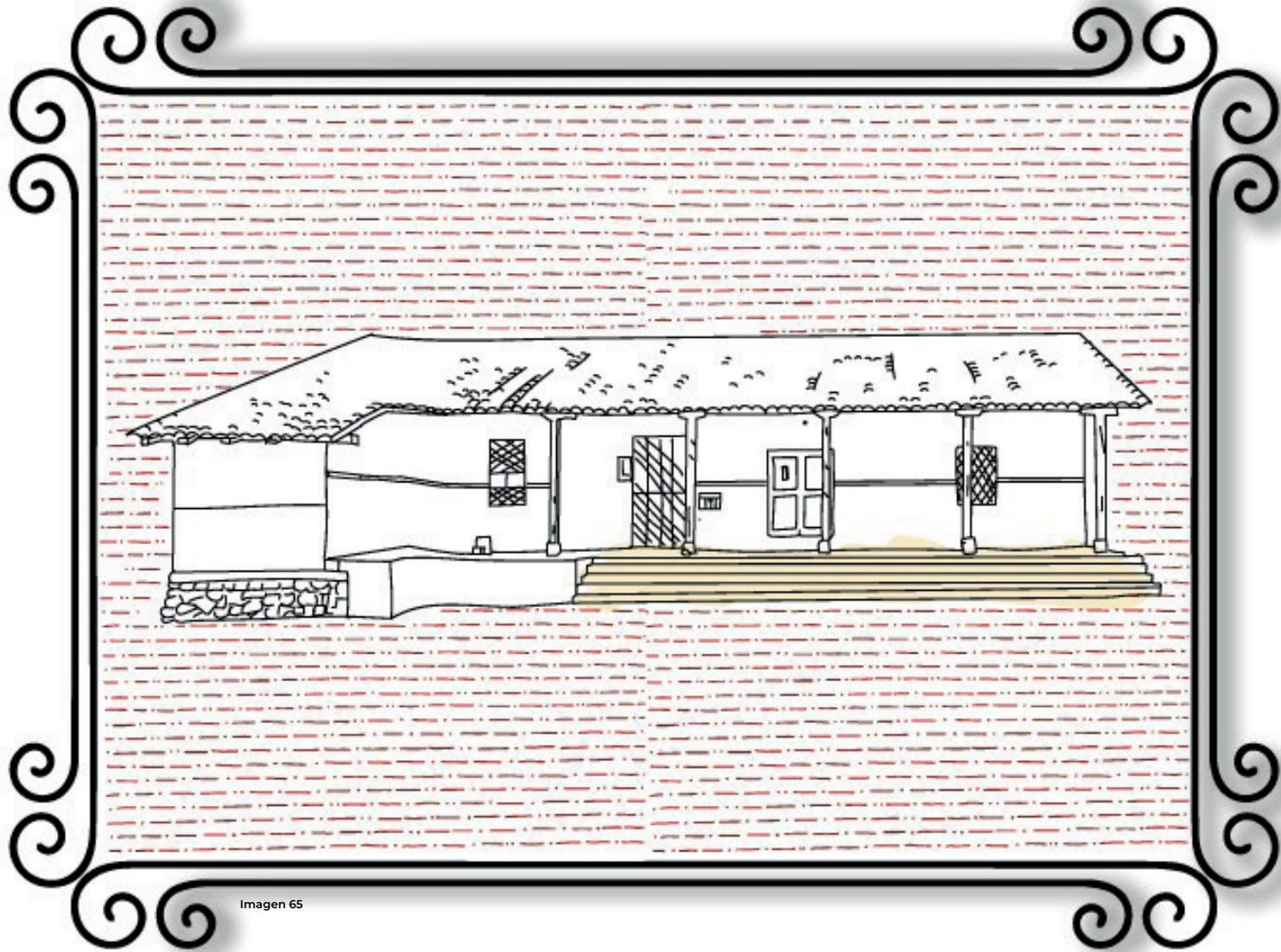


Imagen 65



Imagen 66

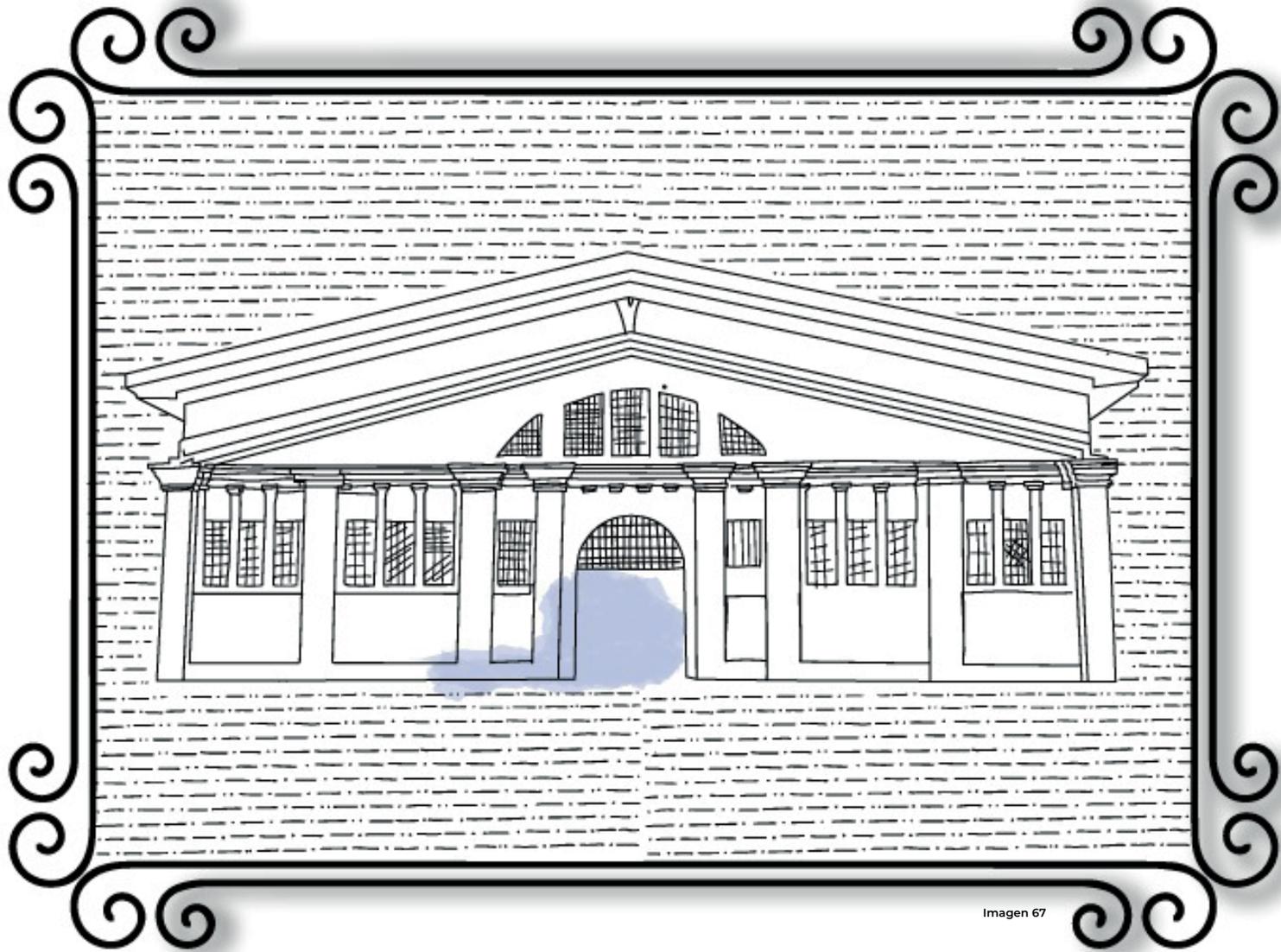


Imagen 67



Imagen 68



Imagen 69



Imagen 70

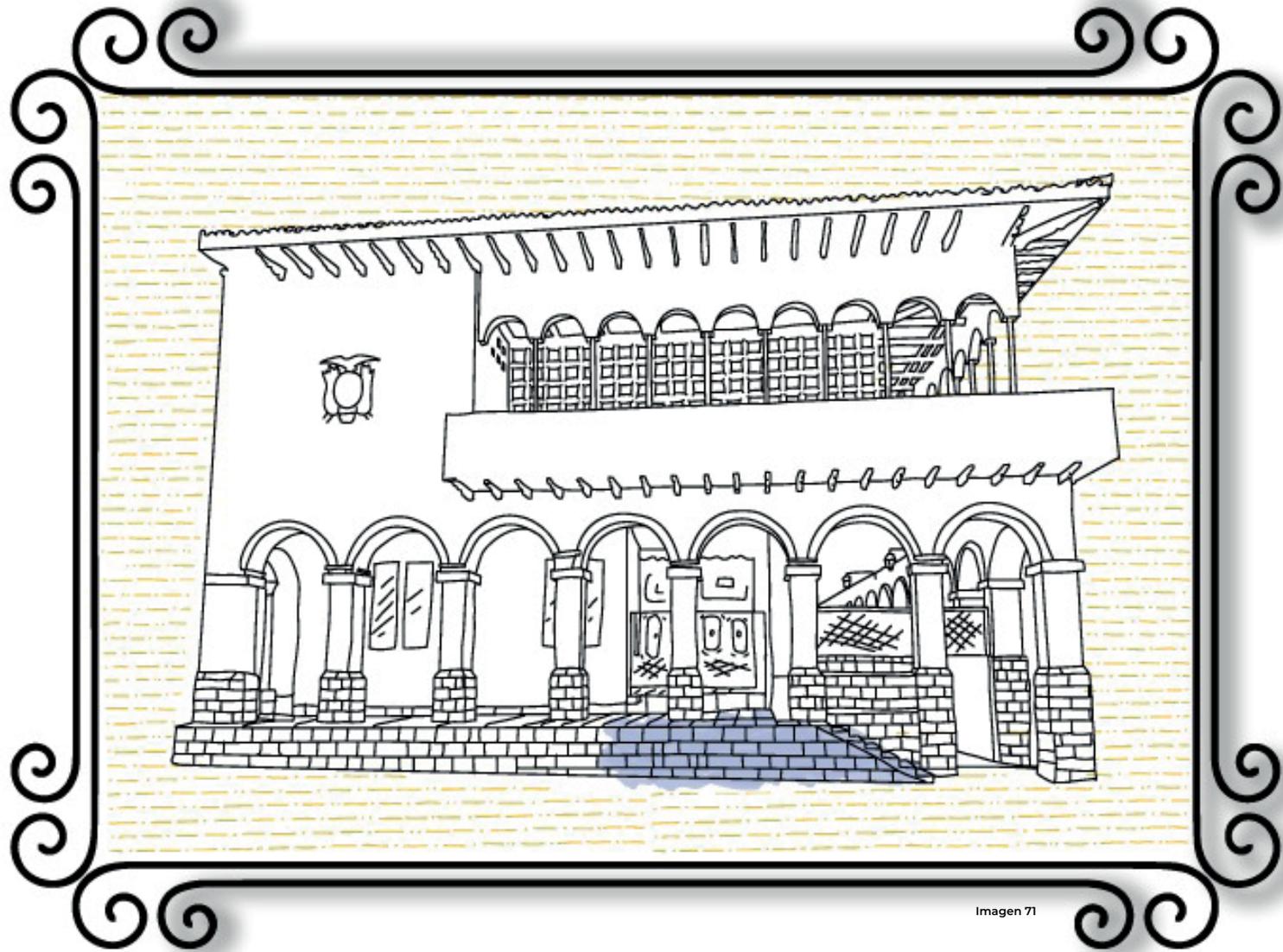


Imagen 71



Imagen 72

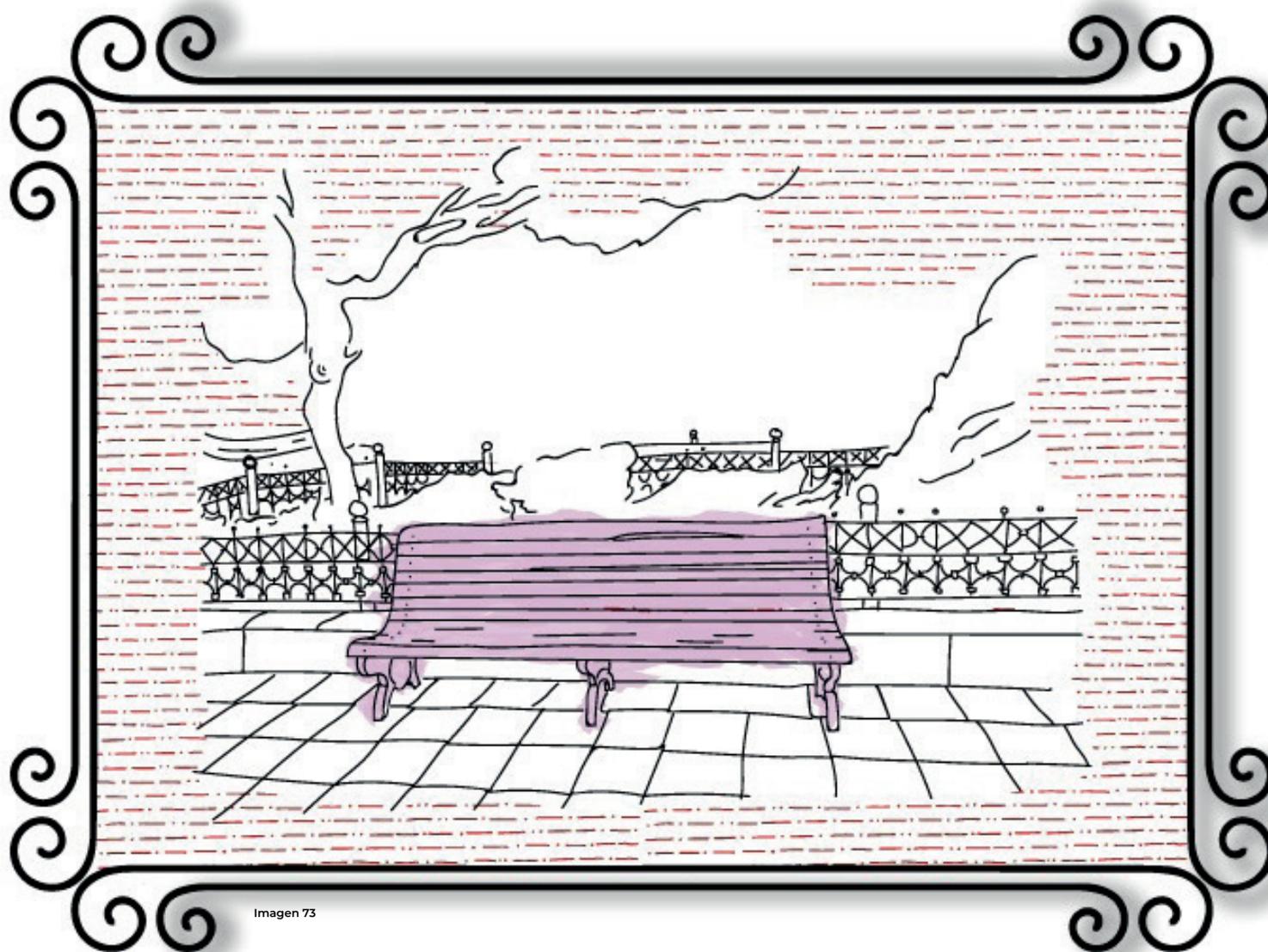


Imagen 73



Imagen 74



Imagen 75



Imagen 76

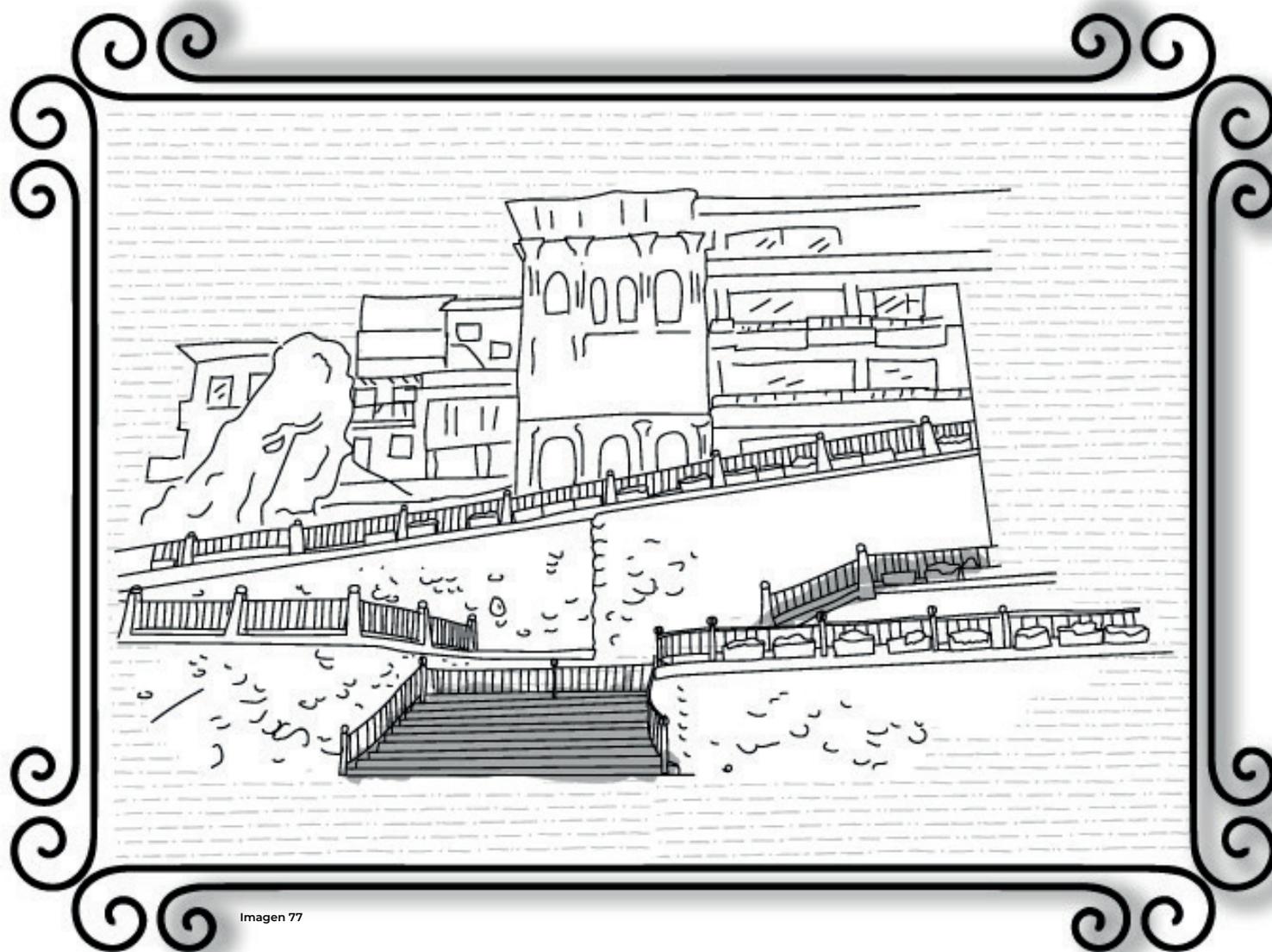


Imagen 77

Para este libro vamos a tener un viaje de la historia de los personajes con sus lugares en dimensión.

