



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA**

**ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**

**“CREACIÓN DE ILUSTRACIONES SOBRE LAS FIESTAS POPULARES  
DE LA SERRANÍA ECUATORIANA PARA LA APLICACIÓN DE CAMISETAS  
JUVENILES EN RIOBAMBA”**

**TESIS DE GRADO**

**Previo a la obtención del título de:**

**LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO**

**Presentado por:**

**Luis Carlos Bolaños Ortiz  
Juan Carlos Durango Avalos**

**RIOBAMBA-ECUADOR**

**2010**

## **AGRADECIMIENTO**

Nuestros agradecimientos muy especiales a nuestros padres quienes siempre nos apoyaron en toda nuestra carrera para convertirnos en profesionales, a nuestros maestros, en especial a la Lic. Anita Rivera quien nos ayudó guiándonos con sus conocimientos en nuestra tesis.

## **DEDICATORIA**

Dedicamos esta tesis primeramente a Dios, después a la ESPOCH por brindarnos conocimientos, a nuestros padres y amigos quienes nos apoyaron siempre.

<b>NOMBRE</b>	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
<p>Dr. Romeo Rodríguez</p> <p><b>DECANO DE LA FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA</b></p>	<p>.....</p>	<p>.....</p>
<p>Ing. Milton Espinoza</p> <p><b>DIRECTOR DE LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO</b></p>	<p>.....</p>	<p>.....</p>
<p>Lic. Ana Rivera</p> <p><b>DIRECTOR DE TESIS</b></p>	<p>.....</p>	<p>.....</p>
<p>Ing. Milton Espinoza</p> <p><b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b></p>	<p>.....</p>	<p>.....</p>
<p>Tec.. Carlos Rodríguez Carpio</p> <p><b>DIRECTOR DEL CENTRO DE DOCUMENTACIÓN</b></p>	<p>.....</p>	<p>.....</p>
<p><b>NOTA DE TESIS</b></p>	<p>_____</p>	

## AUTORÍA

“Nosotros Luis Carlos Bolaños Ortíz y Juan Carlos Duango Avalos, somos responsables 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”.

.....

Luis Carlos Bolaños Ortíz

.....

Juan Carlos Durango Avalos

## INDICE GENERAL

<b>PORTADA.....</b>	<b>1</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>2</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>3</b>
<b>HOJA DE CALIFICACIONES.....</b>	<b>4</b>
<b>HOJA DE AUTORÍA .....</b>	<b>5</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>13</b>
<b>JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>16</b>
<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>18</b>
<b>HIPÓTESIS.....</b>	<b>19</b>
<b>CAPÍTULO I: MARCO HISTÓRICO .....</b>	<b>20</b>
1.1. FOLKLORE .....	20
1.1.1 Introducción.....	20
1.1.2 Folklore Factual. ....	20
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÒRICO.....</b>	<b>81</b>
2.1 ESTUDIO DE MERCADO.....	81
2.1.1 Introducción.....	81
2.1.2 Concepto De Mercado .....	82
2.1.3 Análisis general de mercado .....	82
2.1.4 Estudio de mercado.....	82
2.1.5 Clases de Mercado.....	84
2.1.6 Estrategiasde mercado en un producto-mercado amplio.....	85
2.1.7 Características de Mercado .....	85
2.1.8 Segmentación de Mercado.....	87
2.1.9 Técnicas más especializadas pueden ayudar a segmentar .....	88
2.1.10 Metodología de Aplicación para la Investigación.....	88
2.2 DISEÑO GRÁFICO .....	89
2.2.1 Historia.....	89
2.3 LA ILUSTRACIÓN .....	105
2.3.1 Definición.....	105
2.3.2 Historia de la ilustración.....	108
2.3.4 Tipos de Ilustración .....	133
2.3.4 Principios de Ilustración .....	136

2.3.5 Técnicas de Ilustración.....	173
2.3.6 Estilos de Ilustración.....	177
2.2.7 Teoría y Psicología del color .....	177
2.4 DISEÑO MAQUETACIÓN Y COMPOSICIÓN .....	187
2.4.1Diseño de páginas .....	187
2.5 LA CAMISETA.....	197
<b>CAPÍTULO III: DESARROLLO O EJECUCION.....</b>	<b>199</b>
3.1 REALIZACION DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	199
3.1.1 Definición del Problema .....	199
3.1.2 Diseño Estadístico de la Investigación .....	200
3.1.3 Trabajo de Campo.....	204
3.2 DESARROLLO Y DISEÑO DE LAS ILUSTRACIONES.....	209
3.2.1 Selección de los personajes a ilustrar más representativos de las fiestas populares. ....	209
3.2.2 Desarrollo de ideas .....	211
3.2.3 Proceso de Ilustración.....	212
3.2.4 Diseños finales. ....	233
3.3 DISEÑO DE TEXTO .....	246
3.3.1 Recopilación de la información.....	246
3.3.2 Establecimiento de los parámetros de diseño (criterios de diseño formal y funcional).....	246
3.3.3 Diagramación.....	247
3.3.4 Diseño de páginas: portada, contraportada, hojas tipo. ....	247
3.3.5 Desarrollo de bocetos. ....	249
3.3.6 Diseños finales. ....	250
<b>CAPÍTULO V: VALIDACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....</b>	<b>264</b>
4.1. ANÁLISIS DE ENCUESTAS .....	264
4.1.1. Tabulación y Conclusión. ....	264
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>269</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>270</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>271</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>272</b>
<b>GLOSARIO .....</b>	<b>273</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>284</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>286</b>

## INDICE DE GRÁFICOS

### CAPITULO I

Gráfico I: Ilustración de personajes populares .....	43
Gráfico II: Ilustración Sacharruna.....	44
Gráfico III: Ilustración de tres representaciones del Sacharruna .....	45
Gráfico IV: Ilustración de Pregonero.....	46
Gráfico V: Ilustración de Viajero .....	47
Gráfico VI: Ilustración de Fiesta .....	48
Gráfico VII: Ilustración de Cucurucho .....	49
Gráfico VIII: Ilustración Penitente.....	50
Gráfico IX: Ilustraciones de Indios Mestizos Disfrazados .....	51
Gráfico X: Ilustración Cucurucho Negro.....	52
Gráfico XI: Ilustración Indio con Voladores .....	53
Gráfico XII: Ilustración Vendedora .....	54
Gráfico XIII: Ilustración Danzante .....	55
Gráfico XIV: Ilustración de Danzante de Baños.....	57
Gráfico XV: Ilustración de Danzantes de la Procesión.....	58
Gráfico XVI: Ilustraciones de Romeriantes .....	59
Gráfico XVII: Ilustración de Bocinero .....	60
Gráfico XVIII: Ilustración de Mima Gigante .....	62
Gráfico XIX: Ilustración de Niño disfrazado de vaca loca .....	63
Gráfico XX: Ilustración de Tamborilero.....	64
Gráfico XXI: Ilustración de Indígena con bengalas .....	65
Gráfico XXII: Ilustración de la Fauna .....	66
Gráfico XXIII: Ilustración de Guagracote.....	67
Gráfico XXIV: Ilustración de Coetero .....	68
Gráfico XXV: Ilustración de Canónigo.....	69
Gráfico XXVI: Ilustración de Indígena tocado el rondín.....	70
Gráfico XXVII: Ilustración de Vendedor.....	71
Gráfico XXVIII: Ilustración de Prioste.....	72
Gráfico XXIX: Ilustración de el bocinero.....	73
Gráfico XXX: Ilustración de Danzante de Quito.....	74
Gráfico XXXI: Ilustración de Frutera .....	75
Gráfico XXXII: Belermo o Payaso.....	78

### CAPITULO II

Gráfico XXXIII: Ilustración de Romeriante.....	79
Gráfico XXXIV: Fotografía de Danzante disfrazado de Diablo.....	80
Gráfico XXXV: Cartel Moilin Rouge por Henri de Toulouse-Lautrec.....	92
Gráfico XXXVI: Logotipo Escuela Bauhaus.....	92
Gráfico XXXVII: Portada del libro Arquitectura en Vjutesmas por Lissitzky .....	93
Gráfico XXXVIII: Poster para el Data matinée por Theo van Doesburg .....	93
Gráfico XXXIX: Diseño de la Identidad Corporativa para Lufthensa .....	94
Gráfico XL: Diseño de Pictogramas .....	94
Gráfico XLI: Fotografía de un Estudio de Diseño .....	99
Gráfico XLII: Fotografía de Revista Punto.com.....	100
Gráfico XLIII: Fotografía de Página Web.....	101
Gráfico XLIV: Ilustración de Caballo en Lámina .....	102
Gráfico XLV: Fotografía de Página Web 2.....	103
Gráfico XLVI: Captura de Pantalla en el Programa Adobe Ilustrador .....	104

Gráfico XLVII: Ilustración de un Plano .....	105
Gráfico XLVIII: Fotografía de Libro de los Muertos Papiro Egipcio (1). .....	108
Gráfico XLIX: Fotografía de Libro de los Muertos Papiro Egipcio (2). .....	108
Gráfico L: Fotografía de el Libro de los Kells es un manuscrito celta del s. IX. ...	109
Gráfico LI: Les Très Riches Heures del Duque de Berry, ilustraciones de algunos meses. ....	110
Gráfico LII: Muestra de la biblia publicada por Gutemberg a mediados del s. XV en Alemania. ....	111
Gráfico LIII: Alberto Durero. Melancolía. Punta seca. ....	112
Gráfico LIV: William Blake. Urizen, del Libro de Urizen. ....	115
Gráfico LV: Aubrey Beardsley. Venus de Tannhauser. ....	116
Gráfico LVI: Edward Burne-Jones Cophetua. ....	116
Gráfico LVII: Jules Cheret – Cartel El Dorado .....	117
Gráfico LVIII: Jules Cheret Carteles (1).....	119
Gráfico LIX: Jules Cheret Carteles (2) .....	120
Gráfico LX: Henri de Toulouse Lautrec - La Goulue - Litografía. ....	121
Gráfico LXI: Henri de Toulouse Lautrec - Ambassadeurs. ....	122
Gráfico LXII: Alphonse Mucha - Job / Alphonse Mucha - Cismonda .....	124
Gráfico LXIII: Alphonse Mucha - Las Estaciones .....	124
Gráfico LXIV: Normal Rockwell. Autoretrato. ....	126
Gráfico LXV: Muestras de la obra del cartelista polaco Henrik Tomaszewsky. ....	129
Gráfico LXVI: Cartel de Milton Glaser_Mozart Sneezes. ....	130
Gráfico LXVII: Ilustración de Raúl Martínez.....	132
Gráfico LXVIII: Cartel para la película brasileña de Mauricio Beru Ciertas palabras con Chico Buarque. Diseño, Bachs. 1983.....	133
Gráfico LXIX: Cartel de Solidaridad con el pueblo afroamericano. Editado por OSPAAAL. ....	133
Gráfico LXX: Acrílico y aerógrafo.....	135
Gráfico LXXI: Acrílico y aerógrafo.....	135
Gráfico LXXII: Tinta china, puntillismo sobre cartón ilustración. Técnica mixta sobre papel Canson. ....	136
Gráfico LXXIII: Técnica mixta sobre cartón ilustración. ....	136
Gráfico LXXIV: Foto Libreta .....	137
Gráfico LXXV: Foto Cuaderno de Apuntes .....	138
Gráfico LXXVI:Fotos Bocetero(1) .....	140
Gráfico LXXVII:Foto bocetero (2) .....	140
Gráfico LXXVIII:Foto copia de datos importantes .....	143
Gráfico LXXIX: Foto de libro Victorian delights.....	152
Gráfico LXXX:Boceto de “My east end” .....	157
Gráfico LXXXI:Composiciones iniciales de “My east end” .....	158
Gráfico LXXXII:composición de “My east end”a color .....	159
Gráfico LXXXIII:Ilustración Final “My east end” .....	160
Gráfico LXXXIV: Ilustración Repartidor.....	161
Gráfico LXXXV: Ilustración portada de libros.....	161
Gráfico LXXXVI: Ilustración Monster .....	161
Gráfico LXXXVII: Lápices de colores sobre papel "Skunk" Andrew Brandoy. 2004 .....	162
Gráfico LXXXVIII: Bolígrafo sobre papel "Vandal" para Nike BiLUe-Jean, 2004..	163
Gráfico LXXXIX: Libro de Ilustración a lápiz.....	163
Gráfico XC: Ilustración a lápiz y digital.....	164

Gráfico XCI: Montaje fotográfico renderizado manualmente "Rock Make Up" para la revista Nylon.....	165
Gráfico XCII: Camiseta serigrafiada "Sin título" para Concrete Hermit .....	166
Gráfico XCIII: Guitarra personalizada "Guitarra" y otras piezas Graficas para Studio Output , Jon Burgerman, 2004.....	166
Gráfico XCIV: Ilustraciones a mano y Terminada Digitalmente. ....	168
Gráfico XCV:Gráfico Círculo Cromático.....	179
Gráfico XCVI:Gráfico Colores Primarios ,Secundarios y terciarios.....	179
Gráfico XCVII: Gráfico Tonos de Colores.....	181
Gráfico XCVIII: Gráfico Saturación y Brillantes de Colores.....	182
Gráfico XCIX: Gráfico de los Formatos de Papel existentes.....	188

### **CAPITULO III**

Gráfico C: Boceto Cucurucho .....	212
Gráfico CI: Boceto Representante de la Fauna .....	213
Gráfico CII: Boceto Payaso .....	215
Gráfico CIII: Boceto Rondín.....	216
Gráfico CIV: Boceto Tocador de Bocina .....	219
Gráfico CV: Boceto Sacharruna.....	222
Gráfico CVI: Boceto Vaca Loca .....	223
Gráfico CVII: Boceto Cohetero .....	225
Gráfico CVIII: Mima Gigante.....	227
Gráfico CIX: Boceto Danzante.....	229
Gráfico CX: Boceto Tamborileto.....	230
Gráfico CXI: Boceto Tamborileto.....	232
Gráfico CXII: Ilustración Cucurucho .....	233
Gráfico CXIII: Ilustración Representante de Fauna.....	234
Gráfico CXIV: Ilustración Payaso.....	234
Gráfico CXV: Ilustración Rondín .....	235
Gráfico CXVI: Ilustración Tocador de Bocina.....	236
Gráfico CXVII: Ilustración Rondín .....	236
Gráfico CXVIII: Ilustración Vaca Loca .....	237
Gráfico CXIX: Ilustración Cohetero .....	237
Gráfico CXX: Ilustración Mima Gigante.....	238
Gráfico CXXI: Ilustración Danzante de Latacunga .....	238
Gráfico CXXII: Ilustración Tamborilero .....	239
Gráfico CXXIII: Ilustración Representación General .....	240
Gráfico CXXIV: Ilustración Diablo de Pillaro .....	240
Gráfico CXXV: Ilustración Cucurucho Aplicada en Camiseta.....	241
Gráfico CXXVI: Ilustración Representante de Fauna Aplicada en Camiseta .....	241
Gráfico CXXVII: Ilustración Payaso Aplicada en Camiseta.....	241
Gráfico CXXVIII: Ilustración Rondín Aplicada en Camiseta .....	242
Gráfico CXXIX: Ilustración Tocador de Bocina Aplicada en Camiseta.....	242
Gráfico CXXX: Ilustración Vaca Loca Aplicada en Camiseta .....	243
Gráfico CXXXI: Ilustración Cohetero Aplicada en Camiseta .....	243
Gráfico CXXXII: Ilustración Mima Gigante Aplicada en Camiseta.....	244
Gráfico CXXXIII: Ilustración Danzante de Latacunga Aplicada en Camiseta .....	244
Gráfico CXXXIV: Ilustración Tamborilero Aplicada en Camiseta.....	245
Gráfico CXXXV: Ilustración Representación General Aplicada en Camiseta .....	245
Gráfico CXXXVI: Ilustración Diablo de Pillaro Aplicada en Camiseta.....	246
Gráfico CXXXVII: Retícula de Maquetación .....	248

Gráfico CXXXVIII: Gráfico de Tipografía utilizada.....	248
Gráfico CXXXIX: Boceto hojas de maquetación.....	249
Gráfico CXL: Portada Catalogo de ilustraciones.....	250
Gráfico CXLI: Hoja de Introducción catalogo de ilustraciones.....	250
Gráfico CXLII: Segunda hoja “Belermo” Catalogo de ilustraciones.....	251
Gráfico CXLIII: Tercera hoja “Belermo” Aplicaciones Catalogo de ilustraciones.....	251
Gráfico CXLIV: Cuarta hoja “Cohetero” Catalogo de ilustraciones.....	252
Gráfico CXLV: Quinta hoja “Cohetero” Aplicaciones Catalogo de ilustraciones.....	252
Gráfico CXLVI: Sexta hoja “Cucurucho” Catalogo de ilustraciones.....	253
Gráfico CXLVII: Séptima hoja “Cucurucho” Aplicaciones Catalogo de ilustraciones.....	253
Gráfico CXLVIII: Octava hoja “Danzante” Catalogo de ilustraciones.....	254
Gráfico CXLIX: Novena hoja “Danzante” Aplicaciones Catalogo de ilustraciones.....	254
Gráfico CL: Decima hoja “Diablada” Catalogo de ilustraciones.....	255
Gráfico CLI: Decima hoja “Diablada” Aplicaciones Catalogo de ilustraciones.....	255
Gráfico CLII: Onceava hoja “Mima Gigante” Catalogo de ilustraciones.....	256
Gráfico CLIII: Doceava hoja “Mima Gigante” Aplicaciones Catalogo de ilustraciones.....	256
Gráfico CLIV: Treceava hoja “Fauna” Catalogo de ilustraciones.....	257
Gráfico CLV: Catorceava hoja “Fauna” Aplicaciones Catalogo de ilustraciones.....	257
Gráfico CLVI: Quinceava hoja “Rondín” Catalogo de ilustraciones.....	258
Gráfico CLVII: Dieciseisava hoja “Rondín” Aplicaciones Catalogo de ilustraciones.....	258
Gráfico CLVIII: Diecisieteava hoja “ Scharruna ”Catalogo de ilustraciones.....	259
Gráfico CLIX: Dieciochoava hoja “ Scharruna ”Aplicación Catalogo de ilustraciones.....	259
Gráfico CLX: Diecinueveava hoja “ Tamborilero ” Catalogo de ilustraciones.....	260
Gráfico CLXI: Veinteava hoja “ Tamborilero ”Aplicaciones Catalogo de ilustraciones.....	260
Gráfico CLXII: Veintiunava hoja “ Tocador de Bocina ” Catalogo de ilustraciones.....	261
Gráfico CLXIII: Veintidosava hoja “ Tocador de Bocina ” Aplicaciones Catalogo de ilustraciones.....	261
Gráfico CLXIV: Veintitresava hoja “ Vaca loca ” Catalogo de ilustraciones.....	262
Gráfico CLXV: Veinticuatroava hoja “ Vaca loca ” Aplicaciones Catalogo de ilustraciones.....	262
Gráfico CLXVI: Veinticincoava hoja “ Contraportada ” Catalogo de ilustraciones.....	263

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla II:</b> ¿Considera usted importante la implementación de nuestra cultura reflejada en camisetas para jóvenes? .....	204
<b>Tabla III:</b> ¿Subraye con qué frecuencia Ud. adquiere una camiseta? .....	205
<b>Tabla IV.</b> ¿Subraye que tan importante considera Ud. Identificarse con el Diseño plasmado en su camiseta? .....	206
<b>Tabla V.</b> Estaría dispuesto a pagar por la compra de una camiseta que represente en nuestra cultura Ecuatoriana.....	207
<b>Tabla VI.-</b> Esta satisfecho con las propuestas de diseño en las camisetas que se ofrece actualmente en la Ciudad.....	208

## ÍNDICE DE PASTELES

<b>Pastel I:</b> Clase Social de los jóvenes de 15 a 18 años de la ciudad de Riobamba.....	200
<b>Pastel II:</b> Actividades de los jóvenes de 15 a 18 años de la ciudad de Riobamba .....	201
<b>Pastel III:</b> Intereses de los jóvenes de 15 a 18 años de la ciudad de Riobamba .....	201
<b>Pastel IV:</b> Opiniones de los jóvenes de 15 a 18 años de la ciudad de Riobamba.....	202
<b>Pastel V:</b> Importancia de la implementación de nuestra cultura reflejada en camisetas para jóvenes.....	205
<b>Pastel VI.</b> Frecuencia con que adquiere una camiseta.....	206
<b>Pastel VII.</b> Importancia que consider, Identificarse con el Diseño plasmado en su camiseta .....	207
<b>Pastel VIII.</b> Estaría dispuesto a pagar por la compra de una camiseta que represente en nuestra cultura Ecuatoriana.....	207
<b>Pastel IX:</b> Esta satisfecho con las propuestas de diseño en las camisetas que se ofrece actualmente en la Ciudad. ....	208
<b>Pastel X:</b> Considera usted importante la implementación de ilustraciones de nuestra cultura reflejada en camisetas para jóvenes.....	264
<b>Pastel XII :</b> Considera usted que las ilustraciones vistas anteriormente representan a los personajes de las fiestas populares de la serranía ecuatoriana.....	265
<b>Pastel XIII :</b> Estaría dispuesto a comprar camisetas con las ilustraciones vistas anteriormente que representan en nuestra cultura Ecuatoriana .....	266

## INTRODUCCIÓN

Para responder a los grandes interrogantes: ¿Qué somos? ¿De dónde venimos? ¿A dónde vamos? Para responder en suma a la gran incógnita del hombre debemos conocer los orígenes profundos de nuestro ser humano, oscurecidos por las superposiciones arbitrarias de los ritos importados, de las liturgias “exóticas” que trajo consigo la resaca de la colonización y las inmigraciones.

Todas las sociedades del mundo se congregan uno o más veces al año para celebrar la vida. Ecuador, por supuesto, lejos de estar ausente de estos ritos, los abona día a día, año a año, de forma que hasta quienes los han vivido desde siempre, no dejan de sorprenderse participando en ellos. La sensualidad, fantasías, danza, juegos pirotécnicos, disfraces, banquetes, rituales, bandas, bailes, y más, mucho más, se toman ciudades y pueblos, abarcándolo todo.

La fiesta popular posee un rasgo revelador: se encuentra fuera del vivir cotidiano. Esta característica tan significativa nos sirve para entender como en ella se suscita un ámbito simbólico en donde influye lo social. Más allá de la exaltación y el deleite se trata de una experiencia y dinámica, cargada de símbolos vivos que delatan elementos políticos, económicos, religiosos, sociales de un entorno cultural, elementos que no salen a relucir ordinariamente. La fiesta popular es un punto de encuentro gozoso, aun cuando se trate de una ocasión de dolor como ocurre con los ritos de Semana Santa o del Día de Finados, es una celebración intensa, en donde el presente impregnado de historia, se vive a plenitud.

De esa forma el territorio y sus habitantes rompen la rutina de lo cotidiano, convirtiendo las calles en espacios deslumbrantes y caóticos, donde el silencio y la rutina, pierden la batalla frente a la diversión, el disfrute y la risa. Lo

fantástico supera a lo real y lo espiritual a lo terrenal.

En cada personaje se funden todos y en la multitud se amalgama lo tan anhelado, aunque haya sido esperado mucho y a veces dure poco. Así cada pueblo resuelve por un día sus problemas en una verdadera catarsis colectiva, de calor, color y humor. Por otro lado están las celebraciones donde lo pagano y lo religioso se funden, donde la muerte y la vida se encuentran, donde la creencia se vuelve una tradición, que al final también nos llevara al festejo. Lo arraigado se manifiesta en oníricas situaciones e irónicos disfraces, cuando los participantes desfilan o actúan y el buen humor se respira y llega al corazón de la fiesta popular.

Y para todos, caramelos y flores, caminando por gastados adoquines, bailando sobre tarimas recién armadas para la ocasión, o la plaza fuera testigo desde siempre. Sin duda son esas buenas e inagotables tradiciones, en las que nuestro país se convierte en un emocionante destino.

Es el folklore factual que es parte de folklore general quien estudia al folklore social en donde se encuentran las fiestas, representaciones folklóricas, música, juegos, familias, ferias, trajes, mascararas y tipos populares,

En nuestro país el folklore todavía se lo confunde con la ornamentación, el costumbrismo y otras vaguedades.

El folklore es la ciencia de tradición popular y también la historia psicológica de los pueblos. Todo lo que hicieron y dijeron, pensaron y creyeron los hombres en épocas remotas quedo constante en el relato, en una palabra en el refrán o en la copla: el tótem y el tabú de la psicología moderna no pueden explicarse sino con el auxilio del folklore, que por lo mismo se ha convertido en la más preciosa contribución para los estudios históricos.

El folklore es una de las ciencias que mejor nos enseña lo que somos, es la más profunda espiritualidad de un pueblo, es la cosmogonía, el universo de un país, es esa mística a veces incomprensible que se manifiesta en el aliento social.

Al observar las pinturas rupestres de Pompeya de los aborígenes australianos, los maravillosos frescos de Italia, las figuras precolombinas de nuestros aborígenes, comprendemos un momento de la historia y las creencias de aquella población

Steven Heller escritor especializado en diseño y director de arte, enunciaba “La ilustración es el arte del pueblo” El Nacional Museum of ilustración se hizo eco de este sentimiento y fue más lejos incluso al declarar que “la ilustración sirve como reserva de nuestra historia social y cultural y es por tanto una forma de expresión artística trascendente y duradera”

Son las imágenes contenidas en una ilustración lo que capta la imaginación del receptor y funcionan como enlaces inseparables entre momentos de su historia y el instante presente. Es justo decir que la ilustración ha servido para registrar los logros y proezas del hombre.

