



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

**“INVESTIGACIÓN DE PERSONAJES MÍTICOS EN CELEBRACIONES
FOLCLÓRICAS RIOBAMBEÑAS Y APLICACIÓN EN MUÑECOS PARA NIÑOS
DE 8 A 10 AÑOS”**

TESIS DE GRADO,

Previa obtención del título de:

INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO

Presentado Por:

GALO FABRICIO VALLEJO ESPINOZA

RIOBAMBA – ECUADOR

2012.

AGRADECIMIENTO

Agradezco especialmente a todas y cada una de las personas que intervinieron directa o indirectamente en la conclusión de éste “Mi Sueño”.

Un agradecimiento muy especial a la Lic. Anita Rivera quien con sus enseñanzas impartidas en mi persona pude sacar adelante mi proyecto.

También una inmensa gratitud a la Arq. Ximena Idrobo quien es un pilar fundamental en la formación de grandes profesionales.

A la Lic. Paulina Paula quien supo apoyarme en varios pasajes de mi carrera por ello gracias totales.

Por último agradezco a todos los catedráticos que me forjaron porque gracias a ellos y a la inmensa paciencia que me tuvieron, hoy puedo decir que soy un profesional a carta cabal.

DEDICATORIA

Primero empezaré por Dios quien me ha dado la suficiente fuerza para poder sobrellevar las vicisitudes que tiene la vida y con su divina bondad las he podido superar todas.

A mis Padres quienes con su gran esfuerzo abnegado han sabido darme las herramientas necesarias para poder construir mi futuro y ser un hombre que beneficie a esta sociedad.

Por último a mi queridísima esposa Sofi y a mi hijita Mayté quienes son las personas por las que yo lucho cada día por superarme para poder darles un futuro mejor.

NOMBRE

FIRMA

FECHA

Ing. Iván Menes C.

**DECANO DE LA FACULTAD DE
INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA**

Arq. Ximena Idrobo

DIRECTORA DE ESCUELA

Lic. Anita Rivera

DIRECTORA DE TESIS

Lic. Paulina Paula

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Tlgo. Carlos Rodríguez

DIR. DPTO. DE DOCUMENTACIÓN

NOTA DE LA TESIS_____

AUTORIA

“Yo Galo Fabricio Vallejo Espinoza soy el responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis y el patrimonio intelectual de la misma pertenecen a la

“ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO”.

GALO FABRICIO VALLEJO ESPINOZA

ÍNDICE GENERAL

PORTADA

AGRADECIMIENTOS

DEDICATORIA

FIRMAS RESPONSABLES Y NOTAS

RESPONSABILIDAD DEL AUTOR

INTRODUCCIÓN

JUSTIFICACIÓN

OBJETIVOS

HIPÓTESIS

CAPÍTULO I:

MARCO HISTÓRICO	22
1.1 CULTURA ECUATORIANA.	22
1.1.1 Introducción.....	22
1.1.2 Calendario de celebraciones populares en la región andina.	25
1.1.3 Principales celebraciones en la región andina	28
1.1.4 Elementos presentes en celebraciones tradicionales.	33
1.2 CLASIFICACIÓN DEL FOLCLOR ECUATORIANO.....	33
1.2.1 Folclor de hechos.	33
1.2.2 El folclor social.....	37
1.2.3 Personajes tradicionales en celebraciones riobambeñas.	44
1.3 PERSONAJES MÍTICOS EN CELEBRACIONES POPULARES DE RIOBAMBA.....	56
1.3.1 Símbolos, iconos y formas.....	82
1.3.2 La proporción andina	87
1.3.3 Iconología geométrica.....	91
1.3.4 Estructura de formación.....	95

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO	103
2.1 LOS NIÑOS: DESARROLLO	103
2.1.1 Introducción.....	103
2.1.2 Periodos de la niñez.	104
2.1.3 Factores que influyen el desarrollo de los niños.	104
2.1.4 Etapas del desarrollo y principales características	108
2.2 LA NIÑEZ INTERMEDIA	109
2.2.1 Desarrollo Motor	110
2.2.2 Destrezas Motrices en la niñez intermedia	110
2.2.3 Diferencias de género.....	111
2.3 LOS JUGUETES	112
2.3.1 Función del Juguete.....	112
2.3.2 Influencia de la Mercadotecnia.	113
2.3.3 Materiales de los Juguetes	113
2.3.4 Los Juguetes como herramienta educativa.	114
2.3.5 El desarrollo de los niños y las niñas como usuarios	116
2.3.6 Los juguetes como rescate cultural	117
2.4. LA MARCA	119
2.4.1 Concepto de marca	119
2.4.2 Identidad de Marca.....	121
2.4.3 Proceso de Creación del Nombre Marca	123
2.4.4 Imagen de Marca	124
2.4.5 Identidad Corporativa	125
2.4.6 Imagen Corporativa.....	126
2.5 EL PACKAGING	127
2.5.1 Introducción.....	127
2.5.2 Concepto de Packaging.....	128
2.5.3 Tipos de Envases	129
2.5.4 Packaging y Comunicación	129
2.5.5 Color.....	130
2.5.6 Formas.....	131
2.5.7 Aspectos Medioambientales	132
2.6 MODELADO MANUAL DE MUÑECOS.	133
2.6.1 Generalidades	133
2.6.2 Características y manejo de las herramientas y materiales utilizados para la realización del modelado de muñecos.	140
2.6.3 Moldes y Reproducciones.....	146
2.6.4 Tipos de moldes.....	149
2.6.5 ESCALAS.....	150
2.7 LA ILUSTRACIÓN.....	152
2.7.1 Características y técnicas de ilustración.	152
2.7.2 Tipos de ilustración	157

2.7.3 La ilustración estilo comic a partir de Proporción áurea.	157
2.7.4 El Comic – Superhéroe	159

CAPÍTULO III:

INVESTIGACIÓN DE MERCADO	163
---------------------------------------	------------

3.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	163
3.1.2 Idea de Negocio.....	163
3.2 ANÁLISIS FODA	164
3.3 PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS, NEGOCIO Y MISIÓN.....	165
3.3.1 Objetivo:	165
3.3.2 Negocio:.....	165
3.3.3 Misión:	165
3.4 ELABORACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	165
3.4.1 Definición del Problema	165
3.4.2 Diseño Estadístico de la Investigación:	165
3.4.3 Población.....	167
3.5 FORMULACIÓN DEL CUESTIONARIO.....	167
3.5.1 Análisis de Resultados	168

CAPÍTULO IV:

APLICACIÓN	180
-------------------------	------------

4.1 ILUSTRACIÓN DE LOS PERSONAJES.....	180
4.1.2 Forma de representar a los personajes.	181
4.1.3 CREACION DE BOCETOS	182
4.1.4 ILUSTRACIONES FINALES Y FICHA TÉCNICA.....	198
4.2 DISEÑO DE MARCA.....	215
4.2.1 Construcción de la Marca	215
4.2.7 Cromática.....	219
4.2.8 Escala de grises.....	220
4.2.9 Blanco y Negro.....	220
4.3 ESCULTURA Y MODELADO DE UN PROTOTIPO.....	221
4.3.1 Escala y Forma de representación	221
4.3.2 Técnica de Modelado y Escultura.	221
4.4 MATRICERÍA	226
4.4.1 Análisis de la escultura terminada.....	226
4.4.3 Diseño de la Matriz Molde	228
4.5 REPRODUCCIÓN EN RESINA.....	232
4.6 PINTURA TÉCNICA.....	234
4.6.1 Terminación y pintura al detalle.....	234

4.6.2 Realismo y Detalles.....	235
4.6.3 Presentación Final.	236
4.7 DISEÑO DE PACKAGING	240
4.7.1 Forma del Envase, Tamaño y Color.....	240
4.8 VALOR AGREGADO DEL PRODUCTO	243
4.8.1 Diseño de un álbum didáctico.	243
4.8.2 Cartillas Coleccionables.....	248

CAPÍTULO V

VALIDACIÓN DE LA HIPÓTESIS	257
---	------------

5.1 ESTUDIO DE LA ENCUESTA.....	257
5.1.1 Tabulación.	257
5.1.2 Validación de la hipótesis.	261

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

RESUMEN

SUMARY

GLOSARIO

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA

INDICE DE TABLAS

Tabla I.I. Principales fiestas en la región andina	25
Tabla I.II. Fiestas móviles de febrero marzo y abril.....	26
Tabla I.III. Fiestas indígenas fijas y móviles	28
Tabla I. IV. Clasificación de enmascarados registrados	38
Tabla I. V. Fichas resumen el Curiqingue personaje mítico.....	79
Tabla I.VI. Ficha resumen el Sacha runa personaje mítico.....	79
Tabla I.VII. Ficha resumen el Danzante personaje mítico.....	80
Tabla I. IX. Ficha resumen el Yaya carnaval y la Mama shalva	81
Tabla I.X. Ficha resumen el Cucurucho.....	81
Tabla I.XI. Ficha resumen el Animero de Riobamba	82
Tabla I.XII. Cosmovisión andina presente en fiestas populares	101
Tabla I.XIII. Psicología de la cromática andina.....	102
Tabla II.I. Etapas de desarrollo y principales características	108
Tabla II.II. Desarrollo motor en la niñez intermedia.....	110
Tabla II.III. Súper poderes.....	159
Tabla III.I. Análisis de la competencia.....	164
Tabla III.II. Análisis foda	164
Tabla IV.I. Tonos pantone el Danzante	182
Tabla IV.II. Tonos pantone el Diablo huma	183
Tabla IV.III. Tonos pantone el Cucurucho	184
Tabla IV.IV. Tonos pantone el Animero	185
Tabla IV.V. Tonos pantone el Yaya carnaval	186
Tabla IV.VI. Tonos pantone la Mama Shalva.....	187
Tabla IV.VII. Tonos pantone el Curiqingue	188
Tabla IV.VIII. Tonos pantone el Sacha Runa.....	189
Tabla IV.IX. Tonos pantone el Guionero.....	190
Tabla IV.X. Tonos pantone el Abanderado.....	191
Tabla IV.XI. Tonos pantone el Diablito	192
Tabla IV.Xii. Tonos pantone el Mono	193
Tabla IV.XIII. Tonos pantone el Cohetero	194
Tabla IV.XIV. Tonos pantone el Payaso	195
Tabla IV.XV. Tonos pantone la Vaca loca	196
Tabla IV.XVI. Tonos pantone el Perro.....	197

Tabla IV.XVII. Ficha técnica el Curiquingue	198
Tabla IV.XVIII. Ficha técnica el Danzante	199
Tabla IV.XIX. Ficha técnica el Sacha Runa	200
Tabla IV.XX. Ficha técnica el Diablo Huma	201
Tabla IV.XXI Ficha técnica el Yaya Carnaval.....	202
Tabla IV.XXII. Ficha técnica la Mama Shalva	203
Tabla IV.XXIII. Ficha técnica el Animero	204
Tabla IV.XXIV. Ficha técnica el Cucurucho	205
Tabla IV.XXV. Ficha técnica el Cohetero	206
Tabla IV.XXVI. Ficha técnica el Diablito	207
Tabla IV.XXVII. Ficha técnica el Payasito	208
Tabla IV.XXVIII. Ficha técnica la Vaca Loca	209
Tabla IV.XXIX. Ficha técnica el Perro	210
Tabla IV.XXX. Ficha técnica el Mono	211
Tabla IV.XXXI. Ficha técnica el Abanderado	212
Tabla IV.XXXII. Ficha técnica el Guionero	213

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico I. 01 Danza de los Aya Huma Riobamba	24
Gráfico I.02 Pase del Niño “Rey De Reyes” Riobamba	29
Gráfico I.03 El Diablito de Riobamba	45
Gráfico I.04 El Payaso (Bufón) Personaje de la Fiesta Popular Riobambeña	46
Gráfico I.05 La Vaca Loca.....	47
Gráfico I.06 El Guionero.....	48
Gráfico I.07 Los Monos	49
Gráfico I.08 Portador de Voladores	50
Gráfico I.09 Abanderado.....	52
Gráfico I.10 Los Perros	53
Gráfico I.11 Los Huarmi Tucushcas	55
Gráfico I.12 El Curiquingue	57
Gráfico I.13 El Sacha Runa.....	59
Gráfico I.14 El Danzante.....	62
Gráfico I.15 El Diablo Huma	70
Gráfico I.16 El Yaya Carnaval y La Mama Shalva	73
Gráfico I.17 El Cucurucho de Semana Santa	75
Gráfico I.18 El Animero de Riobamba	77
Gráfico I.19 Estructuras Iconológicas Elementales	85
Gráfico I.20 Trazado armónico binario.....	89
Gráfico I.21 Trazado armónico terciario.....	89
Gráfico I.22 Proporciones dinámicas.....	91
Gráfico I.23 Estructuras	92
Gráfico I.24: Unidad Espacial	93
Gráfico I.25 Figuras Incas	94
Gráfico I.26 Figuras Incas – Tripartición.....	95
Gráfico I.27 Figuras Incas-Diagonal.....	95
Gráfico I.28 Figuras Incas – Triángulo	95
Gráfico I.29 Figuras Incas –Rombo.....	96
Gráfico I.30 Figuras Incas - Formación de la espiral doble	96
Gráfico I.31 Formación De La Cruz Cuadrada	97
Gráfico II.01 Carga Genética	105

Gráfico II.02 Madre en estado de gestación.....	105
Gráfico II.03 Nacimiento de un bebé.....	106
Gráfico II.04 Postnatalidad	106
Gráfico II.05 Niñez Intermedia	109
Gráfico II.06 Diferencia entre Géneros	111
Gráfico II.07 Bicicleta Inteligente	115
Gráfico II.08 Niño Consumidor	117
Gráfico II.09 Logotipo Olimpiadas Atenas 2004	118
Gráfico II.10 Mascotasathena y Phevos, Atenas 2004.....	119
Gráfico II.11 Marca país Ecuador	120
Gráfico II.12 Valor de la Marca	122
Gráfico II.13 Tipos de Asociaciones	123
Gráfico II.14 Algunos Tipos de Packagings	129
Gráfico II.15 Nuevo Packaging doritos	132
Gráfico II.16 Símbolos de reciclado.....	132
Gráfico II.17 Proporciones Masculinas	134
Gráfico II.18 Proporción Áurea.....	135
Gráfico II.19 División Proporción Áurea.....	135
Gráfico II.20 Escala de formación Sección Áurea	135
Gráfico II.21 Caminata	136
Gráfico II.22 Trote.....	136
Gráfico II.23 Escorzos	137
Gráfico II.24 Torso Frente	137
Gráfico II.25 Torso Perfil.....	138
Gráfico II.26 Torso Espalda.....	138
Gráfico II.27 Manos	139
Gráfico II.28 Pies.....	139
Gráfico II.29 Alambre Galvanizado	140
Gráfico II.30 Masilla Epoxi	141
Gráfico II.31 Porcelana Fría.....	142
Gráfico II.32 Arcilla Polimérica.....	142
Gráfico II.33 Molde de caucho silicona.....	143
Gráfico II.34 Molde de látex	143
Gráfico II.35 Herramienta paara modelado (estacas)	144
Gráfico II.36 Herramienta para modelado (estacas 2)	145

Gráfico II.37 Base Para modelar	145
Gráfico II.38 Figuras seriadas mediante molde.....	146
Gráfico II.39 El David de Miguel Ángel	147
Gráfico II.40 Molde caballo – caucho silicona	147
Gráfico II.41 Estatuilla Reproducidas	148
Gráfico II.42 Muñeco Steve Jobs Hecho En Resina De Poliéster	150
Gráfico II.43 Vaca y conejo hecho en resina epoxi.....	150
Gráfico II.44 Guerreros del espacio hecho en resina de poliuretano.....	150
Gráfico II.45 Escala de ampliación	152
Gráfico II.46 Técnica carboncillo.....	153
Gráfico II.47 Diferentes trazos con lápices de grafito	153
Gráfico II.48 Técnica lápices de colores.....	153
Gráfico II.49 Técnica Pasteles.....	154
Gráfico II.50 Técnica Pintura Acrílica.....	154
Gráfico II.51 Técnica Pintura con Temperas	155
Gráfico II.52 Técnica Pintura Al Oleo.....	155
Gráfico II.53 Técnica Acuarela	156
Gráfico II.54 Pintura Digital	157
Gráfico II.55 Persona en Proporción Áurea	158
Gráfico II.56 La Silueta lo es todo	160
Gráfico II.57 Complexión y postura.....	160
Gráfico II.58 La fuerza de la línea.....	161
Gráfico II.59 La mirada	161
Gráfico III.01 Resultado de la Pregunta N. 01	168
Gráfico III.02 Resultado de la Pregunta N. 02.....	169
Gráfico III.03 Resultado de la Pregunta N. 03.....	170
Gráfico III.04 Resultado de la Pregunta N. 04.....	172
Gráfico III.05 Resultado de la Pregunta N. 05.....	173
Gráfico III.06 Resultado de la Pregunta N. 06.....	174
Gráfico III.07 Resultado de la Pregunta N. 07.....	175
Gráfico III.08 Resultado de la Pregunta N. 08.....	176
Gráfico III.09 Resultado de la Pregunta N. 09.....	177
Gráfico III.10 Resultado de la Pregunta N. 10.....	178
Gráfico IV.01 Boceto del Danzante Proporción Áurea.....	182
Gráfico IV.02 Boceto de el Diablo Huma Proporción Áurea.....	183

Gráfico IV.03 Boceto del Cucurucho en Proporción Áurea.....	184
Gráfico IV.04 Boceto del Animero en Proporción Áurea	185
Gráfico IV.05 Boceto del Yaya Carnaval en Proporción Áurea.....	186
Gráfico IV.06 Boceto de la Mama Shalva en Proporción Áurea.....	187
Gráfico IV.07 Boceto de el Curiquingue	188
Gráfico IV.08 Boceto del Sacha Runa en Proporción Áurea	189
Gráfico IV.09 Boceto de el Guionero Proporción Áurea.....	190
Gráfico IV.10 Boceto de el Abanderado Proporción Áurea.....	191
Gráfico IV.11 Boceto de el Diablito Proporción Áurea	192
Gráfico IV.12 Boceto de el Mono en Proporción Áurea.....	193
Gráfico IV.13 Boceto de El Cohetero en Proporción Áurea	194
Gráfico IV.14 Boceto de El Payasito en Proporción Áurea	195
Gráfico IV.15 Boceto de La Vaca Loca en Proporción Áurea	196
Gráfico IV.16 Boceto de El Perro en Proporción Áurea.....	197
Gráfico IV.17 El Curiquingue Comic	198
Gráfico IV.18 El Danzante Comic.....	199
Gráfico IV.19 El Sacha Comic	200
Gráfico IV.20 El Diablo Huma Comic	201
Gráfico IV.21 El Yaya Carnaval Comic	202
Gráfico IV.22 La Mama Shalva Comic	203
Gráfico IV.23 El Animero Comic.....	204
Gráfico IV.24 El Cucurucho Comic	205
Gráfico IV.25 El Cohetero Comic	206
Gráfico IV.26 El Diablito Comic.....	207
Gráfico IV.27 El Payasito Comic	208
Gráfico IV.28 La Vaca Loca Comic	209
Gráfico IV.29 El Perro Comic	210
Gráfico IV.30 El Mono Comic	211
Gráfico IV.31 El Abanderado.....	212
Gráfico IV.32 El Guionero Comic.....	213
Gráfico IV.33 Personajes de Celebraciones populares en Riobamba estilo comic.....	214
Gráfico IV.34 Imagen Gráfica Tukay	215
Gráfico IV.35 Construcción de la Marca Tukay.....	215
Gráfico IV.36 Isologo Marca Tukay.....	216
Gráfico IV.37 Isotipo Marca Tuukay.....	216

Gráfico IV.38 Logotipo Marca Tukay	217
Gráfico IV.39 Letra “U” Marca Tukay	217
Gráfico IV.40 Imagen Gráfica Tucay basada en el Signo Visual de la Chakana	218
Gráfico IV.41 Tipografía Utilizada en la Identidad Corporativa.....	218
Gráfico IV.42 Área de Reserva Marca Tuukay	219
Gráfico IV.43 Escalas de Grises Marca Tukay	220
Gráfico IV.44 Escalas de Grises Marca Tukay	220
Gráfico IV.45 Inicio de Modelado.....	221
Gráfico IV.46 Definiendo detalles	222
Gráfico IV.47 Definiendo detalles 2	223
Gráfico IV.48 Definiendo detalles 3	224
Gráfico IV.49 Definiendo detalles 4	225
Gráfico IV.50 Vistas de modelado finalizado	226
Gráfico IV.51 Matrizado por partes.....	227
Gráfico IV.52 Diseño de matriz o molde	228
Gráfico IV.53 Contramolde.....	229
Gráfico IV.54 Eliminación de residuos.....	230
Gráfico IV.55 Diseño de Matriz o Molde 2	231
Gráfico IV.56 Reproducción en Resina	232
Gráfico IV.57 Reproducción en Resina 2	233
Gráfico IV.58 Pintura al detalle.....	234
Gráfico IV.59 Aplicación de Detalles.....	235
Gráfico IV.60 Presentación Final 1	236
Gráfico IV.61 Presentación Final 2	237
Gráfico IV.62 Presentación Final 3	238
Gráfico IV.63 Presentación Final 4	239
Gráfico IV.64 Diseño de troquel packaging primario.....	240
Gráfico IV.65 Vista preliminar packaging primario	240
Gráfico IV.66 Diseño de troquel packaging secundario	241
Gráfico IV.67 Normas técnicas de utilización.....	242
Gráfico IV.68 Packaging armado	243
Gráfico IV.69 Diseño de la Portada del Álbum didáctico.....	244
Gráfico IV.70 Diseño de Páginas Interiores 3, 4, 5,6.	245
Gráfico IV.71 Diseño de Páginas Interiores 7, 8, 9,10.....	246
Gráfico IV.72 Diseño de Páginas Interiores 11, 12, 13,14.....	247

Gráfico IV.73 Diseño de Páginas Interiores 15, 16, 17,18.....	248
Gráfico IV.74 Cartillas coleccionables Mono, Perro, Curiqingue, Mama Shalva	249
Gráfico IV.75 Cartillas coleccionables Diablito, Diablo Huma, Animero, Sacha Runa.....	250
Gráfico IV.76 Cartillas coleccionables Cohetero, Guionero, Payaso, Cucurucho.....	251
Gráfico IV.77 Cartillas coleccionables Yaya Carnaval, Abanderado, Vaca Loca, Danzante.	252
Gráfico IV.78 Producto Final	253
Gráfico IV.79 Producto Final 2	254
Gráfico IV.80 Producto Final 3	255
Gráfico IV.81 Presentación colección total.....	256
Gráfico V.01 Resultados pregunta 1	256
Gráfico V.02 Resultados pregunta 2	256
Gráfico V.03 Resultados pregunta 3	256

INTRODUCCIÓN

Riobamba encierra una fantástica gama de expresiones en los diversos campos de lo popular.

Durante algunos meses, el pueblo católico, hace visible a la colectividad de manera ostentosa su religiosidad y fe en los favores que otorga el "Niño Jesús", a sus devotos. Esta celebración, se ha mantenido por muchas décadas y gira alrededor de una cosmovisión socio-económica, en la que tienen principal protagonismo los dueños de los distintos iconos de Jesús niño, que se denominan Fundadores Síndicos, conjuntamente con los antiguos priostes, a los que se denominan fundadores. Ellos son los que escogen a los priostes de la fiesta a realizarse, los cuales cuentan con colaboración directa de los guashayos, Jochantes y devotos, que en un acto de agradecimiento hacia quien les ha concedido sus favores, apoyan a la fiesta ya sea con especies o con la participación directa en las comparsas, en donde interpretan a personajes típicos del folclor andino, no faltan diablos, sacharunas, curiangues, perros, payasos, etc.

No obstante a estos personajes míticos del folclore riobambeño los observamos cada año pero... ¿sabemos de donde provienen? ¿Cuál es su objetivo en las fiestas populares? ¿Por qué utilizan esa vestimenta? o ¿porque cierta tonalidad en sus trajes?

Como el siguiente párrafo de la prestigiosa revista *Retrovisor* que sirvió para tener una idea clara del enfoque que tendría este proyecto: *"el retrovisor le permite al conductor ver lo que viene atrás para poder seguir adelante y entrar dentro del flujo vehicular"*, este ejemplo de la vida cotidiana de muchas personas ha servido como metáfora para entender lo que es una identidad cultural; el retrovisor es nuestro pasado que debemos conocerlo para saber de dónde provenimos y a donde nos dirigimos, el vehículo somos todos y cada uno de los comunicadores visuales encomendados con la tarea difícil de orientar o encarrilar a nuestros pasajeros (la sociedad) hacia una nueva forma de ver la gráfica como valor agregado a una cultura despojada por otras culturas extranjeras.

JUSTIFICACIÓN

Con el avance de la tecnología se evidencia la clara preferencia de los niños por actividades que involucran menos porcentaje educativo y mayor porcentaje de entretenimiento; Hoy en día es muy fácil observar a un niño o niña que lleve entre sus manos un juguete de su personaje favorito que por lo general siempre es un héroe extranjero, o peor aún podemos observar a un adulto en similares circunstancias.

Los juguetes proporcionarán nuevos estímulos a la imaginación mediante la identificación de los personajes con ellos mismos, brindando mediante historias ecuatorianas una identidad y rescatando valores importantes en el desarrollo de cada niño.

Poseer una identidad gráfica – cultural nos lleva a una superación como sociedad, podemos decir que detrás de nosotros hay un sin número de iconografías o personajes que muy bien pueden adaptarse y competir a la par con otros de su mismo segmento.

Esto nos permite aseverar que con un buen diseño y modelado de nuestros personajes tradicionales podremos lograr la introducción al mercado y posterior posicionamiento.

Para solucionar este problema de desinformación y pérdida de identidad cultural surge el proyecto de crear muñecos para niños, los mismos que tienen valores que ayudan a formar la personalidad y educación de estos con historias de nuestro país y con contenido creado para interactuar con ellos.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Investigar personajes míticos en celebraciones tradicionales riobambeñas y aplicarlos en muñecos estilo comics para niños de 8 a 10 años.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Investigar personajes tradicionales observados en celebraciones tradicionales riobambeñas.
- Realizar una investigación de mercado al público objetivo específico.
- Realizar las ilustraciones estilo comic de todos los personajes observados en celebraciones tradicionales riobambeñas.
- Crear un prototipo de la colección de muñecos.
- Diseñar el packaging, la marca y un álbum didáctico con cartillas coleccionables de la colección de muñecos.

HIPÓTESIS

La CREACIÓN DE MUÑECOS DE PERSONAJES TRADICIONALES estilo comic, mejorará la enseñanza de NUESTRA CULTURA Y HERENCIA a los niños de la ciudad, pero de un modo DIVERTIDO.

CAPÍTULO I:

MARCO HISTÓRICO

1.1 CULTURA ECUATORIANA.

1.1.1 Introducción

En el Ecuador, al igual que en otros países de la América Hispánica, su actual población es el resultado de la fusión del nativo habitante de estas tierras con el español conquistador, circunstancia que permite determinar en su cultura raíces prehispánicas.

El enfrentamiento de estas dos culturas, tanto en lo físico como en lo ideológico, dio inicio a un notable fenómeno sociocultural que es evidente hasta nuestros días. Dos concepciones diferentes sobre la vida, sobre los fenómenos que se operan en su mundo circundante, formas distintas de explicar el cómo y el por qué de las cosas, caracterizan a este enfrentamiento. Si bien el aspecto bélico concluyó con el aparente sometimiento del aborigen al conquistador ibérico, el otro frente, el ideológico no se ha cerrado hasta el día de hoy. Con el paso del tiempo la cultura del actual habitante ecuatoriano dejó de ser lo que inicialmente fue, ya no es

ni americano ni europeo, es el resultado y síntesis de ambas, es un mestizo indio hispánico que tiene una forma muy caracterizada de ver y explicar las cosas que le identifica de los demás.

Este poblador mestizo ecuatoriano manifiesta su mundo interior a raíz de su propia interpretación del medio que lo rodea y lo proyecta en aspectos tales como la pintura, escultura, música, y la danza. Los relatos y cuentos de grandes y pequeños acontecimientos se representan en actos populares en los que los actores suelen aparecer disfrazados (enmascarados por ejemplo), produciendo reacciones diversas entre los asistentes.

Es depositario de un sin número de conocimientos heredados por línea social, que comprenden técnicas para transformar los materiales inertes en bellas piezas y así satisfacer las necesidades de la sociedad, como también, fórmulas médicas, en base a plantas nativas para curar todo tipo de enfermedad.

Uno de los aspectos más estudiados y de gran contenido cultural son los referidos a las tradiciones ecuatorianas.

De manera preferente los relacionados con las fiestas que generalmente, están ligadas a los actos populares que, a lo largo de todo el año, se celebran en diferentes localidades ligadas al santoral católico, en cuyo caso son patronales, así tenemos la de la Virgen del Carmen y del patrón Santiago en julio; Virgen de las Nieves, de la Asunción, del Tránsito, San Lorenzo, San Luis, San Roque y San Jacinto en agosto; Virgen del Cisne, María de las Mercedes y San Miguel en septiembre; Virgen Borradora y San Francisco de Asís en octubre, sin olvidar las tan esperadas celebraciones de San Pedro y San Pablo en junio, para terminar con aquellas fiestas de fecha fija pero ligadas al calendario religioso como la Navidad, Reyes, Día de difuntos, popularmente conocido como "Finados" y el Corpus Cristi.



Gráfico I. 01 Danza de los Aya Huma Riobamba

Fuente: www.gstalliance.net/ecuador/index

Estas fiestas están caracterizadas por un gran colorido, la participación de innumerables personajes como los "Sacha Runas", "Danzantes" "Curiquingues", "Aricuchicos", todos ellos cumpliendo su papel con maestría y solemnidad. Complementan estas representaciones masivas los estruendosos juegos pirotécnicos con sus castillos, camaretas, voladores, buscapiés, etc.

Esta forma tan peculiar de conmemorar las celebraciones religiosas en forma no tan acorde con la ocasión, vale decir: Corpus Cristi con Danzantes o Virgen de las Mercedes con la Mama Negra, tienen su antecedente en la actitud tomada por la iglesia católica de enseñar a los indígenas el llamado teatro edificante (auto de los reyes) en el siglo XVI, el mismo que estaba destinado a desterrar las llamadas costumbres paganas vigentes en sus fiestas, por las únicas y verdaderas, las católicas.

La iglesia de aquel entonces encontró un gran apoyo en la Bula de Paulo III, para romper los patrones culturales americanos fracasó rotundamente dando margen a la aparición de manifestaciones sincréticas tan discutidas y estudiadas.

1.1.2 Calendario de celebraciones populares en la región andina.

Las fiestas populares de este grupo más importantes son Navidad con sus famosos pases del Niño, Carnaval, Semana Santa, Corpus Christi, Difuntos con su tan conocido animero y aunque resulta imposible estructurar de manera completa y exacta un calendario de fiestas populares del Ecuador, encontramos un inventario que ayuda a nuestra sociedad al conocimiento de tales expresiones.

PRINCIPALES CELEBRACIONES POPULARES EN LA REGION ANDINA		
CIUDAD	FECHA	TIPO DE CELEBRACIÓN
Todo el País	Enero 1	Celebraciones de Año Nuevo: bailes, disfraces y mascaradas en el país.
Tungurahua	Enero 1-6	Diablada de Píllaro, hombres disfrazados de diablos se toman la ciudad, comidas típicas, bandas de música.
Tungurahua, Azuay, Chimborazo, Pichincha,	Enero 6	Celebraciones al Niño Dios: 'Bajada' de Reyes: misa del Niño, Reyes Magos, villancicos, comparsas, enmascarados, bandas, etc.
Riobamba	Enero 6	Reyes Magos: Comparsas, romerías, pases del niño enmascarados, bandas, monigotes etc.
Chillogallo (Quito, Pichincha) y otros pueblos andinos.	Enero 15	Fiesta de Inocentes: música, disfrazados, comparsas, comida, aguardiente etc.
Carchi.	Febrero 1	Fiesta de la Virgen de la Caridad: chamizas, bailes, globos, pirotecnia en Mira
Carchi	Febrero 2	Fiesta de la Virgen de la Purificación (La Purita): misas, procesión, pirotecnia, juegos populares en Huaca
Guacaleo (Azuay).	Marzo 4	Festival del Durazno: exposiciones de frutas, comparsas.
Chaltura (Imbabura), Biblián (Cañar), Toacazo (Cotopaxi), Chimbo (Bolívar) y otros pueblos.	Marzo 19	San José: misas, chamizas, toros, bandas de pueblo, andinos.
San Antonio de Pichincha (Pichincha).	Marzo 21	Fiesta del Equinoccio: danzas, comparsas, ofrendas
Ambuquí (Imbabura).	Abril 28	Fiesta de los Ovos Reina: chinganas, banda mocha, misa, ofrecimiento de frutas y otras diversiones

Tabla I.I. Principales Fiestas en la región Andina

http://especiales.eluniverso.com/especiales/fiestas_populares/calendario.htm

CELEBRACIONES MÓVILES DE FEBRERO, MARZO Y ABRIL		
CIUDAD	FECHA	TIPO DE CELEBRACIÓN
(Cotopaxi), San José de Chimbo (Bolívar) y Guaranda (Provincia de Bolívar).		Carnaval Danzantes, bombo, cuyes, trago, agua y comparsas en Pujilí
San José de Chimbo (Bolívar).		Miércoles de ceniza Banderas, gallo compadre, vaca loca, yumbos, misa, música y juegos pirotécnicos
Guano (Chimborazo) y Quito (Pichincha).		Semana Santa Rememoración de los hechos bíblicos: Calvario, Jesús, Judas, Ladrón, María Magdalena, Herodes y otros personajes bíblicos, volatería, vía crucis, fanesca
Licán (Chimborazo).		Procesión de ramos: acompañantes, sacerdotes, palmas, vísperas, cabecilla, guionero.
Chambo y Licán (Chimborazo).		Viernes Santo: Carrozas, abanderados, almas santas, tajalíes, chulla guionero y otros personajes bíblicos
Quito (Pichincha), San Felipe (Pichincha), Paolo (Cotopaxi) y Licán (Chimborazo).		Viernes Santo: Pasos del Señor, Judas, Buen Ladrón, Herodes, Judío de Viernes Santos, almas santas, cucuruchos, fanesca, etcétera,
(Quito, Pichincha), barrio Cruz del Vado en Cuenca (Azuay) y Cusubamba (Cotopaxi).	Mayo 2	Fiestas de la Cruz: castillos, bandas de música, canelazo, comida, etcétera,
Checa (Pichincha).		Fiesta del Señor de la Buena Esperanza: chamiza, banda mocha, bandas de música, aguardiente, comida, sacerdotes, globos, albazo, chicha, etcétera,
Latacunga, San Juan de Guaytacama y poblaciones aledañas (Cotopaxi).	Junio 24	Fiesta de los Moros: en homenaje al patrono San Juan, con comparsas, comida, bailes y juegos pirotécnicos.
Otavaló, Cotacachi y San Pablo del Lago (Imbabura), Guamote (Chimborazo) y Tabacundo (Pichincha).		Fiesta de San Juan: entrada de la rama, toma de la plaza, sanjuanes, rama de gallos, bandas de música, comparsas, juegos pirotécnicos, etcétera,
Calpi y Licán (Chimborazo).		Festejos a San Juan: gallo compadre, vaca loca, castillo, chamiza, bandas de música, volatería.
En la mayoría de los pueblos del callejón interandino. Principalmente en la Ciudad de Riobamba.	Junio 28	Vísperas de fiestas de San Pedro y San Pablo: chamizas, bailes, bandas, juegos pirotécnicos, comparsas, platos tradicionales, etcétera,
Cayambe, Pomasqui, Ayora y Tabacundo (Pichincha), Pimampiro (Imbabura), Alausí (Chimborazo), La Magdalena (Bolívar).	Junio 29	Fiestas de San Pedro y San Pablo: Sacerdotes, procesión, comparsas, bandas de música, diablo huma, gallo caldo, castillo, juegos pirotécnicos, comida y bebida

Tabla I.II. Fiestas Móviles de Febrero Marzo y Abril

http://especiales.eluniverso.com/especiales/fiestas_populares/calendario.htm

CELEBRACIONES INDÍGENAS FIJAS Y MÓVILES		
CIUDAD	FECHA	TIPO DE CELEBRACIÓN
En algunos pueblos de la serranía, como Ingapirca (Cañar).		Fiesta de Inti Raymi, Fiesta del Sol o de la Cosecha de Junio: ceremonias, encuentro de grupos musicales, etcétera,
Pujilí, Saquisilí, Poaló, Salcedo y San Felipe (Cotopaxi), La Huaca (Carchi), Salasaca y Quisapincha (Tungurahua).		Festividades de Corpus Christi: alcalde de gato, altares, guadores, misa, sanjuanés, danzantes, yumbos, toros, vaca loca, chicha, cuy, aguardiente, hornado, etcétera,
Cuenca		Fiesta del Septenario (entre mayo y junio): coincide con las celebraciones del Corpus Christi.
Ambato, Tisaleo y Quisapincha (Tungurahua), Achupallas (Chimborazo) y Pujilí (Cotopaxi)		Octavas de Corpus: danzantes, alcaldes, capitanes, Guioneros, castillos, comida y bebida).
Ibarra, Otavalo y Chota (Imbabura).	Julio 16	Celebración de la Virgen del Carmen: misa, procesión, música popular, vaca loca, etcétera
Machachi (Pichincha).	Julio 20	Paseo del Chagra: misa campal, toros, banda, cohetería, trajes típicos, comida típica, etcétera,
Sicalpa (Chimborazo), San Gabriel (Carchi)	Agosto 5-7	Fiestas de la Virgen de las Nieves: misa, castillos, disfrazados, juegos populares, comida, aguardiente.
Vinces (Los Ríos), Píllaro (Tungurahua) y Sicalpa (Chimborazo).	Agosto 10	Festividades de San Lorenzo: bandas de músicos, enmascarados, toros populares, comida, volatería, etcétera,
Cahuasquí y El Chota (Imbabura).	Agosto 15	Fiesta de la Virgen del Tránsito: misa, procesión, comparsas, bailes, comida, volatería
Otavalo (Imbabura).	15-22	Fiesta de los Corazas: danzas, música, fuegos artificiales, ropas costosas y multicolores, disfrazados, comparsas.
Cotapamba (Parroquia Tarqui, cantón Cuenca, Azuay).		Fiesta de la Cosecha del Maíz: bandas, juegos populares, elección de la Sara Ñusta (Reina del maíz), danzas, seguida del toro, pampa de mesa, etcétera,
Otavalo (Imbabura).	Septiembre 1-8	Fiestas del Yamor: bailes populares, riñas de gallos, reinados, música tradicional, elección de la Ñusta, chicha del yamor, distracciones, etcétera.
Loja y jurisdicciones cantonales y parroquiales cercanas.	Septiembre 5-12	Fiestas de la Virgen del Cisne: romerías, misas, enmascarados, chinganas, baile, ferias populares, dulces, riñas de gallos, sanjuanitos, etcétera,
Cotacachi (Imbabura).	Septiembre 8-15	Fiestas de la Jora: danzantes, juegos, comida, bandas, albazos, fuegos artificiales
Latacunga (Cotopaxi).	Septiembre 24-26	Festividades de la Virgen de las Mercedes: Mama Negra, camisonas, capitanes y demás disfrazados, bailes y comparsas
Ñamarín (Azuay).	Octubre 13-16	Festival del Chacuarmeshque a la Santísima Virgen del Rosario de

		Fátima de Namarín: vísperas, misas, comida, bebida, volatería
Varios pueblos del país.	Noviembre 1	Fiesta de los Todos los Santos: bailes, comparsas, disfrazados, comida típica
Todo el país:	Noviembre 2	Rememoración de Finados visita a los cementerios, velación y cuidado para los difuntos, preparación de la colada o mazamorra morada, guaguas de pan, flores y cruces de papel, mesa de comida para los muertos, velas, etcétera.
Latacunga (Cotopaxi).	Noviembre 11	Desfile de la Mama Negra: sacerdotes (jochados), comparsas, verbena, toros populares, comida típica y baile.
Valle del Chota (Imbabura).	Diciembre 8	Fiesta de la Inmaculada Concepción y de Carpuela: banda mocha, bailes, danzas, misa, pirotecnia, comida, aguardiente
Ambato (Tungurahua).	Diciembre 23-26	Fiesta de Navidad: ángeles, cocinera, , reyes magos, villancicos, chocolate.
Villancicos en Cuenca (Azuay) pueblos del Chimborazo, Pichincha y otras provincias serranas.		Pase del Niño: misa, comparsas, volatería,
Todo el país	Diciembre 24-25	Fiestas de Navidad: Con misas de gallo, nacimientos vivientes, juegos infantiles,
Chambo (Chimborazo), Quito (Pichincha).	Diciembre 27	Fiesta de San Juan Evangelista: bocinas, alcaldes, caracoles, enmascarados, bandas,
Ciudades de la Sierra, especialmente. Los festejos suelen prolongarse hasta el 6 de enero.	Diciembre 28 Enero 6	Fiestas de los Inocentes: bromas, disfrazados, bailes, recorridos por el vecindario,
En muchas ciudades del Ecuador	Diciembre 31	Fiestas de Fin de Año: confección e incineración de monigotes (años viejos), testamentos jocosos, viudas, payasos, bailes, etcétera.

Tabla I.III. Fiestas Indígenas Fijas y móviles

http://especiales.eluniverso.com/especiales/fiestas_populares/calendario.htm

1.1.3 Principales celebraciones en la región andina

1.1.3.1 Pases del Niño.

Esta manifestación de la religiosidad popular tiene una extraordinaria riqueza de simbolismos sagrados y sociales en los que se conjugan tradiciones indígenas y urbanas.

El Pase del Niño es una tradición muy antigua, cuyo objetivo principal es brindar culto al nacimiento del Niño Jesús a través de procesiones multitudinarias. Con la llegada de los

españoles y su posterior conquista, los pueblos aborígenes poseedores de cultura y creencias religiosas propias adoptaron la religión cristiana. No se puede afirmar con exactitud, desde cuando en el Ecuador, nace la devoción al “Niño Jesús”, pero podemos asegurar que ésta tiene sus inicios en la Colonia.



Gráfico I.02 Pase del Niño “Rey de Reyes” Riobamba

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

El pase del niño tiene un complejo sistema de organización que se inicia con meses de anticipación, preparación en la que los principales protagonistas son los sacerdotes, personas encargadas de apoyar económicamente y en todos los aspectos organizativos como la preparación de los disfraces, comidas, bebida etc.¹

1.1.3.2 El Carnaval

El carnaval es una expansión de la vida, que desde el sincretismo mestizo se convierte en la fiesta de la abundancia antes que de la abstinencia de la cuaresma. Por ser fruto de ese

¹ <http://www.all-artecuator.com/articulos.php?idArticulo=68>

mestizaje, en la fiesta se fusiona lo cósmico andino con lo pagano europeo en coloridos personajes.

En los pueblos amerindios, el carnaval es fruto de una simbiosis entre la ceremonia de equilibrios y el canto necesario a la abundancia.

De ahí que en todos los cantones de Chimborazo se celebre el carnaval con singulares significaciones locales, con coplas y con cantos que al son de una guitarra despiertan a los carnavaleros que desde las distintas latitudes del Chimborazo se proyectan en cada uno de los personajes y gentes que viven desde el regocijo.²

1.1.3.3 Semana Santa

La Semana Santa o Semana Mayor es uno de los acontecimientos más importantes del mundo cristiano, cuando se conmemora la muerte y la resurrección de Jesucristo. En cada rincón del orbe católico, esta festividad adquiere diversas expresiones según la tradición y las costumbres locales.

Inicia el Domingo de Ramos con una original manifestación que representa la entrada triunfal de Jesús a Jerusalén. Los fieles acuden a las iglesias llevando palmas que serán bendecidas en la misa. Existe la creencia que estos ramos benditos traen protección a los hogares, de modo que se conservan durante todo el año.

En el Ecuador, el viernes Santo se pueden apreciar multitudinarias procesiones por Semana Santa, llenas de colorido y fervor, donde se mezclan elementos del cristianismo con paganismo, cada ciudad se convierte en el centro de atención de nacionales y extranjeros.

Se destacan las Procesiones que se realizan en Quito (Jesús del Gran Poder), Guayaquil (Cristo del Consuelo) y Riobamba (Señor del Buen Suceso); además de la procesión y arrastre de

² <http://www.culturaenecuador.org/images/stories/documentos/libros/carnaval.pdf>

alfombras en Sangolquí; escenificación viva con participación de la población nativa acerca del calvario y la crucifixión de Cristo en Cotacachi y Urcuquí, Imbabura; la procesión nocturna de uno de los personajes tradicionales en el país los famosos Cucuruchos en Chambo y Licán en Chimborazo, entre otras.

1.1.3.4 Corpus Cristi

La fiesta incluye las vísperas, la toma de la plaza, las misas, procesiones y continuación de la celebración.

En las vísperas se presentan bandas de pueblo y los participantes se disfrazan de monos, danzantes y sahumeriantes. Además se queman castillos de pólvora.

A la mañana siguiente el Prioste y una banda de pueblo que lo acompaña proceden a la toma de la plaza. Los danzantes y sahumeriantes realizan una danza ritual. Se celebra una misa de devoción luego de la cual una procesión da vuelta a la plaza, encabezada por la banda de pueblo, a la que siguen en el siguiente orden: Los danzantes, los sahumeriantes con sus esposas, las priostas y los priostes.

En la mañana del domingo de Pascua los Guioneros hacen su entrada en la iglesia, después de haber recorrido las calles de la población. Cada guionero va acompañado de miembros de su comunidad y de los braserantes que portan, además, una bandera de grandes proporciones, vistosamente adornada.

El ritual de esta comitiva en su recorrido por las calles del pueblo consiste en detenerse en cada esquina y hacer flamear la bandera, mientras con pingullos y tambores se interpreta una pieza musical.

Luego de su ingreso a la iglesia oyen la Misa de Fiesta, tras la cual realizan, alrededor del templo, una procesión con la imagen de Cristo resucitado.

Por la tarde, en el parque del pueblo, se realiza un baile popular al son de pingullos y tambores.

1.1.3.5 Fieles Difuntos

La colada morada y las guaguas de pan, dos productos del sincretismo religioso y el mestizaje gastronómico, se consumen hoy en Ecuador cuando se recuerda a la muerte, que para unos es el final de la vida y para otros tan solo un cambio de dimensión.

Las flores y los recuerdos cubren las tumbas durante este día en que los mestizos añoran la presencia de sus seres queridos fallecidos, mientras que la cosmovisión indígena renueva su creencia de la extensión de la vida a otra dimensión.

Aunque la costumbre es cada vez más escasa, aún se ve en algunos cementerios a ecuatorianos degustando la comida favorita del difunto al que han ido a visitar y a quien dejan su porción de comida.

En el día de los difuntos se evidencia también la religiosidad de los ecuatorianos, la mayoría católicos, que asisten a misa y ofrecen en los cementerios rezos por el eterno descanso de los difuntos.

Por lo general, los sacerdotes oran en el cementerio y a petición de los fieles, se acercan a las tumbas para rezar por algunos difuntos, en cuya morada se lanza agua bendita.

En Riobamba las tradiciones por el día de los difuntos se mantienen entre sus habitantes. En la iglesia San Juan Bautista de la parroquia Yaruquíes todos los años antes del día de los difuntos es costumbre venerar por nueve días el cuadro de las Almas del Santo Purgatorio, que el 1 de noviembre saldrá en procesión por el pueblo.

Esta es una de las tantas celebraciones históricas que se realizan en Chimborazo para el feriado de los difuntos. Tradiciones que acompañan a los fieles riobambeños desde épocas coloniales, en su mayoría.

Una de ellas es el Animero, un personaje aceptado por la sociedad, que cumple un rito de vinculación con el infinito desconocido.

En las parroquias Yaruqués, San Luis, Cubijés y Químiag, el Animero es un personaje que en vida representa a los difuntos. Viste túnica blanca, lleva en las manos una calavera humana, una Biblia y una campanilla, al tiempo que recita oraciones fúnebres e intimida a los oyentes a ponerse en oración.