El mecanismo utilizado para crear el pop up fue tomado en cuenta con la fibra del papel, en este caso sería couche de 225 gr, el mecanismo Tridimensional funciona estéticamente bien con las historias ya que cumple con mostrar de una forma diferente el lugar donde se encontraban regularmente los personajes de la ciudad.

El libro esta conformado por la portada impresa en lienzo con guardas teniendo en cuenta que va a ser cosido (Perfect Bound) el proceso del libro cosido es: Se imprime, se dobla, se embucha, se cuece, se refila, se inercala y se obtiene el producto final.

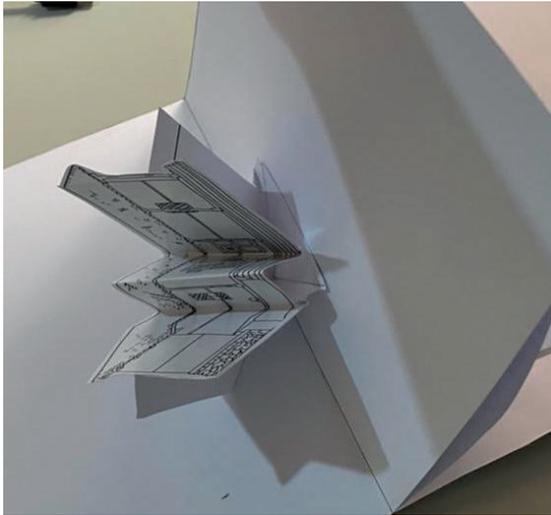


Imagen 78