Coincidiendo con estas afirmaciones consideramos la ilustración como una herramienta eficaz y acertada para informar, comunicar y expresar el folklore los personajes de nuestras fiestas populares aplicándolas en camisetas como una lona para la ilustración genuinamente innovadora. Ya que las camisetas son de uso diario y los consumidores agudamente conscientes cumplen un papel poderoso como maniqués móviles que comunican visualmente.

Las camisetas en nuestro país se enfocan a: frases costumbristas, textos chistosos o reivindicativos, tiras cómicas, fotografías o dibujos de grupos y solistas musicales. Pero se deja de lado la parte grafica y la ilustración basada en un concepto sólido y profundo. Tomando en cuenta que puede inspirar tanto pensamiento y análisis.

## JUSTIFICACIÓN

Este proyecto desea ampliar el conocimiento acerca de nuestros orígenes la esencia como ecuatorianos, reafirmando nuestra identidad, dando vida y forma visual a nuestro folklore a través de la ilustración. Específicamente está dirigido a los jóvenes de la ciudad de Riobamba.

Una Identidad débilmente establecida es fácilmente influenciada por un ambiente que no ayuda a una autentica personificación (la identificación genuina de la persona con su real potencial y límite). Por el contrario fomenta la imitación compulsiva y son fácilmente susceptibles a la presión de la masa. En efecto, el panorama social ha cambiado y con esto se ha transformado también la identidad o la forma como se perciben y definen los jóvenes. Al respecto existen tres variables de interés para abordar el tema de la identidad juvenil: El mercado, el consumo y la cultura de la imagen.

El consumo como comportamiento se instala en las nuevas generaciones como dispositivo de integración, este aparece como un elemento importante en la formación de las identidades juveniles. Los jóvenes conocen que de acuerdo a los elementos que consumen (ropa, tipo de música etc.) definen no sólo el nivel socioeconómico al que están adscritos sino también, a la tribu con la cual se identifican.

No cabe duda de que para la mayoría de chicos/as de 15-18 años, uno de sus problemas más importantes es cómo vestirse, presentarse, caminar y hablar.

Una de las preguntas más frecuentes de los padres es ésta:” ¿Es una obsesión por tu look? ¿Es normal? Totalmente normal. Para un adolescente adoptar un look significa hacerse público a sí mismo. Y más que una forma de vestir, es un modo de ser, de manifestar su mundo mental, sus elecciones culturales, su música. Tener un look es como enviar un mensaje a los demás acerca de sus propios valores y su concepción de la vida. Elegir un look es tanto como huir

del “poder” de los padres y decirle adiós a la infancia.

Y aunque nos puede desconcertar el modo de vestir de los adolescentes, sin embargo, estos buscan - además de la propia identidad- su propia originalidad, que mejor forma que llevando una prenda de vestir que lo identifique con su cultura y con su pueblo. La información de esta tesis podrá servir como fuente y guía con contenido grafico y literario para Diseñadores, ilustradores, artistas y estudiantes.

## **OBJETIVOS**

### **GENERAL**

Crear ilustraciones sobre las fiestas populares de la serranía ecuatoriana para la aplicación en camisetas juveniles en Riobamba.

### **ESPECÍFICOS**

- Investigar el folklore del Ecuador y sus fiestas populares en la Sierra.
- Realizar una investigación de mercado al público objetivo especificado.
- Establecer parámetros y creación de las ilustraciones.
- Aplicación de las ilustraciones en camisetas.
- Crear un catalogo de la recopilación de la investigación y sus ilustraciones.

## **HIPÓTESIS**

En la CREACION DE ILUSTRACIONES SOBRE LAS FIESTAS POPULARES DE LA SERRANIA ECUATORIANA PARA LA APLICACIÓN EN CAMISETAS JUVENILES se verá claramente reflejada nuestro folklore y riqueza cultural, utilizando técnicas de ilustración y creatividad en el concepto de creación, lograra identificar a los jóvenes de Riobamba en su cultura tradicional Ecuatoriana .

## **CAPÍTULO I: MARCO HISTÓRICO**

### **1.1. FOLKLORE**

#### **1.1.1 Introducción.**

Folklore 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 concreta, incluyendo las tradiciones de dicha cultura, subcultura o grupo social. También recibe este nombre el estudio de estas materias.

#### **1.1.2 Folklore Factual.**

Parte del Folklore General que estudia las diferentes categorías de hechos folklóricos, generalmente clasificados en seis grupos y una adenda, el Calendario Folklórico.

##### **1.1.2.1 Clasificación**

**1.1.2.1.1 Calendario Folklórico.-** Ordenación cronológica geográfica, descriptiva, sumaria, bibliográfica y documental de fiestas folklóricas. Es un derrotero para el investigador quien, dueño de técnicas, no solo logrará datos sobre la fiesta misma, sino también sobre temas que en ella no se manifiestan preferencialmente, como ciertas leyendas, cuentos, etc.

El pueblo ecuatoriano celebra fiestas todo el año. Dichas fiestas, con raras excepciones, se ligan al santoral católico, pudiendo clasificarse en patronales o no patronales, fijas o movibles, periódicas o esporádicas. Casi siempre, cada una de ellas es característica de una sola área, salvo las grandes conmemoraciones de **Carnaval, Corpus, Navidad, Reyes, San Juan, San Pedro y Semana Santa**, profusamente difundidas.

He aquí la relación, en orden alfabético, de las que se logra describir, aunque sumariamente: Año Viejo , Cantonización de Pelileo, Carnaval , Casamiento , Corpus Christi , Cosechas , Cruz , Entrada de la rama , Ferias , Finados , Inocentes , Miércoles de ceniza , Mingas , Misa de Fiesta , Natividad , Navidad , Octavas , Pascua , Pase del Niño , Purísima , Ramos , Reyes , San Antonio , San Isidro Labrador , San Jacinto de Yaguachi , San Juan , San Juan Evangelista , San Lorenzo , San Luis , San Miguel , San Pablo , San Pedro , Santiago , San Veritute , Semana Santa , Señor de Ficuno , Señor de la Buena Esperanza , Señor del Huaico , Septenario , Virgen Borradora , Virgen de la Caridad , Virgen de las Mercedes , Virgen de las Nieves , Virgen del Carmen , Virgen del Cisne , Virgen del Quinche , Virgen del Rosario y Virgen del Tránsito .

En la voz Calendario se presentan, casi todas, en un cuadro esquemático, por orden cronológico, con mención de las áreas respectivas, de las fechas y de los fenómenos que las caracterizan. Hay muchos rasgos comunes a todas, como la **misa rural**, pero también los hay específicos de cada una. Dichos fenómenos, en su mayoría, son de los folklores lingüístico, mágico, social y ergológico. Los folklores poético y narrativo, no son espontáneos en dichas fiestas, con rarísimas excepciones, y solo surgen si son provocados por los investigadores.<sup>1</sup>

En 1861, ya **Holinski** intentaba señalar los fenómenos comunes a las fiestas ecuatorianas, en un saludable esfuerzo, pero prematuro y sin base. (V: 169-170). En 1949, el Padre **Rodríguez Sandoval** volvía a enumerar dichos fenómenos típicos de las fiestas del folklore ecuatoriano, pero cometiendo el mismo error de tomarlos aislados en el espacio y en el tiempo, es decir, en forma abstracta. (LIII: 103-108). En

---

<sup>1</sup> Paulo de Carvalho - Neto. "Diccionario del Folklore Ecuatoriano", Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito 2001 pp. 32-34

1960, otro tanto cometió el Padre Vargas. Insisto en que dichos esfuerzos, loables por cierto, son, sin embargo, productos anticientíficos, idealistas, metafísicos. Ignoran uno de los principios elementales de las ciencias sociales en general cual es el de tener presente que "ningún fenómeno de la naturaleza existe por sí mismo, aislado,

sino que cada cosa depende del contexto en que se halle situada, de sus conexiones relaciones con las demás cosas". (WOR-715. Joseph. La psiquiatría soviética. Buenos Aires, Librería El Ateneo Editorial, 1953. V. p. 3). No se puede, pues hablar de la fiesta ecuatoriana en abstracto, es decir de una fiesta que no está en parte alguna, suelta en el espacio, y que tanto puede existir bajo condiciones económico-sociales feudales como industriales, radicalmente distintas entre sí.

En cuanto al origen de las fiestas religiosas de este Calendario y, sin duda, de todos los calendarios folklóricos de América, creo que se debe a una Bula de Paulo III difundida por el Concilio de Lima. De acuerdo con dicha Bula, según un sumario que de ella aparece en el accionario de González Holguín: "están reservados los Licios de guardar otras fiestas más de los Domingos del año. El día de Navidad. Día de Resurrección. El día de la venida del Espíritu Santo: de suerte que en estas tres Pascuas solo son obligados a guardar el primer día de ellas. Ítem el día de la Circuncisión. El día de la Epiphania o fiestaa de los Reyes. El día de la Ascensión. El día de Corpus Christi. Ítem de las fiestas de nuestra Señora, el día de su Natividad. El día de la Purificación. El día de la Anunciación. El día de la Asunción, ítem el día de los apóstoles San Pedro y San Pablo, y no otro día alguno". Dichas órdenes se consideraban "privilegios y facultades concedidas para los indios". (Apud CLI: 695).

Una revolución americana, naturalmente, podría cambiar estos ciclos folklóricos establecidos en quinientos años, por otros de características diferentes. Bastaría la Bula de Paulo III, eliminando del calendario la Ascensión del Corpus Christi, la Purificación, la Anunciación, la Asunción, etc. Ninguna fuerza puede destruir el folklore, pero sí modificarlo. Se obtendría en otros quinientos años un folklore de fiestas americanas menos religioso. Quizás más productivo, sin duda mucho más libre y enaltecedor del hombre como valor positivo. Tal es la configuración del folklore en las actuales Repúblicas Socialistas.

### **1.1.2.1.2 FOLKLORE POÉTICO:**

#### **1.1.2.1.2.1 CANCIONERO**

##### **Cancionero Infantil:**

##### A) Primera Infancia

1. Cuna
2. Mimo
3. Mnemónicos

##### B) Infancia en Conflicto

4. Alusión
5. Azar
6. Engaño
7. Ex-libris
8. Réplicas
9. Trabalenguas

##### C) Infancia en Ajustamiento

10. Cuenta o fórmulas Eliminatorias
11. Embololalias y Glosolalias
12. Sucesos
13. Ronda

**Cancionero Adulto:**

14. Bebida y Estupefacientes
15. Coplas Sueltas
16. Danzas no Dramáticas
17. Dramáticos
18. Folk-latinismos
19. Historia y Política
20. Juegos
21. Loas
22. Magia y Religión
23. Payadas y Contrapuntas
24. Puntos
25. Pregones
26. Relaciones
27. Improvisaciones
28. Súplicas
29. Trabajo<sup>2</sup>

Todavía se carece de datos satisfactorios relativos al cancionero infantil. Solo se cuenta con meras referencias a algunas nanas y réplicas y las siguientes

---

<sup>2</sup> Paulo de Carvalho - Neto. "Diccionario del Folklore Ecuatoriano", Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito 2001 pp. 32-33-35

Canciones del corro: la carbonerita de Salamanca, la muñeca, el molino, rocotín-rocotán y Señor Don Gato; de Matantirulirulá hay dos versiones.

El cancionero adulto, sin embargo, recibió su primer extraordinario aporte a fines del siglo pasado, con la publicación de los Cantares del pueblo ecuatoriano. (III). Dicha obra revela la existencia de la copla entre nosotros, en rica profusión y sobre motivos muy variados, algunas inclusive con expresivos ejemplos de folk-lati-mismo y folklore geopolítico. Se revela, además, la forma métrica titulada mas halla y la presencia de algunos tulichy. En 1925, los autores de La musique des Incas et sus survivances elaboraron un detenido análisis de "los textos poéticos" de la música incásica en general, el cual reviste algún interés para el Ecuador. (CXLI: 179-196). En 1930 se publicó Crónicas del Guayaquil antiguo, con un estudio fundamental acerca de la poesía de desafío y sus principales tipos: el contrapunto, las indirectas y los temas. Encierra, también, algunos datos sobre la décima y el estribillo. En 1949 se dieron a conocer letras de los cantos improvisados de los Mojanda, cuando estos alcanzan el clímax de la embriaguez. (Aguardiente) (LIV: 252-253).

En 1950 aparece poesía popular ecuatoriana (XCII), con muchas coplas amorosas y nuevos datos sobre los poetas de amor-fino y de versos de embono, entre otros tipos de versos. Cuatro años después, surge Presencia del Ecuador en sus cantares (LXXI), con piezas tradicionales relativas a la historia ecuatoriana. Folklore e historia). En 1958, Los nacimientos (LXIII) recogen ejemplos de loas y en 1959 aprendemos mejor con Chigualito Chigualó (VIH) que son los villancicos de la Costa. El comienzo de la década del 1960-70 amplía nuestros conocimientos sobre las coplas, con la publicación de los Cantares de la Costa ecuatoriana (Apud XLVII: 156-173), de la Antología de coplas populares (Apud CLVII: 147-206) y de los Animales y plantas en la poesía popular ecuatoriana. (XCIII).

Si nos fijamos en quienes son los autores de esas contribuciones, veremos que la poesía popular ecuatoriana, en la década 1950-60, estuvo en manos sobre todo de Comejo y de Guevara en 1954 y 1958.

Muy atrasados, por otra parte, continúan nuestros conocimientos referentes al romancero ecuatoriano. El gran Menéndez Pidal ya lo advertía en 1905 y aún hoy

seguimos prácticamente en aquella misma etapa cero. Salvo algunas piezas de Mambrú , Carlomagno y San José y María , nada más se conoce.

La situación del refranero es un poco mejor. Venía siendo recogido en forma aislada y muy pobre y esporádicamente, hasta que en 1942 aparecieron los primeros estudios sistemáticos que irían a conformar el libro Un puñado de refranes criollos. (XCI). Nueve años después, es decir, en 1951, surgiría del refranero ecuatoriano, con 173 piezas. (LXVI: 67-74). El año de 1958 nos daría el Diccionario de 6.700 máximas, refranes, citas, expresiones y aforismos (XC), que si bien rebosa de imperfecciones, podrá ser útil a la ciencia folklórica, en el futuro. En 1961, finalmente, se publicó El Chagra, ya citado, con el valioso capítulo Dichos, frases y refranes mestizos. (CLVII: 134-145).

*“ Todo este folklore poético, sin duda, puede ser ampliado con datos del folklore impreso ,de uso corriente en el Ecuador, según testimonio indiscutible”.<sup>3</sup>*

### **1.1.2.1.3 FOLKLORE NARRATIVO**

No hay ningún estudio sistemático sobre los mitos del folklore ecuatoriano. Solo conocemos datos sueltos y registrados en su mayoría sin técnica, acerca de: arco , cuco , chuzalongo , duende , los ingagos , la mulaencadenada , perro del diablo , tunda , . Tengo la impresión de que muchos enmascarados de los autos corresponden, sin embargo, a figuras mitológicas, tal como ocurre con el sacharruna .

La situación del conocimiento de las leyendas mejoró considerablemente en 1954 con la publicación de Tradiciones etimológicas del Ecuador. (LXXII). Aquí se dan explicaciones sobre el origen de los cañarís , del albino , de las actuales formas del Cúllay y del Cari-huairazo , del pájaro reo , de los curiquingues . de la dentadura del perro , del duende , de la quena , del hombre y la mujer; de las razas humanas , de las

---

<sup>3</sup> Paulo de Carvalho - Neto. “Diccionario del Folklore Ecuatoriano”, Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito 2001 pp. 36

tórtolas , los chochos y la cruz del zapallo . Hay aun datos sobre algunas leyendas religiosas: la de la Virgen de la Caridad , la de la Virgen Borradora y la de la Natividad .

También sobre San Bartolomé , héroe civilizador y la laguna de Tsa huan-cocha , leyenda animista muchas veces confundida con la de Santo Tomé o Tomás. Sobre las tan consabidas leyendas de entierros no hay nada registrado directamente. De manera que dentro de la clasificación general, solo conocemos datos acerca de las leyendas etiológicas. las religiosas, las animistas y las de héroes civilizadores Nos faltan estudios sobre las históricas y las mitológicas.

La situación del conocimiento de los cuentos es como la de los mitos, bastante peor que la de las leyendas Solo poseemos referencias esporádicas acerca de las peripecias del conejo, del lobo , del gallinazo , de la garza y de la guatusa . Hay un género de cuentos, el cacho , aparentemente muy rico, pero prácticamente sin registros todavía.

De los casos , ni hablar. Este sí que es un terreno casi enteramente virgen, excepto el caso del "milagro de las langostas" protagonizado por la citada Virgen de la Caridad .

Ecuador, donde el folklore secreto es tan abundante, según testimonios irrecusables, puede realmente poseer un folklore narrativo tan inexpressivo. La respuesta es obvia. Pese a la carencia de fuentes, estoy seguro de que en este país abundan mitos, leyendas, cuentos y casos y que nuestra ignorancia se debe a la ausencia de investigaciones metódicas.

#### **1.1.2.1.4 FOLKLORE LINGÜÍSTICO**

##### **Vicios Gramaticales:**

Silabada (Error de acentuación)

Cacoepia (Mala emisión de las voces o defectuosa articulación de las consonantes)

Cruzamiento (Cambio de palabras parecidas)

Deformación (Error en la forma de la palabra)

Barbarismo (Error de morfología)

Redundancia (Repetición de los mismos aspectos, episodios u opiniones)

Tapónimos

Vocabulario diverso

Podos

Lunfardo

Pregones

Mímica

Este, por cierto, va abriéndose paso, porque el país posee lingüistas y academias que investigan el desarrollo de la lengua. Pronto surgirán mejores sistemáticas de la toponimia, los apodos, la jerga tradicional, los pregones y los modismos. Lo que si no se ha investigado hasta el momento es el lenguaje mímico.

#### **1.1.2.1.5 FOLKLORE MÁGICO**

Magia propiamente dicha

No medicinal

A) Adivinatoria (Bienes, Males, Sucesos)

B) Contagiosa (Bienes, Males, Profilaxis)

c) Iniciativa (Bienes, Males, Profilaxis)

1.1.2.6.1.2 Medicinal

A) Contagiosa (Bienes, Males, Profilaxis)

B) Iniciativa (Bienes, Males, Profilaxis)

C) Vegetal

D) Escatológica<sup>4</sup>

Creencias. Piezas folklóricas que no son exactamente, muestras de la “omnipotencia de las ideas”, mágica, fetichista, religiosa o mística. Piezas que no son de hacer mal, ni bien, ni curaciones y no son preventivas, generalmente no hay en ellas mímica ni valores numéricos o verbales. No contestan a las preguntas ¿Para qué? ¿Qué? ¿Por qué? Son suposiciones tradicionales enunciadas en determinadas, circunstancias, espontáneamente, en formas narrativa, por eso mismo casi siempre sus registros ocurren al azar entre piezas de otra índole.

También ahora comienzan a encauzarse los estudios del folklore mágico. En su debido lugar se recomienda la división del mismo en magia adivinatoria; magia contagiosa con sus ejemplos de brujería y de brujos; magia imitativa, con su clásico ejemplo de la sito plástica; y magia médica.

de los autos. Por lo pronto, ya hay una hipótesis concreta referente a los curiquingues.

#### **1.1.2.1.6 FOLKLORE SOCIAL:**

Representaciones folklóricas que se caracterizan por los siguientes rasgos principales: 1) Luchas de un bien contra un mal y 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 y 8) Presencia del elemento semi-erudito. (Mario de Andrade) .

---

<sup>4</sup> Paulo de Carvalho - Neto. “Diccionario del Folklore Ecuatoriano”, Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito 2001 pp. 33

Es el folklore social, sin duda, el capítulo más estudiado del folklore ecuatoriano. Ya señalé una extraordinaria cantidad de fiestas populares, sobre todo al tratar del Calendario.<sup>5</sup>

#### **1.1.2.1.6.1 EL TEATRO FOLKLÓRICO**

##### **Registros**

Todas o casi todas estas fiestas tienen autos, los cuales suelen recibir sus nombres tomándolos prestados a los de las fiestas o a los de los personajes que intervienen en ellos. Todavía es prematuro intentar una lista correcta de dichos nombres. Lo que sí puedo adelantar es que tales autos son el testimonio más elocuente del teatro del pueblo por el pueblo, y para el pueblo.

#### **1.1.2.1.6.2 ENMASCARADOS Y MÁSCARAS**

La gran mayoría de los personajes representa usando desde la máscara concreta hasta el disfraz con tintas. El hecho llamó vivamente la atención de cuantos viajeros cruzaron estos Andes hace cientos de años. Puedo mencionar, por lo menos, a enmascarados antropomórficos (casi siempre terroríficos), a enmascarados ornitomórficos, o zoomórficos y, en cuarto lugar, a los poiquilomórficos o de formas ligadas a cosas variadas. Aún es prematuro interpretar sus orígenes. Sin duda, serán supervivencias de máscaras de ritos funerarios o religiosos incásicos, o aun de ritos de pasaje (v), pero no tenemos elementos para identificar pieza por pieza, lo que nos llevaría con toda seguridad hasta a la arqueología.

**I. ANTROPOMORFICOS.** Abagó , Aricuchicos [divididos en guaraquíes y tupigachis , Camisonas , Capariche , Capataz, Capitán , Caporales , Comandante , Corazas , Coronel . Cucurucho o Farricoco , Chola , Cholo , Chuchumecos ,

---

<sup>5</sup> Paulo de Carvalho - Neto. "Diccionario del Folklore Ecuatoriano", Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito 2001 pp. 37

Danzante , Diablo , Doñas , Gigante , Giganta , Huamingas , Jíbaro , Mama Negra , Moros , Negra , Negritos , Negro , Palla , Papá Noel , Payaso , Rucus , San Juanes , Teniente , Tiznados , Toro capitán , Trasguedador , Vieja , Viuda , Yumbo .

**II. ORNITOMORFICOS.** AVECILLA, Aves, Buitre, Curiquingue, Cuscungu, Guarro, Loro.

**III. ZOOMÓRFICOS.** Caballo , Chucurí , Gato , León , Mono , Oso , Perro , Puma , Sapo , Tigre .

**IV POIQUILOMORFICOS.** Alma Santa, Ángel.

Entre los personajes de dichos cortejos y autos que no son estrictamente enmascarados, sino solo, y a veces, portadores de indumentaria específica y vistosa, señalo: Acompañantes , Alcaldes , Alférez , Alumbrantes , Belermo , Cantoras , Cazador , Cocinera , Cuatrerros , Chaqui , Chigualero , China , Estrella , Gitano , Guagua , Guionera , Huashayo , Jesús , José , Judas , Ladrón , Loa , Llaverero , 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 se sabe 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 , Mindales , Momo , Montubio , Negra Mama , Paje , Porta-Estandarte , Rey Amarillo , Rey Ángel , Rey Blanco , Rey Mozo , Rey Moro , Rey Negro , Rey Viejo , Saraos , Tirador , Vasallo , Viajeros , Villano .

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 , luntís , llauto , matanza , misa de la gallina, 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.

#### **1.1.2.1.6.3EL HOMBRE VESTIDO DE MUJER**

Llama enormemente la atención la presencia del hombre vestido de mujer para interpretar muchos de los referidos personajes, de los cuales, resalto: Ángel , Camisonas , Chola , Chuchumeca , Giganta , Mama Negra , Mindalas , Negra , San-Juanes , Trasguedora , Vieja , Viuda .

Su réplica, es decir, la mujer vestida de hombre, no ocurre casi en el folklore social, sino en el romancero, habiendo Fernando de Castro Pires de Lima escrito al respecto un voluminoso estudio.

En el caso del hombre vestido de mujer, del folklore ecuatoriano, tan común también al folklore brasileño, urge un estudio que contemple las dimensiones psicoanalíticas e históricas del problema, en busca de sus impulsos determinantes.

#### **1.1.2.1.6.4 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 llamaba "teatro edificante" (auto de la adoración de los Reyes, por ejemplo). El hecho es conocido en toda América, sobresaliendo las piezas de Anchieta, en el Brasil. Lo que se alcanzó con esto, sin embargo, fue dar nacimiento y estructura a un gran teatro sincrético. El teatro indígena de América, ese teatro folklórico ciento por ciento, es una muestra viva de sincretismo cultural, en que se patentiza la heroica resistencia de un pueblo a las

costumbres colonizadoras y, en consecuencia, el ineludible fracaso de una catequesis de quinientos años, mal dirigida y peor ejecutada. Los desastrosos efectos de estas influencias sectarias los vemos aun hoy en la multitud de caracteres indios mutilados y chumados, marginales de todo orden, destribalizados y casi amorfos. La obra de recuperación que compete a las nuevas generaciones es infinitamente mayor y más difícil que la obra de destrucción llevada a cabo en nombre de Dios.