El trayecto del Animero va del templo al cementerio y visita las calles y domicilios protegidos en la oscuridad de la medianoche.³

1.1.4 Elementos presentes en celebraciones tradicionales.

- Banda de Pueblo
- Indumentaria
- Pirotecnica
- Priestes
- Ritos
- Bebida
- Refranes
- Costumbres
- Homenajeado
- Personajes Míticos
- Comida
- Coplas
- Tradiciones
- Enmascarados
- Danza

Todo este estudio pretende dar vitalidad a las **Tradiciones de Riobamba** mediante su capacidad para renovarse y adaptarse a la actualidad sin perder su esencia. Sin Embargo se creyó conveniente profundizar en el estudio del folclor ya que está estrechamente ligado con el tema de las Tradiciones por ser la sabiduría que poseen la gente de los pueblos.

1.2 CLASIFICACIÓN DEL FOLCLOR ECUATORIANO.

1.2.1 FOLCLOR DE HECHOS. Parte del folclor general que estudia las diferentes categorías de hechos tradicionales, generalmente clasificados en seis grupos y una adición, el Calendario Folclórico.

1.2.1.1 CALENDARIO FOLCLÓRICO. Ordenación cronológica, geográfica, descriptiva, sumaria, bibliográfica y documental de fiestas folclóricas. Es un derrotero para el investigador

³ <http://ecua-torianisimo.blogspot.com/2009/01/dia-de-los-difuntos.html>

quien, dueño de técnicas, no sólo logra datos sobre la fiesta misma, sino también sobre temas que en ella no se manifiestan preferencialmente, como ciertas leyendas, cuentos, etc.

1.2.1.2 FOLCLOR POÉTICO:

- Cancionero.
- Romancero.
- Refranero.
- Adivinanzas.

1.2.1.2.1 CANCIONERO:

- **CANCIONERO INFANTIL:**
 - A) Primera infancia:**
 - B) Infancia en conflicto:**
 - C) Infancia en ajustamiento:**
- **CANCIONERO ADULTO:**⁴

1.2.1.3 FOLCLOR NARRATIVO:

- Mitos.
- Leyendas.
- Cuentos.
- Casos.

No hay ningún estudio sistemático sobre los mitos ecuatorianos. Solo se conocen datos sueltos y registrados en su mayoría sin técnica, acerca de: arco, cuco, chuzalongo, duende, los ingagos, la mula encadenada, perro del diablo, tunda, Se tiene la impresión de que muchos enmascarados de los autos corresponden, sin embargo, a figuras mitológicas, tal como ocurre con el Sacharuna.

⁴ Paulo de Carvalho - Neto. "Diccionario del Folklore Ecuatoriano", Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito 2001 pp. 32-33-35

1.2.1.3.1 MITOS:

- Antropomórficos – Astromórficos – Ictiomórficos – Poiquilomórficos - Zoomórficos.

1.2.1.3.2 LEYENDAS:

- Animísticas – Etiológicas – Heroicas – Históricas – Mitológicas - Religiosas.

1.2.1.3.3 CUENTOS:

- Fábulas – Humanos - Mitológicos.

1.2.1.3.4 CASOS:

- Animísticos – Históricos – Mitológicos - Religiosos.

1.2.1.4 FOLCLOR LINGÜÍSTICO:

- **Vicios gramaticales:**

Topónimos. (Es el estudio etimológico de los nombres propios de un lugar)

Vocabulario diverso.

Apodos.

Lunfardo. (Una variedad del habla diferenciada de la lengua estándar)

Pregones.

1.2.1.5 FOLCLOR MÁGICO:

- **Magia propiamente dicha:**

- **No medicinal**

- **Medicinal**⁵

- **Animismo**

- **Religión**

- **Totemismo**

- **Tabuismo**

⁵ Paulo de Carvalho - Neto. "Diccionario del Folklore Ecuatoriano", Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito 2001 pp. 33

- **Creencias**

1.2.1.6 FOLCLOR SOCIAL:

- **Fiestas:**

- Del catolicismo independiente.
- Del catolicismo oficial (Patronales y no patronales).
- Carnaval
- Fiestas cívicas (aspectos Folclóricos)

- **Autos:** Representaciones folclóricas que se caracterizan por los siguientes rasgos principales:

- 1) Lucha de un bien contra el mal
- 2) Muerte y Resurrección y por los siguientes rasgos secundarios:
- 3) Cortejo
- 4) Escenario
- 5) Origen religioso
- 6) Comicidad
- 7) Influencia de la lucha por la vida

- **Música y Baile Independiente**

- **Juegos**

- **Trajes, mascarar y tipos populares**

- Trajes de disfraces
- Trajes a la antigua
- Tipos Populares

- **Familia**

1.2.1.7 FOLCLOR MATERIAL:

- Cerámica
- Cestería y trenzados.

- Escultura y grabado. Instrumentos musicales.
- Pintura
- Pirotecnia
- Tejidos
- Encajes y bordados. Muñecos de trapo.⁶

1.2.2 EL FOLCLOR SOCIAL.

El folclor social trata de todo lo que se refiere a la vida de relación entre las personas consideradas bajo su aspecto tradicional y popular, como el lenguaje, los usos y costumbres, las fiestas y celebraciones etc.

Es el folclor social, sin duda, el capítulo más estudiado del folclor ecuatoriano.

1.2.2.1 Autos o el Teatro Folclórico

En ciencia folclórica, teatro folclórico es un capítulo del folclor social que estudia los llamados “Autos” y las denominadas danzas dramáticas. Autos son piezas de representación, necesariamente con sus tramas, sus personajes y sus diálogos, pero en donde la danza es accesoria o ni siquiera existe. Cuando un auto es totalmente bailado recibe el nombre de danza dramática. Ambos tienen, pues, las mismas características, con excepción del baile, factor que solo caracteriza a las danzas dramáticas.

Detalladamente son las siguientes las referidas características de los autos y danzas dramáticas:

1.2.2.2 Enmascarados y máscaras

La gran mayoría de los personajes se representa usando desde la máscara concreta hasta el disfraz con tintas. Se puede mencionar, por lo menos, a enmascarados antropomórficos (casi

⁶ Paulo de Carvalho - Neto. “Diccionario del Folklore Ecuatoriano”, Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito 2001 pp. 37

siempre terroríficos), a enmascarados Ornitomórfico, o zoomórficos y, en cuarto lugar, a los Poiquilomórficos o de formas ligadas a cosas variadas.

Es prematuro interpretar sus orígenes. Sin duda, serán supervivencias de máscaras de ritos funerarios o religiosos incásicos, o aun de ritos de pasaje, pero no hay elementos para identificar pieza por pieza, lo que llevaría con toda seguridad hasta a la arqueología.

Aquí un cuadro de los enmascarados registrados:

TIPO	ENMASCARADO
ANTROPOMÓRFICOS	Abago, Aricuchicos divididos en guaraqués y tupigachis. Camisonas, Capariche, Capataz, Capitán, Caporales, Comandante, Corazas, Coronel, Cucurucho o Fanicoco, Chola, Cholo, Chuchumecos, Danzante, Diablo, Doñas, Gigante, Giganta, Huamingas, Jibaro, Mama Negra, Moros, Negra, Negritos, Negro, Palla, Payaso, Itucus, San, Teniente, Tiznados, Toro capitán, Trasgueado, Viuda), Yumbo.
ORNITOMÓRFICOS.	Avecilla, Aves, Buitre, Curiquingue, Cuscungo Guarro, Loro.
ZOOMÓRFICOS	Caballo, Chucuri, Gato, León, mono, Oso, Perro, Puma, Sapo, Tigre.
POIQUILOMÓRFICO.	Alma Santa, Ángel.
	Entre los personajes de dichos cortejos y autos que no son estrictamente enmascarados, sino sólo, a veces, portadores de indumentaria específica y vistosa, tenemos: Acompañantes, Alcaldes, Alférez, Alumbrantes, Belermo, Cantoras, Cazador, Cocinera, Cuatrerros, Chaqué, Ciguatera, China, Estrella, Gitano, Guagua, Guionera, Jesús, José, Judas, Ladrón, Loa, Llaverro, Madrina, María, maría magdalena Mayordomo, Mayores, Menores Morlaca, Ñaupador, Ñuñu, Padrino, Pastora Perdida, Pastores, Pendonero, Prioste, Reina, Sahumadores, Segadores, Serrano, Vaqueros, Verdugo, Visitante.
	Y entre aquellos que aún no sabemos exactamente si llevan o no caretas, tenemos: Abanderado Blancos, Cabeza, Embajador, Escuderos, Fundador, Geodésicos, Gringa, Gringo, Herodes, Huacos, Ingapallas, Intendente, Judío de Viernes Santo Manzanera, Míndales, Montuvio, Negra Mama, Paje, Porta-Estandarte, Rey Amarillo, Rey Ángel, Rey Blanco Rey Moro, Rey Negro, Rey Viejo, Saraos, Tirador, Vasallo, Viajero, Villano.

Tabla I. IV. Clasificación de Enmascarados Registrados

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Los implementos, etapas, recursos o accesorios empleados en dichos autos y danzas dramáticas, a su vez, son: acial, agrado, agua, alfanje, árbol de navidad, arcos, ashanga, banderas, bastón, borrego crucificado, buluhuai, cabecilla, cabezas, camamulas, capillos. "caridacita", castillos,

ceniza, cera, cerro, cintas, cola, chamiza, chigualós o nacimientos, chinganas, daga, diablicos, entradas, entrega, escoba, espada, estandartes, guión, hoguera, huasipichai, huma pascai, jochas, linche, luntis, llauto, matanza, misa de la gallina, misa del dios Momo, misa del gallo, misa del Niño, nevada, palacio, paloma, pampa, paraguas, partidas, "peditorio", pelea, penacho, ¡por inocente! , portada, prioste, priostes de cera, priostes de pendón, puñupaqui, quemada del Castillo, sementera, socorro, tablado, tajalí, testamento, tomima, última teja, vísperas, votos.

Hay más personajes, pero no representados por personas: el Año Viejo; el Niño, también Llamado Manuelito; Santa Isabel; y la épica y elocuente Vaca Loca.

1.2.2.3 El hombre vestido de mujer

Se resalta: Ángel, Camisonas, Chola, Chuchumeca, Giganta, Mama Negra, Mindalas, Negra, Sanjuanés, Tragueadora, Vieja, Viuda.

Su réplica, es decir, la mujer vestida de hombre, no ocurre casi en el folclor social, sino en el Romancero.

1.2.2.4 Sincretismo católico-solarista

Sin duda, los orígenes de ese teatro son incásicos, pero también católicos. La Iglesia, en pleno siglo XVI, enseñaba a los indios lo que se llamaba "teatro edificante" (auto de la adoración de los Reyes, por ejemplo). El hecho es conocido en toda América. Lo que se alcanzó con esto, sin embargo, fue dar nacimiento y estructura a un gran teatro conciliado. El teatro indígena de América, ese teatro folclórico ciento por ciento, es una muestra viva de armonía cultural, en que se revela la heroica resistencia de un pueblo a las costumbres colonizadoras y en consecuencia, el irrevocable fracaso de una catequesis de quinientos años, mal dirigida y peor ejecutada.

1.2.2.5 Redención del Diablo o Apuntes Sobre El Diablo-héroe

Hasta hoy el vocablo "blanco" es sinónimo de explotador y desalmado. Pensando bien las cosas, con criterio cristiano actual, ¿Quiénes en verdad encarnaban al Diablo? ¿Los "blancos" imperialistas o los nativos defensores de su tierra?

La respuesta es un poco obvia, los blancos imperialistas que vinieron a colonizar y a derramar la sangre de los aborígenes.

Ya que ellos llevaban o traían consigo una campaña organizada de descrédito. Minaron las bases psicológicas del optimismo indígena, tornándolos pesimistas a punto de no creer en sus mismos Jefes.

1.2.2.6 De la otra Iglesia

Todo esto se traduce a un solo ente, la explotación del catolicismo. Las parroquias de lugares muy poblados de indígenas, son grandes fuentes de riqueza, si bien en estos tiempos se han reducido un tanto. Existen muchos curas que han hecho grandes fortunas de su profesión, por lo que se ha generalizado la creencia de que un cura tiene una de las ocupaciones más lucrativas.

Las fiestas son verdaderas tragedias económicas y los párrocos, siguiendo una hábil costumbre colonial, tienen establecido un calendario nutridísimo de fiestas, que permiten ingresos frecuentes.

La mala Iglesia dañó la colonización americana. Y como estaba en mayoría, diseminó riegos de incomprensiones y de odio. Sus sacerdotes auténticos, éstos sin duda sufrieron grandes persecuciones internas, acusados de ser amigos del "Diablo", pero tuvieron que callar por haber jurado obediencia y por temor a ser apóstatas.

1.2.2.7 Similitudes:

El teatro folclórico ecuatoriano sugiere aún otras consideraciones de carácter interpretativo, aquí ensayadas a título preliminar. Por ejemplo: ya podemos adelantar, con seguridad, que existe en él una acentuada correlación entre bastón-cetro-escoba- espada-lanza-látigo y cintas-plumas, hasta el punto de constituir variantes entre sí: Por ejemplo: los huacos usaban lanza y hoy usan bastón; los diablos de varias partes tienen látigo, pero los de Chambo golpean con bastón; los capariches hacen retroceder al público amenazándolo con la escoba y varios danzantes blanden espada. Es decir, se ven en estos ejemplo, como en otros similares, procesos de cambio material de piezas culturales con persistencia de sus mismas funciones.⁷

1.2.2.8 Indumentaria:

A dichos autos y personajes se liga, sin duda, el gran capítulo de la indumentaria popular ecuatoriana, del cual se poseen datos referentes a las siguientes piezas: acso, anaco, balaca, barbiquejo, basquiña, bolsicón, capisayo, colla, cuzma, chal, chumbe , debajero, espuelas, fachalina, faldellín, findu, gola, hualcas, jerga, lliclla, mamachumbi, manillas, manta, mullos, ojotas, orejeras, pañolón, polca, polizones, pollera, poncho, sartas, sombrero, tambas, tiupullo, tupu, ushurito, vincha, zahones, zamarros.

Hay tipos populares que hasta reciben sus nombres en virtud de las prendas que suelen usar, como, por ejemplo: bolsicona, cutu, china, chola, chullas, chullaleva, chupa, pinganilla.

1.2.2.9 Música, danza e instrumentos musicales

También ligadas a las fiestas, autos y personajes tradicionales en un proceso de interacción vital, están la música y la danza tradicionales ecuatorianas sobre todo gracias a cuatro obras fundamentales,

- Colección de yaravíes quiteños (1883)

⁷ Paulo de Carvalho - Neto. "Diccionario del Folklore Ecuatoriano", Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito 2001 pp. 44

- La musique des Incas et ses survivances (1925)
- Música y danzas autóctonas del Ecuador (1949)
- La música de los Incas (1957)

Con lo que sabemos respecto de los siguientes géneros: agua corta, agua larga, ají de queso, alabado, albazos, alza, amorfino, andarele, ayanfaile, baile formal, b, batacoré, beruju , bomba, bundi, cachullapi, calderona, candunga, canguil, capishca, caramba, caramba nacional, costillar , cuyaylia, danzantes, fabriciano, gato, guambaleña, guateque, jaguay, mariangola, pasacalle, pasillo, pasodoble, polca, pavo, saltashca, sanfanito, sanjuanito, tejido de cintas, tonada, torbellino, triste, venada, venia, yaraví, yerbabuena, zamacueca, zapateado.

Ya se puede, por otra parte, entender al músico popular, entre los cuales al bolsa de versos, al paqui, a la plañidera, al pueta y al quipador. Y apreciarse, además, la gran variedad de instrumentos musicales del folclor ecuatoriano: alfandoque, arpa, bandolín, bocina, bomba, bombo, caja, campanillas, candombe, caracol, clarín, corneta, cununo, chambo, chilchil, chirimía, churo, dulzaina, flauta, guacharaca, guarumo, guitarra, marimba , ocarina, pandero, paruntsi, pingullo, pito, platillo, quena, quipa, rondador, rondín, tambor, tambora, tamboril, triángulo, trompeta, tunda, tundulí, turu, violín.

Se aprecia, inclusive, la habilidad y el arte de la banda mocha y el lirismo de la fanfarrea.

En cuanto a los símbolos formados por las mudanzas de algunos bailes, conocemos: bomba, cadena, cadena doble, calle de honor, círculos, corona, cuatro esquinas, culebrilla, chonta, estrella, frente a frente, huilca, juego del pañuelo, mishqui yapac, ofrenda del toro, pasamanos, pilas, rienda, ropa perdida, rosas, serrucho, trenza, zapatilla.⁸

⁸ Paulo de Carvalho - Neto. "Diccionario del Folklore Ecuatoriano", Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito 2001 pp. 44

1.2.1.10 Juegos

Aún dentro del folclor social, y casi siempre también ligados a las fiestas, están los juegos. Entre los de competición con la participación de animales, se conocen: alcancías, cañas, carreras de caballos, corrida de gallos, escaramuzas, gallo compadre, parejas, riña de gallos, sortijas, torneo, toro embombado, toros.

Son de competición sólo entre personas: balero, bolas, capirotejo, carreras de ensacados, cascarones, cucú, curiquingue, cushpe, chaupi, escondidas, frío-frío, haya lanza, huaycupa, mama anga, misha, olla encantada, palmo, palo encebado, pegadas, pelota, pelota de guante, rayola, rayuela, tangán, tortas, trompo, venado, yuca. Los juegos de azar, a su vez, son: baraja, boliche, huairo.

Por último, se tiene noticias de los siguientes, que consideramos juegos pasatiempos: aguja, a los toros, borreguito, cajita de amor, candelita, curiquingue, flor de la maravilla, florón, gallinita ciega, gallo, maíz quemado, pájara pinta, pan caliente, pan quemado, papelón, pavo, piano, prender botella, pumpuñete, el ratón y el gato, revolcadas, sin que te roce, sombrerito, tandacuchita, viejo y vieja disfrazados, zumbambico.

Implementos de dichos juegos: canchada, colcha, corbatas, descanso, gallera, infierno, juguete, lunes, martes, matza, muñequita, orejas, perrero, primero, purgatorio, segundo, chapó, tabla, tercero, tranquila.

Y los nombres que reciben algunos o todos los jugadores: cuerdas, cushperos, gallero, sacador, torna.

1.2.1.11 Familia

Bautismo, bendición, casamiento, compadrazgo, compadrazgo de papelito, chaqui padrino, mañai, noviazgo, palabra.

1.2.3 PERSONAJES TRADICIONALES EN CELEBRACIONES RIOBAMBEÑAS.

1. EL DIABLITO: Muchos antropólogos lo describen como un indio disfrazado de diablo, encabezando el cortejo al lado de los sacharunas y azotando con látigos a los niños. Consideran que es lo que causa más la maravilla del viajero, el diablito actúa en grupos de diablitos. Otros antropólogos lo han dibujado con sus cuernos y también con su látigo, se los observa también bailar en las procesiones del Corpus, atrás de los danzantes. Dichos diablillos llevaban en la mano rebenque.

Es un tema íntimamente ligado al de la brujería El Diablo aparece también muchas veces en el cancionero folclórico ecuatoriano del siglo pasado, lo que denota su popularidad.

Ciertos estudiosos señalan que durante la Conquista Española en el siglo XVI, el diablo se dio en aparecerse a las multitudes de indios en la forma del Inca Atahualpa, dando las órdenes de resistencia ya contra los blancos, en general, ya contra las predicaciones de los Misioneros o ya contra los mismos indios, e ilusionándoles con promesas de bellos y pronto sucesos que nunca se cumplían. Algunos diablitos que se han observado en la fiesta de San Juan Evangelista, en Chambo sirven como de guardia de honor a los danzantes y bailan a su contorno formando un amplio círculo, como para resguardarlos de la curiosidad e impertinencia de los muchachos. Algunas veces se los describe como payasos con máscaras grotescas y peluca de fibras de cabuya visten uno como chaquet blanco, adornado de espejos, oropeles, perlas falsas, etc. Pantalones colorados muy ceñidos, con adornos de encajes blancos y dorados".⁹

⁹ Paulo de Carvalho - Neto. "Diccionario del Folklore Ecuatoriano", Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito 2001 pp. 189



Gráfico I.03 El Diablito de Riobamba

Fuente: <http://www.flickr.com/photos/juanzurita/4429670451/in/photostream/lightbox/>

2. PAYASOS: El payaso es un personaje jocoso que mezclándose entre los asistentes pega con un “chorizo” y dice lecciones. Va cubierto con el conocido vestido de payaso, hecho de una sola pieza de colores fuertes, a veces combinado de telas diferentes. Las mangas y los pantalones son bombachos, fruncidos en las muñecas y en los tobillos. El cuello es grande y engolado. Lleva una careta de cartón forrada de papel y pintada. Es casi siempre en fondo blanco, pintada figuras geométricas y una boca grande en colores vistosos. En la cabeza llevan un bonete que es un sombrero cónico muy largo, hecho de cartón y forrado de papel de colores brillantes. En la mano llevan un chorizo hecho de tela y relleno de trapos o de aserrín, con el que pegan a la gente. El disfraz lo alquilan. El payaso recita “lecciones”, las mismas que las dice con una voz desfigurada, en tono de falsete.



Gráfico I.04 El Payaso (Bufón) Personaje de la fiesta Popular Riobambeña

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

3. VACA LOCA: Consiste en un armazón de carrizo en forma de animal con cabeza compuesta por cuatro rodela pequeñas, dos adelante y dos a los costados, con cuernos del animal. El cuerpo está rodeado de doce “suplones”, seguramente por soplones; las rodela llevan tres “rastreros”. Tubitos de carrizo de diez centímetros llenos de pólvora. Al encender al animal, los rastreros son los que hacen bulla y asustan a la gente. La persona que la lleva se riega agua en todo el cuerpo para no quemarse y siempre es el que ha fabricado la vaca loca, sabiendo él además como colocarse en el cuerpo para que no suceda nada.

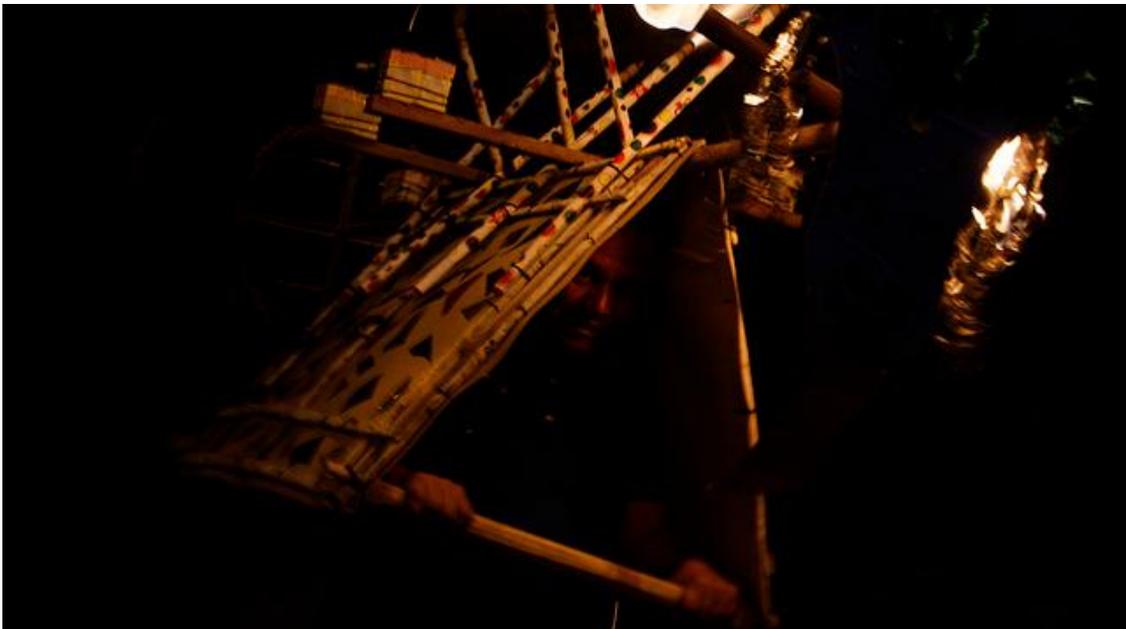


Gráfico I.05 La Vaca Loca

Fuente <http://www.flickr.com/photos/jagext/5889603070/sizes/z/in/photostream/>

4. GUIONERO: Personaje principalmente de la zona central de la serranía aunque también se han observado guioneros en la provincia de Pichincha e Imbabura, el día 25 de diciembre – navidad y el día de los Reyes. Visten sombrero de paja, decorado con una cinta de colores vivos que le va colgada, un poncho corto de paño o de bayetilla roja, amarilla o azul con ribetes de seda, una camisa blanca con greca, un cinturón ancho lleno de lentejuelas, un pantalón blanco sumamente ancho de género, rematado en las rodillas con un ancho encaje completamente almidonado, y alpargatas con medias blancas. Todos llevan sobre el hombro derecho la típica azada de los aborígenes ecuatorianos, con haces de cintas de variados colores. Aparecen por las bocacalles de la ciudad, en grupos numerosos que van danzando por las calles empedradas de la población. A cada rato interrumpen esas danzas para lanzar gritos y silbidos agudos, profundos y tristes. En movimientos acompasados arrastran todas las azadas produciendo un ruido formidable por el empedrado de las calles.

Luego enarbolan sus instrumentos y proclaman en alta voz: "Chimborazo, Tungurahua, los Caporales somos".



Gráfico I.06 El Guionero

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

5. MONOS: En 1808, durante una corrida de toros, en cierto pueblo algunos antropólogos distinguieron, entre los enmascarados, a los monos, "con sus largas colas", dispuestos a azotar a quienes intentaran descubrir a la fuerza a los disfrazados. En 1865, uno de los participantes del baile de los Sanjuanes, en Cayambe, aparecía disfrazado también de mono, con larga cola y haciendo jugarretas completamente independientes del resto del espectáculo. El mono de las fiestas de San Juan en Otavalo aparece con un vestido amplio y de una sola pieza desde la cabeza hasta los pies, con agujeros para los ojos y la boca y con un rabo cosido a la parte posterior.

En los autos guayaquileños de la navidad, hace pocos años, también intervenían los monos, llevando un mameluco ceñido al cuerpo muy parecido al de los diablos pero de color gris o negro y sin cuernos.

San Pedro, en Licán, es conmemorado con monos, diablos, huamingas, etc. La palabra mono, en el tradicional ecuatoriano, también cae dentro del tradicional geopolítico, puesto que los serranos la aplican a los costeños, en tono despectivo. Y no se duda mucho que los enmascarados de mono sean un producto inconsciente de dicha rivalidad.



Gráfico I.07 Los Monos

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

6. COHETERO: Este Personaje se mantiene hasta la actualidad presente en todas las fiestas, La pirotecnia, o ciencia de los fuegos de artificio, tiene aquello que para la fiesta popular guarda mayores atractivos: luces, centellas, chisporroteo, juegos de colores, sonido, triquitraque. ¡Qué más puede completar el ambiente festivo de cualquier celebración! Y no sólo en las fiestas religiosas, procesiones, pasos del Niño, santos patronos o Navidades, sino también se vuelven indispensables para bautizos, matrimonios, recepciones de ausentes pródigos y hasta entierros.



Gráfico I.08 Portador de Voladores

http://4.bp.blogspot.com/_Y5tepbtri4/TBjg0XzA-II/AAAAAAAAAC7w/aLDa1HY4M4c/s400/028++-+copia.JPG

7. ABANDERADO: Personaje del domingo de Pascua en la provincia del Cotopaxi y Chimborazo. Desfila con el Alférez (grado militar), seguido de parientes y amigos, al son de marchas militares.

En las Pascuas de Licán el Abanderado es el prioste; blande una espada y lleva un tajalí (Banda tricolor). Además de este Abanderado indígena, hay el Abanderado blanco, que es el prioste de la población; el Abanderado del pueblo y los llamados Abanderados de los anejos.

El Abanderado del pueblo da órdenes a los Abanderados de los anejos. Según investigaciones, nombre que se da a los priostes de las fiestas de navidad, en Tisaleo. Vuelven a llamarse Abanderados y alcaldes los organizadores de las Octavas también en Tisaleo. La misma costumbre subsiste en otras áreas. En Latacunga, los Abanderados de la fiesta de la Virgen de las Mercedes se disfrazan como tales, encabezan la procesión portando una bandera, y luego, frente a la Iglesia, hacen disparos al aire y simulan un combate con sus lanzas.

Las corazas de la fiesta de San Luis, en Otavalo y San Pablo, también tienen su Abanderado, quien porta un cetro dorado y se presenta más ricamente vestido que los tenientes y alférez. Los Abanderados del baile formal de San Juan, en Checa, se llaman tragueador y tragueadora.



Gráfico I.09 Abanderado

Fuente: Centro de Arte y Cultura – Pablo Luis Narváez

8. PERROS: Aparecen en las provincias centrales, luchando al lado de buitres, curiuingas, osos y pumas contra los sacha runas, durante el solsticio vernal. Según algunos antropólogos es el personaje de un juego típico del velorio de adultos en Punyaro, en el cual también representan con el curiuingue, pero combatiéndolo. Se ven Perros las vísperas de San Pedro en Licán, y también diablos, huamingas, ingapallas, monos, payasos y sachas. De acuerdo con investigaciones, sigue siendo una figura de enmascarado de la fiesta de la Virgen de las Mercedes en Latacunga y de la de Corpus Cristi en Riobamba.



Gráfico I.10 Los Perros

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

9. HUARMI TUCUSHCAS. En quichua significa, "hombre hecho la mujer", en otros "el hombre se viste de mujer para ridiculizarla". Este tipo de acción se produce en los carnavales, los varones casados entre 25 y 40 años se disfrazan de mujeres, danzan al compás de un tambor ejecutado por ellos y se acompañan de un rondador o rondín, aunque en estos últimos tiempos se ha dado por remplazar estos dos instrumentos con el radio; la esposa va detrás llevando el "carnari" regalo para ser entregado o compartido con familiares íntimos de la pareja, padres, suegros, hermanos, etc.

El baile se reduce a una serie de saltos exagerados, fáciles de observar a cierta distancia porque tornan chaquiñanes o atraviesan por las cimas de las colinas. Pasan de un lugar a otro disfrutando comidas y licores que les son brindados; si alcanzan regresarán esa misma tarde o noche a su hogar, de lo contrario lo harán al otro día.

La vestimenta consta de los siguientes elementos: camisa larga, llamada también camisón o "ucunchina", anaco de bayetilla negra sostenida por una faja ancha de lana o hilo de chillo; reboso o "tupulli" de colores vivos apuntados con el tupo que cuelga del cuello por una cinta denominada "fiador"; uallcas de vidrio o mullos; sombrero de lana de cuya delantera cuelga una careta o máscara de alambre fino con figura de rostro y en la parte posterior también cuelga un pañuelo grande seda o uno normal; circundando el sombrero y a manera de cintillo están colocadas cintas de seda de colores diversos. Los tambores son elaborados por artesanos de los poblados, precisamente para esta festividad se preparan luego de Año Nuevo.



Gráfico I.11 Los huarmi Tucushcas

Fuente: <http://www.shyrixii.edu.ec/imgs/carnaval4.jpg>

1.3 PERSONAJES MÍTICOS EN CELEBRACIONES POPULARES DE RIOBAMBA.

1. EL CURIQUINGUE:

Personaje mítico, existen varias creencias sobre esta ave, común al campesino ecuatoriano. Una de ellas está muy arraigada a lo largo del callejón interandino, incluyendo la provincia de El Oro, y es que cruzando *Phalcoboenus carunculatus* con gallinas criollas (*Gallus domesticus*, Familia Phasianidae) se tiene crías cuyos machos más tarde se convierten en famosos gallos de pelea.

Según el Inca Garcilazo de la Vega Curiquina significa "ave sagrada del Inca" (Curi = Oro; Inga = Rey o Dios sol), interpretación que sería válida para **Phalcoboenus carunculatus** sólo después de la conquista de los incas al territorio del actual Ecuador, pues esta especie es propia de los altos Andes del Ecuador y sur de Colombia, y por consiguiente desconocida para los invasores. El ave sagrada trae buena suerte, razón por la cual a veces es amarrada a los vehículos de transporte público Existen actualmente en varios pueblos andinos danzas y canciones sobre el Curiquingue.¹⁰

El curiquingue es un ave sagrada en la mitología de los Cañaris, de la cual decían procede su raza; en consecuencia, es bien posible que la danza sea, en el fondo, un acto de culto a la deidad progenitora del linaje de los Cañaris, durante el equinoccio (sic= solsticio) de primavera.

Algunos antropólogos vieron curiquingues en disfraces, juegos, baile y velorios en Chimborazo, Cotopaxi, Pichincha e Imbabura describiendo el baile en estos términos: Al centro los espectadores de una tuna criolla colocan un pilche con chicha y una copa de aguardiente, todo en el suelo, sobre la tierra apisonada. Simula el bailarín ser un curiquingue, y al son de la música intenta recoger el pilche con los dientes, abriendo en sentido lateral lo más que puede las

¹⁰ Tjitte de Vries- "Historia natural del curiquingue *phalcoboenus carunculatus*; en los páramos del Ecuador", Ed. de la Univ. Católica, Quito 1983 pp. 65,66,67

piernas, e inclinando la cabeza hacia el objeto que es el pilche. Cosa verdaderamente difícil, y, mientras lo intenta, una, dos, diez y cien veces, en medio de la algazara general de los concurrentes, el cantor repite ininterrumpidamente las estrofas del curiingue:

Garras, garras, curiingue

Sácale a la cuica curiingue

Sácale a la cuica, curiingue; etc.



Gráfico I.12 El Curíingue

Fuente: <http://www.shyrixii.edu.ec/imgs/carnaval4.jpg>

Cuando el bailarín campesino lleva a cabo su objetivo, hay un sólo grito emocionado en los concurrentes. Cese entonces el canto y la gente ocupa el resto de su tiempo en beber canelas (canelazo).¹¹

Los mismos autores en base a una investigación hecha en la lán Chimborazo nos relatan una leyenda contada por una huasipunguera del lugar "Cuando la tierra era todavía de los nativos aquí, en este mismo cerro, en el Padre-Urcu dos longuitos perdieron a sus taitas. Los huacchitos lloraron por muchos días a sus padres; pero pasó un día y otro... sintieron hambre y no pudiendo conseguir nada para comer se acercaron a la única sementera de papas que les habían dejado sus taitas... El fuego de la choza, por el descuido había muerto y no tuvieron con qué cocinar, lloraron por muchos días, al fin, cuando todo parecía perdido, se encaminaron a la sementera de papas, tomaron en abundancia sus flores blancas y moradas, se cubrieron el cuerpo de pies a cabeza, los dos longuitos, y al atardecer extendieron sus brazos al cielo y se convirtieron en curiquingas. Luego, alegres, sonrientes, se encaminaron a la cumbre del Padre Urcu, donde construyeron su nido y dieron origen a las demás curiquingas".¹²

¹¹ Paulo de Carvalho - Neto. "Diccionario del Folklore Ecuatoriano", Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito 2001 pp. 152

¹² Tjitte de Vries- "Historia natural del curiquingue phalcoboenus carunculatus; en los páramos del Ecuador", Ed. de la Univ. Católica, Quito 1983 pp. 68,69

1. EL SACHA RUNA

Sacha-runu, Sacha. La voz tiene dos acepciones folclóricas: es un enmascarado y un mito. Como enmascarado, ya en 1847 antropólogos lo veían en las procesiones quiteñas encabezando el cortejo al lado de los diablitos; azotaban con látigos a los niños, haciendo retirarse a los espectadores.



Gráfico I.13 El Sacha Runa

Fuente: Centro de Arte y Cultura – Pablo Luis Narváez

Los sacha runas luchan contra buitres, curiuingas, osos y pumas, durante el pase del Niño en la zona del Chimborazo. Según estudiosos, la voz significa "hombre salvaje".

El Sacharuna baila al ritmo de la expresión india "achachay" y personifica a los pueblos chiris.

Otros antropólogos defienden una sugestiva hipótesis acerca de su origen en nuestras fiestas populares. Dicen que en el siglo IV D.C. se presume hubo una invasión principalmente en las provincias centrales, Chimborazo, Tungurahua, Cañar y Azuay, de los Encabellados del

Oriente, esto es, los Shuaros y Yumbos; en consecuencia de dicha invasión, es decir, a raíz de la misma y como reminiscencia de la misma, la mayoría de los indios del Chimborazo, anualmente, celebran los bailes de los Yumbos, Auca, Sacharunas llevando la vestimenta ceremonial de los orientales.

Un informe del instituto del folclor ecuatoriano los describe a los sacha runas como: "El Sacha es un disfrazado que lleva una peluca grande, máscara de cartón, foete y espejo, y cuya ropa tiene cosidas a ella ramas u hojas de un vegetal llamado salvaje, que lo recoge en las peñas o lo compra en Riobamba." ¹³

¹³ Paulo de Carvalho - Neto. "Diccionario del Folklore Ecuatoriano", Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito 2001 pp. 371

2. EL DANZANTE

Es un indígena que luce vestido ceremonial propio de las danzas. Actualmente se la considera una ocupación específica, por el dominio, conocimiento de pasos, movimientos, actitudes, posiciones, Así lo indican las raíces aborígenes: El Tushuc quiteño mantiene su antiguo prestigio. Sus servicios son especialmente requeridos en fiestas, celebraciones, ritos, ceremonias, en las cuales demostrará habilidad como bailarín. Subsisten dos clases o categorías de danzantes, el común o simple bailarín, artista en movimiento, y los guías, ñaupadores, campeadores, chaquis, según la región geográfica, profesionales de la danza, última supervivencia de los Tushucs, quienes dirigen paso a paso el ceremonial. El danzante contemporáneo, heredero de las glorias pre-históricas del Tushuc o hacedor de lluvia cayapa, lleva un vestido especial, en lo posible completo, y aún con cierto esplendor o lujo, según su procedencia, colorido, brillo, joyas adornadas, bordados, máscaras y símbolos acondicionados de la cabeza a los pies.

1. **Cabeza:** Simple en su estructura; compleja en sus adornos y significado. Sobre una base rectangular de unos 80 cm. de largo, mediante perforaciones, acondicionan un arco con 2 o tres bejucos entretreídos, estructura amplia y resistente. Cubre el arco interiormente una gruesa tela o malla de cabuya. Sobre ella colocan un fondo de tela roja en donde destacan los adornos, símbolos.

Dando la conformación del arco, en la parte anterior sitúan una franja de papel plateado y cosen, al centro en la parte superior un pelicano en relieve con el pico hacia un lado y el pecho abultado, cubierto de oropeles. Al centro del arco surge una concha ovoidal, en tanto el cuerpo del pelicano lo cubre con: perlas, aretes, cadenas doradas, incrustaciones en piedras falsa.

A derecha e izquierda del pelicano e imitando guaguas de pan sin brazos ni piernas, vestidas de papel brillante roja, van dos cabezas de muñequita de china, también las adornan con mullos, perlas en hileras paralelas.



Gráfico I.14 El Danzante

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Al pie del pelícano empotran en relieve, un toro de madera pintado de celeste, con cuernos negros e igualmente a esta figura la adornan con huellas de hilera de perlas, cadenas y mullos en zigzag. A uno y otro lado del toro cosen dos espejos pequeños, con marcos bordados en perlas blancas.

La parte posterior de la cabeza, desde el centro del arco sostiene los penachos, especie de plumeros encajados de embudos de cuero, luciendo haces de plumas de pavo real, curiquingas, sigsigs etc.

2. **La tablilla** rectangular, primeramente descrita, en su parte inferior y al centro del cerco, con clavos o tarugos de mangle sujetase a un sombrero de lana, pintado con rayas azules

y rojas. Así, la pesada cabeza del bailarín está completamente segura y no peligran en los movimientos. Sobre la parte delantera del sombrero, en su ala levantada, incrustan una especie de cerquillo de monedas antiguas que cubre la frente del bailarín, cayendo sobre la careta.

3. **Trenzas**, sobre un cordón rojo ancho, para ceñirse luego a la frente: elaborado en hilo de cabuya, adhieren tres trenzas de cabello humano a uno y a otro lado, sumando un total de seis y cubriendo los hombros o la espalda según el caso.

4. **Máscara**: Algunos utilizan por comodidad caretas de alambre, adquiridas en los mercados de las ciudades.

La careta sujeta a la nuca, mediante cuerdas gruesas de cabuya que llevan a ambos lados de la parte superior.

5. **Macana**: Sobre los hombros colocan una macana de colores, bastante pequeña. Especie de almohadillas que soporta el madero de donde cuelgan bordados rectangulares o respaldos. Utilizan además, para cubrir la cabeza, cuando se despojan del disfraz al descansar.

6. **Pechera**: Conocen dos clases: a) Tela rectangular, con flecos en los cuatro costados; un toro de madera al centro y bordados florales. La pechera porta, sobre sus motivos en relieve infinidad de adornos, piedras falsas, perlas, aretes, etc. Se sujetan o cruzan con gruesos huatos a la espalda.

b) La pechera de los danzantes de Pujilí consiste en: una tela rectangular íntegramente adornada con monedas antiguas. Carece del toro cualquier símbolo en relieve, acostumbrado por los danzantes de Tungurahua.

7. **Mangas**: Las trabajan en tela perforada, con orillo ribeteado, angosto, enconchado; fondo de tela roja. Sobre lienzo almidonado blanco sitúan adornos de cintas rosadas y verdes, semejando triángulos a botones de forma de rosa, de los cuales cuelgan manojos de cintas delgadas, en diferentes colores. Estas anchas mangas son similares a las que llevan los sacerdotes cristianos, sujetas a la axila, y al hombro, con gruesos alfileres.

8. **Delantera.-** Según la zona geográfica a la que pertenecen los danzantes; distínguese:

a) Delantera de los danzantes de Tungurahua y Cotopaxi.- Tela bordada con motivos florales, solares, acuáticos, de fecundación, etc. provista de flecos carmesí o dorado. Se ciñen a la cintura como un changalli (delantera en quichua), mediante cordones. Esta pieza bordada cae hasta las rodillas y, casi siempre, se confeccionan en terciopelo amarillo, con adornos azules, verdes, rojos, dorados o plateados, en aparente limitación a las casullas de los sacerdotes cristianos.

Se diría que no podemos negar el influjo religioso cristiano, porque estas vestimentas semejan una réplica de los mantos.

b) **Delantera de los danzantes del Chimborazo.-** Difieren de las anteriores. Sobre un madero de un metro de largo, utilizando por base, malla de cabuya y fondo de tela blanca o roja, cosen la delantera cubriéndola con monedas de plata antigua. La pieza llega a los tobillos, formando una verdadera muralla de plata, del cuello hacia abajo.

Denominan delantera de plata, la cual cubre al danzante. Vistos de frente, integran un solo todo, cabeza delantera, muralla brillante, advirtiéndose apenas el movimiento de los pies.

El caso de la delantera de plata de los danzantes del Chimborazo es único en el país. En ninguna otra región subsiste algo similar. Estas delanters, muchas de ellas elaboradas con monedas españolas antiguas, representan, para sus dueños, una verdadera fortuna aunque en los últimos tiempos han ido sustituyendo con monedas falsas. Las lujosas supervivencias demuestran el antiguo esplendor de los Tushucs Puruhuayes, o sacerdotes de la lluvia.

9. **Pantalón:** Especies de zamarros confeccionados con tela blanca. No tienen posaderas al igual que las zamarras acostumbradas por los indios de Quingeo y Ludo, en las batallas de Pucará. Piernas anchas y holgadas permiten fácil movimiento de la rodilla a los pies, acoplan una malla o tejido de crochet, lleno de perforaciones rectangulares y circulares terminando en un orillo enconchado, angosto y hermoso. La malla encaje de dos palmos

de ancho lleva fondo rojo. A los costados, como en las mangas, disponen adornos, manojos de cintas multicolores, en flotantes cascadas sobre el almidonado pantalón, sujeto a la cintura con grueso cordón. La delantera cubre gran parte de la burda tela del pantalón. Se observa sólo la malla perforada, elegante adorno que adquiere realce durante la danza.

10. **Respaldo:** Madera de un metro de ancho al que sujetan las telas rectangulares fabricadas en terciopelo amarillo. Asimismo las adornan con bordados, sobresaliendo los motivos florales, ribeteados con cintas plateadas. Desde el centro de la base caen anchas cintas amarillas, en triangulo superpuesto, agitándose rítmicamente al danzar.
11. **Cascabeles:** Sobre un retazo de cuero crudo rectangular, acondicionan doce o más gruesos cascabeles de cobre.

Permanecen ocultos bajo el pantalón, en los tobillos, sujetándolos mediante cuerdas de cabuya. No se los descubre, a primera vista, sino por el ruido que ocasionan al mover los pies. Los cascabeles antiguos gruesos y sonoros han ido desapareciendo poco a poco. Hoy lo sustituyen con otros. Más sencillos adquiridos en el mercado.
12. **Alpargatas y oshotas:** De acuerdo a las circunstancias lucen alpargatas de cabuya u oshotas de cuero crudo. En los dos casos, el danzante dispone de adornos especiales o manojos de cintas multicolores, a derecha e izquierda y al centro del pie, los cuales caen al ritmo de la danza.
13. **Alfanje:** No todo danzante lo porta, sino el guía, el cual marcha a la cabeza del grupo y el transguiador que cierra el mismo. Dicho objeto puede ser de lata, madera o hierro y sus formas varían: cruz, cáliz, daga, estrella, un rompecabezas prehispánico, etc. Con el alfanje dirige el baile. Los componentes obedecerán las señales del guía, describiendo figuras y pasos.

INTERPRETACIÓN DE LOS ELEMENTOS DEL DANZANTE

- a) **El Arco:** No es una forma escogida al azar, ni puede sustituirse con otra. Simboliza el Suyu o Arco Iris, divinidad fecundante. Lo esencial en ella, consiste en que atraviesa, fecunda el cielo, efectúa tinguinacuy o matrimonio.
- b) **Los bordes del arco cubren con papel plateado:** En épocas pretéritas debió estar trabajando en plata, metal símbolo del culto a la luna, otra de las divinidades fecundantes.
- Del arco nacen tres plumas, símbolo de la flor del maíz. Expresan como de la actitud fecundante o tinguinacuy del arco iris y el cielo, surge el maíz, identificado en su filosofía como lluvia sagrada.
- c) **Los espejos:** Posiblemente conservan varios significados. Nos recuerdan la celebración que los historiadores atribuyen a los Incas, el acto de recibir los rayos del sol en la superficie del espejo y reproducir fuego. Representa a demás las Cuchas o grandes masas líquidas. Finalmente, con ellos el danzante no teme a los espíritus adversos ya que al reflejarse estos en la superficie, no pasarán inadvertidos. Así el alma del Tushuc no podrá ser arrancada.
- d) **Los muñecos:** Son representaciones femeninas de la vegetación. Significan además la pareja progenitora y de la fecundación. Quizá en épocas anteriores debieron ser muñeco y muñeca.
- e) **El Pelicano o ave lluvia:** Por el estudio de las grafías se identifican como ave sagrada o fruto del hijo. La voz está vinculada a la raíz o nacimiento y a la nana o madera de balsa. Tratándose a demás de un ave símbolo de de las viyás y la navegación marítima. La representan en casi toda pieza de cerámica pre incásica, especialmente piruros y figurillas. El pelicano habita en las riberas del mar, por ello como símbolo expresa la procedencia o camino de las migraciones caras.
- f) **El Toro:** Constituyó un símbolo masculino fálico y de fortaleza. Desde luego no todas las cosas aparecen ni siquiera con relativa claridad. Las astas del toro son símbolos

fállicos vinculados a su vez con el culto a la luna. Tanto el pelícano como el toro van adornados con perlas, piedras, cuentas hacedoras de leche y lluvia. La leche significó la lluvia del seno o principio fecundante. Las perlas Colocadas, en zigzag, nos recuerdan la serpiente-rayo.

- g)** En algunas Cabezas incrustan hermosísimas conchas, expresión del culto al seno verdadero o cuchá y la procedencia marítima de la cultura.
- h)** Las monedas colgantes del sombrero forman el misillí de Origen Colorado. Se traduce línea o cuerda de sabiduría. Cuerda o línea hacen referencia al cinturón equinoccial, por lo tanto, testifican la sabiduría quiteña o de los Shiris. Las Monedas, en sí, reflejan el culto eliolátrico.
- i)** **En la pechera o Cu**, portan elementos representativos del grande seno de la divinidad. Algunas figurillas arqueológicas, muestran en el pecho, representaciones de la luna. En los Danzantes de supervivencia destacan las monedas de plata que recuerdan el culto a la gran divinidad femenina o flor de la mitad del mundo: La Luna.
- j)** El nombre faldellín o changalli. Viene del idioma colorado: Cha = Verdadero y y gali, del Cayapa jali, ropa; ropa verdadera, o ropa de la verdad.
- k)** **Los Pantalones:** contienen tocos o senos de la tierra, símbolos de fecundación. Cintas, lluvia y flores tierra productiva y fecunda terminan en bordes cuyo diseño habla del rayo y la serpiente.

