



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

**FACULTAD DE DISEÑO,
ARQUITECTURA
Y ARTE**

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

**DISEÑO DE UN PRODUCTO
EDITORIAL PARA DIFUNDIR EL
LENGUAJE POPULAR DE LA
CIUDAD DE CUENCA**

**Proyecto de graduación previo a la obtención del título de
DISEÑADOR GRÁFICO**

AUTOR

FERNANDO CALDAS

DIRECTOR

DIS. FABIÁN CORDERO

**CUENCA-ECUADOR
2019**





Dedicatoria

Mis padres, Bolívar Caldas, Dolores Pesantez, mis tíos, Narcisca Caldas, Iván caldas, Virginia Pesantez, por darme consejos y apoyo necesario para realizar mis estudios.

A mi director Fabián Cordero, por aportarme conocimientos y guiarme durante el proyecto.

Mis amigos por darme un gran apoyo a lo largo de la culminación de mi proyecto, a Cisne, Richard, Julián, Jhandry, Alexis.

Agradecimientos

Gracias a todos por darme, consejos, motivación, a lo largo de mi carrera universitaria.

A mi familia, a mis tíos, hermanas.

Profesor, Fabián Cordero.

Amigos, Cisne, Richard, Julián, Jhandry, Alexis.

AUTOR

Fernando Caldas

DIRECTOR

Dis. Fabián Cordero

FOTOGRAFÍA E ILUSTRACIÓN

Todas las imágenes e ilustraciones fueron realizadas por el autor, excepto aquellas que se encuentra con su respectiva cita.

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Autor

**CUENCA-ECUADOR
2019**

ÍNDICE

DEDICATORIA	04
AGRADECIMIENTO	05
OBJETIVOS	09
RESUMEN	10
ABSTRACT	11

CAPÍTULO 1

1.1 Investigación bibliográfica	17
1.1.1 Cultura	19
1.1.2 Identidad	20
1.1.3 Patrimonio Cultural	23
1.1.4 Patrimonio Intangible (la lengua)	24
1.1.5 Lenguas Prehispanicas en el ecuador	26
1.1.6 Lengua Popular	28
1.1.7 Lenguaje Popular (Cuenca)	31
1.2 Ilustración	35
1.2.1 Tipos de ilustración	36
1.2.1 Ilustración narrativa	38
	40
1.3.1 El libro	42
1.3.2 Tipos de libros	43
1.3.3 Álbum ilustrado	44
1.3.4 Fundamentos	46
1.4 Investigación de campo	49
1.4.1 Entrevista a Dis. Juan Aguirre	50
1.4.2 Entrevista a Doctor Oswaldo Encalada	51
1.4.3 Entrevista a Dis. Jhonn Alarcón	52
1.5 Homólogos	53
1.6 Conclusión	57

CAPÍTULO 2

2.1 Target	63
2.1.1 Segmentación de mercado	66
2.1.2 Persona design	68
2.2 Partida de diseño	71
2.3 Plan de negocios	76

CAPÍTULO 3

3.1 Ideación	79
3.2 Generación de 10 ideas	80
3.3 Tres ideas	82
3.4 Idea final	86

CAPÍTULO 4

4.1 Proceso de diseño	94
4.1.1 Creación de portada	95
4.1.1.1 Bocetación de portada	96
4.1.1.2 Concreción	98
4.2 Proceso de diseño	100
4.3 Selección de términos populares	101
4.4 Bocetación	102
4.5 Digitalización	103
4.6 Cromática	104
4.7 Sistematización	106
4.8 Validación	142
CONCLUSIONES	148
RECOMENDACIONES	150
BIBLIOGRAFÍA	152
IMÁGENES	154
ANEXOS	155



Objetivos

General

Aportar al conocimiento y rescate del lenguaje popular de la ciudad de Cuenca, mediante la creación de un producto editorial ilustrado, dirigido a niños y jóvenes.

Específicos

- Realizar una recopilación y selección de términos propios del lenguaje popular cuencano.
- Generar ilustraciones gráficas basadas en la lengua morlaca.
- Aplicar las ilustraciones gráficas en el diseño de un producto editorial.

Alcances

Se presentará un prototipo de un libro basado en el lenguaje popular de la ciudad de Cuenca.

Resumen

Ecuador es un país que posee una gran diversidad cultural y uno de los componentes fundamentales de esa cultura es la lengua, misma que permite configurar la identidad de cada región; sin embargo, debido a la globalización dejamos de lado esa identidad prefiriendo lo foráneo y desvalorizando lo propio. Este proyecto propone aportar al rescate del lenguaje popular local, a través del diseño gráfico, combinando conceptos del diseño editorial y la ilustración gráfica, en un álbum ilustrado dirigido a los niños y jóvenes cuencanos que permita el conocimiento de algunos términos característicos de la lengua morlaca.

Abstract

Ecuador is a country that has a great cultural diversity and one its fundamental components is language, which allows to configure the identity of each region. However, due to globalization, we leave our identity aside and give preference to foreign culture, minimizing our own beliefs. This project proposes to rescue the local popular language by applying graphic design techniques, combining concepts of editorial design and graphic illustration. The result is an illustrated album aimed at children and young people from Cuenca that allows the knowledge of some terms, which are characteristic of the Morlaca language.



Introducción

La cultura ecuatoriana está influenciada por la combinación de las costumbres y tradiciones ancestrales que han aportado las diversas poblaciones indígenas, presentes por más de 1.000 años en el territorio, así como también, con la llegada de los españoles desde el siglo XV y el posterior proceso de colonización, se produjo la inserción de la cultura hispánica y africana, con la incorporación de la esclavitud como método de aceleración de la explotación agrícola y minera. En este sentido, Ecuador es el resultado de un mestizaje de culturas que lo hacen único, tanto en su identidad como en sus ideales.

En la actualidad, el Castellano es el idioma más hablado y de uso oficial en Ecuador; no obstante, existen otras lenguas y dialectos, de los pueblos originarios indígenas, que son utilizados como vehículos de comunicación e identidad. Cada región o provincia ecuatoriana ha desarrollado ciertos modos de comunicación, siendo estos muy distintos entre sí, particularmente en la forma de sus expresiones, de manera que se pueden encontrar ciertas palabras que son propias de cada región y que su forma y significado pueden variar, de acuerdo con la clase social y el tipo de localidad, como las zonas urbanas o rurales.

De esta manera, en todo el territorio ecuatoriano se presentan diferencias culturales que son definidas, en esencia, por la expresión lingüística generando modificaciones y adaptaciones de las palabras, definiendo a los grupos socio culturales mediante los modismos empleados en la comunicación, los cuales se han convertido en patrimonio cultural intangible del Ecuador.

La narrativa visual se conjuga con la lengua mientras que, al mismo tiempo, pretende aportar a la conservación de la cultura, el rescate de las tradiciones y reforzar la identidad, la cual se está perdiendo entre los jóvenes por efecto de la transculturización, proveniente de las sociedades dominantes en el mundo globalizado, tanto en lo comercial como en lo comunicacional y que, de esta manera, influye sobre el comportamiento. La transmisión de los valores culturales a través de medios impresos exige de la consideración de un diseño editorial congruente que ofrezca, a partir de la maquetación bien concebida, una composición adecuada y efectiva para lograr el objetivo comunicacional.





Capítulo 1

Contextualización

1.1 Investigación Bibliográfica

Para la elaboración de una narrativa visual coherente por medio de la ilustración, en la cual se desea representar expresiones del lenguaje popular, se requiere de teorías, estudios y análisis que den orientación y sustento a lo propuesto y, de esta forma, permitan el cumplimiento de los objetivos. En este orden de ideas, se parte de conceptos básicos que se tomarán referentes teóricos del diseño.

1.1.1 Cultura

Amadou Mahtar M'Bow, quien dirigió la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) por más de veinte años, propone que la cultura es todo complejo que reúne una serie de conocimientos y creencias, que se transforman y expresan en artes, artesanías, valores y principios morales, costumbres y leyes, así como cualquier otra capacidad desarrollada por el ser humano o hábito que este adquiera y que, todo en su conjunto, responde a su presencia y pertenencia a una comunidad o sociedad determinada (Barón Villacampa, 2014). El autor mencionado amplía aseverando que la cultura es, al mismo tiempo, todo aquello que una comunidad crea y ha creado en su dinámica y lo que ha logrado alcanzar y ser dada esa creación; de manera que, lo que ha hecho y producido en todos los ámbitos en los cuales ejerce su creatividad y el agregado de los factores espirituales y materiales que, durante ese proceso, ha conseguido modelar de forma única su identidad y poder distinguirla de las demás (Malo González, 2006).

La cultura no se inicia con el nacimiento del ser humano, sino que es su creación a través de la acción colectiva y social de la comunidad en la cual se desenvuelve. A partir de ello, es factible que algunas personas influyan de manera independiente en un momento particular y generar un cambio importante,

sin embargo, dicho cambio solo pasará a ser parte de la cultura si la comunidad, en su conjunto, lo acepta y lo pone en práctica (Malo González, 2006).

Cuando se hace referencia a la cultura no se hace habla solamente respecto a los objetos materiales o espirituales que han sido creados por el ser humano, tampoco a las normas, esquemas sociales, valores e ideales que se materializan a través del lenguaje y que son transmitidos por medio de la comunicación hablada y escrita, como en los libros, sino también, se refiere a la acción humana que puede ser considerada como un fenómeno estrictamente cultural, en la medida en que se vincula con las personas (Portuondo & Rodríguez Morales, 2017).

La cultura se muestra de diferentes maneras y medios, tales como el lenguaje y la comunicación, expresiones artísticas que representan el pensamiento, las creencias y los ideales colectivos, así como también, mediante los medios materiales como las artes plásticas y la impresión en papel. En este sentido, cobra relativa importancia la comunicación a través del diseño gráfico, que unifique los argumentos culturales, narrativos y editoriales para transmitir mensajes efectivos sobre la preservación de los elementos de identidad que mantienen unidas a las comunidades.

1.1.2 Identidad

La identidad es un factor inherente a los seres humanos, desde el punto de vista social, que influye en el comportamiento de las personas e incide en diversos asuntos de la vida humana moderna, tales como las decisiones políticas, los acuerdos y la vida común de las comunidades. De acuerdo con Zárate Ortiz (2015), la identidad incluye un conjunto de valores compartidos entre las personas de una comunidad o sociedad, tales como: libertad, justicia e igualdad, que son factores relevantes e irrenunciables, apreciados como ganancias de las sociedades recientes.

La palabra identidad tiene su origen en el latín *identitas*, que se refiere al conjunto de rasgos y características, aplicable tanto a personas como a grupos, y que permite diferenciarlos de otros; de igual manera, la identidad es un concepto que se refleja en la apreciación o percepción que tienen las personas, tanto sobre sí mismos como respecto de los demás, de forma que, la identidad se encarga de crear y dirigir el auto concepto de una comunidad entera a través de la definición de sus rasgos, gustos, decisiones, necesidades y

prioridades que establecen los parámetros que le identifican y unen, pero al mismo tiempo les distinguen de otros (Adjoa, 2018).

Arellano (2016) destaca que el ser humano, es un ente histórico, que se encuentra permanentemente en la búsqueda de su identidad y se refleja en su cotidianidad, ajustando sus valores y su comportamiento de acuerdo con la selección de una gran diversidad de modelos culturales que se encuentran disponibles, los cuales contrasta con sus emociones, valores y sentimientos actuales. En este orden de ideas, se puede decir que, la identidad es adquirida y moldeada, a voluntad personal, aunque influye de manera preponderante el entorno de la comunidad.

De esta manera, la identidad es un conjunto de creencias, convicciones, valores, opiniones, emociones, sentimientos y cualquier otro juicio que identifica a una persona o grupo de individuos, en relación con aspectos que comparten y que los convierten en comunidad.







Img.02

1.1.3 Patrimonio Cultural

La identificación cultural es un acto de apropiación, que trasciende como uso simbólico de generación en generación y que se registran en el consciente colectivo como un conjunto de expresiones propias de la nacionalidad (Molano L, 2007). Por lo tanto, al existir diversas formas de representación y transmisión de los elementos culturales, ya sea mediante el lenguaje hablado, las expresiones corporales, el arte material y las impresiones en papel, se puede decir que el patrimonio cultural es distinguible de acuerdo con lo tangible y lo intangible (Salas Quintanal, Serra Puche, & González de la Fuente, 2013).

El patrimonio tangible se refiere a todos aquellos lugares históricos, documentos audiovisuales, monumentos, espacios geográficos como montañas y parques nacionales, así como los objetos arqueológicos, tecnológicos, religiosos, etnográficos o artísticos; generalmente, abarca todo lo realizado por el ser humano en épocas pasadas y espacios protegidos (Chaparro, 2018).

El patrimonio intangible es todo aquello que no se puede ver, es una parte invisible que pertenece en el espíritu de la cultura, está centrado en la memoria colectiva de los antepasados que se ha venido transmitiendo verbalmente, está constituido por ritos, costumbres, canciones, medicina tradicional, danzas y, sobremanera, los modismos, siendo el resultado de las expresiones lingüísticas como conductor de transmisión verbal (Ortega Malacatos, 2016).

De esta manera, se puede identificar como patrimonio a todo aquello que resulta relevante a la identidad, valores y costumbres de una comunidad, lo cual puede ser clasificado en tangible o intangible, en función de su forma y características.

1.1.4 Patrimonio Intangible

La lengua:

La lingüística considera, tradicionalmente, al lenguaje como un instrumento o un medio de comunicación que se encuentra permanentemente respondiendo a realidades que son transmitidas o expresadas mediante las palabras. En este punto, la veracidad, comprendida como la concordancia entre lo que se dice y lo que ocurre, es el objetivo de la lengua y, para que suceda, el lenguaje se apoya en las normas lógicas e, incluso, matemáticas que buscan garantizar dicha concordancia; por lo que, siendo el lenguaje un vehículo e instrumento para este propósito, debe ser empleado con sujeción a las normas lingüísticas correspondientes (Malo González, 2006).

Las tradiciones y expresiones orales, tales como los cuentos, proverbios, adivinanzas, cantos, chistes y otros, son útiles para transmitir valores culturales y sociales, sabiduría ancestral y conocimientos, así como para preservar la memoria colectiva,

por lo que son esenciales para conservar vivas las culturas (UNESCO, 2019).

Algunas expresiones orales pueden ser empleadas por comunidades o sociedades, mientras que otras se circunscriben a determinados grupos sociales de una misma comunidad, como por ejemplo los varones o las mujeres solamente, o los adultos mayores de la comunidad.

¿Se debe escribir como se pronuncia o pronunciar como se escribe? Desde un inicio la escritura quiso reproducir con fidelidad la pronunciación; sin embargo, la pronunciación se puede cambiar, mientras que la letra no. El lenguaje escrito es permanente, tanto como lo sea el medio en el que se imprime y tanto como se mantenga viva la necesidad del registro material, en cambio, la pronunciación se vuelve diferente con el paso del tiempo, se ajusta de acuerdo con el uso que la comunidad haga de ella (Vélez Jiménez, 2012).

Así, se puede observar cómo aparecen antagónicas las materias religiosa y jurídica, como resultados del desarrollo cultura, mostrando la oposición representada entre las creencias sobre el espíritu y la escritura como hecho material. Como refería Ferdinand de Saussure, la lengua es en sí solo modulación oral y es una realidad irrepresentable, en tanto que, la escritura se roba el primer plano al generar valor en una dimensión diferente (Vélez Jiménez, 2012).

Cuando se habla de los sonidos, referidos a las letras que tenemos que pronunciar y que son descritos por la fonética, es casi imposible dejar de lado la imagen de su representación escrita para sentir que dichos sonidos producidos de algún modo, no son más que la articulación de las letras en su conjunto para pronunciarlas (Hernández Zamora, 2018). La letra se impone, por lo tanto, por encima de la pronunciación, tanto así que hasta la deforma y, de todos los casos posibles de los que se pueden como ejemplo, solo se verán los que son más comunes para las personas, así que solo se presta atención a los propios.

La lengua es, en el sentido de la cultura, el enlace entre el pensamiento que va de lo colectivo a lo individual y se re-expresa a sí mismo, como el resultado de las modificaciones que causan sobre la percepción de las personas que pertenecen a determinada comunidad, en función de sus valores, vivencias y elementos de identidad; por lo cual, la lengua expresada verbalmente y representada en forma escrita o ilustrativa, establece y promueve los vínculos culturales de comunidades y sociedades enteras.

1.1.5 Lenguas Prehispánicas en el Ecuador

Ecuador se encuentra habitado por varios grupos étnicos, los cuales han sido influenciados por la llegada de los españoles a su territorio, generando una fusión lingüística.

SIERRA

Fue la menos afectada con la conquista de los españoles, dado que aún se conservan lenguas derivadas del Quichua.

En la actualidad, el castellano hablado en la sierra ecuatoriana presenta ciertas mezclas con el quichua, dando origen a palabras nuevas, aunque también, hay que tomar en consideración que aún se conservan palabras de los quichuas.

COSTA

Existía una sola lengua con distintos dialectos, sin embargo, existen grupos con lenguas distintas.

Dentro de la conquista de los españoles la costa presentó un proceso de extinción de los dialectos locales y se impuso el castellano, como forma lingüística dominante.

(Benítez, Garcés, 1986)





1.1.6 Lenguaje Popular

El lenguaje popular es entendido como aquella forma de comunicarse, ya sea hablada o escrita, referidas a un contexto territorial específico, en la cual se emplean indistintamente palabras, correctas, con errores y variaciones, que se vuelven propias de las personas que se circunscriben al área territorial. Se puede decir que el lenguaje popular es el lenguaje que “habla la gente” (Arias Formoso, 2011, p. 130), es decir, es la forma de expresarse de la mayor parte de la población de un área geográfica determinada.

El lenguaje popular es del tipo informal, a diferencia del empleado en obras literarias, novelas o documentos legales, pues se trata de un lenguaje menos riguroso que son utilizados por la gente común en la vida diaria, en sus relaciones con amigos o con familiares.

De acuerdo con el libro Enseñar Lengua, publicado por Cassany, Luna y Sanz (2003), una determinada lengua es la manifestación concreta adoptada en cada comunidad, como resultado de la capacidad humana del lenguaje; por lo que, además de ser un medio que permite la comunicación e interacción entre los miembros de la comunidad es también un signo de adhesión social, o sea, de pertenencia e identidad respecto a un grupo humano determinado. En este sentido, el lenguaje popular es un derivado inmediato del lenguaje, empleado de manera práctica para facilitar la comunicación entre las personas de una comunidad determinada.

Ecuador ha desarrollado un lenguaje popular propio, que combina el lenguaje español con otras formas expresivas derivadas de las lenguas indígenas y, en algunas regiones, de las lenguas provenientes de los esclavos africanos de

la época de la Colonia Española. El lenguaje popular de los ecuatorianos comprende un extenso repertorio de memoria colectiva y de uso común y corriente, convirtiéndose en un factor de identificación, a partir del cual, se podrían señalar categorías en el vocablo, tales como (Amayo, 1977):

- Palabras castellanas con alteraciones fonéticas.
- Palabras nuevas, creadas a partir de otras preexistentes en el castellano.
- Palabras de origen indígena.