Las reacciones contra-aculturativas, es decir, las resistencias al cambio social, tienen su testimonio concreto en documentos de la época, por si no bastaran los resultados de cualquier análisis social del presente. Léase, por ejemplo, esta página de la Constitución 95 del Concilio Provincial de Lima de 1567: "Los indios recién convertidos procuran también celebrar algunas fiestas y solemnidades, que durante el año dedican los fieles a Nuestro Redentor y a los Santos, señaladamente la solemnidad de Corpus Christi; pero no faltan quienes, persuadidos del demonio, con el pretexto de celebrar nuestras fiestas y fingiendo el Cuerpo de Cristo, rinden culto a sus ídolos. Por lo cual, el Santo Sínodo exhorta a todos los sacerdotes encargados de los indios y les amonesta que con prudencia y sagacidad tengan cuidado de investigar e impedir que fiestas tan sagradas para los católicos, principalmente la de Corpus Christi, se conviertan en objeto de burla para quienes son aún meros instrumentos del demonio. Ya ha sucedido que, cuando según la costumbre de la fiesta de Corpus, llevaban los fieles sus imágenes en las andas, los indios ocultaban entre las imágenes sus ídolos". (Apud XLVI: 287).

En vano el Fray Pedro de la Peña, en el Sínodo de 1570, ordenaba a los curas que "quiten las ceremonias que los indios suelen hacer en los entierros", que "vean amortajar los muertos y den orden como lleven el rostro descubierto ni lleven en las mortajas ropa, ni oro, ni plata, ni comida y si los hallare amortajados, que les haga descubrir el rostro y des amortajarlo si les pareciese llevar más que la mortaja, en manera que se satisfaga que se entierren con solo la mortaja; lo cual conviene para

quitar muchas abusiones y ceremonias que los indios usan en los entierros de los muertos". (Apud XLVI: 305).<sup>6</sup>

¡Cuánta manera de humillar para explotar! Han transcurrido quinientos años y hoy los sacerdotes no hacen sino cerrar los ojos ante el espectáculo de las ofrendas de comidas y bebidas en los cementerios indígenas del Ecuador, el día de los muertos. La poderosa cultura autóctona se resistió a substituir totalmente sus prácticas mágicas por las que intentaron imponérseles. Acabados los tiempos de tiranía, esos sacerdotes ya no se atreven a aplicar los antiguos castigos físicos, porque una ola de protestas aunaría contra ellos todas las conciencias libres del mundo. Agréguese que en aquella "Edad Media" de Sudamérica estaba inclusive "prohibido y vedado no se lean libros ni haya farsas ni otras cosas semejantes". (Apud XLVI: 327).

Por cierto, algunos escritores han advertido con claridad tal sincretismo católico-solarista. D'Harcourt. Por ejemplo, reúne diversos casos concretos de la persecución eclesiástica contra las fiestas y las danzas indígenas de los pueblos quichuas antiguos. Entre otras prohibiciones y castigos morales y físicos, cita las ordenadas por el Concilio Provincial de Lima, en 1583 y por las Constituciones Synodales, también de Lima, en 1614. Recomienda, además, la lectura del trabajo del Jesuita Pablo José de Amaga, Extirpación de la idolatría del Perú, Lima, 1621. Solo a título de ilustración, sepa el lector que al indio que ejecutaba los cantos y los bailes interdictados, a un simple curita le asistía el "derecho" de determinar que se le brindaran cien latigazos y luego lo encerraran en el calabozo por el plazo de una semana. El reincidente era remitido a una autoridad eclesiástica superior, quien debería juzgar su "crimen" y punirlo. (Pedro de Villagómez. Exhortaciones e instrucción acerca de las idolatrías de los Indios del Arzobispado de Lima. 1649. Apud CXLI: 116-117). Un tal arzobispo Lobo de Guerrero, en este particular, rayó al sadismo más refinado, al ordenar el siguiente tipo de castigo: imponerle al "criminal" trescientos latigazos y hacerlo cabalgar por las calles sobre una llama, con la cabeza rapada y vistiendo un camión rojo. Sería punible en esta forma, todo indio que

---

<sup>6</sup> Paulo de Carvalho - Neto. "Diccionario del Folklore Ecuatoriano", Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito 2001 pp. 40

tocara al tamboril o bailara y cantara de acuerdo con su tradición. (Apud CXXI: 116-117).

Rubio Orbe toca el tema en el capítulo "La mezcla católico-fetichista" de su *Nuestros indios*. Escribe sin rebozos: "La religión católica es abstracta y especulativa, y no ha sido, hasta hoy, íntegramente entendida por los indios. Acostumbrados a la objetividad de la religión del Sol, de resultados inmediatos, mal pudieron comprender los metafísicos principios nuevos. La difusión de este credo tuvo su apogeo en la Colonia; sus sacerdotes, unas veces se dedicaron a hacer propaganda efectiva y otras, solo a explotar al amparo de estos principios. De aquella época a la nuestra casi ha desaparecido ya el primer aspecto. Esto ha determinado una mezcla confusa de elementos. Posiblemente, el indio adquirió, algunas formas, las más simples y objetivas de la religión importada; como no hubo una labor continuada, de complementación, amalgamó esos elementos con los de la suya; llenó los vacíos que no entendió con sus prácticas y concepciones primitivas, hasta hacer de la nueva religión un hibridismo en su contenido y en sus prácticas". A continuación, Rubio señaló ejemplos, comprobando así su punto de vista. (CXIII: 296-298).<sup>7</sup>

#### **1.1.2.1.6.5 REDENCIÓN DEL DIABLO O APUNTES SOBRE EL DIABLO-HÉROE**

Este proceso de explotación fue sin duda general en toda América, sin que sea necesario recurrir al nefando ejemplo de la Inquisición. En el Brasil, el mencionado Anchieta describió con las siguientes palabras llenas de incompreensión y de asombro la valentía del cacique Cururupeba:

"Un cierto bárbaro, entonces, de boca insolente, / lanzó contra los cristianos mil amenazas de muerte, / ex probándoles el brazo inerte y el pecho cobarde / bravateando contra ellos terribles matanzas". "...Tum funera forte locutus / Plurima,

---

<sup>7</sup> Paulo de Carvalho - Neto. "Diccionario del Folklore Ecuatoriano", Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito 2001 pp. 41

Christiadas contra, ferus ore protervo, / Barbarus, imbelles ánimos ignavaque corda / objii-ciens, letumque viris crudeles minatus". (ANCHIETA, De Rebus Gestis Mendi de Saa Praesidiis in Brasilia. II, 846-847. Manuscrito inédito de los Archivos de la Compañía de Jesús. Cit. por Paula Martins. En ANCHIETA, José de Poesías. Manuscrito do sé. XVI, em português, castellano latín e tupi. Transcribo, e notas de M. L. P. M. S. Paulo, Comissao do IV Centenario, 1954, 833 pp. c/ilustre. Véase p. 732).

Luego, compuso un auto para los indios ya semi-catequizados, en el que asocia Cururupeba al Diablo y haciendo que éste diga a otro Diablo su compañero:

Peor,  
perasó murú supí  
  
jandé ratápe sapéka,  
  
imongaémo, ipokéka,  
  
saimbekatuábo, sesi,  
  
imojypa, imomembéka.

"Venid, / conducid a los malditos / para quemarlos en nuestro fuego / hacerlos moquecas, / tostarlos, asarlos, / cocinarlos, derretirlos".

Pues bien, ¡cuántos y cuántos héroes no fueron asociados al Diablo! Diablo y brujos eran sinónimos de rebeldes a la catequesis.

Desde nuestros tiempos, sin embargo, adquieren otras dimensiones, se trata de mentes revolucionarias. En los días de hoy, ¡desconfiad oh lector! cuando "curuchupas" señalen a alguien con estos calificativos. Sonó la hora de reivindicarlos. Que vengan a nosotros todos los diablos y brujos de antaño. Levantémosles una estatua.

Frente a estos datos concretos se puede imaginar ¡qué poderosa personalidad tenían esos brujos! Procedían por superstición, es cierto, pero, en el fondo, eran líderes de los movimientos contra-aculturativos, transformando sus sesiones secretas

en reacciones al opresor, en poemas a la libertad. Si para los tiempos presentes constituyen supervivencias, es decir, están ultrapasados y deben desaparecer, en la era de la Conquista, sin embargo, representaban un "mal" necesario. Si yo viviera en aquel periodo y descendiera de Atahualpa, no estoy seguro si sería de "Cristo" o del Diablo. Pienso que sería del Diablo, pues con el Diablo estaba la América india, el Orden, la Paz, la Resistencia... "Cristo" era la traición, la capitulación, la cobardía. Las huestes de la "civilización", con sus "guerras santas" contra los "moros" americanos, debieron de haber sido consideradas, por los aborígenes, como olas de bárbaros invasores, a librar batallas desiguales. Hasta hoy el vocablo "blanco" es sinónimo de explotador y desalmado. Pesando bien las cosas, con criterio cristiano actual, ¿quiénes en verdad encarnaban al Diablo? ¿Los "blancos" imperialistas o los nativos defensores de su tierra?

En otras palabras, se llevaba una campaña organizada de descrédito. Minaron las bases psicológicas del optimismo indígena, tornándolos pesimistas a punto de no creer en sus mismos Jefes<sup>8</sup>

Hasta los tan conocidos refranes de diablo, inclusive, adquieren a mis ojos otras tonalidades:

Diablo predicador. Cont. manif.: "Persona de malas costumbres que da buenos consejos". Cont. lat.: Revolucionario que anuncia la redención.

Pobre diablo. C. M.: "Hombre despreciable". C. L.: Idealista.

Aquí hay mucho diablo. C. M.: "En este asunto hay mucha malicia, enredo". C. L.: Sabotaje, conspiración, secreto, espionaje Darse uno al diablo. C. M.: "Irritarse". C. L.: Toma de conciencia de los problemas sociales.

De mil diablos. C. M.: "Extremadamente malo, incómodo". C. L.: Indios insurgentes atacando con precisión.

---

8 Paulo de Carvalho - Neto. "Diccionario del Folklore Ecuatoriano", Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito 2001 pp. 41

Así paga el diablo a sus devotos. C. M.: "Así paga el diablo a quien bien le sirve".  
C. L.: Revolucionarios presos.

Donde el diablo perdió el poncho. C. M.: "En lugar distante o extraviado" C. L.:  
Revolucionario fugitivo.

Lo mismo ocurre con variadísimos versos que mencionan al diablo. Los interpreto  
con otro sentido. Otro sentido para mí, pues, tiene este trozo de la loa del Ángel  
del auto de los Reyes , en Licán:

Atiende y comprende,  
hombre de poca fe,  
que tu corazón será  
  
el campamento de todos los diablos,  
de los siglos de los siglos,  
  
Amén...(LXXXIV: 55)<sup>9</sup>

#### **1.1.2.1.6.6 DE LA OTRA IGLESIA**

En fin de cuentas. Ya en el siglo XVIII, los célebres Antonio de Ulloa y Jorge  
Juan escribían unas Noticias de América sobre el estado moral, militar y político de  
estos reinos del Perú y provincias de Quito, costas de Nueva Granada y  
Chile..., editadas en Londres, en 1826, en las cuales denunciaban con mucho  
coraje algunos "abusos escandalosos introducidos entre estos habitantes por los  
misioneros", las "causas de su origen y motivos de su continuación por el espacio  
de tres siglos". (CXXVII: 83).

En nuestros días, autores como Rubio Orbe no miden palabras para expresar  
que "toda la obra de la Iglesia Católica en este problema (aporte en bien del indio)  
puede reducirse al término de explotación". Rubio dedica numerosas páginas

---

<sup>9</sup> Paulo de Carvalho - Neto. "Diccionario del Folklore Ecuatoriano", Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito 2001 pp. 42

documentadas para comprobar la "explotación del catolicismo". Para él, "no solo que se ha fracasado en la propaganda del nuevo credo, sino que se le ha degenerado lamentablemente, poniéndolo al servicio de ambiciones materiales". "Los curatos de lugares muy poblados de indios, 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". Rubio demuestra la explotación eclesiástica del pongo y de la huasicama , de las fiestas populares tradicionales, de las misa rural , etc. "... 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". (CXIII: 161-163, 299-304).

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. ¡Cuántos dramas profundos no encerrarán los conventos de América! ¡Cuántas inteligencias fulgurantes no habrán sido eternamente confinadas al claustro! En el fondo: lucha por el poder político.

Poco a poco, no obstante, surgieron las escisiones. El cristianismo no pudo mantenerse indisoluble, porque dentro de cada sacerdote está el hombre, vale decir, el mal y el bien. ¿Cuándo las iglesias del verdadero Bien actuarán en América? ¿Cuándo dejarán de llamarlas cismáticas o iglesias infieles, tan solo porque pactan con el "Diablo" en favor de nuestra emancipación moral-económica? En el Ecuador, aún no se olvidan los afanes del Congreso Catequístico de Quito, en 1916, por imprimir un vuelco a la orientación eclesiástica ortodoxa, al recomendar la extinción de los priestazgos y la borrachera . (CXIII: 161-162).<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Paulo de Carvalho - Neto. "Diccionario del Folklore Ecuatoriano", Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito 2001 pp. 43

### 1.1.2.1.6.7CORRELACIONES

El teatro folklórico ecuatoriano sugiere aun otras consideraciones de carácter interpretativo, aquí ensayadas a título preliminar. Por ejemplo, ya puedo 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. Se explica así: los huacos usaban lanza y, hoy, usan bastón; los diablos de varias partes tienen látigo, pero los de Chambo golpean con bastón; los caprichos hacen retroceder al público amenazándolo con la escoba y varios danzantes blanden espada. Es decir, como en otros similares, procesos de cambio material de piezas culturales con persistencia de sus mismas funciones. 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 y que a cada rato recuerdan prácticamente ese poder infligiendo castigos físicos.

Las cintas y las plumas son adornos que se sustituyen mutuamente muchas veces en el folklore 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", constituyen símbolos de riqueza. Como el mando y la riqueza suelen andar juntos, resulta que quienes lucen cetros llevan cintas.

Estas hipótesis de correlaciones las extiendo a los adornos de cabeza. 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.

A veces, algunos enmascarados recurren a auténticas redundancias con los símbolos de riqueza, empleando, simultáneamente, plumas y cintas. Dicha redundancia, sin embargo, no suele ocurrir con los símbolos de mando. No he registrado siquiera una sola excepción. Lanza, bastón, cetro, escoba, espada y látigo, si bien representan una sola cosa, se excluyen mutuamente. Quien va con látigo ya no porta cetro, y así sucesivamente. Lo que puede acontecer, esto sí, es

que los cuernos, como adornos de cabeza, pasen a ser lucidos en las manos. El huaco, por ejemplo, en la mano derecha trae la lanza y, en la izquierda, cuernos de venado.<sup>11</sup>

#### **1.1.2.1.6.8INDUMENTARIA**

A dichos autos y personajes se liga, sin duda, el gran capítulo de la indumentaria popular ecuatoriana, del cual poseemos datos referentes a las siguientes piezas: acso , anaco , balaca , barbiquejo , basquina , bolsicón , capisayo , colla , cuzma , chai , chumbe , debajero , espuelas , facha-Una , faldellín , findu , gola , huaicas , 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 . Aún como parte de este capítulo, tenemos que destacar a la vestidora.

#### **1.1.2.1.6.9MÚSICA, 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. Si bien aún no se posee una colección bastante expresiva de grabaciones de campo, ya hay suficientes datos para clasificaciones e interpretaciones preliminares, sobre todo gracias a cuatro obras fundamentales. Colección de yaravíes quiteños (1883), La musique des Incas et sus survivances (1925), Música y danzas autóctonas del Ecuador (1949) y La música de los Incas (1957) y con lo que se sabe respecto de los siguientes géneros: agua corta , agua larga , ají de queso , alabado , albazos , alza , amorfino , andarele , ayan-faile , baile formal , bambuco , batacoré , beruju , bomba ,

---

<sup>11</sup> Paulo de Carvalho - Neto. "Diccionario del Folklore Ecuatoriano", Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito 2001 pp. 44

bundi , cachullapi , cal-derona , candunga , canguil , capishca , caramba , caramba nacional , costillar , cuyay-lia , danzantes , fabriciano , gato , guam-baleña , guateque , jaguay , mari-angola , 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 •osteales del folklore ecuatoriano: alfandoque ,arpa , bandolín , bocina, , bomba , bombo , caja , campanillas , candombe , caracol , clarín , corneta , cununo , chambo , chilchil , chirimía , churo , dulzaina , flauta , guacharaca , guáramo , 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 fan farra . En cuanto a los símbolos formados por las mudanzas de algunos bailes, se conoce: 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 Íntimamente correlacionadas con este capítulo están, además, las siguientes expresiones: acompañamiento, fandango, serenata, tono.<sup>12</sup>

#### **1.1.2.1.6.10JUEGOS**

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

---

<sup>12</sup> Paulo de Carvalho - Neto. "Diccionario del Folklore Ecuatoriano", Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Quito 2001 pp. 44



## 1. Sacharruna



Indio cubierto de hierbas los días de fiesta sacharuna, Hernest Charton (atribuido), Museo del Banco Central del Ecuador, Cuenca.

“ Todavía hay parcialidades de indios en el alto Ecuador, en cuyas fiestas aparecen entre los típicos danzantes otras extrañas caracterizaciones de indios llamados sacharunas, que quiere decir hombres selváticos, salvajes, primitivos, bárbaros, sin dudo alguna, vestigios y recuerdos que se han transmitido desde la más remota antigüedad, y los cuales llevan trajes de haces de paja que les cubren desde la cabeza hasta los pies, dejando unos un mero espacio entre los haces para sacar la cara, y otros con los haces desde el cuello, dejando libre la cabeza, ni más ni menos que un poncho”.

En otro documento, Andrade Marín precisa:

ciertas parcialidades indígenas actuales todavía tienen el vestigio tradicional, presentándose en sus fiestas con un disfraz llamado sacha-runa como personificando a los pueblos chirís [fríos], danzante que baila al ritmo de la expresión india 'achocha/, entremezclándose entre otros danzantes semidesnudos, yumbos, de los pueblos yungas, cálidos

*Gráfico II: Ilustración Sacharruna*



*Gráfico III: Ilustración de tres representaciones del Sacharuna*

**Izquierda:** Trajes de Quito (detalle: Sacharuna), en Gaetano Osculati, *Esplorazioni delle regioni equatoñali {...}*. Centro: Indio cubierto de hierbas los días de fiestas [sacharuna], Ernest Charton (atribuido), Museo del Banco Central del Ecuador, Cuenca. Derecha: Indio que Preside las entradas de Chamiza en los juegos de Toros, de Juan Agustín Guerrero, en *Imágenes del Ecuador del siglo XIX*.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Fonsal - *Imágenes de Identidad Siglo XIX*, Ed. Ortiz Crespo Alfonso, Quito 2005 pp. 416

## 2. Juanchos



Por referencias documentales de mediados del siglo XIX, colegimos que los juanchos eran una suerte de pregoneros. Al sonido de tambores y pífanos, eran los encargados de convocar a los vecinos en calles y plazas, a los actos académicos públicos de la universidad, al claustro universitario a sus reuniones, y -en el caso de la municipalidad- para las sesiones del cabildo. Sus característicos trajes, con tiras o cuadros de colores, y sombrero de igual estilo, captarían la atención de los transeúntes. Desfilaban con el consejo municipal.<sup>15</sup>

*Gráfico IV: Ilustración de Pregonero*

---

<sup>15</sup> Fonsal - .*Imágenes de Identidad Siglo XIX*”, Ed. Ortiz Crespo Alfonso, Quito 2005 pp. 197

### 3. Carga del Rey Patate



Holinski, viajero de mediados del siglo XIX, al hablar de las mascaradas de los indios dice: "Estos últimos son vestigios de la vida social del tiempo de los Incas. En ciertas ocasiones, que coinciden con las fiestas del calendario católico, llegan de las aldeas vecinas hasta el centro de la ciudad bandas de semisalvajes que conducen llamas adornadas de banderolas chillonas y vestidos ellos mismos de manera singular [...]. Una música primitiva y nada melodiosa, de tambores y pífanos, acompaña estas farsas burlescas".<sup>16</sup>

*Gráfico V: Ilustración de Viajero*

---

<sup>16</sup> Fonsal - *Imágenes de Identidad Siglo XIX*, Ed. Ortiz Crespo Alfonso, Quito 2005 pp. 252

#### 4. Baile de los Santos Reyes



Danza de indios disfrazados en día Reyes, de Juan Agustín Guerrero, en *Imágenes del Ecuador del siglo XIX*.<sup>17</sup>

Una secuencia interminable de celebraciones menores comprendía el calendario ritual católico, como respuesta a la creciente inserción de las poblaciones indias a su ámbito de influencia. Entre otras estaban las misas o pases del Niño, posteriores a la Navidad; seguidamente, los Santos Inocentes que preludiaban las mascaradas carnavalescas, al igual que la conmemoración de la Epifanía o visita al Niño de los Reyes Magos.

En la comparsa de esta acuarela, los personajes figuran disfrazados de negros; exactamente la misma representación de los nacimientos y que, además, formaba parte de las mascaradas de Inocentes. Se pondría considerar que los solsticios -el de verano del hemisferio norte (del 21 al 22 de junio), y el de invierno (del 21 al 22 de diciembre)- eran los momentos que marcaban el ciclo de vida y muerte del Dios católico. Por otra parte, los equinoccios precedentes o subsecuentes (del 21 o 22 de marzo, y el 22 o 23 de septiembre), "Es más pintoresco que la diversidad de trajes de los oficiantes y acompañantes, pues si los ornamentos de los sacerdotes difieren poco de los empleados por el clero español, no puede darse una idea de los caprichosos y complicados adornos que ostentan algunos acompañantes del cortejo. La historia de esos trajes extraordinarios, se remonta sin duda a los antiguos incas.

*Gráfico VI: Ilustración de Fiesta*

---

<sup>17</sup> Fonsal - *Imágenes de Identidad Siglo XIX*, Ed. Ortiz Crespo Alfonso, Quito 2005 pp. 254

## 5. Cucurucho de Viernes Santo



El alma santa, con su birrete más alto que el segundo piso de las casas, es figurante de las procesiones de semana santa: finalmente, el cucurucho o encapuchado es un cargador de andas en las mismas procesiones, que luego se dirige a pedir limosna de casa en casa, descalzo, sin proferir ni una palabra ni un sonido, y que tiene el privilegio de entrar sin permiso. Es una imitación de lo que en semana santa practican en Roma incluso personas de la nobleza.<sup>18</sup>

*Gráfico VII: Ilustración de Cucurucho*

---

<sup>18</sup> Fonsal - *Imágenes de Identidad Siglo XIX*, Ed. Ortiz Crespo Alfonso, Quito 2005 pp. 261

## 6. *Chacatalca*



En las diferentes solemnidades, especialmente en la del Viernes Santo y de la Ascensión del Redentor, se observan indios semidesnudos que, cumpliendo la penitencia impuesta por sus confesores, se hacen atar con cuerdas a una gruesa viga los brazos extendidos, y con ese peso siguen la procesión; además de estos, hay otros que llevan haces de las hojas cortantes de sigse, sujetos a modo de delantal, que al caminar hieren varias partes del cuerpo, haciendo correr ríos de sangre. Esos penitentes se llaman chakataska". Procesión del Viernes Santo en Latacunga.<sup>19</sup>

Indio mortificándose la carne el Viernes Santo, Ernest Charton (atribuido), Museos del Banco Central del Ecuador, Cuenca. Derecha: Penitente en Semana Santa, de Juan Agustín Guerrero, en *Imágenes del Ecuador del siglo XIX*.

*Gráfico VIII: Ilustración Penitente*

---

<sup>19</sup> Fonsal - *Imágenes de Identidad Siglo XIX*, Ed. Ortiz Crespo Alfonso, Quito 2005 pp. 275

### 7. Indio Gobernador sacando el Guión (prioste)



Izquierda: Un indio prioste acompañado de dos turbantes, el día Martes Santo, Ernest Charton (atribuido), colección privada. Centro: Indio Guionero, de Juan Agustín Guerrero, en *Imágenes del Ecuador del siglo XIX*. Derecha: indio guionero, firmado: "Por R. Salas", Museo Municipal Mena Caamaño<sup>20</sup>

Los indios y mestizos asumían también cargos rituales, pero la nobleza india tuvo un estatuto de privilegio en la sociedad de castas. Así, en tiempos republicanos, estuvieron presentes como dignatarios asimilados a los círculos del poder civil, y en los actos litúrgicos de Semana Santa, su rol de representación también estaba asegurado. Los actos no fueron sino una forma simbólica de las tendencias perceptibles en la sociedad.

*Gráfico IX: Ilustraciones de Indios Mestizos Disfrazados*

---

<sup>20</sup> Fonsal - *Imágenes de Identidad Siglo XIX*, Ed. Ortiz Crespo Alfonso, Quito 2005 pp. 278

## 8. Turbante



Los llamadas almas santas, con sus desmesurados y puntiagudos cucuruchos de cartón adornados con telas y cintas de varios colores, cubiertos de una larga túnica blanca y con el rostro velado, forman el cortejo de esas procesiones".<sup>21</sup>

Trajes de Quito (detalle: Cucurucho. El que pide limosna en la iglesia), en Gaetano Osculati, *Exploraciones delle región equatoriali*. Centro: Cucaracha [cucurucho] porta-campanilla en las procesiones, Ernest Charton (atribuido), Museos del Banco Central del Ecuador, Cuenca.

*Gráfico X: Ilustración Cucurucho Negro*

---

<sup>21</sup> Fonsal - *Imágenes de Identidad Siglo XIX*, Ed. Ortiz Crespo Alfonso, Quito 2005 pp. 280

## 9. Indio con voladores.



Indio ('Volador') que hace partir cohetes para anunciar que se acerca un santo, Ernest Charton (atribuido), colección privada.<sup>22</sup>

Tempranamente, los indios incorporaron a sus celebraciones la costumbre de los fuegos artificiales. Más aún, muchos indios aprendieron de los españoles el oficio que incluía la fabricación de la pólvora, material que se elaboraba especialmente en Latacunga, por la presencia de los componentes en esa zona.