En esta parte del vestido ritual los elementos son mestizos. Desaparecen los antiguos adornos, reemplazándolos, por ancho encaje en crochet. Quienes tejieron dichas prendas, con muchos decenios entre sí, seguramente consultaron el parecer indígena, dibujando tocos, meandros etc.

Sus Colores blanco, verde y rojo, corresponden a la magia simpatética así lo considera Frazer en su “Rama Dorada”. Para Quitus y Cars en Particular, simbolizaron el Rojo: Sangre, purificación, fuego, lluvia; el Blanco: La divinidad, el absoluto, la lluvia, la

luna, la estrella, que guió sus naves o viyás. El verde: La tierra fecunda, el origen shilli o de la cuerda divisora de los mundos, juventud eterna, jerarquía del Monarca.

Además, del Blanco al Rojo y del Verde al Amarillo, los colores representan maduración de los frutos. Recordemos el amarillo de los faldellines, las alas o respaldo.

El amarillo refleja el culto heliolátrico y el del maíz.¹⁴

¹⁴ PEÑAHERRERA, P. y COSTALES, A., El Quishihuar o el Árbol de Dios. Instituto Ecuatoriano de Antropología y Geografía. Talleres Gráficos Nacionales. Quito 1968. Pp. 161-174

3. EL DIABLO HUMA

Cuentan la historia de que el Haya Huma para el pueblo Quichua es la representación del bien y del mal, es la personificación del espíritu es la representación de la fuerza energética de la Pacha Mama.

Narran los abuelos que hace mucho tiempo atrás en un Inty Raimy (Fiesta del Sol), en plena noche de luna un hombre viudo triste y solitario se retiró a su hogar, luego de haber atendido a los danzantes con comida y chicha a los visitantes que le habían llegado a su casa, se disponía a dormir.

No paso mucho tiempo cuando de súbito escucho el clamor de baile cerca de su casa las flautas traversas sonaban con melodías guerreras y los zapateos enérgicos con las voces airadas de animación contemplaban el ritmo del baile.

El viudo creyó que había llegado otro grupo de bailadores, se levanto para ofrecer comida y chicha festiva a los demás danzantes, cuando se sorprendió estos no habían entrado a la sala como es de costumbre, estaban bailando solamente en el patio.

Al salir el viudo de el patio retirándose a dormir ocurrió algo impresionante; el zapateo de ellos hizo retumbar los suelos y el sonar de las flautas traversas salía por doquier y las voces de los danzantes se escuchaban como truenos; al regresar a ver por la puerta se dio cuenta que eran unos extraños de dos cabezas una a cada lado... con cabellos alborotados y orejas raras, gruesos cabellos, algunos tenían chumpis o churis. Otros látigos y otros tocaban excelente las flautas.

Al observar se dio cuenta que tenían una indumentaria bastante rara tenían un pelaje alborotado en las piernas y llevaban los pies al revés y así como de pronto desaparecieron de la nada; y al momento llegó un silencio. A los pocos momentos se dio cuenta que los visitantes eran los llamados



Gráfico I.15 El Diablo Huma

<http://www.flickr.com/photos/50195517@N07/4720913648/>

"Hayas"(haya huma). Al pasar el tiempo hizo una indumentaria igual al de los hayas y dicen que este hombre cambio su forma de ser, que en cada Inty Raimy era el primero en entrar y el último en salir su voz movía a todo el pueblo y el con su traje era casi invencible.¹⁵

¹⁵ <http://www.profanandolaluz.com/2010/07/el-haya-huma-cabeza-de-diablo.html>

4. EL YAYA CARNAVAL Y LA MAMA SHALVA

El origen del carnaval viene desde occidente con sus costumbres y tradiciones. Con la conquista en América, especialmente en el territorio del TAWANTISUYO, se interrumpen los rituales celebrativos del pueblo andino. Se suplantaron a los Raymis (fiestas) andinos esto es al PAWKAR RAYMI, INTI RAYMI, KULLA RAYMI y KAPAK RAYMI.

INICIO DE LA CELEBRACIÓN DEL PAWKAR RAYMI. Las comunidades andinas en estos meses, desde enero hasta el mes de marzo, especialmente en este último mes, celebran hasta la actualidad el **PAWKAR RAYMI**, con mayor énfasis a partir de junio en el que se inicia el tiempo denominado ACHIK KAWSAY, o tiempo de LUZ para la humanidad. La presencia de la vida en sus diferentes manifestaciones, como el florecimiento del ciclo agrícola, que se evidencia en la presencia de flores, plantas medicinales, alimenticias y sagradas, como un don de la naturaleza que PACHAKAMAK YAYA (Jehová, Yahvé, Eloím, Alá., etc) otorga a la comunidad humana, es motivo de celebrar, agradeciendo al amor recíproco como parte de la infinita conexión del ser humano con la naturaleza y DIOS.

EL CARNAVAL POR LA VIDA

Es una celebración ancestral que se la viene rescatando en la ciudad de Riobamba.

Es el verdadero valor celebrativo de la fiesta del amor por el advenimiento de los frutos tiernos, encuentro con granos maduros, como anticipo a la celebración del PAWKAR RAYMI. Es propiciar la cultura de respeto a la vida, a la dignidad de las personas, evitando las prácticas extrañas, esto es el uso de bombas, pinturas, espuma de carnaval, licor y otros productos nocivos para la salud.

Es Exaltar las bondades que consigo trae esta festividad realizada de manera originaria, en el que se comparte la abundancia de los productos que **El Dios de la Vida** nos da y los bendice.

El carnaval es una expansión de la vida, que desde el sincretismo mestizo se convierte en la fiesta de la abundancia antes de la abstinencia de la cuaresma. Por ser fruto de ese mestizaje, en la fiesta se fusiona lo cósmico andino con lo pagano europeo en coloridos personajes.

En los pueblos amerindios, el carnaval es fruto de una simbiosis entre la ceremonia de equilibrios y el canto necesario a la abundancia. De ahí que en todos los cantones de Chimborazo se celebre el carnaval con singulares significaciones locales, con coplas y con cantos que al son de una guitarra despiertan a los carnavaleros que desde las distintas latitudes del Chimborazo se proyectan en cada uno de los personajes y gentes que viven desde el regocijo.

“YAYA” CARNAVAL Y “MAMA” SHALVA

Para iniciar esta celebración, se nombra en reconocimiento por su vida ejemplar al: YAYA CARLOS o llamado YAYA CARNAVAL y MAMA SHALVA O MAMA CARNAVAL; estos personajes son quienes a la llegada de esta temporada de fiesta propician LA GRAN CELEBRACIÓN, invitando con sus visitas de casa en casa. El YAYA CARNAVAL vestido de un samarro “tzunzu” (con flecos), poncho rojo de lana, bufanda blanca, sombrero, portando en su mano una caja o tambor. El Yaya Carnaval se constituye en el ser muy respetado y representativo de las actividades de nuestra comunidad. La MAMA SHALVA, con su rostro pintado de negro, anaku, chankalli, y wanku, demostrando el fruto de su creatividad y su labor artística, en su espalda carga un muñeco y el infaltable KUKAYU –fiambre- (mote, papas, cuyes, habas tiernas, chicha, etc.) y portando en su mano el llamado murumanga para las wanllas.

Quiere decir entonces, que la cultura andina expresa la abundancia de la madre tierra y de su propio corazón, incluyendo en esta gran fiesta a propios y extraños; comparte la comida, bebida y su hospitalidad, por ello la MAMA CARNAVAL acompaña al YAYA CARNAVAL en este recorrido incentivando a que las mujeres tengan la expresión y participación en la vida diaria, relación social y política de los pueblos, y promoviendo la cosmovisión andina del respeto a todas las vidas y formas de convivencia con la naturaleza.

La presencia de estos dos seres, demuestra la riqueza de la dualidad en la cosmovisión andina, que no hace distingo ni menosprecia a la mujer, más bien, evidencia que está al mismo nivel de amor y expresión de la vida.



Gráfico I.16 El Yaya Carnaval y La Mama Shalva

<http://andes.info.ec/fotos/Carnavales-en-Ecuador/Carnaval-de-Guamote/carnaval7755>

En la actualidad para celebrar este acto, la comunidad se prepara con tiempo, asegurando que haya abundancia de los frutos que la Pachamama, generosamente nos brinda; de esta manera, los extraños y visitantes retornarán a sus casas luego de haber interactuado en la celebración, con el mejor recuerdo de amor y amistad en el advenimiento del PAUKAR RAYMI.

Nuestras culturas andinas son eminentemente cósmicas, lo que quiere decir que se cultivaron y evolucionaron en el entendimiento de los ciclos de la vida y la muerte que aleatoriamente se dan día a día en nosotros que permanentemente nos intercomunicamos de manera inconsciente con el entorno. De ahí que las viejas tradiciones, en una época de silencio espiritual, sean buscadas con avidez, en pos de crear imaginarios colectivos de respeto, afecto, solidaridad y amor.

En la provincia de Chimborazo, y en general en la zona andina de nuestro país, que según muchos expertos es el nuevo eje energético del planeta, se está evolucionando en la percepción del mundo de una manera increíble. Con este resurgir algunos de los hombres de sabiduría del pueblo indígena en un “tiempo nuevo” inyectan viejos usos y costumbres al revelar saberes que han sido entregados por tradición oral de generación en generación en el más absoluto hermetismo.

Hoy han devuelto a la piel de los andes al “Yaya Carnaval” y a la Mamá Shalva, después de más de dos siglos y medio están nuevamente con nosotros para llenar de alegría esta celebración que en cada una de las comunidades y caseríos de nuestra provincia fluye en sentidos de abundancia, de fraternidad y de agradecimiento a través del prójimo con la madre tierra por los frutos recibidos.

Para ser Yaya Carnaval y Mamá Shalva hay que haber saltado del yo a los demás en el soñar y trabajar por ellos, en el haber acumulado de los años la sabiduría para discernir más allá de los oropeles y las luces, el verdadero sentido de la vida. Uno no busca serlo, la comunidad es la que acoge de su seno al elegido que obligatoriamente deberá ser sometido a ceremonias de iniciación, es decir el Yaya y la Mamá Shalva deberán morir en parte de su vida para que otra parte nueva pueda nacer con una conciencia absoluta de ese adiós y esa bienvenida.

5. EL CUCURUCHO

Dejar atrás al hombre viejo y dar paso al cambio de vida es uno de los propósitos del cucurucho, ese personaje misterioso de la procesión de viernes Santo, quien va al frente del desfile, vestido con una túnica lila y cubierto la cabeza con un capuchón para evitar que la gente lo reconozca.

Al Ecuador llegó con la cultura española y el pueblo mestizo y criollo de los Andes lo aceptó y lo fue acoplando como parte de la religión católica, comenta el historiador Jorge Moreno, director de la Escuela de Ciencias Históricas de la Universidad Católica. Un cucurucho en la Colonia, generalmente participaba en procesiones nocturnas, pero luego se fue transformando e inmiscuyendo en los grandes desfiles como un penitente que no quería que lo reconocieran y que vestía de luto en señal de arrepentimiento.



Gráfico I.17 El Cucurucho de Semana Santa

<http://www.nuestramirada.org/photo/lv119751?commentId=2072012%3AComment%3A270461&yg>

La aceptación se produjo porque, en ese momento, solo existía la religión católica y la implantación de esta incluía costumbres, rituales y ceremonias que ahora se han convertido en una rutina.

En la edad Media la gente iba a confesar sus pecados al sacerdote, quien daba una penitencia y, para cumplirla, el pecador debía quedarse de pie en la puerta de la iglesia día y noche a la vista de quienes acudían al lugar; entonces, la vergüenza de que lo vieran le hizo cubrirse el rostro.

El cucurucho ahora puede ser un político, empresario, carpintero, obrero o delincuente, mayor de 14 años; no importa su estrato social, lo que interesa es que esté convencido de que quiere el perdón de Dios o una gracia para su vida o el país, según el padre Fernando Pozo, capellán de la Capilla de Cantuña, de San Francisco.

La procesión no es una exclusividad de la ciudad, indica Moreno, ya que se realiza en distintas provincias y en el mundo por ser una tradición cristiana. La imagen de Jesús es la protagonista de la procesión de viernes Santo.

La palabra cucurucho viene del italiano dialectal cucuruccio. Es un papel o cartón arrollado en forma cónica, empleado para contener cosas menudas, según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. Por eso, también extiende la definición al capirote (cucurucho de cartón cubierto de tela) cónico de los penitentes y disciplinantes.

El color de la vestimenta de los cucuruchos tiene su significado. El negro representa luto y tristeza, el morado es signo de penitencia y el concho de vino significa triunfo o gloria.¹⁶

¹⁶ <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/el-cambio-de-vida-mueve-al-cucurucho-201139-201139.html>

6. EL ANIMERO

En Chimborazo-Ecuador, se mantienen entre sus habitantes las tradiciones por el Día de los Difuntos, una de ellas es la del ANIMERO. En la iglesia San Juan Bautista de la parroquia Yaruquíes todos los años antes del día de los Difuntos es costumbre venerar por nueve días el cuadro de las Almas del Santo Purgatorio, que el 1 de noviembre saldrá en procesión por el pueblo. Esta es una de las tantas celebraciones históricas que se realizan en Chimborazo para el feriado de los difuntos. Tradiciones que acompañan a los fieles riobambeños desde épocas coloniales, en su mayoría.



Gráfico I.18 El Animero de Riobamba

Fuente: <http://www.flickr.com/photos/67838776@N07/6307584627/sizes/z/in/photostream>

El significado de la tradición del Animero incita a la gente a rogar por las almas. Los rituales que celebran la vida de los ancestros que realizaban en México por lo menos desde hace tres mil años antes de la llegada de los españoles, las festividades eran dedicadas a la celebración de los/las niños/as y las vidas de parientes fallecidos. Sin duda alguna estos rituales llegaron al país por el intercambio cultural; de ahí se puede atribuir la aparición del Animero.

“LEVANTEN ALMAS DORMIDAS A REZAR UN PADRE NUESTRO Y UN AVE MARIA POR EL AMOR DE DIOS”. Este canto es entonado por el animero que expresa su devoción a las almas y no regresa a ver, ni conversa con nadie, porque las almas no lo permiten, menciona el Animero. Si lo hace le ataca un dolor de cabeza, como si le pegarán.

En su recorrido lleva un cráneo por adoración, un crucifijo por respeto al cementerio, una campana para acompañar su canto en el despertar y su túnica blanca por el color de las almas. En la era prehispánica era común la práctica de conservar los cráneos como trofeos y mostrarlos durante los rituales que simbolizaban la muerte y el renacimiento. Actualmente la manera de adoración es besando el cráneo.

En Riobamba, el animero estaba desapareciendo. Pero desde hace dos años, “conscientes de que en cultura nada hay más universal que lo local”, la Municipalidad, a través de su Dirección de Gestión y Cultura, promueve al animero como patrimonio cultural intangible de la ciudad.

FICHAS RESUMEN PERSONAJES DE LAS FIESTAS POPULARES

EL CURIQUINGUE PERSONAJE MÍTICO:	
ORIGEN Y/O HISTORIA	FIESTAS Y/O LUGARES EN DONDE SE LOS HALLA
"Cuando la tierra era todavía de los naturales aquí, en este mismo cerro, en el Padre-Urcu dos longuitos perdieron a sus taitas. Lloraron por muchos días, al fin, cuando todo parecía perdido, se encaminaron a la sementera de papas, tomaron en abundancia sus flores blancas y moradas, se cubrieron el cuerpo de pies a cabeza, los dos longuitos, y al atardecer extendieron sus brazos al cielo Y se convirtieron en curiulingas	<ul style="list-style-type: none"> • Principalmente en la región sierra centro • En toda la zona del Chimborazo • Cotopaxi, Tungurahua, Pichincha, Azuay, Cañar e Imbabura.
	<p style="text-align: center;">VESTIMENTA</p> <ul style="list-style-type: none"> • En la cabeza una figura de un ave (la curiuinga) hecha en madera • Cabeza tipo cono. • Alas de Cartón Cubiertas con papel brillante • Pechera y parte trasera hecha de tela. • Pantalones cortos.
OTROS DATOS	
Según el Inca Garcilazo de la Vega Curiquinga significa "ave sagrada del Inca" (Curi =oro; Inga =rey o dios sol. El curiuingue es un ave sagrada en la mitología de los Cañaris, de la cual decían procede su raza; en consecuencia, es bien posible que la danza sea, en el fondo, un acto de culto a la deidad progenitora del linaje de los Cañaris.	

Tabla I. V. Fichas Resumen El Curiquingue Personaje Mítico

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

EL SACHA RUNA PERSONAJE MÍTICO:	
ORIGEN Y/O HISTORIA	FIESTAS Y/O LUGARES EN DONDE SE LOS HALLA
La palabra procede de dos voces quichuas. Sacha = Monte y Runa = Monte. El Sacha Runa parece ser una mitologización del Oso Andino. Forma que asumiría el espíritu de los árboles. ¹⁷	<ul style="list-style-type: none"> • Principalmente en la región sierra centro • En toda la zona del Chimborazo • Cotopaxi, Tungurahua, Pichincha.
	<p style="text-align: center;">VESTIMENTA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Musgo en todo el cuerpo. • Careta de Cartón • Látigo • Espejo
OTROS DATOS	
El Sacha Runa es de una estatura alta, lleva el cuerpo cubierto de pelos, así como de hojas, musgo y flores a manera de vestido. No puede hablar y emite solamente el grito ¡yu-yu!	

Tabla I.VI. Ficha Resumen El Sacha Runa Personaje Mítico

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

¹⁷ ESPINOSA, M. Duendes Moradas Encantadas y Otras Maravillas. Taller de Estudios Andinos. Quito1999. Pp. 65,66

EL DANZANTE PERSONAJE MÍTICO:		
ORIGEN Y/O HISTORIA	FIESTAS Y/O LUGARES EN DONDE SE LOS HALLA	
<p>El Danzante o Hacedor de Lluvia, el primitivo Tushuc o el hombre en posición, con su figura toda en conjunto traza un grande símbolo: La CRUZ en este caso invocación por la Lluvia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Chimborazo (Son los más elegantes), Pichincha, Tungurahua Cotopaxi, Bolívar, Cañar. 	
	VESTIMENTA	
	<table border="0"> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> Cabeza La tablilla Trenzas Máscara Macana Pechera Mangas </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> Delantera Pantalón Respaldo Cascabeles Alpargatas Alfanje </td> </tr> </table>	<ul style="list-style-type: none"> Cabeza La tablilla Trenzas Máscara Macana Pechera Mangas
<ul style="list-style-type: none"> Cabeza La tablilla Trenzas Máscara Macana Pechera Mangas 	<ul style="list-style-type: none"> Delantera Pantalón Respaldo Cascabeles Alpargatas Alfanje 	
OTROS DATOS		
<p>El Tushuc quiteño mantiene su antiguo prestigio. Sus servicios son especialmente requeridos en fiestas, celebraciones, ritos, ceremonias, en las cuales demostrará habilidad como bailarín. Subsisten dos clases o categorías de danzantes, el común o simple bailarín, artista en movimiento, y los guías, ñaupadores, campeadores, chaquis, según la región geográfica, profesionales de la danza, últimas supervivencia de los Tushucs, quienes dirigen paso a paso el ceremonial.</p>		

Tabla I.VII. Ficha Resumen El Danzante Personaje Mítico

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

EL DIABLO HUMA PERSONAJE MÍTICO:	
ORIGEN Y/O HISTORIA	FIESTAS Y/O LUGARES EN DONDE SE LOS HALLA
<p>Cuentan la historia de que el Haya Huma para el pueblo Quichua es la representación del bien y del mal, es la personificación del espíritu, es la representación de la fuerza energética de la Pacha Mama.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Cañar, Pichincha, Chimborazo, Imbabura, Cotopaxi, Azuay
	VESTIMENTA
	<ul style="list-style-type: none"> Lleva camisa blanca ó de colores pantalón blanco, sostenido por una faja o chumbi. En la cintura lleva una chalina de diversos colores, sobre esta se ubica el zamarro Utiliza alpargatas con capellada blanca. Lo principal en la vestimenta es la máscara de doble cara, cada una de las mismas tiene un color diferente y tres orificios (dos para los ojos y uno para la nariz), con prolongaciones en la parte superior en forme de cuernos, grandes orejas y nariz, decorada con hermosos bordados de colores brillantes en la partes superior e inferior de la misma. Como suplemento lleva en su mano un látigo o juguete
OTROS DATOS	
<p>Cubre la cabeza con tela y, por cabellos, usa unas mechchas. "Es un ser medio diabólico, que dicen se ha bañado tres días en una paccha para compactarse con el diablo y adquirir su poder y habilidad en la lucha para los encuentros que deben sostener</p>	

Tabla I. VIII Ficha Resumen El Diablo Huma Personaje Mítico

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

EL YAYA CARNAVAL Y LA MAMA SHALVA PERSONAJES MÍTICOS:	
ORIGEN Y/O HISTORIA	FIESTAS Y/O LUGARES EN DONDE SE LOS HALLA
<p>El Yaya Carnaval y la Mama Shalva nacen del verdadero deseo de expresar la fiesta del amor por el advenimiento de los frutos tiernos que la Pachamama trae cada año.</p> <p>Nacen para propiciar la cultura de respeto a la vida, a la dignidad de las personas, evitando las prácticas extrañas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En La ciudad de Riobamba, cantones como Guamote, Colta y pueblos aledaños.
	VESTIMENTA
	<ul style="list-style-type: none"> • Yaya Carnaval: • Samarro “tzunzu” • Poncho rojo de lana • Bufanda blanca • Sombrero • Tambor • Mama Shalva. • rostro pintado de negro • Anaku, • Chankalli, • Wanku, • En su espalda carga un muñeco
OTROS DATOS	
<p>En la actualidad para celebrar este acto, la comunidad se prepara con tiempo, asegurando que haya abundancia de los frutos que la Pachamama, generosamente nos brinda; de esta manera, los extraños y visitantes retornarán a sus casas luego de haber interactuado en la celebración, con el mejor recuerdo de amor y amistad en el advenimiento del PAUKAR RAYMI.</p>	

Tabla I. IX. Ficha Resumen El Yaya Carnaval y la Mama Shalva

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

EL CUCURUCHO DE SEMANA SANTA PERSONAJE MÍTICO:	
ORIGEN Y/O HISTORIA	FIESTAS Y/O LUGARES EN DONDE SE LOS HALLA
<p>En la edad Media la gente iba a confesar sus pecados al sacerdote, quien daba una penitencia y, para cumplirla, el pecador debía quedarse de pie en la puerta de la iglesia día y noche a la vista de quienes acudían al lugar; entonces, la vergüenza de que lo vieran le hizo cubrirse el rostro.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Principalmente en la ciudad de Quito • Riobamba • Y algunas ciudades más de la región andina.
	VESTIMENTA
	<ul style="list-style-type: none"> • Atuendo de color lila que cubre todo el rostro • Cinturón blanco o negro • Alpargatas (opcional)
OTROS DATOS	
<p>Los cucuruchos son gente penitente, que – vestidos de lila y cubiertos sus rostros – acompañan en la procesión a la imagen de Jesús, quienes al participar en el recorrido de dolor del Hijo de Dios, desean expiar sus pecados.</p>	

Tabla I.X. Ficha Resumen El Cucurucho

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

EL ANIMERO DE RIOBAMBA PERSONAJE MÍTICO:	
ORIGEN Y/O HISTORIA	FIESTAS Y/O LUGARES EN DONDE SE LOS HALLA
Conocedores de las culturas ancestrales señalan que este personaje es muy antiguo y que incluso existen datos de que se trata de una de las celebraciones más arraigadas de la cultura Puruhá.	<ul style="list-style-type: none"> • Chimborazo • Tungurahua
	VESTIMENTA
	<ul style="list-style-type: none"> • Túnica blanca • Lleva en sus manos una calavera humana • Una Biblia • Fuede • Crucifijo • Candelabro • Campanilla.
OTROS DATOS	
La presencia del animero se mantiene principalmente en las zonas rurales de la Sierra ecuatoriana. Durante su recorrido el personaje es acompañado por decenas de personas.	

Tabla I.XI. Ficha Resumen El Animero de Riobamba

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

1.3.1 Símbolos, iconos y formas.

Aún en la actualidad la riqueza de medios iconográficos, símbolos y formas determinadas se siguen observando en el arte popular, mediante el cual el hombre expresa su forma de ver el mundo y su vida la resume mediante simbolismos los cuales reflejan los valores de su pueblo, las creencias, la gratitud a la madre tierra así como la adoración de sus dioses.

1.3.1.1 Símbolos:

- **Símbolos de mando**

La lanza, el bastón, el cetro, la escoba, la espada y el látigo, pues, en el fondo corresponden a una sola cosa: Son símbolos de mando.

- **Símbolos de riqueza**

Las cintas y las plumas son adornos que se sustituyen mutuamente muchas veces en el folclor ecuatoriano. Son tipos de adorno de segunda clase, pues generalmente no adornan en forma directa, sino que adornan adornos. Adornan arcos, sortijas,

sombreros, cetro, guión, máscaras, etc. que, a su vez, ya son adornos por sí mismos. Vale decir, por su misma condición de cosa secundaria, pero "indispensable".

- **Símbolos de virilidad**

Esto va directamente hacia los adornos de las cabezas. Muchos de ellos no son sino variantes de los cuernos que, a su vez, constituyen símbolos de virilidad. El penacho de los danzantes, pues, en el fondo son cuernos con cambios de forma. Al igual que el mando, también la virilidad no dispensa sus adornos de riqueza, razón porque las cintas plumas también acuden a su llamado.

1.3.1.2. Semiótica del diseño andino

Se debe observar la fenología de las formas del arte, asociándolas con el contexto cultural que las origina. En su metodología dirige el análisis a través de dos causas principales. El conocimiento del principio conceptual el hecho simbólico, y el manejo de los procedimientos de diseño implícitos en el diseño estético.¹⁸

Para ello recurre a la Semiología de las artes visuales y del diseño en general que trata sobre el estudio comparativo del origen, formación interpretación de los símbolos y los lenguajes, estableciendo las leyes de su sintaxis y su semántica; la Topología que estudia las propiedades geométricas cualitativas del espacio, al margen de su medida o significación concreta pero que permite comparar los principios geométricos de la forma con los valores culturales de su significado; y la Estética que determina los valores conceptuales, compositivos y estilísticos del objeto artístico en relación a las condicionantes de su creación.

En la semiótica del diseño Andino se trata tres aspectos fundamentales: El lenguaje, la composición y el simbolismo.

¹⁸ Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 5

1.3.1.2.1 El Lenguaje

Comprendido como vehículo de comunicación, todo lenguaje conformado por un universo de signos y símbolos, en el arte Precolombino todo mensaje visual contiene tres niveles de códigos o lenguajes:

- **Lenguaje Visual:** Que presentan los aspectos morfológicos y sintácticos, que delimitan el universo gráfico de la imagen.
- **Lenguaje Plástico:** Determinado por la concepción estética de la forma, definiendo su carácter estilístico figurativo abstracto.
- **Lenguaje Simbólico:** establecido por las correspondencias entre signo, discurso y contenido, que determinan su carácter representativo, interpretativo o creativo y su forma de expresión visual.¹⁹

1.3.1.2.2 La Composición

El carácter de síntesis que califica al Pensamiento Andino, ha dado lugar en el manejo de la composición, a una forma de ordenamiento del espacio, en la cual se conjugan los aspectos visuales, plásticos y simbólicos, dando como resultante una forma particular de sintaxis denominada Composición Simbólica, en esta las estructuras iconológicas geométricas, constituyen el principio de organización de los elementos sobre el plano básico y de construcción de las formas del diseño.

Dichas estructuras conforman un Código general mediante el cual se ordenan los valores sintácticos que definen los caracteres del espacio y la forma, que rigen tres aspectos básicos de la composición que son la estructura de orden, la estructura proporcional y la estructura formal.

- **Estructura de Orden:** Establece las distribuciones y correspondencias simétricas que organizan la composición del espacio.

¹⁹ ¹⁹ Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 6

- **Estructura Proporcional:** Define las relaciones de medida de la red de construcción o del trazado armónico, que constituyen el soporte para las simetrías estáticas o dinámicas que forman toda composición modular.
- **Estructura Formal:** Manifiesta la serie de signos geométricos que participan de la temática iconográfica del diseño, y que expresan compositivamente el carácter semántico de la frase gráfica. El aspecto compositivo de la Semiótica del Diseño Andino, se comprende por lo tanto como una forma de lenguaje interior, cuyos valores simbólicos complementan y dan sentido a formas exteriores o evidentes del diseño.²⁰



Diagonal



Tawa



Cruz



Espiral

Gráfico I.19 Estructuras Iconológicas Elementales

Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 7

1.3.1.2.3 El Simbolismo

El compendio iconográfico del arte precolombino, está comprendido básicamente por tres géneros de imágenes, aquellas que reconocemos del mundo real, otras que pertenecen al campo de la imaginación fantástica mitológica y finalmente aquellas otras procedentes del razonamiento calculador. Si bien no existen límites definitivos entre cada uno de estos universos, en su totalidad conforma las representaciones de la concepción del mundo, la cual se ordena respectivamente en tres niveles de comprensión.

- **La Cosmovisión:** Que observa el entorno natural y social, y que representa en la Iconografía Naturista. Hombres, animales y plantas conviviendo en un mismo hábitat fueron motivo permanente de estilización.

^{20 20} Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 7

- **La Cosmogonía:** Que explica los orígenes y poderes de las entidades naturales interpretando las concepciones mágico-religiosas en las cuales lo mítico se explica por los valores de correspondencia y las relaciones de analogía entre lo real y lo sobrenatural, lo conocido y desconocido.
- **La Cosmología:** Que expresa los conceptos de orden, número y ritmo, cohesionando lógica y orgánicamente a las concepciones del espacio en un visión integral del todo y sus partes reflejado en l unidad de la multiplicidad de la composición. Se manifiesta en la Iconología Geométrica y en la Composición Simbólica del Diseño, como una forma de abstracción de las leyes de Ordenamiento Universal. ²¹

Cosmovisión, Cosmogonía y Cosmología constituyen los planos de significación de los cuales se generan el naturalismo, el simbolismo y la abstracción geométrica como una respuesta estética de la forma al contenido.

1.3.1.2.4 La imagen Cosmológica Andina

La cosmología comprende el conjunto de concepciones que estructuran el orden universal, y se constituye como la unidad lógica esencial de la cual deviene el sentido de los arquetipos simbólicos e ideológicos del pensamiento cultural.

A partir del principio de analogías simbólicas, los diversos íconos aparecen referidos entre sí según sus planos y polaridades de correspondencia, creándose un discurso visual en el cual los componentes del universo se ordenan en tres pares genéricos: La dualidad manifestada por los seres que habitan los mundos de arriba, de aquí y de adentro.

Este concepto sustancial de ordenamiento se presentó bajo la forma de una cruz, cuyo brazo vertical está integrado por tres elementos, y en el brazo horizontal manifiesta la contraposición de otros dos. Los tres mundos “Hanan Pacha” o mundo de arriba “kay pacha” o mundo de aquí

²¹ Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 8

y “Ucku Pacha” o mundo de adentro son la expresión de ordenamiento mítico del universo y se encuentran relacionados entre sí.²²

1.3.2 La Proporción Andina

1.3.2.1 El trazado armónico

La búsqueda de ordenamiento armónico del espacio, llevo a los diseñadores andinos al encuentro con formas de organización rítmica de los trazos simétricos, desarrollando procedimientos de construcción proporcional del diseño a manera de arquetipos simbólicos de modulación espacial.

La técnica de la “geometría proporcional” del trazado armónico, como instrumento compositivo, es el procedimiento de “amarrar” ordenadamente el espacio, logrando proporciones armónicas y relaciones simbólicas entre las partes, equilibrio de las diferencias y movimiento en lo permanente. Su sistema de leyes de formación potencializa la capacidad compositiva y creativa del Diseño Andino, constituyéndose como lenguaje de composición “oculta”²³

1.3.2.1.1 Proporciones armónicas

En geometría armónica la proporcionalidad del espacio se determina por el proceso formativo de una figura inscrita en un cuadrado, un rectángulo o un círculo como principio general formativo.

En Geometría Simbólica Andina, el proceso de toda ley de formación armónica tiene su inicio en un cuadrado, del cual se derivan las construcciones en el rectángulo o en el círculo. Por ende

²² Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 10,11

²³ Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 19

el carácter estático o dinámico de las modulaciones simétricas parte del mismo principio y resulta sintaxis estructural de la composición simbólica.²⁴

Este detalle sustancial hace que se diferencie a otras similares en el Arte universal.

- **Proporciones Estáticas**

La equiparación de un cuadrado de un cuadrado, un rectángulo o un círculo en formas repetidas define la modulación estática del espacio, dando lugar a la “cuadrícula o rede de construcción” en la cual se determina específicamente cada ley de formación armónica iconológica.

El sistema de trazados armónicos andinos parte de dos leyes formativas básicas correspondientes a la “bipartición” y “tripartición” del espacio, generando toda la serie de proporciones estáticas y también dinámicas.

La serie proporcional estáticas presenta en el diseño Andino las siguientes relaciones de medidas, entre los lados de todo espacio “rectangular” o “cuadrado”.

1/1: La “unidad”

1/2: La “bipartición”

1/3: La “tripartición”

1/5 La “bipartición entre la tripartición”

2/2: La “cuatripartición”

2/3: La “dualidad en la tripartición”

2/4 La “cuatripartición en la bipartición”

2/6 La “cuatripartición en la tripartición”

3/3 La “tripartición en la tripartición”

7/7 La “tripartición entre la cuatripartición”

8/3 = 16/16 = 18/7: La síntesis proporcional estática equivalencia a “la proporción aurea elevada al cuadrado”

²⁴ Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 20

- **Trazado armónico de la bipartición y tripartición del espacio.**

La ley de la formación de la “bipartición armónica” se genera por la alternancia de rombos y cuadrados que se interiorizan sucesivamente y cuya proyección lineal forma la malla de construcción binaria correspondiente.

La ley de la “tripartición armónica” resulta del juego de las diagonales del cuadrado con las diagonales del rectángulo $\frac{1}{2}$ cuyos cruces permiten ubicar los puntos del trazo de las ortogonales respectivas.

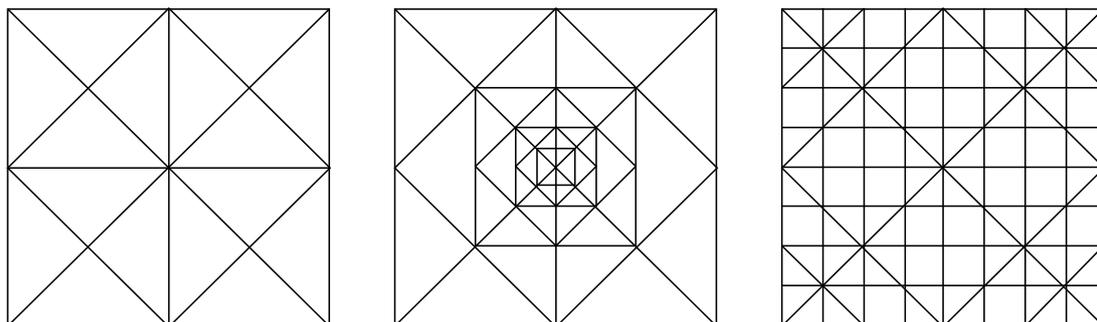


Gráfico I.20 Trazado Armónico Binario

Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 22

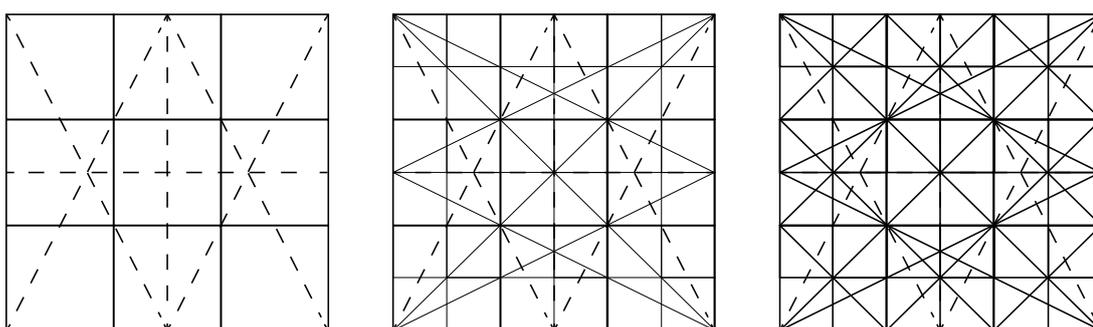


Gráfico I.21 Trazado Armónico Terciario

Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 22

- **Proporciones dinámicas**

La modulación dinámica de un espacio se define como el trazado de las partes proporcionales entre sí, pero de medidas diferentes relacionadas por una misma razón armónica, la cual constituye el término unificador euritmia del diseño.

En el diseño andino este “cuadrado” se ve simbolizado figurativamente en la forma de la “cabeza”, permitiendo ubicar la unidad proporcional de la cual o en la cual se desarrollan las leyes de formación armónicas a partir de los principios de la Geometría simbólica.

Entre la serie de trazados armónicos Precolombinos se determinan los siguientes rectángulos dinámicos principales:

$\sqrt{2}$ Rectángulo resultante de la progresión de la diagonal del cuadrado.

$\sqrt{10}$ Rectángulo resultante de la progresión de la diagonal del rectángulo 1/3.

\emptyset (Phi) rectángulo áureo

\emptyset^2 : Rectángulo áureo al cuadrado = $\emptyset+1$

Las progresiones de crecimiento armónico que dividen del giro de la diagonal tomando como eje la esquina de cuadrado o el centro del cuadrado generan respectivamente la serie $\sqrt{2}, \sqrt{3}, 2, \sqrt{5}...$ que conforman rectángulos dinámicos y la serie $\sqrt{2}, 2, 2\sqrt{2}, 4...$ que forma parte del sistema armónico de la “Cruz Cuadrada” y que conforma cuadrados armónicos.

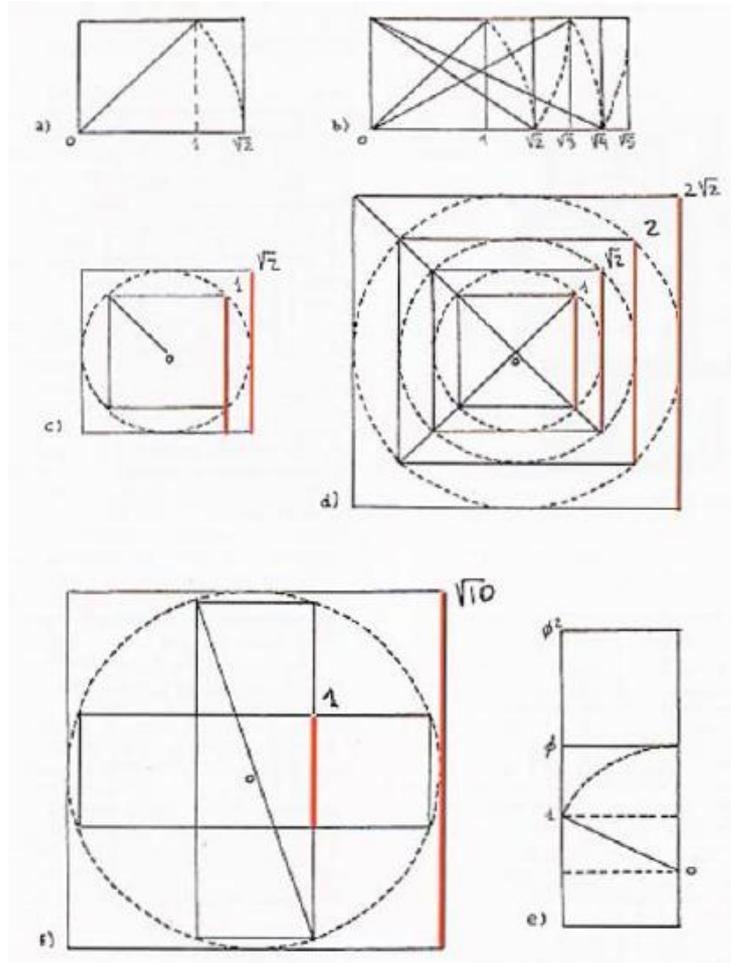


Gráfico I.22 Proporciones Dinámicas

Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 25

1.3.3 Iconología Geométrica

Existen tres géneros principales de estructuras básicas: Estructuras de ordenamiento, Estructura de formación, Estructura de Síntesis.

- **Estructura de Ordenamiento:** Son aquellas que definen las cualidades del plano básico como espacio simbólico, y que por lo tanto posibilitan la distribución simétrica de los elementos sígnicos interiores.

Dichas estructuras son principalmente el “espacio unitario”, la “dualidad”, la “tripartición” y la “cuatripartición”. Todas las demás formas de medida y

proporcionalidad del espacio derivan de una u otra manera de estos cuatro principios e ordenamiento.

- **Estructuras de Formación:** Se definen como aquellas que grafican el tema iconográfico, concediéndole sentido significativo o descriptivo a la imagen iconológica. En este género pueden determinarse dos tipos de lenguaje estrictamente geométrico y el lenguaje geométrico figurativo que lo representa.

Como estructuras geométricas principales se encuentran el cuadrado, la diagonal, el triángulo, el rombo, las diagonales, la espiral, la cruz y el escalonado, de cuales devienen series de estructuras complejas derivadas y dobles.

- **Las estructuras de Síntesis:** Se constituyen por aquellos signos que conjuncionan orgánicamente varias estructuras de formación simples, para formar estructuras complejas que, por definición sintetizan en un signo final esquemas compositivos que establecen su carácter iconológico.

Entre las estructuras de síntesis fundamentales, por su carácter totalizante, se encuentran el signo doble, escalera espiral, el signo complejo cruz cuadrada.

Dentro de este se encuentran los fundamentos gráficos del Diseño Andino.²⁵

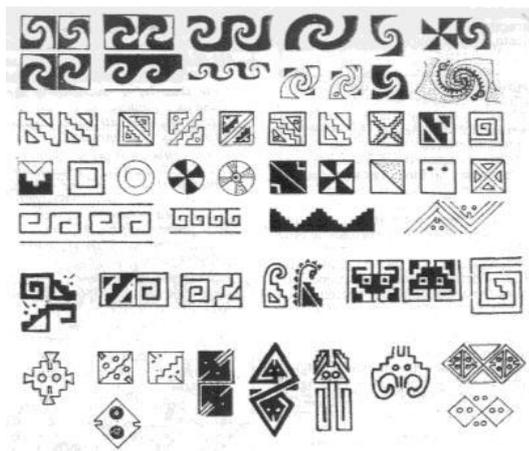


Gráfico I.23 Estructuras

Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 42

²⁵ Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 41, 42.

1.3.3.1 Estructuras de Ordenamiento

1.3.3.1.1 La Unidad Pacha, El Cuadrado: En el simbolismo de la cosmología Andina, el concepto de unidad se denomina “Pacha” que se traduce del quechua como “mundo”, plano o espacio de tiempo.

Dicho concepto que presenta toda unidad espacial, se expresa iconológicamente en el signo del “cuadrado”, el cual encierra las cualidades formativas estructurales de todo rectángulo en general. De ésta manera las leyes de formación implícitas en el cuadrado se reflejan operativamente en cualquier espacio rectangular, con la proporcionalidad propia a cada medida. La estructura cuadriculada y la estructura iconológica constituyen la unidad estructura de la forma. Su interrelación crea simetrías de organización de signos complejos y composiciones modulares en escalas de unidades que forman submódulos, módulos y supermódulos.

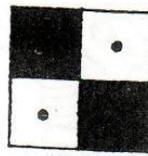


Gráfico I.24: Unidad Espacial

Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 53

1.3.3.1.2 La Dualidad “Hanan -Urin” Los pares Ordenados: Las concepciones de la dualidad se sintetizan en el término Hanan – Urin que se traduce como “arriba-abajo”, y que expresa los dos polos de la unidad en un sentido general.

Como principio lógico toda dualidad se ordena en pares de opuestos y en pares de complementarios, generados a partir de una estructura inicial o principal, análogamente como el cuadrado y se ordena en pares de perpendiculares y en pares de diagonales formando “cruces”.

La oposición manifiesta el encuentro de géneros y sentidos contrarios, inversos o contrastados. Es la negación de una forma dada.

La complementariedad pertenece a un orden integrador, es el equilibrio natural entre los polos de la unidad o las partes componentes del todo.

1.3.3.1.3 La Cuatripartición, “Tawa”: La cuatripartición del plano expresa la paridad de la dualidad, y se ordena en un cuadrado dividido perpendicularmente en cuatro partes iguales. Su configuración resulta de las estructuras “cuadrado y “cruz”, y se compone simétricamente bajo la estructura de las diagonales. El elemento centro como componente de la estructura iconológica se constituye como eje de distribución compositiva, siendo el lugar de cruce de las diagonales del cuadrado, y por lo tanto punto referencial básico en el ordenamiento de las leyes de formación compositivas. Su significado se ve connotado enfáticamente en el signo hélice.

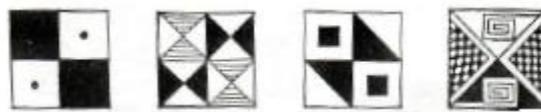


Gráfico I.25 Figuras Incas

Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 53

1.3.3.1.4 La Tripartición: El concepto espacial de la tripartición deviene de la idea de dualidad ordenada a partir de un centro originario o de encuentro.

El principio se expresa en la cosmología andina como la concepción del universo ordenado en tres planos de existencia. El mundo de arriba, el mundo de aquí y el mundo de adentro, representado iconológicamente como un óvalo alargado conformado por tres círculos virtuales, o por su análogo rectangular formado por tres cuadrados.

Dicho simbolismo presente en todas las épocas, adoptó diversas figuras mitológicas según el lenguaje de uso, ya sea como la forma de un personaje antropomorfo, o como la representación zoomorfizada en el ave (cóndor), el felino y la serpiente o pez, correspondientes a cada plano de la naturaleza.

El principio de tripartición aplicado al plano “cuadrado”, origina en la iconología geométrica una serie de estructuras formales, que sobre la cuadrícula de tres unidades por lado, resultan de las composiciones ortogonales y diagonales.²⁶

²⁶ Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 43-61



Gráfico I.26 Figuras Incas – Tripartición

Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 55

1.3.4 Estructura de Formación

1.3.4.1 La Diagonal: El signo de la diagonal es de primera importancia en el diseño andino, al ser expresión de la fuerza del movimiento y desarrollo de las leyes de formación compositiva. La diagonal del cuadrado denota la unión de los extremos y la división de las partes en función de las tensiones de sus esquinas. Por este principio se dan lugar las operaciones de división y multiplicación geométricas de módulos espaciales unitarios.



Gráfico I.27 Figuras Incas-Diagonal

Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 62

El Triángulo: Se presentó en el Diseño Andino bajo formas de triángulo rectángulo como uno de los valores del signo diagonal, de triángulo escaleno en la resultante por reflexión del mismo signo, y de triángulo equilátero relacionado a la tripartición del círculo. Su serie modular dio lugar a diversos motivos simétricos y estilísticos.



Gráfico I.28 Figuras Incas – Triángulo

Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 64

El Rombo: Expresa simultáneamente los valores por inversión de los signos diagonales y cuadrados con los cuales se alterna estructuralmente en los procesos de ley de formación

compositiva. Por su forma cuadrada, su representación figurativa redonda en el signo cabeza. Los “signos escalonados” constituyen la expresión de los esquemas diagonales definidos como parte de una estructura estructurada que les confiere magnitud.

El símbolo escalonado expresa el sentido de ascensión, vinculándose a la forma de andenes aterrazados, pirámides escalonadas y cruces cuadradas según su correspondencia con la diagonal, el triángulo o el rombo.



Gráfico I.29 Figuras Incas –Rombo

Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 64

La Espiral: Es el concepto que indica la noción de ciclo, que es retorno al mismo principio y crecimiento por unidades o etapas de desarrollo.