Img.04

1.1.7 Lenguaje Popular (Cuenca)

El lenguaje popular de Cuenca tiene una estructura particular, que ha sido marcada por la simbiosis entre las voces españolas y quichuas, lo cual constituye, sin duda alguna, un elemento característico de su identidad cultural y de su riqueza simbólica como sociedad local (Ortiz Arellano, 2001). Para el conocimiento de este elemento peculiar de cultura de Cuenca, es necesario revisar el aporte realizado por el reconocido lingüista cuencano Oswaldo Encalada Vásquez, quien ha realizado múltiples estudios sobre el lenguaje, la comunicación, el folclor y otros aspectos de la cultura ecuatoriana. Encalada Vásquez enfatiza que el español ecuatoriano es una lengua resultado del mestizaje, caracterizada por su léxico, las entonaciones que varían según la localización geográfica y otras formas expresivas como la rima y adivinanzas, entre otros, con lo cual se ha moldeado la identidad de las comunidades y que definen el lenguaje popular y las expresiones folclóricas (Encalada Vásquez, 2008).

Las creaciones léxicas regionales pueden admitirse como toques de originalidad, co-creación e ingenio que imprimen mayor realce en la forma del habla popular de

cualquier comunidad lingüística que se analice y, de ello, se originan también los particularismos que con característica vivaz se poseen en el territorio propio (Córdova Malo, 1995).

Cuenca es la tercera ciudad más importante del Ecuador, en términos poblacionales y económicos; está ubicada en el austro, donde la tendencia del lenguaje está orientado a formar esdrújulas y a conferir, algunas veces doble acentuación a las palabras o a la frase, originándose de esta manera el típico hablar cantado cuencano (Encalada Vásquez, 2008).

El lenguaje popular de Cuenca abarca una serie de expresiones derivadas del quichua y que han ido amoldando al español. Como resultado de ello se tiene que una serie de diminutivos, quichuismos y deformaciones del idioma español forman parte de la identidad de los cuencanos. La cultura de los cuencanos y sus formas expresivas son atribuidas también al Morlaco, el cual se usaba hace mucho tiempo de forma despectiva para identificar a las personas nacidas en el sur del Ecuador, en sentido de que se hace el que no entiende (Montalván, 2016).

A continuación, se muestra parte de los términos más utilizados en el lenguaje cuencano (Montalván, 2016; Municipalidad de Cuenca, 2015; Pacheco Niola, 2012):

- **Achachay:** también ¡Chachay!, expresión que se utiliza para decir que hace frío.
- **Acholarse:** avergonzarse.
- **Astarai:** caliente.
- **Atatai:** asco.
- **Cacho:** chiste, broma.
- **Calar:** entender.
- **Chulla bola:** homosexual. Composición entre el préstamo del quichua, “chulla” palabra que quiere decir un par o uno solo y de “bola”, la misma que se compara con la forma del testículo. O sea, se da una semejanza metafórica por la semántica, en este caso el significado cae en la palabra “chulla” que en la jerga quiere decir “sin”.
- **Cushqui:** dinero. Préstamo de origen quichua que significa dinero. Ejemplo: Mañana tengo que salir con la María y no tengo cushqui, préstame unos dolaritos.
- **Ése man:** ese hombre, ese tipo.
- **Gara:** bonito, lindo, elegante.
- **Guagua:** bebé, niño(a) recién nacido(a).
- **Guambra:** muchacho, muchacha.
- **Morlaco:** originario de Cuenca.
- **Muscha:** palabra utilizada por los campesinos, mediante un convenio de signos, utilizan para

azuzar a los perros a que estos ataquen o muerdan.

- **Ñaño (a):** hermano, hermana.
- **Pisho:** arrugado.
- **Pucha, púchica:** Expresión que denota preocupación, como “qué mal”.
- **Seño, señito:** Señora.
- **Shoro:** ladrón, delincuente.
- **Simón:** sí, afirmación.
- **Suco (a):** persona con cabello claro, rubio o rojizo.
- **Yapa:** Añadidura al comprar algo.

Quichuismos

Los términos originarios del Kichwa, es decir, los quichuismos, son palabras utilizadas a diario por los cuencanos, la mayoría de las veces sin darse cuenta, para expresar sus vivencias y comunicar aspectos de la cotidianidad. Es impresionante escuchar la mezcla que existe entre castellano y quechua en el vocablo cuencano: guagua, ñaño, chiro, choclo (P. Andrade, Campoverde, Carrión, Pacheco, & Guamán, 2015).

Los quichuismos se relacionan principalmente con nombres de animales, plantas y con la agricultura. Algunos ejemplos son:

Choclo: mazorca tierna.

Guagua: bebé.

Shunsho: Palabra de herencia quechua, es un insulto de tipo intelectual, se usa generalmente en la sierra del Ecuador, como sinónimo de tonto (aunque shunsho tiene una connotación más fuerte) "Ese man sí es bien shunsho".

Chiro: Sin dinero.

Ñaño: Hermano.

Chulla: Impar.

Mucha: Beso.

Quinde: Colibrí.

Verás: forma de decir "presta atención".

Diminutivos

Otro aspecto muy característico del lenguaje cuencano es el uso de diminutivos; por ejemplo (P. Andrade et al., 2015):

- "Deme un permisito"
- "Aquisito no más mi jefe"
- "Espéreme un ratito"
- "No sea malito"
- "Présteme un baldecito"
- "Véndame un ajicito"
- "Compre alguito"
- "Rapidito por favor"

Modismos y otras expresiones

A continuación se muestran algunas expresiones y modismos empleados en el lenguaje cuencano (Municipalidad de Cuenca, 2015):

¡A estas alturas!, ¡en este tiempo!: a esta hora, en este momento.

¡de ley!: porque sí, obligado, es un hecho.

¡Hecho bolas!: confundido, confundida.

¡La plena!: la verdad, cierto.

"Está garísima": está linda.

"¡No, chendo!": (chendo), mentira.

"no te olvidarás...": no vayas a olvidar lo acordado.

"acordarás de...": acuérdate.

Sacarse el aire: esforzarse, cansarse, darlo todo en un trabajo o actividad.



Img.05

1.2 Ilustración

Introducción a la Ilustración

El término “ilustrar” significa “otorgar luz a un texto” y proviene, etimológicamente, del iluminismo medieval. La ilustración es, básicamente, una representación gráfica que no trata de repetir lo que ya se encuentra en el texto, sino más bien de complementar de manera funcional el contenido de lo escrito (Armida, 2014). En este sentido, la ilustración es un recurso útil para dar fuerza al mensaje que se desea transmitir, muchas veces resaltando el contenido del texto.

La ilustración es un área derivada del diseño gráfico y que, a lo largo de los años, ha ido en permanente evolución incorporando diferentes lenguajes que han sido útiles para ampliar sus posibilidades, siempre redimensionando y aumentando sus posibilidades. A pesar de que, históricamente, la ilustración se inició como un elemento complementario de la comunicación, ha mantenido la tendencia de convertirse y destacarse como uno de los factores más significativos en el mundo

de la comunicación, ya que añade valor y aumenta las posibilidades de transmitir mensajes a los lectores (J. Andrade, 2016). En este orden de ideas, es necesaria la existencia de equilibrio entre lo escrito y la imagen que se asocia con este, en el esfuerzo por garantizar una experiencia o un conjunto de sensaciones relevantes para quien lee y aprecia su contenido. Por lo tanto, la ilustración cumple un rol esencial y diferente al de la fotografía, pues trata de mostrar un punto de vista especial, con lo que se busca la reflexión e interpretación por parte del lector, de manera que el objeto de la ilustración estriba en estimular el pensamiento, formar ideas y dilucidar conceptos, los cuales constituyen el espíritu de lo que una imagen busca comunicar (Zeegen, 2006).

Entre el texto y la imagen se establece una relación, que no es más que otra forma de entender la complementariedad entre el arte y la literatura (Toro Henao, 2015).

1.2.1 Tipos de ilustración

Existen diferentes clasificaciones de la ilustración, en función de su utilidad y de la finalidad de su elaboración; a continuación, se presenta la descripción de los tipos de ilustración (Menza Vados, Sierra Ballén, & Sánchez Rodríguez, 2016):

CONCEPTUAL

La ilustración conceptual posee una libertad para crear diferentes conceptos, el propio autor puede crear sus propias ideas sin depender de terceras personas, enfatizando y mostrando una propuesta diferente a la tradicional, pueden ser ideas de protesta o como de conciencia.

PUBLICITARIA

Este conjunto de ilustraciones pertenecen al sector comercial, debido a que es implementado como un recurso informativo relacionado con productos o servicios, aunque se utilizan de igual manera en la propaganda política para promover personas, partidos e ideas. Las aplicaciones de la ilustración publicitaria son muy diversas y desempeñan múltiples funciones de acuerdo con su soporte, pero siempre dando respaldo al mensaje central del emisor con el objeto de generar emociones sobre quien la observa.

CIENTÍFICA

Por lo general, son representaciones específicas de elementos, situaciones o procedimientos referidos a la ciencia y, en muchos casos, a la tecnología, dependiendo al área específica a la cual se enfoque, como es el caso de las ilustraciones realizadas para enseñar en medicina. Se puede asumir que, la ilustración científica está sujeta a algunos parámetros que determinan su fin, pues debe garantizar la calidad de lo representado.

NARRATIVA O LITERARIA

Son ilustraciones que se enfocan en representar y describir una situación o concepto, lo cual podemos complementar un texto de manera gráfica. Las ilustraciones refuerza el discurso de una escena que se crea, el ilustrador debe interpretar un estilo de acuerdo al target planteado para que exista un vínculo directo con el usuario que cree y complemente con su imaginación.





1.2.1 Ilustración Narrativa

Dentro del género de la ilustración, encontramos la ilustración narrativa, la cual es uno de los géneros más diversos y ricos en posibilidades. Su característica fundamental reside en la capacidad que tiene para plasmar alguna historia, suceso, idea o concepto de manera simple con base en un guion literario, por lo que, la ilustración narrativa es un medio idóneo para comunicar y transmitir mensajes de manera clara y eficiente (J. Andrade, 2016).

Dentro de este género existe una gran flexibilidad para el ilustrador, pues este permite la implementación de distintos recursos y estilos, lo cual se traduce en una amplia gama de resultados y posibilidades al momento de resolver proyectos y demás (Menza Vados et al., 2016). Pero cabe destacar que, la característica central es lograr generar y transmitir ese mensaje de trasfondo, por lo cual en la creación de estas existe un meticuloso uso de los recursos de la ilustración, en donde composición, color y demás elementos implícitos en la realización de estas puede generar universos de interpretación para el lector.

La ilustración es por sí misma un medio de comunicación visual, orientado a la representación de textos, por lo que cuenta con determinadas características narrativas y se compone en un lenguaje propio, debido a la forma, planteamiento y estilo empleado para transmitir la información (Menza Vados et al., 2016).

Es importante, por lo tanto, establecer una diferenciación entre la ilustración y otros recursos gráficos como la fotografía; "La fotografía se utiliza para presentar una imagen como un hecho, mientras que la ilustración puede aplicarse para representar un punto de vista persona o una idea" (Zeegen, 2006, p. 88). En este sentido, se diferencian estos recursos de acuerdo con la posibilidad de modificar o no el contenido de la imagen, lo cual se puede lograr en gran medida con la ilustración, aunque en la actualidad existen recursos informáticos que permiten modificar fotografías, sin embargo, esto cambia su propia esencia.





1.3 Diseño Editorial

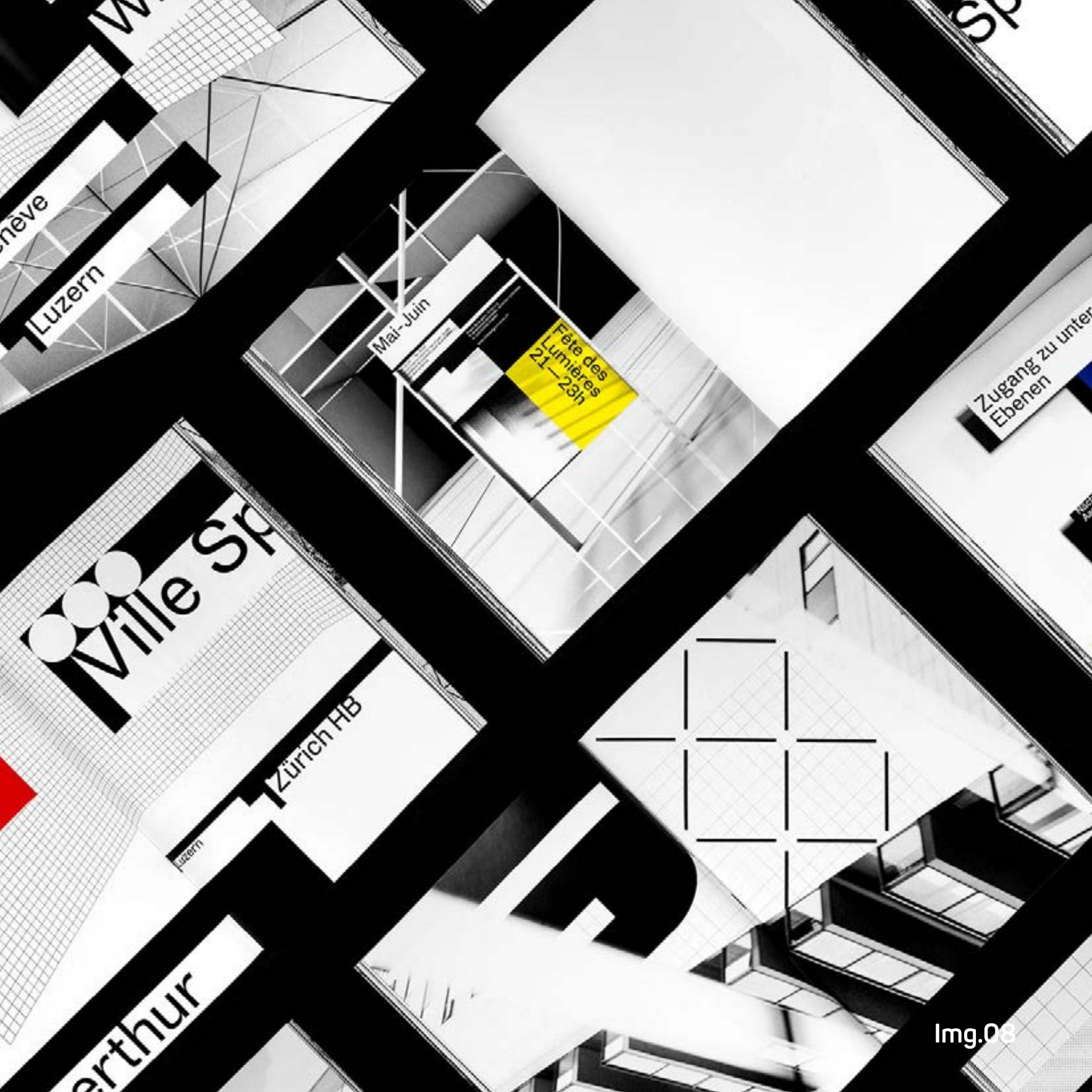
Introducción

El diseño editorial se caracteriza en la configuración del producto que se va a realizar, es muy importante tener en cuenta aspectos de la composición visual, como es la maquetación, con el uso de recursos según el contexto de cada publicación que se vaya a realizar.

Zappaterra (2008), refiere que el diseño editorial puede ejercer diferentes funciones, tales como la de atribuir expresión y personalidad al contenido, con la intención clara de atraer y conservar la atención del lector; en otras palabras, se convierte en una base de punto de partida para la innovación, en particular la estilística, como un reflejo de la cultura de la época en que se desarrolla.

Con el diseño editorial es posible crear un valor significativo en la experiencia que las personas tienen en la oportunidad de obtener y percibir la información, logrando que esta sea algo positivo, emocionante y, en algunos casos, trascendente; de acuerdo con Zappaterra (2008) la publicación editorial puede realizarse con fines de entretenimiento, información, instrucción-formación o comunicación en general, por lo que se puede desarrollar además un producto con la combinación de todas estas acciones, de esta manera el diseño editorial cumple múltiples roles en función de sus objetivos respecto al público.





neve

Luzern

Mai-Juin

Fête des
Lumières
21-23h

Zugang zu unter
Ebenen

Ville Sp

Zürich HB

Luzern

erthur

1.3.1 El libro

De acuerdo con la definición presentada por la UNESCO (1964), "se entiende por libro una publicación impresa no periódica que consta como mínimo de 49 páginas, sin contar las de cubierta, editada en el país y puesta a disposición del público" (en línea en unesco.org). De manera que un libro es una publicación impresa extensa, en comparación con las dimensiones físicas de otras aplicaciones editoriales de carácter no periódico; el libro puede ser editado y presentado en un volumen único o de forma serial, en la cual se edita en varios volúmenes con periodicidad irregular, que se pueden numerar y asignar títulos específicos, pero unidos por un marco global que lo define el título general.

Sin embargo, con el avance de las tecnologías de la comunicación y la información, en la actualidad el libro también se presenta de forma electrónica (Pérez-Arranz & Moscoso, 2007), siendo necesaria la reproducción de su contenido mediante un aparato electrónico como una computadora, tableta o celular inteligente y requiriendo, además,

de un software que interpreta el archivo y lo muestra en la pantalla.

El libro está compuesto por las siguientes partes: Lomo, portada, contraportada, anteportada, prefacio, introducción y cuerpo de la obra.

Normalmente, cuando se refiere a libros de narrativa, ensayo o poesía, las competencias del diseñador gráfico se centran en la cubierta de colección, estableciendo el estilo gráfico del interior y definiendo las características específicas de la edición: tipografía, márgenes, interlineado, tipo de papel, etc. para las sucesivas publicaciones dentro la misma colección (Rodríguez Mérida, 2012).

1.3.2 Tipos de libros

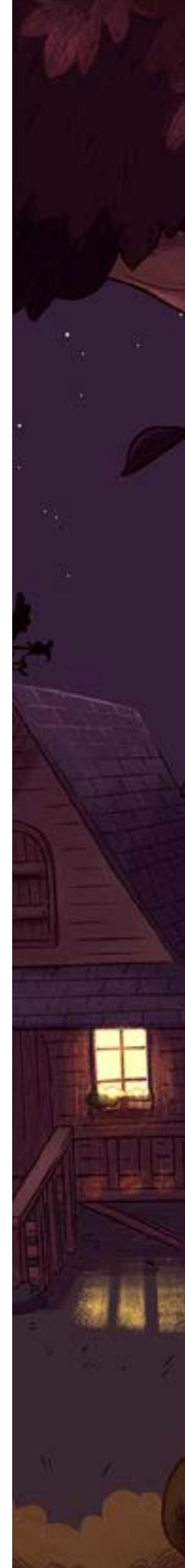
Existen muchos tipos de libros, que son clasificados de acuerdo a su contenido o finalidad; entre ellos se tienen los siguientes tipos:

- Lectura general
- Poesía
- Arte
- Informativos
- Científicos
- De consulta o referencia
- Escolares
- Infantiles
- Religiosos
- De idiomas
- De normas y procedimientos
- Políticos e ideológicos

1.3.3 Álbum Ilustrado

El álbum ilustrado es uno de los libros muy utilizados por los niños, ya que tiene por objetivo comunicar de manera gráfica, los diferentes contenidos que se plantea, su principal elemento es la ilustración con relación del texto que acompañe, pero a su vez sean el complemento de la misma.

Como característica más notable del álbum ilustrado, es que posee un alto grado de vinculación y dependencia entre lo escrito y la ilustración, ya que, en ningún caso el texto y la ilustración funcionan de manera independiente, de manera que el sentido se da completamente a través de la combinación de ellos, mientras se busca la creación de una lectura conjunta y una comprensión integral de su contexto.