Al hablar de los séquitos de indígenas en la ciudad de Quito, el viajero Joseph Kolberg relata que, con oportunidad de la fiesta religiosa, "no deben faltar los cohetes y voladores disparados por los indígenas. La Capilla de la Catedral que está situada en frente de mi habitación, al lado opuesto de la calle, ejerce una especial fuerza atractiva a estos pirotécnicos, y desde que han roto todos los vidrios de mis ventanas, tuve que tener cerrados los postigos para evitar mayores desgracias de esta manera".

*Gráfico XI: Ilustración Indio con Voladores*

<sup>22</sup> Fonsal - *Imágenes de Identidad Siglo XIX*, Ed. Ortiz Crespo Alfonso, Quito 2005 pp. 318

## 10. Vendedora



La mesa con figuritas en la fiesta del patriarca según Alejandro Mateus, citado en el diccionario de Carvalho-Neto: "En las fiestas patronales de las iglesias de San Francisco, Santo Domingo, San Agustín, y La Merced, muy por la mañana se ve a varias mujeres del pueblo que acomodan mesas, en la plaza contigua. Luego despliegan sobre cada una de ellas un mantel bien aplanchado, que lo cubren de figuritas. Aves, animales, indios, monjas, frailes, clérigos de blanco azúcar unos y de pintada masa de harina otros; chozas de flor de sigse, casas, iglesias, palacios de cartón con los respectivos habitantes; empanadas de dulce y diminutos platos de barro o sean tiestos llenos de manjar prieto o dulce de zambo".<sup>23</sup>

Vendedora de juguetes, anónimo,  
Ca. 1897, colección privada.

*Gráfico XII: Ilustración Vendedora*

---

<sup>23</sup> : Fonsal - .*Imágenes de Identidad Siglo XIX*", Ed. Ortiz Crespo Alfonso, Quito 2005 pp. 302

### 11. Danzante de Latacunga (Pujilla)



Trajes de Quito (detalle: Danzante de Latacunga), en Gaetano Osculaci, *Exploraciones delle regioni equatoriali*

De la provincia de Cotopaxi es sin duda el Corpus de Pujilí, aunque también se celebra en otras provincias de la sierra central ecuatoriana. De origen medieval cristiano, Corpus conmemora el Cuerpo de Cristo en la Eucaristía. Su coincidencia con fechas festivas del calendario indígena ha sido mencionada como explicación de la trascendencia que adquiere esta celebración desde tempranas épocas coloniales. La fiesta de Corpus se celebra en la actualidad en Angamarca, Sigchos, Zumbagua, Salcedo. Sin embargo, el Corpus de Pujilí tradicionalmente ha merecido mayor atención debido a la presencia de los Danzantes de Pujilí, como se conoce a los indígenas que se trasladan desde sus comunidades de origen, vestidos con lujoso y llamativo atuendo, para bailar en la fiesta de Corpus.

*Gráfico XIII: Ilustración Danzante*

El colorido atuendo de los danzantes de Cotopaxi, muestra el diseño y bordado tradicionales de las casullas y ornamentos eclesiásticos. El delantal, por ejemplo, consiste en una tela cuadrangular brillante, que puede ser satín, brocado o damasco, ricamente bordado y decorada con espejuelos, reatas, lentejuelas y a veces, un borde de papel plateado y flecos. Un relleno de cáñamo o de lienzo grueso le da consistencia. La cola, el ornamento de mayor tamaño, cubre la parte superior de la espalda del danzante, es forma rectangular y muestra riqueza en el bordado y decoración.

Los bordados frecuentemente representan motivos eclesiásticos como la eucaristía, el cordero, pero también motivos florales y pequeñas figuras de caballitos y jinetes. El valor del vestido se expresa en la calidad del bordado, en la decoración y en la belleza del conjunto. Se puede afirmar que se ha mantenido con pocas excepciones en poder de un sector no indígena.

Pintados con muchos colores y adornados con plumas de guacamayos, con conchillas, semillas y otras cuentas imitando a los salvajes yumbos, saltando y bailando sin detenerse, manejando sus lanzas de madera y otras armas, uso antiquísimo que los sacerdotes no han podido de ninguna manera hacer olvidar a los indios. Los bailarines de Latacunga y de Quito van también ataviados con trajes elegantísimos y de mucho valor, de los que cuelgan cantidades de monedas de plata (pesos) mediante pequeños agujeros hechos expresamente en ellas. Estos fanáticos, para lucir uno de tales trajes, que por lo general están recamados de oro y plata, gastan en un día todos los ahorros acumulados en un año, y aun se vuelven voluntariamente esclavos durante un tiempo determinado, hasta pagar lo convenido, y todo eso por la singular gloria de haber sido danzantes. Pero el danzante goza de varios privilegios, entre los cuales el mayor es poder entrar en las casas sin ser invitado, sentarse a la mesa y partir sin tener que dar las gracias.<sup>24</sup>

---

24 Fonsal - *Imágenes de Identidad Siglo XIX*, Ed. Ortiz Crespo Alfonso, Quito 2005 pp. 326



Arriba izquierda: Trajes de Quito (detalle: Danzante de Quito), en Gaetano Osculati, *Exploraciones delle regioni equatoriali*,  
Arriba derecha: Danzante, Ernest Charton (atribuido). Museos del Banco Central del Ecuador, Cuenca.<sup>25</sup>

*Gráfico XIV: Ilustración de Danzante de Baños*

---

<sup>25</sup> Fonsal - .Imágenes de Identidad Siglo XIX", Ed. Ortiz Crespo Alfonso, Quito 2005 pp. 328

## 12. Danzante de Baños



Arriba izquierda: indio disfrazado para asistir a la procesión, Ernest Charton (atribuido), colección privada. Arriba derecha: Danzante, de Juan Agustín Guerrero, en *Imágenes del lidiador del siglo XIX*.

*Gráfico XV: Ilustración de Danzantes de la Procesión*

### 13. Romeriante



Izquierda: Mujer en peregrinación, Ernest Charton (atribuido), Museos del Banco Central del Ecuador, Cuenca. Centro: Vestuario que usan las mujeres cuando vienen conduciendo á la Capital á la Virgen del Quinche, de Juan Agustín Guerrero, en Imágenes del Ecuador del siglo XIX. Derecha: Una peregrina al Quinche, anónimo, Ca. 1879, colección privada.

Después de tres siglos, ya se había consolidado esta tradición inveterada de hiperdulía relacionada con el santuario de la Virgen del Quinche. En realidad, el lugar donde se erigió el primitivo templo estuvo identificado como huaca o adoratorio indio. Con la extirpación de idolatrías pasó a ser lugar de la Virgen que es, en realidad, la de Oyacachi. Al tiempo de la festividad, los habitantes de Quito mantuvieron activa una gran movilización hasta el santuario, hecho que duraba algunos días, y que se conserva aún en la actualidad. Para la época estas romerías formaron parte del Folklore, que exigía inclusive una vestimenta distintiva de la mujer, quien participaba portando una banderola y afianzándose en otra identidad.<sup>26</sup>

*Gráfico XVI: Ilustraciones de Romeriantes*

26 : Fonsal - .Imágenes de Identidad Siglo XIX”, Ed. Ortiz Crespo Alfonso, Quito 2005 pp. 382

#### 14. Tocador de la Bocina



La música fue un componente inseparable de las numerosas y variadas celebraciones que conformaban el calendario ritual. En las acuarelas figuran dos instrumentos: la bocina, a la que se puede relacionar con tradiciones indígenas, pero que por el uso de la cornamenta del toro en su fabricación muestra una integración del elemento hispánico. El otro instrumento, en cambio, es de claro origen ibérico pues se trata de una caja o tambor.<sup>27</sup>

*Gráfico XVII: Ilustración de Bocinero*

---

<sup>27</sup> Fonsal - .*Imágenes de Identidad Siglo XIX*”, Ed. Ortiz Crespo Alfonso, Quito 2005 pp. 389

### 15. La Mima gigante (inocentes)



Representación de una negra en las mascaradas de Inocentes que comenzaba el 28 de diciembre, y terminaba con la celebración de los Santos Reyes. Se trata de la temporada que recuerda el episodio de la muerte de los niños de Belén, ordenada por Herodes, para terminar con la vida del Rey de los Judíos, según narra la historia sagrada; era festejada con mascaradas o comparsas de disfrazados que visitaban las casas residenciales o invadían los espacios públicos. Estamos frente a una secuencia de festividades que arrancaban con la Epifanía, seguían con la Noche Buena, continuaban con los Santos Inocentes, se prolongaban aún con los Santos Reyes, y terminaban en los carnavales. Sin duda todas de origen europeo.

Alejandro Holinski, "Algo más acerca de la vida de Quito" {1851}, en *El Ecuador visto por los extranjeros. Viajeros de los siglos XVIII y XIX*, p. 333.<sup>28</sup> Cuando Alejandro Holinski habla a mediados del siglo XIX de las mascaradas de indios dice que son vestigios del tiempo de los incas, y que llegan de los pueblos vecinos en grandes grupos "y vestidos e//os mismos de manera singular. Unos están

---

28 Fonsal - *Imágenes de Identidad Siglo XIX*, Ed. Ortiz Crespo Alfonso, Quito 2005 pp. 342

completamente cubiertos de tallos de plantas reunidos y recortados a modo de pie/oídos representan lo que llaman gigantes y gigantas. Para ello se revisten de un maniquí del doble del tamaño natural y cubierto de un largo traje; cuando ese maniquí simula una negra, hay dos cabezas, una sobre los hombros, y otra, la única viva, asoma, con picara bufonería, por donde se supone que termino el tronco y comienzan las piernas. Una música primitiva y nada melodiosa, de tambores y pífanos, acompaña estas farsas burlescas".

*Gráfico XVIII: Ilustración de Mima Gigante*

## 16. La Vaca Loca



En este juego festivo de la vaca loca, el armatoste movido por un individuo simula las corridas de toros que tenían lugar en los pueblos o aldeas agrarias andinas. Los animales cimarrones eran los protagonistas del espectáculo, que marcaba un momento crucial en los ciclos agrícolas. En la acuarela se evoca una versión del juego en la que, en el lomo del animal replicado, se ha atado diversas frutas. En otra versión, el animal lleva atados fuegos artificiales que estallan al igual que los de la ornamenta. El juego figura tanto en las fiestas indias como en la del mestizaje pueblerino. Acompaña a fiestas mayores como un entretenimiento para los asistentes.

Durante las celebraciones nocturnas. Estos personajes corren tras toda la gente del pueblo cargando el muñeco y haciendo el ademán de perseguirlos para atacarlos con sus cuernos. Cuentos y narraciones sobre la bravura de los hombres que mataron al feroz toro, adornarán la noche. Mientras esto ocurre, la Vaca Loca estalla en fuegos artificiales de múltiples colores que asustan a los transeúntes. La vaca loca es una de las múltiples tradiciones que los soldados españoles dejaron en suelo Ecuatoriano.<sup>29</sup>

*Gráfico XIX: Ilustración de Niño disfrazado de vaca loca*

---

<sup>29</sup> Joaquín Pinto - .Ecuador Pintoresco”, Ed.Salvat, España 1977 pp. 37

## 17. El Tamborilero



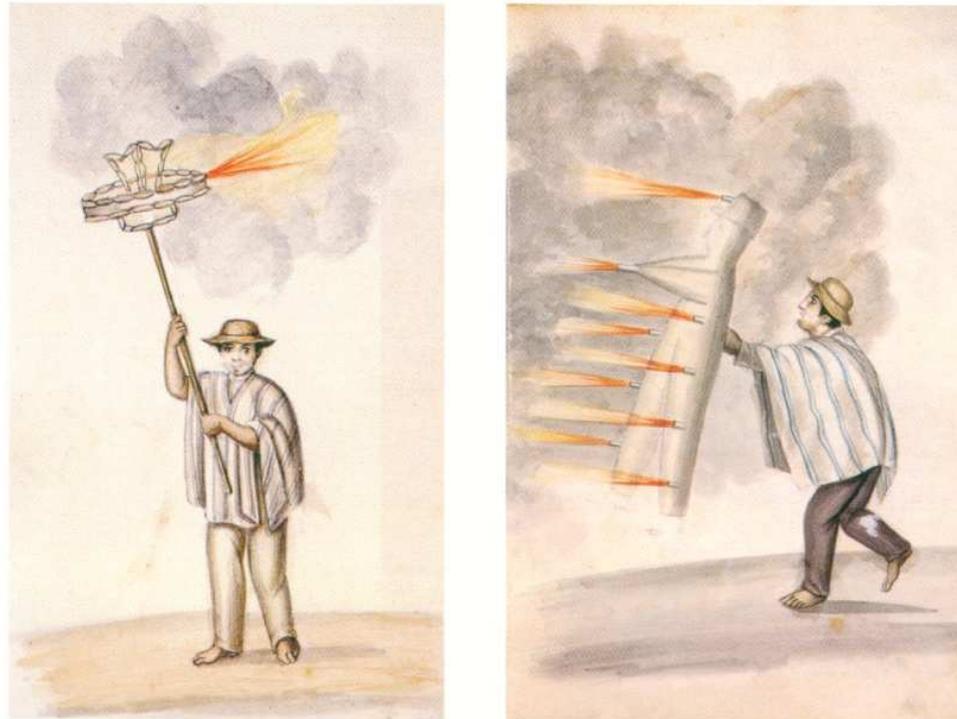
Simultáneamente, el músico toca el tambor o caja, y la flauta o 'pijuano', tradicionalmente fabricada con huesos de aves. La actividad corresponde a la asignación de roles en el reordenamiento comunitario, impuesto en las posesiones coloniales americanas por las reformas agrarias toledanas.<sup>30</sup>

Tambor indio, Ernest Charton (atribuido). Museos del Banco Central del Ecuador, Cuenca. Centro: Indios músicos. Indios Sambizeños anunciando una fiesta, Ernest Charton (atribuido), colección privada. Tamborilero de los Indios Danzantes, de Juan Agustín Guerrero, en Imágenes del Ecuador del siglo XIX.

*Gráfico XX: Ilustración de Tamborilero*

---

<sup>30</sup> Fonsal - .Imágenes de Identidad Siglo XIX", Ed. Ortiz Crespo Alfonso, Quito 2005 pp. 453



Izquierda: La rueda. Fuegos artificiales. Derecha: El cachudo. Fuegos artificiales. Ambas ilustraciones son anónimas, Ca. 1879, colección privada.

*Gráfico XXI: Ilustración de Indígena con bengalas*

## 20. Representaciones de la fauna.



Así como el carnaval o carnestolendas marcaba un período de tolerancia, el período de los inocentes también era un tiempo de revés de la realidad, de la emergencia de sus parodias. El poder invisible, encarnado en los personajes disfrazados, se convertía en el poder burlesco. Los rigores de los sometimientos cotidianos eran objeto de mofa, y se simbolizaban por el látigo, y la recompensa en bolsas de dinero. En estos juegos de alteración de la realidad, adquieren sentido los animales devenidos humanos. Así, se podría entender la presencia del venado y de la oveja: representaciones de la fauna nativa y de la doméstica traída por los españoles, respectivamente. Parte esencial del sentido carnavalesco, en cuanto paganización del mundo, de claro origen europeo, y exacta correspondencia con los sentidos de oposición de las castas. <sup>31</sup>

*Gráfico XXII: Ilustración de la Fauna*

---

31 Fonsal - .*Imágenes de Identidad Siglo XIX*”, Ed. Ortiz Crespo Alfonso, Quito 2005 pp. 511

## 21. Guagracote



Los personajes son un remedo del poder en sus expresiones macro, sobre el conjunto de la sociedad, y micro, sobre los entornos de la servidumbre doméstica. De allí que sean hombres y mujeres que representen a autoridades civiles y militares, así como a cholas que asumen el control de los mercados y organizan a la servidumbre señorial. Por ello figura en una de estas acuarelas el indio sumiso: es decir; sometido al mando del personaje que encarna, al poder restringido a los espacios públicos.<sup>32</sup>

*Gráfico XXIII: Ilustración de Guagracote*

---

32 Fonsal - .*Imágenes de Identidad Siglo XIX*”, Ed. Ortiz Crespo Alfonso, Quito 2005 pp. 513

## 22. Cohetero



El cohetero entra también en el inventario folklórico del dibujante. 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. El cohetero de este dibujo usa una de las formas más corrientes de la cohetería, la del portador de la "rueda"; lleva su girándula, que se mueve con propulsión propia, atizada por la pólvora encendida con un fósforo, y una candela o un cigarrillo de envolver, fijado en la comisura de los labios. El oficio del cohetero, es el de correr a lo largo y a lo ancho de la plaza; el de acercarse a algunos festejador es descuidados y espantarlos con los estallidos, lo que tiene efecto sobre todo entre grupos de mujeres. Y el cohetero lleva a su vez consigo otros materiales y otros juegos explosivos, como son los torpedos de pie, los raspadores, los buscapiés.

*Gráfico XXIV: Ilustración de Coetero*

### 23. Canónigo en Semana Santa



Orgullosos de su alta jerarquía religiosa, los canónigos asisten en su totalidad a la solemne procesión de Semana Santa y resulta impresionante verlos en su traje de circunstancia o "Capa Magna", provisto de una larguísima cola o cauda, que arrastra cuatro o cinco metros de tela negra o morada. La comunidad en pleno, así presentada, da a estas ceremonias un dramatismo especial. La ceremonia se realiza en la mañana del Jueves Santo, precediendo al lavado de los pies de doce pordioseros, que representan a los doce apóstoles, labor que ejecuta el Obispo en recuerdo del acto similar efectuado por Jesús antes de la Última Cena. La cauda comprendía un bonete o capucha, la capa, la sobrepelliz y la larga cola que, en las procesiones, era llevada por un niño sacristán. Charton afirma que la procesión de canónigos se repetía todos los días de la Semana Santa y, en su emotiva descripción de los ritos quiteños, se refiere a esta "seria ceremonia" en la cual los canónigos "barren lúgubrememente con su largo manto, negro de duelo, la distancia de una media legua, desde la iglesia hasta el Calvario".<sup>33</sup>

*Gráfico XXV: Ilustración de Canónigo*

---

<sup>33</sup> Joaquín Pinto - *Ecuador Pintoresco*, Ed. Salvat, España 1977 pp. 2

## 24. Rondín



Sereno, *ronda*, vigilante nocturno, son varios los nombres que se dan a estos cuidadores de la seguridad de los vecinos durante la noche. Nuestro personaje ha sido bautizado por Joaquín Pinto como el "rondín", y lleva vestido de indio, poncho grueso, sombrero hasta las cejas farol de vela, una lanza para su protección y un instrumento musical que entonces fue el "rondador" o flauta de Pan de los Andes; posteriormente, la armónica o "rondín", y, en fin, un simple pito o silbato que anunciaba su paso por cada esquina. El rondín actuaba desde que se acababan los faroles hasta las primeras luces de la madrugada. Juan Castro Velázquez, estudioso de nuestras costumbres, anota que el sereno fue dibujado por varios de los cronistas viajeros europeos que pasaron por el Ecuador y que siempre se pintó a este personaje con un rondador en la mano: "Muchas de las tradiciones quiteñas se relacionan con las salidas de personajes embozados escondidos en la sombra de la noche", continúa el escritor guayaquileño, quien cree que, para tales noctámbulos, la presencia del rondín fue compañía amable, seguridad en sus aventuras nocturnas y advertencia de la hora exacta de su trasnoche y que, al mismo tiempo que el ronda tocaba su rondín, seguía su grito largo "¡Las tres han dado!", anuncio que iba acompañado de alguna expresa alabanza a Dios.

*Gráfico XXVI: Ilustración de Indígena tocado el rondín*

## 25. Vendedor



No los hemos conocido en los últimos tiempos como debieron ser allá hacia fines de siglo, cuando los pintó Joaquín Pinto. Entonces los vemos con escopeta de cacería, larga vistas de campaña, guitarra, paños al brazo y varios sombreros sobre la cabeza. Hace unos pocos años, esos tradicionales vendedores ambulantes, muchos de entre ellos "turcos" o pastusos, ejercían su oficio de mercachifles. Ante todo, no fiar a nadie; luego, tener un acento musical y agradable para el pregón de los productos en calles y plazas; ser tenaces y amables para conseguir y mantener clientes; saber el arte difícil del regateo y convencer al comprador de que el negocio es bueno, aunque no lo fuera; tener algún regalo suplementario, un espejo o dar una "yapa", como actos de generosidad; conocer todos los caminos del campo e intentar ventas en cada caserío; levantarse temprano para ganar el puesto en las ferias y hacer plaza con humor, sin perder nunca la sonrisa, aun en los días malos. El mercachifle, oficio de vendedor minorista que se ejerce de puerta en puerta, va desapareciendo por el cambio de los sistemas y métodos comerciales se les veía con su enorme atado de telas, llevado por sus propios hombros o por un borrico. Pero parece interesante recordar a estos personajes cargados de los productos de mejor aceptación popular: galletas, ponchos de Castilla, casimires de Jijón, rondines, toda suerte de botones, colonias del Estanco, talcos de arroz y otras clases de afeites, vinchas etc. Y, siempre, alguna copla para justificar las exigencias del negocio: "Si el fiar pena me causa —y el cobrar pena mayor, para no tener dos penas— no fiar es lo mejor."

*Gráfico XXVII: Ilustración de Vendedor*

## 26. Prioste de la corona en Quito



Las fiestas gustan al campesino; y como frailes y autoridades no pueden pagarlas, hacen que el campesino las pague. Ser prioste es a la vez honor y carga, ya que no sólo da prestigio, sino que tal vanidad cuesta cara, pues hay que cubrir todas las necesidades de las misas, novenas, Pasos de Niño, Corpus, Pentecostés y días del santo del santoral: San Antonio, San Pedro, San Juan, Santa Rosa. El prioste paga asimismo la campana del campanario, el vestido de la Virgen, las cortinas de la casa parroquial, la pintura de la iglesia; vende sus cosechas para cubrir el costo de sus generosidades, y si no tiene cosechas, vende su ganado; y si no tiene ganado, se endeuda ante el primer usurero que encuentra. Lo fundamental es quedar bien y presumir de que el prioste de ese año no sólo ha ofrecido a sus vecinos comidas de cuyes y chanchos ornados sino abundante chicha, espectáculo de danzantes contratados, banda de pueblo, misa con tres celebrantes vestido nuevo para toda su familia. El grabado de Joaquín Pinto muestra a la prioste con pollera refajo nuevos, con chal de seda, zarcillos de plata y piedras falsas, sombrero de ala amplia y cintillo de seda. Su generosidad la ha llevado a todo; inclusive, como dicen las gentes del pueblo, hasta "a vender el alma al diablo".

*Gráfico XXVIII: Ilustración de Prioste*

## 27. El bocinero



La bocina fue un instrumento musical que se empleó para las grandes distancias cuando había de anunciarse, en campos y aldeas algún hecho importante de los que acontecían en los valles andinos. Formada con fragmentos de "cacho" o cuerno de buey y completado el tubo con guaduas o maderas huecas, producía, mediante un hábil pero duro soplido, un sonido profundo y distante que se escuchaba en las lejanías. Con la bocina se convocaba al trabajo y en particular a la siega del trigo; se llamaba a los comuneros a la labor gratuita de la minga o a alguna importante reunión de la comuna, y hasta se tocaba la bocina para anticipar el paso de los toros bravos a una corrida de pueblo, a un rodeo de ganado o simplemente al camal. Y las gentes se ponían en lugar seguro o miraban, desde una ventana, desde lo alto de un árbol o un tapial, a los toros nerviosos que seguían desconfiados al "madrino", buey mascota que guiaba a los animales a su destino.

El bocinero vestía con zamarros de piel de borrego y llevaba consigo la beta o cabestro larguísimo de piel de vaca curtida y trenzada, el sombrero rustico de fieltro y, por supuesto, su bocina. Y ya que de anunciar paso de cuernos se trata, he aquí la copla que transcribe Juan León Mera en sus "Cantares del Pueblo Ecuatoriano":

Por tu causa, gran cochina, ya está el pobre al expirar, y mañana a sepultar le han de llevar con bocina.

*Gráfico XXIX: Ilustración de el bocinero*



Los danzantes pertenecen a la más antigua tradición de ritos y ceremonias, en cualquier parte en donde aparezcan, en cualquier tiempo en el que actúen: Navidad, Semana Santa, Corpus, etc. Para situarnos en la época del grabado reproducido, Don José Modesto Espinosa, que no los apreciaba, decía en 1862: "la Municipalidad ha querido danzantes en la Capital de la República y no sé si triunfará ella o el gobierno que no los quiere ni en las aldeas". "Vestidos a manera de salvajes, de mil extraños modos" y bailando al son del tamborín y el pífano, "precediendo a la procesión y anunciándola con saltos, gritos y embestiduras," el autor los juzga "adoradores del sol regocijados con la fiesta del corpus", reminiscencia pagana entronizada en el ceremonial cristiano, que avanzan en las Procesiones junto a canónigos, jueces y autoridades, niños ángeles, soldados y pueblo. Y cuando al tercer día se han agotado los fuegos de artificio y las vacas locas; cuando se han retirado de los balcones las colchas y las banderas; de las esquinas y atrios, los altares de fiesta; de las calles, los arcos y las flores; cuando cada cual ha cumplido con la fiesta religiosa, ya no queda en la ciudad "sino alguna partida de danzantes que por la tarde regresan a sus pueblos sin saber donde pisan ni donde tienen la cabeza."