El signo espiral que expresa este concepto, se presenta como una línea de crecimiento centrífugo en rotación y en progresión estática o dinámica, con caracteres estilísticos cuadrados, circulares y triangulares en lo geométrico, y figurativamente bajo la forma de serpientes, olas, cabezas y colas entre otros.

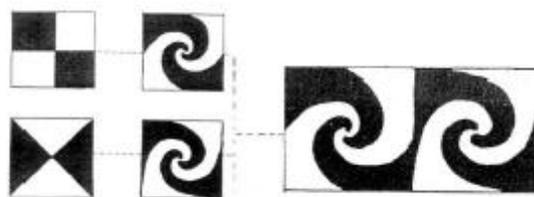


Gráfico I.30 Figuras Incas - Formación de la Espiral Doble

Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 65

1.3.5 La Cruz Cuadrada. En la observación de las estrellas, en la cruz del sur, los pueblos andinos precolombinos, obtuvieron un patrón de medida (TUPU) o "Proporción Andina", tomando el largo del brazo menor de su eje horizontal, como lado de un cuadrado. La diagonal de dicho corresponde al largo del brazo mayor del eje vertical. A la diagonal del cuadrado le llamaron CHEQALUWA (Cheqaq= lo Verdadero), y la cual corresponde a la raíz cuadrada de dos (1.14). Tomando este cuadrado unitario, y al girar su diagonal sobre su punto medio, se crea un círculo, cuyo diámetro constituye el lado de un nuevo cuadrado, conteniendo al primer cuadrado y círculo creados. Realizando tres veces más esta operación, y proyectando el primer cuadrado hacia las cuatro direcciones, se obtiene una expresión ritual de la chakana, conocida como "Cruz Escalonada Andina", donde entra 3,16 (PI) veces la transversal de dicho cuadrado, en el perímetro del círculo creado.

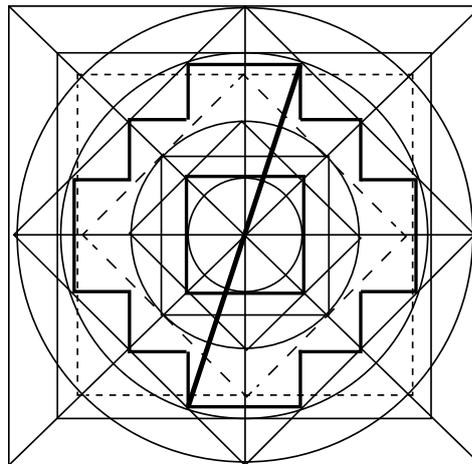


Gráfico I.31 Formación de la Cruz Cuadrada

Milla Euribe Zadir, Introducción a la Semiótica del Diseño Andino, pag. 64

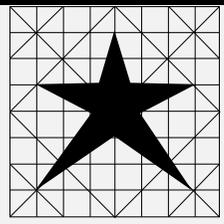
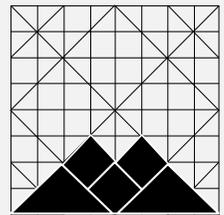
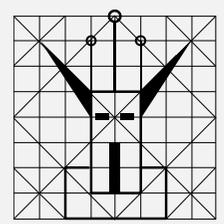
La Chakana es una referencia al sol y a la cruz del sur y su forma sugiere una pirámide con escaleras a los cuatro costados posee una profundidad muy significativa señala la unión entre lo bajo y lo alto, la tierra y el sol, el hombre y lo superior la chakana es pues una escalera hacia lo más elevado.

La Chakana no es una forma encontrada al azar sino que se trata de una forma geométrica resultante de la observación astronómica es un símbolo que representa sintéticamente el universo, los antiguos hombres llevaron el cielo a la tierra y lo representaron con este símbolo que encierra componentes contrapuestos que explican la cosmogonía del mundo andino, lo masculino y lo femenino, el cielo y la tierra, el sol y la luna, el norte y el sur, el arriba y el abajo, el tiempo y el espacio.

En una primera representación la chakana es una cruz y como tal posee cuatro extremos que representan las cuatro direcciones y las cuatro estaciones, cada segmento entre cada una de las extremidades está formado por tres escalones representando a los tres mundos presentes en todas partes: El mundo de los dioses, el mundo de los hombres y el mundo de los muertos, el centro circular representa la dualidad interna del universo, el vacío, el no conocimiento, lo inimaginable, lo verdadero, lo sagrado.

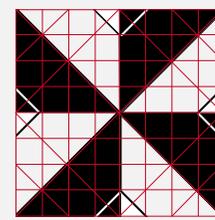
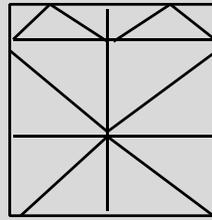
En el simbolismo de la chakana están representados los tiempos de siembra y cosecha y es por eso que algunos habitantes andinos celebran el 3 de mayo como el día de la chakana ya que es en esta fecha que la constelación del sur asume la forma de una cruz perfecta dando inicio al tiempo de cosecha.

1.3.1.3 Cosmovisión andina presente en fiestas populares.

COSMOVISIÓN ANDINA					
INTERPRETACIÓN	OBJETO ACTUAL	OBJETO O ANIMAL QUE LO REPRESENTA	EXTRACCIÓN GRÁFICA	REINTERPRETACIÓN GEOMÉTRICA	ANÁLISIS COMPOSITIVO
<p>MANDO.</p> <p>- Representado por un cetro en forma de estrella y un círculo en el medio que representa a la inmensidad del sol.</p>					<ul style="list-style-type: none"> • Estructura de Ordenamiento: Trazado armónico binario. CUATRIPARTICIÓN • Estructura de formación: La Diagonal • Categorías Leyes Compositivas: PROPORCIÓN andina EQUILIBRIO simétrico SIMETRÍA eje longitudinal
<p>RIQUEZA.-</p> <p>Representada por las plumas, en la cosmovisión andina significa abundancia.</p>					
<p>VIRILIDAD.-</p> <p>Representado por una variación de cuernos, que a su vez en la cosmovisión andina es símbolo de virilidad.</p>					

FUERZA:

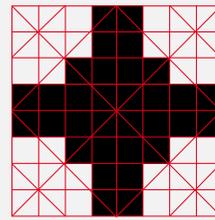
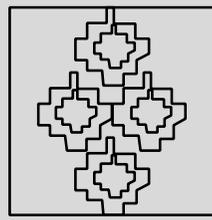
La diagonal connota la fuerza del movimiento



- **Estructura de Ordenamiento:** Trazado armónico binario. CUATRIPARTICIÓN
- **Estructura de formación:** Diagonal
- **Categorías Leyes Compositivas:** PROPORCIÓN andina EQUILIBRIO simétrico SIMETRÍA eje longitudinal y eje horizontal

COMPLEMENTO

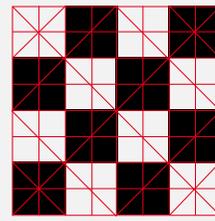
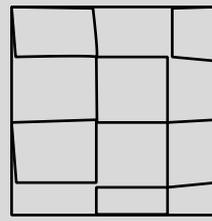
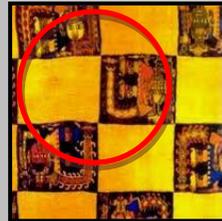
La cruz representa dualidad y la complementariedad macho-hembra, vertical-horizontal, arriba-abajo



- **Estructura de Ordenamiento:** Trazado armónico binario. Cuatripartición
- **Estructura de formación:** Cuadrado - diagonal
- **Categorías Leyes Compositivas:** PROPORCIÓN dinámica EQUILIBRIO simétrico SIMETRÍA eje longitudinal y eje horizontal

INTEGRACIÓN:

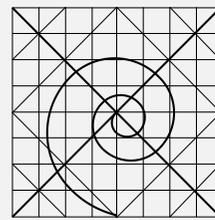
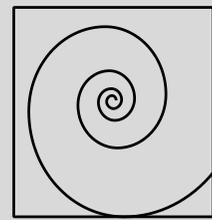
El Cuadrado simboliza Integración del todo y la parte de lo infinito y lo finito, de lo limitado y lo no limitado, de lo estático y lo dinámico.



- **Estructura de Ordenamiento:** Trazado armónico binario. CUATRIPARTICIÓN
- **Estructura de formación:** Cuadrado
- **Categorías Leyes Compositivas:** PROPORCIÓN andina EQUILIBRIO simétrico SIMETRÍA eje longitudinal y horizontal

RENOVACIÓN:

La espiral Representa a la ciclicidad creciente del tiempo.



- **Estructura de Ordenamiento:** Trazado armónico binario. CUATRIPARTICIÓN
- **Estructura de formación:** Diagonal
- **Categorías Leyes Compositivas:** PROPORCIÓN andina EQUILIBRIO simétrico SIMETRÍA eje longitudinal y horizontal

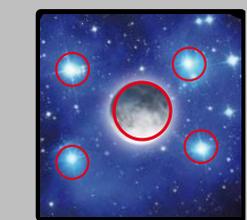
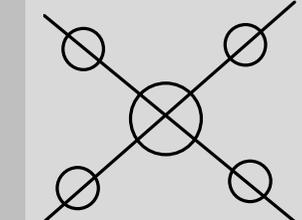
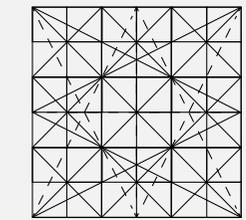
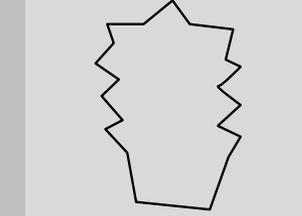
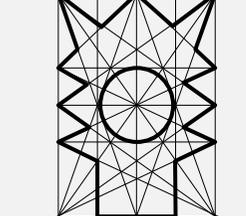
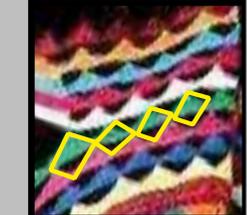
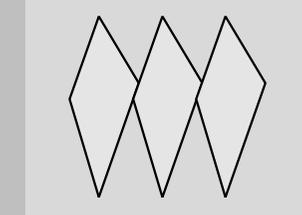
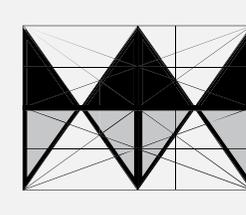
<p>DIVINIDAD:</p> <hr/> <p>Representa el grande seno de la divinidad, la luna.</p>					<ul style="list-style-type: none"> • Estructura de Ordenamiento: Trazado armónico terciario. TRIPARTICIÓN • Estructura de formación: Diagonal • Categorías Leyes Compositivas: PROPORCIÓN andina EQUILIBRIO simétrico SIMETRÍA eje longitudinal y horizontal
<p>FECUNDACIÓN:</p> <hr/> <p>Simboliza el Suyu o Arco Iris, divinidad fecundante. Lo esencial en ella, consiste en que atraviesa, fecunda el cielo, efectúa tinguinacuy o matrimonio.</p>					<ul style="list-style-type: none"> • Estructura de Ordenamiento: Trazado armónico terciario. TRIPARTICIÓN • Estructura de formación: Diagonal • Categorías Leyes Compositivas: PROPORCIÓN andina EQUILIBRIO simétrico SIMETRÍA eje longitudinal
<p>MAGNITUD:</p> <hr/> <p>Expresa el sentido de ascensión, ascensión hacia lo más sagrado.</p>					<ul style="list-style-type: none"> • Estructura de Ordenamiento: Trazado armónico terciario. BIPARTICIÓN • Estructura de formación: Diagonal • Categorías Leyes Compositivas: PROPORCIÓN andina EQUILIBRIO simétrico SIMETRÍA eje longitudinal y horizontal

Tabla I.XII. Cosmovisión andina presente en fiestas populares

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

1.3.1.4 Psicología de la cromática Andina

Los colores en el mundo andino también tienen su significado en los ritos, en la relación con los principios masculino y femenino, es un identificador étnico, rituales, ciclos de la tierra etc.:

	Rojo; representa al planeta Tierra (Aka pacha), es la expresión del hombre andino, en el desarrollo intelectual, es la filosofía cósmica en el pensamiento y el conocimiento de los amautas.
	Naranja; representa la sociedad y la cultura, también expresa la preservación y procreación de la especie humana, considerada como la más preciada riqueza patrimonial de la nación, es la salud y la medicina, la formación y la educación.
	Amarillo; representa la energía y fuerza (ch'ama-pacha), es la expresión de los principios morales del hombre andino, es la doctrina del Pacha-kama y Pacha-mama: la dualidad (chacha-warmi) son las leyes y normas, la práctica colectivista de hermandad y solidaridad humana.
	Blanco; representa al tiempo y a la dialéctica (jaya-pacha), es la expresión del desarrollo y la transformación permanente del QULLANA MARKA sobre los Andes.
	Verde; representa la economía y la producción andina, es el símbolo de las riquezas naturales, de la superficie y el subsuelo, representa, tierra y territorio, así mismo la producción agropecuaria, la flora y fauna, los yacimientos hidrológicos y mineralógicos.
	Azul; representa al espacio cósmico, al infinito (araxa- pacha), es la expresión de los sistemas estelares del universo y los efectos naturales que se sienten sobre la Tierra, es la astronomía y la física, la organización socio económica, político y cultural, es la ley de la gravedad, de las dimensiones y fenómenos naturales.
	Violeta; representa a la política y la ideología andina, es la expresión del poder comunitario y armónico de los Andes, el Instrumento del Estado, como una instancia superior, lo que es la estructura del poder; las organizaciones sociales, económicas y culturales y la administración del pueblo y del país.

Tabla I.XIII. Psicología de la cromática andina

Fuente: <http://katari.org/wiphala/colores.htm>

Capítulo II:

MARCO TEÓRICO

2.1 LOS NIÑOS: DESARROLLO

2.1.1 Introducción

Niño, puede definirse desde distintos puntos de vista:

- Legal: Periodo que abarca desde el nacimiento hasta cumplir los más de 18 años de edad o alcanzar la emancipación.

- La Convención sobre los Derechos del Niño, en vigor desde el 2 de septiembre de 1990, señala que "se entiende por niño todo ser humano menor de dieciocho años de edad, salvo que, en virtud de la ley que le sea aplicable, haya alcanzado antes la mayoría de edad".²⁷

- Desde la evolución psicoafectiva: Se entiende por niño o niña aquella persona que aún no ha alcanzado un grado de madurez suficiente para tener autonomía.

- Desarrollo físico: Es la denominación utilizada para referirse a toda criatura humana que no ha alcanzado la pubertad.

²⁷ http://www.unicef.org/spanish/crc/index_30229.html

- Sociocultural: Según las condiciones económicas, las costumbres y las creencias de cada cultura el concepto de infancia puede variar, así como la forma de aprender o vivir. La definición de niño/a también ha variado considerablemente a lo largo de la historia y en las diversas sociedades y culturas.

2.1.2 Periodos de la niñez.

Mediante el enfoque cronológico exploraremos el desarrollo del niño. Se observarán varios aspectos del desarrollo en diferentes periodos de la vida: prenatal, infancia y etapa de los primeros pasos, niñez temprana, niñez intermedia y adolescencia. Aunque cada periodo tiene sus propios sucesos y temas característicos, las edades que se dan para cada ciclo de vida son aproximadas y en cierto modo, arbitrarias.

2.1.3 Factores que influyen el desarrollo de los niños.

Clínicamente se pueden distinguir: 1) Factores biológicos y 2) Factores ambientales. En Estos tipos de factores se deben tener en cuenta al evaluar cualquier situación de desarrollo (normal o retraso del desarrollo) antes de planificar largos y costosos estudios diagnósticos.

FACTORES BIOLÓGICOS: Con fines didácticos se dividen en los siguientes:

- **Factores genéticos:** En cada evaluación debe tenerse en cuenta el patrón genético familiar. Existen ciertas características de la maduración que son propias de la carga genética, como pequeñas demoras en la aparición del lenguaje, cierto grado de hiperactividad o ciertas habilidades cognitivas.

Uno de los aspectos más controvertidos es la influencia del género en las características del desarrollo infantil. Clásicamente se dice que las mujeres tendrían un mejor desarrollo del lenguaje y que los niños tendrían un mejor desarrollo motor. .



Gráfico II.01 Carga Genética

Fuente: http://ciam.ucol.mx/posgrado/neurologia/fac_desa.php?togles=1

- **Factores prenatales:** Es posible que las variaciones del desarrollo estén influenciados por características fisiológicas de la madre (edad, número de la gestación, estado emocional, etc.) Se desconoce la influencia sutil de algunas patologías leves durante el embarazo: cuadros virales, traumatismos, clima, tipo de alimentación en relación a macro y micronutrientes, etc.



Gráfico II.02 Madre en estado de Gestación

Fuente: http://ciam.ucol.mx/posgrado/neurologia/fac_desa.php?togles=1

- **Factores perinatales:** Son conocidos los factores perinatales que determinan retraso o anomalías del desarrollo. En el plano de pequeñas variaciones del desarrollo tienen también influencia los fenómenos de hipoxia leve, hipoglicemias traumáticas, hiperbilirrubinemias tratadas, etc. ya que existen una gradiente de secuelas desde las que producen variaciones de lo normal hasta las que determinan patologías severas.



Gráfico II.03 Nacimiento de un Bebé

Fuente: http://ciam.ucol.mx/posgrado/neurologia/fac_desa.php?toggles=1

- **Factores postnatales:** Diversos factores fisiológicos como la alimentación, las inmunizaciones, ciertas patologías de poca gravedad pueden modular el desarrollo postnatal, dentro de un plano normal. Sin embargo, se sabe poco en relación a eventos biológicos de poca intensidad que afectan el desarrollo.



Gráfico II.04 Postnatalidad

Fuente: <http://sinapsis-social.blogspot.com/2011/09/postnatal-en-chile-todo-es-tan-bueno.html>

FACTORES AMBIENTALES: Tanto o más importante que los factores biológicos, son los factores ambientales en la determinación de un desarrollo normal.

- **Estimulación:** Este factor condiciona variaciones de lo normal y también causa alteraciones del desarrollo en grado variable. Es posible que el mayor desarrollo específico de determinadas áreas en un niño determinado esté dado por factores culturales que generan mayor estímulo en ciertos aspectos.

- **Afectividad:** Es un factor omitido (por lo general) en las anamnesis del desarrollo. Su importancia es indiscutible en el desarrollo de un niño equilibrado, en sus aspectos emocionales, sociales y laborales. Las alteraciones del vínculo con los padres o con la familia, pueden afectar el desarrollo.
- **Factores culturales y socioeconómicos:** El desarrollo de cada niño está influenciado por la cultura del grupo humano al que pertenece (por ej. localidad rural o urbana) y por la cultura de su familia. Así, existen determinados factores de estimulación, promoción de ciertos intereses; modelos conductuales específicos; valores sociales, religiosos, etc. A pesar de ser conocido, debe destacarse la influencia que tiene sobre el desarrollo el nivel socio económico al cual pertenece el niño. Este nivel determina distintas oportunidades de estimulación, de educación, valores sociales diferentes que se pueden reflejar en las variaciones del desarrollo normal.
- **Condiciones de la familia:** Debemos destacar la importancia de las características de la familia sobre el desarrollo del niño. Vale la pena enumerar las características de la familia que favorecen un desarrollo normal:
 - 1) **Cercanía afectiva:** Un adecuado afecto entre los distintos miembros de una familia favorece el desarrollo del niño.
 - 2) **Acuerdo relacional:** Deben existir reglas sobre los distintos miembros de la familia. Estas reglas deberán ser comunes para todos.
 - 3) **Equilibrio en la cercanía parental:** El niño debería estar cercano afectivamente tanto con sus padres como con sus hermanos u otros parientes.
 - 4) **Interacción autónoma con iguales:** Los padres deben permitir que los hermanos resuelvan solos algunos conflictos, permitiendo así acuerdos relacionales del subsistema hijos. Una intromisión excesiva de los padres sobre los hermanos no favorece el desarrollo de éstos.

2.1.4 Etapas del desarrollo y principales características

ETAPAS DE DESARROLLO Y PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS	
<p>ETAPA PRENATAL (desde la concepción hasta el nacimiento)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se forman los órganos y la estructura básica del cuerpo. • El crecimiento físico es el más rápido de todo el ciclo de la vida. • La vulnerabilidad a las influencias del medio ambiente es grande.
<p>INFANCIA Y ETAPA DE LOS PRIMEROS PASOS (desde el nacimiento hasta los primeros pasos)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El recién nacido es dependiente pero competente. • Todos los sentidos funcionan al nacer el crecimiento físico y el desarrollo de las habilidades motrices son rápidos. • La habilidad para aprender y recordar está presente, incluso desde las primeras semanas de vida. • Los nexos con los padres y otras personas se forman hacia el final del primer año. • El sentido de autoconciencia se desarrolla en el segundo año. • Aumenta el interés en otros niños.
<p>NIÑEZ TEMPRANA (de los 3 hasta los 6 años)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La familia sigue siendo el punto focal de la vida. aunque otros niños adquieren mayor importancia. • Mejoran la motricidad fina. la motricidad gruesa y la resistencia. • Aumentan el sentido de independencia. el autocontrol y el cuidado personal. • El juego, la creatividad y la imaginación se vuelven más elaborados. • La inmadurez cognoscitiva lleva a muchas ideas "ilógicas" con respecto al mundo. • El comportamiento es principalmente egocéntrico
<p>NIÑEZ INTERMEDIA (de los 6 hasta los 12 años)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los compañeros adquieren gran importancia. • Los niños empiezan a pensar con lógica, aunque principalmente en términos concretos. • El egocentrismo disminuye. • Aumentan las habilidades de memoria y lenguaje. • La parte cognoscitiva gana al mejorar la habilidad para beneficiarse de la educación formal. • Se desarrolla el auto concepto. Se afecta la autoestima. • El crecimiento físico se hace más lento. • Mejoran las destrezas atléticas y la resistencia.
<p>ADOLESCENCIA (12 hasta cerca de los 20 años)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los cambios físicos son rápidos y profundos. • Se alcanza la madurez sexual. • La búsqueda de la propia identidad se convierte en objetivo central. • Los grupos de compañeros ayudan a desarrollar y probar el auto concepto. • En general, las relaciones con los padres son buenas.

Tabla II.I. Etapas de Desarrollo y Principales Características

Fuente: PAPALIA, Diane. E., Psicología del Desarrollo. Compañía Editorial Ultra, S.A de C.V. México 1999. pp. 17

2.2 LA NIÑEZ INTERMEDIA

Es el período de desarrollo que va de los seis a los doce años, tiene como experiencia central el ingreso a la escuela. A esta edad el niño debe salir de su casa y entrar a un mundo desconocido, donde aquellas personas que forman su familia y su mundo hasta ese momento, quedan fuera. Su éxito o fracaso en este período va a depender en parte de las habilidades que haya desarrollado en sus seis años de vida anteriores. Este hecho marca el inicio del contacto del niño con la sociedad a la que pertenece, la cual hace exigencias que requieren de nuevas habilidades y destrezas para su superación exitosa, y es, a través de la escuela, que se le van a entregar las herramientas necesarias para desenvolverse en el mundo adulto. La escuela puede ser una prueba severa de si se han logrado o no las tareas del desarrollo de las etapas anteriores, ya que el período escolar trae a la superficie problemas que son el resultado de dificultades previas no resueltas.



Gráfico II.05 Niñez Intermedia

Fuente: <http://www.cepvi.com/psicologia-infantil/imagen/intermedia.jpg>

Por otro lado, la relación con los padres cambia, iniciándose un proceso gradual de independencia y autonomía, y aparece el grupo de pares como un referente importante y que se va a constituir en uno de los ejes centrales del desarrollo del niño en esta etapa. El desarrollo del niño lo podemos separar por áreas; sin embargo existe una estrecha relación

entre los aspectos intelectual, afectivo, social y motor. Lo que vaya ocurriendo en un área va a influir directamente el desarrollo en las otras, ya sea facilitándolo o frenándolo o incluso anulándolo, y provocando el regreso del niño a conductas o actitudes ya superadas.

2.2.1 Desarrollo Motor

DESARROLLO MOTOR EN LA NIÑEZ INTERMEDIA	
EDAD	COMPORTAMIENTOS SELECCIONADOS
6	<ul style="list-style-type: none">• Las niñas tienen mayor precisión en sus movimientos los niños son superiores en actividades menos complejas y que exigen más fuerza• Pueden saltar.• Pueden lanzar con avance y desplazamiento apropiado del peso
7	<ul style="list-style-type: none">• Pueden hacer equilibrio en un pie sin mirar• Pueden caminar sobre vigas de equilibrio de 5 cm de ancho.• Pueden saltar y brincar en un pie sobre cuadrados pequeños• Pueden hacer ejercieras a manera de títeres con precisión
8	<ul style="list-style-type: none">• Tienen una presión de agarre de 12 lb.• En esta edad el número de Juegos en que participan ambos sexos es el máximo.• Pueden realizar saltos rítmicos alternando los pies en una secuencia de 2-2. 2-3 ó 3-3.• Las niñas pueden lanzar una bola pequeña a una distancia de 12.20 m.
9	<ul style="list-style-type: none">• Los niños pueden correr a una velocidad de 4.9 m por segundo• Los niños pueden lanzar una bola pequeña a una distancia de 28 m.
10	<ul style="list-style-type: none">• Pueden calcular e interceptar el curso de bolas pequeñas lanzadas desde cierta distancia• Las niñas pueden correr a una velocidad de 5.10 m por segundo
11	<ul style="list-style-type: none">• Los muchachos pueden saltar distancias de 1.5 m. las niñas alcanzan 1 5 cm menos
12	<ul style="list-style-type: none">• Es posible que salten a una altura de 90 cm.

Tabla II.II. Desarrollo Motor en la Niñez Intermedia

PAPALIA, Diane. E., Psicología del Desarrollo. Compañía Editorial Ultra, S.A de C.V. México 1999. pp. 422

2.2.2 Destrezas Motrices en la niñez intermedia

Si se hiciera el seguimiento a un grupo de niños durante su recorrido entre la casa y la escuela, podría verse que corren o saltan sobre el borde de las aceras, caminan por él, se balancean para saltar, tratan de romper los registros de larga distancia y, en ocasiones. Regresan maltrechos. Algunos de estos pequeños llegarán a casa, tomarán un bocadillo y saldrán de nuevo a la calle. Se dedicarán a saltar la cuerda, jugar a la pelota, patinar, montar en bicicleta etc. Se volverán más fuertes y rápidos, tendrán una mejor coordinación, y se sentirán complacidos de someter a prueba su cuerpo y sus nuevas destrezas.

No obstante, muchos niños regresan de la escuela y no vuelven a salir durante el resto del día. En lugar de practicar nuevas habilidades que estiren sus cuerpos, permanecen encerrados frente al televisor.

Durante la niñez intermedia, las habilidades motrices de los niños seguirán mejorando con el paso del tiempo.

2.2.3 Diferencias de género

Aunque existen pocas diferencias en las destrezas para niños y niñas, éstas se acentúan a medida que se acerca la pubertad. Los niños pueden correr más rápido, saltar más alto. Lanzar más fuerte y demostrar mayor resistencia que las niñas. Después de los 13 años, las diferencias entre los sexos se hacen más evidentes las habilidades motrices de los muchachos mejoran mientras que las de las niñas se mantienen o disminuyen. Algunas de las diferencias de género se deben a la creciente fuerza de los chicos pero muchas tienen un origen cultural. Lanzar, atrapar y golpear una pelota son destrezas que se deben aprender, y mientras a los niños se les enseñan de manera rutinaria, a las niñas casi no. Como la necesidad de la actividad física en las niñas ha captado más la atención en estos tiempos, la discrepancia entre los sexos puede reducirse con el paso de los años.



Gráfico II.06 Diferencia entre Géneros

Fuente: <http://drdrago.files.wordpress.com/2011/02/nino-y-nina.jpg>

Estos resultados respaldan la opinión de los pediatras de que “no existe ninguna razón para que los niños y las niñas pre púberes realicen actividades físicas por separado.”²⁸

2.3 LOS JUGUETES

Un juguete es un objeto con el cual jugar, generalmente destinado a niños/as, aunque existen también diversos juguetes para adultos o ambos. Los juguetes pueden ser utilizados individualmente o en combinación con otros. Ciertos juguetes son asociados con épocas históricas o culturas particulares, mientras que otros aparentan poseer popularidad universal.

Los juguetes para niños y niñas suelen diferir en temática, teniendo por lo general un reflejo en la vida adulta de su propia cultura. Así, por ejemplo, muchos juguetes para niñas representan tareas adultas típicamente femeninas, tales como la crianza; mientras que muchos juguetes para niños incluyen típicamente elementos bélicos o de acción: armas, automóviles, caballos etc.

2.3.1 Función del Juguete

En general un juguete tiene por objetivo la recreación, sin exceptuar otras funciones como la formación, el aprendizaje, el desarrollo o estimulación de los aspectos intelectual, psicológicos, sensorio-motriz y de convivencia social, entre otros.

Es en los niños en que el juguete es un concepto imprescindible y en el que toma su máximo valor en el contexto del desarrollo humano. La función del juguete en los niños es la de apoyar el desarrollo de múltiples aspectos de éste, tanto el físico como el psicológico. Es a través del juguete que los niños exploran, descubren, aprenden e interactúan con múltiples objetos y problemas que forman una parte importante de su adecuado desarrollo como individuos.

²⁸ PAPALIA, Diane. E., Psicología del Desarrollo. Compañía Editorial Ultra, S.A de C.V. México 1999. pp. 422,423

2.3.2 Influencia de la Mercadotecnia.

En la actualidad muchas películas, programas televisivos, historietas, libros y equipos deportivos incluyen juguetes en sus líneas oficiales de mercadería.

Éstos consisten generalmente en modelos en miniatura de personajes u objetos (vehículos, edificios, accesorios, etc.) asociados a sus respectivas temáticas. A veces se hace una distinción en los modelos basados en personajes antropomórficos entre las llamadas figuras de acción (destinados a los niños varones) y las muñecas (enfocados a las niñas), independientemente de si el modelo en cuestión representa un personaje femenino o masculino.

2.3.3 Materiales de los Juguetes

Las culturas anteriores originalmente derivaban los materiales de la naturaleza para la elaboración de juguetes sencillos; desde la madera, las hojas de maíz y semillas, hasta las piedras, y vísceras de los animales.

En el desarrollo de los juguetes se incorporó la tela y otros materiales de simple proceso, como lo son algunas tintas.

Posteriormente, aparecieron los juguetes metálicos, hechos de hojalata o latón.

Actualmente, los avances en el área química y de manufactura han permitido la elaboración de productos de materiales sintéticos, así como lo es en la inyección de plástico para la alta producción de figuras, juguetes completos ó parciales, además de una gran diversidad de objetos. Los estándares modernos en la industria requieren, por razones preventivas de salud, que los materiales no sean tóxicos y que el diseño de juguetes considere la dureza de los materiales, con el fin de ser más seguros ó menos peligrosos; esto último es evidente en juguetes esponjosos y de tela hechos para infantes.

2.3.3.1 Consideraciones Preventivas

Aparte de que los juguetes deban ser hechos de materiales no tóxicos, el tamaño del juguete, dependiendo de la edad del menor, no debe ser menor que el diámetro de la tráquea, de acuerdo

al instrumento de medición que la industria creó con este fin. Otra consideración en la construcción del juguete es la de procurar no tener orillas filosas.

2.3.4 Los Juguetes como herramienta educativa.

Podremos decir que los sistemas educativos, se han caracterizado por su rigidez, por transmitir el conocimiento desde la óptica de lo serio, como una herencia quizás del cristianismo medieval. Vale la pena destacar que esta propuesta fue válida y que obviamente no es condenable, pero que hoy es necesario reevaluarla y convertir el proceso enseñanza - aprendizaje en un modelo de encuentro con el saber un poco más dinámico, más participativo y quizás menos agresivo con el educando.

Los juguetes y los juegos por su versatilidad pueden ser utilizados en propuestas del conocimiento, siempre que se tenga en cuenta que es lo que se quiere transmitir.

2.3.4.1 Educación con juguetes

Los juguetes existen hace millones de años y son producto de las circunstancias culturales y sociales de los pueblos; no vamos a adentrarnos en la historia de éstos, aunque valdría la pena, si no que vamos a recoger aquí, sólo las características de dos juguetes; uno que hace referencia a los “viejitos” y otro a los juguetes modernos.

Empecemos por la reina de los juguetes: la muñeca, la que no habla y que no tiene movimiento; a nuestro juicio, es un excelente juguete, precisamente por el hecho de no hablar, no tener movimiento propio, se convierte en un elemento versátil, tanto como la dueña; ésta entra profundamente en el mundo de la jovencita que asume jugar con el objeto. Basta con observar a un grupo de niños y niñas jugando a representar una escena de la cotidianidad familiar de alguno de los protagonistas y las muñecas se convierten en enfermeras, cocineras, doctoras, amas de casa y la lista sería tan larga como la experiencia de los participantes; es decir, la

versatilidad del juguete consiste en la apropiación que el dueño y en este caso la dueña pueda hacer de ella.

Estos juguetes posibilitan la creatividad infantil de manera amplia, permitiéndoles mayores condiciones para la vivencia de sus espacios afectivos, sociales y síquicos.

El juguete es un posibilitador si se quiere de los sueños de los infantes, siempre que éstos puedan convertir a sus juguetes en protagonistas de sus más profundos deseos.

Ahora nos referimos a los juguetes más modernos: pensemos en la pista de carros, en la que éstos se chocan y su dueño o dueños pueden corregir manualmente para volver a enfrentarlos a la velocidad de la pista y de la potencia de las baterías que se pueden adquirir. Ante esta propuesta lúdica - consumista, nos surgen interrogantes como:

- ¿Qué otro juego puede desprenderse de esta propuesta?
- ¿Qué creatividad permite este tipo de juguetes a los niños?

Este es un juguete repetitivo, poco versátil y que no posibilita los deseos de los niños. La relación jugador - juguete, en una relación simple donde el jugador no tiene muchas posibilidades de crear de hacer del juguete eso, su juguete.

Una alternativa sería, el uso de juguetes menos sofisticados cada día ya que los modernos terminan por fastidiar a los adultos y guardados en la habitación de los niños para no ser destruidos por éstos.



Gráfico II.07 Bicicleta Inteligente

Fuente: http://www.tuexperto.com/wp-content/uploads/flickr_backup/2508979759_46e1425c73_o.jpg

2.3.5 El desarrollo de los niños y las niñas como usuarios

La principal premisa en cualquier negocio contemporáneo es la innovación como fórmula de éxito ante un mercado sobrecargado de productos. La evolución de la industria del juguete pasa por las nuevas formas de entretenimiento. Las empresas jugueteras, por tanto, intentan redefinirse para resolver las necesidades de un nuevo consumidor que está en continuo cambio.

A pesar de los cambios tan drásticos que se están operando en el modo de jugar y divertirse, y de la orientación excesivamente consumista de este tipo de productos, existen parámetros que son comunes a toda la población infantil puesto que derivan del desarrollo y el crecimiento natural de los niños.

La propuesta evolutiva para edades comprendidas a partir de los 6 años se desarrolla teniendo en cuenta otros parámetros, en los que impera la socialización, el desarrollo intelectual, etc.

Este tipo de valoraciones son una premisa esencial para el desarrollo de productos adecuados a los diferentes campos evolutivos de los niños y las niñas. Los fabricantes, condicionados por las presiones de los distribuidores y la velocidad con que se mueven sus competidores, desarrollan sus productos en base al mercado, y la mayoría de veces olvidan el público objetivo al que van dirigidos sus productos.

2.3.5.1 Los niños y las niñas como consumidores.

La observación de los niños como consumidores se puede considerar a partir del momento en el que este sector de la población dispone de dinero y quiere gastarlo.

Según datos expuestos por James U. Me Neal. En la segunda mitad de los años sesenta los niños gastaban más de 2.000 millones de dólares por año de sus propios bolsillos en lo que deseaban, e influirán en los gastos paternos en miles de millones más. Fue en el año 1969 cuando apareció la primera publicación que declara a los niños como mercado.



Gráfico II.08 Niño Consumidor

Fuente: <http://www.cnnexpansion.com/media/2010/11/12/nino-dinero.jpg>

2.3.6 Los juguetes como rescate cultural

2.3.6.1 Homólogos

Existen varios proyectos de diseño realizados bajo estos parámetros de rescate gráfico, donde la identidad de un pueblo se halla presente en productos contemporáneos por medio de la utilización de la simulación iconográfica, ya sea desde un punto de vista antropológico o simplemente de interpretación visual de lo que pudo haber sido; siendo preciso acotar que estos trabajos no tiene un estudio analítico de las formas y diseños utilizados más que por concepto meramente. A estos trabajos les pudiéramos considerar como homólogos directos o indirectos, los primeros debido a la similitud en utilizar mitos para realizar su gráfica, y el segundo por el uso de vestigios para redescubrir a un pueblo, mostrándolos desde sus inicios.

▪ Juegos Olímpicos Atenas 2004

Los XXVIII Juegos Olímpicos de Verano se celebraron en Atenas (Grecia) desde el 13 de agosto al 29 de agosto de 2004. Durante 17 días se celebraron los eventos deportivos más grandes y costosos de la historia, reuniendo a delegados de 201 países y más de 10 mil atletas (6296 hombres y 4 329 mujeres).

El logotipo de los Juegos es un símbolo clave claramente visible durante la preparación y celebración de los Juegos. El logotipo enlaza los cuatro valores de los Juegos de Atenas 2004 (herencia, participación, celebración y escala humana) con los valores más generales y ampliamente compartidos del Movimiento Olímpico. En términos de herencia, el uso de la rama de olivo se inspira en las raíces en los Juegos Olímpicos antiguos como premio a los vencedores.



Gráfico II.09 Logotipo Olimpiadas Atenas2004

Fuente: <http://www.piensologoexist.com/wp-content/uploads/2011/12/2004.jpg>

El olivo era considerado como elemento sagrado y símbolo de la ciudad estado de Atenas. La humanidad queda reflejada en el trazo manuscrito de la rama y el círculo abierto, que invita a la participación pacífica en el “estilo de vida Olímpica” y en la celebración de un festival universal, también simbolizado por los anillos Olímpicos. La elección de colores está relacionada con elementos naturales: el azul del cielo y mar griego y la luz del mar Egeo. En cuanto a diseño, la rama semicircular de olivo está localizada en el centro de un cuadrado irregular, representando una forma dinámica dentro de una forma estática. En el interior del rectángulo estático, los diferentes tonos de azul evocan el flujo del agua o las nubes en el cielo. La tipografía es palo seco (verdana) en mayúsculas, cuya neutralidad refuerza el símbolo visual.

Se ha evitado utilizar una fuente más clásica, adoptando un estilo más moderno que antiguo. El ancho de los anillos en la parte inferior es el mismo que la rama y están alineados.

El logotipo combina historia (Juegos Olímpicos antiguos y herencia ateniense), lugar (Atenas en 2004), elementos humanos y naturales, así como los valores universales del Olimpismo.

Mascotas

Las mascotas para los Juegos Olímpicos de Atenas 2004 fueron los hermanos Phevos y Athena, las mascotas oficiales de Atenas 2004. Su creación fue inspirada en una muñeca de la Antigua Grecia, y que por concepto de juego fue utilizada, sus nombres pertenecen a dos Dioses de Olimpia: Phevos, el Dios de la luz y la música, sabio como Apolo; y Athena es la Diosa de la sabiduría y protectora de la ciudad de Atenas. Phevos y Athena representan el enlace entre la historia de Grecia y los Juegos Olímpicos Modernos.



Gráfico IL.10 Mascotas Athena y Phevos, Atenas 2004

Fuente: <http://olympicstudies.uab.es/athens2004/esp/1e.html>

2.4. LA MARCA

2.4.1 Concepto de marca

¿QUÉ ES UNA MARCA?

Una marca es un nombre o símbolo que identifica los bienes o servicios de una determinada empresa. La marca ofrece al consumidor una garantía, y le permite protegerse de competidores que ofrezcan productos que parezcan idénticos.

La marca es lo que los consumidores compran y va mucho más allá de la propia materialidad del producto.



Gráfico II.11 Marca País Ecuador

Fuente: <http://ricardomedinao.files.wordpress.com/2010/10/ecuador-ama-la-vida.png?w=524>

- **La marca es una notoriedad.** Una marca desconocida es una marca sin valor; el consumidor preferirá aquellos productos de marcas conocidas que le garanticen seguridad y calidad.
- **La marca es un valor de referencia que identifica al producto,** permitiendo la comparación del mismo con otras marcas y la elección libre entre ellas.

La calidad que inspira una marca debe estar directamente relacionada con la calidad del producto que ampara. En cambio, la marca es un elemento reconocido por los consumidores, quienes otorgan a determinadas marcas el calificativo de "buenas" y se lo niegan a otras.

La marca es una firma. Es un importante símbolo de garantía y responsabilidad.

La marca ha de estar viva (nace, se desarrolla, se transforma, enferma y en determinados casos, muere) por lo que necesita, cuando es preciso, innovación (formal y/o conceptual); nuevos códigos de comunicación que construyan liderazgo diferenciándola más claramente de la competencia por sus valores tangibles o intangibles.

Por otro lado, la marca es uno de los atributos psicológicos de un producto, junto con la calidad.

En este sentido, la marca:

- Permite diferenciar nuestro producto de la competencia
- Facilita la adquisición del producto

- Facilita la compra repetitiva
- Facilita la publicidad
- Facilita la introducción de nuevos productos.

Cualidades de un buen nombre de marca:

- Debe describir los beneficios del producto (asociable al producto)
- Debe evocar al producto. Pero asociar o evocar no se deben confundir con describir ya que la marca no describe al producto sino que lo distingue, por lo tanto, el nombre no debe hacer una descripción del producto, ya que limitaría a la marca en un futuro frente a posibles modificaciones o desarrollo del producto.
- Debe ser memorable (de fácil recordación), es decir, fácil de reconocer y recordar
- Debe ser única, para poder competir (debe ser distinta de la de la competencia)
- Debe ser breve y sencilla.
- Debe ser de fácil lectura y pronunciación
- Debe ser eufónica (sonar bien)

2.4.2 Identidad de Marca

La Identidad de Marca es el conjunto de activos vinculados al nombre y símbolo de la marca que incorporan el valor suministrado por un producto o servicio a la compañía y/o a sus clientes.

Las principales categorías de activos son:

1. Reconocimiento del nombre de la marca
2. Fidelidad a la marca
3. Calidad percibida
4. Asociaciones de la marca

Es preciso tener presente que cada activo de la marca crea valor de forma diversa. Por lo tanto, para gestionar efectivamente el valor de la marca y para tomar decisiones sobre actividades de

construcción de marca es importante que el mercadólogo sea sensible a las formas por las cuales las marcas poderosas crean valor tanto para el cliente como para la compañía.



Gráfico II.12 Valor de la Marca

Fuente: [http:// www.pymesonline.com](http://www.pymesonline.com)

El valor de la marca se construye teniendo en cuenta cuatro aspectos principales:

1. **DIFERENCIACIÓN**, que es la singularidad distintiva que el cliente percibe de la marca.
2. **RELEVANCIA**, que describe la apropiación personal de la marca. Contribuye a solidificar la razón de compra. A mayor relevancia, mayores ventas. La diferenciación por sí sola es insuficiente para lograr la fortaleza de la marca, ya que sólo genera oportunidades de márgenes. Complementariamente, la relevancia genera oportunidad de uso (penetración de mercado). Por esta razón la diferenciación debe ser relevante para que la marca obtenga fortaleza real.
3. **ESTIMA**, describe el afecto y consideración que el cliente tiene hacia la marca. Se relaciona estrechamente con percepciones de calidad y popularidad, que promueven el uso.
4. **CONOCIMIENTO**. El conocimiento es la consecuencia del éxito en la construcción de la marca. Se relaciona directamente con la "experiencia" del consumidor con el producto / servicio de una marca particular, que promueve y facilita el reconocimiento, recuerdo e imagen de la marca. La imagen de la marca se construye en base a distintos tipos de asociaciones que el

cliente va haciendo con ésta (teniendo en cuenta que siempre existe una preferencia de asociaciones, porque unas tienen más fuerza que otras para el cliente).



Gráfico II.13 Tipos de Asociaciones

Fuente: [http:// www.pymesonline.com](http://www.pymesonline.com)

2.4.3 Proceso de Creación del Nombre Marca

En general, lo más apropiado es utilizar técnicas creativas como son las figuras retóricas literarias, las técnicas publicitarias y las técnicas basadas en la asociación.

Algunas de las técnicas más aplicadas son:

- **Analogía.** Basada en la idea de similitud, semejanza o evocación más o menos directa al producto. La analogía se busca por medio de preguntas como, por ejemplo: "¿a qué se parece?", "¿qué recuerda?", "¿de dónde procede?", "¿de qué está hecho?", "¿para qué sirve?", etc. referidas al producto y su entorno físico o emocional.
- **Extrañeza, factores de contraste u originalidad y novedad.** Consiste en recurrir a una fonética sugestiva del nombre absolutamente al margen de sus caracteres directos, analógicos o descriptivos.

- **Evocación.** Buscar un nombre que sugiera las situaciones emotivas o psicológicas, un mundo de valores y significaciones positivas afines al público de la marca.
- **Amplificación.** Consiste en valorar de forma superlativa a la empresa, marca o producto, por medio de nombres evocadores de un cierto gigantismo. Todo ello con miras a crear una imagen de alta potencia y universalidad.
- **Confiabilidad.** Se aplica a productos que precisen de ésta características como es el caso de productos farmacéuticos, dietéticos, alimentación etc.
- **Combinatoria.** Es un modo libre que reúne conceptos diferentes con el fin de potenciar el efecto del nombre. Se combinan así, fragmentos de nombres, letras, números, onomatopeyas etc.
- **Listing y Matriz.** Utiliza cuadros y matrices a partir de letras del alfabeto.

2.4.4 Imagen de Marca

La imagen es algo intangible pero que sirve para que una determinada empresa comunique su cultura empresarial y cree una determinada marca, logotipo e identidad corporativa, que la hará ser conocida, admirada, consultada, utilizada y tenida en cuenta a partir de ese momento por la sociedad a la que se dirige. Sin esa imagen o reconocimiento de sus productos o servicios, no sería conocida ninguna empresa en la actualidad.

Toda marca tiene una determinada imagen, que por medio de su eficiente planificación y control, puede convertirse en una eficaz estrategia de comunicación que apoya en todo momento y a cada uno de sus productos.

No basta con vender servicios o productos, hay que comunicarlos y fijar imágenes permanentes de la empresa creadora, por eso es necesaria la creación de una identificación propia (la marca), que se traduce en única, homogénea y global, permitiendo diferenciarla del resto por medio de atributos como: confianza, personalidad, esfuerzo, riqueza, plenos servicios, eficacia, solidez,

continuo desarrollo, participación tecnológica, apertura hacia el exterior, beneficio social, gestión empresarial, etc.

La **imagen de marca** es una consecuencia de cómo la marca se perciba. Es una representación mental de los atributos y beneficios percibidos de la marca.

La percepción de las marcas es lo que da forma y contenido a algo que no deja de ser una abstracción, una concepción mental de las características del producto y de los valores simbólicos atribuidos por la publicidad y la promoción, para conseguir la preferencia de los consumidores.

Por lo tanto, se puede definir la **imagen de marca** como un conjunto de percepciones, asociaciones, recuerdos y prejuicios que el público procesa en su cabeza y cuya síntesis es una imagen mental del producto, a través de su representación, relación calidad - precio y de las ventajas y satisfacciones que de él reciben o piensan que pueden recibir a través de su nombre y publicidad.

Lo verdaderamente importante no es tanto la imagen que transmitan las marcas, sino su capacidad para establecer su autoridad y superioridad sobre la competencia.

2.4.5 Identidad Corporativa

Al igual que los productos tienen cada vez más necesidad de diferenciarse en un mercado en el que los adelantos tecnológicos lo dificultan cada vez más, las empresas, como las marcas, luchan para conseguir fuertes personalidades y el apoyo de los diferentes públicos con los que se relacionan para poder sobrevivir.