1.3.4 Fundamentos

Elementos Básicos

Bhaskaran (2006) en su libro ¿Qué es el diseño editorial? Establece la categorización de cinco áreas fundamentales que estipulan el diseño de un producto editorial, entre los cuales se tienen: formato, tipografía, cromática, cubierta, retícula.

Formato

El formato se va determinando según el público al cual vaya dirigido, es decir, que el formato está a la función que se disponga entre el cliente y el diseñador, de esta manera generamos diferentes formatos óptimos para nuestros usuarios. Entre los formatos más frecuentes se pueden mencionar: libros, revistas, folletos e informes, entre otros.

Uno de los principales aspectos que debemos considerar al momento de realizar un libro, es el presupuesto que se tiene, de esta manera buscamos recursos necesarios para cubrir lo requerido.

Retícula

La retícula es un recurso técnico que se utiliza en todo material impreso, que se define como un conjunto de líneas trazadas de manera deliberada sobre el espacio de trabajo; estas líneas servirán de guía para el acoplamiento de diversos materiales, de esta manera se organiza y se sistematiza el contenido de manera ordenada y fluida.

Cromática

El color es uno de los elementos muy importantes y valiosos para el diseño gráfico y, en especial, para la ilustración; con este recurso se puede influir en la comunicación de determinados conceptos, para ellos se hace un análisis para determinar el tipo de colores que se utiliza para desarrollar el contenido.

De acuerdo con Gavin y Ambrose (2006), cuando se observa algo, el color es la primera característica en resaltar, por lo que las personas tienden a realizar asociaciones, de manera condicionada o espontánea, con respecto a ciertos colores y combinaciones. Dicha reacción depende de múltiples factores: culturales, sociales y religiosos, entre otros, así como del contexto en el que se ubique el observador, es decir, que los colores pueden connotar y denotar ciertos conceptos que se encuentran integrados en los significados del lenguaje de una comunidad o sociedad determinada.

Tipografía

La tipografía trata de la forma en la cual los contenidos e ideas del diseño editorial son trasladados a una forma visual; esto, por lo general se refiere a la forma de las letras, llamadas fuentes, por lo que la elección de la tipografía puede afectar, de manera drástica, la percepción sobre un diseño o su resultado. Cada tipografía de fuente tiene su propia característica, en términos de forma, que le diferencia de otras y le asignan un carácter propio, con lo que tiene la cualidad de comunicar emociones o facilitar su lectura.

En el diseño editorial, no se recomienda el empleo de muchas tipografías, ya que esto afecta y genera dificultades al momento de la lectura, por lo que, para obtener un buen nivel de claridad y coherencia visual en toda publicación, es necesario aplicar una determinada familia tipográfica, que se mantenga armónica a lo largo del documento, la cual da oportunidad al diseñador de poner en práctica diferentes estilos y variantes tipográficas, preservando los parámetros concretos que describen a la familia tipográfica utilizada.

Cubierta

El primer aspecto o característica observable en una publicación es su portada o cubierta. Dependiendo del formato o tipo de publicación, cuando esta llega al punto de venta, el lector no encontrará únicamente la publicación que es de nuestro interés, sino que también, se encontrarán otras propuestas editoriales. Provocar la adquisición de determinado producto editorial dependerá de la primera o mejor impresión que se cause en la persona que tenga la intención de compra; por lo que, en este sentido incidirá en la respuesta que tenga el usuario ante los estímulos generados por la cubierta, es decir, que al ser la portada el primer nexo que se establece entre el usuario y la publicación el resultado dependerá de esta comunicación, como refiere Bhaskaran, que aunque el contenido sea espléndido, el diseño de la cubierta no solo se trata de la estética o de la belleza, sino que el mayor esfuerzo y ganancia se encuentran en enviar el mensaje correcto y preciso al público objetivo, de la manera más precisa y clara posible.



1.4 INVESTIGACIÓN DE CAMPO

The background features a dark purple gradient with several large, overlapping organic shapes in a lighter shade of purple. A red line forms a loop in the lower-left quadrant, and a yellow line curves across the bottom-left corner.

1.4.1 Entrevista

(Apitatán)

Dis. Juan Sebastián Aguirre



Img.10

El quiteño Juan Sebastián Aguirre, más conocido como Apitatán, es un artista urbano, diseñador gráfico e ilustrador que a más de colmar de color paredes locales y extranjeras, genera un sentido de identidad con sus imágenes.

Apitatán nos da su punto de vista, hoy en día debido a la globalización se va perdiendo costumbres ricas en cultura, una de ellas la cultura popular, se ve afectada, los niños y jóvenes ya no quieren sentirse parte de nuestro entorno, ya que él mantiene su postura de rescatar la esencia del ecuatoriano, en la forma en la cual hablamos, las realiza por medio de la ilustración digital y en murales.

Menciona que el lenguaje morlaco es muy rico en términos populares, se ha hecho

eco a nivel del Ecuador ciertas palabras, sin duda ilustrar las palabras propias de la región, en este caso Cuenca va tener una aceptación del público objetivo muy importante tanto para los cuencanos como turistas que necesitan ser informados de este aspecto tan importante ya que cada país posee lenguajes populares propios.

También se debe considerar un estilo limpio y amigable fácil de comprender, que los usuarios se sientan parte de esta historia, y aún más en los niños y jóvenes, a su vez ver la satisfacción como ilustrador es sacar una sonrisa y llenar las expectativas del consumidor, siendo así la garantía de que el producto es bueno.

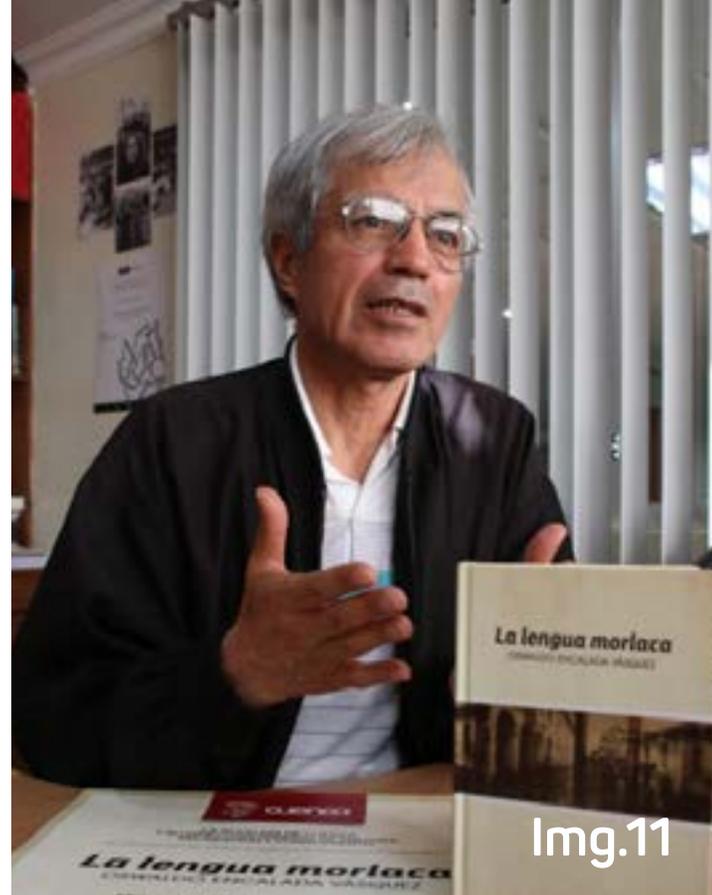
1.4.2 Entrevista

Doctor Oswaldo Encalada Vásquez

Oswaldo Encalada es un narrador, ensayista, erudito, filólogo, crítico literario y profesor universitario ecuatoriano, nacido en Honorato Vásquez (municipio perteneciente a la región costera de Manabí) en 1955. Es una de las figuras más destacadas de la intelectualidad ecuatoriana de finales del siglo XX y comienzos de la centuria siguiente.

Inclinado desde niño a las Humanidades y el cultivo de la creación literaria, se doctoró en Filología por la Universidad de Cuenca. Ha ejercido muchos años en calidad de catedrático de Literatura en la Universidad del Azuay.

Nos cuenta que la lengua popular morlaca refleja el espíritu y la cultura, el cual coadyuva a reconocernos desde nuestra diaria comunicación e interacción. Una



Img.11

forma de comunicación e interacción que es parte sustancial de nuestra cultura, de la cuencanidad; que hoy en día se ve afectada por la globalización más en los niños y jóvenes.

Por eso una de las mejores alternativas es llamar la atención a nivel visual con recurso gráfico que sea de fácil comprensión, es una buena estrategia menciona, además contribuye a la cultura morlaca que se ha ido dejando a un lado en ciertos aspectos.

Nuestra cultura es muy importante hoy en día, como ecuatorianos debemos estar orgullosos de nuestras tradiciones y costumbres, e ir educando a los niños y jóvenes.

1.4.3 Entrevista

Dis. Jhonn Alarcon



Img.12

Jhon Alarcón nacido en la ciudad de Cuenca, docente en la Universidad del Azuay, como diseñador gráfico, fiel amigo de los libros nos cuenta acerca de la mayoría de trabajos que ha realizado, han sido publicaciones editoriales.

El Diseño contribuye a las publicaciones editoriales en la medida de cómo se genera un concepto, para ello pensar una estructura de la información, dar jerarquías a la misma, para que el usuario tenga una buena experiencia de lectura.

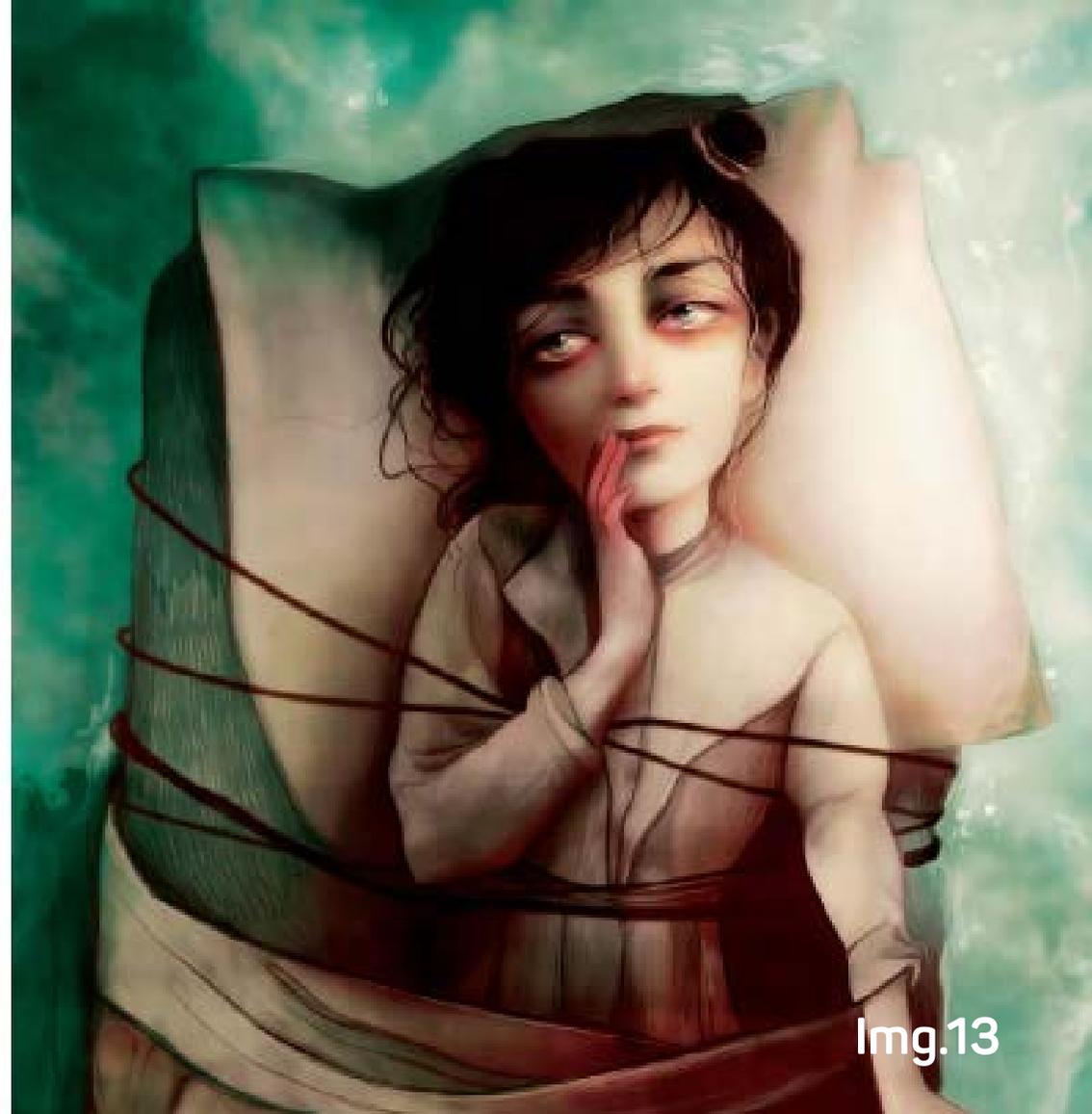
La cromática en los libros para niños y adolescentes es muy importante, todo depende de la temática que se vaya a realizar, por lo tanto contribuye a fortalecer el mensaje, que se planteó. Los niños se guían mucho por los colores, hace que les llame la atención y dirijan la vista al contenido.

La tipografía en un libro es muy importante para ello se hace varias pruebas de legibilidad, si es para niños su tamaño adecuado es de 12 a 16 , teniendo en cuenta la cantidad de texto, la tipografía debe aportar para transmitir el mensaje.



1.5 HOMÓLOGOS

Ca mille clau del



Img.13

El libro eco fantasma de sus voces de la autora María Jesús Lorente, el objetivo de este libro es crear los diversos sentimientos que posee una persona, como es el afecto, la desilusión, el amor etc., transmitidos por medio de las diferentes ilustraciones realizadas.

FORMA

El análisis de la forma de acuerdo al libro de María Lorente, se plantea un producto editorial ilustrado, con una línea del surrealismo en la ilustración, en cambio la tipografía se maneja con un estilo de lettering con texturas desgastadas para

que sea parte del sistema gráfico que se ha realizado.

La forma que se trabaja en el contenido, es darle una dinámica a la ilustración trabajada a doble página, para que tenga una lectura correcta siendo el complemento tipográfico ayudador del mensaje.

Su forma es cuadrada, siendo muy importante, el cambio de dimensiones que se le da, para que tenga un plus diferenciador del resto de libros.



-Alguno de vosotros está engañándome!- gritó el rey rascandose la cabeza.

Cuando un rey se rasca la cabeza no es que tenga piojos, es que está preocupado,y fue a pedir consejo a los sabios.

Img.14

La liebre y la hiena es un cuento para niños, basadas en metáforas de la vida cotidiana, rescatando los valores y haciendo un análisis a los aspectos positivos y negativos que existen en la actualidad.

FUNCIÓN

La función que se cumple en el libro ilustrado es transmitir el concepto generado en base a ilustraciones, con el fin de comunicar correctamente el mensaje, de esta manera los niños captan la atención, y crean situaciones similares a lo que se

narra en el texto, despertando la imaginación para cada escena.

Siendo muy importante el uso correcto del mensaje, ya que el libro es una herramienta que puede motivar a los niños, hoy en día los padres de familia compran los libros, que tiene una funcionalidad que despierte la mente de los pequeños, de manera especial los libros ilustrados.



Img.15

Este es un álbum ilustrado para pequeños y grandes, con ilustraciones basadas en los títeres, ya que bajo este concepto los niños captan muy bien el contenido resultando interesante al momento de visualizar el contenido.

TECNOLOGÍA

Es muy importante obtener resultados de calidad de acuerdo al presupuesto y al target, en este caso analizaremos un álbum ilustrado, ya que es muy importante obtener ciertas especificaciones para mi proyecto.

El uso de software que se utiliza para la realización de las ilustraciones es el Adobe Photoshop y el Adobe Ilustrador, en cuanto a la diagramación y maquetación del contenido se utilizó el Adobe Indesign.

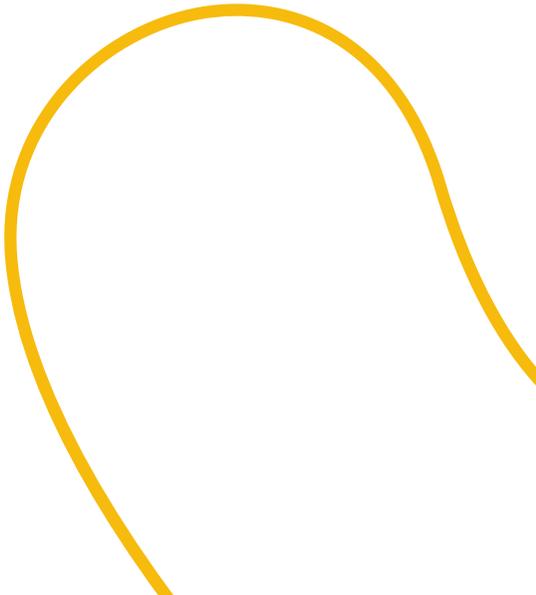
En este caso el libro es impreso en alta calidad, en impresora offset, con la separación de colores en CMYK, y en la portada se empleó acabados de laca reservada para darle un brillo especial a la misma, de esta manera le da un plus adicional que sea llamativo para sus usuarios.

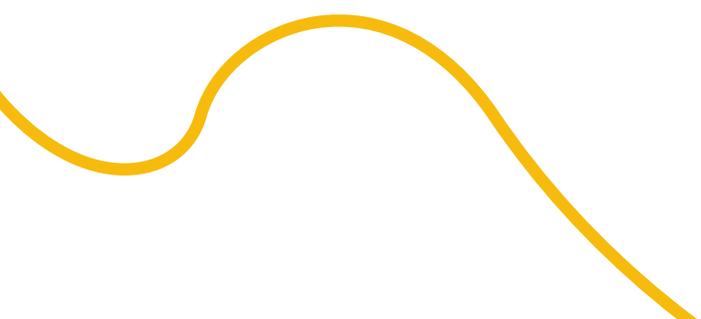


1.6 CONCLUSIÓN



La ciudad de Cuenca posee una gran riqueza cultural, al pasar de los años se ha ido empleando un lenguaje popular cotidiano, que en muchas ocasiones hoy en día se va perdiendo esa identidad, un problema que se viene dando a partir de la globalización, pero existen recursos muy importantes para el rescate de la misma, con aportes de teorías en el diseño y la cultura, partimos de un libro editorial ilustrado que nos cuenta de una manera creativa el contexto de cada palabra para que sea revalorizada y transmitida en las generaciones subsiguientes.