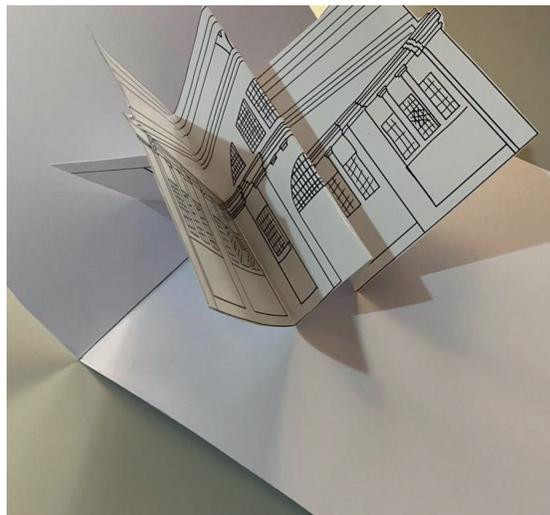


Imagen 79

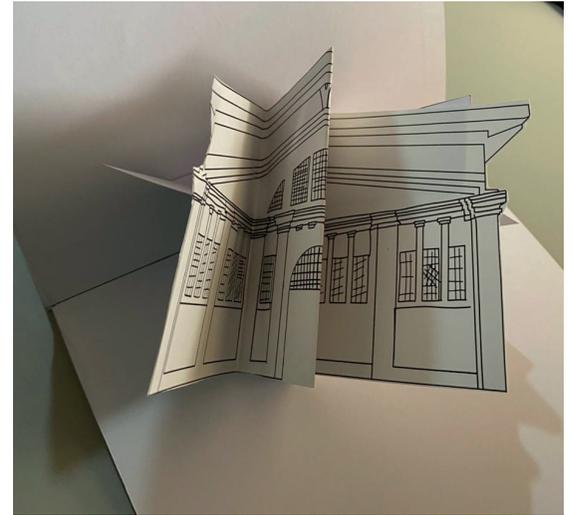


Imagen 80

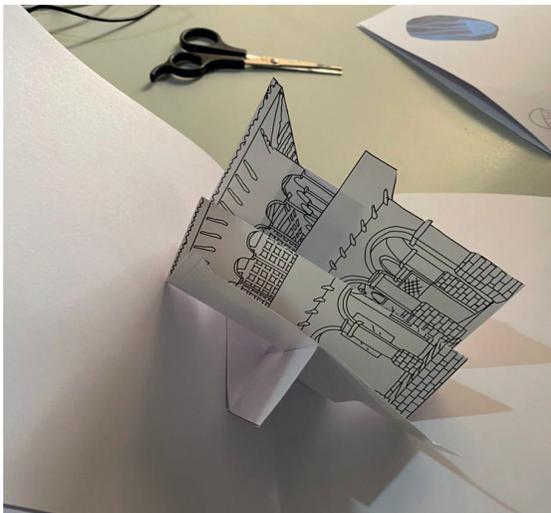


Imagen 81

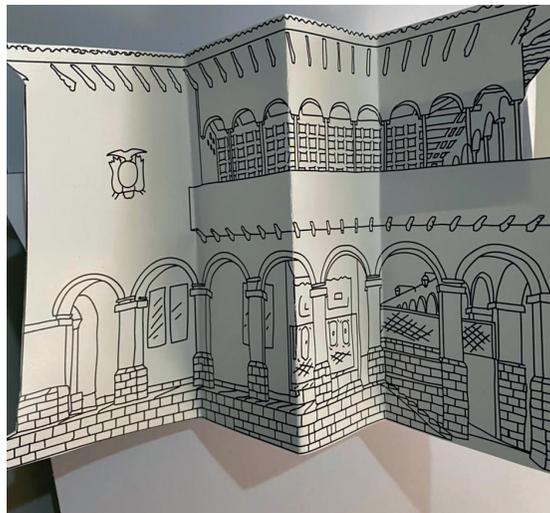


Imagen 82

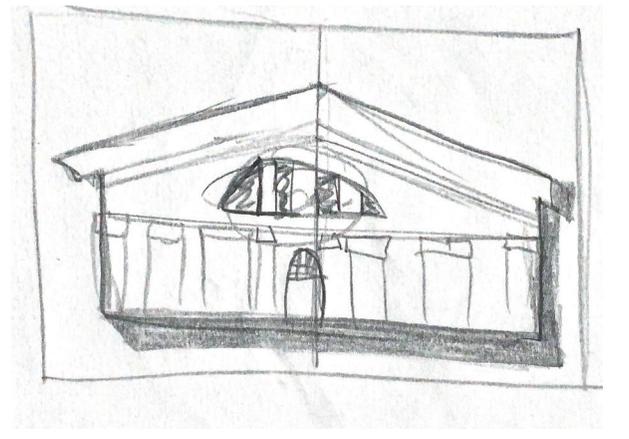


Imagen 83

SOUVENIRS

Para esta parte se tomó en cuenta la usabilidad de cada uno de ellos para de esa manera ver cual sería un souvenir clásico (Sin modificación creativa) y cual puede tener un plus creativo que hará de estos algo único, creando de esta manera un equilibrio entre las dos clasificaciones.