La identidad corporativa se basa en la realidad de la propia empresa. Responde a la pregunta ¿Qué somos? Su respuesta ha de diferenciar a la empresa del resto de la competencia y ha de transmitirse de forma coherente y a lo largo del tiempo a todos sus públicos, a través de

cualquier forma de comunicación. **La identidad se manifiesta por medios gráficos, verbales, culturales y ambientales y a través de informaciones objetivas.**

Los **elementos** que configuran la **identidad corporativa** son:

- **Nombre o identidad verbal.** La identidad empieza con un nombre propio, lugar de la inscripción social de las personas y lugar de la inscripción social de las empresas. El nombre o la razón social es el primer signo de la existencia de la empresa. Es el único de doble dirección, la empresa lo utiliza para designarse a sí misma y, el público, competencia, periodistas, etc., para referirse a ella.
- **El logotipo.** Es una palabra diseñada, la traducción tipográfica del nombre legal o de marca.
- **La simbología gráfica.** Son los signos icónicos de la marca, la parte que no se pronuncia. A veces se asocia al logotipo formando un todo y la marca resulta ser sólo un grafismo.
- **Identidad Cromática.** Es el color de la marca. Hay marcas que se identifican y diferencian claramente por su color (por ejemplo, Kodak, con su característico color amarillo).
- **La identidad cultural.** Los signos culturales definen un modo propio de comportamiento global, un modo de ser y hacer de una empresa ante la sociedad. Puede representar un valor añadido por su esmerado y atento servicio pre y post venta.

2.4.6 Imagen Corporativa

El hacer técnico o funcional de la empresa, unido a su hacer cultural (calidad y atención al público), más sus diferentes formas de comunicar lo que es y lo que hace (publicidad corporativa, relaciones públicas, merchandising, packaging, etc.), más su propio compromiso con la sociedad y la identidad de su marca configuran la **imagen corporativa de la empresa en la mente de sus públicos**, es decir, la extensión imaginaria de la identidad corporativa de la empresa.

2.5 EL PACKAGING

2.5.1 INTRODUCCIÓN

Se considera que el primer ejercicio de packaging se produjo hacia 1885. Cuando William Lever decidió envasar su jabón bajo la marca comercial Sunlight, dotándole de personalidad y diferenciándose de sus competidores.

Más tarde, en 1920 era corriente encontrar tiendas que ya vendían envasadas alrededor de la mitad de sus mercancías. En la década de los 30's, las innovaciones técnicas de impresión permitieron la reproducción de dibujos e ilustraciones. Esto unido a la diversificación de variedades de productos, hizo que la marca de fabricante cediera paso al nombre de las variedades de un mismo producto.

Tras la Segunda Guerra Mundial aparece el autoservicio. El packaging comienza a tomar entonces la importancia comercial que posee hoy en día. Desaparece el vendedor y con él, el prescriptor que aconsejaba la elección de un producto u otro.

Actualmente se puede calcular que una gran superficie contiene en sus lineales aproximadamente unas 50.000 referencias. Un consumidor medio compra aproximadamente 50 productos en cada visita. El tiempo que tarda en recorrer la gran superficie se estima en 40 minutos. Esto quiere decir que únicamente dedica a cada producto elegido unos 5 segundos. En ese tiempo el packaging ha de:

- Atraer
- Informar
- Sugerir
- Convencer

Llegar a ser el elegido sobre nuestra competencia no es fácil. Pero tampoco es muy difícil.²⁹

2.5.2 Concepto de Packaging

Es un instrumento de los productos para su venta directa que contiene una cantidad adecuada para el consumidor; que informa sobre las características de uso (almacenaje, conservación, propiedades nutricionales, etc.) y que permite la identificación y la diferenciación en una oferta cada vez más amplia.

El envase nos permite:

- Llevar el producto en perfectas condiciones al consumidor (conservación, protección y seguridad).
- Facilitar su identificación (imagen del producto a través del diseño, color y forma).
- Posibilitar una explotación racional de los productos (manipulación, almacenaje y transporte).

- **Envase:**

Es todo producto fabricado con diversos materiales utilizado para contener, proteger, manipular, distribuir y presentar productos en cualquier fase de la cadena de fabricación, distribución y consumo.

El término anglosajón Packaging viene a significar literalmente los mismos conceptos que envase. Se Prefiere aplicar Packaging cuando al término envase se le dota de características de comunicación: Es decir, pasa de tener un valor racional a otro emocional. El envase es funcional, el Packaging comunicacional.

El envase es tangible, el Packaging intangible.

- **Packaging**

Es el conjunto de elementos visuales que permite presentar el producto al posible comprador bajo un aspecto lo más atractivo posible, transmitiendo valores de marca y su posicionamiento dentro de un mercado.

²⁹ Envase y Embalaje”. A.L. Cervera. Editorial ESIC. 1998. pp. 15.



Gráfico II.14 Algunos Tipos de Packagings

Fuente: <http://www.simex.com.co/images/inicio.jpg>

2.5.3 Tipos de Envases

- Envase Primario es aquel que está directamente en contacto con el producto.
- Envase Secundario: es aquel que contiene uno o varios envases primarios, otorgándole protección para su distribución comercial.
- Embalaje (envase terciario): es el agrupamiento de envases primarios o secundarios en un contenedor que los unifica y protege a lo largo del proceso de distribución comercial.

2.5.4 Packaging y Comunicación

Las funciones más importantes de la comunicación en el Packaging son:

- 1) **Percepción:** es la capacidad del envase para ser percibido.
- 2) **Diferenciación:** una vez percibido, debe ser diferenciable en un contexto saturado de productos.
- 3) **Identificación:** el consumidor debe asociar fácilmente el continente (envase) con el contenido (producto).
- 4) **Función espejo:** la publicidad crea un estilo de vida y lo asocia con la utilidad de venta.
- 5) **Argumentación:** se deben comunicar y hacer evidentes las cualidades y valores positivos que se pretenden “vender” (calidad, seguridad, comodidad, tradición, artesanía, naturaleza, ecología, exclusividad, lujo, precio ventajoso, prestigio social etc.).

- 6) **Información:** es importante informar de una manera clara y completa para satisfacer las necesidades de un consumidor cada vez más exigente. Las informaciones incluirían las de tipo obligatorio (que están legisladas), las voluntarias (que mejoran la información al consumidor) y las de tipo promocional (que estimulan las ventas).
- 7) **Seducción:** es la capacidad de fascinación y de incitación activa a la compra.³⁰

2.5.5 Color.

El color es el elemento visual más complejo y el que mayor vinculación tiene con las emociones. La mayoría de los consumidores recuerdan un Packaging más por su color que por su nombre o marca.

Desde un aspecto de marketing el color persigue:

- **Crear un estímulo de venta:** provocando la atracción del comprador y favoreciendo la efectividad del mensaje.
- Mejorar la presentación del producto
- Diferenciarlo de la competencia.
- Posicionar el producto: dándole personalidad.

La visibilidad es el poder que posee el color para captar la atención del consumidor. Todo color emite unas vibraciones, que son percibidas por el ojo y transmitidas al cerebro para su identificación. El grado de intensidad de las vibraciones producidas por los colores, de mayor a menor, es el siguiente:

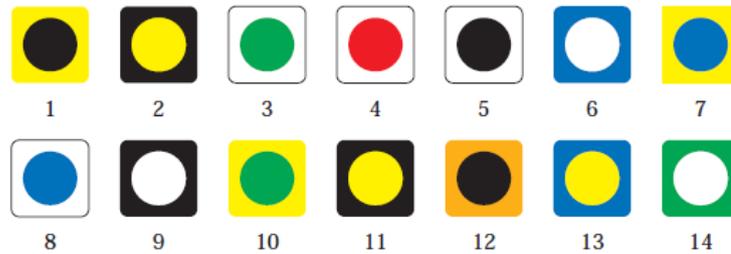


El tiempo que se tarda en ver un color constituye la percepción. La percepción de un color afecta a su eficacia en el lineal. De mayor a menor, la lista sería la siguiente:

³⁰ “Las funciones de comunicación en los envases”. J. M. Font. Infopack. 1997.



El tercer factor importante en el color es el contraste. Éste es la relación que se establece por la asociación de dos o más colores. Las investigaciones establecen el siguiente orden de mayor a menor:³¹



2.5.6 Formas

La forma visual básica es la línea. Su forma y longitud determina su significado en la sintaxis visual.

- **La línea recta:** impresión de tranquilidad, de solidez y serenidad. Es masculina.
- **La línea curva:** impresión de inestabilidad, de dulzura, de alegría. Es femenina.
- **La línea fina:** sugiere delicadeza.
- **La gruesa:** energía y resolución.
- **La línea larga:** evoca un sentimiento de vivacidad.
- **La línea vertical:** atrae la mirada hacia la altura.
- **La línea horizontal:** sugiere reposo.

El tercer elemento básico de comunicación son los textos. La legibilidad es superior en aquellos textos con minúsculas frente a los que están compuestos totalmente con mayúsculas. La composición con mayúsculas y minúsculas proporciona formas más características, que identifican mejor y más rápido las marcas y submarcas.

³¹ Karl Borggrafe empleó el taquitoscopio para medir el tiempo exacto de lectura en publicidad y envases.



Gráfico II.15 Nuevo Packaging Doritos

Fuente: <http://www.alejandrobebrian.com/blog/wp-content/uploads/2009/10/doritos1-580x482.jpg>

2.5.7 Aspectos Medioambientales

Actualmente existe una gran sensibilización entre los consumidores, instituciones y sociedad en general por el cuidado del medioambiente, y el Packaging se ve sujeto a análisis por los especialistas en ecología.

El Packaging es acusado como responsable de la contaminación urbana y como causante de los problemas de la eliminación de residuos sólidos.

Por ello es necesario dar a la relación Packaging / medioambiente soluciones racionales, imaginativas, sencillas y honestas.

El Packaging debe trabajar en la optimización y racionalización de materiales, generación de residuos reciclados y esto es necesario transmitirlo adecuadamente al consumidor mediante la información visual y sencilla, que permiten las normativas de medioambiente.



Gráfico II.16 Símbolos de reciclado

Fuente: <http://www.ecopilos.com/wp-content/uploads/2009/10/logo-reciclaje2.jpg>

2.6 MODELADO MANUAL DE MUÑECOS.

2.6.1 Generalidades

Cuando un diseñador se enfrenta al proceso proyectivo necesita inevitablemente de ciertos medios para transformar sus ideas en una expresión visual, o tangible, precisa y cuidada. Los croquis, las visualizaciones en perspectiva y los modelos tridimensionales se convierten en los medios más expeditivos para este fin.

En el método tradicional, el diseñador comienza por expresar las características formales más representativas del objeto que se ha de elaborar a través de medios bidimensionales: dibujos desde distintos puntos de vista, detalles constructivos, proyecciones ortogonales. Después, cuando las ideas han tomado más consistencia, el propio diseñador o un especialista en modelismo procede a desarrollar y recrear las imágenes mediante técnicas de configuración de modelos; modelos cuyo acabado permitirá conocer la forma del objeto definitivo en su sentido más estricto.

Hay quien prefiere abordar directamente el paso de la idea al objeto en tres dimensiones ejecutando pequeños modelos de estudio con materiales que permitan una relativa facilidad de empleo. Estas maquetas conceptuales o de experimentación sirven como elementos de análisis para realizar más tarde el modelo propiamente dicho. No hay reglas fijas y cualquier método es válido siempre y cuando el artífice se desenvuelva con precisión y claridad. No obstante, para quienes hayan de iniciarse en las técnicas de configuración tridimensional es recomendable que partan de la croquización sistemática como medio para definir las formas y determinar la futura realización del modelo.

El nivel de perfeccionamiento de un modelo varía según sus características particulares o según los materiales disponibles en el tiempo previsto de ejecución. Es necesario emplear materiales

idóneos y utilizar un método de trabajo adecuado para cada objetivo en particular o las condiciones que se especifiquen en cada situación.

Por consiguiente, el éxito de un modelo estará ligado sin duda a un proceso de preparación escalonado, aparte de la habilidad y experiencia de quien lo ejecute.

2.6.1.1 Proporción Aurea en la figura humana

En el dibujo de Leonardo, se detallan las proporciones de una figura humana según las definía Vitrubio, un arquitecto e ingeniero militar romano del siglo I d. C., cuyos escritos constituyen un documento único acerca de la teoría y la práctica clásicas con respecto a la armonía de las proporciones.

Este famosísimo dibujo de Leonardo da Vinci ejemplifica las proporciones ideales del hombre propuestas dieciséis siglos antes por el arquitecto romano Vitrubio. Escribió Leonardo: "Si abrimos las piernas hasta disminuir la altura en un catorceavo, y extendemos los brazos, levantándolos de tal modo que los dedos medios estén al nivel de la parte superior de la cabeza, debemos saber que el ombligo será el centro de un círculo del que los miembros extendidos tocan su circunferencia. Asimismo, el espacio entre las piernas formará un triángulo equilátero. El espacio existente entre los brazos extendidos de un hombre es igual a su altura."

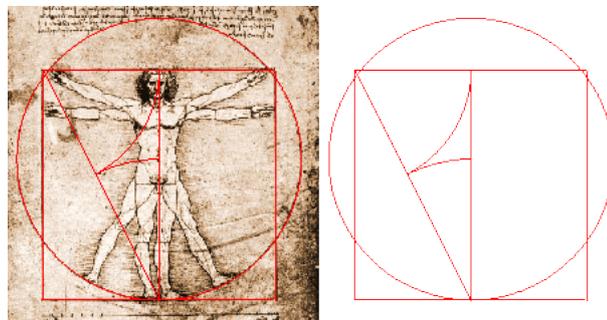


Gráfico II.17 Proporciones Masculinas

Fuente: <http://www.pauloporta.com/secaurea/esq.gif>

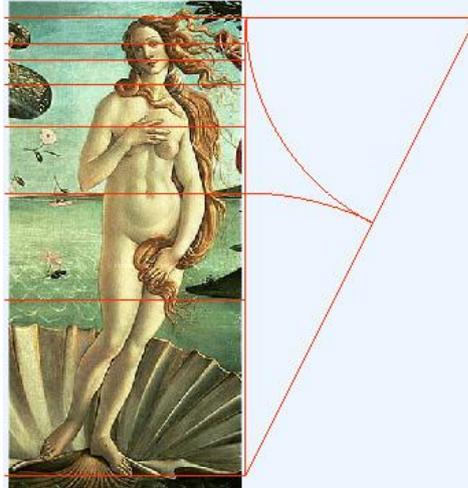


Gráfico II.18 Proporción Áurea

Fuente: <http://www.pauloporta.com/secaurea/venusboticeli.JPG>

Hacer esta escala sobre un segmento es muy simple. Primero hacemos el cálculo de la sección áurea desde un extremo y desde el otro.

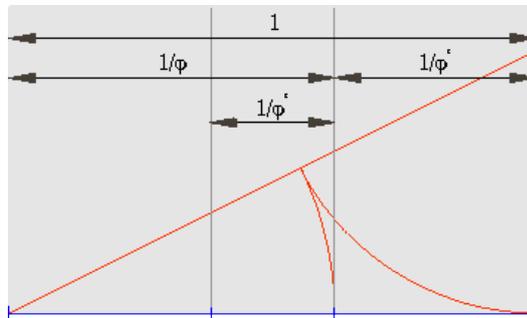


Gráfico II.19 División proporción áurea

Fuente: <http://www.pauloporta.com/secaurea/dividido.gif>

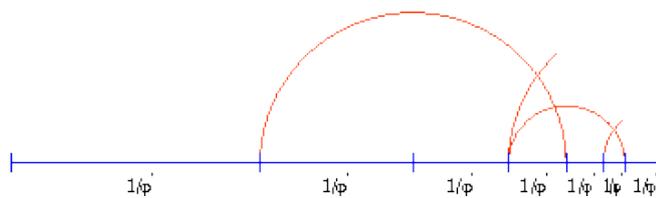


Gráfico II.20 Escala de formación sección áurea

Fuente: <http://www.pauloporta.com/secaurea/escala.gif>

2.6.1.12 Movimientos Básico

- CAMINATA

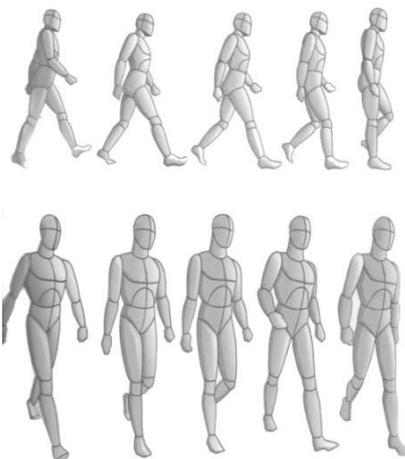


Gráfico II.21 Caminata

Fuente: OLIVETTI, A. Anatomía Dibujada, libro 1, Ediciones Doedytores, Buenos Aires 2005. pp. 7

- TROTE

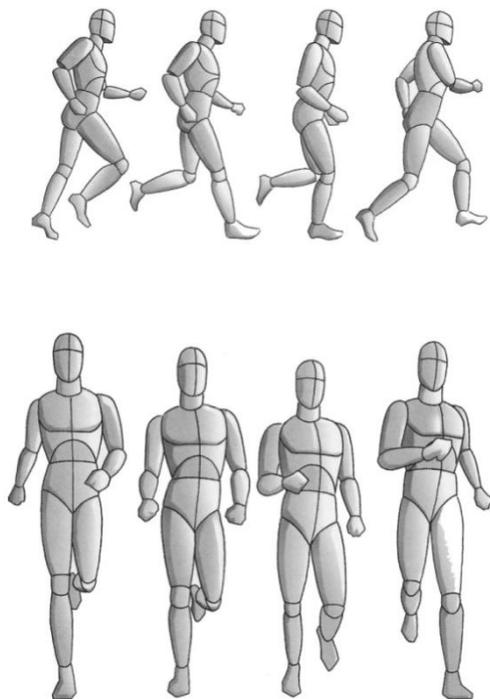


Gráfico II.22 Trote

Fuente: OLIVETTI, A. Anatomía Dibujada, libro 1, Ediciones Doedytores, Buenos Aires 2005. pp. 8

- **ESCORZOS**

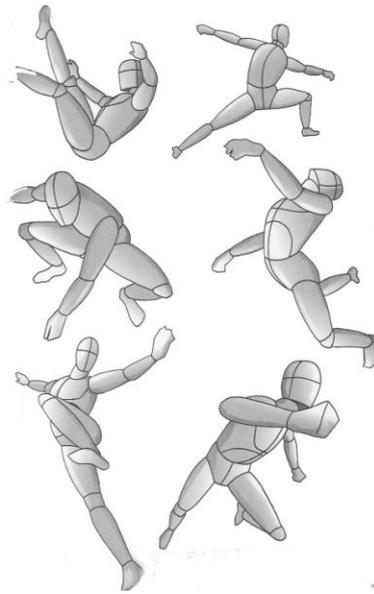


Gráfico II.23 Escorzos

Fuente: OLIVETTI, A. Anatomía Dibujada, libro 1, Ediciones Doedytores, Buenos Aires 2005. pp. 9

- **TORSO DE FRENTE**

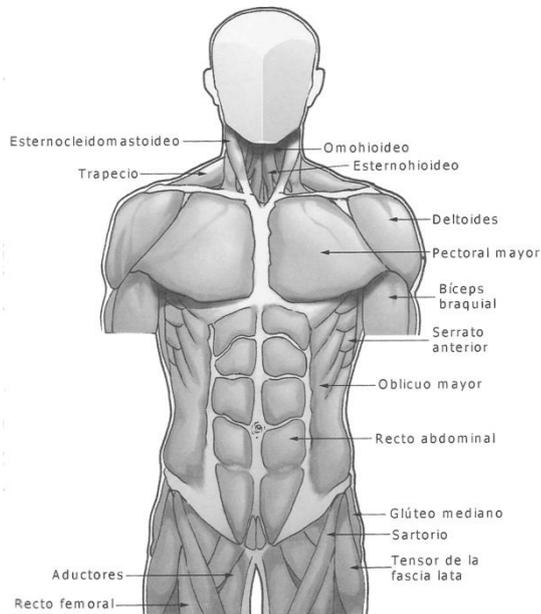


Gráfico II.24 Torso Frente

Fuente: OLIVETTI, A. Anatomía Dibujada, libro 1, Ediciones Doedytores, Buenos Aires 2005. pp. 13

- **TORZO PERFIL**

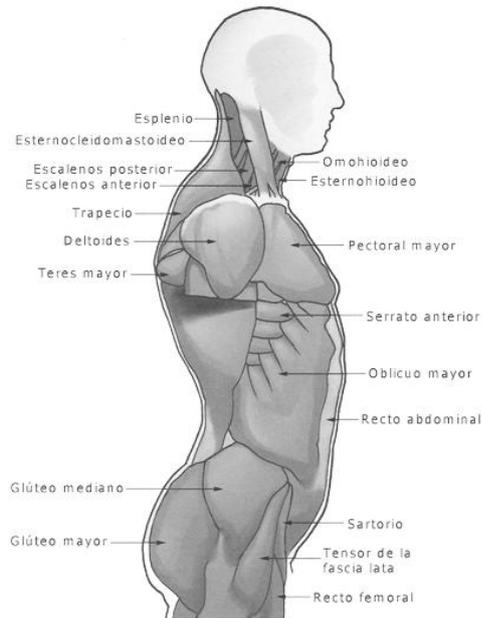


Gráfico II.25 Torso Perfil

Fuente: OLIVETTI, A. Anatomía Dibujada, libro 1, Ediciones Doedytores, Buenos Aires 2005. pp. 14

- **TORSO ESPALDA**

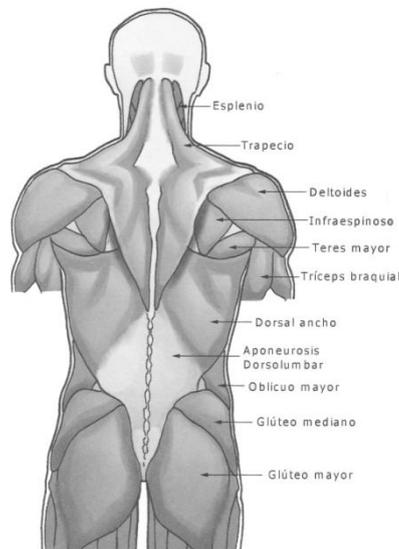


Gráfico II.26 Torso Espalda

Fuente: OLIVETTI, A. Anatomía Dibujada, libro 1, Ediciones Doedytores, Buenos Aires 2005. pp. 15

- **MANOS**

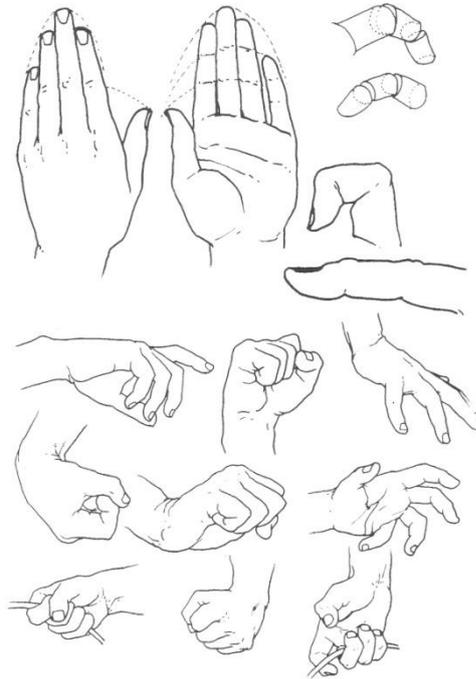


Gráfico II.27 Manos

Fuente: OLIVETTI, A. Anatomía Dibujada, libro 1, Ediciones Doedytores, Buenos Aires 2005. pp. 28

- **PIES**



Gráfico II.28 Pies

Fuente: OLIVETTI, A. Anatomía Dibujada, libro 1, Ediciones Doedytores, Buenos Aires 2005. pp. 29

2.6.2 Características y manejo de las herramientas y materiales utilizados para la realización del modelado de muñecos.

Para el modelado, modelismo o Sculpting se requiere de un sin número de materiales y herramientas, entre las más importantes tenemos:

2.6.2.1 Materiales

2.6.2.1.1 Alambre

El alambrado nos es la base en el modelado, este nos sirve para hacer un "esqueleto" de la figura que vayamos a esculpir, ya que la arcilla o masilla, no se sostiene por sí sola. Hay varios tipos de alambre y de varios calibres, utilizar un alambre muy grueso o muy duro nos puede perjudicar a veces en la figura. Es más recomendable un alambre no muy grueso de galvanizado, si bien este es muy liso y por lo mismo pierde adherencia a la arcilla, podemos incluir alambre fino de cobre para dar una "espiral" al todo el esqueleto, esto no dejará que resbale la arcilla.



Gráfico II.29 Alambre Galvanizado

Fuente: <http://www.elobradoresrl.com.ar/images/alambre%20galvanizado.jpg>

2.6.2.1.2 Masilla Epoxi

La masilla epoxi (o también llamada: epoxi, plastilina epòxica o masilla de 2 componentes) es el material ideal para empezar a modelar. Las cualidades de esta masilla son varias, pero la principal es de que seca al aire, no necesita de ningún tipo de horneado material especial para su fraguado, la masilla consta de dos componentes, masilla A y masilla B que al mezclarse perfectamente quedarán como piedra en un lapso de entre 40 min y 2 hrs. (dependiendo la marca y temperatura).



Gráfico II.30 Masilla Epoxi

Fuente: <http://www.artisticnico.com.ar/Catalogos/Parsec/MASILLA-EPOXY-ARTESANO.jpg>

2.6.2.1.3 Porcelana Fría

La porcelana fría es una opción alternativa al modelado en frío, no es un material muy usado por su desventaja al quebrarse durante y después del modelado, pero si estás iniciando es muy recomendable más que nada por lo económico que es. Aparte es un material que puede hacerse en casa.



Gráfico II.31 Porcelana Fría

Fuente: <http://www.lasmanualidades.com/wp-content/uploads/2010/06/receta-de-porcelana-fria1.jpg>

2.6.2.1.4 Arcilla Polimérica

Este es el material preferido y más usado por los modeladores profesionales o con experiencia. La principal ventaja de las arcillas poliméricas es que no tiene un límite de tiempo para ser modelada a diferencia de la masilla epoxi, la arcilla polimérica se mantiene suave hasta el momento de hornearse.

La arcilla también es mucho más manejable que otras pastas y cuenta con presentaciones de distintas consistencias (suave, súper suave, firme etc.) incluso se pueden hacer mezclas entre ellas para hacer una sola arcilla de consistencia deseada.



Gráfico II.32 Arcilla Polimérica

Fuente: <http://www.efecte-d.com/wp-content/uploads/2008/02/supersculpey.jpg>

2.6.2.1.5 Caucho Silicona

Los moldes de caucho de silicona son flexibles, a diferencia de los moldes de yeso. Posibilitan gran cantidad de copias de un original en diferentes materiales. Pueden utilizarse para escultura, molduras, calcos, velas, artesanías o cualquier elemento en material sólido al cual se quiera copiar. Podrás realizar figuras en serie de yeso, de resina, fibra de vidrio, cera y mucho más.



Gráfico II.33 Molde de Caucho Silicona

Fuente: http://www.arteico.com/imgs/subc/Molde_Caucho_9.jpg

2.6.2.1.6 Látex

El látex está compuesto de una sola parte, no requiere de mezclado ni pesado. Es más resistente que cualquier hule para moldes. El látex para moldes es un compuesto a base de caucho, especialmente preparado para conseguir interiores de moldes elásticos y resistentes con una productividad perfecta.



Gráfico II.34 Molde de Látex

Fuente: http://images02.olx.cl/ui/5/65/90/1272290451_90266590.jpg

2.6.3.1.7 Silicona comercial.

Aunque parezca extraño o imposible, la silicona que se comercializa para sellar juntas de sanitarios y otros elementos, también sirve para elaborar un molde flexible. Su capacidad de adaptación a las superficies no es tan buena como el caucho silicona o las gelatina, pero para ciertos casos su empleo puede solventar algún problema que otro.

Este producto se presenta en forma de pasta translúcida o de color, contenida en tubos para inyectar o en tubos para presionar a mano, aunque estos últimos no son recomendables pues resultan más caros y hay poca cantidad. Debido, precisamente, a su consistencia pastosa, sólo es posible utilizar este material en dos técnicas: el molde estampado y el molde por colada inyectar o a presión.

2.6.2.2 Herramientas

2.6.2.2.1 Estacas o gubias de modelado.

Los estiques o estacas de modelado, son herramientas que nos permiten modelar con más facilidad y detallar a profundidad nuestros proyectos. Existen de distintas formas y materiales, cada uno cumple una o varias tareas en el modelado, con ellos se pueden dar detalle a la figura, suavizarla, rebajar volumen etc.

- **CON TERMINACIÓN EN FORMA DE ESPATULA**



Gráfico II.35 Herramienta para Modelado (Estacas)

Fuente: http://2.bp.blogspot.com/v-SVBOoOkvo/s1600/esculpir_espátula.jpg

Es muy útil para alisar algún pico, especialmente cuando se está trabajando con pasta de plata en jeringuilla haciendo filigrana. También se puede realizar con ella algún adorno.

- **CON TERMINACIÓN EN FORMA DE BOLA**



Gráfico II.36 Herramienta para Modelado (Estacas 2)

Fuente: http://1.bp.blogspot.com/Aqiq9DatDxk/s1600/esculpir_redondo.jpg

Hay varios tamaños. Que permite hacer pequeñas hendiduras con forma circular.

2.6.2.2.2 Bases

Es muy importante tener una base que nos permita trabajar en la escultura, sin tener mucho contacto físico necesario con ella, para evitar esos "dedazos" o golpes que solo atrasan nuestros trabajos. La base debe estar sujetando la escultura desde sus cimientos (esqueleto de alambre) para así tener un mejor agarre. La base debe de poderse usar en todos los sentidos, 360° para realizar nuestro modelado sin problemas.



Gráfico II.37 Base para Modelar

Fuente: <http://k12.kn3.net/253173E82.jpg>

2.6.3 MOLDES Y REPRODUCCIONES

Aunque parezca una exageración, hoy en día sería imposible vivir sin moldes. Casi todos los objetos que nos rodean se han producido a partir de moldes y por eso, millones de personas de distintos lugares poseen al mismo tiempo un esfero con la misma forma, o una cámara fotográfica del mismo modelo, o comen con cubiertos idénticos. Todo esto gracias a las reproducciones que los moldes permiten repetir una y otra vez.

Cabe comentar, sin embargo, que los materiales para la ejecución de moldes han sido de lo más variado: arcilla cocida, yeso, madera, láminas de metal, cera e incluso piedra. Hoy en día, con el conocimiento y experimentación de nuevos materiales, se han desarrollado productos que facilitan el registro de cualquier forma, por inverosímil que parezca. Todo ello ha servido para que la industria actual produzca infinitos objetos con un sentido, si se permite la palabra, de clonación.

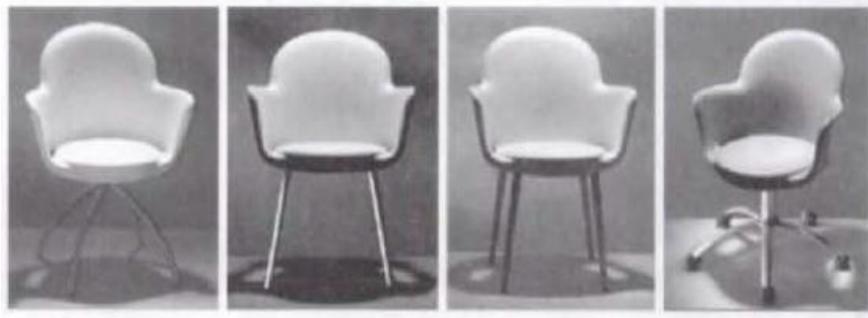


Gráfico II.38 Figuras seriadas mediante molde

Fuente: NAVARRO LIZANDRA, J.L. Maquetas, modelos y moldes. pp. 152

2.6.3.1 El modelo original o positivo

Las características formales, mecánicas y químicas del modelo son determinantes para realizar un molde de un tipo u otro. El modelo original ¿es blando o rígido?, ¿es resistente o es frágil?, ¿su forma es complicada y llena de entrantes y salientes, o es muy simple?, se trata de un relieve o de una forma exenta y voluminosa?, ¿se debe conservar intacto tras el proceso de moldeado o se puede destruir al desmoldar?, ¿resiste a la acción química del material de moldeado?, ¿se requiere un desmoldeante para evitar la adhesión del molde, y de qué tipo?.



Gráfico II.39 El David de Miguel Ángel

Fuente: http://farm1.static.flickr.com/51/181498383_28a30484b0.jpg?v=1156547552

2.6.3.2 El molde o Negativo

Puesto que existen muchas maneras de moldear, es conveniente plantearse, aparte de los interrogantes anteriores que afectan directamente al molde, otras preguntas: ¿debe ser rígido o flexible?, ¿cuántas piezas se necesitan?, ¿hay que hacer muchas reproducciones con el mismo molde o sólo una?, ¿resiste al calor, a la humedad, a los productos químicos y a la tracción mecánica?, ¿se mantiene estable en el tiempo?, ¿qué agente desmoldeante es el más conveniente?, ¿qué método de reproducción se va a emplear?



Gráfico II.40 Molde Caballo – Caucho Silicona

Fuente: <http://moldesyeso.files.wordpress.com/2011/03/imagen-009.jpg>

2.6.3.3 La Reproducción o copia

La copia del original, también es una cuestión determinante en esta disciplina, porque cualquier error de elección del material, de la manipulación o de la extracción del molde, perjudicaría un largo trabajo. A veces cuesta más retocar los desperfectos de una copia que volver a empezar desde cero, incluyendo la fase de realización de un nuevo molde, si éste se viera también abocado al desastre. Las puntualizaciones señaladas en los dos apartados anteriores son interesantes para aplicarlas también aquí, pero es imprescindible plantearse otras nuevas: ¿la copia debe estar a la intemperie o en un interior?, ¿debe estar sometida a cambios de temperatura o a alguna acción mecánica?, ¿el material empleado se puede retocar con facilidad?, ¿admite tratamientos cromáticos y de qué tipo?



Gráfico II.41 Estatuilla reproducidas

Fuente: <http://media04-ak.vivastreet.com/classifieds/fb/c/39542693/large/1.jpg>

2.6.3.4 Tapaporos y Desmoldantes

Existen diferentes tipos de desmoldantes entre los más comunes y más fáciles de encontrar en el mercado están los a base de aceites, pueden ser aceites para bebés que reaccionan un poco mejor al contacto con las diversas superficies, también se puede utilizar aceite vegetal, de cocina, todos estos sirven para lograr el objetivo.

Existe otro tipo de desmoldante y también se lo encuentra en el mercado, este es el talco, cualquier tipo de talco sirve para que el material con el que estamos trabajando no se adhiera a las superficies.

2.6.4 TIPOS DE MOLDES.

- Moldes de caucho de silicona.
- Molde de Látex
- Silicona Comercial

2.6.4.1 Las resinas (Datos de interés)

Se entiende por resina cualquiera de las resinas naturales modificadas químicamente o sintéticos polimerizados físicamente similares, incluyendo los materiales termoplásticos tales como polivinil y polietileno y materiales termorígidos tales como poliésteres y siliconas que son utilizados con los estabilizadores, pigmentos y otros componentes para formar plásticos.

Los principales tipos de resinas son las siguientes:

La resina Poliéster: Se presentan en forma de líquido algo viscoso. Para fraguar requieren del agregado de un **acelerador** y de un **catalizador**.

Una Resina Epóxi: o poliepóxido es un polímero termoestable (la resina) que se endurece cuando se mezcla con un agente catalizador o endurecedor. La resina de Poliuretano: Se obtienen por un proceso de condensación entre dos monómeros complementarios, o estableciendo enlaces entre uretanos y poliésteres. Se pueden lograr tres tipos distintos de resinas: rígidas, muy duras, lustrosas, indicadas para recubrimientos que deban presentar una elevada resistencia a los disolventes; las blandas y elásticas, en forma de cauchos resistentes a la abrasión; y la espuma que puede ser flexible o rígida.³²

³² NAVARRO LIZANDRA, J.L. Maquetas, modelos y moldes. Universidad Jaume I. Servicio de Comunicación y Publicaciones Madrid 2005. pp. 260- 263



Gráfico II.42 Muñeco Steve Jobs hecho en Resina de Poliéster

Fuente: <http://cloud.lbox.me/mjsovx1320226357563.jpg>



Gráfico II.43 Vaca y Conejo hecho en Resina Epoxi

Fuente: http://farm4.staticflickr.com/3419/3371994254_e2d78dd27d.jpg



Gráfico II.44 Guerreros del Espacio hecho en Resina de Poliuretano

Fuente: <http://www.gcdreams.com.ar/2010/chief1.jpg>

2.6.5 ESCALAS

La escala es la relación que existe entre un objeto dibujado y el objeto en la realidad. Se utiliza como escala, generalmente, un número fraccionado cuyo numerador es la unidad, por ejemplo, 1: 50; en este ejemplo el objeto real es 50 veces mayor que el objeto dibujado. Hay que conocer la escala a la cual se realizan los dibujos para poder establecer sus dimensiones y calcular la

superficie representada o el tamaño exacto del objeto. Cuando se dibuja un objeto cualquiera a una escala determinada es necesario, más que reducir o aumentar sus dimensiones, lograr la proporción indicada por la escala.

$$\text{ESCALA} = \frac{\text{Dimensión del Dibujo}}{\text{Dimensión de lo Real}}$$

Si el numerador es mayor que el denominador se establece que es una ESCALA DE AMPLIACIÓN (el objeto se amplía en el dibujo). Si el numerador es menor que el denominador es una ESCALA DE REDUCCIÓN (dibujo más pequeño que lo real). Cuando la escala es 1:1, el objeto se dibujo en su tamaño real.

2.6.5.1 Tipos de escalas

Escala natural. Es cuando el tamaño físico del objeto representado en el plano coincide con la realidad.

Existen formatos normalizados de planos para procurar que la mayoría de piezas que se mecanizan, estén dibujadas a escala natural, o sea, escala 1:1

Escala de reducción. Se utiliza cuando el tamaño físico del plano es menor que la realidad. Esta escala se utiliza mucho para representar planos de viviendas (E: 1:50), o mapas físicos de territorios donde la reducción es mucho mayor y pueden ser escalas del orden de E.1:50.000 o E.1:100.000.

Escala de ampliación. En planos de piezas muy pequeñas o de detalles de un plano se utilizan la escala de ampliación. En este caso el valor del numerador es más alto que el valor del denominador. Ejemplos de escalas de ampliación son: E.2:1 o E.10:1

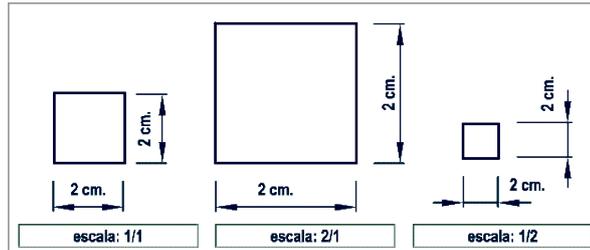


Gráfico II.45 Escala de Ampliación

Fuente: http://webdelprofesor.ula.ve/nucleotrujillo/alperez/cuadrado_escala.gif

2.7 LA ILUSTRACIÓN

Se entiende por ilustración a cualquier obra dibujada con acuarela, tinta china, óleo, aerógrafo con características similares a las del cartel y el cómic.

2.7.1 Características y técnicas de ilustración.

En toda ilustración la influencia del cartel es muy clara: los dos están destinados al mundo de la comunicación y del consumo.

En la ilustración y en el cartel las formas aparecen de un modo maravillosamente exagerado, rozando la fantasía, se fuerza el cromatismo, la luminosidad y el mensaje icónico.

La composición está ordenada armoniosamente para que los distintos elementos presenten una rápida lectura.

▪ Técnicas Secas

Las técnicas secas son aquellas en que la pintura es sólida, aunque untuosa, y no es necesario disolvente para su aplicación. El pigmento se queda sujeto en la rugosidad del soporte.

Los tipos más comunes de técnicas secas son:

- **A) Carboncillo.** Llamamos carboncillo al carbón vegetal que se obtiene de la madera del bonetero o evónimo. Se usa para dibujar y ocasionalmente se obtiene de otras maderas como el sauce, nogal, tilo o romero.



Gráfico II.46 Técnica Carboncillo

Fuente: <http://www.yagotoon.com.ar/boletines/boletin%2040/vikingo.jpg>

- **B) Lápiz de grafito.** El lápiz está formado por una mezcla de grafito natural pulverizado y arcilla horneados a unas temperaturas específicas.

Según la dureza de la mina se emplea una proporción mayor o menor de grafito-arcilla.

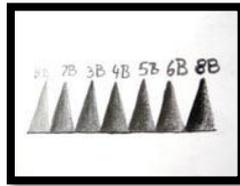


Gráfico II.47 Diferentes Trazos con Lápices de Grafito

Fuente: http://3.bp.blogspot.com/_iddi44cjvww/SP7juz7Th8I/lapices-grafito.jpg

- **C) Lápices de colores.** Son un conjunto de lápices con mina de diversos colores. Cómo aglutinante se emplean colas y ceras.



Gráfico II.48 Técnica Lápices de colores

Fuente: <http://www.roc21.com/blog/wp-content/uploads/2009/01/lapiz-color-3.jpg>

- **D) Pasteles** (duros y blandos). Cuando se pinta con tizas de colores. Lo que da cohesión a las barras es la goma tragacanto



Gráfico II.49 Técnica Pasteles

Fuente: <http://www.cuadros pinturas arte.com.ar/pinturas/arteenventag.jpg>

- **E) Pasteles al óleo** (o pasteles grasos, o ceras blandas). Cuando el vehículo empleado son óleos. Bastante grasos y tardan un largo tiempo de secado.
- **F) Ceras** Cuando el vehículo son ceras que normalmente se usan calientes o en formas de barritas que no necesitan calentarse.

Técnicas Húmedas

La Pintura Acrílica La pintura acrílica emplea pigmentos diluidos en un aglutinante acrílico compuesto por resina sintética.



Gráfico II.50 Técnica Pintura Acrílica

Fuente: <http://redimaginaria.com/wp-content/uploads/2010/10/acrilico-02.jpg>

- **Témpera** Es un tipo de pintura que consiste en pigmentos suspendidos en agua. Al igual que la acuarela, su medio (o aglutinante) es la goma arábica, pero se diferencian en

que en el gouache todos los colores contienen pigmento blanco que hace opaca la pintura. Los tonos aplicados son más densos, más pastosos y menos transparentes.



Gráfico II.51 Técnica Pintura con Temperas

Fuente: http://dibujando.net/files/fs/p/i/2010/68/jones_1482.jpg

- **B) El Óleo** La palabra óleo viene del latín: “óleum”, que significa: aceite. En arte se conoce como óleo a los aceites que se usaban para combinar con otras sustancias y obtener así un producto idóneo para la pintura y como extensión, se fueron llamando óleos a la misma pintura en sí. El uso del óleo se conoce desde la antigüedad y estaba ya extendido entre los artistas de la edad media que lo combinaban con la pintura al temple o al fresco.



Gráfico II.52 Técnica Pintura al oleo

Fuente: <http://www.raultamarit.es/RaulTamaritMBodegonCerezas50x40cmOleoLienzo.jpg>

- **C) La Acuarela** La acuarela es una técnica de pintura acuosa que se obtiene por la aglutinación de pigmentos secos en polvo mezclados con goma arábiga. La acuarela se

distingue de otras técnicas al agua, como puede ser el gouache o témpera, por la transparencia de sus aguadas. El color blanco no existe ya que lo da el propio blanco del papel.



Gráfico II.53 Técnica Acuarela

Fuente: http://organicfields.net/tipika/blog/acuarela_mateo.jpg

Técnicas Mixtas

Esta definición sería la mezcla de materiales y procedimientos distintos en una misma obra. Los procedimientos que se ven mezclados con más frecuencia en un mismo soporte son el óleo y los acrílicos. Esta combinación quizás sea una de las técnicas mixtas más populares.

Técnica Digital.

Se habla de pintura digital cuando la obra se crea imitando las formas, técnicas y estilos de la pintura tradicional, pero utilizando el software de una plataforma informática. La imagen obtenida puede ser vista desde la pantalla de cualquier ordenador, o bien impresa en distintos soportes, como papeles o lienzo. Comprende a la utilizada en el computador, usualmente programas como:

Adobe Ilustrador, Adobe Photoshop, Sketch book pro, Corel Paint etc.



Gráfico II.54 Pintura Digital

Fuente:http://wallcoo.net/anime/marvel_comics_15_090423/images/comic_marvel_wallpaper.jpg

2.7.2 Tipos de ilustración

Ilustración científica: Son imágenes realistas

Ilustración literaria: se permite la caricatura, la historieta, los dibujos infantiles y fantásticos.

Ilustración publicitaria: se aplica a las etiquetas de los envases y de productos variados, ofrecen una rápida información sobre el producto.

Ilustración editorial: Es la empleada en periódicos, revistas, páginas web, etc.

2.7.3 La ilustración estilo comic a partir de Proporción áurea.

La siguiente retícula se la utilizará para la creación de personajes estilo comic a partir de la sección aérea o proporción divina.

Simbólicamente esta retícula conjuga los planos de simplificación en cuya síntesis se ordenan las relaciones geométricas, míticas y naturalistas.

Esta retícula servirá para darle proporción a las creaciones posteriores.

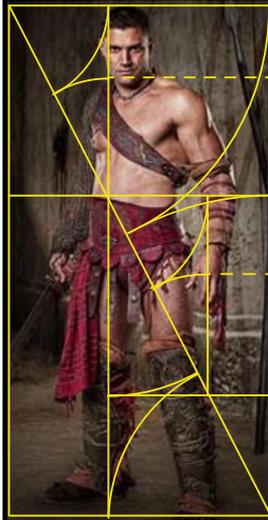


Gráfico II.55 Persona en proporción áurea

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Elementos importantes en la realización del estilo Cómic

- **Selección acertada de los dibujos.** Debe ser una imagen expresiva, que concentre un instante importante de la historia narrada, ya sea por la idea, el sentimiento, la acción, la sensación u otras cualidades potentes y muy expresivas.
- **El personaje.** Muy importante para establecer la relación entre espectador y obra. El personaje no solo son las famosas chicas, también consiste en una explosión, una onomatopeya, una viñeta o en resumen, el centro de atención más potente dentro de la imagen.
- **La técnica gráfica.** En estas pinturas se imitan los resultados gráficos del dibujo impreso por un sistema de Impresión. Esto está muy relacionado con la producción en masa. Por ello, este estilo pertenece al estilo Pop, muy relacionado con las ideas de producción en masa y las nuevas actitudes de la modernidad.
- **Líneas negras,** colores planos y puntos, son los elementos gráficos principales que definen la estética del estilo. El dibujo muy definido por las negras líneas que definen las figuras. Los colores se muestran de dos modos: masas planas de color o masas de puntos de color (que imitan la deficiencia de las imprentas para aplicar la tinta al 100%

en el papel. En el cómic real todos los colores tienen estos punteados puesto que todo es coloreado por la máquina). Estos puntos logran un juego de textura visual muy suave que añade calidad a la obra.

2.7.4 El Cómic – Superhéroe

Un **superhéroe** es un personaje de ficción cuyas características superan las del héroe clásico, generalmente con poderes sobrehumanos, y entroncado con la ciencia ficción. Generados a finales de los años 30 del siglo XX en la industria del comic book estadounidense, que contribuyeron a levantar,³³ han gozado de multitud de adaptaciones a otros medios, especialmente el cine.

2.7.4.1 Tipos de Súper Poderes más comunes.

TIPO	EJEMPLO
Súper fuerza	Hulk, La Mole, Sakura.
Invisibilidad	Mujer Invisible, Chico Invisible.
Mutación	X-Men, Tortugas Ninja
Fusión	Dragon Ball
Manipulación de memoria	Profesor X
Rayos de conmoción cerebral	Cíclope
Explosiones de energía	Vegueta, Goku.
Levitación magnética	Polaris; Static

Tabla II.III. Súper Poderes

Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Superpoderes_de_personajes_de_historieta

2.7.3.2 Creación de personajes

¿Qué es lo que hace que un personaje se nos grabe a la memoria con solo haberlo visto una sola vez? La respuesta es obvia es el diseño, pero no es tan sencillo un buen personaje es aquel cuya personalidad y apariencia encajan perfectamente y con solo un vistazo podemos imaginarnos

³³ Aguilera, Ricardo y Díaz, Lorenzo en la sección "Mitos y músculos" del fascículo "Los superhéroes", para Gente de comic: De Flash Gordon a Torpedo, p. 35, publicado en "Gente" del Diario 16, 1989.

quien es, de donde viene o que carácter tiene. Son muchos los elementos que influyen en esta poción mágica.