CAPÍTULO 2

Planificación

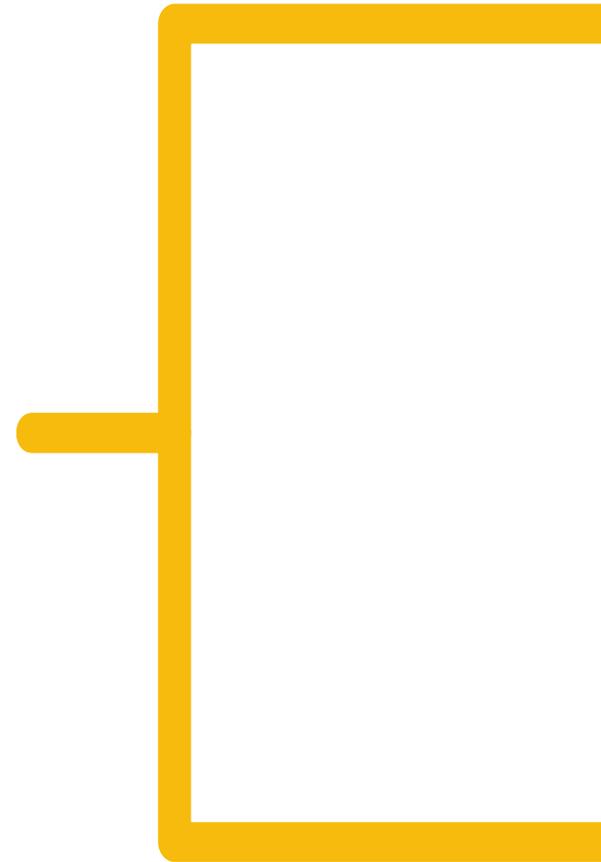


2.1 TARGET

Álbum ilustrado

Para la realización de este capítulo es importante saber nuestro público, para cumplir con los objetivos planteados.

Nos dirigimos a dos públicos, directo e indirecto como veremos a continuación.



Usuario

Consumidor del producto.



Target
directo

Cliente

Comprador del producto.



Target
indirecto

2.1.1 Segmentación de mercado

Niños y adolescentes

GEOGRÁFICA

País: Ecuador
Provincia: Azuay
Ciudad: Cuenca

DEMOGRÁFICA

Edad: 8 a 15 años
Género: Masculino y femenino
Ocupación: Estudiantes
Educación: Primaria y secundaria

PSICOGRÁFICA

Clase social: Media
Personalidad: Sociables, curiosos, extrovertidos
Gustos: Deportes, juegos de video, música, comida, televisión





Img.19

Padres de familia

GEOGRÁFICA

País: Ecuador
Provincia: Azuay
Ciudad: Cuenca
Zona: Urbana

DEMOGRÁFICA

Edad: 30 a 50 años
Género: Masculino y femenino
Ocupación: Trabajadores en fábricas
Educación: Secundaria y superior

PSICOGRÁFICA

Clase social: Media
Personalidad: Sociables, aventureros, conservadores
Gustos: Fútbol, leer, música, comida, caminatas, bailar

2.1.2 Persona design

Target directo



Img.20

Nombre: Daniel

Edad: 9 años

Ocupación: Estudiante de primaria

Intereses: Fútbol, videojuegos, música, baile

Daniel Castillo, nació en la ciudad de Cuenca, actualmente cursa el quinto de básica, se levanta muy temprano, su mamá le prepara el desayuno. Luego se dirige en la buseta escolar hacia su centro educativo. Cumplidas sus horas de clases regresa al hogar.

En la tarde se dedica a realizar las tareas asignadas con la supervisión de su profesora tutora, una vez cumplidas todas sus obligaciones, se dedica a jugar por un momento videojuegos o ver televisión.

No le interesa la lectura ya que le resulta muy aburrida, él prefiere libros con ilustraciones, porque le facilita entender mejor el contenido. Su mamá compra fábulas para leer juntos, y así incentivar en él la lectura.

Target indirecto



Img.21

Nombre: Juan Pablo

Edad: 39 años

Ocupación: Ingeniero industrial

Intereses: Fútbol, leer, cocinar, viajar

Juan Pablo nació en Cuenca, tiene 39 años, es casado, tiene tres hijos, de 8, 12 y 15 años, todos los días se levanta temprano a las 6 de la mañana, para tomar el desayuno y posteriormente dejar a sus niños en sus establecimientos, después se va a laborar, donde ingresa todos los días desde las 7 am hasta las 7pm. Se dirige a Racar a una bodega del grupo Ortiz llamada Ecuacyclo (fabricación de bicicletas) donde desempeña la función de gerente de planta en la cual labora alrededor de 4 años, donde su principal innovación son las bicicletas eléctricas y ecológicas por el cual en sus tiempos libres compra revistas cada día para adquirir nuevos conocimientos para el desempeño laboral en su trabajo y comics para sus hijos, para que adquieran interés hacia a la lectura a temprana edad.



2.2 PARTIDA DE DISEÑO



Forma

CROMÁTICA:

La composición cromática que se utilizará en el producto es una cuatricromía, entre colores fríos y cálidos que permite sistematizar el producto dándole protagonismo a la ilustración como principal recurso gráfico que se emplea.

TIPOGRAFÍA:

La tipografía es el complemento de la ilustración, siendo importante para transmitir bien el mensaje, en el proyecto se emplearán dos variantes tipográficas, para generar un sistema claro y coherente que permitan una legibilidad al usuario, el estilo tipográfico a utilizar es un estilo sanserif.

ILUSTRACIÓN:

El tipo de ilustración que se emplea en el proyecto es narrativa con el estilo shading vectorial, con texturas planas, dándole un dinamismo a la misma ya que tiene una aceptación muy buena con los niños y adolescentes.

ESTILOS GRÁFICOS:

Se buscará un sistema claro, que favorezca la composición visual de la misma, organizando el contenido de manera adecuada para que tenga una memoria visual correcta, para ellos se plantea trabajar el contenido de cada palabra a doble página, generando un mayor interés en la parte gráfica.

DIAGRAMACIÓN:

Es muy importante organizar los elementos de la composición para potenciar el mensaje visual, de esta manera generamos un sistema dinámico y entretenido para nuestros usuarios.

Se busca sistematizar el contenido, trabajando a doble página, en donde la ilustración ira en la página izquierda y el texto hacia el lado derecho, para que de esta manera la ilustración tenga un papel protagónico al momento de visualización.

SOPORTE:

Se realizará un álbum ilustrado, con formato cuadrado de 21 centímetros, con uso horizontal, con características eficaces como es la pasta dura, con impresiones a full color de alta calidad.

RECOPIACIÓN Y SELECCIÓN

Se realizará una recopilación de términos del lenguaje popular cuencano y posteriormente serán analizadas para dar a conocer por medio de la ilustración términos propios de los cuencanos.





Img.23

Función

La función del libro álbum ilustrado es comunicar el concepto del lenguaje popular morlaco por medio de la ilustración, mostrando de manera ordenada los contenidos entre textos y recursos gráficos que ayudan a tener una lectura visual correcta.

El álbum ilustrado permite mostrar el contenido de manera mas entretenida para los niños y jóvenes, de esta manera ellos podrán entender mejor el contexto de las palabras populares de Cuenca .

Tecnología

La tecnología es muy importante para el desarrollo del proyecto, como recursos principales en cuanto a la digitalización de las ilustraciones se utilizará el software como Adobe Ilustrador, ya que se desarrollará un estilo vectorial llamado shading, en la parte de la diagramación del contenido se elaborará en el software llamado Adobe Indesign, ya que permite organizar y sistematizar de manera óptima. Los soportes impresos se realizarán en alta calidad en impresora offset con separaciones de colores en CMYK, con acabados de laca de reserva en la parte del titulo del libro, con una pasta dura.

2.3 PLAN DE NEGOCIOS

Precio

El precio está destinado según el target, en este caso es un target medio, que permita tener accesibilidad económica para que puedan adquirirlo, siempre teniendo en cuenta los costos de impresión y medios digitales que se utilizó para el desarrollo del mismo.

Producto

Este producto es un álbum ilustrado, está enfocado para los niños y adolescentes, con la intención de fomentar el conocimiento del lenguaje popular morlaco, para el desarrollo del mismo se partirá del libro del Doctor Oswaldo Encalada Vásquez con su libro la "lengua morlaca".

Plaza

La comercialización del álbum ilustrado será en distintos medios, como son casas editoriales, en escuelas y colegios para que los niños y adolescentes puedan tener accesibilidad.

Promoción

La promoción del álbum ilustrado será por medios digitales para poder lograr el objetivo planteado, y de esta manera llegar a potenciar el producto para su comercialización, se plantea también llegar a las casas editoras e instituciones públicas y privadas.





CAPÍTULO 3
3.1 Ideación

3.2 Generación de 10 ideas

En esta etapa de ideación se generó 10 ideas, con las cuales poder seleccionar las mejores e integrarlas en una sola idea, que permitan ya la concreción del producto acorde a los objetivos planteados.

1 Acordeón

El estilo acordeón es un sistema dinámico, en el cual puede haber una interacción especial con el usuario, en este caso con el lenguaje popular de Cuenca.

2 Flat design

Las características principales que presenta el estilo Flat es que no contiene muchos efectos, eso hace que contenga una interfaz rápida y de fácil entendimiento al momento de representar cada palabra del lenguaje popular.

3 Pop up

Este estilo se maneja de manera tridimensional, podemos hacer que la ilustración de cada palabra sea despegable, para que tenga una interactividad con el usuario y de esa manera aportamos nuevas formas de mostrar el contenido.

4 Shading

La característica de este estilo es que las sombras planas se usan comúnmente para imitar el estilo de los cómics o dibujos animados, creando una línea vectorial que hace a la ilustración no sea totalmente plana.

5 Cómic

Se crearía una serie de dibujos que constituyen un relato, con o sin texto, así como al medio de comunicación en su conjunto del lenguaje popular.

6 Infográfica

Las ilustraciones que se utilicen para explicar la información del lenguaje popular deben estar conectados en cuanto a tipo de contorno, colores, estilo del diseño, texto que faciliten la comprensión.

7 Cartel

Se debe entender a primera vista y comunicar un mensaje de interés, debe ser recordable (grabarse en la memoria, impacto visual). Un afiche que no es comprendido en un par de segundos no es un buen cartel.

8 Pastel

Este método es analógico para crear un efecto sutil a las ilustraciones, y posteriormente proceder a escanear y retocar en digital.

9 Fanzine

Este estilo es tradicional con procesos analógicos, hace que la ilustración tenga acabados más vintage, con el contexto del lenguaje popular morlaco.

10 Troquel

Nos permite darle formas divertidas y vistosas a toda clase de ilustraciones con las posibilidades que nos ofrecen estas herramientas de corte controlado y darle atracción al producto.

Variables

FORMATO _____



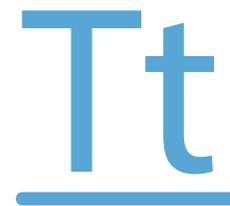
ORIENTACIÓN _____



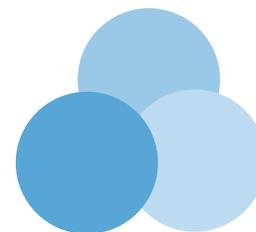
TRAMA NARRATIVA _____



TIPOGRAFÍA _____



CROMÁTICA _____



3.3 Tres ideas

De las 10 ideas generadas, en base a las variables determinadas del producto editorial, se escogió tres ideas que sean factibles para el desarrollo del producto, cumpliendo los objetivos planteados.

1 idea

TIPOGRAFÍA: Sans serif

CROMÁTICA: Cuatricomías

ILUSTRACIÓN: Shading

FORMATO: Cuadrado

ORIENTACIÓN: Vertical

MATERIALES: Resistentes

GUIÓN: Explicativa, mostrar el contenido de manera limpia sin mucho detalle, dejando espacio en blanco.



2 idea

TIPOGRAFÍA: Lettering popular

CROMÁTICA: Policromas

ILUSTRACIÓN: Shading

FORMATO: Cuadrado

ORIENTACIÓN: Horizontal

MATERIALES: Resistentes

GUIÓN: El contenido principal de la ilustración deben ser con el contexto cotidiano mostrando ese lado jocoso del día a día.



3 idea

TIPOGRAFÍA: Sans serif, familia tipográfica Panton

CROMÁTICA: Cuatricromías de colores fríos y cálidos

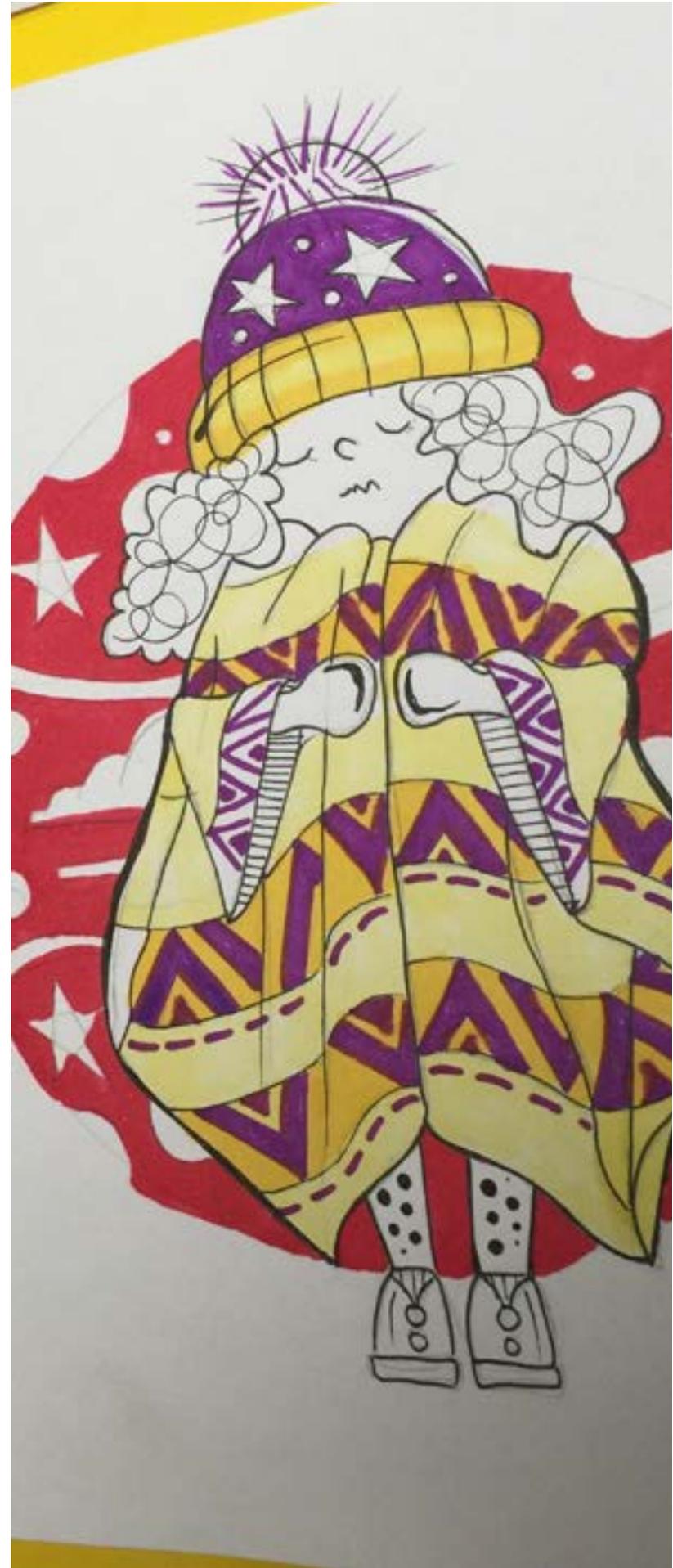
ILUSTRACIÓN: Shading (estilo vectorial) y flat design

FORMATO: Cuadrado

ORIENTACIÓN: Horizontal

MATERIALES: Ligeros

GUIÓN: De una manera descriptiva contar de manera fantasiosa exagerando los rasgos característicos de los personajes.



3.4 Idea final

The background features a dark purple field with large, overlapping organic shapes in shades of pink, yellow, and white. A thin red line forms a loop in the upper right, and a thin yellow line forms a wavy shape in the lower right.

La idea final nace de la unión de tres ideas distintas que ayudan a la concreción final, para ello se partió de los siguientes recursos gráficos como son, la cromática, ilustración, tipografía, formato, diagramación, como veremos a continuación.

Cromática

Se utilizará cuatricromías de colores fríos y cálidos que permiten tener un buen manejo de contraste visual, rescatando los colores fundamentales de la ciudad de Cuenca y generando un sistema al momento de observar el contenido, de esta manera garantizamos una armonía de colores y no saturamos la vista del usuario.



C: 5
M: 66
Y: 46
K: 0



C: 0
M: 22
Y: 85
K: 0



C: 61
M: 53
Y: 0
K: 0



C: 24
M: 22
Y: 0
K: 0

Tipografía

El texto tiene un tratamiento especial para complementar la ilustración, siendo de esta manera trabajada sutilmente, con tipografías sans serif, y en los títulos con una trama de estilo popular sin perder la estética de nuestro producto.

Aa Paton bold
Títulos

Aa Paton light
Cuerpo de texto

Achachay

Expresión que denota sentir mucho frío.

Ilustración

El uso de una ilustración narrativa con un estilo shading vectorial, y con fondos flat design, se complementa de manera que el usuario pueda tener un mejor manejo visual de las composiciones empleadas, al momento de trabajar a doble página se tiende a visualizar mejor los detalles.