Para todos estos souvenirs se está adaptando la línea gráfica con elementos del libro como constantes de los cuales tenemos varios, y como variables se les está dando una composición de manera flexible para los usuarios.

ÍNDICE

SUDADERA

El estampado es la técnica que se empleó para este producto, ya que le permite tener una buena calidad y duración pese al tiempo de uso que le de el usuario,

se aplicó en cada una de las sudaderas la vestimenta de los personajes, en la parte de la etiqueta llevará la marca del proyecto.



Imagen 84



MASCARILLA

La mascarilla será reversible ya que en la parte frontal lleva ilustrado el rostro del personaje y en la parte posterior el identificador de cada personaje, de esa

manera el usuario puede utilizar a su gusto, fueron sublimadas con tela antilíquido para mayor protección del usuario.



LLAVERO

Los llaveros tienen un destapador de botellas en cada uno de ellos, el personaje está aplicado de una manera más adaptable al llavero, en la parte de la boca de cada uno lleva el destapador para simular que su boca puede abrir botellas, estos productos son em-

pleados en la técnica de impresión y goma en el metal para poder aplicar la ilustración en la parte frontal, en la parte posterior está el identificador de cada uno.



PORTA VASO

Los porta vasos son productos en donde se asientan vasos y otros objetos similares para evitar mojar o ensuciar la superficie en donde están ubicados, se realizó con una técnica de corte a laser y madera u

otro material, los porta vasos llevan cada uno un diseño de cada personaje siguiendo el sistema gráfico ya empleado.



AGENDA

Las agendas llevan un diseño con los personajes y sus sistema gráfico, los personajes van centrados en la parte de la portadas siguiendo la simetría de la agen-

da, en la parte de la contraportada se encuentra el identificador de cada personaje, se imprimió tanto portadas como interiores.

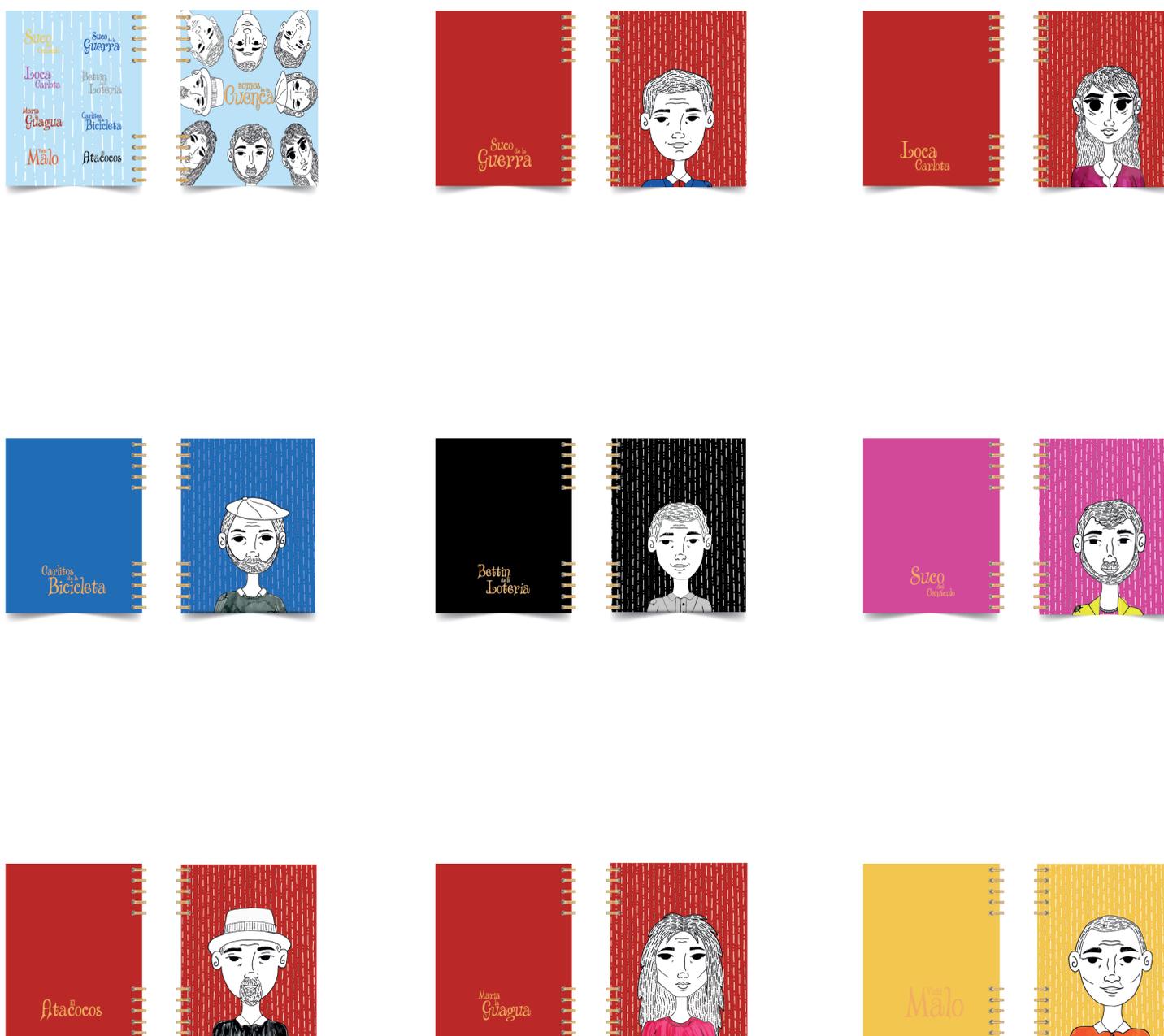


Imagen 88

ÍNDICE

COJÍN

Los cojines se realizarón de manera que puede interactuar con el usuario, cada cojín lleva plasmado el sistema gráfico pero con un detalle que es, la silueta del personaje tiene un sistema de velcro para que el

personaje lo coloque donde lo parezca mejor (funciona también como un producto anti estrés), el cojín esta será sublimado en tela poliésteres y su relleno de plumón.



GORRA

En la gorra se implantó una técnica de bordado en la parte frontal con el diseño centrado del sistema gráfico empleado, en la parte posterior de mostrará el indetificador de cada personaje con

la técnica de bordado, en la parte de la visera se colocó una etiqueta de la marca para darle mayor fuerza de identidad.