LA SILUETA LO ES TODO. Lo primero que observamos de todo es su silueta por eso podemos reconocer a un amigo a lo lejos, solo por su forma de andar, o el modelo de un coche sin ver su logotipo. Buscar una silueta facial o física es muy útil, y si además, conseguimos que recuerde a algún elemento que inspire el carácter del personaje, tendremos gran parte del terreno ganado.

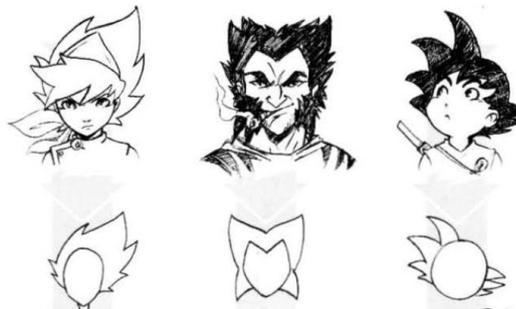


Gráfico II.56 La Silueta lo es Todo

VICENTE. G. Aprende a dibujar Comics. Volume 4. T. Dolmen Editorial S. L. Mallorca 2007. pp. 7

POSTURA Y COMPLEXIÓN

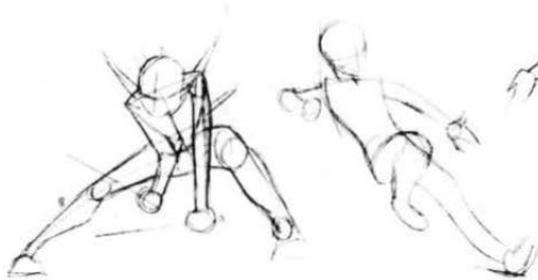


Gráfico II.57 Compleción y Postura

Fuente: VICENTE. G. Aprende a dibujar Comics. Volume 4. T. Dolmen Editorial S. L. Mallorca 2007. pp. 7

La silueta también influye en la compleción y postura del personaje en esta figura ya se puede intuir que tipo de personaje es, por sus proporciones intuimos la edad, la forma física y sus habilidades; las líneas de movimiento de la postura nos indican su actitud y personalidad

LA FUERZA DE LA LÍNEA:

Una vez que sepamos qué tipo de personaje es, hay que definirlos con líneas y formas que transmitan su carácter. Las líneas angulosas con formas puntiagudas dan sensación de agresividad y dureza. Líneas curvas y formas sinuosas pueden indicar juventud y movimiento... perfecto para impulso.

Formas verticales, líneas y ángulos rectos son seña de seriedad, pausa y autoridad.



Gráfico II.58 La fuerza de la Línea

Fuente: VICENTE. G. Aprende a dibujar Comics. Volume 4. T. Dolmen Editorial S. L. Mallorca 2007. pp. 8

LA MIRADA ES EL ESPEJO DEL ALMA

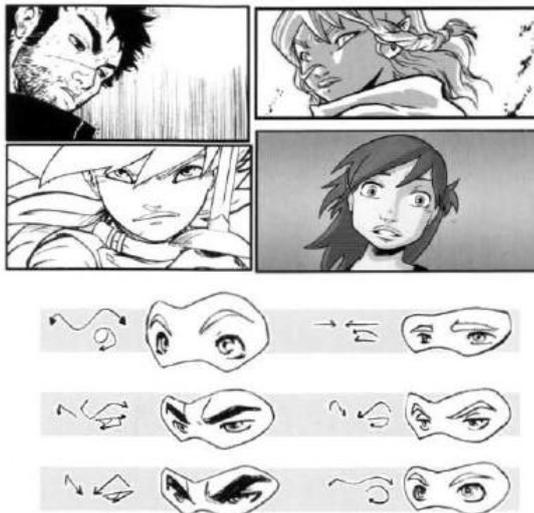


Gráfico II.59 La Mirada

Fuente: VICENTE. G. Aprende a dibujar Comics. Volume 4. T. Dolmen Editorial S. L. Mallorca 2007. pp. 8

Si conseguimos encontrar la combinación de cejas. Entrecejo y diseño del ojo exactos, con una sola mirada podemos representar la actitud y personalidad de un personaje.

Influye mucho la distancia entre los ojos y las cejas, el diseño y la curvatura de éstas. También es muy importante la silueta del párpado; muy arqueada señala inocencia, y recta confianza y dureza.

CAPÍTULO III:

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Es una visión a futuro, considerando los efectos que los competidores pueden generar sobre nuestra empresa.

PROCESO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.

- Idea de Negocio
- Análisis de situación inicial
- Análisis FODA
- Planteamiento de Objetivos, Negocio y Misión

3.1.2 Idea de Negocio

Crear una nueva línea de juguetes para niños.

3.1.2.1 Descripción de la Oferta

Una línea de juguetes para niños que fundamenten su existencia en el rescate gráfico- cultural en la ciudad de Riobamba, con el fin de formar infantes interesados por conservar nuestras tradiciones de una manera pedagógica y divertida a la vez.

3.1.3 Análisis de la Situación Actual.

3.1.3.1 Análisis del entorno interno de acuerdo al cliente.

Vamos a Plantearnos 3 preguntas:

1. ¿Quiénes Serán mis clientes?
2. ¿Dónde compran mis clientes los productos?
3. ¿Qué necesidad va a satisfacer mi producto?

Respuestas:

1. Niños y Niñas comprendidos en una edad de entre 8 a 10 años.
2. En jugueterías, centros comerciales, mercados, tiendas etc.
3. La necesidad de aprender y divertirse.

3.1.3.2 Análisis del entorno externo de acuerdo a la competencia.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	
COMPETENCIA DE MARCA	COMPETENCIA DE PRODUCTO
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Picca ▪ Fisher Price ▪ Mattel ▪ Playscool ▪ Kreisel ▪ Hasbro 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lego ▪ Mega Bloks ▪ Play doh ▪ Play Maic

Tabla III.I. Análisis de la Competencia

Galo Vallejo - Estudiante de Diseño Gráfico

3.2 ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Innovación ▪ Precios Cómodos ▪ Personal Comprometido 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En Riobamba no existen empresas que se dediquen a la elaboración de muñecos de personajes tradicionales. ▪ Crecimiento del Mercado ▪ Niños interesados por aprender más de nuestra cultura.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escasos Recursos Financieros ▪ Desconocimiento. ▪ Falta de experiencia. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Que se introduzcan en el mercado mucho más juguetes extranjeros. ▪ Que suba el costo de la materia Prima

Tabla III.II. Análisis Foda

Galo Vallejo - Estudiante de Diseño Gráfico

3.3 Planteamiento de Objetivos, Negocio y Misión

3.3.1 Objetivo: Lograr el 50% de reconocimiento de la marca hasta el 1 de abril del año 2013, En los niños de la ciudad de Riobamba.

3.3.2 Negocio: Comercializar muñecos para niños.

3.3.3 Misión: Diseñar y Producir Muñecos estilo comics de personajes tradicionales de Riobamba.

3.4 ELABORACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

3.4.1 Definición del Problema

Problema de Decisión Gerencial.

¿La Elaboración de Muñecos estilo comics de personajes míticos en celebraciones tradicionales, conseguirá que los niños de la ciudad de Riobamba se interesen por rescatar nuestras costumbres de una forma divertida?

▪ **Problema de la Investigación de Mercados**

Determinar si los niños de Riobamba se interesan por adquirir nuestros muñecos.

Componentes específicos

En la ciudad de Riobamba no hay otra empresa que realice muñecos estilo comics de personajes propios de nuestra cultura.

Los niños rápidamente se identificarán con cada uno de los personajes muy poco difundidos.

Muñecos con valores harán de los niños sus héroes pero propios de nuestra idiosincrasia.

3.4.2 Diseño Estadístico de la Investigación:

3.4.2.1 Segmentación de Mercado:

Realizaremos un nivel óptimo de Segmentación:

- Demográfica

- Geográfica
- Psicográfica
- Psicológica

3.4.2.2 Segmentación Demográfica

- **Sexo:**
Masculino
Femenino
- **Edad:**
8,9 y 10 años.
- **Clase social:**
Media Alta

3.4.2.3 Segmentación Geográfica

- **Región:**
Sierra
- **Urbana-rural:**
Urbana
- **Clima:**
Frio
- **Lugar Específico**

Escuela Liceo Policial “Chimborazo”, el nivel socio económico de este establecimiento educativo es medio – alto, por lo tanto se ajusta a nuestro requerimiento.

Otro motivo por el que se escogió este centro educativo es por las facilidades que la directiva nos brindó al conocer el proyecto planteado, ya que es una escuela a la que se la educa con mucha disciplina y amor a la patria y por consiguiente a las tradiciones de la misma.

3.4.2.4 Segmentación Psicográfica.

- **Actividades:** Estudiar, Entretenimiento
- **Intereses:** Estudiar, Familia. Amigos.
- **Opinión:** Juegos, Juguetes.

3.4.2.5 Segmentación Psicológica

- **Autoestima:** Alta, Buscan destacarse más que sus compañeros.
- **Yo:** Ideal, Quieren parecerse a algún personaje de películas o dibujo animado.
- **Personalidad:** Complaciente, Porque tratan de ser aceptados y estar siempre en grupo de amigos.

3.4.3 Población

Teniendo en consideración que la población a investigar es de 87 estudiantes distribuidos en cuarto, quinto y sexto año de educación básica los cuales se relacionan a las características de nuestro segmento de mercado, se realizará un censo debido a que este número no sobrepasa los 100 estudiantes, y por consiguiente no necesita de un muestreo.

3.4.3.1 Base de Datos

El listado de estudiantes de la Escuela “Liceo Policial Chimborazo” nos facilitó la secretaria de esta institución (**VER ANEXO 1 LISTA DE ESTUDIANTES DE 4TO, 5TO, Y 6TO AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA QUE CORRESPONDEN A LAS EDADES DE 8,9 Y 10 AÑOS.**)

3.5 Formulación del Cuestionario

Para determinar el grado de conocimiento que tienen los niños acerca de los personajes míticos que aparecen en celebraciones tradicionales en la ciudad de Riobamba y conocer el grado de

aceptación que tendrá la implementación de una nueva marca de juguetes para niños, con temática popular.

3.5.1 Análisis de Resultados

PREGUNTA 1)

¿En su escuela o establecimiento educativo le han dado a conocer cuáles son los personajes tradicionales en celebraciones populares? Por Ejemplo: El curiyingue, El Sacha Runa, etc.

SI	NO	TOTAL
22	65	87

Fuente: Galo Vallejo



Gráfico III.01 Resultado de la Pregunta N. 01

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Análisis: El 25% de los alumnos encuestados manifiestas que en algún momento se les hablo en horas de clases acerca de los personajes de fiestas populares riobambeñas.

Mientras que un 75% dice que nunca se ha tratado el tema.

PREGUNTA 2

¿Ha tenido usted o ha recibido alguna vez un muñeco o juguete que represente a la ciudad de Riobamba?

SI	NO	TOTAL
13	74	87

Fuente: Galo Vallejo



Gráfico III.02 Resultado de la Pregunta N. 02

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Análisis: El **15%** de los niños consultados nos indican que efectivamente ellos han tenido alguna vez un juguete o muñeco que representa a La ciudad de Riobamba.

Entretanto un **85%** de niños encuestados afirma que a ellos nunca han recibido un muñeco que represente a su ciudad.

PREGUNTA 3)

- Marque con un “X” al personaje de las fiestas tradicionales que más ha visto o ha escuchado hablar.

El Sacha Runa	
El Cucurucho	
El Diablo Huma	
El Curiquingue	
El Animero	
El Danzante	
El Yaya Carnaval y Mama Shalva	
Otros	

Si responde Otros: Especificar que personaje ha visto o ha escuchado

PERSONAJE	N. Niños	Porcentaje
El Sacha Runa	16	18%
El Cucurucho	0	0%
El Diablo Huma	0	0%
El Curiquingue	52	60%
El Animero	0	0%
El Danzante	12	14%
El Yaya Carnaval y Mama Shalva	0	0%
Otros	7	8%

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

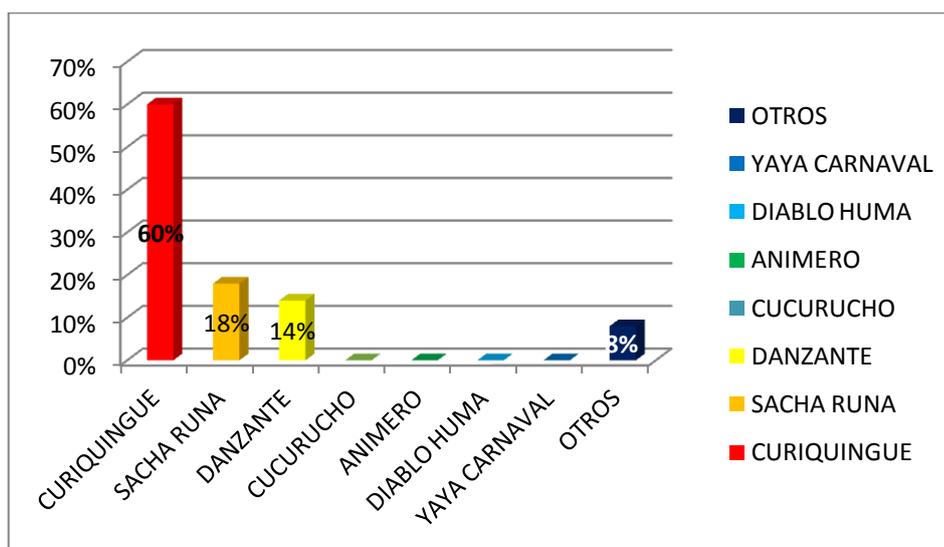


Gráfico III.03 Resultado de la Pregunta N. 03

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Análisis: Mediante los resultados que nos arrojó las encuestas realizadas a los niños se noto una evidente superioridad del Curiqingue con un **60%** seguido ya un poco rezagado al Sacha Runa **18%** y más abajo aún se encuentra el Danzante con un **14%**. Los demás personajes son desconocidos por los niños de esta escuela. Existe un **8%** de los niños que nos mencionan que ellos han visto payasos, perros y monos en las fiestas folclóricas de Riobamba.

❖ **PREGUNTA 4)**

¿Qué es lo que más le atrae a Usted de los personajes animados que ve en televisión, video juegos o revistas?

Qué tienen Capa	
Qué tienen Súper Fuerza	
Qué mueven objetos con la mente	
Qué liberan energía de su cuerpo	
Qué vuelan	
Otros	

Si responde Otros: Especificar que característica le atrae _____

CARACTERÍSTICA	N. Niños	Porcentaje
Qué tienen Capa	8	9%
Qué luchan por la justicia	14	16%
Qué tienen Súper Fuerza	27	31%
Qué mueven objetos con la mente	6	7%
Qué liberan energía de su cuerpo	16	18%
Qué vuelan	10	11%
Otros	6	7%

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

RESULTADOS DE LA PREGUNTA N. 04

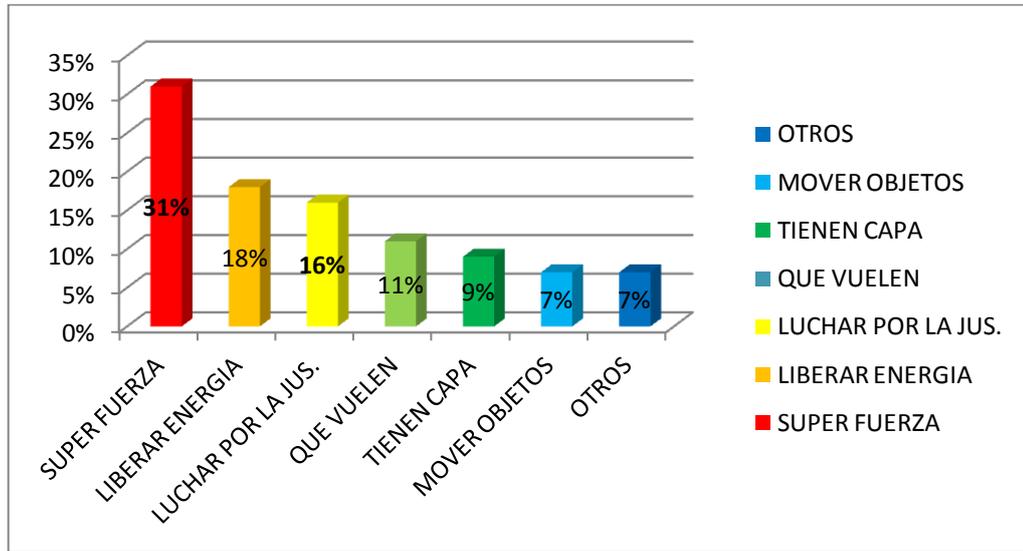


Gráfico III.04 Resultado de la Pregunta N. 04

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Análisis: En la gráfica podemos observar que las opiniones son divididas, Así: la característica que más les atrae a los niños es la de la “Súper Fuerza” obteniendo ésta un **31%** del total de encuestados, seguido por un **18%** la característica “Que liberen energía de su cuerpo”. Otra muy buena puntuación obtuvo la característica “Que luchen por la justicia” con un **16%**. Hay unas minorías que son las características “Que vuelen”, “Que tienen Capa” “Que muevan objetos con la mente”, y “otros” con un **11, 9, 7, 7%** respectivamente.

❖ PREGUNTA 5)

¿En qué ocasión a usted le regalan un juguete?

Cada Navidad	
Cada Cumpleaños	
Cada que termina el año escolar	
Cada que obtiene buenas calificaciones	
En el día del niño	
Otros	

Si responde Otros: Especificar en qué otra ocasión _____

OCACIÓN	NIÑOS	%
Cada Navidad	78	90%
Cada Cumpleaños	69	79%
Cada que termina el año escolar	32	37%
Cada que obtiene buenas calificaciones	55	63%
En el día del niño	45	52%
Otros	15	17%

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

RESULTADOS DE LA PREGUNTA N. 05

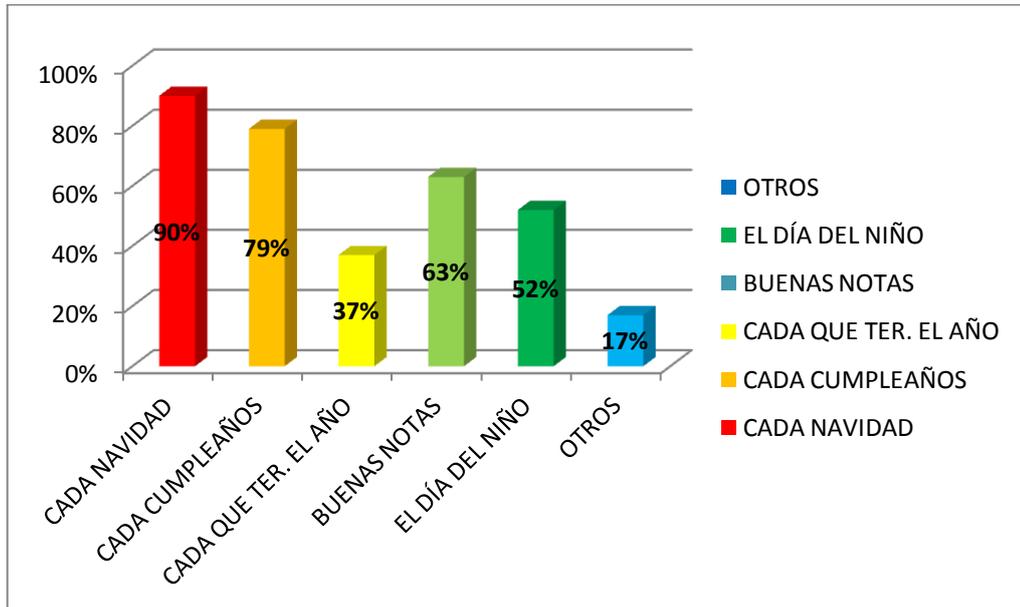


Gráfico III.05 Resultado de la Pregunta N. 05

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Análisis: Las opiniones se enfocan a tres ocasiones como las más representativas para los chicos. La primera con un **90%** es “Cada Navidad”, seguida muy de cerca con el **79%**, por la ocasión “Cada cumpleaños”, con un porcentaje un poco más bajo está “cada que saca buenas calificaciones” con un **63%**, hay otro ítem que obtuvo un **52%** y es el de “El día del niño”, y con menores porcentajes están “cada que termina el año escolar” y “Otros” con **37**, y **17%** respectivamente.

PREGUNTA 6)

De los siguientes valores: ¿cuál cree usted que es el más importante?

Honestidad	Humildad	Amistad	Generosidad	Respeto	Responsabilidad	Justicia

Niños	18	05	10	08	27	14	05
%	21%	6%	11%	9%	31%	16%	6%
Valor	Honestidad	Humildad	Amistad	Generosidad	Respeto	Responsabilidad	Justicia

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

RESULTADOS DE LA PREGUNTA N. 06

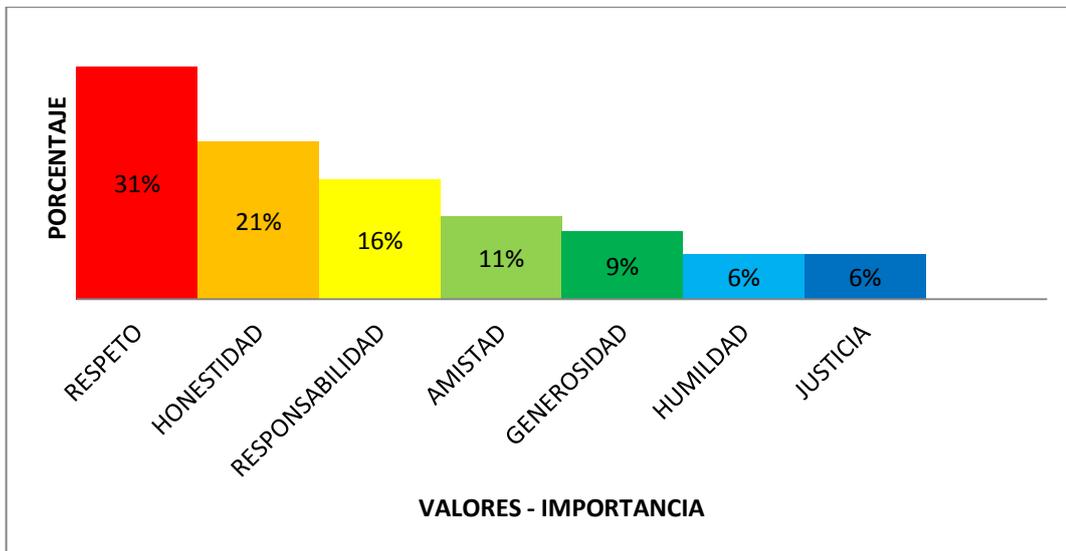


Gráfico III.06 Resultado de la Pregunta N. 06

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Análisis: Se destaca al Respeto como el valor con mayor puntuación obteniendo el **31%** del total de niños encuestados, Luego le sigue la Honestidad con el **21%**, muy seguido de otro valor muy importante como es la responsabilidad con un **16%**. Un poco más abajo encontramos a la amistad que obtuvo un **11%**; La generosidad, la humildad y la justicia estuvieron relegadas obteniendo **9, 6, 6%** respectivamente

PREGUNTA 7)

¿Recibe usted mesada por parte de familiares?

		SI	NO
SI	NO	TOTAL	
62	25	87	

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico



Gráfico III.07 Resultado de la Pregunta N. 07

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Análisis: El **71%** de los niños encuestado dice recibir una mensualidad, mientras que le **29%** de manifiesta que no.

PREGUNTA 8)

¿Estaría usted dispuesto a adquirir un juguete que le ayude a conocer los valores y a saber mucho más acerca de nuestra cultura?

SI NO

Si su respuesta es negativa indicar el porque _____

SI	NO	TOTAL
75	12	87

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico



Gráfico III.08 Resultado de la Pregunta N. 08

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Análisis: El **86%** de los niños encuestados efectivamente afirma que ellos adquirirían un juguete que les ayude a saber mucho más acerca de nuestra cultura, así como también les ayude a conocer cuáles son los valores.

Un **14%** de torna renuente y cuando se pidió especificar su respuesta hubieron algunas coincidencias, entre las más importantes tenemos:

- Porque prefieren juguetes más divertidos
- Porque creen que serán aburridos
- Porque no les interesa
- Porque prefieren jugar con pistolas
- Porque prefieren juegos deportivos.

PREGUNTA 9) MARQUE CON UNA X

¿De la siguiente escala de colores marque con una “X” el color que más le agrade?

	ROJO	NARANJA	AMARILLO	VERDE CLARO	VERDE OSCURO	AZUL	VIOLETA
Niños	16	25	7	12	4	15	10
Porcentaje	18%	28%	8%	13%	5%	17%	11%
Colores	ROJO	NARANJA	AMARILLO	VERDE CLARO	VERDE OSCURO	AZUL	VIOLETA

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

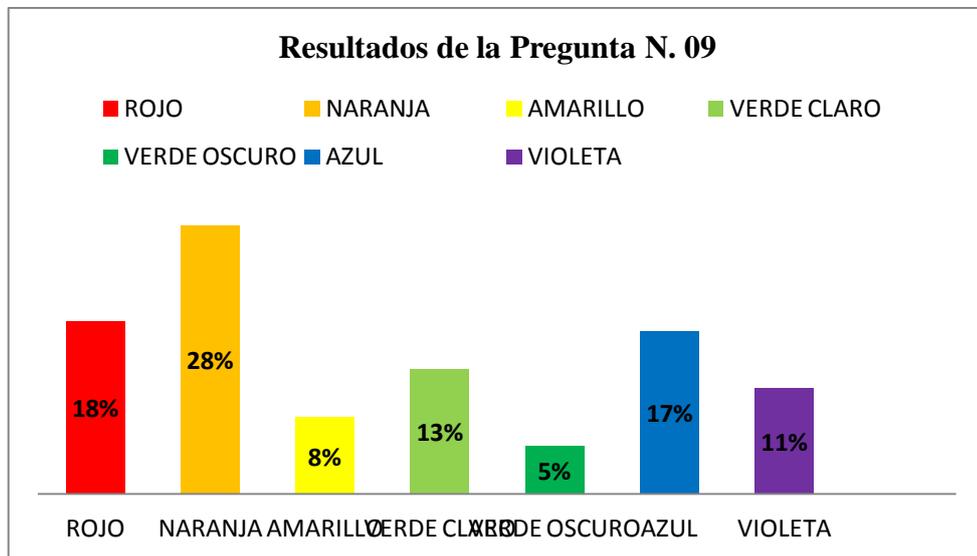


Gráfico III.09 Resultado de la Pregunta N. 09

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Análisis: Desde la parte de la psicología del color, gran parte de los niños escogieron la coloración naranja con un **28%** esto posiblemente porque este color connota energía, vitalidad.

Con un **18 y 17%** se encuentran los colores rojo y azul respectivamente, con un poco menos de aceptación se encuentra el color verde claro **13%**. El **11%** corresponde al color violeta esto posiblemente se debe al número de niñas que participaron en la encuesta, más abajo hallamos al color amarillo con el **8%** y cerrando la encuesta el color verde oscuro ya rezagado con un **5%** de aceptación en los niños.

PREGUNTA 10)

Encierra en un círculo la palabra que más te guste para una nueva marca de juguetes en la ciudad de Riobamba.

TUKAY

HATUN

KUYAY

AWSAY

MUSHUQ

TALKAY

OTRA OPCIÓN A TU CRITERIO PERSONAL _____

PALABRA	N. NIÑOS	%
Kuyay	12	14%
Hatun Urpu	6	7%
Tukay	28	32%
Awsay	4	5%
Mushuq	17	20%
Talkay	8	9%
Otros	12	14%

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Resultados de la Pregunta N. 10

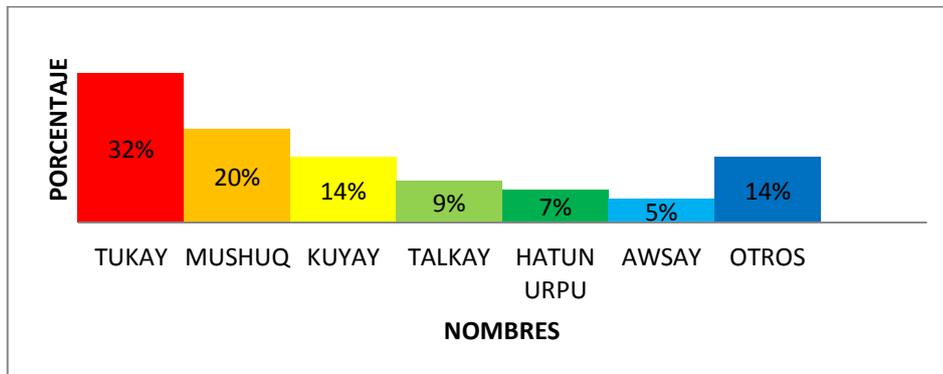


Gráfico III.10 Resultado de la Pregunta N. 10

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Análisis: A los encuestados se les propuso 6 opciones de respuesta y una a criterio personal, los resultados quedaron de la siguiente manera: Con un **32%** la Palabra **Tukkay** que en el idioma **Quichua** significa Herencia queda en primer lugar, le sigue con un **20% Mushuq** (nuevo), ya un poco más abajo la palabra Kuyay (Amar) con el **14%**, Luego con el **9, 7 y 5%** las palabras Talkay (Recordar), Hatun Urpu (Gran Jugete) y Awsay (Diversión) respectivamente.

Cabe acotar que en la pregunta que se dejó a criterio personal hubo un **14%** de niños que aportaron con palabras de mucha significación entre las principales fueron:

- Chiky Juego
- Juguetón
- Gokus

CAPÍTULO IV:

APLICACIÓN

4.1 ILUSTRACIÓN DE LOS PERSONAJES

4.1.1 Selección de personajes que intervienen en las fiestas folclóricas Riobambeñas.

A los personajes se los ha dividido en dos grupos, los personajes míticos en las celebraciones y los personajes que complementan las fiestas populares quedando de tal manera así:

- **Primer Grupo:**

Curiqingue	Animero	Sacha Runa	Cucurucho
Mama Shalva	Yaya Carnaval	Danzante	Diablo Huma

- **Segundo Grupo**

Guionero	Abanderado	Mono	Payaso
Perro	Cohetero	Vaca Loca	Diablito

4.1.2 Forma de representar a los personajes.

De acuerdo a las encuestas realizadas, y observando minuciosamente cada uno de los requerimientos que los niños presentaron, se procederá a dar forma a cada uno de los personajes, utilizando la mayor parte de las técnicas mencionadas en este proyecto.

Además cabe señalar que la cromática a utilizarse debería ser la original de cada personaje, con esto se puede causar una mejor pregnancia ya que el niño lo va a asociar directamente a que personaje representa sin mayor esfuerzo ni complicación.

Cada uno de los personajes convendría representar con una misma tipología es decir rasgos similares que en este caso es la “súper fuerza” que mencionaron los niños entrevistados anteriormente. Solo se escogerá una de las características mencionadas por ellos ya que básicamente no se quiere interferir con la tradicionalidad de cada personaje de la fiesta popular.

Conjuntamente se conservarán símbolos y trazos andinos en el caso de la vestimenta, interpretándose por cada uno de los personajes con un diseño en particular que a la posteridad digitalmente se los podrá plasmar.

También aplicando los conocimientos adquiridos durante toda la vida estudiantil, se podrá lograr un estilo propio de ilustración para cada personaje.

Cabe acotar que para la creación de la figura humana se utilizará la “divina proporción” o proporción áurea pero aplicada de una manera un poco más libre. Lo que se consigue con esto es que todos los elementos del cual están conformado el cuerpo humano se encuentren en su sitio y con ello generar mayor estética.

4.1.3 Creación de Bocetos

- **El Danzante**

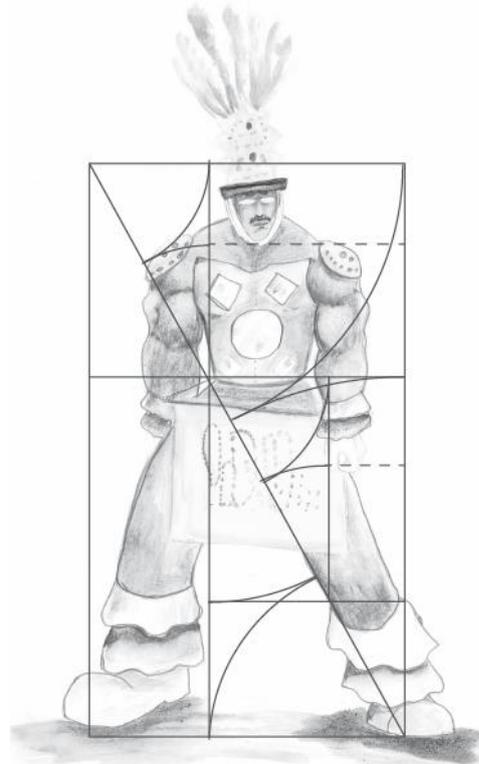


Gráfico IV.01 Boceto del Danzante Proporción Áurea

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Características de la Ilustración

- **Estilo de Ilustración:**
Comic / Súper Héroe
- **Técnica de Ilustración**
Técnica – Húmeda / Técnica Digital – Adobe Photoshop
- **Cromática:** Propia del personaje original.

					
PANTONE 396 C	PANTONE 485 C	PANTONE 10 C	PANTONE Violet C	PANTONE 725 C	PANTONE 7485 C
C=11 M=0 Y=94 K=0	C=0 M=95 Y=100 K=0	C=0 M=8 Y=0 K=60	C=98 M=100 Y=0 K=0	C=0 M=53 Y=100 K=48	C=60 M=0 Y=80 K=7

Tabla IV.I. Tonos Pantone El Danzante

Galo Vallejo - Estudiante de Diseño Gráfico

- **El Diablo Huma**

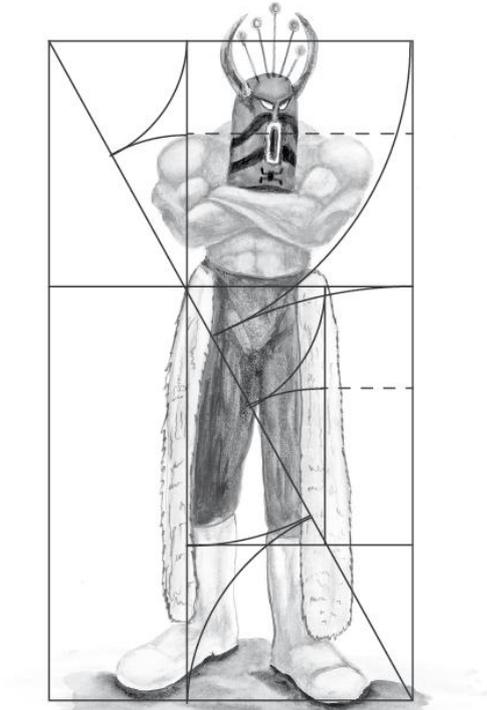


Gráfico IV.02 Boceto de El Diablo Huma Proporción Áurea

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Características de la Ilustración

- **Estilo de Ilustración:**
Comic / Súper Héroe
- **Técnica de Ilustración**
Técnica Seca – Lápices de Colores / Técnica Digital – Adobe Photoshop
- **Cromática:** Propia del personaje original.

PANTONE 175 C	PANTONE 180 C	PANTONE 7515 C	PANTONE 1788 C	PANTONE 716 C	PANTONE 681 C
C=0 M=65 Y=100 K=60	C=0 M=79 Y=100 K=11	C=0 M=35 Y=50 K=12	C=0 M=84 Y=88 K=0	C=0 M=45 Y=91 K=0	C=21 M=61 Y=0 K=4

Tabla IV.II. Tonos Pantone El Diablo Huma

Galo Vallejo - Estudiante de Diseño Gráfico

- **El Cucurucho**

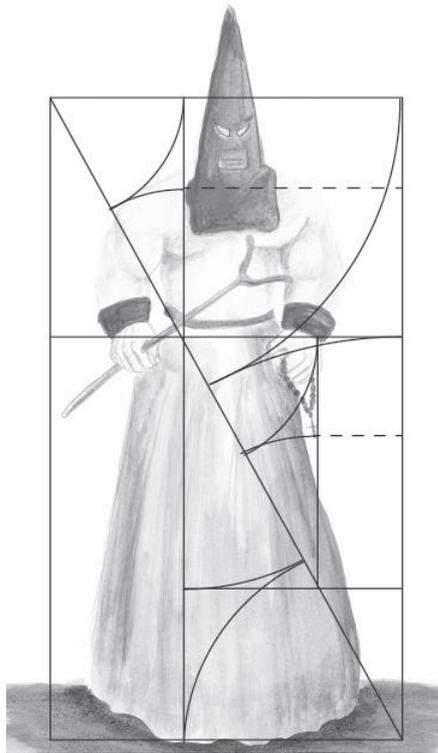


Gráfico IV.03 Boceto del Cucurucho en Proporción Áurea

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Características de la Ilustración

- **Estilo de Ilustración:**
Comic / Súper Héroe
- **Técnica de Ilustración**
Técnica Seca – Lápiz de Grafito / Técnica Digital – Adobe Photoshop
- **Cromática:** Propia del personaje original.

PANTONE 512 C	PANTONE 513 C	PANTONE 518 C	PANTONE 395 C	PANTONE 4635 C	PANTONE 4975 C
C=50 M=100 Y=15 K=10	C=44 M=83 Y=0 K=0	C=70 M=100 Y=55 K=25	C=8 M=0 Y=85 K=0	C=0 M=48 Y=96 K=44	C=0 M=73 Y=100 K=80

Tabla IV.III. Tonos Pantone El Cucurucho

Galo Vallejo - Estudiante de Diseño Gráfico

- **El Animero**

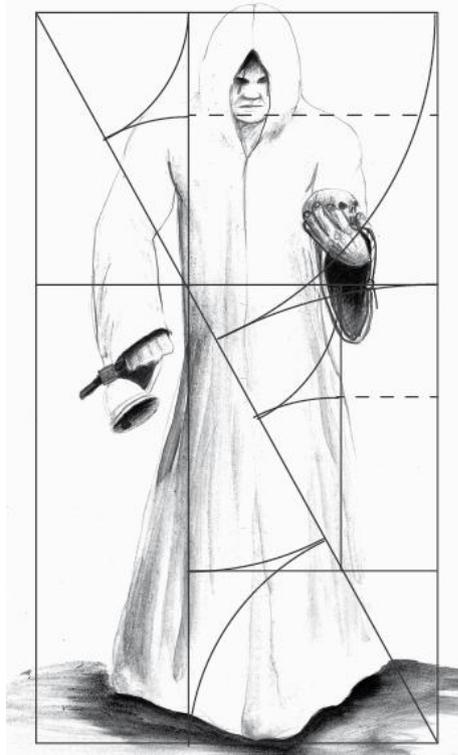


Gráfico IV.04 Boceto del Animero en Proporción Áurea

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Características de la Ilustración

- **Estilo de Ilustración:**
Comic / Súper Héroe
- **Técnica de Ilustración**
Técnica Seca – Lápiz de Grafito / Técnica Digital – Adobe Photoshop
- **Cromática:** Modificada para lograr apariencia deseada.

PANTONE 1345 C	PANTONE 131 C	PANTONE 4635 C	PANTONE 497 C	PANTONE 2755 C	PANTONE Black C
C=0 M=14 Y=47 K=0	C=0 M=32 Y=100 K=9	C=0 M=48 Y=96 K=44	C=0 M=70 Y=100 K=78	C=100 M=97 Y=0 K=30	C=0 M=13 Y=49 K=98

Tabla IV.IV. Tonos Pantone El Animero

Galo Vallejo - Estudiante de Diseño Gráfico

- **El Yaya Carnaval**

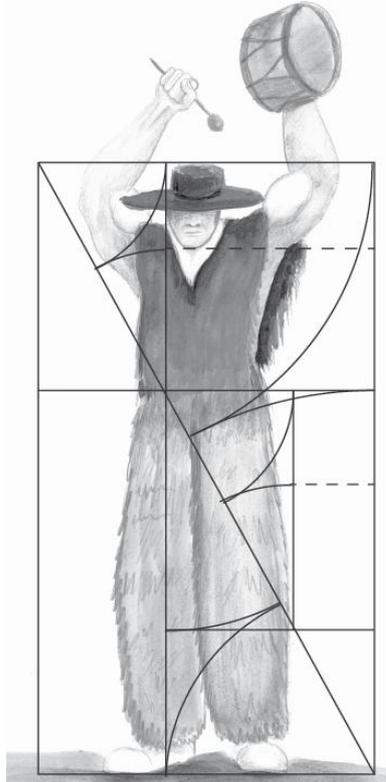


Gráfico IV.05 Boceto del Yaya Carnaval en Proporción Áurea

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Características de la Ilustración

- **Estilo de Ilustración:**
Comic / Súper Héroe
- **Técnica de Ilustración**
Técnica Húmeda – Acuarela / Técnica Digital – Adobe Photoshop
- **Cromática:** Propia del personaje original.

PANTONE 369 C	PANTONE 131 C	PANTONE 4635 C	PANTONE 1817 C	PANTONE 7533 C	PANTONE Black C
C=59 M=0 Y=100 K=7	C=0 M=32 Y=100 K=9	C=0 M=48 Y=96 K=44	C=0 M=90 Y=100 K=66	C=0 M=22 Y=85 K=85	C=0 M=13 Y=49 K=98

Tabla IV.V. Tonos Pantone El Yaya Carnaval

Galo Vallejo - Estudiante de Diseño Gráfico

- **La Mama Shalva**

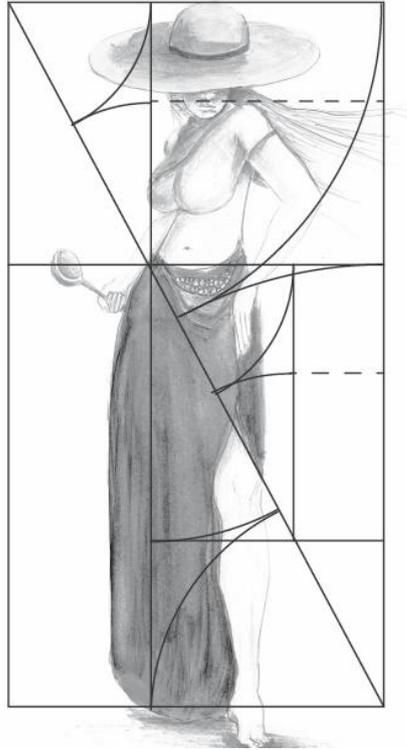


Gráfico IV.06 Boceto de La Mama Shalva en Proporción Áurea

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Características de la Ilustración

- **Estilo de Ilustración:**
Comic / Súper Héroe
- **Técnica de Ilustración**
Técnica Húmeda – Acuarela / Técnica Digital – Adobe Photoshop
- **Cromática:** Propia del personaje original.

					
PANTONE 356 C	PANTONE 1788 C	PANTONE 172 C	PANTONE 395 C	PANTONE 7435 C	PANTONE Black C
C=95 M=0 Y=100 K=27	C=0 M=84 Y=88 K=0	C=0 M=66 Y=88 K=0	C=8 M=0 Y=85 K=0	C=0 M=100 Y=10 K=35	C=0 M=13 Y=49 K=98

Tabla IV.VI. Tonos Pantone La Mama Shalva

Galo Vallejo - Estudiante de Diseño Gráfico

- **El Curiqingue**

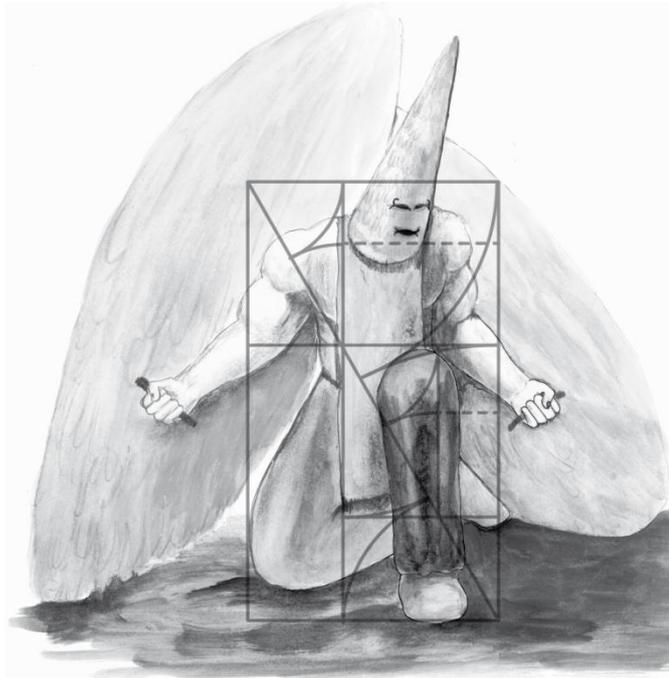


Gráfico IV.07 Boceto de El Curiqingue

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Características de la Ilustración

- **Estilo de Ilustración:**
Comic / Súper Héroe
- **Técnica de Ilustración**
Técnica Húmeda – Acuarela /Lápices de color/ Técnica Digital – Adobe Photoshop
- **Cromática:** Propia del personaje original.

					
PANTONE 356 C	PANTONE 362 C	PANTONE 145 C	PANTONE 1235 C	PANTONE 179 C	PANTONE 7533 C
C=95 M=0 Y=100 K=27	C=70 M=0 Y=100 K=9	C=0 M=47 Y=100 K=8	C=0 M=29 Y=91 K=0	C=0 M=79 Y=100 K=0	C=0 M=22 Y=85 K=85

Tabla IV.VII. Tonos Pantone El Curiqingue

Galo Vallejo - Estudiante de Diseño Gráfico

El Sacha Runa

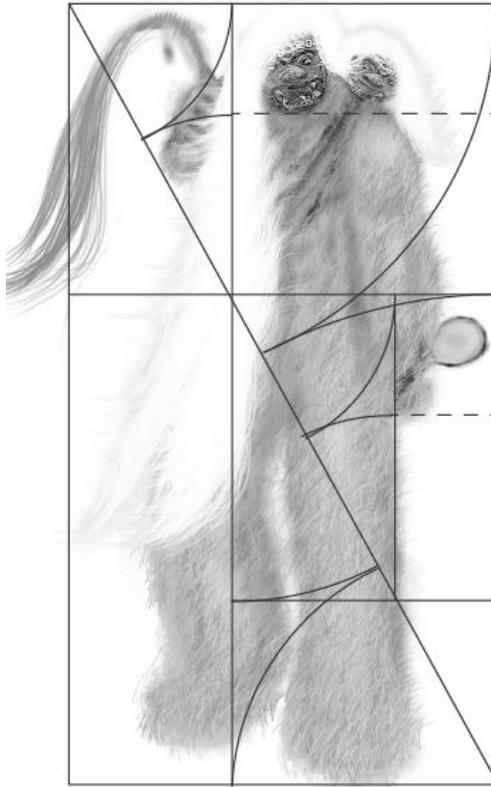


Gráfico IV.08 Boceto del Sacha Runa en Proporción Áurea

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Características de la Ilustración

- **Estilo de Ilustración:**
Comic / Súper Héroe
- **Técnica de Ilustración**
Técnica Húmeda – Acuarela / Técnica Digital – Adobe Photoshop
- **Cromática:** Propia del personaje original.