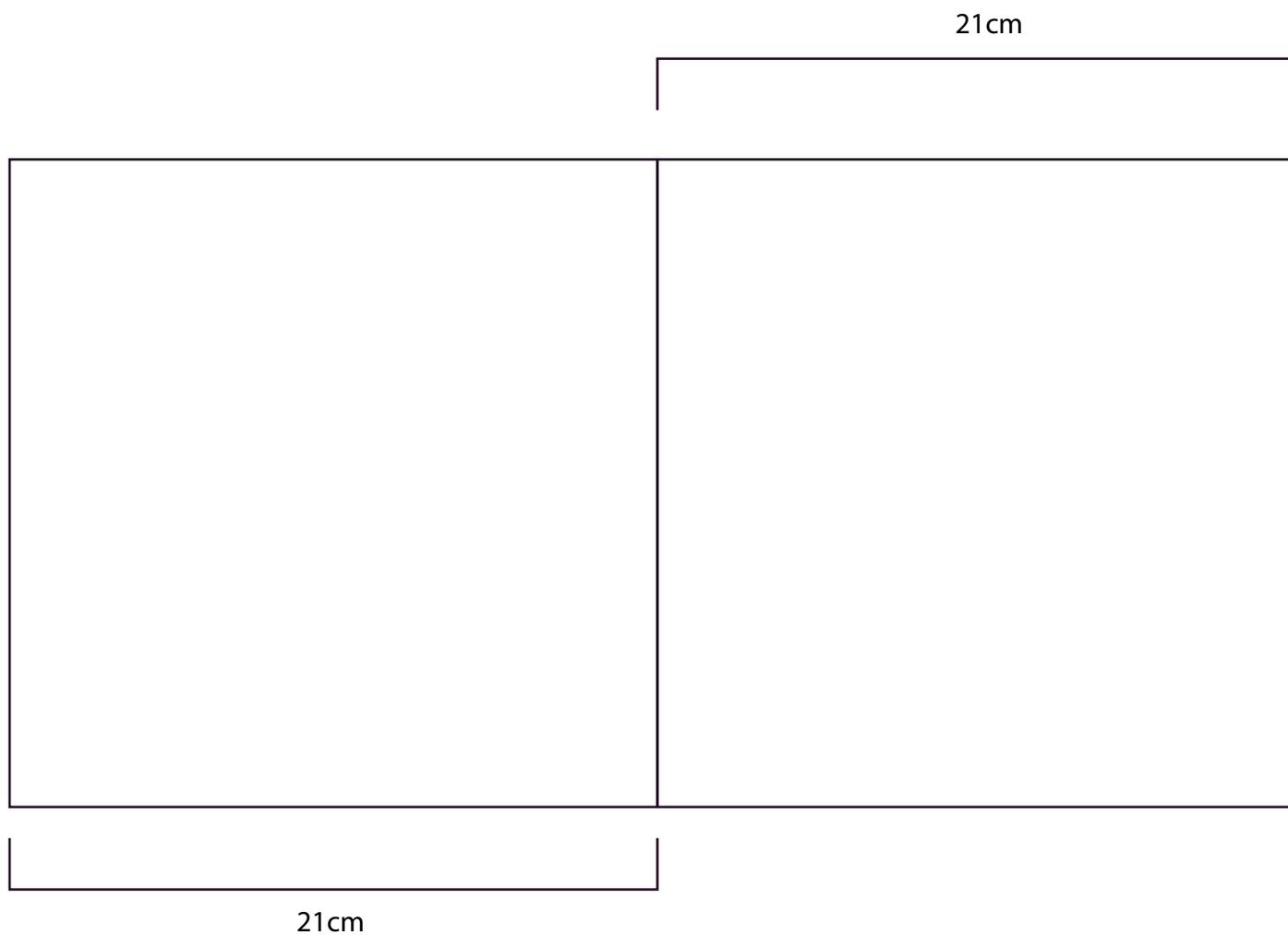


Pinceles



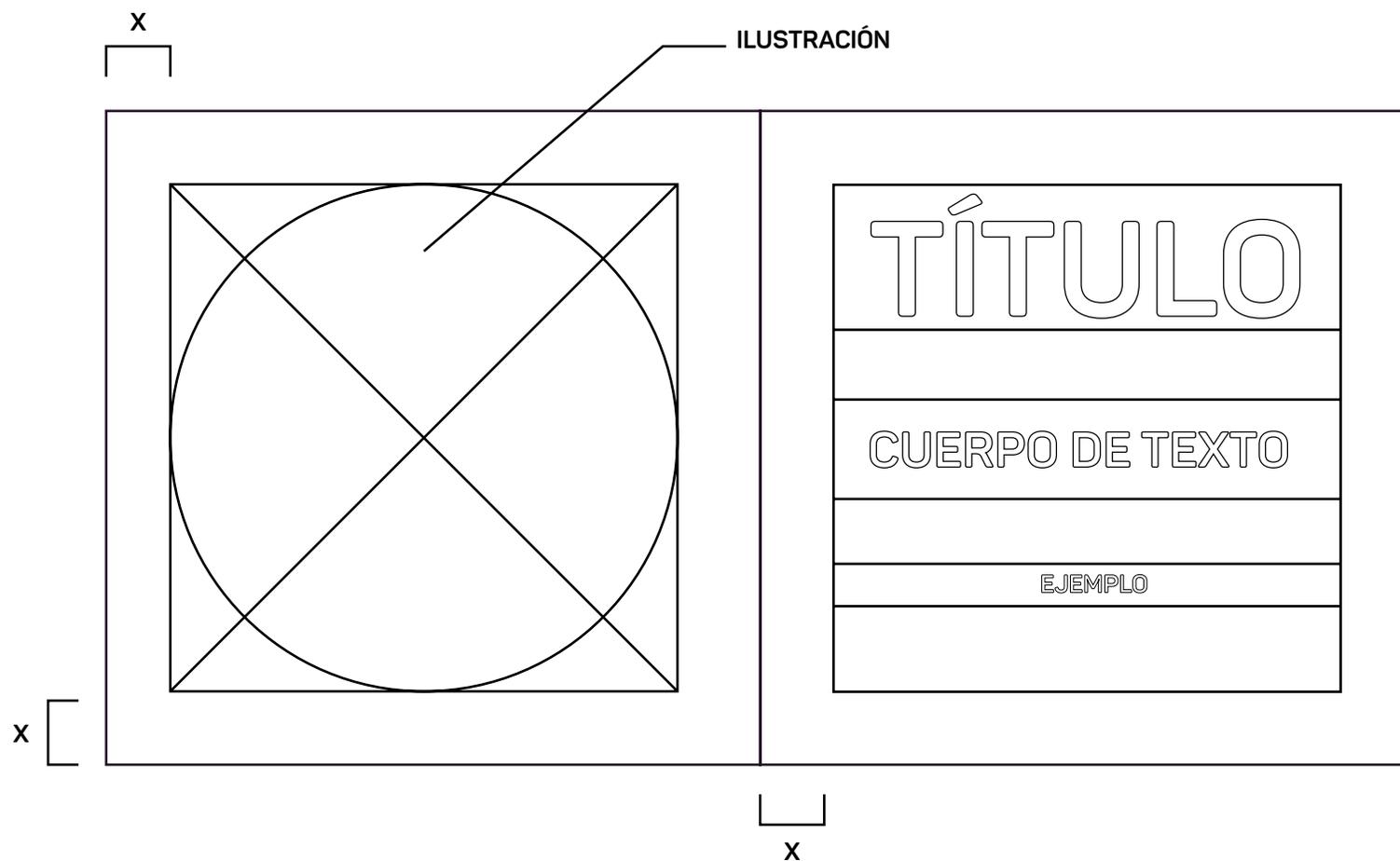
Formato

Se utilizará un formato cuadrado con las dimensiones de 21 centímetros con una pasta dura, la impresión a full color, para que se aprecie mejor los detalles de las ilustraciones y del texto, de esta manera garantizamos una buena lectura visual.



Diagramación

El contenido propuesto para la elaboración final, se trata de trabajar a doble página, para dar mayor realce a la ilustración, y a su vez complementado con el texto, esto permite dar una mejor lectura del contenido a mostrarse.







CAPÍTULO 4
Concreción

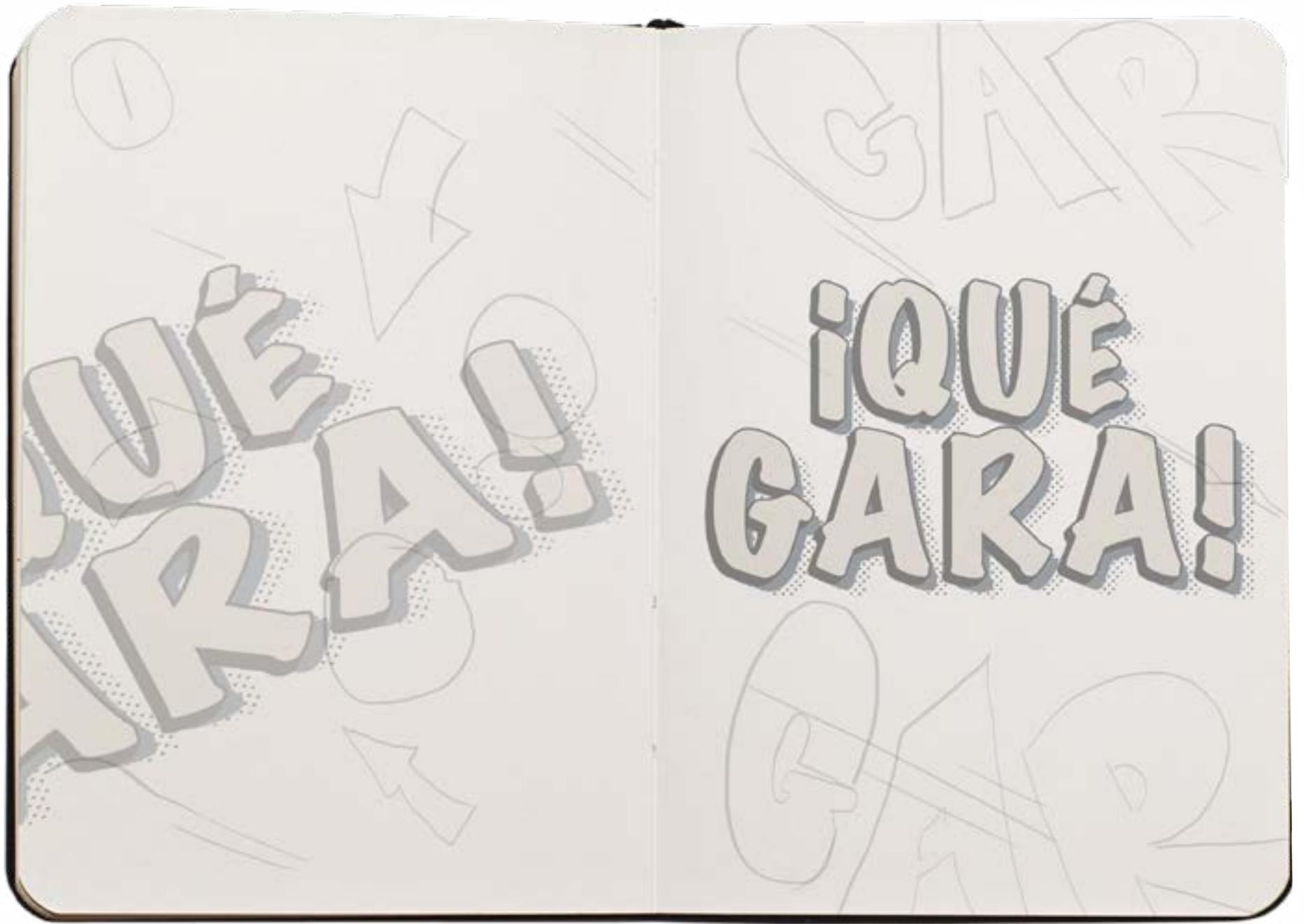
4.1 Proceso de diseño

En este capítulo trabajaremos en distintos parámetros establecidos previamente, para poder obtener resultados de calidad en el producto.

4.1.1 Creación de la portada

Para la creación de la portada y contraportada del álbum ilustrado, se realizó un análisis de distintos nombres para darle identidad, entre ellos se planteó los siguientes, morlaquí-zate, ¡qué gara!, lo gara de ser morlaco, posteriormente se analizó las diferentes propuestas, la que tuvo mayor aceptación de nuestro público fué el **¡QUÉ GARA!**, debido a que esa palabra refleja lo bonito, lo chévere de ser cuencanos, existiendo un vínculo entre el título y las ilustraciones.

4.1.1.1 Bocetación





4.1.1.2 Concreción





Contraportada

4.2 PROCESO DE DISEÑO

The background features a dark purple field with large, overlapping organic shapes in shades of pink and yellow. A thin red line forms a teardrop shape in the upper right, and a yellow line forms a wavy shape in the lower right. The text '4.2 PROCESO DE DISEÑO' is centered in white.

4.3 SELECCIÓN DE TERMINOS POPULARES MORLACOS

La selección de las palabras morlacas que se escogió, entre una mezcla de expresiones y objetos que hay en la ciudad, ya que cada palabra guarda una historia, un contexto cotidiano que se ha venido dando a lo largo de todos estos años, como son las siguientes.

ACHACHAY

ASTARAY

ACHOLARSE

CHENDO

CANELAZO

ESPUMILLA

HORNADO

YAPA

MI BONITA

QUE GARA

PUPO LLUCHO

ESPANTO

MASHAR

MOTE

GALLADA

LA FOCA

CUY

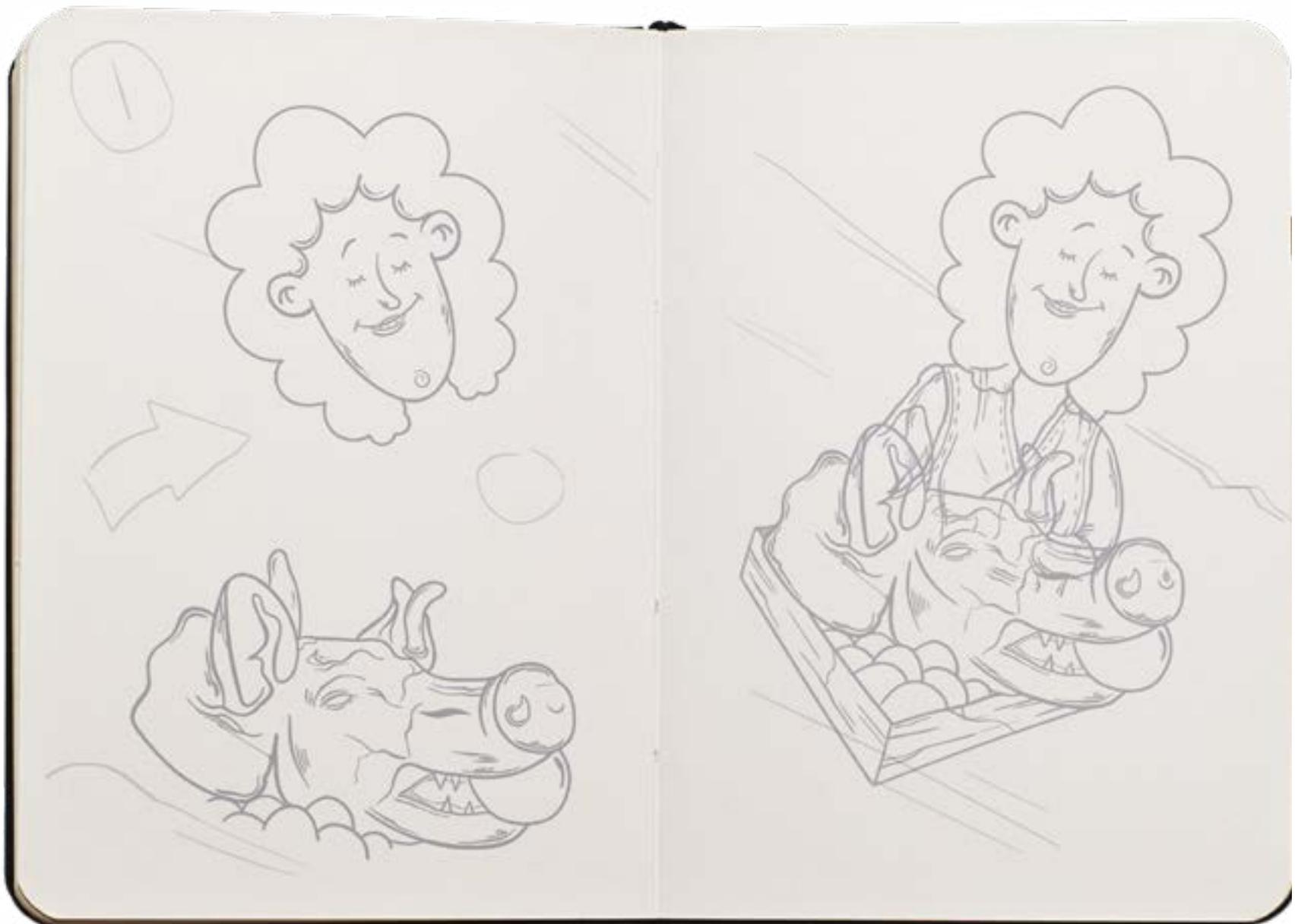
CAPILLOS

DULCE DE CORPUS

VACA LOCA

4.4 Bocetación

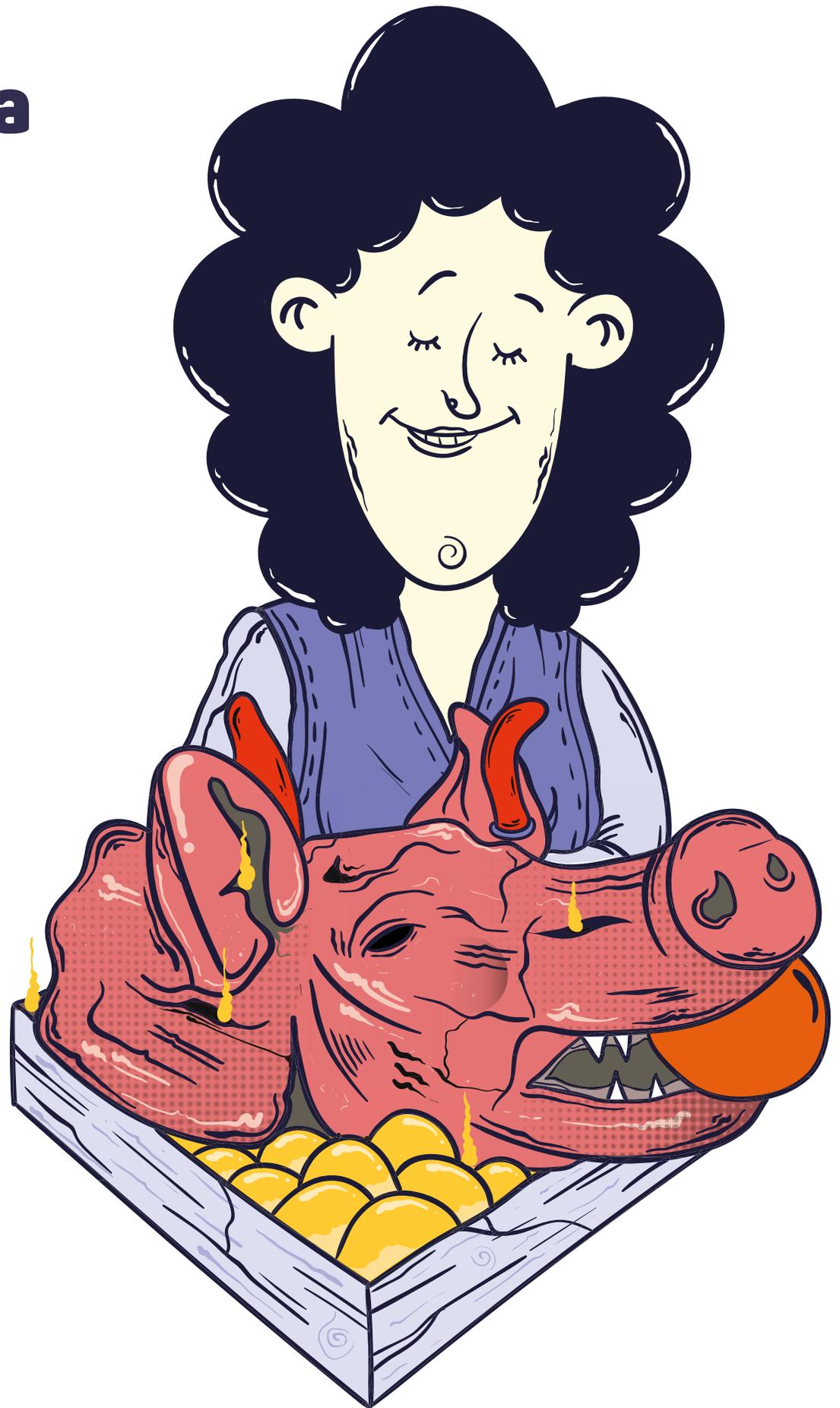
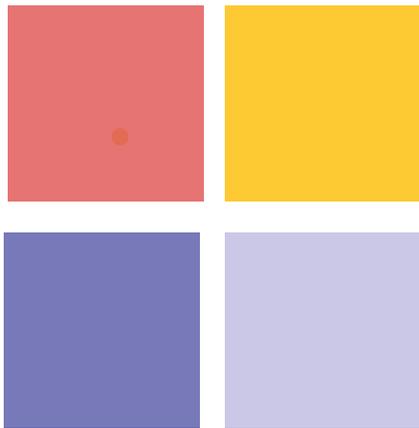
La idea nació de representar el hornado debido a que es un plato típico y exquisito que lo venden en el mercado. Le colocan en un lugar muy vistoso para atraer a la clientela y las vendedoras dan un pedazo de hornado para que prueben y así consuman .



4.5 Digitalización



4.6 Cromática





4.7 Sistematización

Ilustración



Numeración

2

Diagramación

x

hornado

X2

x

X1

x

X3

Es un plato muy degustado de nuestro Ecuador, su preparación es básicamente de chanco o cerdo (cosido, homeado, freido, cocinado) ya sea entero o por partes, viene acompañado de papas cocinadas, ensalada, mote y chicha.