Imagen 90

ÍNDICE

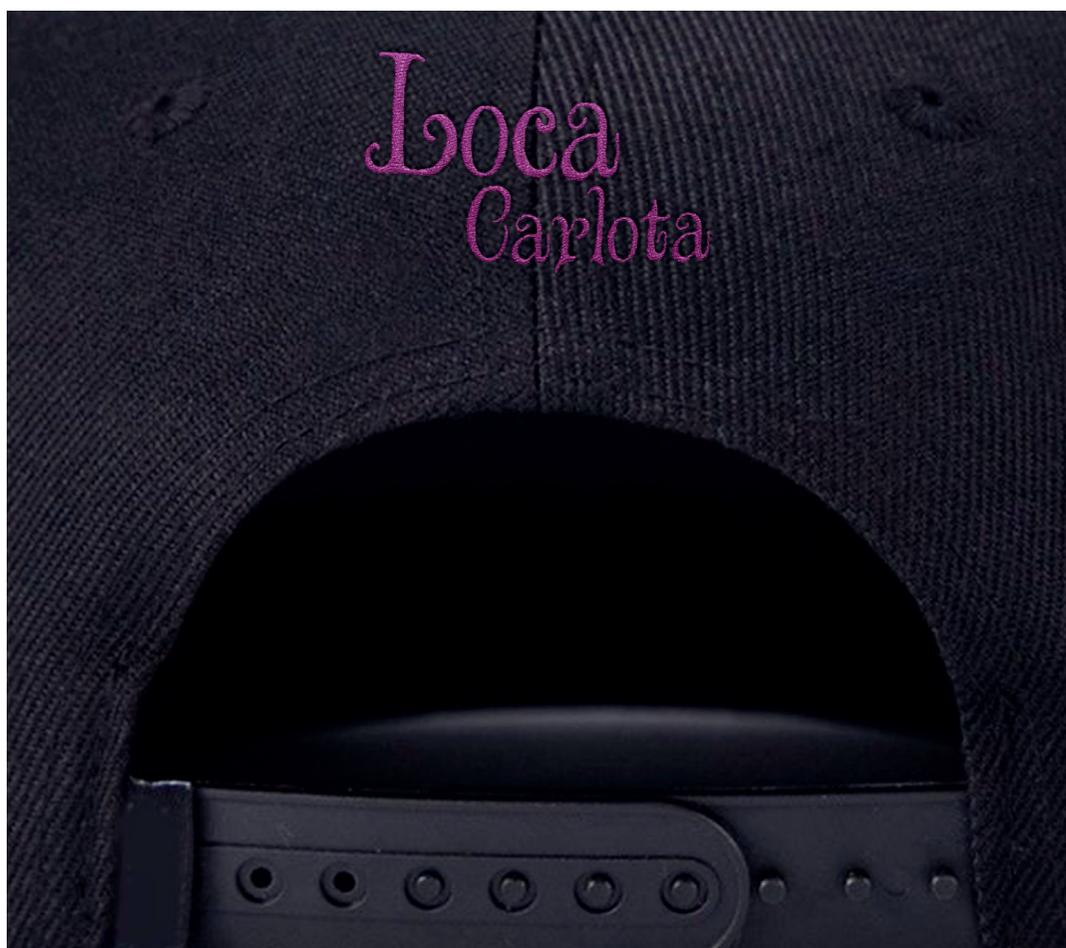


Imagen 91

CALCETINES

En este caso los calcetines tienen acabados de sublimación con los personajes centrados dándole mayor flexibilidad al tener los personajes en cada calcetín, la ilustración con el sistema de colocaron de una manera irregular donde le interactividad con el usuario, ya

que al colocarse y juntar sus pies se podrá observar un solo personaje en los calcetines, el identificador y la marca van en la parte inferior del calcetín siempre utilizando su sistema.



Imagen 92

ÍNDICE

PORTA MOUSE

Los porta mouse llevan las ilustraciones de cada uno siguiendo el sistema gráfico con su identificador.

Con la técnica de sublimación se puso a copiar el diseño de los personajes.

Los Portamouse tiene el funcionamiento de hacer los movimientos más precisos y que la colocación del puntero en la pantalla sea más exacto.



CASE

Los Cases de celular llevan el sistema con las ilustraciones de cada uno de los personajes, con un diseño muy flexible para el usuario, esto se pensó para el público ya que están en una edad

plena donde quieren tener objetos diferentes. Con la técnica de sublimación se logró plasmar el arte en los Cases.



ETIQUETAS

La etiqueta tiene como función hacer que la marca del proyecto este en cada uno de los productos que se creen a partir de las ilustraciones de los personajes

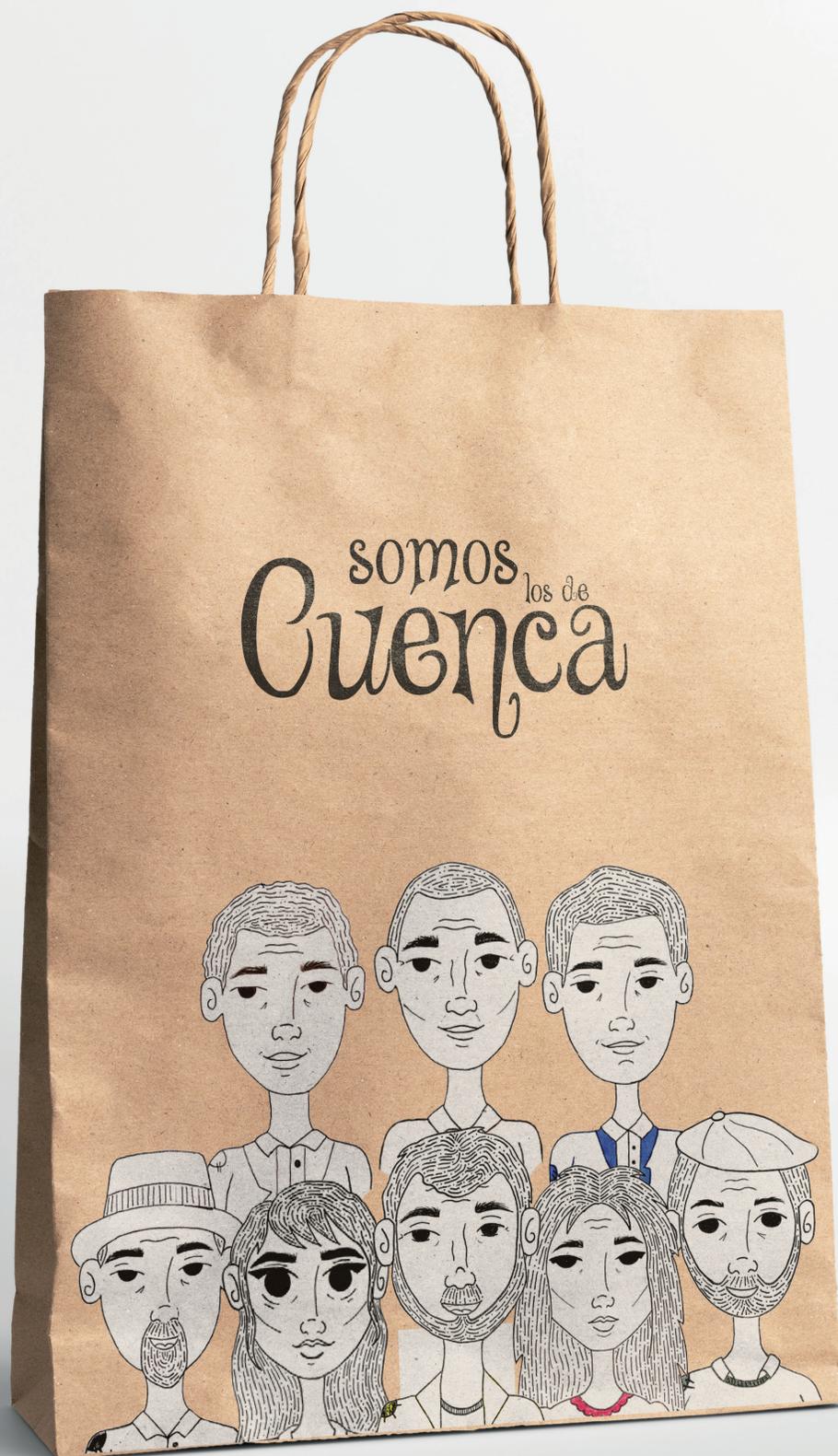
y de a misma manera hacer que el usuario pueda diferenciar los mismos.