PANTONE 5743 C	PANTONE 449 C	PANTONE 7497 C	PANTONE 5773 C	PANTONE 611 C	PANTONE 505 C
C=33 M=0 Y=85 K=82	C=65 M=55 Y=100 K=28	C=40 M=30 Y=70 K=25	C=9 M=0 Y=43 K=38	C=0 M=1 Y=92 K=11	C=50 M=100 Y=100 K=25

Tabla IV.VIII. Tonos Pantone El Sacha Runa

Galo Vallejo - Estudiante de Diseño Gráfico

- **El Guionero**

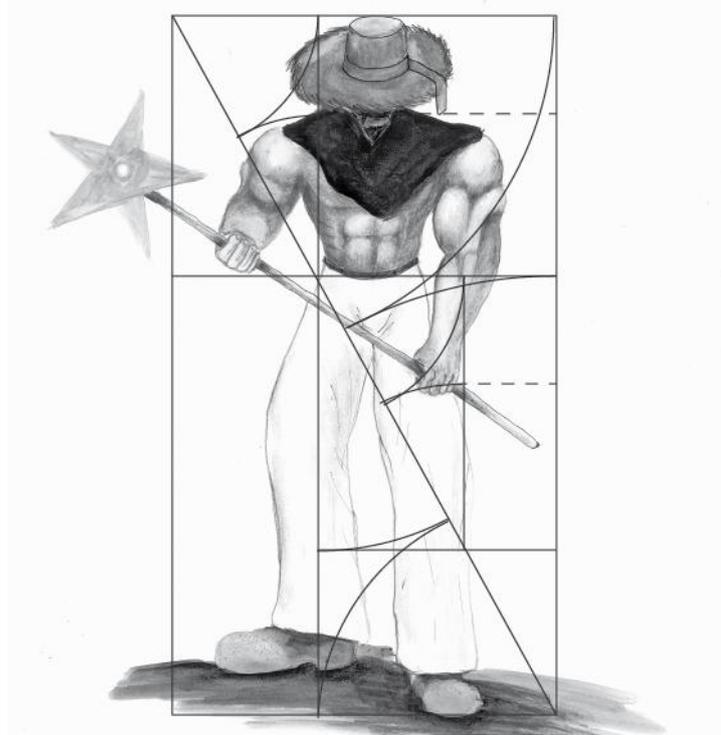


Gráfico IV.09 Boceto de El Guionero Proporción Áurea

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Características de la Ilustración

- **Estilo de Ilustración:**
Comic / Súper Héroe
- **Técnica de Ilustración**
Técnica – Húmeda / Técnica Digital – Adobe Photoshop
- **Cromática:** Propia del personaje original.

PANTONE 809 C	PANTONE 1585 C	PANTONE 484 C	PANTONE 490 C	PANTONE Black 7 C	PANTONE 175 C
C=10 M=0 Y=100 K=0	C=0 M=56 Y=90 K=0	C=0 M=95 Y=100 K=25	C=0 M=74 Y=100 K=72	C=0 M=0 Y=15 K=82	C=0 M=65 Y=100 K=91

Tabla IV.IX. Tonos Pantone El Guionero

Galo Vallejo - Estudiante de Diseño Gráfico

- **El Abanderado**

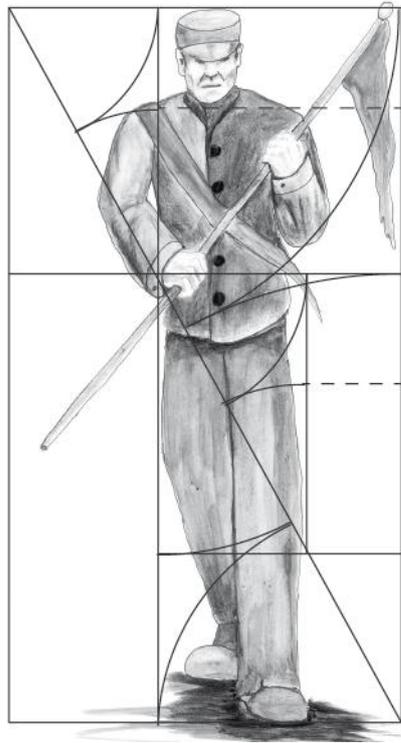


Gráfico IV.10 Boceto de El Abanderado Proporción Áurea

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Características de la Ilustración

- **Estilo de Ilustración:**
Comic / Súper Héroe
- **Técnica de Ilustración**
Técnica – Húmeda / Técnica Digital – Adobe Photoshop.
- **Cromática:** Propia del personaje original.

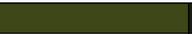
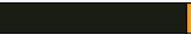
					
PANTONE 809 C	PANTONE 273 C	PANTONE 1797 C	PANTONE 5743 C	PANTONE 5605 C	PANTONE 716 C
C=10 M=0 Y=100 K=0	C=100 M=96 Y=0 K=8	C=0 M=100 Y=99 K=4	C=33 M=0 Y=85 K=82	C=27 M=0 Y=56 K=94	C=0 M=45 Y=91 K=0

Tabla IV.X. Tonos Pantone El Abanderado

Galo Vallejo - Estudiante de Diseño Gráfico

- **El Diablito**

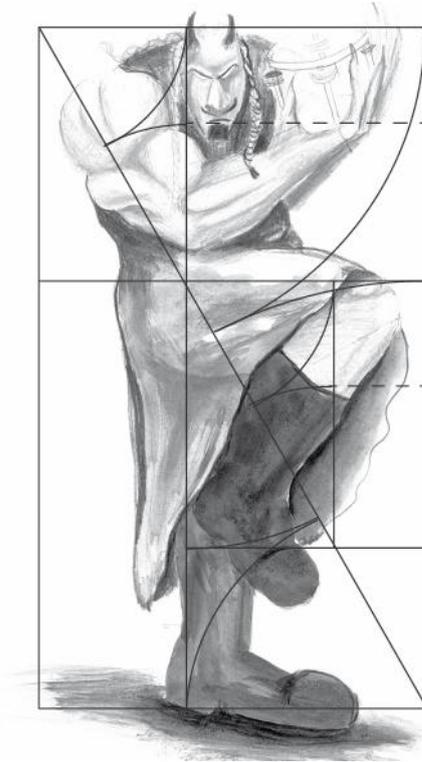


Gráfico IV.11 Boceto de El Diablito Proporción Áurea

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Características de la Ilustración

- **Estilo de Ilustración:**
Comic / Súper Héroe
- **Técnica de Ilustración**
Técnica – Húmeda / Técnica Digital – Adobe Photoshop
- **Cromática:** Propia del personaje original.

					
PANTONE 604 C	PANTONE 1797 C	PANTONE 7416 C	PANTONE 5467 C	PANTONE 341 C	PANTONE Black C
C=0 M=0 Y=38 K=3	C=0 M=100 Y=99 K=4	C=0 M=60 Y=60 K=0	C=100 M=0 Y=33 K=94	C=100 M=0 Y=9 K=30	C=0 M=13 Y=49 K=98

Tabla IV.XI. Tonos Pantone El Diablito

Galo Vallejo - Estudiante de Diseño Gráfico

- **El Mono**

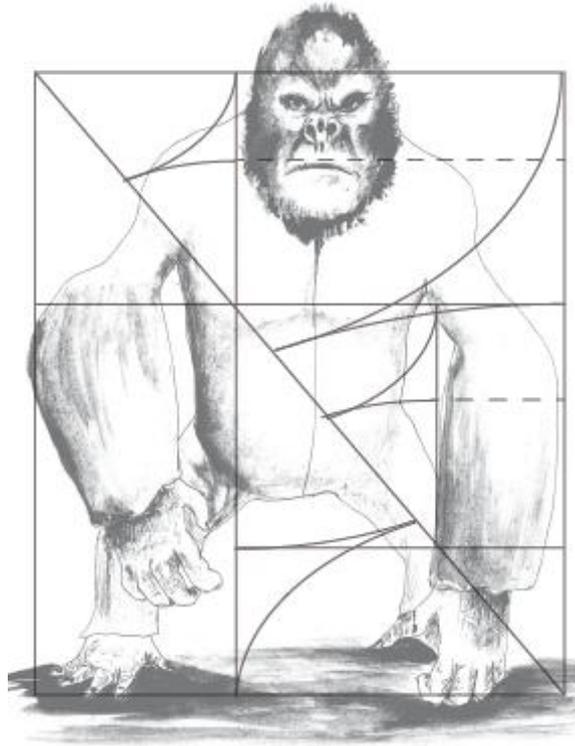


Gráfico IV.12 Boceto de El Mono en Proporción Áurea

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Características de la Ilustración

- **Estilo de Ilustración:**
Comic / Súper Héroe
- **Técnica de Ilustración**
Técnica Seca – Carboncillo / Técnica Digital – Adobe Photoshop
- **Cromática:** Propia del personaje original.

PANTONE 4975 C	PANTONE 167 C	PANTONE 1805 C	PANTONE 7407 C	PANTONE 273 C	PANTONE 5467 C
C=0 M=73 Y=100 K=80	C=0 M=60 Y=100 K=17	C=0 M=91 Y=100 K=23	C=0 M=22 Y=85 K=11	C=100 M=96 Y=0 K=8	C=100 M=0 Y=33 K=94

Tabla IV.XII. Tonos Pantone El Mono

Galo Vallejo - Estudiante de Diseño Gráfico

- **El Cohetero**

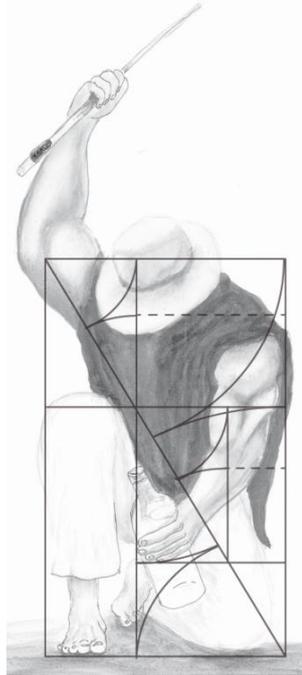


Gráfico IV.13 Boceto de El Cohetero en Proporción Áurea

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Características de la Ilustración

- **Estilo de Ilustración:**

Comic / Súper Héroe

- **Técnica de Ilustración**

Técnica Húmeda – Acuarela / Técnica Digital – Adobe Photoshop

- **Cromática:** Propia del personaje original.

PANTONE 1797 C	PANTONE 395 C	PANTONE Red 032 C	PANTONE 174 C	PANTONE 428 C	PANTONE 412 C
C=0 M=100 Y=99 K=4	C=8 M=0 Y=85 K=0	C=0 M=90 Y=86 K=0	C=0 M=70 Y=100 K=36	C=2 M=0 Y=0 K=18	C=0 M=30 Y=66 K=98

Tabla IV.XIII. Tonos Pantone El Cohetero

Galo Vallejo - Estudiante de Diseño Gráfico

- **El Payasito**

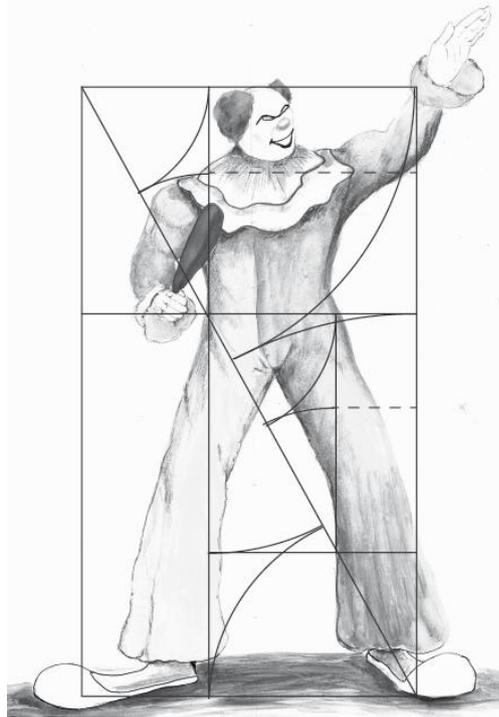


Gráfico IV.14 Boceto de El Payasito en Proporción Áurea

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Características de la Ilustración

- **Estilo de Ilustración:**

Comic / Súper Héroe

- **Técnica de Ilustración**

Técnica Húmeda – Acuarela / Técnica Digital – Adobe Photoshop

- **Cromática:** Propia del personaje original.

					
PANTONE 361 C	PANTONE 3945 C	PANTONE Red 032 C	PANTONE 2985 C	PANTONE 1788 C	PANTONE 433 C
C=69 M=0 Y=100 K=0	C=3 M=0 Y=85 K=0	C=59 M=0 Y=6 K=0	C=0 M=95 Y=100 K=0	C=0 M=84 Y=88 K=0	C=33 M=3 Y=0 K=95

Tabla IV.XIV. Tonos Pantone El Payaso

Galo Vallejo - Estudiante de Diseño Gráfico

- **La Vaca Loca**

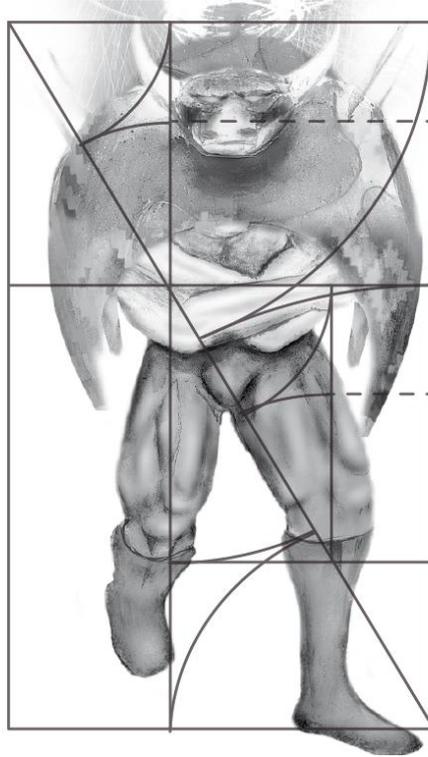


Gráfico IV.15 Boceto de La Vaca Loca en Proporción Áurea

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Características de la Ilustración

- **Estilo de Ilustración:**
Comic / Súper Héroe
- **Técnica de Ilustración**
Técnica Húmeda – Acuarela / Técnica Digital – Adobe Photoshop
- **Cromática:** Propia del personaje original.

PANTONE 5473 C	PANTONE 7519 C	PANTONE 610 C	PANTONE 723 C	PANTONE 612 C	PANTONE 449 C
C=82 M=0 Y=28 K=52	C=50 M=60 Y=100 K=48	C=0 M=0 Y=58 K=6	C=0 M=43 Y=93 K=17	C=0 M=2 Y=100 K=20	C=65 M=55 Y=100 K=28

Tabla IV.XV. Tonos Pantone La Vaca Loca

Galo Vallejo - Estudiante de Diseño Gráfico

- **El Perro**

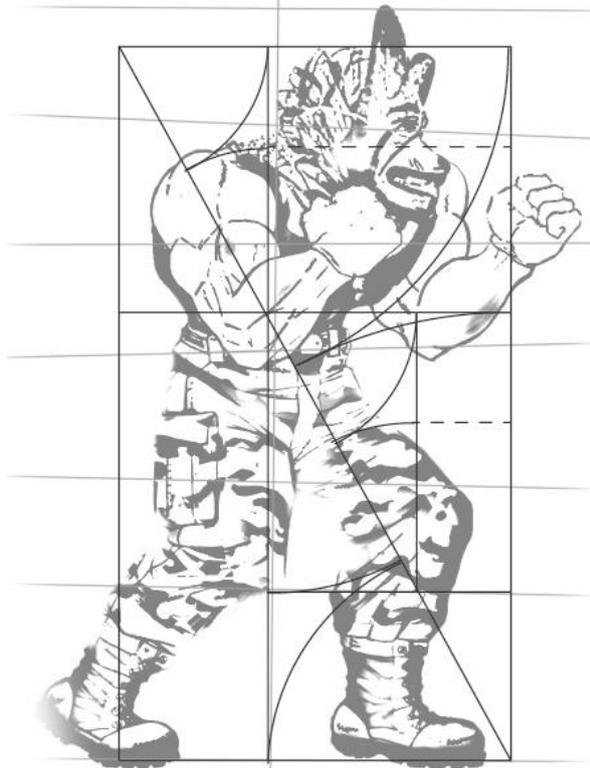


Gráfico IV.16 Boceto de El Perro en Proporción Áurea

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Características de la Ilustración

- **Estilo de Ilustración:**
Comic / Súper Héroe
- **Técnica de Ilustración**
Técnica Húmeda – Acuarela / Técnica Digital – Adobe Photoshop
- **Cromática:** Propia del personaje original.

P. Cool Gray 10 C	PANTONE 422 C	PANTONE 7547 C	PANTONE 722 C	PANTONE 216 C	PANTONE 655 C
C=0 M=2 Y=0 K=60	C=0 M=0 Y=0 K=33	C=35 M=4 Y=0 K=94	C=0 M=36 Y=76 K=9	C=0 M=95 Y=40 K=45	C=100 M=68 Y=0 K=52

Tabla IV.XVI. Tonos Pantone El Perro

Galo Vallejo - Estudiante de Diseño Gráfico

4.1.4 Ilustraciones Finales y ficha Técnica

- El Curiqingue



Gráfico IV.17 El Curiqingue Comic

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Nombre:	Estatura:	Peso:	Localidad:	Bebida Favorita:	Fecha de Nacimiento:	Valor más Practicado:
CURIQUINGUE	1.75 m.	168 lbs.	<ul style="list-style-type: none">• Chimborazo• Pichincha• Tungurahua• Azuay• Cañar	Chaguarmishqui	Desconocida	El Respeto

Tabla IV.XVII. Ficha Técnica El Curiqingue

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

▪ **El Danzante**



Gráfico IV.18 El Danzante Comic

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Nombre:	Estatura:	Peso:	Localidad:	Bebida Favorita:	Fecha de Nacimiento:	Valor más Practicado:
DANZANTE	1.85 m.	170 lbs.	<ul style="list-style-type: none">• Chimborazo• Pichincha• Tungurahua• Bolívar• Cañar.	La Chicha	Desconocida	La Honestidad

Tabla IV.XVIII. Ficha Técnica El Danzante

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

▪ **El Sacha Runa**



Gráfico IV.19 El Sacha Comic

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Nombre:	Estatura:	Peso:	Localidad:	Bebida Favorita:	Fecha de Nacimiento:	Valor más Practicado:
SACHA RUNA	2.10 m.	195 lbs.	<ul style="list-style-type: none">• Chimborazo• Pichincha• Cotopaxi• Bolívar• Imbabura	La Chicha de Jora	Desconocida	La Responsabilidad

Tabla IV.XIX. Ficha Técnica El Sacha Runa

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

▪ **El Diablo Huma**



Gráfico IV.20 El Diablo Huma Comic

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Nombre:	Estatura:	Peso:	Localidad:	Bebida Favorita:	Fecha de Nacimiento:	Valor más Practicado:
DIABLO HUMA	2.15 m.	190 lbs.	<ul style="list-style-type: none">• Chimborazo• Pichincha• Imbabura• Bolívar• Cañar.	El Morocho	Desconocida	La Amistad

Tabla IV.XX. Ficha Técnica El Diablo Huma

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

▪ **El Yaya Carnaval**



Gráfico IV.21 El Yaya Carnaval Comic

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Nombre:	Estatura:	Peso:	Localidad:	Bebida Favorita:	Fecha de Nacimiento:	Valor más Practicado:
YAYA CARNAVAL	1.70 m.	162 lbs.	<ul style="list-style-type: none">• Riobamba• Guamote• Colta	La Colada Morada	Desconocida	La Generosidad

Tabla IV.XXI Ficha Técnica El Yaya Carnaval

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

▪ **La Mama Shalva**



Gráfico IV.22 La Mama Shalva Comic

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Nombre:	Estatura:	Peso:	Localidad:	Bebida Favorita:	Fecha de Nacimiento:	Valor más Practicado:
MAMA SHALVA	1.65 m.	135 lbs.	<ul style="list-style-type: none">• Riobamba• Guamote• Colta	El Morocho	Desconocida	La Generosidad

Tabla IV.XXII. Ficha Técnica Mama Shalva

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

▪ El Animero



Gráfico IV.23 El Animero Comic

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Nombre:	Estatura:	Peso:	Localidad:	Bebida Favorita:	Fecha de Nacimiento:	Valor más Practicado:
ANIMERO	1.92 m.	175 lbs.	<ul style="list-style-type: none">• Chimborazo• Tungurahua	Colada Morada	Desconocida	La Humildad

Tabla IV.XXIII. Ficha Técnica El Animero

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

▪ El Cucurucho



Gráfico IV.24 El Cucurucho Comic

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Nombre:	Estatura:	Peso:	Localidad:	Bebida Favorita:	Fecha de Nacimiento:	Valor más Practicado:
CUCURUCHO	1.80 m.	190 lbs.	<ul style="list-style-type: none">• Chimborazo• Pichincha• Tungurahua	Chaguarmishqui	Desconocida	La Justicia

Tabla IV.XXIV. Ficha Técnica El Cucurucho

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

▪ **El Cohetero**



Gráfico IV.25 El Cohetero Comic

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Nombre:	Estatura:	Peso:	Localidad:	Bebida Favorita:	Fecha de Nacimiento:	Valor más Practicado:
COHETERO	1.70 m.	162 lbs.	Toda la Región Andina	La Chicha de Jora	Desconocida	La Amistad

Tabla IV.XXV. Ficha Técnica El Cohetero

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

▪ **El Diablito**



Gráfico IV.26 El Diablito Comic

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Nombre:	Estatura:	Peso:	Localidad:	Bebida Favorita:	Fecha de Nacimiento:	Valor más Practicado:
DIABLITO	2.15 m.	200 lbs.	<ul style="list-style-type: none">Chimborazo	El Chapo de Machica	Desconocida	La Honestidad

Tabla IV.XXVI. Ficha Técnica El Diablito

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

▪ El Payasito



Gráfico IV.27 El Payasito Comic

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Nombre:	Estatura:	Peso:	Localidad:	Bebida Favorita:	Fecha de Nacimiento:	Valor más Practicado:
PAYASITO	1.83 m.	168 lbs.	<ul style="list-style-type: none">• Chimborazo• Pichincha• Imbabura• Cotopaxi	La Chicha de Jora	Desconocida	La Responsabilidad

Tabla IV.XXVII. Ficha Técnica El Payasito

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

▪ **La Vaca Loca**



Gráfico IV.28 La Vaca Loca Comic

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Nombre:	Estatura:	Peso:	Localidad:	Bebida Favorita:	Fecha de Nacimiento:	Valor más Practicado:
VACA LOCA	1.79 m.	218 lbs.	Toda la Región Andina	Chaguarmishqui	Desconocida	La Amistad

Tabla IV.XXVIII. Ficha Técnica La Vaca Loca

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

▪ El Perro



Gráfico IV.29 El Perro Comic

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Nombre:	Estatura:	Peso:	Localidad:	Bebida Favorita:	Fecha de Nacimiento:	Valor más Practicado:
PERRO	1.85 m.	170 lbs.	<ul style="list-style-type: none">Chimborazo Y algunas provincias de la región andina.	horchata de arroz de cebada con leche	Desconocida	La Generosidad

Tabla IV.XXIX. Ficha Técnica El Perro

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

▪ **El Mono**



Gráfico IV.30 El Mono Comic

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Nombre:	Estatura:	Peso:	Localidad:	Bebida Favorita:	Fecha de Nacimiento:	Valor más Practicado:
MONO	1.65 m.	190 lbs.	<ul style="list-style-type: none">• Chimborazo• Otavalo• Latacunga	El Chapo de Machica	Desconocida	La Humildad

Tabla IV.XXX. Ficha Técnica El Mono

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

▪ El Abanderado



Gráfico IV.31 El Abanderado

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Nombre:	Estatura:	Peso:	Localidad:	Bebida Favorita:	Fecha de Nacimiento:	Valor más Practicado:
ABANDERADO	1.82 m.	168 lbs.	<ul style="list-style-type: none">• Chimborazo• Cotopaxi• Tungurahua	horchata de arroz de cebada con leche	La Justicia	El Respeto

Tabla IV.XXXI. Ficha Técnica El Abanderado

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

▪ El Guionero



Gráfico IV.32 El Guionero Comic

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Nombre:	Estatura:	Peso:	Localidad:	Bebida Favorita:	Fecha de Nacimiento:	Valor más Practicado:
GUIONERO	1.77 m.	165 lbs.	<ul style="list-style-type: none">• Chimborazo• Pujilí	La Chicha de Jora	Desconocida	La Honestidad

Tabla IV.XXXII. Ficha Técnica El Guionero

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico



Gráfico IV.33 Personajes de celebraciones Populares en Riobamba estilo Comic

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

4.2 DISEÑO DE MARCA

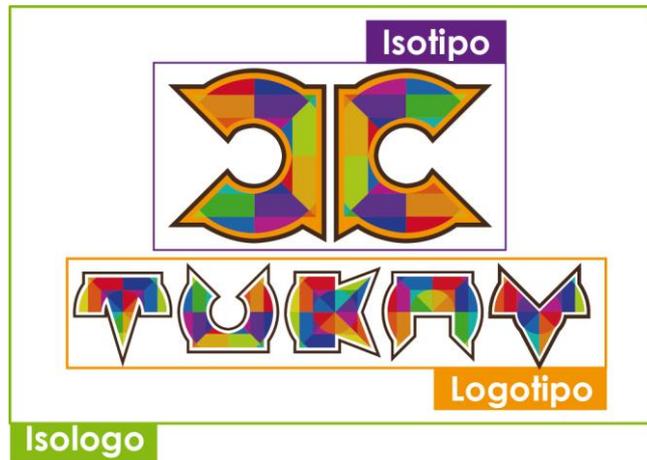


Gráfico IV.34 Imagen Gráfica Tukay

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

4.2.1 Construcción de la Marca

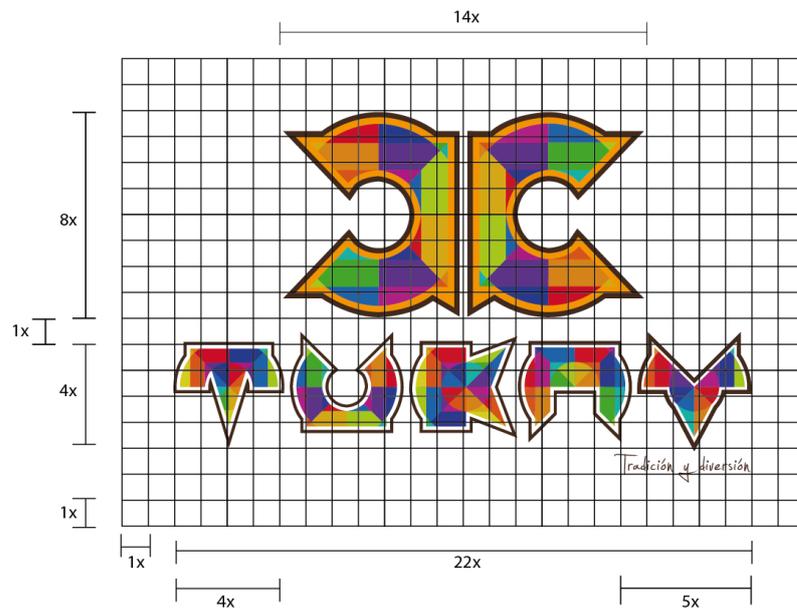


Gráfico IV.35 Construcción de la Marca Tukay

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

En la imagen se puede apreciar la utilización del “Factor X” para la proporcionalidad de la marca en conjunto.

4.2.2 Isologo

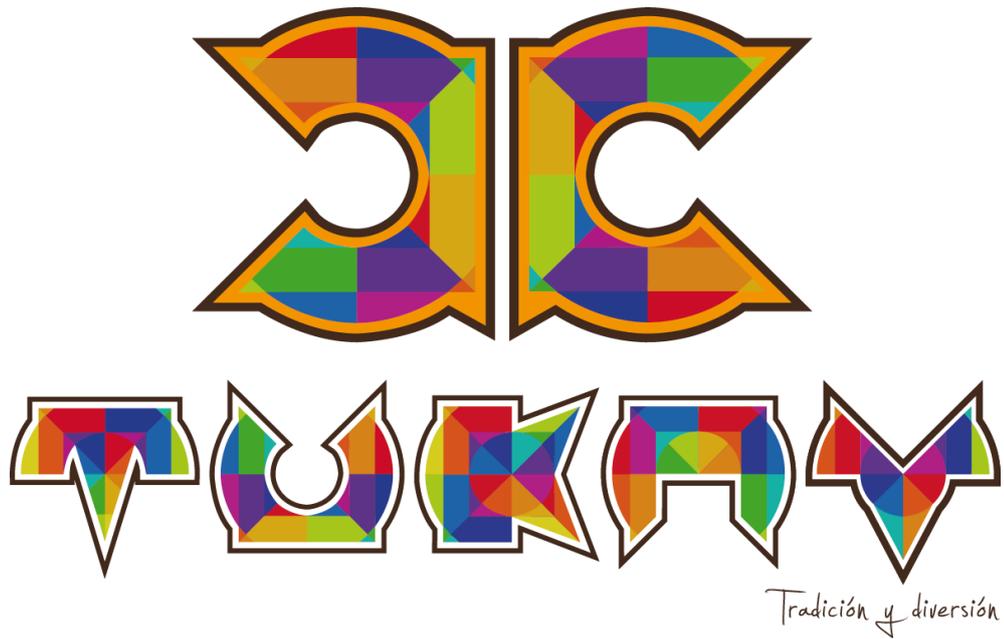


Gráfico IV.36 Isologo Marca Tukay

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Esta es la **versión principal** de la marca **Tukay**. Siempre que sea posible se ha de utilizar esta versión.

4.2.3 Isotipo

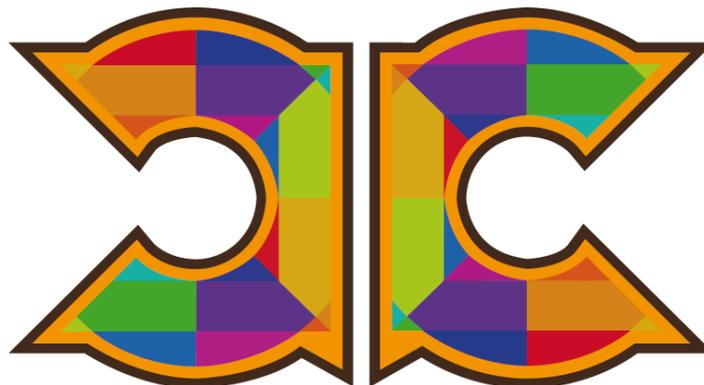


Gráfico IV.37 Isotipo Marca Tuukay

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Cuando por tamaño, por espacio o por otro motivo de fuerza mayor no sea posible usar su Isologo, se **podrá hacer uso de su icono**.

El cuál es la abstracción de una máscara, la máscara es un objeto perenne de las fiestas populares, es muy utilizada por personas adultas y chicos.

4.2.4 Logotipo



Gráfico IV.38 Logotipo Marca Tukay

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Se puede utilizar solo en situaciones especiales.

4.2.5 Tipografía

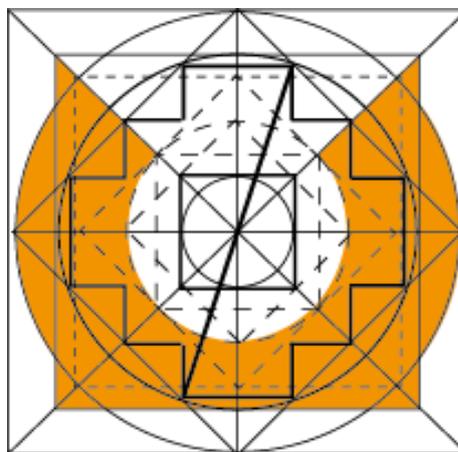


Gráfico IV.39 Letra “U” Marca Tukay

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

La construcción de la tipografía para la marca Tukay lleva consigo la proporción andina mediante la utilización de la retícula del signo visual andino la Chakana.

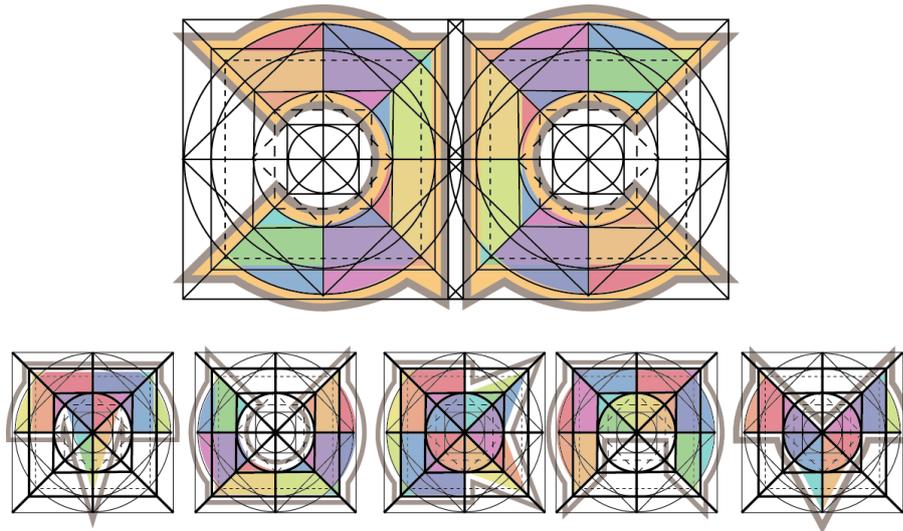


Gráfico IV.40 Imagen Gráfica Tucay basada en el signo visual de la Chakana

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

• Jellyka - Estrya's Handwriting (PARA SLOGAN)

A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
! " # \$ % & ' / () = ? [] } ' `

• CALIBRI (Texto en General)

A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n
ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
! " # \$ % & ' / () = ? [] } ' `

Tipografía del Logotipo

CREACIÓN PROPIA

Nombre Completo:
Tipografía Tucay Regular

Tipografía para Títulos

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
! " # \$ % & ' / () = ? [] } ' `

Para el Logotipo se ha usado
una modificación de la
Tipografía **Optimal**.

Gráfico IV.41 Tipografía utilizada en la identidad corporativa

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

4.2.6 Área de Reserva



Gráfico IV.42 Área de Reserva Marca Tuukay

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Alrededor de su marca se debe respetar siempre un área de reserva, para que no pueda ser invadida con otros elementos ajenos al brand.

Para lo cual se ha creado un cuadro delimitador que corresponde a $\frac{1}{4}$ de una letra.

4.2.7 Cromática



El tema del color es siempre muy delicado, y dependerá en gran medida del medio en el que se imprima, las tintas, los perfiles... Por lo tanto para **reducir al mínimo los errores de color en la marca**, se puede usar siempre que se pueda las **referencias pantone**, que le aseguran la reproducción correcta de sus colores corporativos.

4.2.8 Escala de grises

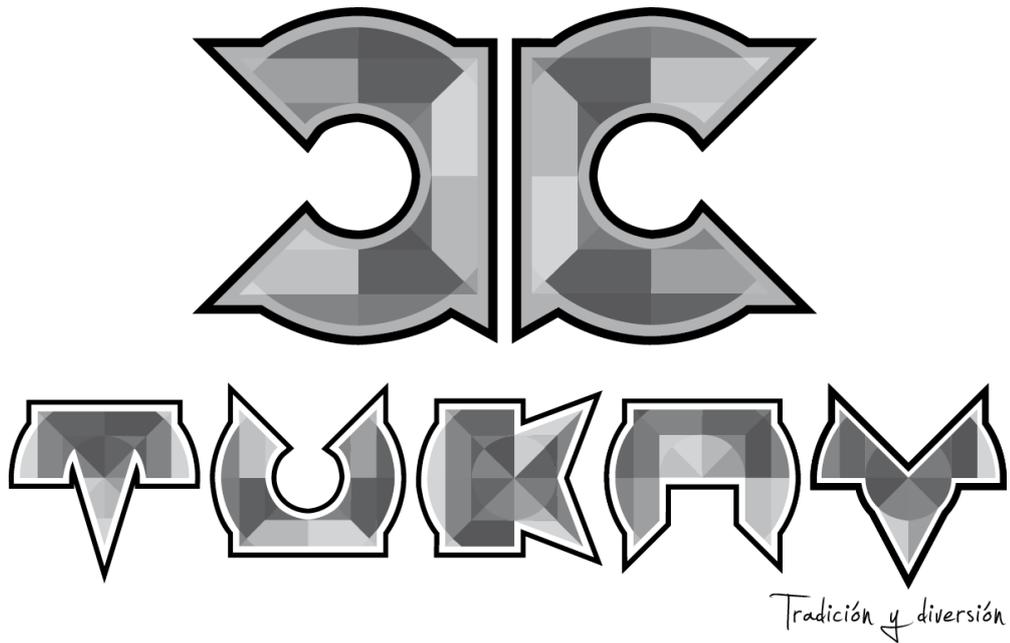


Gráfico IV.43 Escalas de Grises Marca Tukay

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Version de la marca en escala de grises, para situaciones en las que solo se pueda usar la **tinta negra tramada**.

4.2.9 Blanco y Negro

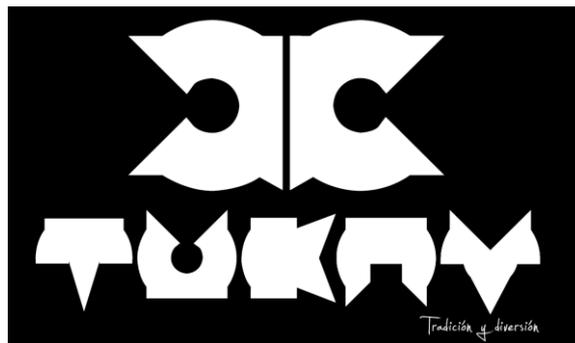


Gráfico IV.44 Escalas de Grises Marca Tukay

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Version de la marca en blanco y negro, para situaciones en las que solo se pueda usar la **tinta negra y no se pueda tramar**.

4.3 ESCULTURA Y MODELADO DE UN PROTOTIPO.

4.3.1 Escala y Forma de representación

La escala que estamos utilizando es la **1:9** es decir que nuestro personaje debería medir al finalizar la escultura **15.75 cm.** Ya que el tamaño estimado que propusimos en la figura del curiingue fue de una persona de **1.75 m.**

4.3.2 Técnica de Modelado y Escultura.



Gráfico IV.45 Inicio de Modelado

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Con la ayuda de masilla para modelar se empieza a crear nuestro personaje, se va dando forma al torso, esto depende de cada escultor, utilizando gubias y nuestros dedos se principia a definir zonas y a delimitar por sectores la estructura del cuerpo.



Gráfico IV.46 Definiendo Detalles

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Con ayuda de agua se comienza a dar más definición, el agua también sirve para unir partes, cabe aclarar que este proceso lo debemos hacer con suma cautela y dedicación ya que de este paso depende nuestro arte final.



Gráfico IV.47 Definiendo Detalles 2

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Mientras más detalles se le den a una escultura esta aparentará mucho más realismo, en este caso los detalles en miniatura de los zapatos y los pliegues de la ropa hacen que luzca con un mejor acabado.



Gráfico IV.48 Definiendo Detalles 3

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Para la implementación de los brazos es necesario crear una estructura de sostén interna, esto nos ayudará en el momento de la creación del molde y posterior desmoldado.



Gráfico IV.49 Definiendo Detalles 4

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

La creación de los brazos toma un poco más de tiempo, ya que los detalles que estos presentan son mucho más pequeños, y se debió hacerlos en otro material un poco mas maleable. De igual forma estos presentan una estructura interna.

4.4 MATRICERÍA

4.4.1 Análisis de la escultura terminada



Gráfico IV.50 Vistas de Modelado Finalizado

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Una vez que la escultura ha finalizado su etapa de secado y fraguado del material en la que se lo realizó, empezamos a buscar alternativas para la creación de la matriz o molde, ya que no todas las formas de reproducción se figuras nos pueden dejar el mismo resultado.

4.4.2 Técnicas de matizado por partes.



Gráfico IV.51 Matizado por partes

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Se divide al muñeco por la mitad, posteriormente se arma una "cama de barro" cubriendo la parte trasera del muñeco respetando la línea de la mitad y ésta debe tener mínimo 3cm de ancho, enseguida al barro lo untamos de vaselina en la parte de adelante del muñeco.

En el barro seguidamente cavamos un surco "cóncavo" que mas adelante servirá de agarradera para la otra mitad del molde, no olvidemos que según el tipo de muñeco, tenemos que hacer un

bebedero que es por donde luego se vierte el líquido para reproducir la figura exacta, el bebedero es un trozo de arcilla en forma de cono que luego se lo retira y quedara un hueco y este debe ser siempre en la parte más alta de la figura.

4.4.3 Diseño de la Matriz Molde



Gráfico IV.52 Diseño de Matriz o Molde

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Se toma caucho y se lo mezcla con la cantidad necesaria de secante o catalizador para la cantidad que ocuparemos en ese instante, con un pincel esparcimos la primera capa de caucho con pigmentación, para darle el color deseado cuidadosamente, pretendiendo que no haya

burbujas y copiando todos los rasgos, ésta capa es la más importante, ya que es la que va a definir los rasgos del muñeco y luego la dejamos secar durante un lapso de 24 horas, al siguiente día, cuando la primera capa este completamente seca, procedemos a repetir el proceso, hasta lograr mínimo unas cuatro capas de caucho cada una con un día de secado.

4.4.4 Contramolde



Gráfico IV.53 Contramolde

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Cuando las cuatro capas estén secas, se procede a hacer un "contramolde" con masilla plástica de carro, esto sirve para que el caucho maleable, no se deforme mientras se vierte el líquido.



Gráfico IV.54 Eliminación de residuos

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Ahora se retira el barro que habíamos colocado, y se limpia bien los residuos sobrantes ponemos una capa de vaselina o desmoldante con un pincel, esto servirá para que no se peguen las capas de caucho entre sí.



Gráfico IV.55 Diseño de Matriz o Molde 2

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Se pone una capa de vaselina o desmoldeante con un pincel, esto sirve para que no se peguen las capas de caucho entre sí. Luego se repite el proceso anterior de colocación de caucho silicona por capas, esta sería la primera capa del otro lado, y con un día de secado cada capa, con cuatro capas mínimo, volvemos a hacer el contramolde del otro lado.

Luego se despegan las dos partes del caucho, que previamente le habíamos puesto vaselina, de lo contrario, se habrían pegado y no fuera posible desunirlas, se retira el prototipo, o muñeco original y limpiamos bien los residuos y nuestro molde está listo.

Cabe recalcar que este proceso hace que nuestro prototipo modelado en arcilla quede destruido.

4.5 REPRODUCCIÓN EN RESINA



Gráfico IV.56 Reproducción en Resina

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Se prepara la resina, talco industrial y el secante o catalizador necesario para la cantidad de mezcla y luego lo mezclamos muy bien y dejamos descansar unos tres minutos para que las

burbujas que se hicieron al mezclar, suban poco a poco, no hay que descuidarse con esto porque si dejáramos más tiempo se secaría nuestra mezcla. Luego de haber dejado reposar 3 minutos la mezcla de resina, vertemos lentamente por el bebedero un chorro delgado y lentamente esperamos hasta que se llene completamente el molde, luego lo golpeamos un poco para que salgan las burbujas que se hicieron al verter la mezcla en el molde y se lo deja secar.

Cuando la parte externa este dura, sabremos que la reproducción esta lista y procedemos a abrir el molde.

Cabe acotar que antes de verter la mezcla hay que amarrar las 2 partes del molde para que no se fugue el líquido, ya que esto nos traería problemas posteriores.



Gráfico IV.57 Reproducción en Resina 2

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Se cubren los huecos e imperfecciones con masilla plástica y lijamos con una lija de agua muy fina para eliminar los defectos y aquí termina la fase de reproducción de la figura.

4.6 PINTURA TÉCNICA

4.6.1 Terminación y pintura al detalle



Gráfico IV.58 Pintura al detalle

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

4.6.2 Realismo y Detalles



Gráfico IV.59 Aplicación de detalles

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

4.6.3 Presentación Final.



Gráfico IV.60 Presentación Final 1

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico



Gráfico IV.61 Presentación Final 2

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico



Gráfico IV.62 Presentación Final 3

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico



Gráfico IV.63 Presentación Final 4

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Aquí cabe señalar que el proceso para la realización de los demás muñecos de la colección es cien por ciento similar en cuanto tiene que ver con creación de moldes, reproducciones, materiales y técnicas utilizadas etc.

4.7 DISEÑO DE PACKAGING

4.7.1 Forma del Envase, Tamaño y Color

4.7.1.1 Envase Primario

El envase Primario genera estabilidad y un primer soporte que hace contacto con el producto, este sirve para estabilizar al muñeco, es decir con su estructura impedirá que el personaje se tambalee y por consiguiente se pueda estropear.

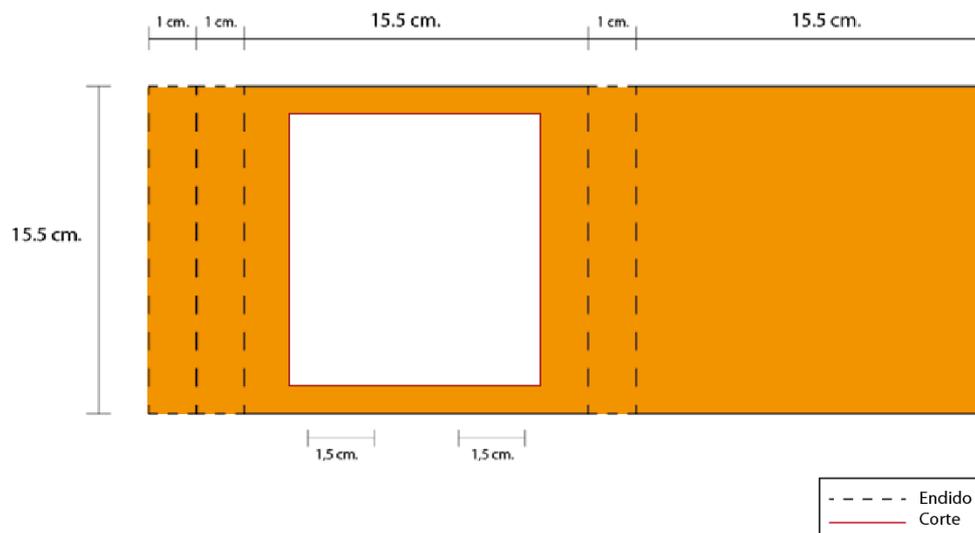


Gráfico IV.64 Diseño de troquel Packaging Primario

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico



Gráfico IV.65 Vista preliminar packaging primario

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

4.7.1.1 Envase Secundario



Gráfico IV.66 Diseño de Troquel Packaging secundario

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

4.7.1.2 Normas técnicas de utilización

TUKAY
Tradición y diversión

EL CUR:QU:MSUE

“Cuando la tierra era todavía de los naturales aquí, en este mismo claro, en el Padre-Urcu dos longuilos perdieron a sus tails. Lloraron por muchos días... al fin, cuando todo parecía perdido, se encaminaron a la sembradora de papas, tomaron en abundancia sus flores blancas y maradas, se cubrieron el cuerpo de pies a cabeza, los dos longuilos, y al atardecer extendieron sus brazos al cielo y se convirtieron en curiquingos”

15 cm

15 cm

PRECAUCIONES

- No apto para niños menores a 4 años.
- Mantener alejado del fuego.
- Contiene piezas pequeñas que pueden ser ingeridas.

Dirección: Larrea 11-20 y 12 de Octubre
Teléfono: +593 32962 595 Celular: +593 92997 669
e - mail: tukaydiversion@tukay.com www.tukay.com

Riobamba - Ecuador

Para mayor información visita:

iMucho mejor!
RECICLA TU ECUADOR

5 012345 678900

Gráfico IV.67 Normas técnicas de utilización

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Todo buen producto que ha sido lanzado en el mercado requiere condiciones técnicas para su buen uso y funcionamiento, estas deben ser muy claras y llevar advertencias visuales que no demanden mucho esfuerzo interpretarlas, en este caso deben ser mucho más específicas ya que es un producto que va a llegar hacia un niño.

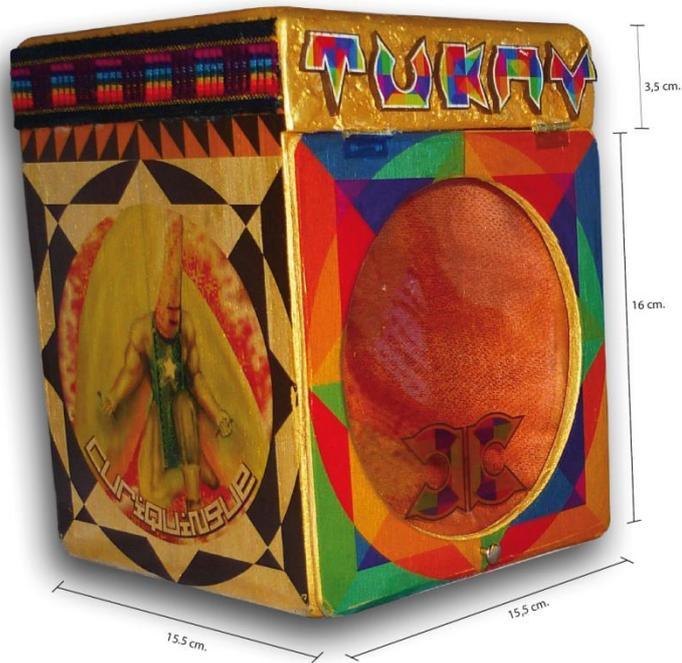


Gráfico IV.68 Packaging Armado

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

Se optó por crear un Packaging secundario mirando las formas cuadradas que posee la imagen gráfica, El envase cumple con todos los requerimientos que necesitan el producto, lo principal, proteger al muñeco que lleva en su interior, se lo trabajó en madera de balsa esto para minorar el peso y por la facilidad que da este material para moldearlo de acuerdo a nuestros requerimientos.