*Gráfico XXX: Ilustración de Danzante de Quito*

## 29. La frutera



Cuánta fruta da el país par al comercio dulce y fragante que ofrecen estas mujeres. Porque el Ecuador, con sus climas variados y contradictorios, tiene de todo: desde la fresa salvaje, el mortiño y la mora, que crecen naturalmente junto a las nieves, hasta los mameyes, papayas y plátanos de las tierras cálidas y frutas de nombres raros y sabores exóticos: el chamburo, el chigualcán, el pechiche, la chirimoya, el caimito, la guanábana. Nadie ha de quejarse de falta de fruta, pues llega en cualquier época del año e invade los mercados de las ciudades y las orillas de los caminos. Antes, no ofrecía un limón sino una "mano de limones", todos los que cabían, por el precio de una unidad. Y además daban "yapa", regalo extra de su generosidad. Sabían que los mejores aguacates venían de Guallabamba; las mejores manzanas, emilias o balsonas de Pillara. Que los mirabeles eran mejores en Cuenca; que en la Sierra no gustaba el mamey "mata-serrano"; que las guabas machetonas tenían carne más dulce; que el jugo de tamarindo era bueno para la digestión y que una pina de Milagro bastaba para toda una familia. La frutera pregonaba su fruta desde la madrugada; y si en la costa proponía "naranja-pelada", en la Sierra ofrecía frutillas de Hua-chi, en pequeños cestos de mimbre. ¡Cuánta nostalgia ver reemplazadas estas bellas tradiciones por los actuales e inhumanos supermercados ¡...Aunque todavía quedan muchas fruterías al borde de los caminos y en las desuetas estaciones del tren.

*Gráfico XXXI: Ilustración de Frutera*

### 30. El vaquero

Un trabajador más, pero con cierto rango, con cierta categoría que hacía del vaquero no sólo un peón necesario, sino un ser admirado por los otros campesinos. Como su trabajo fuera , el de tierras frías, su vestido requería de un poncho grueso y otro de aguas; de zamarros de piel de chivo o de borrego y a veces de venado o de león; de acial con cacho de pata de sebricabra; de veta retorcida por el propio vaquero en un punto preciso de curtiembre y con recetas de preparación para que saliera larga y flexible. En la costa, el vaquero no necesitaba de tanta ropa porque lo protegía el clima tropical. Su vehículo, el caballo pequeño y fuerte, capaz, de correr y galopar sobre los cuatro mil metros de altura; y en las sabanas de la costa, caballo ágil y hecho a los tremedales y a las picaduras de víbora. El vaquero conocía de memoria su hato y su ganado y tenía en su mente el número de recién paridos, de terneros, de becerros, de valonas de vientre y de fierro, de novillos. de toros, toretes y bueyes. Estaba obligado a participar en los rodeos y en cada una de las diversas operaciones que exigían esos trabajos: enlajar al toro desde el caballo, cortarle la carrera, amarrar la veta en la cabezada, derribar y tumbar al becerro para ponerle el hierro, limpiarle de garrapatas, despuntar y curar los cuernos enfermos, pinchar el hijar para sanar el torzón, y luego soltar al animal, generalmente desconcertado y enfurecido. Y en ese instante, prepararse a la embestida, hacer el quite par a dar salida al toro y seguir, otras tantas veces, con la misma historia. El vaquero portaba su bocina para anunciar el paso de las reses bravas. y algún coplero desconfiado no dejaba de aconsejarle en un cantar:

"Si te nombran de vaquero, —hazte el que enlazas de errada, —mata la mejor bacona— y di: se murió rodada.—Si te nombran de ovejero,— hazte el dormido o el bobo,—  
cómete el carnero padre —y di que lo comió el lobo.— "

### 31. Belermo



Desde el 28 de diciembre hasta el 6 de enero, aparecen en las calles de pueblos y ciudades los "disfrazados" o "inocentes", que aprovechan de su oculta personalidad para divertirse a costilla de los otros y para cometer desafueros y desmanes, aun cuando casi siempre inofensivos, que no los hubiesen hecho normalmente. La costumbre de los "Inocentes" es tan antigua en el Ecuador que entre otros habla de ella el viajero Stevenson, a comienzos del siglo XIX. Curiosamente los disfraces no salen en Carnaval, como es hábito general, sino en el tiempo inmediatamente posterior a la Navidad, en conmemoración de las matanzas de los niños por el rey Herodes. Los folkloristas Mera y Espinosa, en la segunda mitad del siglo pasado, estaban de acuerdo en condenar los excesos de los "inocentes", y el segundo respondía a un artículo de prensa del primero: "Hasta nuestros días continúa la celebración de los "inocentes", y cada vez que un disfrazado hace una broma pesada sin darse a conocer, se justifica ante el ofendido gritándole: ¡por inocente!". Pedro Fermín Cevallos, también en el siglo anterior, da su versión de los Inocentes: "todos, con inclusión de algunas mujeres, se andan y corren echando bromas agudas y martillando con el eterno e insulso "¿me conocéis?" Por las calles, plazas, atrios, portales y casas". Entre los disfrazados que se divierten y bailan hasta la

madrugada, Cevallos cita negros, reyes, mindalas, monos y belermos. Según el mismo folklorista, los tales "belermos serían gentes disfrazadas de bethlemitas ". Completando el dato, el Diccionario del Folklore Ecuatoriano reproduce esta cita de Carlos R. Tobar: "El Padre Belermo de nuestras máscaras o mejor dicho de nuestras mojjangas, es un individuo vestido con una ropa talar de percal o percalina con capilla o capucha, semejante así a un dominó, como a un hábito de fraile. Por llevar el tal moharracho una jeringa en la mano, sospechamos que se propone remedar a los religiosos bethlemitas o sea de la congregación fundada para servicio de los enfermos en Guatemala, hacia 1653, por Pedro de Bethancourt, muerto a 25 de abril de 1667 en olor de santidad. Bethlemita de Belén o Bethlem o Beit-el-Lahm". La palabra no la trae el Diccionario de la Lengua, de donde se deduce su origen autóctono en el folklore ecuatoriano.

*Gráfico XXXII: Belermo o Payaso*

### 32. Romeriante



"Romeriantes " llama el idioma popular ecuatoriano a los "romeros" del habla castellana y así localiza en el país a los devotos peregrinos que emprenden larguísimas romerías con su bastón o cayado. Mas los tiempos van cambiando y si antes el viaje era a pie o sobre el lomo de borricos y caballos, luego se lo hizo en tren y en bus. No importan las distancias: lo que

Interesa es cumplir con la visita al santuario de la devoción. Localizados en todos los confines del Ecuador están las imágenes y cuadros que atraen a multitudes de creyentes9 casi en su totalidad campesinos. Los Cristos del Cuicuno, en Cotopaxi y del Árbol en Pomasquí; el Señor de la Buena Esperanza, en Quito; Las Vírgenes del Quinche, cerca de Quito; de las Lajas, en la frontera colombiana y en la gruta de la Paz; de Agua Santa, en Baños; del Cisne, en Loja, mantienen su enorme popularidad, como, por su parte, San Jacinto de Yaguachi y hasta la Narcisa, en los campos costeños. Los romeriantes visten en sus romerías sus mejores atuendos y así se presenta la indígena de esta acuarela que lleva falda y manto rayados de lana, sombrero de fieltro con cintillo de seda, zarcillos de plata, cayado y jarro de hojalata para beber las aguas milagrosas, ya que, coincidentemente, en la mayoría de los lugares de romería existen vertientes minerales curativas.

*Gráfico XXXIII: Ilustración de Romeriante*

### 33. Diablada de Píllaro



La Diablada de Píllaro declarada como Patrimonio Cultural Intangible del Ecuador, que se realiza del 1 al 6 de enero.

A los indígenas de la colonia les daba un día al año para el descanso, que era aprovechado para disfrazarse de diablos para distraerse, así como protestar por la opresión, abuso y represión de la que eran víctimas, el ritual se realizaba primero en las grandes haciendas luego, en la vida republicana llegaron del campo a la urbe. Se llevaba el mérito el primero en llegar a Píllaro, este reto de rebeldía en la época de la colonia se supone fue transmitido por miembros mitimaes de la parte del sur del continente, por lo que existen similitudes con las sociedades bolivianas y peruanas, pero que a su vez conservan algo propio del lugar.

Esta rebeldía se oculta detrás de las máscaras, que no son similares a las del sur, pero tienen connotaciones propias de Píllaro, “lo que ha hecho que esta fiesta cobre el sentimiento de manifestación, ya no como protesta, sino como proceso de desarrollo histórico y cultural que se fortalece para generar autoestima en la sociedad actual”.

Los danzantes visten trajes de color rojo con cuernos confeccionados en cartón y papel celofán. La careta está hecha de cartón, blusa y capa de tela espejo adornada con flecos, guantes negros y un látigo de patas de venado.

*Gráfico XXXIV: Fotografíade Danzante disfrazado de Diablo*

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 ESTUDIO DE MERCADO**

#### **2.1.1 Introducción**

En una época de globalización y de alta competitividad de productos o servicios, como lo es en el cambiante mundo del marketing es necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado, para ello es de vital importancia para asegurar el éxito de las empresas hacer uso de técnicas y herramientas, una de ellas es llevar a cabo un estudio de mercado, en conjunto con una serie de investigaciones como lo son, competencia, los canales de distribución, lugares de venta del producto, que tanta publicidad existe en el mercado, precios, etc.

Es muy frecuente que los empresarios no tengan claro qué es lo que venden. Muchas veces parece irrelevante preguntarse qué vendemos. Evidentemente, todos los vendedores conocen los productos que ofrecen a los consumidores. Pero no necesariamente conocen que buscan los consumidores en nuestros productos.

La frase clave es conocer el mercado. Las necesidades del mercado, es decir de los consumidores son las que dan la pauta para poder definir mejor que es lo que vamos a vender y a quienes así como dónde y cómo lo haremos.

#### **A) Mercado**

Los Mercados que en la terminología económica de un mercado es el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía

mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse.

### **2.1.2 Concepto De Mercado**

Conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes. El mercado surge desde el momento en que se unen grupos de vendedores y compradores, y permite que se articule el mecanismo de la oferta y demanda.

### **2.1.3 Análisis general de mercado**

La investigación de mercado pretende entregar información histórica y actual acerca del comportamiento de los consumidores, proveedores, competidores y también de los canales de distribución para la comercialización del producto del proyecto. Esta información será básica tanto para la elección de las técnicas de proyección de mercado más adecuadas, como para efectuar las proyecciones mismas.

### **2.1.4 Estudio de mercado.**

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

## Antecedentes del estudio de mercados

El estudio de mercado surge como un problema del marketing y que no podemos resolver por medio de otro método. Al realizar un estudio de éste tipo resulta caro, muchas veces complejos de realizar y siempre requiere de disposición de tiempo y dedicación de muchas personas.

Para tener un mejor panorama sobre la decisión a tomar para la resolución de los problemas de marketing se utilizan una poderosa herramienta de auxilio como lo son los estudios de mercado, que contribuyen a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permiten conocer mejor los antecedentes del problema.

El estudio de mercado es pues, un apoyo para la dirección superior, no obstante, éste no garantiza una solución buena en todos los casos, más bien es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez tratan de reducir al mínimo el margen de error posible.

## Ámbito de Aplicación del Estudio de Mercado

Con el estudio de mercado pueden lograrse múltiples de objetivos y que puede aplicarse en la práctica a cuatro campos definidos, de los cuales mencionaremos algunos de los aspectos más importantes a analizar, como son:

### El consumidor

- Sus motivaciones de consumo
- Sus hábitos de compra
- Sus opiniones sobre nuestro producto y los de la competencia.
- Su aceptación de precio, preferencias, etc.

### El producto

- Estudios sobre los usos del producto.
- Tests sobre su aceptación
- Tests comparativos con los de la competencia.
- Estudios sobre sus formas, tamaños y envases.

## El mercado

- Estudios sobre la distribución
- Estudios sobre cobertura de producto en tiendas
- Aceptación y opinión sobre productos en los canales de distribución.
- Estudios sobre puntos de venta, etc.
- La publicidad
- Pre-tests de anuncios y campañas
- Estudios a priori y a posteriori de la realización de una campaña, sobre actitudes del consumo hacia una marca.
- Estudios sobre eficacia publicitaria, etc.

### **2.1.5 Clases de Mercado**

Puesto que los mercados están contruidos por personas, hogares, empresas o instituciones que demandan productos, las acciones de marketing de una empresa deben estar sistemáticamente dirigidas a cubrir los requerimientos particulares de estos mercados para proporcionarles una mejor satisfacción de sus necesidades específicas.

Según el monto de la mercancía

Mercado Total.- conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.

Mercado Potencial.- conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio, un bien está en condiciones de adquirirlas.

Mercado Meta.- está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar.

Mercado Real.- representa el mercado al cual se ha logrado llegar a los consumidores de los segmentos del mercado meta que se han captado.

## **A) Otros Tipos de Mercado**

- **Mercado mayorista**

Son en los que se venden mercaderías al por mayor y en grandes cantidades. Allí acuden generalmente los intermediarios y distribuidores a comprar en cantidad los productos que después han de revender a otros comerciantes, a precios mayores y caprichosamente elevados.

- **Mercado Minorista**

Llamados también de abastos, donde se venden en pequeñas cantidades directamente a los consumidores.

Una nueva modalidad de este tipo de mercados lo tenemos en los llamados "Supermarkets" (Supermercados) de origen norteamericano, los que constituyen grandes cadenas u organizaciones que mueven ingentes capitales. En aquellos se estila el "autoservicio", es decir, que el mismo consumidor elige los artículos que va a comprar, eliminándose el empleado dependiente y al pequeño comerciante que vende personalmente sus artículos.

### **2.1.6 Estrategias de mercado en un producto-mercado amplio**

1. El método del mercado meta único: segmentar el mercado y escoger uno de los segmentos homogéneos, como mercado meta de la firma.
2. El método del mercado meta múltiple: segmentar el mercado y elegir dos o más segmentos, cada uno de los cuales será tratado como mercado meta separado, que necesita una mezcla comercial diferente.
3. El método del mercado meta combinado: combinar dos o más submercados en un mercado meta mayor como base para una estrategia.

### **2.1.7 Características de Mercado**

El mercado está compuesto de vendedores y compradores que vienen a representar la oferta y la demanda.

Se realizan relaciones comerciales de transacciones de mercancías.

Los precios de las mercancías tienden a unificarse y dichos precios se establecen por la oferta y la demanda.

### A) La Situación Del Mercado

Debemos ser capaces de descubrir las oportunidades para nuevos negocios y no suponer que todo será igual para siempre. Los tocadiscos ya han sido reemplazados por los toca-cassettes y recientemente los CD's: ya no se usan reglas de cálculo y los computadores están ampliando su presencia en los hogares luego de haber conquistado el mercado de oficinas.

Si bien existen muchas maneras creativas para describir oportunidades, existen 4 métodos formales para identificar nuevos negocios:

- Penetración en el mercado
- Desarrollo del mercado
- Desarrollo del producto
- Diversificación

En la penetración del mercado buscamos quitarle clientes a la competencia mediante una mejor publicidad, mayor distribución, reducciones de precio, nuevos envases, etc.

En el desarrollo del mercado tratamos de captar nuevos clientes sin modificar el producto, por ejemplo los supermercados y los restaurantes abren locales en nuevas zonas, buscando nuevos clientes.

Para poder ubicar oportunidades de negocios es importante estudiar la situación en 3 niveles:

- El Entorno Nacional
- El Sector Específico
- El Consumidor

El Entorno Nacional

Se debe estar informado de los cambios en los campos político, económico, social y tecnológico. Hoy en día recibimos una fuerte influencia en nuestras actividades de las decisiones del gobierno, la marcha de la economía, la violencia, la pobreza y las sorprendentes y rápidas innovaciones tecnológicas.

En los últimos años las evoluciones de entorno han adquirido

considerablemente importancia en la marcha de los negocios como consecuencia del evidente avance hacia un mercado libre y competitivo; una serie de monopolios han sido desarticulados y el excesivo reglamentarismo está siendo reemplazado por una legislación más promotora que controlista. Estos y muchos otros cambios en el entorno están ocurriendo lenta e inexorablemente.

#### B) El Sector Específico

Los cambios en el entorno causan diversos efectos en cada sector considerando el tipo de productos o servicios, la competencia, la producción, los precios y las tendencias de los consumidores.

#### C) El Consumidor

En un mercado de libre competencia, es el consumidor o comprador el que tiene la decisión final sobre el éxito o fracaso de un producto o servicio.

### **2.1.8 Segmentación de Mercado**

Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. Todos los mercados están compuestos de segmentos y éstos a su vez están formados usualmente por sus segmentos. Por ejemplo el segmento de adolescentes puede dividirse aún más atendiendo a bases de edad, sexo, o algún otro interés. Un segmento de mercado está constituido por un grupo importante de compradores. La segmentación es un enfoque orientado hacia el consumidor y se diseñó para identificar y servir a éste grupo. No existe una sola forma de segmentar un mercado, es por eso que se deben probar diversas variables, solas y combinadas, con la esperanza de encontrar la manera óptima de concebir la estructura del mercado. A continuación se detallan las principales variables utilizadas para la segmentación de mercado:

#### **A) Segmentación geográfica.**

Requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas como

naciones, estados, condados, ciudades o barrios; se puede operar en una o dos áreas, o en todas.

### **B) Segmentación demográfica.**

Es la división en grupos basados en variables demográficas como la edad, el sexo, el tamaño de la familia, ciclo de vida, nivel de ingresos. Una de las razones por la que se utiliza éste tipo de segmentación es que las necesidades, deseos y tasas de uso están a menudo estrechamente relacionados con las variables demográficas.

### **C) Segmentación psicográfica.**

Aquí los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad.

### **D) Segmentación por conducta.**

En esta segmentación los clientes se dividen en grupos según sus conocimientos, actitudes, costumbres o sus respuestas a un producto.

#### **2.1.9 Técnicas más especializadas pueden ayudar a segmentar**

Las técnicas de agrupamiento. La "agrupación" reúne a clientes que poseen muy parecidas características de segmentación, en segmentos homogéneos. Los métodos de agrupación se valen de computadoras.

El posicionamiento indica dónde los clientes ubican en un mercado, las marcas propuestas y/o actuales. Exige cierta investigación formal de mercado.

El mérito más destacable del posicionamiento es ayudar a los gerentes a comprender cómo ven los clientes a sus mercados

#### **2.1.10 Metodología de Aplicación para la Investigación**

Selección de áreas de aplicación del estudio (segmentación geográfica)

Lugar de realización.

Universidad Politécnica (alumnos de Ing. Industrial e Ing. en sistemas)

Tipo de encuesta:

Preguntas cerradas (estructuradas)

De alternativa constante

Opción múltiple

Determinación de la muestra

Método de contacto:

Personal, en forma individual.

Tamaño de la muestra:

## **2.2 DISEÑO GRÁFICO**

### **2.2.1 Historia**

El libro *Die hystorie venden grooten Coninck Alexander* impreso mediante xilografía en 1491 por Christiaen Snellaert. El trabajo de los xilógrafos se asemejaba más al del artesano que al del diseñador gráfico.

La definición de la profesión del diseñador gráfico es más bien reciente, en lo que refiere su preparación, su actividad y sus objetivos. Aunque no existe consenso acerca de la fecha exacta en la que nació el diseño gráfico, algunos lo datan durante el período de entreguerras. Otros entienden que comienza a identificarse como tal para finales del siglo XIX.

Puede argumentarse que comunicaciones gráficas con propósitos específicos tienen su origen en las pinturas rupestres del Paleolítico y en el nacimiento del lenguaje escrito en el tercer milenio a. de C. Pero las diferencias de métodos de trabajo, ciencias auxiliares y formación requerida son tales que no es posible identificar con claridad al diseñador gráfico actual con el hombre de la prehistoria, con el xilógrafo del siglo XV o con el litógrafo de 1890.

La diversidad de opiniones responde a que algunos consideran como producto del diseño gráfico a toda manifestación gráfica y otros solamente a aquellas

que surgen como resultado de la aplicación de un modelo de producción industrial; es decir, aquellas manifestaciones visuales que han sido "proyectadas" contemplando necesidades de diverso tipo: productivas, simbólicas, ergonómicas, contextuales, etc.

### **2.2.1.1 Antecedentes**

Una página del Libro de Kells: Folio 114, con texto decorado contiene el *Tunc dicit illis*. Un ejemplo del arte y diagramación de página de la edad media.

El libro de Kells —una Biblia manuscrita profusamente ilustrada, realizada por monjes irlandeses del siglo IX E.C. — es para algunos un muy hermoso y temprano ejemplo del concepto de diseño gráfico. Para otros, se trata de una manifestación gráfica, de gran valor artístico, de altísima calidad, y que incluso sirve de modelo para aprender a diseñar —pues incluso supera en calidad a muchas de las producciones editoriales actuales—, no obstante no sería producto del diseño gráfico, pues su concepción no se ajusta a la del proyecto de diseño gráfico.

La historia de la tipografía —y por carácter transitivo, también la historia del libro— está estrechamente vinculada a la del diseño gráfico; esto puede ser así porque prácticamente no existen diseños gráficos en los que no se incluyan elementos gráficos de este tipo. De ahí que cuando se habla de la historia del diseño gráfico, también se cita la tipografía de la columna trajana, las miniaturas medievales, la imprenta de Johannes Gutenberg, la evolución de la industria del libro, los afiches parisinos, el Movimiento de Artes y Oficios (Arts and Crafts), William Morris, la Bauhaus, etc."

La introducción de los tipos móviles por Johannes Gutenberg hizo a los libros más baratos de producir, además de facilitar su difusión. Los primeros libros impresos (incunables) marcaron el modelo a seguir hasta el siglo XX. El diseño gráfico de esta época se ha llegado a conocer como Estilo Antiguo (especialmente la tipografía que estos primeros tipógrafos usaron) o Humanista, debido a la escuela filosófica predominante de la época.

Tras Gutenberg, no se vieron cambios significativos hasta que a finales del siglo XIX, específicamente en Gran Bretaña, se hizo un esfuerzo por crear una clara división entre las Bellas Artes y las Artes Aplicadas.

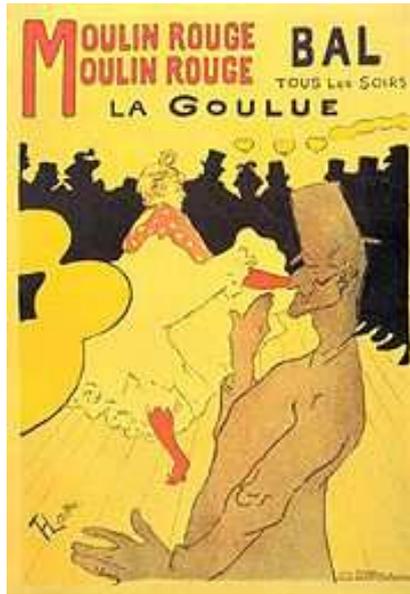
### **2.2.1.2 Siglo XIX**

Primera página del libro *The Nature of Gothic* de John Ruskin, editado por la imprenta Kelmscott. El Arts and Crafts proponía revivir el arte medieval, la inspiración en la naturaleza y el trabajo manual.

Durante el siglo XIX el diseño de mensajes visuales fue confiado alternativamente a dos profesionales: el dibujante o el impresor. El primero estaba formado como artista y el segundo como artesano, ambos frecuentemente en las mismas escuelas de artes y oficios. Para el impresor tenía como arte el uso de ornamentos y la selección de fuentes tipográficas en sus composiciones impresas. El dibujante veía a la tipografía como un elemento secundario y prestaba más atención a elementos ornamentales e ilustrativos.

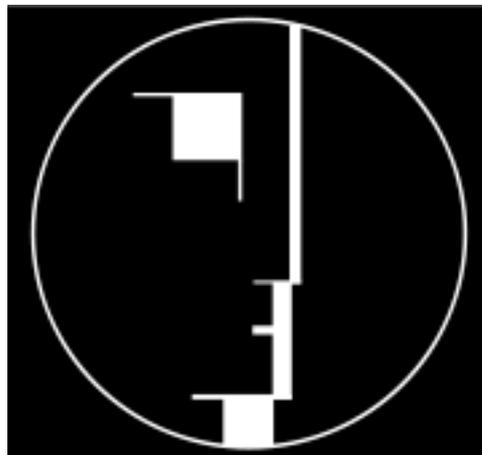
Entre 1891 y 1896, la imprenta Kelmscott de William Morris publicó algunos de los productos gráficos más significativos del Movimiento de Artes y Oficios (Arts and Crafts), y fundó un lucrativo negocio basado en el diseño de libros de gran refinamiento estilístico, vendiéndolos a las clases pudientes como objetos de lujo. Morris demostró que existía un mercado para los trabajos de diseño gráfico, estableciendo la separación del diseño con respecto a la producción y las bellas artes. El trabajo de la imprenta Kelmscott está caracterizado por su recreación de estilos históricos, especialmente medievales. Biblia manuscrita profusamente ilustrada, realizada por monjes irlandeses del siglo IX d. de C. es para algunos un muy hermoso y temprano ejemplo de diseño gráfico. Para otros, se trata de una manifestación gráfica, de alto valor artístico, de altísima calidad, que incluso sirve de modelo para aprender a diseñar pues supera en calidad a muchas de las producciones editoriales actuales, pero no sería producto del diseño gráfico, pues su concepción no se ajusta a la del proyecto de diseño gráfico.