PACKAGING

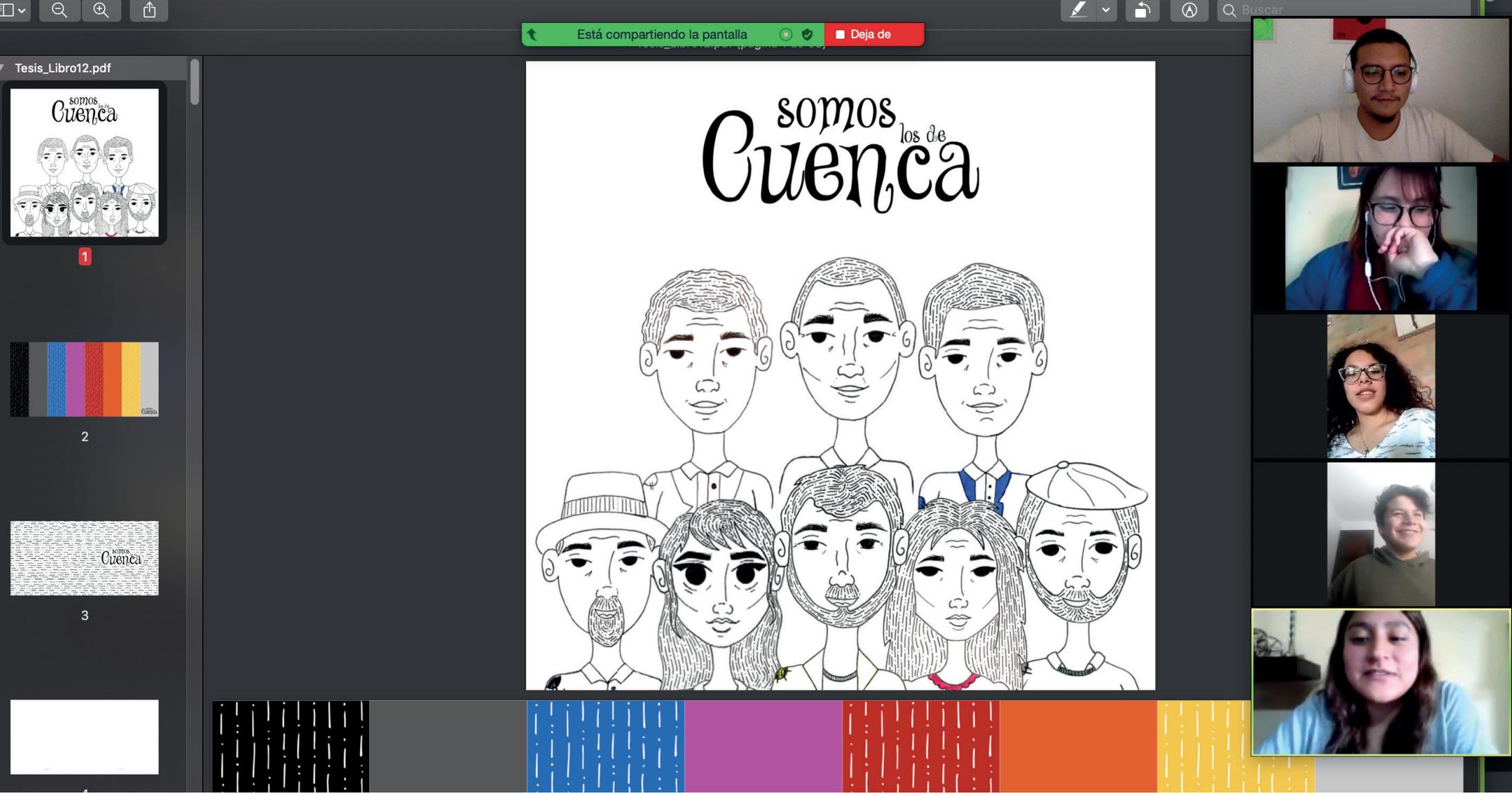
Los productos como el libro y los souvenirs se entregan con una funda de papel así nos preocupamos que los productos lleguen con calidad de origen con

funciones de protección para el producto. Como observaciones tenemos que el la funda lleva la marca y los personajes como tal.





VALIDACIÓN



La validación para este proyecto fue realizada mediante un Focus Group con jóvenes que forman parte del target de 15 a 18 años.

Esta validación se realizó mediante videollamada, ya que por temas de seguridad sanitaria no se pudo realizar de manera presencial.

El Focus Group fue con 6 jóvenes del target en el cual primero se comenzó hablando sobre el proyecto para poder contextualizar, a continuación se mostro el sistema gráfico.

En lo general la respuesta de cada uno de los jóvenes fue positiva, les llamó mucho la atención ya que la mayoría no conoce a los personajes, además les pareció muy atractivo la interactividad que tiene el libro, los souvenirs también obtuvieron muchos comentarios positivos con respecto a su sistema gráfico. Vale recalcar que uno de los comentarios de un chico fue “Me gusto saber la historia del Suco del Cenáculo y de los demás personajes” ya que esa es la intención del proyecto.

Los chicos también nos recomendaron ampliar la historia de los personajes y también reconocer personajes históricos urbanos de otras ciudades del país.

CONCLUSIONES

Para concluir, en este capítulo se ha tomado en cuenta la opinión de personas externas al proyecto, buscando así que el producto logre una mayor atención por parte del público. En diseño del libro así como en la creación de los personajes se ha tratado de integrar colores, ilustraciones, tipografías, texturas y diagramas que causen una atracción inmediata por parte de los espectadores.

De igual forma en la narración se decidió realizarla a manera de cuenta, por la preferencia de un grupo de personas encuestadas. Lo importante de este capítulo es que se ha planteado, el diseño del producto principal así como de los secundarios, y de igual manera se ha decidido un orden de páginas, la creación de textos, y de más; en el caso de los souvenirs se ha dado un enfoque en los elementos del libro, dando así un diseño para sudaderas, llaveros, cojines, portavasos, calcetines, mascarillas, gorras, entre otros que se han nombrado dentro de este capítulo, todos estos crearán una mayor atención por parte de las personas, mostrando una dinámica que va más allá de la lectura del libro, y crea una mayor interacción entre los personajes que se presentan en el libro y los lectores que adquieran el producto.

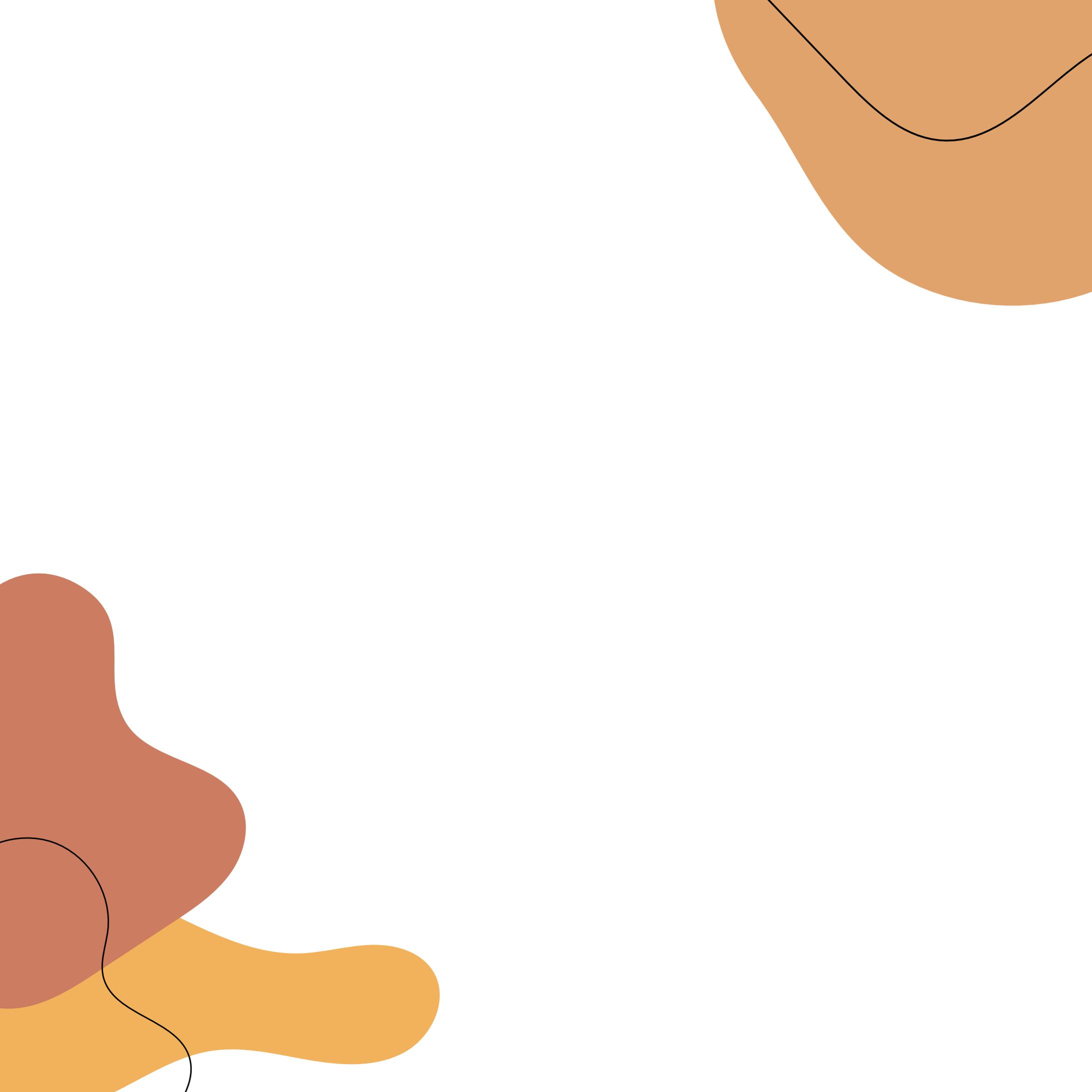
Para finalizar se puede decir que, en este capítulo existe la constancia de que se ha buscado una participación del público, para que el proyecto tenga un resultado más llamativo e interesante dentro de nuestro medio, y así pueda tener un mayor impacto dentro de la sociedad.