4.8 VALOR AGREGADO DEL PRODUCTO

4.8.1 diseño de un álbum didáctico.

4.8.1.1 Diseño de la Portada



Gráfico IV.69 Diseño de la Portada del Álbum didáctico

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

4.8.1.2 Diseño de páginas internas



Gráfico IV.70 Diseño de páginas interiores 3, 4, 5,6.

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico



Gráfico IV.71 Diseño de páginas interiores 7, 8, 9,10.

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico



Gráfico IV.72 Diseño de páginas interiores 11, 12, 13,14.

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico



Gráfico IV.73 Diseño de páginas interiores 15, 16, 17,18.

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

4.8.2 Cartillas Coleccionables

<p> EL MONO</p> <ul style="list-style-type: none">■ Peso: 190 lbs. ■ Valor Practicado: La Humildad■ Estatura: 1.65 m. ■ Bebida Favorita: El Chapo de Machica■ Localidad: Chimborazo, Otavalo, Latacunga.	<p> EL PERRO</p> <ul style="list-style-type: none">■ Peso: 170 lbs. ■ Valor más Practicado: La Generosidad■ Estatura: 1.85 m. ■ Bebida Favorita: Horchata de Cebada■ Localidad: Chimborazo y Algunas provincias de la Sierra
<p> EL CURIQUINGUE</p> <ul style="list-style-type: none">■ Peso: 168 lbs. ■ Valor más Practicado: El Respeto■ Estatura: 1.75 m. ■ Bebida Favorita: El Chaguarmishqui■ Localidad: Chimborazo, Cañar, Tungurahua	<p> LA MAMA SHALVA</p> <ul style="list-style-type: none">■ Peso: 135 lbs. ■ Valor más Practicado: Generosidad■ Estatura: 1.65 m. ■ Bebida Favorita: El Morocho■ Localidad: Riobamba, Guamote, Cofa

Gráfico IV.74 Cartillas Coleccionables Mono, Perro, Curiquingue, Mama Shalva

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

	
<p> EL Diablito</p> <ul style="list-style-type: none">■ Peso: 200 lbs.■ Valor más Practicado: La Honestidad■ Estatura: 2.15 m.■ Bebida Favorita: El Chapo de Machica■ Localidad: Chimborazo.	<p> EL Diablo Huma</p> <ul style="list-style-type: none">■ Peso: 190 lbs.■ Valor más Practicado: La Amistad■ Estatura: 2.15 m.■ Bebida Favorita: El Morucho■ Localidad: Chimborazo, Pichincha, Imbabura, Cañar, Bolívar
	
<p> EL ANIMERO</p> <ul style="list-style-type: none">■ Peso: 175 lbs.■ Valor más Practicado: La Humildad■ Estatura: 1.92 m.■ Bebida Favorita: La Colada Morada■ Localidad: Chimborazo, Tungurahua	<p> EL SACHA RUNA</p> <ul style="list-style-type: none">■ Peso: 195 lbs.■ Valor más Practicado: Responsabilidad■ Estatura: 2.10 m.■ Bebida Favorita: Chicha de Jora■ Localidad: Chimborazo, Pichincha, Cotopaxi, Bolívar.

Gráfico IV.75 Cartillas Coleccionables Diablito, Diablo Huma, Animero, Sacha Runa

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

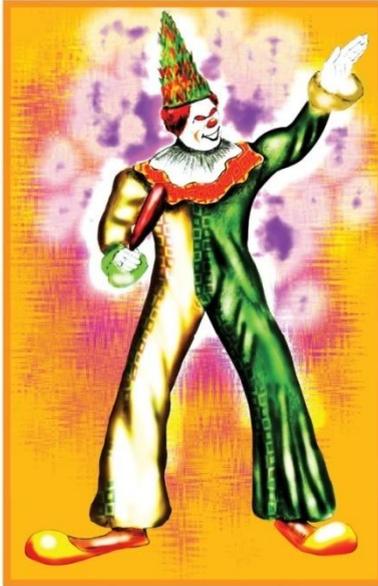
 <p> EL COHETERO</p> <ul style="list-style-type: none">■ Peso: 162 lbs.■ Valor más Practicado: La Amistad■ Estatura: 1.70 m.■ Bebida Favorita: Chicha de Jora■ Localidad: Toda la Región Andina	 <p> EL GUIONERO</p> <ul style="list-style-type: none">■ Peso: 165 lbs.■ Valor más Practicado: Honestidad■ Estatura: 1.77 m.■ Bebida Favorita: La Chicha de Jora■ Localidad: Chimborazo, Pujilí
 <p> EL PAYASO</p> <ul style="list-style-type: none">■ Peso: 168 lbs.■ Valor más Practicado: Responsabilidad■ Estatura: 1.83 m.■ Bebida Favorita: Chicha de Jora■ Localidad: Chimborazo, Pichincha, Inbabura, Cotopaxi.	 <p> EL CUCURUCHO</p> <ul style="list-style-type: none">■ Peso: 190 lbs.■ Valor más Practicado: La Justicia■ Estatura: 1.80 m.■ Bebida Favorita: Chaguarmishqui■ Localidad: Chimborazo, Pichincha, Tungurahua

Gráfico IV.76 Cartillas Coleccionables Cohetero, Guionero, Payaso, Cucurucho.

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

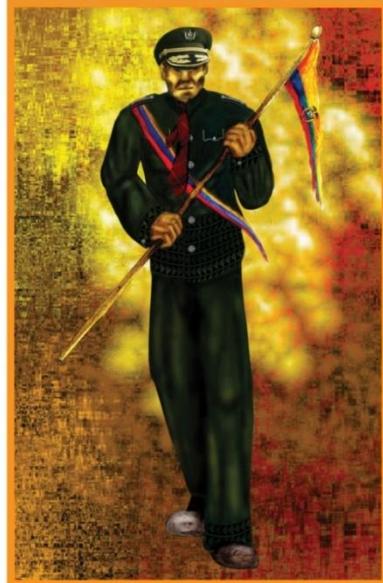
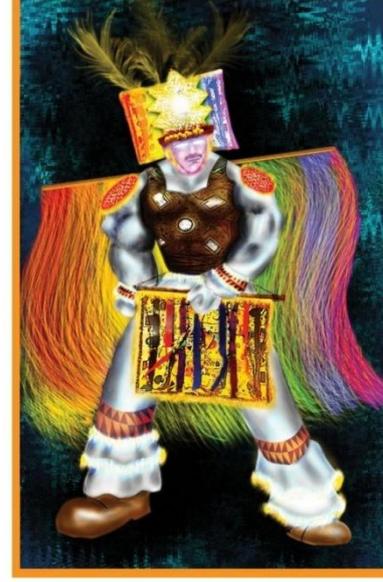
	
<p> YAYA CARNAVAL</p> <ul style="list-style-type: none">■ Peso: 162 lbs.■ Valor más Practicado: Generosidad■ Estatura: 1.70 m.■ Bebida Favorita: Colodad Morada■ Localidad: Riobamba, Guamote, Cotta	<p> EL ABANDERADO</p> <ul style="list-style-type: none">■ Peso: 168 lbs.■ Valor más Practicado: El Respeto■ Estatura: 1.82 m.■ Bebida Favorita: Horchata de Cebada■ Localidad: Riobamba, Guamote, Cotta
	
<p> LA VACA LOCA</p> <ul style="list-style-type: none">■ Peso: 218 lbs.■ Valor más Practicado: La Amistad■ Estatura: 1.79 m.■ Bebida Favorita: Chaguarmishqui■ Localidad: Región Andina	<p> EL DANZANTE</p> <ul style="list-style-type: none">■ Peso: 170 lbs.■ Valor Practicado: La Honestidad■ Estatura: 1.85 m.■ Bebida Favorita: La Chicha■ Localidad: Chimborazo, Pichincha, Tungurahua, Bolivar, Cañar

Gráfico IV.77 Cartillas Coleccionables Yaya Carnaval, Abanderado, Vaca Loca, Danzante.

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico



Gráfico IV.78 Producto final

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico



Gráfico IV.79 Producto final 2

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico



Gráfico IV.80 Producto final 3

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico



Gráfico IV.81 Presentación colección total

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

CAPÍTULO V

VALIDACIÓN DE LA HIPÓTESIS

5.1 Estudio de la encuesta.

Para la validación de la hipótesis se realizará una encuesta y en base a la tabulación de datos se verá si la hipótesis arroja resultados positivos o negativos en la aceptación del prototipo.

Las encuestas se las realizó a 10 niños de la escuela “Liceo Policial” Riobamba. Comprendidos entre una edad de 8 a 10 años.

(VER AÑEXO 3)

5.1.1 Tabulación

Número de profesores encuestados = 10

Pregunta 1.- ¿Le agrada ver representada nuestra cultura en este producto?

Si = 9

NO = 1



Gráfico V.01 Resultado de la Pregunta N. 01

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

SI PORQUE:

- Se le ve que tiene súper fuerza.
- Parecen poderosos.
- Parecen luchadores.
- No porque prefiero otros juguetes.

NO PORQUE:

- Prefiero a otros juguetes.

Análisis:

Al **90%** de los niños encuestados les agrada ver representada nuestra cultura con el producto a ellos presentado.

Al **10%** de los niños no les agrada ver representada nuestra cultura con el producto presentado.

Pregunta 2.- ¿Cree usted que con este producto podrá aprender más acerca de nuestra cultura y tradiciones de un modo divertido?

- Si = 8
- NO = 2



Gráfico V.02 Resultado de la Pregunta N. 02

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

SI PORQUE:

- Se les ve muy divertidos
- Los puedo coleccionar
- Yo me siento el súper héroe.
- En fiestas yo me disfrazo como uno de ellos.

NO PORQUE:

- Aprendo más en un libro.
- No me parecen divertidos.

Análisis:

El **80%** de los niños encuestados creen que sí podrían aprender más acerca de nuestras tradiciones de un modo divertido.

Mientras que el otro **20%** creen que no es posible aprender mejor de este modo.

Pregunta 3.- ¿Cree usted que este producto debería ser incluido como material didáctico para niños de escuela?



Gráfico V.03 Resultado de la Pregunta N. 03

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

PORQUE:

- Es divertido aprender de este modo
- Es más fácil aprender
- Atendemos mucho más
- Podemos jugar hasta en los recreos.
- Todos vamos a aprender

Análisis:

Con un rotundo **100%** los niños encuestados creen que debería ser incluido nuestro producto como material didáctico en las escuelas.

Mientras que ningún alumno opino lo contrario.

5.1.2 Validación de la Hipótesis:

Luego de mostrar a los niños encuestados el producto final realizamos la validación de la hipótesis planteada por medio de una encuesta.

Con relación a los datos obtenidos podemos concluir que indudablemente la creación de personajes tradicionales estilo comic **mejorará** significativamente en el aprendizaje de los niños sobre nuestra cultura y herencia pero de un modo divertido.

Lo que significa que la **PROPUESTA PRESENTADA ES VÁLIDA** ya que la hipótesis arrojó resultados positivos.

Para complementar nuestra hipótesis se vio necesario también realizar encuestas a los docentes de la institución (**VER ANEXO 5**)

CONCLUSIONES

1. Que la ciudad de Riobamba posee una riqueza cultural formidable y que con el pasar de los tiempos las costumbres y tradiciones todavía perduran en el imaginario colectivo de todos.
2. Que no hay una verdadera conciencia social por parte de profesores y padres de familia de educar a los niños con el sentido de pertenencia, de hacerles dar cuenta de donde proceden y cuál es su historia.
3. Que no hay en la ciudad un símbolo gráfico de difusión de identidad que nos represente, lo que si ocurre en otras ciudades del país.
4. Que la creación de personajes populares estilo comics tuvo una aceptación de 95% en los niños encuestados, dando como resultado que ellos están dispuestos a acogerlos como sus nuevos súper héroes locales.
5. Que se pueden fusionar el diseño manual con el digital, dando como resultado Diseño Gráfico puro.
6. Que los personajes míticos de las fiestas populares más reconocidas por los niños y niñas son el Curiquingue, El Saha Runa y El Danzante.
7. Que mediante la creación de súper héroes nativos podemos reemplazar a los súper héroes extranjeros, generando así en los niños un deseo de adquirir este producto.
8. La hipótesis se ha validado realizando una encuesta al (estudiante) segmento de mercado niños de 8-10 años y a docentes de la misma institución, teniendo una aceptación del 90% y 93.3% respectivamente, considerando de esta manera que la propuesta planteada es aceptada.

RECOMENDACIONES

1. Que tanto los padres de familia como los profesores y porque no los mismo niños exijan que les den a conocer mucho más acerca de nuestra cultura y vuestra procedencia. Ya que el desconocer de donde procedemos es un limitante, es como avanzar a ciegas.
2. Que los futuros diseñadores tomen muy en cuenta la ilustración y la creación de muñecos como una herramienta perenne para su futuro, debemos pensar día a día en la innovación y no dejar nuestros diseño solo plasmados en un pedazo de papel o dentro de una pantalla.
3. Que se plasme este proyecto en la ciudad de Riobamba como un incentivo para seguir conociendo más de la cultura popular y con ello se puedan abrir muchas más puertas tales como la música, la danza las leyendas y tradiciones.
4. Que a pesar de que con el avance de la tecnología los procesos se simplifican abruptamente siempre va a existir primero una mano que presione el botón de encendido. Debemos entender que las máquinas no lo son todo sin una idea detrás de ellas y apreciar el talento creativo del ser humano no tiene precio.
5. Buscar nuevas formas de hacer diseño gráfico siempre es bueno experimentar día a día.

RESUMEN

Se realizó una investigación de personajes míticos en fiestas folclóricas de la ciudad con el fin de que niños de Riobamba conozcan nuestra cultura mediante muñecos que los representen.

Todo este estudio se respaldó en base al método deductivo mediante la recopilación de la información, método cualitativo para llegar a nuestro propósito y respaldados por el recurso humano. También fueron empleadas técnicas de observación, entrevistas y por supuesto también encuestas.

En las ilustraciones se manejó la proporción áurea y también técnicas de ilustración tales como: técnica seca, húmeda y técnica digital. Si como también la proporción andina para la creación de la vestimenta.

Al prototipo se lo modeló en arcilla para moldear siguiendo los parámetros de las ilustraciones, luego se sacó un molde y contramolde en caucho silicona, posteriormente con la utilización de resina se procedió a la reproducción del muñeco en un material más resistente.

A continuación se procedió a la creación de la marca y el packaging de la colección de muñecos. Por último para darle un valor agregado al producto se diseñó un álbum didáctico con cartilla coleccionables en donde consta la información de cada uno de los personajes.

Se concluye que toda la investigación realizada abre un camino en la forma de hacer comunicación visual, debemos entender que el diseño gráfico no puede solo quedarse plasmado en un papel, al diseño gráfico lo podemos hacer un ente tangible. Por consiguiente esta nueva tendencia se la puede ejecutar para dar a conocer nuestra cultura de una forma mucho más divertida.

SUMMARY

A research was carried out a mythical personage in folkloric parties from Riobamba city in order to let the children know about our cultura with dummies that represent them.

This study was based through the deductive method with the information collected, qualitative methods to reach our objective and supported by human resources. Also were used observation techniques, interviews and surveys. In the Illustration the golden proportion was used and also illustration techniques such as: dried, humid and digital techniques, the Andean proportion for the clothing creation.

The prototype was modeled in clay following the illustrations parameters, then a mold was made and against the mold in silicone rubber, then with the resin use the dummy was elaborated with a more-resistant material. It was proceeded to create the brand and the dummies collection packaging. And finally for adding on value to the product was designed a didactic album with collectible cards where the information is located in each one of the each one of the personages.

It is concluded that all research carried out opens a way to do visual communication, we should understand the graphic design is not only for expressing on the paper but also is a body touch. That why this new tendency can be executed in order to know our cultura in an amusing way.

GLOSARIO

Aborigen: Es un término amplio, que significa “desde el origen” en el sentido de originario del suelo donde vive.

Alfanje: Alfanje es un término castellano que proviene del árabe hispánico al-janyar, que significa 'el puñal', y designa una espada de hoja ancha y curva, con filo en un sólo lado

Anamnesis: Significa 'recolección', 'rememoración'. La anamnesis en general apunta a traer al presente los recuerdos del pasado, recuperar la información registrada en épocas pretéritas.

Animismo: (del latín alma) es un concepto que engloba diversas creencias en las que tanto los objetos (útiles de uso cotidiano o bien aquellos reservados a ocasiones especiales) como cualquier elemento del mundo natural (montañas, ríos, el cielo, la tierra, determinados lugares característicos, rocas, plantas, animales, árboles, etc.) están dotados de alma y son venerados o temidos como dioses.

Antropomórficos: una forma de personificación (aplicar cualidades humanas a objetos inanimados) parecida a la prosopopeya (adoptar la personalidad de otra persona), es la atribución de características y cualidades humanas a animales, objetos o fenómenos naturales.

Apóstatas: es la negación, renuncia o abjuración a la fe en una religión

Arquetipos: "fuente", "principio" u "origen", (es el patrón ejemplar del cual otros objetos, ideas o conceptos se derivan)

Bonete: Gorro de un payas

Cognición: El concepto de cognición (del latín: cognoscere, "conocer") hace referencia a la facultad de los seres de procesar información a partir de la percepción, el conocimiento adquirido (experiencia) y características subjetivas que permiten valorar la información.

Cohesión: Acción y efecto de adherirse o reunirse y enlazarse las cosas entre sí.

Comicidad: Capacidad o cualidad de las personas, las cosas o las situaciones de divertir o provocar risa

Corpus Cristi: Solemnidad del Cuerpo y la Sangre de Cristo, antes llamada Corpus Domini ("Cuerpo del Señor"), es una fiesta de la Iglesia católica destinada a celebrar la Eucaristía.

Cosmogonía: Es una narración mítica que pretende dar respuesta al origen del universo y de la propia humanidad.

Chagra: Se denomina chagra al campesino de los Andes ecuatorianos dedicado principalmente a las faenas ganaderas, generalmente como vaqueros o también como arrieros.

Chamiza: Fogata hecha con ramas de eucalipto seco, principalmente se la realiza en las fiestas de san Pedro y san Pablo

Chinganas: lugar de poca importancia o lugar de mala fama para beber y divertirse.

Diseminar: Sembrar, desparramar o esparcir algo por el suelo u otra superficie

Equinoccio: Se denomina equinoccio al momento del año en que el Sol está situado en el plano del ecuador terrestre, donde alcanza el cenit. El paralelo de declinación del Sol y el ecuador celeste entonces coinciden.

Etiológicas: Estudia la influencia del ambiente (educación) en la conducta anormal

Eufónica: Con eufonía, que resulta agradable al oído

Fenología: La fenología es la ciencia que estudia la relación entre los factores climáticos y los ciclos de los seres vivos.

Filigrana: La filigrana es una técnica orfebre que consiste en hacer finísimos hilos con un metal precioso (oro y plata) generalmente y con ellos hacer trabajos delicados en joyería.

Folclor: El folclore, folclor, folklore o folklor, (del inglés folk, "pueblo" y lore, "acervo" "saber" o "conocimiento") es la expresión de la cultura de un pueblo: cuentos, música, bailes, leyendas, historia oral, proverbios, chistes, supersticiones, costumbres, artesanía y demás, común a una población.

Fraguado: Proceso en virtud del cual la pasta acuosa de un conglomerante adquiere consistencia

Galvanizado: Baño de cinc fundido dado a un alambre, plancha de hierro, etc., para que no se oxide.

Hipoglicemias: La hipoglucemia o hipoglicemia es una concentración de glucosa en la sangre anormalmente baja, inferior a 50-60 mg por 100 ml..

Hipoxia: En Medicina, la hipoxia es un estado en la cual el cuerpo completo (hipoxia generalizada), o una región del cuerpo (hipoxia de tejido), se ve privado del suministro adecuado de oxígeno.

Huasipichai: Fiesta que se realiza para inaugurar una casa o lugar, donde los invitados traen algún obsequio para la nueva casa.

Huatos: hilo o cordel

Huma: Cabeza en quichua

Iconografías: Iconografía es la ciencia que estudia el origen y formación de las imágenes, su relación con lo alegórico y lo simbólico, así como su identificación por medio de los atributos que casi siempre les acompañan.

Identidad: la identidad es el conjunto de los rasgos propios de un individuo o de una comunidad. Estos rasgos caracterizan al sujeto o a la colectividad frente a los demás.

Inti Raymi: Inti = Sol, raymi = fiesta por consiguiente sería la fiesta del sol

Látex: El látex es el material más elástico conocido. En ningún caso se debe confundir al látex con otras sustancias como pueden ser el caucho, la resina o las gomas vegetales, ya que el hecho de que tengan composiciones químicas, apariencia y funciones similares no quiere decir que se trate del mismo compuesto.

Lúdica: es un conjunto de estrategias diseñadas para crear un ambiente de armonía en los estudiantes que están inmersos en el proceso de aprendizaje. Este método busca que los alumnos se apropien de los temas impartidos por los docentes. Utilizando el juego.

Macana: v.tr. pegar; castigar; agredir; vapulear; aporrear; golpear; pegar (con el puño); maltratar; pegar; golpear; castigar; maltratar; herir o dañar a golpes

Mangle: planta silvestre, medicinal

Mazamorra: Las mazamoras en el Ecuador se consumen desde épocas prehispánicas; en quechua se conocía ya como api a los postres cocidos por hervor de maíz morado, calabaza u

otro fruto espesado con harina. La mazamorra más conocida y consumida en el Perú es la mazamorra morada, elaborada sobre la base del maíz morado hervido, acompañado de especias locales.

Míticos: Que tiene relación con un mito

Mitología: es un conjunto de mitos relativamente cohesionados: relatos que forman parte de una determinada religión o cultura.

Morfológico: es la rama de la lingüística que estudia la estructura interna de las palabras para delimitar, definir y clasificar sus unidades

Omitomórficos: Que son representaciones con disfraces de ave tales como: curiquingues, patos, gansos, loros, etc.

Onomatopeya: En lingüística una onomatopeya es el uso de una palabra, o en ocasiones un grupo de palabras, cuya pronunciación imita el sonido de aquello que describe.

Ortogonales: Son líneas que se cortan en ángulo recto.

Packaging: presentación, diseño para contener, proteger y hacer más atractivo el producto para los consumidores.

Pagano: Calificativo dado por los cristianos a los creyentes en religiones anteriores y distintas de la suya especialmente a los politeístas y a las personas que las profesaban.

Perinatales: Que tiene lugar durante el período inmediatamente anterior o posterior al nacimiento.

Pirotecnia: Arte de los explosivos tanto para fines militares como artísticos (fuegos artificiales)

Polietileno: Producto petroquímico utilizado en la producción de recipientes, envases para películas fotográficas, plásticos para envolver ropas y materiales de pequeño peso.

Polímero: Polimerización es un proceso químico por el que los reactivos, monómeros (compuestos de bajo peso molecular) se agrupan químicamente entre sí, dando lugar a una molécula de gran peso, llamada polímero, bien una cadena lineal o una macromolécula tridimensional.

Polivinil: El poliacetato de vinilo, acetato de polivinilo, PVA, PVAc o poli (etenil etonoato), es un polímero sintético gomoso. Pertenece a la familia de los polímeros polivinil éster más fácilmente obtenible y de más amplio uso, se trata de un tipo de termoplástico.

Priostes: Jefe mayor de una hermandad o cofradía.

Rebenque: El rebenque es un látigo corto utilizado por los pueblos andinos.

Resina: La resina es una secreción orgánica que producen muchas plantas, particularmente los árboles del tipo conífera. Es muy valorada por sus propiedades químicas y sus usos asociados, como por ejemplo la producción de barnices, adhesivos y aditivos alimenticios. También es un constituyente habitual de perfumes o incienso.

Romerías: La palabra romería viene de romero, nombre que designa a los peregrinos que se dirigen a Roma, y por extensión, a cualquier santuario

Sacharuna: Hombre Yerba, hombre musgo se le ha dado muchas denominaciones a este ser antropomorfo.

Sahumeriantes: Que echan sahumero o inciensos en las romerías.

Sculpting: El arte o la práctica de dar forma a las figuras o diseños.

Simbiosis: El término simbiosis hace referencia a la relación estrecha y persistente entre organismos de distintas especies. A los organismos involucrados se les denomina simbiote.

Sincretismo: Un sincretismo es un intento de conciliar doctrinas distintas. Comúnmente se entiende que estas uniones no guardan una coherencia sustancial. También se utiliza en alusión a la cultura o la religión para resaltar su carácter de fusión y asimilación de elementos diferentes

Solsticio: Los solsticios son los momentos del año en los que el Sol alcanza su mayor o menor altura aparente en el cielo, y la duración del día o de la noche son las máximas del año,

Su principal finalidad es proclamar y aumentar la fe de los católicos en la presencia real de Jesucristo en el Santísimo Sacramento.

Termorígidos: son materiales entrecruzados cuyo comportamiento tensión-estiramiento es a menudo similar al de los plásticos. La fibra incrementa la resistencia ténsil del compuesto, en tanto que el termorígidos le confiere dureza y resistencia a la compresión.

Tipografía: es el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje.

Topología: La es la rama de las matemáticas dedicada al estudio de aquellas propiedades de los cuerpos geométricos que permanecen inalteradas por transformaciones continuas

Totemismo: Conjunto de Creencias y manifestaciones espirituales y sociales vinculadas a un tótem.

Tradición: Conjunto de ideas, usos o costumbres que se comunican, se transmiten o se mantienen de generación en generación

Zamarro: Prenda de vestir rústica, hecha de piel de cordero.

Zoomórficos: Es un adjetivo que califica a cualquier objeto que presenta forma o estructura animal.

ANEXOS

ANEXO 1

LISTA DE ALUMNOS DE CUARTO, QUINTO Y SEXTO DE EDUCACIÓN BÁSICA



POLICÍA NACIONAL DEL ECUADOR
**LICEO POLICIAL
CHIMBORAZO**

AÑO LECTIVO 2011-2012
LICEO POLICIAL "CHIMBORAZO"

CUARTO BASICO PARALELO "B"
LIC. PATRICIA VILLA

Nº.	APELLIDOS Y NOMBRES
1	AUSAY DAQUILEMA BRAYAN ALEXANDER
2	BONILLA LOPEZ ERIKA TATIANA
3	CACUANGO CHIMBOLEMA DANNY GERMAN
4	CASTILLO CARDENAS ALISSON VALERIA
5	CASTILLO CARDENAS RODRIGO FABIAN
6	COLCHA SAEZ KEVIN ALEXANDER
7	CORAL GRANDA LEONEL SALVATORE
8	DUCHI CAGUANA KEVIN DAVID
9	FALCONI CHAPALBAY MISHELL ESTEFANIA
10	GUAIPACHA CHINCHI AMANDA LIZBETH
11	INCHIGLEMA QUISHPI XAVIER ALEXANDER
12	INSUASTI PALACIOS MATEO ISAIAS
13	MALCA ILBAY DARLYN STALIN
14	MOROCHO RAMIREZ CHRISTOPHER ALEXANDER
15	PACA ATI SAIRY STEVEN
16	PACHECO CUSQUICUSHMA OSCAR ERLIN
17	PORTILLA CANDO ERIC JHOSUE
18	QUITO TORRES ERICK FABIAN
19	ROMERO SAMANIEGO JENNI FER ESTEFANIA
20	SAYAY TIXE KEVIN ARMANDO
21	VILLA LOZA STIVEN VLADIMIR



POLICÍA NACIONAL DEL ECUADOR
**LICEO POLICIAL
CHIMBORAZO**

AÑO LECTIVO 2011-2012
LICEO POLICIAL "CHIMBORAZO"

QUINTO BASICO PARALELO "A"
LIC. DAVID GIRON

Nº.	APELLIDOS Y NOMBRES
1	CADENA SAGBA WILSON PAUL
2	CAYANCELA AREQUIPA KAREN ANDREA
3	CHACHA SILVA LUIS ALEXIS
4	CHAVEZ CHINCHI JOEL ALEXANDER
5	GRANIZO VARGAS EDISON ALEXANDER
6	MOYA PAZMIÑO ESTEFANIA DE LOS ANGELES
7	NAULA CORONADO JHONNATAN VINICIO
8	OROZCO SUQUE JHONATAN GABRIEL
9	PEÑAFIEL PILAMUNGA EDWIN FERNANDO
10	PESANTEZ CEDEÑO JOSUE EDUARDO
11	PILATAKI SANTILLAN ANDERSON ARIEL
12	PINTA TUQUINGA ANA ELIZABETH
13	QUISHPI QUISPE NADELIN TATIANA
14	REINO VILLA JACQUELINE ALEXANDRA
15	SALAS MUÑOZ ALEXANDER NEPTALY
16	SALAS MUÑOZ YULIZA ESTEFANIA
17	SAMANIEGO GUZMAN VANESSA ALEXANDRA
18	SANAGUANO OROZCO FRANCISCO MATEO
19	SUAREZ HERNANDEZ NICOLE VALERIA
20	TINGO GUAMAN SOLANGE DAMARIS
21	TOAQUIZA MAYANZA KEVIN JOEL



POLICÍA NACIONAL DEL ECUADOR
**LICEO POLICIAL
CHIMBORAZO**

AÑO LECTIVO 2011-2012
LICEO POLICIAL "CHIMBORAZO"

QUINTO BASICO PARALELO "B"
LIC. PAULINA MIRANDA

Nº.	APELLIDOS Y NOMBRES
1	AGUIAR GUAÑO MELANNY DAYANA
2	ARELLANO LLOAY KENNY DAVID
3	CALIZ MIRANDA GONZALO MIGUEL
4	CASA GUNSHA GERMAN ALEJANDRO
5	CEVALLOS COZAR DORIAN JOSUE
6	CHUTO DAQUILEMA LILIANA CAROLINA
7	ESPINOZA CONTENTO LORYN ALEJANDRA
8	GAIBOR CATAGNA CARLOS SANTIAGO
9	GARRIDO REINOSO GABRIEL PAUL
10	GUADALUPE CASTAÑEDA ARIEL MATEO
11	HERRERA ORNA ANDREA PAMELA
12	MOYON CENTENO ANTONNY ALEXIS
13	MOYON YUCAILLA JIMMY FABRICO
14	OROZCO CUJI ARLIN ALEXANDER
15	PAZMIÑO IZURIETA RODRIGO ALFREDO
16	PILCO QUISHPE LUIS PATRICIO
17	PILCO VIMOS KAREN JULISSA
18	SANCHEZ LONDO LEONARDO PAUL
19	SANI GUNSHA CINTHYA NOEMI
20	SILVA FERNANDEZ KLEVER ALEJANDRO
21	TADAY GUAGCHO GLENDA JHANINA
22	TUQUINGA SAGBA DIANA MARISELA



POLICÍA NACIONAL DEL ECUADOR
**LICEO POLICIAL
CHIMBORAZO**

AÑO LECTIVO 2011-2012
LICEO POLICIAL "CHIMBORAZO"

SEXTO BASICO PARALELO "A"
LIC. GEOVANNY SEGURA

Nº.	APELLIDOS Y NOMBRES
1	ALARCON SAMANIEGO LESLI JOSETH
2	ALVARADO QUINZO AYLIN CRISTINA
3	COLCHA MOYON DAYANA LISSETH
4	COLCHA MOYON FATIMA NAYELY
5	CUSHPA LLALAO CARLOS MARTIN
6	DELGADO CHANGO JOEL ALEXANDER
7	GIRON GODOY KEVIN DAVID
8	GUTIERREZ CASTRO CARLOS ALEXANDER
9	GUZMAN ESPINOZA DAYANA NICOL
10	HERNANDEZ ESPARZA LESLY PAOLA
11	JIMENEZ ACARO BRYAN DAVID
12	MALCA SISA BRANDON ISMAEL
13	MIÑARCAJA ESPINOZA ERIKA ALEXANDRA
14	NARANJO GUADALUPE STIVEN JOSUE
15	PACA ATI HERNAN MARCELO
16	PAULLAN GUACHO DENNY IVAN
17	PILCO OROZCO BRAYAN ESTALIN
18	QUISHPI QUINCHE NEYCEY ISMAEL
19	SANTOS DURANGO HENRRY MARCELO
20	SILVA LOPEZ ALISSON MICAELA
21	VALDEZ HUARACA RONNY ROMARIO
22	VINUEZA NOGALES LUIS ARMANDO
23	YUVAILLE QUILLAY GISELL ALEXANDRA

ANEXO 2 Encuesta 1



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA ESCUELAS DE DISEÑO GRÁFICO

Modelo de encuesta dirigida a niños de 8,9 y 10 años de edad en la escuela “Liceo Policial Chimborazo”

Objetivo General: La presente tiene como finalidad determinar el grado de conocimiento que tienen los niños Acerca de los personajes míticos que aparecen en celebraciones folclóricas en la ciudad de Riobamba

Objetivo Específico: Conocer el grado de aceptación que tendrá la implementación de una nueva marca de Juguetes para niños, con temática folclórica en la ciudad de Riobamba.

SUGERENCIAS:

- Responder a las Preguntas con la mayor seriedad posible
 - Lea Bien antes de emitir cualquier respuesta.
-

❖ PREGUNTA 1) ENCIERRE EN UN CIRCULO SI O NO

¿En su escuela o establecimiento educativo les dan a conocer cuáles son los personajes míticos que aparecen en las celebraciones folclóricas de Riobamba?

SI

NO

❖ PREGUNTA 2) ENCIERRE EN UN CIRCULO SI O NO

¿Ha tenido usted alguna vez un muñeco o juguete que represente a la ciudad de Riobamba?

SI

NO

❖ PREGUNTA 3) MARQUE CON UNA “X”

Marque con un “X” al personaje de las fiestas folklóricas que más ha visto o ha escuchado hablar.

El Curiqingue	
El Sacha Runa	
El Diablo Huma	
El Cucurucho	
El Animero	
El Danzante de Plata	
El Yaya Carnaval y Mama Shalva	
Los Payasos	
La Vaca loca	
Otros	

Si responde Otros: Especificar que personaje ha visto o ha escuchado

❖ PREGUNTA 4) MARQUE CON UNA “X”

¿Qué es lo que más le atrae a Usted de los personajes animados que ve en televisión, video juegos o revistas? Indique la más importante

Que tienen Capa	
Que tienen Súper Fuerza	
Que mueven objetos con la mente	
Que liberan energía de su cuerpo	
Que vuelan	
Otros	

Si responde Otros: Especificar que característica le atrae

❖ PREGUNTA 5) INDIQUE

¿En qué ocasión a usted le regalan un juguete?

Cada Navidad	
Cada Cumpleaños	
Cada que termina el año escolar	
Cada que saca buenas calificaciones	
En el día del niño	
Otros	

Si responde Otros: Especificar en qué otra ocasión

❖ **PREGUNTA 6) MARQUE CON UNA “X”**

De los siguientes valores: ¿cuál cree usted que es el más importante?

Honestidad	Humildad	Amistad	Generosidad	Respeto	Responsabilidad	Justicia

❖ **PREGUNTA 7) ENCIERRE EN UN CIRCULO SI O NO**

¿Recibe usted mesada por parte de familiares?

SI

NO

❖ **PREGUNTA 8 ENCIERRE EN UN CIRCULO SI O NO**

¿Estaría usted dispuesto a adquirir un juguete que le ayude a conocer los valores y a saber mucho más acerca de nuestra cultura?

SI

NO

Si su respuesta es negativa indicar él porque _____

❖ **PREGUNTA 9) MARQUE CON UNA X**

¿De la siguiente escala de colores marque con una “X” el color que más le agrade?



❖ **PREGUNTA 10) ENCIERRE EN UN CIRCULO**

Encierra en un círculo la palabra que más te guste para una nueva marca de juguetes en la ciudad de Riobamba

TUUKAY

HATUN

KUYAY

AWSAY

MUSHUQ

TALKAY

OTROS _____

-----GRACIAS POR SU COLABORACIÓN-----

ANEXO 3 Encuesta para Validación de la Hipótesis



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA ESCUELAS DE DISEÑO GRÁFICO

Modelo de encuesta dirigida a niños de 8,9 y 10 años de edad en la escuela
“Liceo Policial Chimborazo”

Objetivo: Conocer si la creación de muñecos estilo comic de personajes popular
aportará para el mejor aprendizaje de nuestra cultura y tradición.

SUGERENCIAS:

- Responder a las Preguntas con la mayor sinceridad posible
 - Lea bien antes de emitir cualquier respuesta.
-

Marque con una “X”

Pregunta 1.- ¿Le agrada ver representada nuestra cultura en este producto?

Si _____ Porque _____

NO _____ Porque _____

Pregunta 2.- ¿Cree usted que con este producto podrá aprender más acerca de nuestra cultura y tradiciones de un modo divertido?

Si _____ Porque _____

NO _____ Porque _____

Pregunta 3.- ¿Cree usted que este producto debería ser incluido como material didáctico para niños de escuela?

Si _____ Porque _____

NO _____ Porque _____

-----GRACIAS POR SU COLABORACIÓN-----

ANEXO 4 Encuesta para Validación de la Hipótesis



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA ESCUELAS DE DISEÑO GRAFICO

Modelo de encuesta dirigida a profesores de la escuela particular “Liceo Policial Chimborazo”

Objetivo: Conocer si la creación de muñecos estilo comic de personajes popular aportará para el mejor aprendizaje de nuestra cultura y tradición.

SUGERENCIAS:

- Responder a las Preguntas con la mayor sinceridad posible
- Lea bien antes de emitir cualquier respuesta.

Marque con una “X”

Pregunta 1.- ¿Considera usted que los muñecos de personajes tradicionales servirían como técnica de enseñanza?

Si _____ Porque _____

NO _____ Porque _____

Pregunta 2.- ¿Cree usted que con este producto se podrán impartir de mejor manera el estudio de nuestras tradiciones y cultura pero de un modo divertido?

Si _____ Porque _____

NO _____ Porque _____

Pregunta 3.- ¿Cree usted que este juguete debería ser incluido como material de apoyo didáctico para niños de escuela?

Si _____ Porque _____

NO _____ Porque _____

-----GRACIAS POR SU COLABORACIÓN-----

ANEXO 5

Pregunta 1.- ¿Considera usted que los muñecos de personajes tradicionales servirían como técnica de enseñanza?

Si = 10

NO = 0



Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

SI PORQUE:

- Es muy novedoso.
- Es innovador.
- Es mucho más fácil educar con algo que a los pequeños les gusta.
- El educando puede hacerle suyo al personaje elevando su deseo de conocer más a fondo.

NO PORQUE:

NO EXISTEN RESPUESTAS NEGATIVAS.

Análisis:

El **100%** de los profesores encuestados consideran que los muñecos de personajes tradicionales servirían como técnica de enseñanza hacia sus alumnos, no se registran datos negativos.

Pregunta 2.- ¿Cree usted que con este producto se podrán impartir de mejor manera el estudio de nuestras tradiciones y cultura pero de un modo divertido?

- Si = 9
- NO = 1



Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

SI PORQUE:

- Es un apoyo además de un ahorro de tiempo y esfuerzo para el docente.
- Siendo un material coleccionable el niño va a quererlos a todos y con ello va a aprender no solo una parte sino en conjunto.
- Despierta en ellos el deseo de ser como los personajes.
- Además de aprender sobre nuestra cultura siembra en los niños valores.

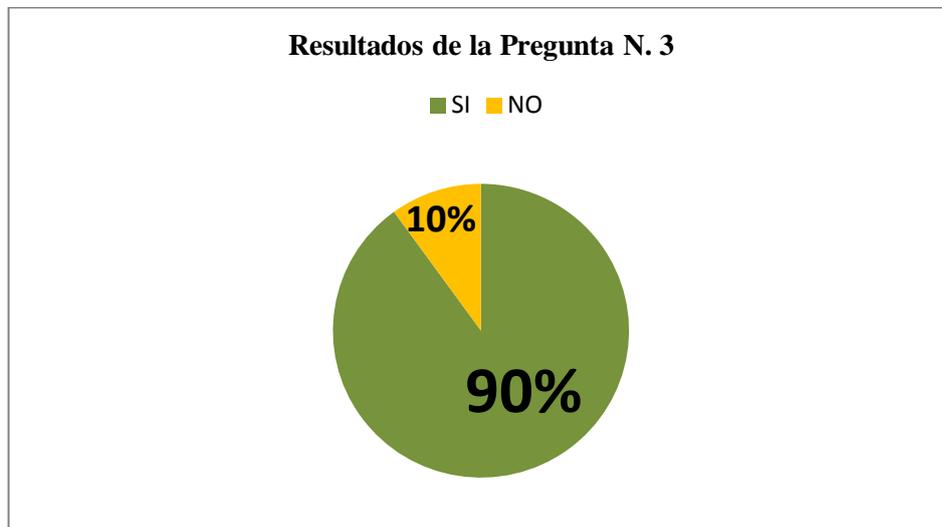
NO PORQUE:

- Todo niño se cansa y dejaría de lado como cualquier otro juguete.

Análisis:

El **90%** de los profesores encuestados consideran que con este producto se podrán impartir de mejor manera el estudio de nuestras tradiciones y cultura, mientras que apenas el **10%** de los educadores creen que este producto no mejorará el aprendizaje en los niños.

Pregunta 3.- ¿Cree usted que este juguete debería ser incluido como material de apoyo didáctico para niños de escuela?



Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

SI PORQUE:

- Es muy necesario conocer nuestros orígenes y que mejor manera que hacerlo mediante muñecos que nos lo muestren.
- En lugar de adquirir solo juguetes que perjudican su educación, pueden adquirir juguetes que en verdad son necesarios y que aprenderán mucho de ellos.
- Pueden aprender hasta en sus momentos libres coleccionado y jugando con sus cartillas de colección.

NO PORQUE:

- Representarían muchos más gastos que los realizados normalmente.

Análisis:

El **90%** de los profesores encuestados consideran que si se debería incluir estos juguetes como material de apoyo didáctico, mientras que el **10%** cree que solo representarían más gastos.

Validación de la Hipótesis:

Luego de mostrar a los profesores encuestados el producto final realizamos la validación de la hipótesis planteada por medio de una encuesta.

Con relación a los datos obtenidos podemos concluir que indudablemente la creación de personajes tradicionales estilo comic **mejorará** significativamente en el aprendizaje de los niños sobre nuestra cultura y herencia pero de un modo divertido.

Lo que significa que la **PROPUESTA PRESENTADA ES VÁLIDA** ya que la hipótesis arrojó resultados positivos.

BIBLIOGRAFÍA

1. **CARVALHO, N.** Antología del Folklore Ecuatoriano. ABYA-YALA, Ediciones. Quito 1996. 384 p.
2. **CARVALHO, N.,** Estudios de folklore. Editorial Universitaria. Quito 1968. 315
3. **CUVI, C. y BARRAGÁN, P.** Viva la fiesta! Ecuador. Dinediciones. Quito 2002. Pp. 206.
4. **ESPINOSA, M.** Duendes Moradas Encantadas y Otras Maravillas. Taller de Estudios Andinos. Quito1999. Pp. 192.
5. **HERRERA, C.A.,** Caminante sin Camino. Tomo 2. Editorial Pedagógica Freire. Riobamba 2005. 78 p.
6. **PEÑAHERRERA, P. y COSTALES, A.,** El Quishihuar o el Árbol de Dios. Instituto Ecuatoriano de Antropología y Geografía. Talleres Gráficos Nacionales. Quito 1968. Pp. 385.
7. **PEÑAHERRERA, P. y COSTALES, A.,** Leyendas Ecuatorianas. Publicaciones Educativas Ariel. Guayaquil 1998. Pp. 265.
8. **SISTEMA NACIONAL DE BIBLIOTECAS.** Ecuador Memorias de un Pueblo. Consejo Nacional de Cultura. Quito 1992. Pp. 295.
1. **HART, C.** Curso Completo de Dibujo para Cómics. Ediciones Martínez Roca, S. A. Barcelona 1997. 144 p.
2. **HERNÁNDEZ, R.** Modeling WWII Volume 9. Osprey Publishing. Great Britain 2000. Pp. 63.
3. **KLINGLER, C.,** Psicología Cognitiva. Mc Graw Editores S.A. Colombia 2001. Pp. 286.
4. **LEE, S. y BUSCEMA, J.** How to draw comics the marvel way. Simon & Schuster

Inc. New York 1984. Pp. 138.

5. **MIDGLEY, B.** Guía completa de escultura modelado y cerámica. Hermann Blume Ediciones. Madrid 2006.
6. **NAVARRO LIZANDRA, J.L.** Maquetas, modelos y moldes: materiales y técnicas para dar forma a las ideas. Universidad Jaume I. Servicio de Comunicación y Publicaciones Madrid 2005. Pp. 135.
7. **NUEVA LENTE S. A.** Gran Enciclopedia del Modelismo. Gráficas Reunidas S. A. Madrid 1987. 281 p.
8. **OLIVETTI, A.** Anatomía Dibujada, libro 1, Ediciones Doedytores, Buenos Aires 2005. 17 p.
9. **PAPALIA, Diane. E.,** Psicología del Desarrollo. Compañía Editorial Ultra, S.A de C.V. México 1999. Pp. 375.
10. **ROBERTSON, B.** Techniques of Fantasy Arts. Diagram Visual Information Ltd. Great Britain 1988. Pp. 124.
11. **VICENTE. G.** Aprende a dibujar Comics. Volume 4. T. Dolmen Editorial S. L. Mallorca 2007. Pp. 106.
12. **VICENTE. G.** Aprende a dibujar Comics. Volume I. T. Dolmen Editorial S. L. Mallorca 2006. Pp. 138.

LINCOGRAFÍA

1.- ACTION FAN. MODELADO DE PERSONAJES

<http://actionfan.wordpress.com/>
15/03/2012

2.- DDG COLECCIONES. ESTUDIO DE LA ANATOMÍA

<http://ddgcoleccion.blogspot.com/2012/09/figura-de-estudio-de-anatomia.html>
18/03/2012

3.- MASTER BLASTER FX. ESCULPIR CON SCULPEY

<http://www.masterblasterfx.com/t4236-tips-para-esculpir-con-sculpey>
18/03/2012

4.- METAMORFOSIS FX. APLICACIÓN DE EFECTOS ESPECIALES

http://metamorfosisfx.com.ar/maquillaje_carac_n1/maquillaje_carac_n1.htm
12/04/2012

5.- THE GNOMON WORKSHOP. TÉCNICAS PARA MOLDES EN RESINA.

<http://thegnomonworkshop.com/includes/interviews/jbrown.php>
20/04/2012

6.- TARINGA.NET MATERIALES PARA MODELADO DE PERSONAJES

[http://taringa.net/comunidades/esculturas/1390028/*--
Materiales,Herramientas,-Tips-y-Precios.html](http://taringa.net/comunidades/esculturas/1390028/*--Materiales,Herramientas,-Tips-y-Precios.html)
14/06/2012

7.- RINCÓN DEL VAGO. DESARROLLO PSICOLÓGICO INFANTIL

<http://html.rincondelvago.com/desarrollo-psicologico-del-nino.html>
14/06/2012

8.- MONOGRAFÍAS.COM. LA DIDÁCTICA EN LA ESCUELA

http://monografias.com/trabajos28/didactica-ludica/didactica_ludica.shtml
28/05/2012

9.- MONOGRAFÍAS.COM. LOS JUGUETES COMO MÉTODO DE ENSEÑANZA

<http://monografias.com/trabajos29/juguetes/juguetes.shtml#hedon>
15/06/2012

10.- WELCOMO ECUADOR.COM. LA FIESTA POPULAR

<http://welcomeecuador.com/fiestasecuador.php>
01/03/2012

11.-UNIVERSO RETRO. EL COMIC (CARTILLAS COLECCIONABLES)

<http://universoretro2.blogspot.com/>

09/09/2012

11.-UNIVERSO COMIC. APRENDE A DIBUJAR COMIC

<http://universocomic.net/post/tutorialesayuda/10495/aprende-a-dibujar-comics.html>

11/08/2012