### 2.2.1.3 Primeras vanguardias



*Gráfico XXXV: Cartel Moulin Rouge por Henri de Toulouse-Lautrec*

Cartel para el Moulin Rouge de París. Realizado por Henri de Toulouse-Lautrec con litografía a color en 1891. Gracias al Art Nouveau, el diseño gráfico cobró orden y claridad visual en la composición.



*Gráfico XXXVI: Logotipo Escuela Bauhaus*

Logotipo de la Escuela de la Bauhaus. Fundada en 1919 por Walter Gropius, es considerada la cuna de la profesión del diseño.



Gráfico XXXVII: Portada del libro *Arquitectura en Vjutesmas* por Lissitzky

Portada del libro "АрхитектураВхутемас" (*Arquitectura en Vjutesmas*), realizada por El Lissitzky en 1929. El diseño constructivista, especialmente cultivado en Rusia y la escuela de Vjutesmas, sienta el mejor precedente de claridad en el mensaje a principios del siglo XX y un esfuerzo por reducir el ruido y ordenar el mensaje tipográfico de forma legible.



Gráfico XXXVIII: Poster para el *Data matinée* por Theo van Doesburg

Poster para el Dada Matinée. Realizado por Theo van Doesburg en enero de 1923. La organización tipográfica libre, expresa el espíritu del movimiento Dada, su irracionalidad, busca de la libertad y oposición al estado de las cosas y expresiones visuales de la época.



*Gráfico XXXIX: Diseño de la Identidad Corporativa para Lufthansa*

Diseño de la identidad corporativa para Lufthansa, por parte del Grupo de Desarrollo 5 de la HfG de Ulm. La escuela de Ulm fue un punto inflexión en la historia del diseño, ya que allí se perfiló la profesión del diseño mediante una metodología científica.



*Gráfico XL: Diseño de Pictogramas*

Diseño de pictogramas actuales, para el servicio de Parques Nacionales de los Estados Unidos. La idea de simplificar al máximo las formas en los símbolos se desarrolló durante la década de 1950.

El diseño de principios del siglo XX, al igual que las bellas artes del mismo periodo, fue una reacción contra la decadencia de la tipografía y el diseño de finales del siglo XIX.

El interés por la ornamentación y la proliferación de cambios de medida y estilo tipográfico en una misma pieza de diseño, como sinónimo de buen diseño, fue una idea que se mantuvo hasta fines del siglo XIX. El Art Nouveau, con su clara voluntad estilística fue un movimiento que aportó a un mayor orden visual en la composición. Si bien mantuvo un alto nivel de complejidad formal, lo hizo dentro de una fuerte coherencia visual, descartando la variación de estilos tipográficos en una misma pieza gráfica.

Los movimientos artísticos de la segunda década del siglo XX y la agitación política que los acompañaba, generaron dramáticos cambios en el diseño gráfico. El Dada, De Stijl, Suprematismo, Cubismo, Constructivismo, Futurismo, y el Bauhaus crearon una nueva visión que influyó en todas las ramas de las artes visuales y el diseño. Todos estos movimientos se oponían a las artes decorativas y populares, así como también el Art Nouveau, que bajo la influencia del nuevo interés por la geometría evolucionó hacia el Art Decó. Todos estos movimientos aparecieron con un espíritu revisionista y transgresor en todas las actividades artísticas de la época. En este período también proliferaron las publicaciones y manifiestos, mediante los cuales los artistas y educadores mostraron sus opiniones.

Durante la tercera década del siglo XX se desarrollaron aspectos interesantes para la composición del diseño gráfico. El cambio de estilo gráfico fue trascendental porque muestra una reacción contra el organicismo y eclecticismo ornamentalista de la época y propone un estilo más despojado y geométrico. Este estilo, conectado con el constructivismo, el suprematismo, el neoplasticismo, el De Stijl y el Bauhaus, ejerció una influencia duradera e ineludible en el desarrollo del diseño gráfico del siglo XX. Otro elemento importante en relación a la práctica profesional, fue el creciente uso de la forma visual como elemento comunicacional. Este elemento apareció sobre todo en los diseños producidos por el Dada y el De Stijl.

El símbolo de la tipografía moderna es la tipografía sin serifa o de palo seco, inspirada por los tipos industriales de finales del siglo XIX. Destacan Edward Johnston, autor de la tipografía para el Metro de Londres, y Eric Gill.

#### **2.2.1.4 Las escuelas de diseño**

Jan Tschichold plasmó los principios de la tipografía moderna en su libro de 1928, *New Typography*. Más tarde repudió la filosofía que expone en esta obra, calificándola de fascista, pero continuó siendo muy influyente. Herbert Bayer, que dirigió desde 1925 hasta 1928 el taller de tipografía y publicidad en la Bauhaus, creó las condiciones de una nueva profesión: el diseñador gráfico. Él puso la asignatura de "Publicidad" en el programa de enseñanza incluyendo, entre otras cosas, el Análisis de los medios de publicidad y la Psicología de la publicidad.

Es así como Tschichold, Herbert Bayer, László Moholy-Nagy, y El Lissitzky se convirtieron en los padres del diseño gráfico como lo conocemos hoy día. Fueron pioneros en las técnicas de producción y en los estilos que se han ido usando posteriormente. Hoy, los ordenadores han alterado drásticamente los sistemas de producción, pero el enfoque experimental que aportaron al diseño es más relevante que nunca el dinamismo, la experimentación e incluso cosas muy específicas como la elección de tipografías (la Helvética es un revival; originalmente era un diseño basado en la tipografía industrial del siglo XIX) y las composiciones ortogonales.

En los años siguientes el estilo moderno ganó aceptación, al tiempo que se estancaba. Nombres notables en el diseño moderno de mediados de siglo son Adrian Frutiger, diseñador de las tipografías Univers y Frutiger; y Josef Müller-Brockmann, importante cartelista de los años cincuenta y sesenta.

La Hochschule für Gestaltung (HfG) de Ulm fue otra institución clave en el desarrollo de la profesión del diseñador gráfico. Desde su fundación, la HfG se distanció de una posible afiliación con la publicidad. Al comienzo, el departamento en cuestión se denominó Diseño Visual, pero rápidamente quedó claro que su objetivo actual era resolver problemas de diseño en el área de la comunicación de masas, en el año académico 1956/57 el nombre se cambió por el de Departamento de Comunicación Visual, según el modelo del Departamento de Comunicación Visual de la New Bauhaus en Chicago.[2][3] En la HfG de Ulm, se decidió trabajar primordialmente en el área de la comunicación no persuasiva, en campos como el de los sistemas de signos de

tráfico, planos para aparatos técnicos, o la traducción visual de un contenido científico. Hasta ese momento no se habían enseñado sistemáticamente esas áreas en ninguna otra escuela europea. A comienzos de los años 70, miembros de la *Bund Deutscher Grafik-Designer* (Asociación de diseñadores gráficos alemanes), dieron a conocer varios rasgos de su identidad profesional, como en el caso de Anton Stankowski entre otros. Mientras que en 1962 la definición oficial de la profesión se orientaba casi exclusivamente a las actividades publicitarias, ahora se extendía hasta incluir áreas ubicadas bajo la rúbrica de la comunicación visual. Las imágenes corporativas elaboradas por el Grupo de Desarrollo 5 de la HfG de Ulm, como aquellas creadas para la firma Braun o para la compañía aérea Lufthansa fueron asimismo decisivas para esta nueva identidad profesional.

Gui Bonsiepe y Tomás Maldonado fueron dos de las primeras personas que intentaron aplicar al diseño ideas extraídas de la semántica. En un seminario realizado en la HfG de Ulm en 1956, Maldonado propuso modernizar la retórica, el arte clásico de la persuasión. Bonsiepe y Maldonado escribieron luego diversos artículos sobre semiótica y retórica para publicación inglesa *Uppercase* y la revista *Ulm* que resultarían un importante recurso para los diseñadores a esa área. Bonsiepe sugirió que era necesario contar con un sistema moderno de retórica, actualizado por la semiótica, como herramienta para describir y analizar los fenómenos de la publicidad. Por medio de esta terminología, podía exponerse la llamada "estructura omnipresente" de un mensaje publicitario.

La idea de simplicidad como característica de buen diseño continuó presente por muchos años, no sólo en el diseño de alfabetos sino también en otras áreas. La tendencia de simplificar influyó todos los medios en la vanguardia del diseño en la década de 1950. En ese momento, se desarrolló el consenso de que *simple*, no sólo era equivalente de *bueno*, sino que también era equivalente de *más legible*. Una de las áreas más afectadas fue el diseño de símbolos. Los diseñadores se plantearon el problema de hasta qué punto se los podía simplificar sin destruir su función informativa. Sin embargo, recientes

investigaciones, han demostrado que sólo la simplificación de formas de un símbolo no incrementa necesariamente su legibilidad.

### **2.2.1.5 Segundas vanguardias**

La reacción a la cada vez mayor sobriedad del diseño gráfico fue lenta pero inexorable. Los orígenes de las tipografías postmodernas se remontan al movimiento humanista de los años cincuenta. En este grupo destaca Hermann Zapf, que diseñó dos tipografías hoy omnipresentes Palatino (1948) y Óptima (1952). Difuminando la línea entre las tipografías con serifa y las de palo seco y reintroduciendo las líneas orgánicas en las letras, estos diseños sirvieron más para ratificar el movimiento moderno que para rebelarse contra él.

Un hito importante fue la publicación del Manifiesto Lo primero es lo primero (1964), que era una llamada a una forma más radical de diseño gráfico, criticando la idea del diseño en serie, carente de valor. Tuvo una influencia masiva en toda una nueva generación de diseñadores gráficos, contribuyendo a la aparición de publicaciones como la revista Emigre.

Otro notable diseñador de finales del siglo XX es Milton Glaser, que diseñó la inconfundible campaña I Love NY (1973), y un famoso cartel de Bob Dylan (1968). Glaser tomó elementos de la cultura popular de los sesenta y setenta.

Los avances de principios del siglo veinte fueron fuertemente inspirados por avances tecnológicos en impresión y en fotografía. En la última década del mismo siglo, la tecnología tuvo un papel similar, aunque esta vez se trataba de ordenadores. Al principio fue un paso atrás. Zuzana Licko comenzó a usar ordenadores para composiciones muy pronto, cuando la memoria de los ordenadores se medía en kilobytes y las tipografías se creaban mediante puntos. Ella y su marido, Rudy VanderLans, fundaron la pionera revista Emigre y la fundición de tipos del mismo nombre. Jugaron con las extraordinarias limitaciones de los ordenadores, liberando un gran poder creativo. La revista Emigre se convirtió en la biblia del diseño digital.

David Carson es la culminación del movimiento contra la sobriedad y la contrición del diseño moderno. Algunos de sus diseños para la revista Raygun son intencionadamente ilegibles, diseñados para ser más experiencias visuales que literarias.

#### **2.2.1.6 Actualidad**



*Gráfico XLI: Fotografía de un Estudio de Diseño*

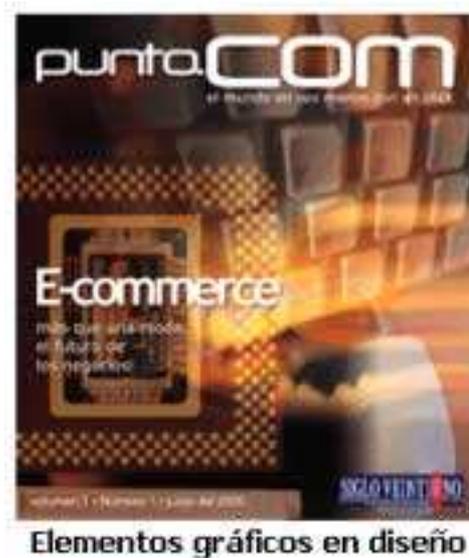
Escritorio de un estudio de diseño. Hoy en día, gran parte del trabajo de los diseñadores gráficos es asistido por herramientas digitales.

El diseño gráfico se ha transformado enormemente por causa de los ordenadores. A partir de 1984, con la aparición de los primeros sistemas de autoedición, los ordenadores personales sustituyeron de forma paulatina todos los procedimientos técnicos de naturaleza analógica por sistemas digitales. Por lo tanto los ordenadores se han transformado en herramientas imprescindibles y, con la aparición del hipertexto y la web, sus funciones se han extendido como medio de comunicación. Este cambio ha incrementado la necesidad de reflexionar sobre tiempo, movimiento e interactividad. Aún así, la práctica profesional de diseño no ha tenido cambios esenciales. Mientras que las formas de producción han cambiado y los canales de comunicación se han extendido, los conceptos fundamentales que nos permiten entender la comunicación humana continúan siendo los mismos.

## 2.2.2 Ilustración dentro del Diseño

### 2.2.2.1 Introducción

Los elementos gráficos son una parte fundamental del diseño en todas sus modalidades, introduciendo en las composiciones información visual que complementa en gran medida el mensaje que se desea transmitir, y que a veces es tan importante en el diseño como los contenidos textuales del mismo.



*Gráfico XLII: Fotografía de Revista Punto.com*

Libros, folletos, carteles, revistas, tarjetas y páginas web incluyen elementos gráficos en mayor o menor medida, debiendo el diseñador conocer los diferentes objetos gráficos que puede utilizar en cada trabajo, su significado y sus utilidades, pues cada uno de ellos está orientado a unas tareas concretas.

Los elementos gráficos se usaron inicialmente poco en la web, sobre todo debido al peso de los ficheros gráficos necesarios, que con las conexiones a Internet que disponían los usuarios medios hacía que las páginas tardaran demasiado en descargarse desde el servidor.

Con el aumento de los anchos de banda y la aparición de avanzados algoritmos de compresión de las imágenes, los gráficos fueron introduciéndose

cada vez más en las páginas web, siendo raro en la actualidad encontrar una que no los use en mayor o menor medida.



**Diferentes objetos gráficos en la web**

*Gráfico XLIII: Fotografía de Página Web*

Existen diferentes objetos gráficos que podemos usar en nuestros diseños, entre los que podemos citar logotipos, banners, iconos, bullets, fotografías, ilustraciones, etc. Cada uno de ellos posee unas características de diseño y unas capacidades de comunicación propias, jugando un papel diferente en la composición.

Ya conocemos los tipos de ficheros gráficos, su naturaleza y sus propiedades. Vamos ahora a estudiar los diferentes elementos gráficos existentes y cómo podemos utilizarlos de forma adecuada en nuestros trabajos.

### **2.2.2.2 Ilustraciones**

La ilustración es uno de los recursos más usados en diseño clásico, pues al no estar sometidas férreamente a un modelo natural, permiten al ilustrador dibujar libremente el motivo que más se adapte a la composición.

Si se eligen de forma adecuada al sentido del diseño, las ilustraciones son bellas, adecuadas a cada contexto y muy explícitas, siendo por tanto una de las misiones del diseñador encontrar un ilustrador cuyo estilo se adapte al del proyecto que tiene entre manos.

Hay muchas técnicas disponibles para crear bellas ilustraciones para imprenta a un solo color (grabado, linóleo, xilografía, rasqueta, siluetas, dibujos a la pluma y a trazos, etc.). En estas ilustraciones, con aspecto de grabado en madera o xilografía, hay una intrigante ambigüedad entre la técnica clásica del grabado en madera y el estilo ultramoderno de la ilustración.

La ilustración a todo color comprende una inmensa gama de estilos, desde al realismo a lo extraño y fantástico. Por lo tanto, le da al diseñador amplias posibilidades de presentar imágenes gráficas en formas frescas y originales. El color puede usarse en forma lisa, opaca, semitransparente o en degradados, pudiendo conseguirse con él un enlace visual entre la ilustración y otros elementos de la composición. También puede ser usado para recrear estilos de períodos concretos.



**La belleza de una buena ilustración**

*Gráfico XLIV: Ilustración de Caballo en Lámina*

Las ilustraciones en blanco y negro se usan habitualmente en periódicos y revistas a tinta negra, mientras que las de color se usan para apoyar todo tipo de material editorial, carteles, folletos, etc., pudiendo utilizarse una ilustración de forma que el conjunto del diseño gire a su alrededor.

La ilustración que se realiza para cualquier diseño debe estar relacionada con los elementos de refuerzo del diseño y quedar reflejada en los mismos. El estilo

y la técnica pueden usarse para hacerse eco de un período o imagen particulares, de una marca o de un estilo concreto, por lo que en estos casos la ilustración debe ser concebida con ese objetivo en mente.

A la hora de realizar una ilustración destinada a trabajos digitales, como presentaciones, interfaces de aplicaciones o páginas web, podemos optar bien por dibujarlas a mano, escanearlas y retocarlas si es preciso, bien por empezar el dibujo directamente en un programa gráfico adecuado.



**Decorando una web con ilustraciones**

*Gráfico XLV: Fotografía de Página Web 2*

Sea como sea, los programas gráficos son de gran ayuda a la hora de trabajar con ilustraciones, ya que en ellos se realizan fácilmente operaciones que en dibujo o pintura son muy laboriosas (tareas repetitivas, copiar una imagen entera o parte de ella, dibujar trazados geométricos perfectos, aplicar filtros o efectos, etc.).

Para crear una ilustración podemos, en principio, usar cualquier programa gráfico, aunque dependiendo del tipo de ilustración buscada habrá unos más adecuados que otros.

Así, si en nuestra ilustración van a predominar los trazos limpios y geométricos resultan especialmente indicados los programas de gráficos vectoriales, como Adobe Illustrator o Macromedia Freehand. En cambio, si lo que buscamos es una ilustración que parezca más natural, con trazos difuminados, juegos de colores o luces, degradados o tonos concretos, serán más indicados

programas de retoque, como Adobe Photoshop o Paint Shop Pro.



*Gráfico XLVI: Captura de Pantalla en el Programa Adobe Ilustrador*

Una buena alternativa es usar una combinación de ambos tipos, creando los objetos geométricos y las líneas puras con un programa vectorial y completando luego la ilustración en un programa de retoque. Si no deseamos crear nosotros mismos las ilustraciones, siempre podemos encargarnos expresamente a un dibujante profesional o recurrir a Internet, donde existen sitios web especializados en este tipo de componentes gráficos. En este caso deberemos tener especial cuidado con los derechos de autor, sobre todo si decidimos usar ilustraciones capturadas de sitios dedicados a su venta, siendo conveniente asegurarse siempre de si el material que vamos a usar es de pago (en cuyo caso habrá que comprarlo) o de libre distribución y uso.

En las páginas web también pueden aportar estética e información, aunque este medio se decanta más por las figuras simples, como iconos o botones, y por las fotografías en caso de necesitar material gráfico más complejo.



### **2.3.1.1 Definición extendida.**

Se trata de un movimiento relativamente moderno. En sus primeros momentos tuvo mucho que ver con la pintura de caballete, con la decoración arquitectónica y con los dibujos realizados para las revistas ilustradas.

El uso cotidiano de la ilustración ha sido básicamente el de la publicidad, prestándose a hacer anuncios de cualquier tipo de producto, a decorar la portada de un libro, un cómic, de un juego de ordenador, o a hacer aparecer la imagen descrita en un libro de cuentos.

Por supuesto no solo el de la publicidad es el único uso de la ilustración; en los años 80, edad de oro de la ilustración, y aún en nuestros días, muchos artistas optan por hacer suyo este estilo a la hora de crear su obra, como es el caso del maestro Frank Frazetta, Burne Hogarth, Tim White, Berni Wrightson, H. R. Giger, Olivia, Dave McKean, Liberatore, Milo Manara, Esteban Maroto, Boris Vallejo, Julie Bell, Luis Royo, Oscar Chichoni, Alex Ross, John Romita Sr., Vicente Segrelles, y un largo, larguísimo, etcétera. No se trata sino de otra corriente más dentro de la época contemporánea, un movimiento artístico, quizá de menos envergadura y aceptación que muchos otros, pero que sin duda ya está siendo tenido en cuenta por la Historia del Arte, al ser un medio de comunicación visual creado para las masas, como puede ser la fotografía, el cómic, el cartel o el cine.

Entendemos por ilustración, en términos generales, cualquier obra dibujada con acuarela, tinta china a plumilla, óleo o aerógrafo (y prácticamente cualquier otra técnica artística), con características parecidas o iguales a las del cartel y el cómic. La influencia del cartel es clara: los dos están destinados al mundo del producto y del consumo. La ilustración se muestra llamativa hacia el espectador para que compre por ejemplo un cómic o un libro simplemente por la portada. En la ilustración y en el cartel las formas se muestran de un modo maravillosamente exagerado, rozando la fantasía, normalmente la imagen aparece generosamente coloreada, con mucha luz, y que contiene un mensaje icónico preparado para una percepción instantánea del mensaje, un mensaje que debe ser impactante, que llame la atención del espectador. Con una

composición ordenada armónicamente para que los distintos elementos del dibujo lleven a una correcta y rápida lectura de la obra.

Según Chichoni (ilustrador y dibujante de cómics) "... En un cierto género de pintura se plantea un hecho prevalentemente estético, donde la composición y el uso del color suelen tener una preponderancia sobre la anécdota. En la ilustración, en cambio, existe siempre una carga narrativa más evidente y directa. Por lo tanto creo que una ilustración es una suma de calidad estética, buena técnica y originalidad narrativa".

En efecto, la estética narrativa de la ilustración es la que compara y hace hermanos de fondo a ésta y el cómic. El cómic ejerce una influencia innegable en la ilustración. El tomo completo de un cómic ha de resumirse en la portada. Toda una secuencia de viñetas se puede narrar en una sola imagen ilustrada, y a su vez, se puede decir que cada viñeta es una ilustración, pues recoge un tiempo real transcurrido en una sola imagen. Es por ello que casi todos los ilustradores tratan igualmente el arte del cómic y viceversa: casi todos los dibujantes de cómics crean ilustraciones.

En definitiva, la ilustración se trata de un dibujo icónico-gráfico destinado normalmente a la difusión masiva en copias mecánicas idénticas entre sí sobre soporte plano y estático.

La ilustración, como ya se ha dicho, es un medio de comunicación visual creado para las masas. La bibliografía que el estudio de este modo de comunicación (la fotografía, el cartel, el cómic, la ilustración, la televisión, etc.) ha generado a lo largo del siglo XX es inmensa, incluso mayor que la de algunos géneros artísticos tradicionales, y sin embargo, la Historia del Arte ha permanecido en cierto modo ajena a este fenómeno, y ello a pesar del desarrollo de algunas metodologías que podían haberse manifestado más afines, como ha Historia Del Arte Social.

### 2.3.2 Historia de la ilustración.

#### 2.3.2.1 Primeros Antecedentes.

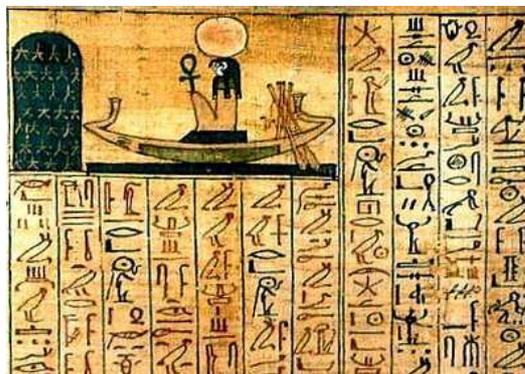
Su historia se remonta muchos siglos atrás; surge en libros y manuscritos, donde aparece inicialmente como suplemento para evidenciar y complementar la información de textos y escritos, esto lo podemos ver en el legendario Libro de los Muertos y en los Papyrus Ramessum que datan aproximadamente del s.XIX a de C. así mismo hay otros vestigios de la aparición de gráficos y dibujos en culturas tan antiguas como la egipcia, donde se han encontrado bajorrelieves y grabados, lo cual constituye una valiosa información sobre su desarrollo y progreso cultural.



*Gráfico XLVIII: Fotografía de Libro de los Muertos Papiro Egipcio (1).*

#### Libro de los Muertos. Papiro Egipcio.

En ésta imagen del Libro de los Muertos, ya podemos observar como los jeroglíficos son acompañados por escenas ilustradas con figuras humanas realizando alguna acción.



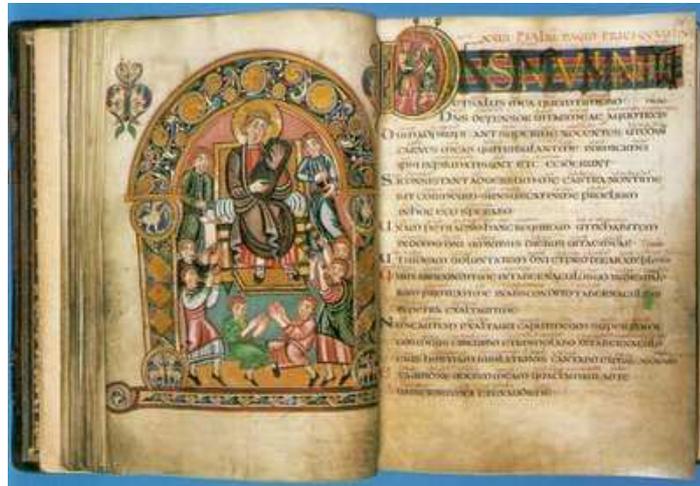
*Gráfico XLIX: Fotografía de Libro de los Muertos Papiro Egipcio (2).*

En ésta otra imagen del Libro de los Muertos, es muy interesante observar la disposición

De la ilustración colocada en el costado superior izquierdo, como si fuera una viñeta.

### 2.3.2.2 LA ILUSTRACIÓN EN LA EDAD MEDIA.

En la edad media, mediante la llamada iluminación de manuscritos, iniciaba ya, la ilustración de los libros impresos.