RECOMENDACIONES

Como cuencanos debemos sentirnos orgullosos por la riqueza cultural que nos brinda nuestra hermosa ciudad. Los personajes urbanos van dejando huella formando un poco de nuestra historia cultural a su paso, son figuras históricas que no se deben olvidar, es necesario enseñarle a las futuras generaciones de ellos, sin olvidar que en el camino muchas otras personas van a destacar y se convertirán en parte importante de lo que es Cuenca.

Cómo diseñadores creemos prudente decirles que estar al la vanguardia es esencial, mantenernos en constante aprendizaje sobre las riquezas culturales y de esa manera transformarlas en un producto gráfico e ilustrado para de esa manera aprovechar los recursos que nos brindan.

Es importante que se consideren varios aspectos, el primero el ayudar a la recolección de nuevos datos de la cultura cuencana que está plasmada en cada una de sus calles y personajes, el segundo es entender que un proyecto cultural bien elaborado toma tiempo y mucha dedicación, por ello se debe plantear objetivos alcanzables y que tengan el impacto requerido en el público objetivo.



The image features a white background with two large, abstract, organic shapes in shades of orange. One shape is in the top-left corner, and the other is in the bottom-right corner. The word "ANEXOS" is centered in the middle of the page in a bold, orange, sans-serif font.

ANEXOS

Abstract of the project	
	10 ▾
	11 ▾
Title of the project	Design of an interactive editorial product and a souvenir line, to help recover the identity of Cuenca's urban historical figures.
Project subtitle	
Summary:	One of the greatest problems that we have as a society is the loss of culture because due to globalization these have become international, identifying more with foreign characters than with their own. Popular figures of our city are overshadowed due to the lack of interest that Cuenca society has in knowing them. Through the use of theories such as Editorial Design and Graphic Illustration, it was sought that the popular urban characters of Cuenca return to be part of the identity of the city. This project proposes to create an editorial product, a line of souvenirs of popular Cuenca characters.
Keywords	Globalization, Culture, Editorial design, Graphic illustration, Popular Characters, Identity, Intangible Heritage, Souvenirs
Students	LEÓN RÍOS CAMILA ALEJANDRA SEGARRA MACHICELA SEBASTIÁN GEOVANY
C.I.	0107164006 0106841064
Code	85160 82144
Director	Toa Tripaldi
Codirector:	

Para uso del Departamento de Idiomas >>>	Revisor: 
	Durán Andrade María Karina
	N°. Cédula Identidad 010260367-7

ENTREVISTA ESTEBAN

Zoom Reunión



esteban.torres@ucuenca.edu.ec



Camila León Ríos



SEBASTIAN GEOVANNY SEGARRA MACHICELA

Speakers / Headphones (Realtek Audio)