EJEMPLO

Sra Rosita vendame 5 platos de hornado para servirse aquí en su puesto.

3

Sistema gráfico

Bocetación

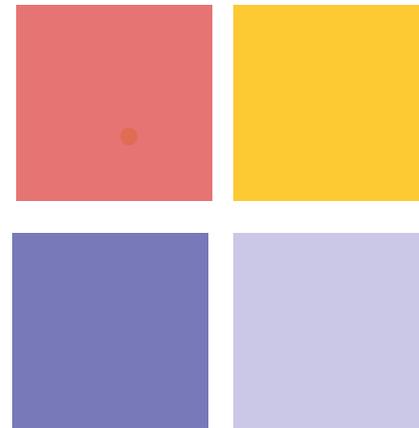
El concepto para representar sobre el espanto, me llamó la atención al ver que es una costumbre, que tienen varias personas. Cada martes y viernes acuden a realizarse estas limpias con varias plantas medicinales. Este trabajo lo hacen personas expertas en este arte.



Digitalización



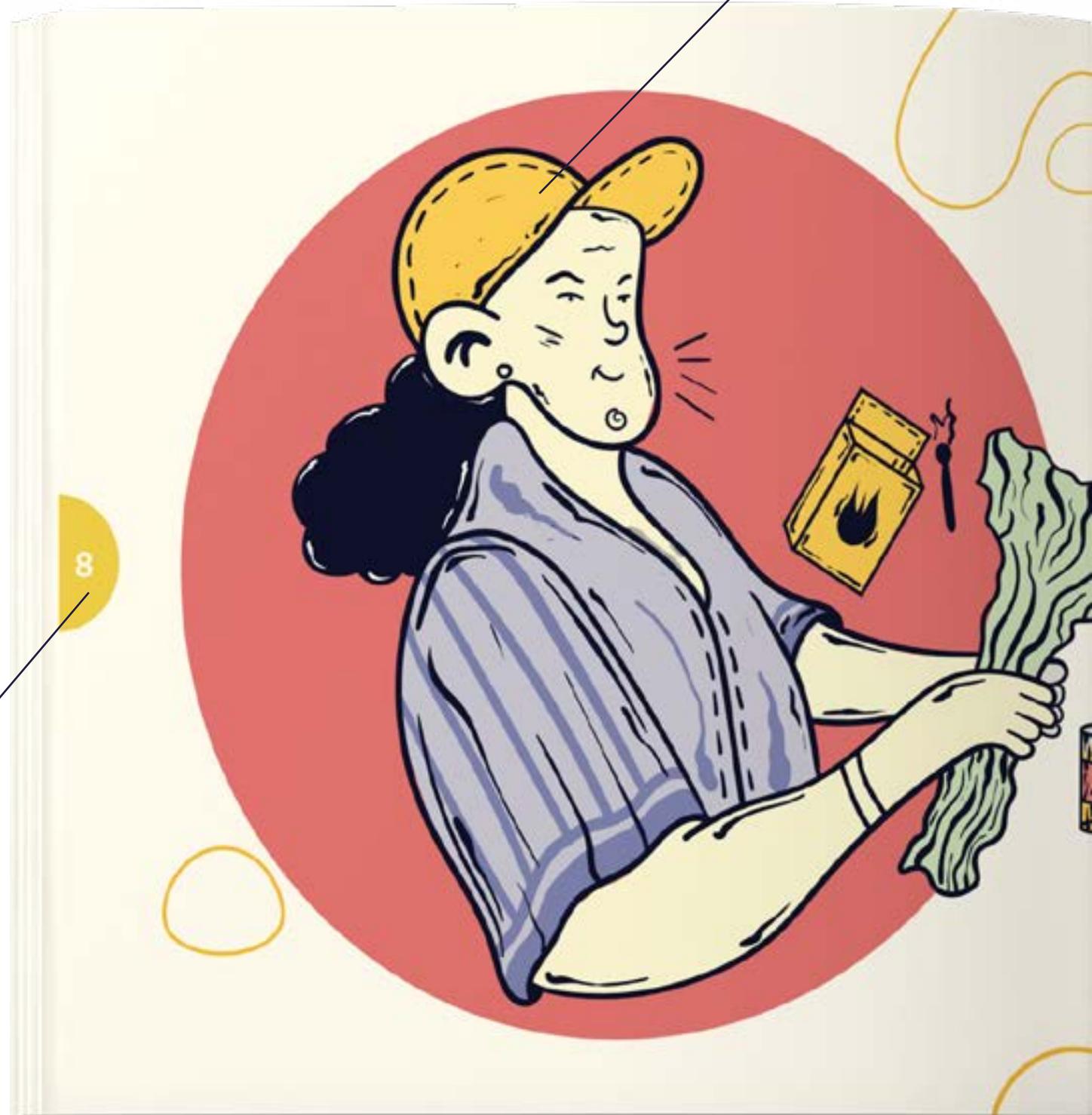
Cromática





Sistematización

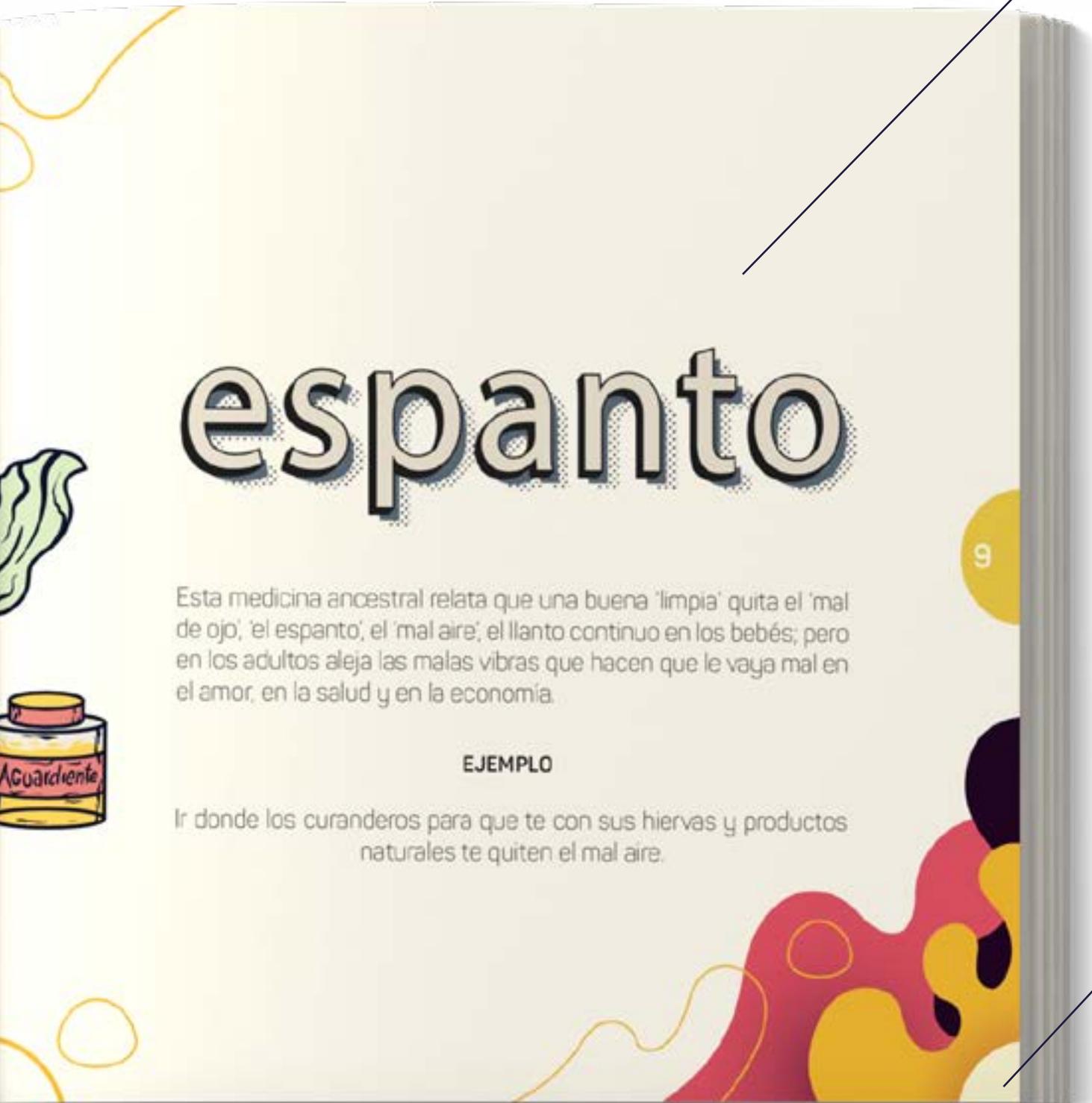
Ilustración



Numeración

8

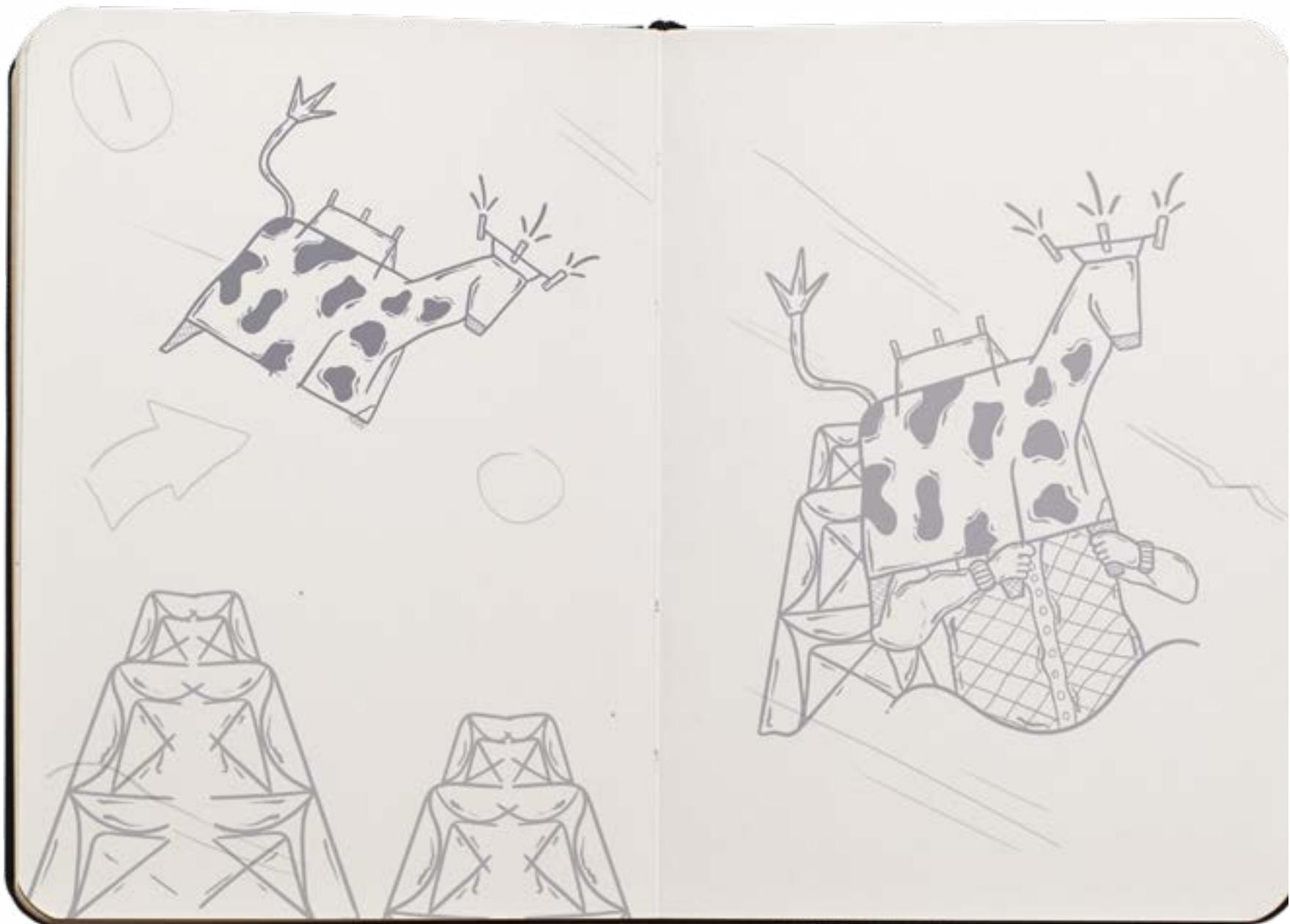
Diagramación



Sistema gráfico

Bocetación

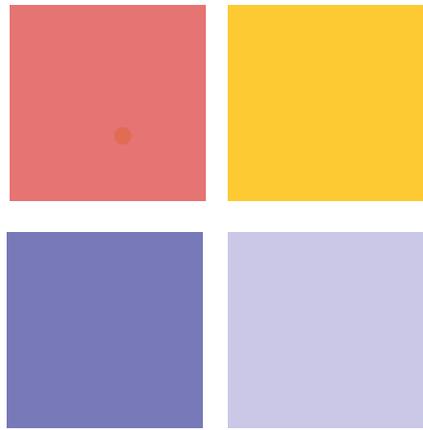
La idea de representar la vaca loca en el boceto, nació al ver que es una tradición que todavía se mantiene. En algunas fiestas religiosas se acostumbra quemar la vaca loca, al son de una música. Según se va quemando salen diferentes luces de colores que llama la atención de chicos y grandes, aunque a veces produce miedo por el material que contiene.



Digitalización



Cromática





Sistematización

Ilustración

Numeración



4

Diagramación

vaca loca

No se conoce con certeza el origen del festejo, pero se ha introducido de tal forma en la cultura ecuatoriana de estos tiempos que se considera algo tan autóctono como cualquier otra tradición festiva. Es una estructura de fierro decorada en forma de vaca que va recubierta con todo tipo de juegos pirotécnicos y que al son de la música de banda hace que se produzca una emoción de diversión y miedo para que no te alcancen las chispas de un baile que quien maneja se encarga de animar realizando un esfuerzo físico considerable, a la vez que, es un poco peligroso si no se toman ciertas normas de seguridad.