*Gráfico L: Fotografía de el Libro de los Kells es un manuscrito celta del s. IX.*

El manuscrito iluminado de los Celtas, en el s. IX, el Libro de los Kells, muestra diseños de patrones intercalados, basados en formas tipográficas. Este tipo de trabajos religiosos, tendían a realizarse comúnmente en monasterios. “Estos salterios, y Libro de las Horas, de los cuales el más celebrado es quizá: Les Très Riches Heures del Duque de Berry, muestran auténtica maestría en la pintura de miniatura, generalmente sobre papel avitelado, empleando colores brillantes de temple, y oro”.

La función de la ilustración en la Edad Media, fue de vital importancia, puesto que los únicos que sabían leer en ese entonces, pertenecían a las clases privilegiadas, junto con los escribanos. Sin embargo, las imágenes ilustradas ayudaron de una manera importante a convertir a los paganos a la cristiandad.

Mientras los escribanos calcaban la tipografía, los ilustradores labraban las pequeñas placas decorativas. Durante las cruzadas creció el interés por obtener textos ilustrados, independientemente de su contenido religioso. En el Imperio Oriental Bizantino, (también en la época de las Cruzadas) se desarrolló de manera importante la creación de íconos en miniatura, arte posterior a la caída del imperio de Grecia.



*Gráfico LI: Les Très Riches Heures del Duque de Berry, ilustraciones de algunos meses.*

### **2.3.2.3 LA ILUSTRACIÓN EN EL RENACIMIENTO.**

En el s. XV, cuando la impresión se realizaba en bloques de madera, las primeras manifestaciones de ilustraciones impresas se limitaban a la reproducción de naipes e imágenes religiosas. Estas impresiones devocionales de santos contenían inscripciones que se grababan en el mismo bloque de madera, siendo una de las primeras interacciones de ilustración y texto.

En la época del Renacimiento se desarrolló así mismo, la aplicación de la perspectiva dentro de los trabajos artísticos, revolucionándose la apreciación visual de la escala y la proporción mediante las teorías de Brunelleschi; de esta manera el trabajo del ilustrador técnico se vio enriquecido.

Artistas e ilustradores de la talla de Leonardo da Vinci, Alberto Durero y Rembrand, impusieron un alto grado de meticulosidad y claridad de detalles en sus dibujos técnicos.

Debido a la trascendencia de los estudios realizados por los artistas, y más aún con la revolución industrial del s. XVIII, el desarrollo y la demanda de ilustraciones técnicas cada vez más complejas, ha crecido considerablemente.

En Alemania, los Países Bajos, Francia e Italia, los impresores buscaron la mecanización de la producción de libros por medio del tipo móvil como resultado de la creciente disponibilidad de papel y la gran demanda de libros.

En el s. XV un alemán de nombre Johann Gensfleisch Zun Gutenberg, juntó los sistemas necesarios para imprimir el primer libro tipográfico: la Biblia, volumen en 42 líneas. Para lograr esto, inventó tipos de metal, independientes, móviles y reutilizables creando al mismo tiempo una tinta especial, más espesa y pegajosa para la impresión de estos tipos, que sería empleada por más de 400 años.



Gráfico LII: Muestra de la biblia publicada por Gutenberg a mediados del s. XV en



Durero nació el 21 de mayo de 1471 en Núremberg, ciudad en la que estuvo íntimamente unido. Su padre, Alberto Durero el Viejo, era un orfebre húngaro que emigró a tierras germanas y posteriormente fue el primer maestro de su hijo. De su primera formación, el joven Durero heredó el legado del arte alemán del siglo XV, en el que estaba muy presente la pintura flamenca del gótico tardío. Los artistas alemanes no tenían dificultad en adaptar su propia tradición gótica a la de artistas flamencos como Robert Campin, Jan van Eyck y, sobre todo, Rogier van der Weyden.

El concepto empírico del mundo de la gente del norte (fundamentado más en la observación que en la teoría) era el nexo común. Durante el siglo XVI, el fortalecimiento de lazos con Italia a través del comercio y la difusión de las ideas de los humanistas italianos por el norte de Europa infundieron nuevas ideas artísticas al mundo del arte alemán, de tradición más conservadora.

Para los artistas alemanes resultaba difícil conciliar su imaginería medieval - representada con ricas texturas, colores brillantes y figuras con gran lujo de detalle- con el énfasis que los artistas italianos ponían en la antigüedad clásica, los temas mitológicos y las figuras idealizadas. La tarea que Durero se planteó fue la de proveer a sus compatriotas de un modelo con el que pudieran combinar el interés empírico por los detalles naturalistas con los aspectos más teóricos del arte italiano.

Desde aproximadamente 1507 hasta su muerte tomó notas y realizó dibujos para su tratado más conocido, *Vier Bücher von menschlicher Proportion* (Cuatro libros sobre las proporciones humanas, publicado póstumamente en 1528). Sin embargo, otros artistas contemporáneos suyos, con una orientación de tipo más visual que literaria, ponían mayor atención en los grabados en planchas de cobre y madera de Durero, que en sus escritos dirigidos a orientarlos en la modernización de su arte con desnudos de corte clásico y temas idealizados, propios del Renacimiento italiano.

#### **2.3.2.4 LA ILUSTRACIÓN EN LOS SIGLOS XVII Y XVIII.**

Durante los siglos XVII y XVIII, se publicaron en Holanda libros enriquecidos con obras elaboradas por los mejores artistas de la época; con esto los editores de los Países Bajos gozaron de cierta fama. Dichos grabados contribuyeron a la creación de una escuela de alto nivel en la elaboración de mapas geográficos.

Este tipo de impresión se destacó por su aumento en el grado de detalle de cada obra, así mismo por la introducción de las escalas tonales del negro al blanco, en comparación con las líneas resaltadas en la impresión de placas de madera.

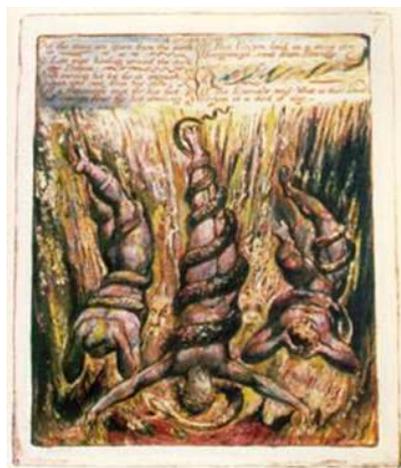
Mientras tanto, en la Alemania de 1796, Aloys Senefelder, desarrolla nuevas investigaciones en materia de impresión, las cuales le llevarían al perfeccionamiento de una nueva técnica: la litografía; que resultaría ser de vital importancia y trascendencia en el campo del arte. Hasta entonces, toda impresión se hacía a partir de una superficie en relieve o en hueco, que se entintaba y que después se presionaba sobre el papel.

La litografía se basa en el sencillo principio químico de que el agua y el aceite no son solubles entre sí; la imagen se dibuja sobre una superficie plana de una piedra con un crayón, pluma o lápiz de aceite, el agua se esparce sobre toda la superficie para humedecer todas las áreas, excepto la imagen previamente dibujada con base de aceite; posteriormente se extiende tinta sobre la misma base, sobre la superficie de la piedra, la cual se adhiere sobre la imagen, pero no a las áreas mojadas de la piedra. Se coloca una hoja de papel sobre la imagen y se utiliza una máquina de imprimir para trasladar la imagen entintada al papel.

### 2.3.2.5 LA ILUSTRACIÓN EN EL SIGLO XIX / WILLIAN BLAKE.

Posteriormente en Inglaterra, uno de los principales ilustradores de comienzos del s. XIX, fue William Blake, quién desarrolló sus propias superficies de impresión empleando un método de aguafuerte en relieve, el cual, después de la muerte del artista cayó en desuso. Sin embargo, el grabado en madera conservó su importancia principalmente en la nueva industria de las revistas ilustradas, que fue prosperando alrededor de los años de las décadas del 30 y la década del 40 del mismo siglo. A finales de esa centuria, los prerrafaelistas revivieron el interés por el grabado en madera como se aprecia en el trabajo de Edward Burne-Jones, o en obras posteriores de Aubrey Bearsdley incluso en artistas influidos por el Art Nouveau.

El grabado en madera tenía ventajas considerables como la incorporación de bloques de madera en relieve, junto con los de tipografía de iguales características, dentro de una misma prensa lo que lograba una impresión simultánea. Este método de impresión es el primero que se realiza a partir de una superficie plana (planografía).



*Gráfico LIV: William Blake. Urizen, del Libro de Urizen.*



*Gráfico LV: Aubrey Beardsley. Venus de Tannhauser.*



*Gráfico LVI: Edward Burne-Jones Cophetua.*

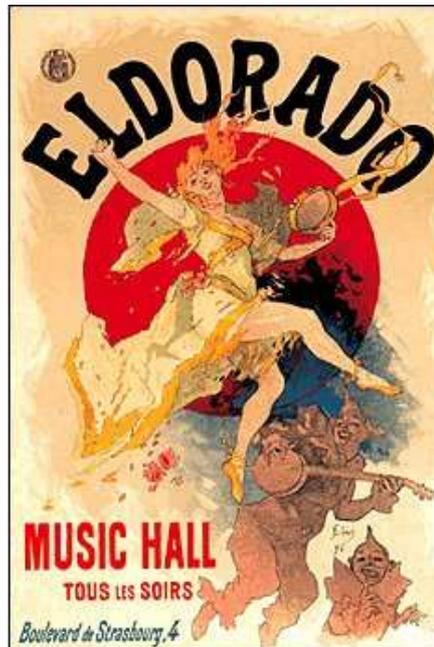
### **2.3.2.6 LA ILUSTRACIÓN EN EL SIGLO XIX / EL PREDOMINIO DE LA LITOGRAFÍA.**

Sin embargo las investigaciones para el mejoramiento del proceso continuaron, puesto que la preparación de estas bases para dicho tipo de impresión era demasiado lenta y las hacía muy costosas. La primera edición de Fausto, ilustrada con litografías de August Delacroix, apareció en 1828. Las décadas de 1860 a 1900 fueron la mejor época de la litografía, llegando a ser incluso el método más predominante para impresión. La invención de la cromolitografía

en 1851, introdujo el color en las ilustraciones de los libros, que hasta entonces s había limitado al blanco y negro.

La litografía predominó en el popular arte del Cartel, permitiendo su reproducción a color y con grandes dimensiones.

El francés Jules Cheret (1836-1932), fue probablemente el verdadero promotor del cartel publicitario, perteneció al movimiento que Robert Koch llamaría “Poster Movement”, cuando creó un estilo propio, con figuras de mujeres alegres luciendo grandes escotes.



*Gráfico LVII: Jules Cheret – Cartel El Dorado*

Hijo de un tipógrafo, que se formó en talleres litográficos en París y Londres, ciudad ésta en que comienza a diseñar diversas portadas para libros, catálogos, carteles... conoce a un fabricante francés de perfumes de la marca “Rimmel” y éste le encargaría trabajos publicitarios además de ofrecerle ayuda para crear un estudio equipado con la maquinaria más moderna conocida hasta esa época...

La enorme producción, abarcará todo el último tercio del s. XIX, decisivo para que los franceses aceptaran la presencia del cartel callejero, hecho muy poco frecuente en esta época, comenzando a invadir las calles de París. Cheret, que era un gran artista además de pintor, aprende a ser un impresor, creando su primer cartel a un solo color publicitando una pieza teatral: “La biche a Bois” que interpreta a una joven de veintidós años llamada Sara Bernardt. En 1858, realizará su primer diseño litográfico en color “Orfhée aux Enfers”. De 1869 a 1888, trabajará en tricromías, posteriormente usará de cuatro a cinco colores en sus composiciones.

Teatros, periódicos, museos... solicitan la obra de Cheret, todos quieren un cartel que inunde las calles de París con el trabajo de este artista, identificado sobre todo por los trabajos realizados en “Music-Hall” y diversos cabarets de la ciudad en la “Belle Époque”.

En 1889, con largos trabajos a sus espaldas este artista es condecorado con la Legión de Honor al haber generado un nuevo método para el arte, a través de la aplicación de técnicas comerciales.

Una de las grandes causas del gran éxito de CHERET es la presencia constante de la mujer en sus carteles publicitarios, siempre atractiva e insinuante, que invitaba a la posesión del producto anunciado como si ello conllevara el derecho de poseerla a ella también.

En 1891 ha conseguido producir alrededor de 100 carteles editados, lo que supuso una producción casi industrial. Pareciendo la calidad de sus carteles habían bajado el nivel artístico, Cheret, abandonará el terreno comercial para dedicarse a la pintura, óleo y pastel sobre todo...



*Gráfico LVIII: Jules Cheret Carteles (1)*

Realmente, los carteles de Cheret no solo son obras del arte publicitario sino que están consideradas actualmente como obras de arte. Incluso el propio Cheret no consideraba sus carteles como grandes aciertos publicitarios pero sí estaba de acuerdo en que sus obras eran grandes murales en los que había encontrado un lugar de exposición más vivo que el interior de un edificio.

“Las Cherette”. Con estas influencias, el anuncio francés tomará un tinte erótico imitado posteriormente por otros países que lo hace distinguirse del inglés, mucho más serio.

En general, los carteles de Cheret son desde el punto de vista compositivo, muy simples, además de plano por los colores elegidos. Resulta muy audaz el hecho de haber situado a la mujer en un primer plano con un protagonismo que hasta ahora no se había hecho. Todas sus composiciones están bajo la unidad estilística del siglo. En el cartel que podemos observar en la zona superior existe una asimetría (al igual que en todas las obras) creando un centro de mira que es la mujer.

Es un precursor de la publicidad moderna pues la señora protagonista se presenta engalanada, como principal gancho para que el hombre comprase el producto. El personaje del hombre siempre aparecerá en un segundo plano

claro está, para que éste compre el producto atraído de antemano por la figura femenina.

A continuación mostraremos una pequeña galería con ejemplos de carteles en los que el estilo del artista queda latente.



La Bodinière 1900



Saxoleine 1899



La Pantomime 1.900



Eau de sirènes 1899

*Gráfico LIX: Jules Chéret Carteles (2)*

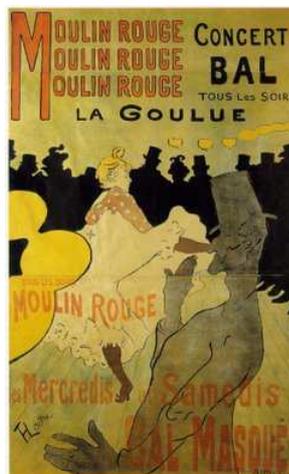
### 2.3.2.7 LA ILUSTRACIÓN EN EL SIGLO XIX / HENRI DE TOULOUSE LAUTREC.

Uno de los artistas más carismáticos y fuertemente expresivos de este periodo fue el Conde Henri Marie-Raimond de Toulouse Lauterc Monfa, conocido como Henri de Toulouse Lautrec. (1864-1901), quién creó el arte y la técnica del cartel moderno.

La simplicidad y economía fueron características fundamentales y descriptivas de su obra sin embargo, la capacidad de observación y la síntesis de su trabajo han hecho trascender su obra por muchas décadas. De la misma manera que

Paul Gauguin, Lautrec, buscaba invitar al espectador a participar en la experiencia de la forma y el color, razón importante por la que su trabajo, fuera de gran éxito. Su curiosa apariencia, que quizá una de las razones por las que se sintió relegado de hacer una vida social normal y por lo cual encausó su vida al hedonismo y al bajo mundo del placer y el vicio.

Rechazando la noción de que el arte pictórico noble solo debía plasmarse en lienzo y al óleo, el 1891, Lautrec realiza su primer cartel, “Moulin Rouge - la Goulue. –“hoy fijan mi cartel en las paredes de todo París”-, declaraba orgulloso el pintor, sería el primero de una serie de 30 que realizaría antes de su muerte diez años después. Los carteles proporcionarían a Lautrec la posibilidad de ampliar en ámbito de impacto de su arte, rompe todas las limitaciones propias de la pintura de caballete; con ello no haría sino consolidar el éxito que ya había tenido anteriormente en la exposición de los XX en Bruselas y en la del salón de los independientes de París.



*Gráfico LX:* Henri de Toulouse Lautrec - La Goulue - Litografía.

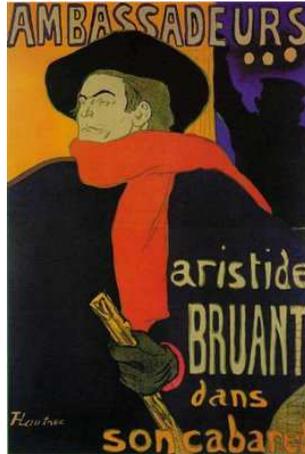


Gráfico LXI: Henri de Toulouse Lautrec - Ambassadeurs.

### 2.3.2.8 LA ILUSTRACIÓN EN EL SIGLO XIX / CHERRET

Nació en París, Francia en una familia de artesanos pobres pero creativos, una carencia económica que significó que Jules Chéret tuviese una educación muy limitada. A los trece años, comenzó un aprendizaje de tres años con un litógrafo y entonces su interés por la pintura lo llevó a tomar un curso de arte en la École Nationale de Dessin.

Como la mayoría de artistas novatos, Chéret estudió las técnicas de varios artistas, antiguos y modernos, visitando los museos de París. Aunque algunas de sus pinturas le dieron cierto respeto, fue su trabajo de crear carteles de anuncios lo que le permitió pagar sus cuentas y que se convirtió después en objeto de su dedicación y por lo que es recordado hoy. Influenciado por las frívolas escenas representadas en las obras de Jean-Honoré Fragonard y otros artistas rococós tales como Antoine Watteau, Chéret creó el cartel vívido para los cabarets, teatros de variedades y los teatros como Eldorado, el Paris Olympia, el Folies Bergère, el Teatro de la Ópera, el Alcazar d'Ete y el Moulin Rouge. Debido a la gran demanda, amplió su negocio para proporcionar los anuncios para las representaciones de compañías itinerantes, festivales municipales y luego para las bebidas y licores, perfumes, jabones, cosméticos y productos farmacéuticos. Eventualmente se convirtió en una importante fuerza de publicidad, sumando a las compañías de ferrocarriles y un buen número de negocios de fabricación a su lista de clientes.

En 1895, Chéret creó la colección Maîtres de l'Affiche, una significativa publicación de reproducciones artísticas clasificadas más pequeñas que ofrecían las mejores obras de diecinueve artistas parisinos. Su éxito inspiró una industria que conoció la aparición de una nueva generación de diseñadores y de pintores de carteles tales como Charles Gesmar y Henri de Toulouse-Lautrec. Uno de sus alumnos fue Georges de Feure (1868-1943).

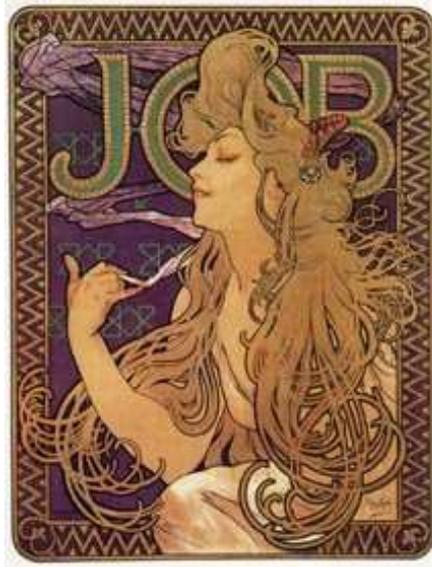
A su vejez, Jules Chéret se retiró al balsámico clima de la Costa Azul en Niza. Murió en 1932 a los 96 años y fue enterrado en el cementerio Saint-Vincent en el barrio Montmartre de París.

En 1933 fue homenajeado con una exposición póstuma de sus obras en el prestigioso Salón d'Automne en París. Con los años, los carteles de Chéret se han convertido en objetos muy buscados por los coleccionistas alrededor del mundo.

El Museo de Bellas Artes Jules Chéret está en Niza.

### **2.3.2.9 LA ILUSTRACIÓN EN EL SIGLO XIX / OTROS ARTISTAS.**

Otros artistas del modernismo se consagraron en cuerpo y alma al cartel y a otros medios artístico-publicitarios. Tal vez el más famoso de ellos sería el checoslovaco Alphonse Mucha; quien en diciembre de 1894 recibiría el encargo de la actriz Sara Bernhard, como anuncio para la comedia Gismonda, de Sardou. La exótica ornamentación bizantina y el sutil uso de color le reportarían éxito inmediato hasta el extremo de que a partir de allí solo se dedicaría a la realización de carteles que anunciaban desde obras de teatro hasta marcas de papel para cigarrillos y chocolates, pero siempre con el toque inconfundible de imaginación y belleza características de la obra de este importante artista checo. En general, la litografía tenía la ventaja de tener una apariencia casi fotográfica, pero tenía un proceso largo y muy costoso.



*Gráfico LXII:* Alphonse Mucha - Job / Alphonse Mucha - Cismonda



*Gráfico LXIII:* Alphonse Mucha - Las Estaciones

### **2.3.2.10 LA ILUSTRACIÓN A COMIENZOS DEL SIGLO XX.**

Hacia finales del s. XIX, aparecieron las primeras fotografías en algunos libros impresos, incrementando las posibilidades del realismo total de la ilustración, la modernidad industrial aportó muchos adelantos, como el desarrollo de placas y superficies más sofisticados, que añadieron más practicidad así como avances en la maquinaria y procesos de revelado e impresión de negativos. De la misma manera las técnicas fotográficas ampliaron también las posibilidades de

la reproducción de ilustraciones, la impresión de semitonos es otro proceso sobresaliente que facilitó la multiplicación de obras a todo color, mediante la superposición de tramas de diferentes tintas, fragmentadas con retículas para crear tonos.

Buenos representantes de la ilustración reproducida por esta técnica fueron: Arthur Rackman y Edmond Dulac, quienes trabajaban principalmente con acuarela, la que les permitía la creación de sus obras con semitonos.

Posteriormente la creación de la línea negra (Black Key-line), dio la facilidad de impresión a cuatro tintas, con lo cual los ilustradores pudieron emplear otro tipo de pintura y colores para su reproducción, tal como puede verse con las ilustraciones creadas con temple por Howard Pyle para Harper's Magazine. Las revistas ampliaron enormemente el panorama del artista; por ejemplo Norman Rockwell, utilizó principalmente óleos en sus obras, que se publicaron en las décadas de los años 20's y 30's del siglo pasado en revistas como en Saturday Evening Post, mostrando la influencia de la fotografía sobre la ilustración.

#### **2.3.2.11 LA ILUSTRACIÓN EN EL SIGLO XX /AVANCES EN REPRODUCCIÓN MECÁNICA**

Hasta la época actual, la publicidad, que puede considerarse como una respuesta al desarrollo del comercio y de la industria, se ha incrementado en casi todos los aspectos de la vida cotidiana. Con el aumento de la demanda y con el avance tecnológico del Off-set se hizo posible la reproducción e impresión a bajos costos con materiales cada vez más sofisticados. Ahora es posible reproducir obras de grandes artistas visuales así como ilustraciones a todo color debido a que estos procesos de impresión, son lo suficientemente baratos para ser comunes en carteles, periódicos, y casi en su totalidad en revistas y libros ilustrados.



*Gráfico LXIV: Normal Rockwell. Autoretrato.*

Es así como la reproducción fotomecánica permitió la copia fiel de la obra del artista, eliminando por completo el oficio que desarrollaban los artesanos, el cuál consistía en transferir los diseños hechos por los artistas en placas elaboradas a mano.

Así mismo desapareció la textura de las placas de madera, de piedras o placas de metal, característica inminente en las imágenes hechas con estos procedimientos. Además provocó el alejamiento gradual de las ilustraciones de documentos basados en hechos reales hacia imágenes o situaciones fantásticas o de ficción. Al comprender que la ilustración narrativa tradicional no satisfacía las necesidades de la época, los artistas gráficos del modernismo pictórico, surgidos después de la Primera Guerra Mundial, reconsideraron las posibilidades de la imagen como medio para expresar la problemática social y las ideas de esos días.

### **2.3.2.12 LA ILUSTRACIÓN EN EL SIGLO XX / EL DESARROLLO CONCEPTUAL.**

En una búsqueda de nuevas formas e imágenes las décadas posteriores a la Segunda Guerra Mundial, también observaron un considerable cambio más remarcado todavía en el desarrollo conceptual del Diseño Gráfico. El

profesional que interpretaba plásticamente el texto de un escritor, hacia concesiones al artista gráfico y este realizaba su presentación. La historia completa de las Artes Visuales, quedaba a disposición del artista gráfico como una biblioteca de formas e imágenes realizables: en especial las posibilidades que inspiraron los movimientos artísticos de este siglo, por ejemplo las configuraciones espaciales del cubismo, las yuxtaposiciones, las dislocaciones y los cambios de escala del surrealismo, la pureza del color emanada de las referencias naturales de expresionismo y del fauvismo, así como la renovación de imágenes, masivas y publicitarias del Pop Art.

A medida que los artistas gráficos tuvieron mejores posibilidades de manifestar su estilo, crearon más imágenes personales y encabezaron técnicas y estilos individuales. Las fronteras tradicionales de las Bellas Artes y la comunicación visual de carácter público eran confusas.

A partir de 1920 se verificó una evolución importante en la evolución del cartel. En el momento en que este se convirtió en el medio más importante para la difusión y venta de un producto, se buscaron nuevas modalidades y técnicas para que cada modificación se distinguiera entre las demás. Se utilizaba diversamente la tipografía, se desarrollaba la utilización de la fotografía y la ilustración comercial adquiría un carácter menos figurativo y más estético.