Escribe aquí para buscar



20:04
14/1/2021

Imagen 96

ENTREVISTA DIEGO



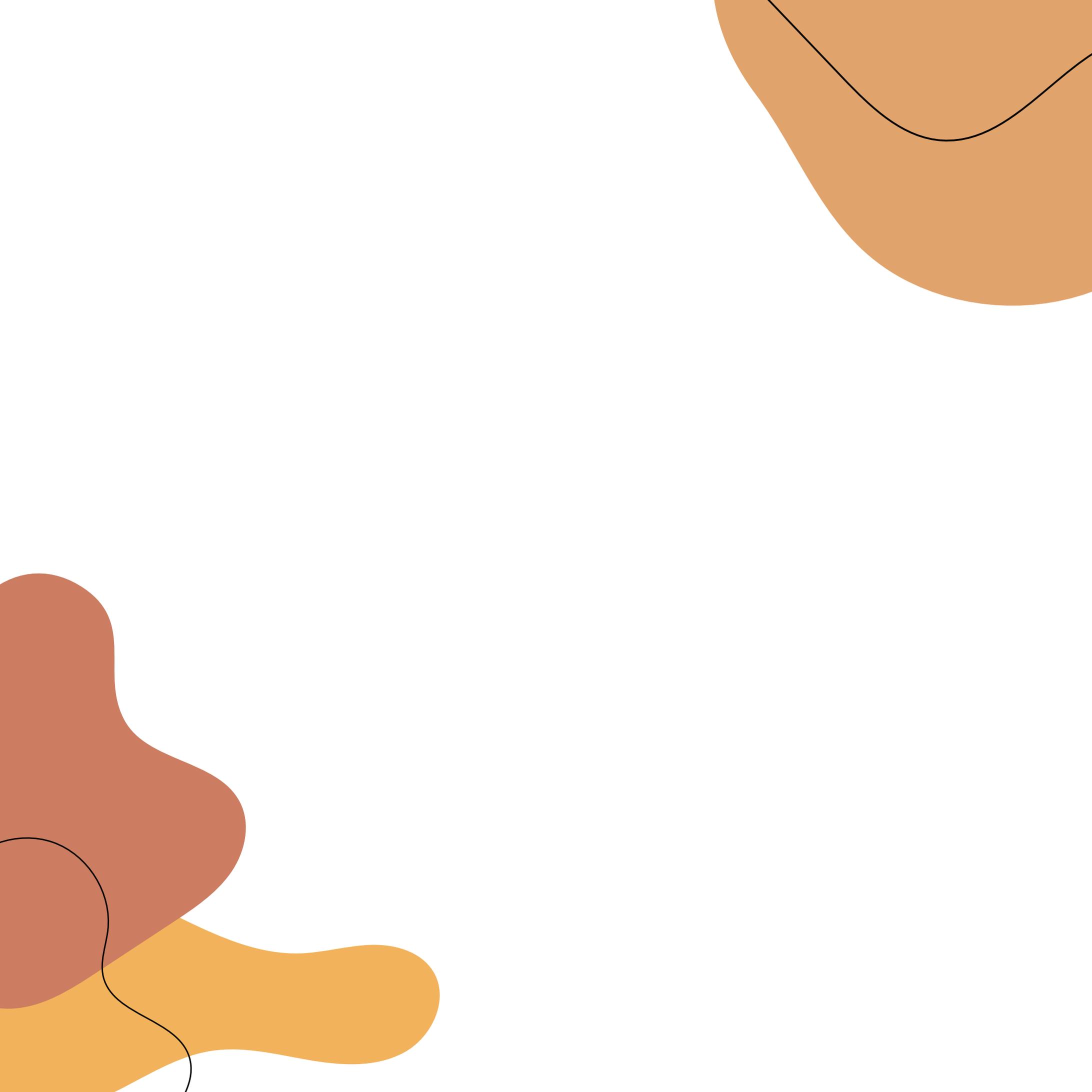
ENTREVISTA GABRIELA

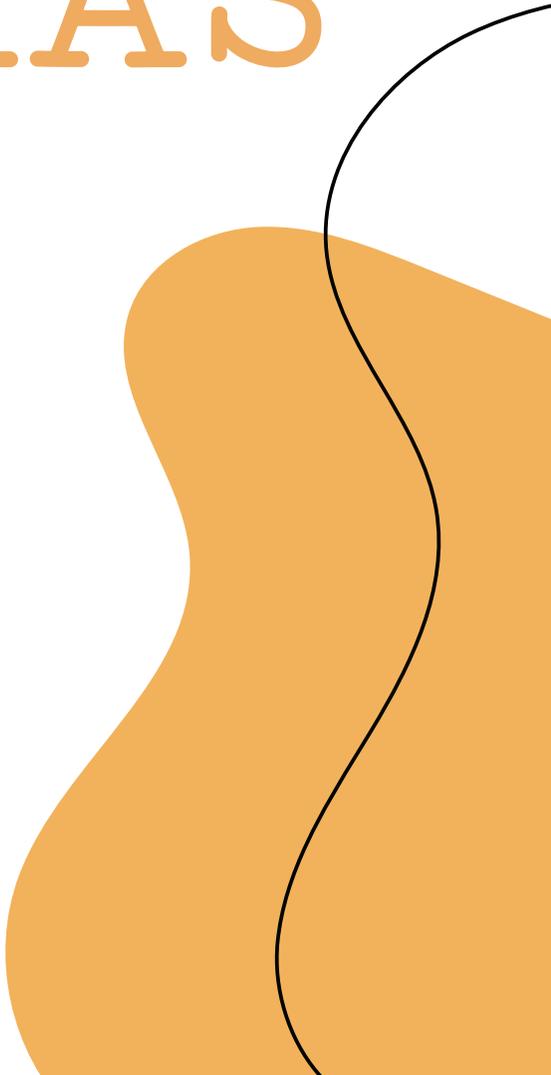
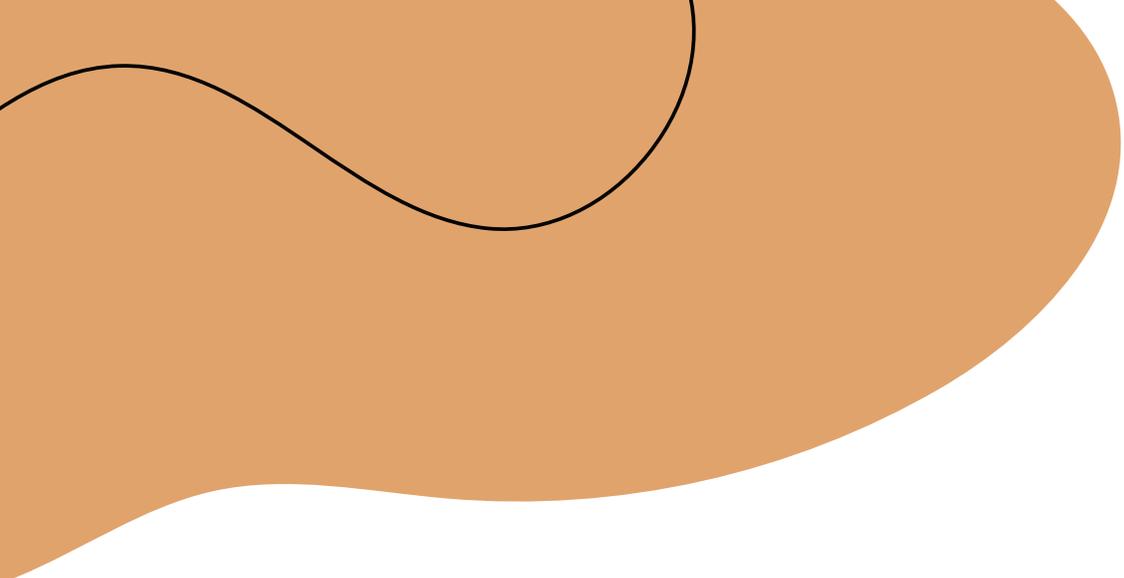


ÍNDICE

VALIDACIÓN







BIBLIOGRAFÍAS

ÍNDICE

- Alonso, J. C. (2004). LA PSICOLOGÍA ANALÍTICA DE JUNG Y SUS APORTES A LA PSICOTERAPIA. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64730107>
- Barbero, J. M. (2003). De los medios a las mediaciones Comunicaciones, Cultura y Hegmonia (Vol. pg8). Jesús Martin Barbero. 8
- Bhaskarana, L. (2006). ¿Que es el diseño editorial? <file:///Users/macbookpro/Desktop/Libros%20tesis%20/DISEN%CC%83O/DISEN%CC%83O%20EDITORIAL/QUE%20ES%20DISEN%CC%83O%20EDITORIAL%20Lakshmi%20Bhaskaran.pdf>
- Castro, M. (2009). ACERCA DE LAS ECONOMÍAS DE ESCALA, EL TAMAÑO Y LA LOCALIZACIÓN DE INVERSIONES. <file:///Users/macbookpro/Desktop/Libros%20tesis%20/Economia/ECONOMIA%20EN%20ESCALA%20%20.pdf>
- Estación Diseño. (2020, 01 10). DISEÑO DE PERSONAJE. DISEÑO DE PERSONAJE. Retrieved 02 20, 2021, from <https://www.estaciondiseño.es/portfolio/diseño-de-personaje/>
- García Márquez, G. (2013). La identidad. <https://www.gitanos.org/publicaciones/guiapromocionmujeres/pdf/03.pdf>
- Guerrero Arias, P. (2002). Cultura (Aby Ayala ed.). Arias Guerrero. https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/11429/1/La%20cultura.pdf?fbclid=IwAR1D-hr_x7cD6mMbFqcOfncgDMGxGF2kqL2ku5pPzX0rxsFSb9_cT3yrNNdE
- Iraola, E. I. (2013). Diseño de Imagen Empresaria Ensayo Historia y Tendencias. https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/2695.pdf
- LLompart Machuca, R. (2007). La importancia del Diseño de Comunicación Visual desde las enseñanzas artísticas medias y superiores (Rafael LLompart Machuca ed.). Departamento de Dibujo. Universidad de Sevilla. https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auuspicios_publicaciones/actas_diseño/articulos_pdf/ADC077.pdf
- Malona, O. L. (2007). Identidad Cultural. <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>
- Martinez, F. (2010). Interactividad (01 de octubre del 2009 ed.). Revista Icono. <https://www.redalyc.org/pdf/5525/552556587001.pdf>
- Mayos, G. (2007). La ilustración fue una corriente europea. <http://www.editorialuoc.com/>. <file:///Users/macbookpro/Desktop/Libros%20tesis%20/DISEN%CC%83O/ILUSTRACION/Ilustracio%CC%81n45.pdf>
- Méndez Moreno, I. (2010). El diseño gráfico en la creación de personajes. http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_2567.pdf
- Mendoza, A. (2016). La ilustración: dilucidación y proceso creativo. <file:///Users/macbookpro/Desktop/Libros%20tesis%20/DISEN%CC%83O/ILUSTRACION/Ilustracion%20Tesis%20Parafraseo%20PG10%20.pdf>
- Mestre, J. (2007). Ilustración. Impresión: Ediciones Gráficas Rey, S.L. 18
- Monferrer Tirado, D. (2013). Fundamentos del Marketing (Vol. 1). <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>
- Morales Alday, S. (2005). Pautas que debe tomar en cuenta los estudiantes de al aplicar creatividad Diseño en el uso Gráfico tipográfico. <file:///Users/macbookpro/Desktop/Libros%20tesis%20/DISEN%CC%83O/TIPOGRAFIA%CC%81A/Morales-Sara.pdf>
- Napkin Finance. (2021, enero 17). Economía de Escala. Economía de Escala. Retrieved Junio 30, 2021, from <https://napkinfinance.com/es/napkin/economias-de-escala/>
- Peiró, R. c. (2020, 05 11). Cultura. La cultura es el conjunto de conocimientos y rasgos característicos que distinguen a una sociedad, una determinada época o un grupo social. Retrieved 02 11, 2021, from <https://economipedia.com/definiciones/cultura.html>
- PHILIP, K. (2013). Fundamentos de marketing. PEARSON EDUCACIÓN. [file:///Users/macbookpro/Desktop/Libros%20tesis%20/DISEN%CC%83O/Autores/Fundamentos_del_Marketing_Kotler_11va_ed%20\(1\).pdf](file:///Users/macbookpro/Desktop/Libros%20tesis%20/DISEN%CC%83O/Autores/Fundamentos_del_Marketing_Kotler_11va_ed%20(1).pdf)
- Pons, J. J. (2019). Tipografía. file:///Users/macbookpro/Desktop/Libros%20tesis%20/DISEN%CC%83O/TIPOGRAFIA%CC%81A/Tipografia_esp.pdf
- Rosas, S. (2012). Diseño Editorial. Bitacora Final. <https://dinfoanahuac.files.wordpress.com/2012/07/bitacorafinal.pdf>
- SN. (2010). TEXTOS NARRATIVOS (1st ed., Vol. 1). Enciclopedia de conocimientos fundamentales. 1
- UNESCO. (2001, 11 02). IDENTIDAD, DIVERSIDAD Y PLURALISMO. Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural. Retrieved 02 18, 2021, from http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html#:~:text=Declaraci%C3%B3n%20Universal%20de%20la%20UNESCO%20sobre%20la%20Diversidad%20Cultural%3A%20UNESCO&text=La%20cultura%20adquiere%20formas%20diversas,sociedades%20que%20
- UNESCO. (2016). Patrimonio. UNESCO. <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf>
- UNESCO. (2017, 05 11). ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? Retrieved 02 17, 2021, from <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>