EJEMPLO

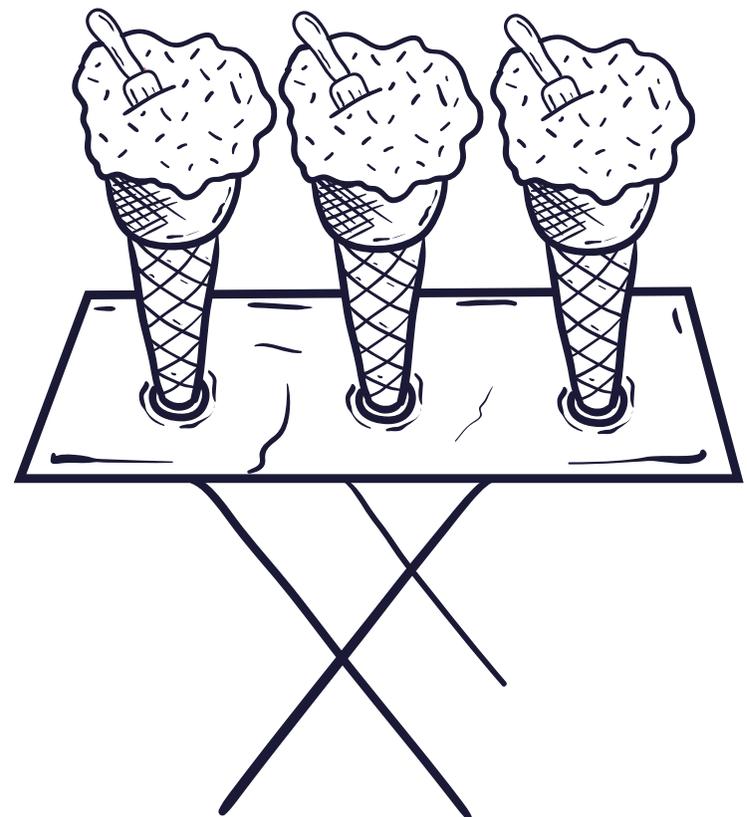
Corran que la vaca loca nos alcanza

Bocetación

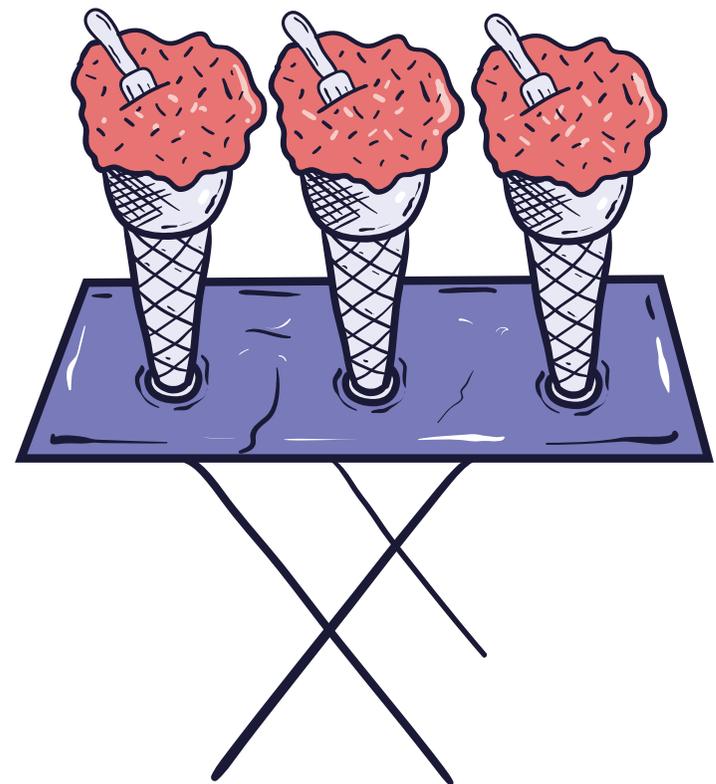
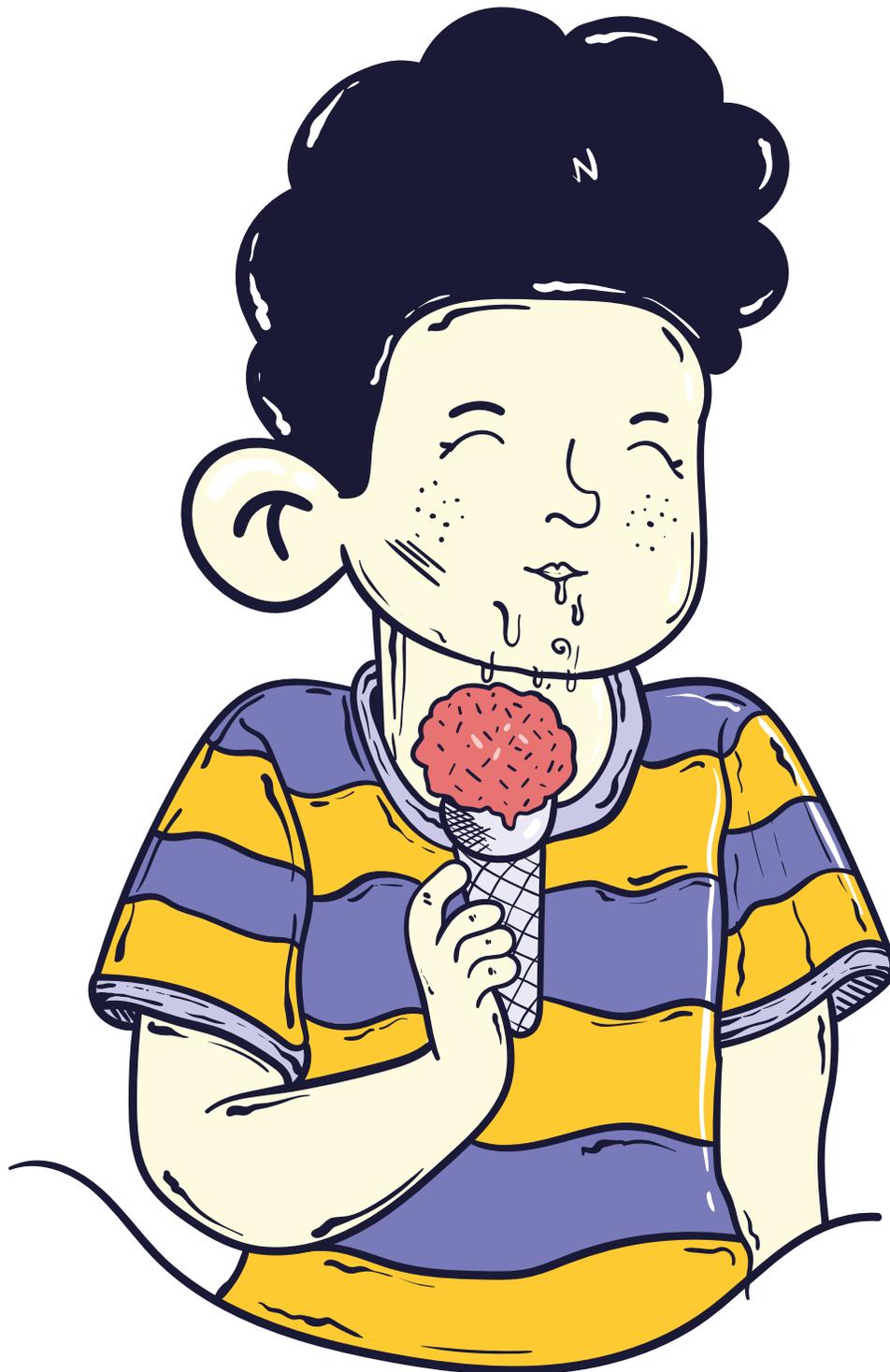
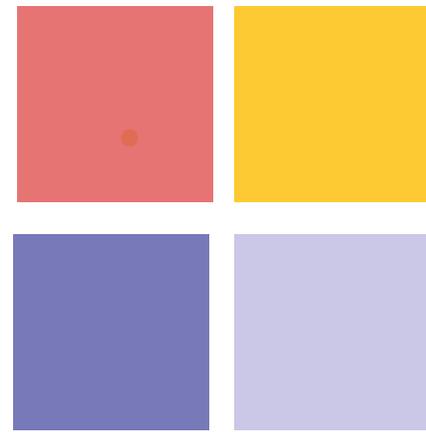
El motivo por el cual hice constar en el boceto la espumilla, es el ver cada domingo al salir de misa, a las vendedoras con sus charoles llenos de esta delicia, que tiene gran acogida por todos, en especial por los niños.

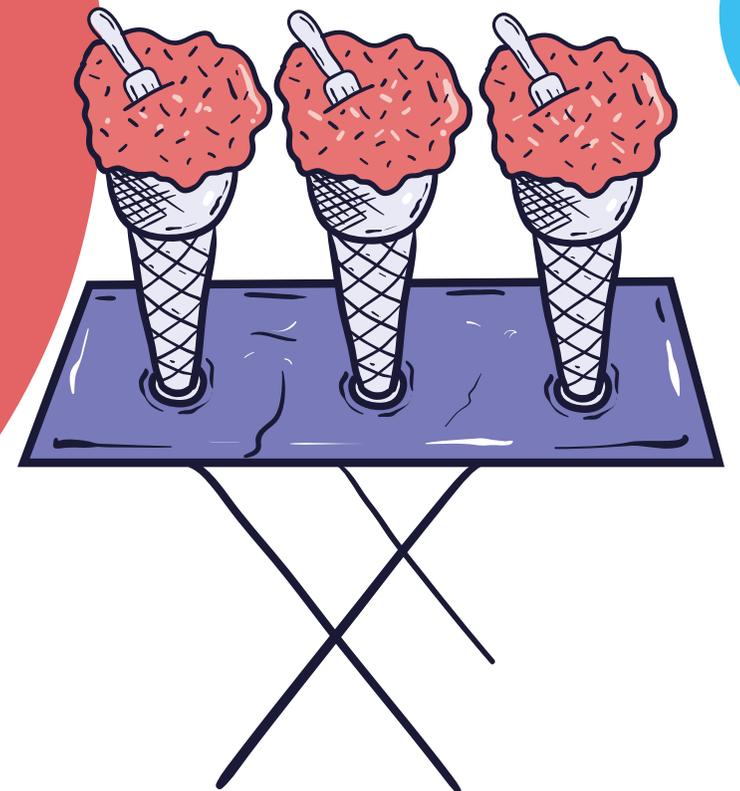
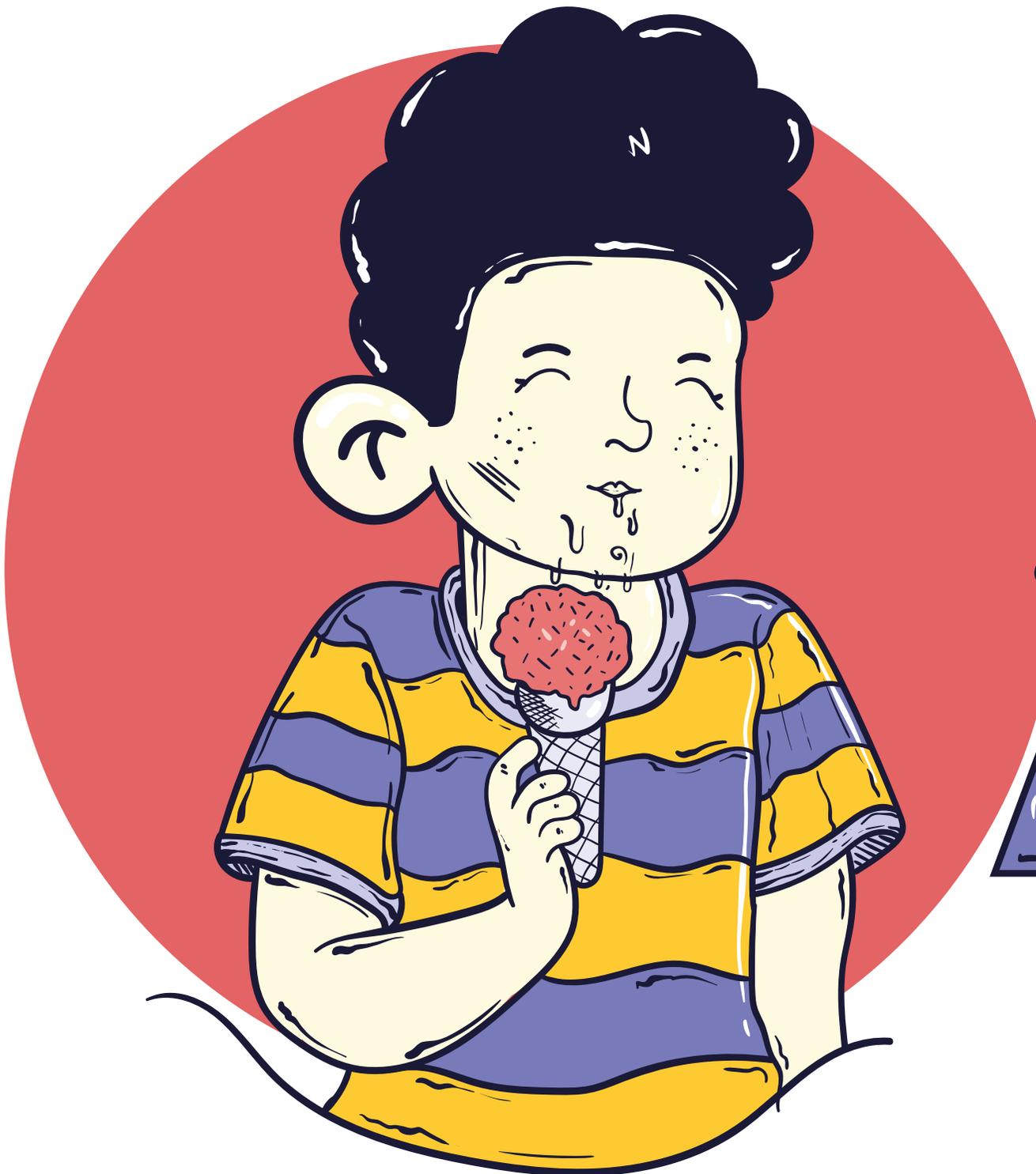


Digitalización



Cromática





Sistematización

Ilustración

124

10

Numeración



Diagramación

espumilla



Es un postre muy tradicional en el Ecuador y sobre todo en nuestra ciudad. sus ingredientes son claras de huevo, azúcar y frutas batidas. Este manjar viene acompañado de grajeas rayado de coco o mermeladas de sabores. Es muy común encontrar a la venta fuera de las iglesias luego de la terminación de las misas, en fiestas patronales y muchas veces en las afueras de los mercados, sus precios son muy cómodos y variados.

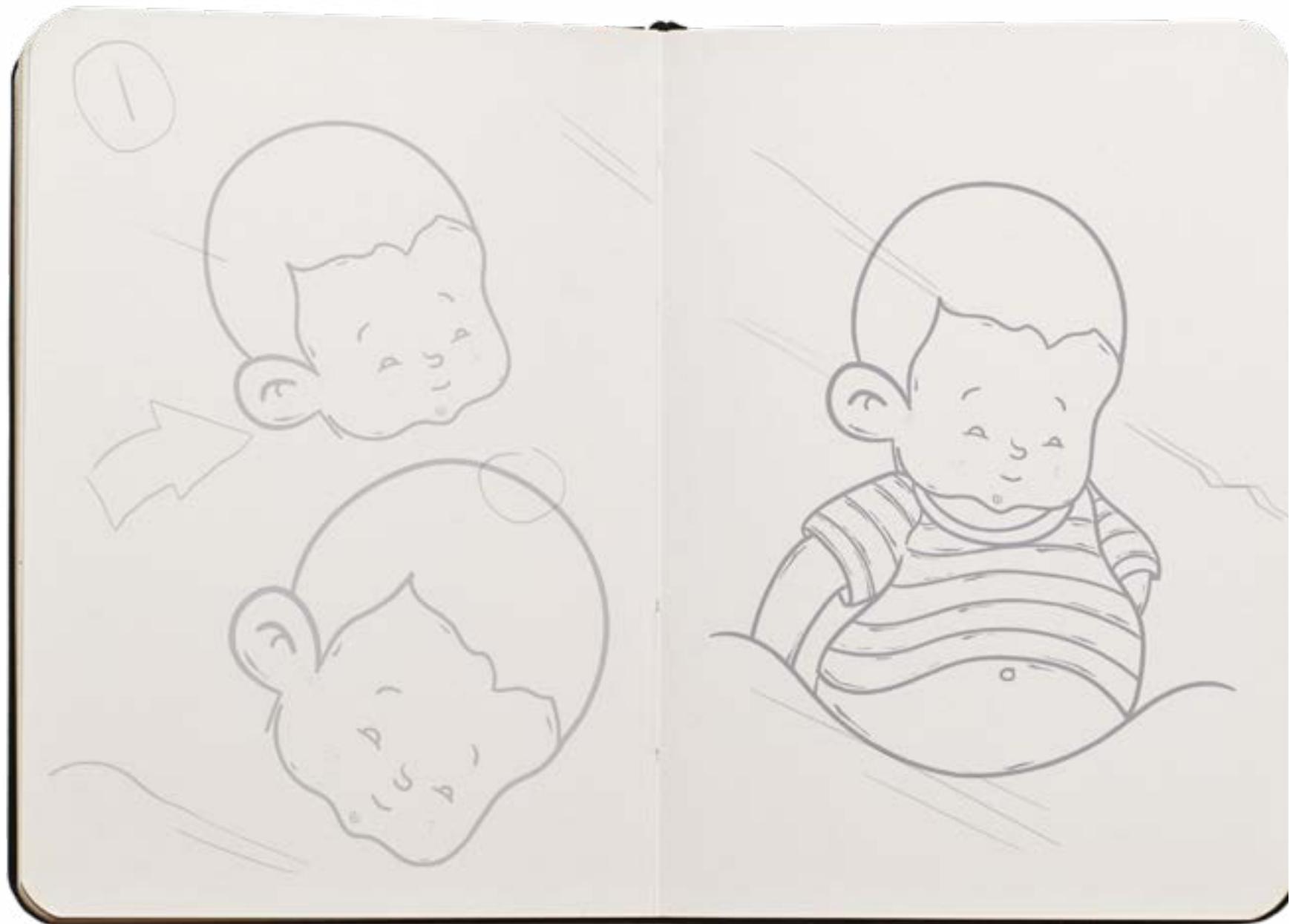
EJEMPLO

Sra. Rosita véndame por favor una espumilla de 0.50 centavos y póngale muchas grajeas, gracias.

Sistema gráfico

Bocetación

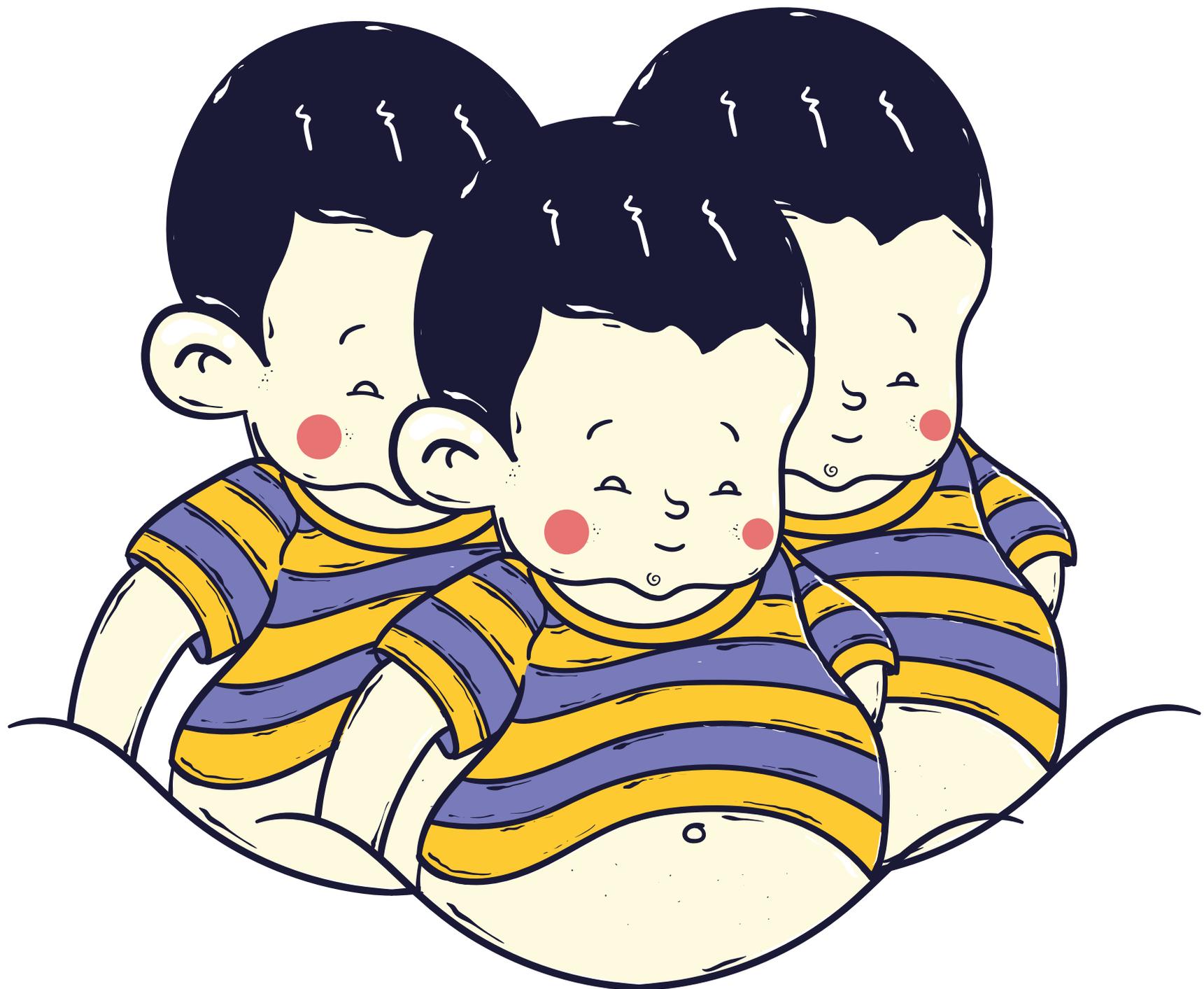
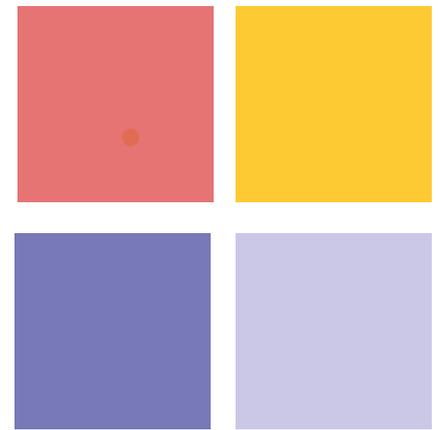
La razón de representar el pupo lucho, es el ver a unos niños malcriados que utilizan sus camisetitas o chompas sobre el ombligo. Andan destapados parte de su cuerpo, sin que esto les afecte en algo. No tienen nada de vergüenza.



Digitalización



Cromática





Sistematización

Ilustración



Numeración

14

Diagramación

pupo llucho

Suele decirseles más a los niños pequeños que andan con la blusa, buso o camisa por encima del ombligo, es una manera de decirles a los niños que son majaderos.

EJEMPLO

Mijo solo andas de majadero mostrando ese pupo llucho.

15

Sistema gráfico

Bocetación

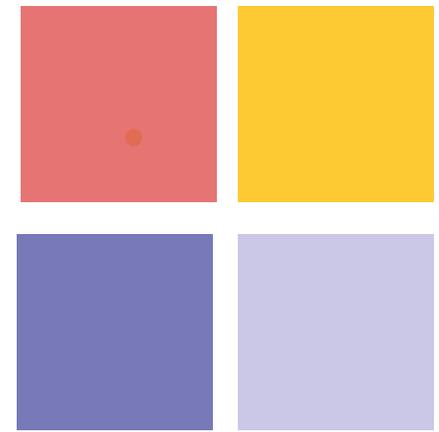
EL venga bonito es una expresión que nace en los mercados, la idea de representar es ver el contexto de la palabra, cuando nos dirigimos a comprar en el mercado, las señoras para llamar la atención y vender los productos, tratan al usuario de una manera agradable, por esa es la razón que partí a desarrollar como personaje principal a una señora llamando a sus clientes.



Digitalización



Cromática





Sistematización

Ilustración

136

16

Numeración



Diagramación

vennga bonito

Termino que utilizan los comerciantes a sus clientes para que le compren sus productos, de esta manera tan carismática tratan de persuadir a los clientes, y a su vez les sacan una sonrisa de en su vida diaria.

EJEMPLO

Venga mi bonita le vendo la papa, el choclo, las habas, venga dígame que necesita yo tengo.

Sistema gráfico

01



01



02



02



03



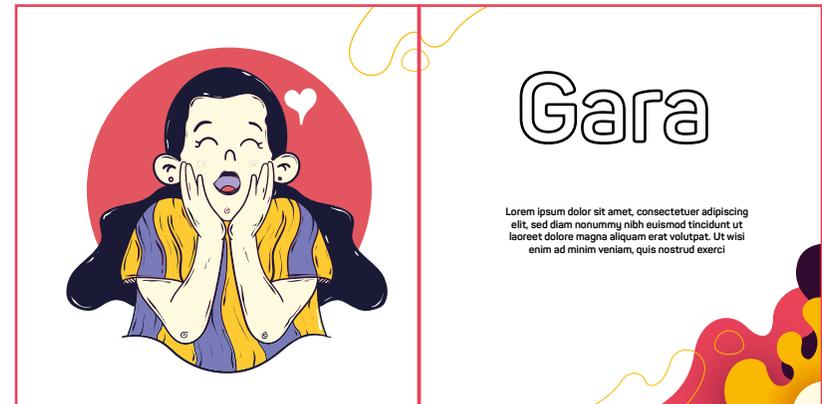
02



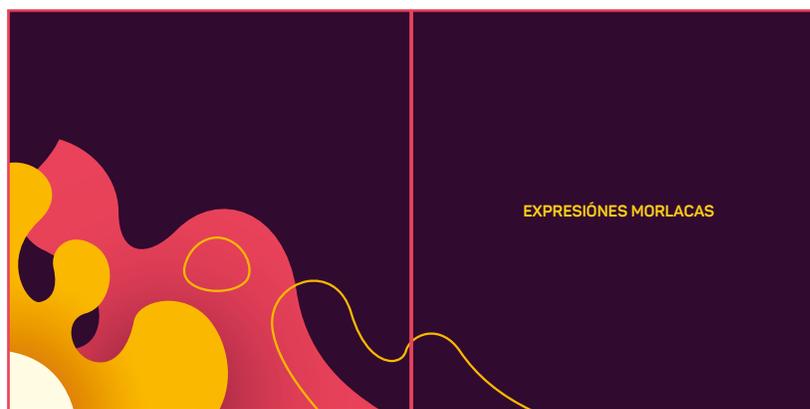
04

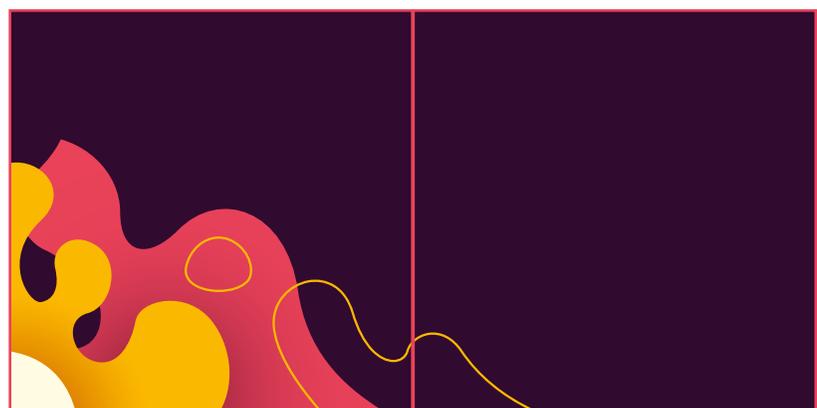
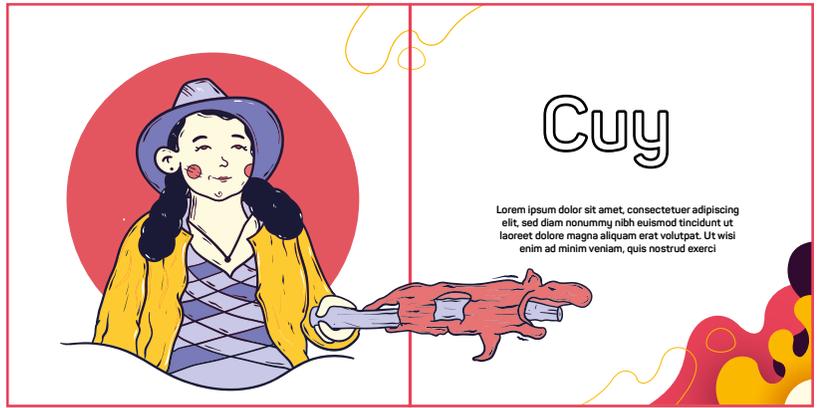


01 Portada y contraportada



02 Páginas internas





Producto final





4.8 VALIDACIÓN

El objetivo de la validación, es dar a conocer nuestro álbum ilustrado del lenguaje popular morlaco, y ver la reacción de los niños y adolescentes, escuchar sus opiniones, de esta manera podemos saber si nuestro producto editorial es válido para nuestro target.



La validación se desarrolló en la unidad educativa la Asunción, nos dieron la apertura para mostrar a los niños y adolescentes. Ellos estaban realizando una tarea de lectura, y al momento de contarles sobre el proyecto, la reacción de ellos fue muy interesante, se emocionaron al ver el libro, que cuenta con 20 palabras morlacas.

Comenzaron a asimilar el contexto de cada una de las ilustraciones planteadas, y así empezaron a relatar experiencias cortas entres ellos, una de las palabras que les llamó la atención fue el espanto, muchos de los niños alguna vez sufrieron del mal de ojo, y decían que una señora les había realizado una limpia con hojas medicinales y fósforos.

Lo que les llamó la atención fue las ilustraciones, la manera como se interactúa entre el texto y la gráfica, a pesar que son cosas cotidianas de la vida diaria, ellos decían es muy divertido poder ver la imagen y a su vez les da gusto leer y saber el porque de aquella palabra.



Con el grupo de las niñas, tuvimos una relación bien amigable, ellas siempre mirando los detalles de las ilustraciones, nos cuentan que es muy buena la idea de rescatar nuestro lenguaje popular, ya que se sienten invadidas de mucha información que viene del extranjero, ellas mencionan que les hubiera gustado a prender a leer en un libro similar, porque las ilustraciones hacen que den vida a los textos, dando por confirmado que la ilustración es un recurso muy importante para transmitir el mensaje.



En nuestro siguiente grupo de niños, les gustó apreciar el contexto de cada palabra, ellos mencionan que les recuerda, cuando sus abuelos utilizaban términos muy populares de la comunidad cuencana, haciendo alusión ciertas palabras con ellos, comenzaron a recordar momentos únicos que hoy en día se van perdiendo.

Una de las valoraciones que dieron al proyecto fue, la particularidad de las ilustraciones, no son las mismas que siempre vienen en los libros escolares, mencionan que son muy agradables en cuanto a la cromática que se utiliza y en nivel de detalle que se aplica.

El siguiente grupo al igual que el resto de niños se sintieron muy identificados por los términos populares propuestos, además de buscar el significado de cada palabra, ellos buscan dar mas ejemplos entre ellos, demostrando que les gusta el contexto cuencano de dichas palabras.

Uno de los niños resalta que las ilustraciones tienen un poder de atracción, lo primero que vieron fueron los gráficos, demostrando que el uso de las ilustraciones es sumamente importante para comunicar un concepto.

Además de ciertos criterios que supieron valorar fue la calidad grafica, en la cromática, y el orden planteado en los textos.

El valor de la lectura es muy importante nos menciona la profesora del establecimiento, ella resalta el trabajo que se toma hacer las ilustraciones para crear una escena en cada palabra y hay que saber el valor de ello.



CONCLUSIONES

The image features a dark purple background with several large, overlapping organic shapes in shades of pink, yellow, and white. A prominent red line forms a large, irregular loop on the right side. A yellow line forms a smaller, irregular loop on the left side. The word "CONCLUSIONES" is written in white, bold, uppercase letters in the center of the image.

Hoy en día unos de los recursos muy importantes que existe en el diseño gráfico, es la ilustración, ya que es un medio para transmitir el mensaje, siendo el complemento perfecto en los libros y medios digitales, de esta manera aportamos al conocimiento de nuestra cultura e identidad como morlacos, e incentivamos a la lectura a los niños y jóvenes, que se sienten invadidos por la globalización.

Sin duda alguna mi proyecto se basó en conceptualizar las palabras del lenguaje popular morlaco por medio de la ilustración y que esta sea asimilada de la mejor manera en nuestro target me llena de satisfacción, ya que es un trabajo minucioso, de horas trabajadas con resultados esperados.

RECOMENDACIONES

Para crear una temática, siempre es bueno pensar en una problemática social, ya que tenemos la capacidad, como futuros diseñadores, de crear contenido muy creativo, para ello debemos enfocarnos, en lo que nos gusta, para mi es la ilustración, por medio de ello quiero revalorizar nuestro lenguaje popular, para que los niños y adolescentes conozcan de una forma muy divertida ciertas palabras.

Un aspecto muy importante a considerar, es el tiempo, se debe plantear proyectos que esté a nuestro alcance, para lograr un producto de calidad, otro punto importante es el proceso que se realice, siempre generamos ideas a partir de bocetos, caso contrario nos limitamos si trabajamos directo en el computador.

Bibliografía

- Adjoa, N. C. (2018). Desentrañar la Identidad africana en una sociedad globalizada. IPS - Instituto de Política social: La Razón Histórica, (39), 51-60.
- Amayo, F. (1977). Léxico popular venezolano. Caracas, Venezuela: Universidad Central de Venezuela.
- Andrade, J. (2016). Diseño de un producto editorial gráfico e ilustrado para fomentar el aprendizaje de la historia ecuatoriana en los adolescentes (Tesis de Grado). Universidad del Azuay, Cuenca, Ecuador.
- Andrade, P., Campoverde, D., Carrión, Á., Pacheco, P., & Guamán, C. (2015). Expresiones más utilizadas por los jóvenes cuencanos. Recuperado 14 de mayo de 2019, de Tostarte website: <https://sites.google.com/site/tostarte1/cultura/expresiones-mas-utilizadas-por-los-jovenes-cuencanos>
- Arellano, A. (2016). Teoría de la Cultura de Fernand Dumont o la Cultura como horizonte de referencia. En "Historia y Cultura en el mundo Andino: Homenaje a Henrique Urbano (p. 210). Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres.
- Arias Formoso, R. (2011). El lenguaje popular y sus verdades. Rev. Filosofía Univ. Costa Rica, L(127-128), 129-137.
- Armida, P. (2014, febrero 5). Narrativa ilustrada: más allá del libro álbum y la novela gráfica [Revista electrónica]. Recuperado 8 de mayo de 2019, de <http://reflexionesmarginales.com/3.0/22-narrativa-ilustrada-mas-alla-del-libro-album-y-la-novela-grafica/>
- Barón Villacampa, P. (2014). La cultura en la enseñanza del inglés (Tesis de Grado, Universidad de Valladolid). Recuperado de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/7866/1/TFG-0%20235.pdf>
- Bhaskaran, L. (2006). ¿Qué es el diseño editorial? Barcelona, España: Index Book S.L.
- Cassany, D., Luna, M., & Sanz, G. (2003). Enseñar Lengua (9na Edición). Barcelona, España: Editorial GRAÓ, de IRIF, S.L.
- Chaparro, M. C. (2018). Patrimonio cultural tangible. Retos y estrategias de gestión (p. 13) [Ensayo]. Recuperado de Universitat de Barcelona website: <http://www.ub.edu/cultural/wp-content/uploads/2018/03/Chaparro-Camila.-Patrimonio-cultural-tangible.pdf>
- Córdova Malo, C. J. (1995). El habla del Ecuador. Diccionario de ecuatorianismos (Vols. 1-Tomo I). Cuenca, Ecuador: Universidad del Azuay.
- Encalada Vásquez, O. (2008). Lengua y Folclor. Recuperado de <http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/bitstream/cidap/298/1/lenguayfolclor.pdf>
- Hernández Zamora, G. (2018). Cultura escrita bilingüe en escuelas indígenas de México: Distancia entre lo normativo y lo descriptivo. Revista nuestraAmérica, 6(11), 127-147.
- Malo González, C. (2006). Arte y Cultura Popular (Segunda Edición). Cuenca, Ecuador: Universidad del Azuay, Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP).
- Menza Vados, A. E., Sierra Ballén, E. L., & Sánchez Rodríguez, W. H. (2016). La ilustración: dilucidación y proceso creativo. Revista KEPES, 13(13), 265-296. Recuperado de http://vip.ucaldas.edu.co/kepes/downloads/Revista13_12.pdf
- Molano L, O. L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. Opera, (7), 69-84. Recuperado de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/download/1187/1126/>

- Montalván, D. (2016, diciembre 18). Lo gara de ser morlacos. *El Mercurio*, p. 4.
- Municipalidad de Cuenca. (2015). *Diccionario de la Lengua Morlaca*. Recuperado de <https://issuu.com/viniusbiondo/docs/diccionario>
- Ortega Malacatos, M. A. (2016). *El patrimonio cultural tangible e intangible articulado a la ordenación territorial aplicado al caso del cantón Paltas provincia de Loja* (Tesis de Maestría, Universidad de Cuenca). Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/25397>
- Ortiz Arellano, G. (2001). *El Quichua en el Ecuador. Ensayo Histórico-Lingüístico* (1a. Edición). Riobamba, Ecuador: Ediciones Abya-Yala.
- Pacheco Niola, J. L. (2012). *La violencia del lenguaje en la jerga juvenil de la ciudad de Cuenca* (Tesis de Grado, Universidad de Cuenca). Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/2020/1/tle193.pdf>
- Pérez-Arranz, F., & Moscoso, P. (2007). El libro electrónico y su incidencia en las bibliotecas universitarias y científicas españolas. *Revista española de documentación científica*, 30(3), 343-363.
- Portuondo, A. A., & Rodríguez Morales, A. (2017). Reflexiones entorno a un concepto. *Mapa*, *Revista de Ciencias Sociales y Humanística*, 1(1), 01-06.
- Rodríguez Mérida, R. M. (2012). Los ojos de Daniel Gil: la cubierta del libro un espacio preferente para el diseñador. *Revista Internacional de investigación, innovación y Desarrollo en Diseño*, 7(V), 1-10.
- Salas Quintanal, H., Serra Puche, M. C., & González de la Fuente, Í. (2013). *Identidad y patrimonio cultural en América Latina. La diversidad en el mundo globalizado*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Toro Henao, D. C. (2015). Texto ilustrado o imágenes textualizadas. Un acercamiento al Papel Periódico Ilustrado desde la relación entre arte y literatura. *Hallazgos*, 12(23), 145-166. <https://doi.org/10.15332/s1794-3841.2015.0023.07>
- UNESCO. (1964). *Recomendación sobre la Normalización internacional de las Estadísticas relativas a la Edición de Libros y Publicaciones Periódicas*. Recuperado de http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13068&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- UNESCO. (2019). *Tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial* [Institucional]. Recuperado 7 de mayo de 2019, de <https://ich.unesco.org/es/tradiciones-y-expresiones-orales-00053>
- Vélez Jiménez, R. (2012). *Diseño de una narrativa visual a partir del lenguaje popular del libro Lengua y folclor de Oswaldo Encalada Vásquez* (Tesis de Grado, Universidad del Azuay). Recuperado de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/379/1/09061.pdf>
- Zappaterra, Y. (2008). *Diseño editorial. Periódicos y revistas*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S.L.
- Zárate Ortiz, J. F. (2015). La identidad como construcción social desde la propuesta de Charles Taylor. *eidos*, 23, 117-134. <https://doi.org/10.14482/eidos.23.189>
- Zeegen, L. (2006). *Principios de ilustración*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S.L.

Imágenes

Img.01

<https://www.pexels.com/photo/woman-with-face-paint-raising-her-hands-holding-textile-682025/>
Img.02

Img.02

<https://www.pexels.com/photo/>

low-angle-shot-of-a-cathedral-1786766/

Img.03

<https://www.pexels.com/photo/>

person-in-traditional-dress-at-the-street-784707/

Img.04

<https://www.pexels.com/photo/>

woman-in-black-and-white-polka-dot-top-671865/

Img.05

<https://www.pexels.com/photo/>

fashion-art-coffee-macbook-pro-57690/

Img.06

<https://www.behance.net/gallery/78784407/PinokyoMasalz-by-Kruew>

Img.07

<https://www.behance.net/gallery/43706275/Stranger-Things>

Img.08

<https://www.behance.net/gallery/61536807/>

Ville-Spatiale?tracking_source=curated_galleries_list

Img.09

https://www.behance.net/gallery/78787401/-CANDERE-The-witches-of-Arcadia-Illustration-book?tracking_source=curated_galleries_list

Img.10

https://cdn.irt.com/actualidad/public_images/2018.12/

original/5c093e2708f3d9d73a8b4567.jpg

Img.11

<https://ww2.elmercurio.com.ec/wp-content/uploads/2019/05/1-7A-3-coles-lcc.jpg>

Img.12

https://scontent.fcue1-1.fna.fbcdn.net/v/t1.0-9/38942_1387556686674_3117654_n.jpg?_nc_cat=109&_nc_ht=scontent.fcue1-1.fna&oh=23a5f11cec69cb1cd5b274ea332197ee&oe=5D980006

Img.13

https://cdn.edelvives.es/docs/catalogo/2491/imgs/original/150651_Genios.jpg

Img.14

<https://editame.files.wordpress.com/2011/08/normal-y-corriente.jpg>

Img.15

<http://www.amanocultura.com/wp-content/uploads/2015/12/Exposiciones-5-Arte-y-Comer-011-1170x738.jpg>

Img.16

<https://www.pexels.com/photo/photo-of-boy-sitting-on-chair-1620815/>

Img.17

<https://www.pexels.com/photo/adult-beard-boy-casual-220453/>

Img.18

<https://www.pexels.com/photo/kids-sitting-on-green-grass-field-1094072/>

Img.19

<https://www.pexels.com/photo/man-in-white-v-neck-t-shirt-and-black-pants-775358/>

Img.20

<https://www.pexels.com/photo/man-in-white-v-neck-t-shirt-and-black-pants-775358/>

Img.21

<https://www.pexels.com/photo/person-in-traditional-dress-at-the-street-784707/>

Img.22

<https://www.pexels.com/photo/man-sitting-on-bench-having-a-cup-of-coffee-374044/>

Img.23

<https://www.pexels.com/photo/top-view-of-phone-earphones-pen-and-diary-6662/>



ANEXOS

Design of an editorial product to spread the popular language of Cuenca.

Abstract

Ecuador is a country that has a great cultural diversity and one its fundamental components is language, which allows to configure the identity of each region. However, due to globalization, we leave our identity aside and give preference to foreign culture, minimizing our own beliefs. This project proposes to rescue the local popular language by applying graphic design techniques, combining concepts of editorial design and graphic illustration. The result is an illustrated album aimed at children and young people from Cuenca that allows the knowledge of some terms, which are characteristic of the *Morlaca* language.

Key words: culture, identity, illustration, jargon, idiom



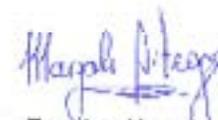
Student's Signature



Fabian Cordero, Mg

Thesis Supervisor

Student's name: Fernando Caldas

Translated by
Magali Aricuga, MA