Todas las experiencias de los movimientos artísticos de los primeros años del s. XX fueron asimiladas para proponer una comunicación aunque destinada a finalidades comerciales, no carecía de características originales. A través de un gran número de imágenes publicitarias, se observa la búsqueda de la esencialidad del mensaje y la integración imagen-texto, y en mayor índice en los carteles producidos en este periodo solo aparece escrito el nombre del producto.

En todos los países europeos todas estas esencias fueron rápidamente asimiladas y disminuyó progresivamente la diferencia entre las diferentes

escuelas. A principios de los años 30, después de los notorios cambios políticos, en Alemania e Italia se multiplicaron formas de expresión de tipo retórico y monumental, no carente, sin embargo, de fuerza y originalidad.

### **2.3.2.13 LA ILUSTRACIÓN EN EL SIGLO XX / LA ESCUELA POLACA DEL CARTEL.**

La creación de imágenes llegó a ser significativa en Polonia, en los Estados Unidos, Alemania y Cuba. También afloró el trabajo individual en todo el mundo, cuya búsqueda de imágenes efectivas y relevantes en la época posterior a la Segunda Guerra mundial, los llevó hacia un desarrollo de imágenes más conceptual. En la sociedad comunista de Polonia, establecida después de la guerra, surge la Escuela polaca del Cartel. Los diseñadores gráficos se unen con los productores de películas, escritores y artistas de las Bellas Artes en la Unión Polaca de Artistas. Las obras de los artistas como Tadeusz Trevkovsky y Heri Tomaszewsky expresaban las trágicas aspiraciones y los recuerdos, que estaban íntimamente ligados al alma y sentimientos nacionales de Polonia en la Posguerra. El Cartel ha llegado a ser un orgullo nacional en Polonia y su papel en la vida cultural, ha sido de singular importancia. El 1964 se inicia en Varsovia la primera Bienal del Cartel Internacional y en Wilanow, cerca de Varsovia se establece el Muzeum Plakatu, primer museo a nivel de mundial dedicado únicamente al Cartel Artístico. Los diseñadores de carteles polacos han logrado algo que es raro en la historia de las Artes Visuales. A un grupo de artistas individuales se les ha dado la libertad de expresar sus actitudes personales, investigaciones gráficas, y hasta sus fantasías particulares. Durante la década de los 50's el cartel polaco comenzó a reconocerse en todo el mundo.

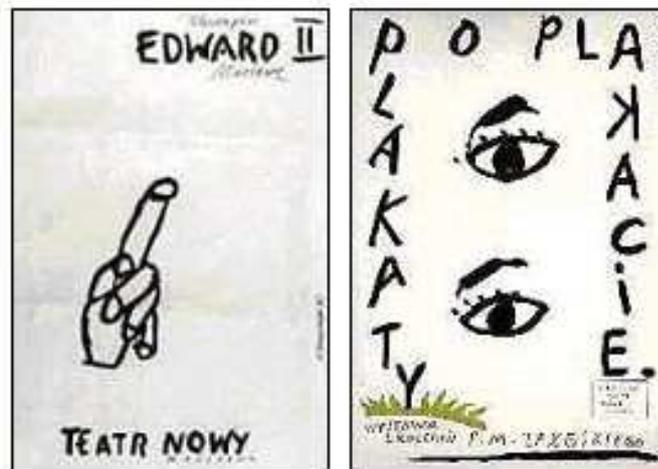


Gráfico LXV: Muestras de la obra del cartelista polaco Henrik Tomaszewsky.

#### 2.3.2.14 LA ILUSTRACIÓN EN EL SIGLO XX / LA ESCUELA PUSH PIN.

En esta misma época, las obras descriptivas, realistas y tradicionales, prevalecían en el diseño Gráfico estadounidense “La Edad de Oro de la ilustración estaba llegando a su fin”, las mejoras del papel impresión y fotografía fueron la causa para que declinara rápidamente. Su muerte fue pronosticada cuando la fotografía hizo rápidas incursiones en el mercado tradicional; mientras, esta se apoderaba de su función tradicional.

La desviación de la concepción de la ilustración obtuvo un enfoque más conceptual, la inició un grupo de artistas de Nueva York: Seymour Chwast (1931) Milton Glaser (1929), Reynolds Ruffin (1930) Eduard Sorel (1929).

Para solicitar tareas independientes, se divulgó cada dos meses, una publicación conjunta llamada “The Push Pin Almanac”, que tenía en su programa interesante material editorial de antiguos almanaques que el grupo ilustraba. Cuando Glaser regresó de Europa en Agosto de 1947, después de estudiar grabado bajo la dirección de Giorgio Morandi, forma el estudio “Push Pin”.

Tiempo después, Ruffins deja el estudio para emprender su desarrollo como decorador e ilustrador de libros infantiles, y en 1958, Sorel se inicia como

ilustrador independiente, dejando su colaboración Glaser y Schwast, quienes siguieron compartiendo su estudio, y la revista pasaría ser “The Push pin Graphic”, serviría como foro para desarrollar nuevas ideas. Su filosofía, técnicas y percepciones personales tuvieron mucho impacto, a menudo el Diseño Gráfico se fragmentaba en componentes como hacer imágenes y trazar diseños, al igual que Alphons Ma. Mucha y Bradley, diseñadores gráficos de finales del s. XIX, Glaser y Schwast combinaron estos elementos en una comunicación integral que plasmaba la visión individual de su creador.

Entre otros ilustradores que crearon en Push Pin, antes de trabajar de manera independiente estaba James McMullan, acuarelista, (un recurso que había sido desplazado, a un segundo término por el óleo como medio selecto de ilustración y arte), lo restauró como recurso de la expresión gráfica. Posteriormente aparecería Paul Davis (1938), quién se encaminó hacia un estilo de pintura de detalles diminutos.

La escuela Push Pin de Ilustración gráfica y Diseño, presentó una nueva alternativa a la densa ilustración del pasado, la orientación matemática, objetiva y fotográfica del Estilo Tipográfico Internacional, fueron las preocupaciones fundamentales de la Escuela de Nueva York.



*Gráfico LXVI: Cartel de Milton Glaser\_Mozart Sneezes.*

Milton Glaser, es un cartelista americano que popularizó su trabajo a partir de la década de los 60's.

### **2.3.2.15 LA ILUSTRACIÓN EN EL SIGLO XX / OTROS ARTISTAS.**

Alternamente, y sin nada que ver con el trabajo de la Push Pin, el ilustrador norteamericano Richard Hess (1934), desarrollo un estilo representativo con mayor influencia hacia el surrealismo y haciendo a menudo uso de la manipulación espacial de René Magritte.

Así mismo surgió en trabajo de John Berg (1932), quién se unió a Discos Columbia, realizando gran parte de su trabajo en portadas de discos como: la obertura de Guillermo Tell, la música de violín de Schubert en (1968), la portada del disco de Chicago en 1974, etc.

En contraste con los carteles polacos de la post-guerra, que fueron patrocinados por agencias gubernamentales, el furor de los carteles que brotó durante los años 60 en los Estados Unidos, fue un movimiento popular fomentado por un clima de ajuste y revolución social, la primera ola de cultura de carteles nació con la subcultura del movimiento hippie de San Francisco.

Algunos diseñadores como Lanny Sommese (1944), David Lance Goines (1945), y algunos otros, de quienes destacaba notablemente las imágenes dibujas de un amanaera libre informal, y que evocaban más a los grabados e ilustraciones gráficas europeas que a fuentes norteamericanas.

En Alemania a comienzos de los años 60, y continuando a la década de los 80's, emergió una aproximación poética al Diseño Gráfico basada en el manejo de imágenes fotográficas por medio del collage y el montaje.

### **2.3.2.16 LA ILUSTRACIÓN EN EL SIGLO XX / CUBA.**

Mientras tanto, regresando a este lado del Atlántico, a principios de la década de los sesentas, el pueblo cubano pasaba de la transición del gobierno de Batista, al control político de Fidel Castro. En Junio de 1961), se realizó una serie de tres reuniones que permitió a los artistas y escritores entrevistarse con

los dirigentes del gobierno en la reunión final el día 30 de Junio Fidel Castro entregó su discurso “Palabras a los Intelectuales”, donde definía su política en el gobierno con respecto a las Bellas Artes.

Cuando los artistas y los escritores son admitidos en el sindicato, reciben un salario, espacio para trabajar y materiales. Los diseñadores gráficos producen su trabajo para diversas agencias del gobierno con misiones específicas. Los principales precursores de este movimiento cultural promovido por el nuevo gobierno de Castro son: Raúl Martínez, pintor y creador de diseños ilustrativos y Félix Beltrán (1938), quién se educó en Nueva York entre finales de la década de los 50 y principios de los 60.



*Gráfico LXVII: Ilustración de Raúl Martínez.*

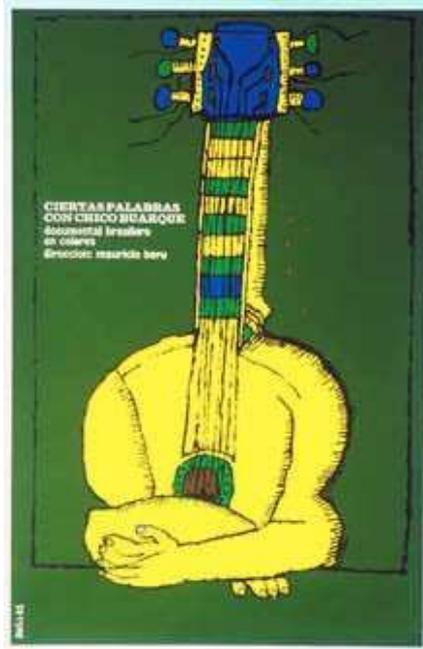


Gráfico LXVIII: Cartel para la película brasileña de Mauricio Beru *Ciertas palabras con Chico Buarque*. *Diseño, Bachs*. 1983.

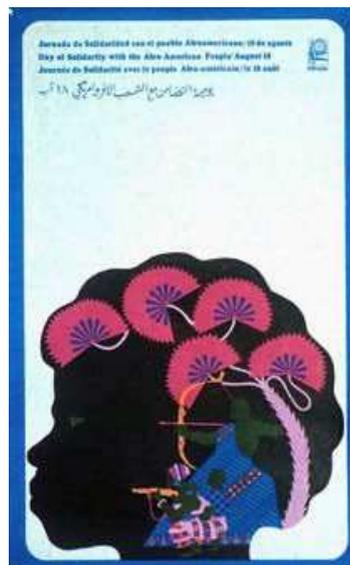


Gráfico LXIX: Cartel de Solidaridad con el pueblo afroamericano. Editado por OSPAAAL.

### 2.3.4 Tipos de Ilustración

#### 2.3.4.1 Ilustración Histórica

Se aplica a los acontecimientos históricos, son representaciones por ejemplo de batallas,

Personajes, etc. que generalmente se los encuentran para apoyar textos.

#### **2.3.4.2 Ilustración Comercial**

La ilustración comercial se la realiza generalmente en estudios de Diseños o de Ilustración a las cuales las contrata una agencia, y se aplican generalmente a Vallas, Afiches, Flyers , Camisetas , Trípticos , Dípticos ,Packaging etc. Abarca en todos los ámbitos de la Publicidad.

#### **2.3.4.3 Ilustración Científica**

La ilustración se utiliza principalmente en textos como su nombre lo indica científicos . Fueron requeridas por la ciencia y existen carreras para formar profesionales que se dediquen a esto llamados ilustradores científicos.

#### **2.3.4.4 Ilustración de Portada**

Este tipo de ilustración se refiere a aquella que se realiza en revistas , folletos , panfletos etc. , como su nombre lo indica se encuentra ubicada en la portada o tapa de estas .

#### **2.3.4.5 Ilustración de Periódico**

Como su nombre lo indica se la utiliza en la prensa , generalmente en infografías o en gráficos en los cuales se pueden apoyar con una ilustración para detallar hechos puntuales.

#### **2.3.4.6 Ilustración Comic.**

Esta es una "serie de dibujos que constituye un relato", "con texto o sin él", así como al medio de comunicación en su conjunto. Partiendo de la concepción de Will Eisner de esta narrativa gráfica como un arte secuencial , Scott McCloud llega a la siguiente definición: Ilustraciones yuxtapuestas y otras imágenes en secuencia deliberada con el propósito de transmitir información u obtener una respuesta estética del lector

#### **2.3.4.7 Ilustración Técnica**

Esta ilustración se la utiliza principalmente en planos, mapas, manuales de uso

de aparatos eléctricos, etc., básicamente debe ser muy precisa y detallada.



*Gráfico LXX: Acrílico y aerógrafo  
Sobre cartón ilustración. Y pincel sobre cartón ilustr (1).*



*Gráfico LXXI: Acrílico y aerógrafo  
Sobre cartón ilustración. Y pincel sobre cartón ilustr (2).*



*Gráfico LXXII:* Tinta china, puntillismo sobre cartón ilustración. Técnica mixta sobre papel Canson.



*Gráfico LXXIII:* Técnica mixta sobre cartón ilustración.

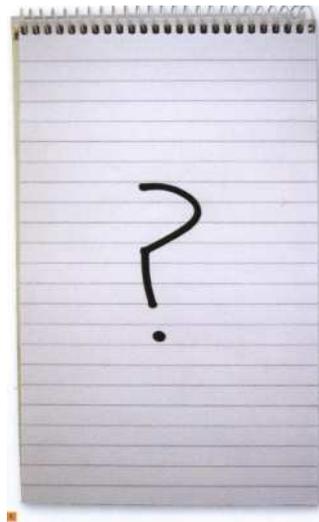
### **2.3.4 Principios de Ilustración**

#### **2.3.4.1 La página en blanco.**

No hay nada tan desconcertante como una hoja de papel en blanco o el brillo chispeante de una pantalla vacía, sobre todo entre el momento en que un ilustrador profesional recibe un encargo y el momento en que hace su primer trazo. Esta sensación de desconcierto puede evolucionar rápidamente hacia

una sensación de Incomodidad, que poco se diferencia de Las sensaciones experimentadas en la infancia cuando esperábamos ante el despacho del director. De forma inevitable, el temor, combinado con el estrés, puede convertirse en pánico, y manifestarse síntomas como náuseas, palpitaciones y sudores repentinos fríos y calientes, cada vez más agudos. En estas circunstancias, la única cura posible es una idea.

El primer paso para crear una ilustración consiste en colocar el lápiz sobre el papel o el cursor en la pantalla. Saber cómo toman forma las ideas así como el proceso que se ha de seguir cuando no surgen con la facilidad que uno querría es crucial si se pretende que la ilustración sea una experiencia fructífera y no un fracaso.



*Gráfico LXXIV: Foto Libreta*<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Lawrence Zeegen/ Crush - *Principios de ilustración*, Ed. Gustavo Gili.SL, Singapur 2006 pp. 18

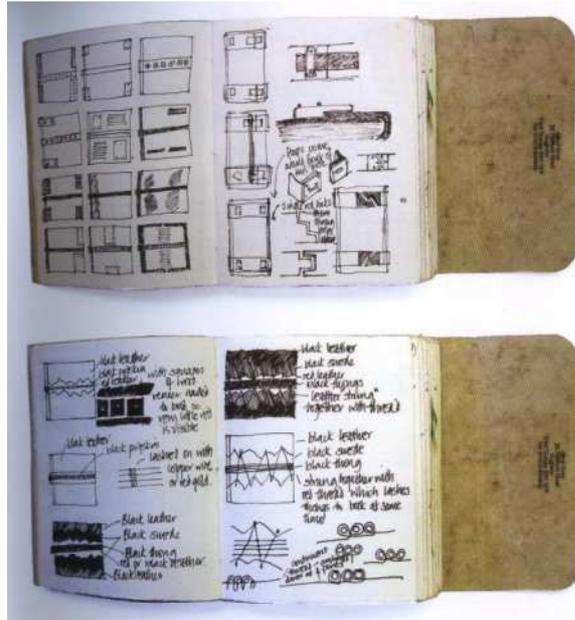


Gráfico LXXV: Foto Cuaderno de Apuntes

## Generar ideas

### 1. El punto de partida

Enfrentare al papel en blanco al comenzar un proyecto nuevo puede ser el aspecto más estresante de un encargo.

### 2. Páginas de un bloc de notas

Jenny Grey, 2005

La creación de ideas es parte del trabajo del ilustrador y el primer cometido que muchos afrontan antes de iniciar el proceso es abrir el bloc de dibujo. Entre el artista/ilustrador y su bloc puede desarrollarse una relación única, ya que se trata del espacio en que la comunicación es más personal, donde la única audiencia es el propio artista y donde se inicia la pura experimentación a partir de ideas y conceptos.<sup>35</sup>

### **2.3.4.2 ¿Por qué conceptos?**

Los estudiantes de ilustración suelen pensar equivocadamente que una vez se ha conseguido un estilo o un método de trabajo, queda poco que aprender acerca del oficio de la ilustración. Por supuesto, (la técnica y las habilidades son indiscutiblemente valiosas, del mismo modo que también lo es tener un enfoque que pueda considerarse único. Pero también es igualmente importante la capacidad de crear imágenes que se sustenten sobre un pensamiento creativo fuerte y que proporcionen ideas capaces de resolver un problema.

La ilustración es en su forma más simple, una forma de llenar una página para que tenga un buen aspecto, pero sin proporcionar conocimiento alguno sobre el tema que ilustra. En el mejor de los casos, la ilustración empuja al receptor a pensar. A obtener más información del texto que tiene ante sí y a intentar comprender y conocer el tema más a fondo. Las grandes ilustraciones son como grandes historias o narraciones -requieren que el receptor se involucre activamente para comprender el mensaje por entero. El concepto puede parecer escondido en un primer momento. Pero se transmite con éxito cuando el receptor desglosa la imagen. Una gran ilustración es la que consigue unir un diseño excelente con un método y pensamiento creativo.

De la misma forma que las tendencias en moda o música sufren cambios constantes también lo hacen los estilos de ilustración. Un ilustrador reconocido por una forma especial de trabajar puede tener un año muy ocupado. Profesionalmente. Pero pasado un tiempo puede ver que sus trabajos dejan de estar de moda y recibe cada vez menos encargos. Mantenerse al día respecto a los cambios estilísticos puede ayudar al ilustrador a ir por delante en la carrera. Pero la mejor forma de producir un cuerpo de trabajo intemporal que no dependa de los antojos de la moda en el diseño y la ilustración consiste en crear imágenes que transmitan ideas creativas.

Planificar una carrera en ilustración es todo menos una ciencia exacta y

no hay forma de garantizar una larga vida profesional. Sin embargo, muchos de los ilustradores que han sobrevivido al paso del tiempo y han conseguido trabajar durante diversas décadas son aquellos que han producido imágenes que requieren algo más que una simple mirada rápida del receptor. La combinación de buenas ideas y una ejecución excelente puede asegurar que la audiencia siga apreciando el trabajo de un ilustrador, incluso mucho después de que las modas y Las tendencias hayan cambiado.



Gráfico LXXVI:Fotos Bocetero(1)

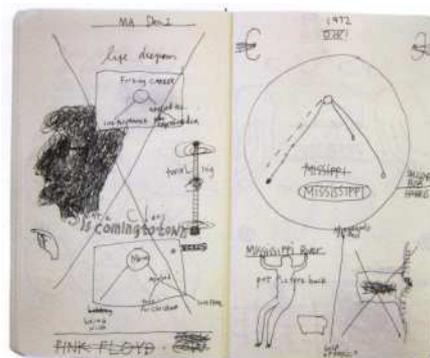


Gráfico LXXVII:Foto bocetero (2)

### Investigación de ideas

- Usar un bloc de notas para registrar ideas y pensamientos de forma intuitiva y automática no te preocupes por el aspecto que tengan las ideas en este primer estado.
- Llevar siempre contigo un bloc de notas y un bolígrafo o un lápiz; la inspiración puede llegar en los lugares más insospechados y

merece la pena estar preparado.

- Anotar las ideas utilizando el lenguaje que mejor se adapte a cada una de ellas, sea escrito o visual.
- Anotar información suficiente de modo que recuerdes las ideas meses, o incluso años, más tarde.
- Anotar la fecha de las entradas; te ayudará a recordar el contexto en el cual surgió cada pensamiento.
- Tomar nota de localizaciones, materiales de referencia, títulos de libro o citas importantes también puede ser muy útil.<sup>36</sup>

#### **2.3.4.3 El brief.**

Ser capaz de pensar creativamente no debería esconder ningún misterio. Con algunos trucos útiles, la mayor parte de los creativos puede dar a entender que están perfectamente preparados para desarrollar ideas y conceptos interesantes. Para el ilustrador, el aspecto más importante del pensamiento creativo empieza con el brief de un nuevo proyecto.

EL brief inicial es el punto en el cual se reúne la información básica sobre el proyecto . Entender bien lo que se nos pide en el proyecto es crucial. Contar con toda la información relevante puede parecer algo obvio, pero muchos no acaban de comprender la importancia de tener las ideas claras desde el principio.

Saber dónde va a aparecer la ilustración impresa, a qué tamaño y si va a publicarse en color o en blanco y negro son algunos de los aspectos básicos que debería recoger un brief (en caso de duda, preguntar). Es esencial tener claro cuáles son los plazos de entrega de los bocetos y de cuánto tiempo se dispondrá para completar el arte final. Si se trata de un trabajo para un cliente nuevo, es importante conocer cuál es su audiencia. Asimismo, estudiar números anteriores de la publicación puede ayudar a construir un retrato de

---

36 Lawrence Zeegen/ Crush - "Principios de ilustración", Ed.Gustavo Gili.SL,Singapur 2006 pp. 21

cómo encajará en ella el propio trabajo y de la gama de estilos ilustrativos que ha utilizado anteriormente.

Siempre que sea posible, es aconsejable reunirse personalmente con el cliente para recibir la información del proyecto aunque esto no suele suceder siempre. La mayor parte de los informes acerca de un proyecto llegan por teléfono, correo electrónico o por medio de un agente. Excepto en los proyectos de gran envergadura, los encuentros personales no suelen tener lugar. En esas reuniones poco habituales es vital asegurarse de que todos los aspectos de un proyecto se describen hasta el mínimo detalle puesto que es en los momentos iniciales cuando pueden empezar a tomar forma las primeras ideas.

Esta posible reunión y la conversación que en ella se desarrolle deberían actuar como un catalizador para explorar las ideas. Para asegurar el éxito de este encuentro, es imprescindible saber escuchar. Escuchar atentamente al cliente mientras te explica el proyecto te ayudará a formarte una idea de la dirección que deberían tomar las soluciones visuales que presentarás. No temas plantear preguntas, y asegúrate que has escuchado bien las respuestas. Ninguna pregunta que plantees será inapropiada. Jamás se tiene demasiada información.

Si tienes la impresión de que el cliente habla sobre el proyecto en un lenguaje que no comprendes, o en una jerga que no tiene sentido, asegúrale de pedirle que lo repita en un lenguaje más comprensible. Anota los puntos clave de lo que te explica, pero no dejes que tu atención se centre en lo que escribes en detrimento de lo que estás escuchando. Clarifica los detalles más tarde, si es necesario, pero en este punto de la reunión basta con que le quedes con cuatro pinceladas sobre el proyecto.

Cuando abandones la reunión o cuelgues el teléfono, anota cuanto antes toda la información como puedas recordar. Escribe cada detalle, cada pensamiento, idea o concepto que se te ocurra; no importa si se trata de un concepto al azar ni tampoco si por el momento parece demasiado simple o loco. Las notas serán muy valiosas más tarde, pues se habrán creado a partir de los pensamientos espontáneos y las respuestas instintivas que tuviste ante el proyecto en un primer momento.

Tener todos los datos es fundamental. No tiene sentido empezar a generar ideas si no se está provisto de la mayor información posible.

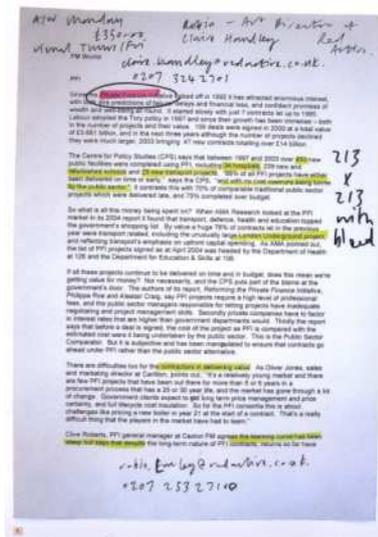


Gráfico LXXVIII:Foto copia de datos importantes

### A) Comprender el contexto

- Investigar todos los detalles prácticos del proyecto: el tamaño, la posición, el texto y las imágenes que le acompañarán, y si va a ser aplicado en color o en blanco y negro.
- No empezar nunca una ilustración sin saber quién va a ser el receptor del resultado final. Es clave saber el tipo de Lector.
- Lee números anteriores de la publicación para la que vas a trabajar y ve anotando tus impresiones.
- Si la imagen encargada es para la cubierta de un libro, puede ser útil conocer la obra anterior del autor y de la forma en que ha sido ilustrada.
- Si se trabaja para la industria discográfica, revisa otros ejemplares del sello discográfico, escucha la música que representará tu encargo e investiga los gustos y las preferencias del músico para el que trabajarás.

### 2.3.4.4 Documentación.

A menudo el ilustrador empieza un proyecto tras haber recibido el encargo vía e-mail. Esto ocurre sobre todo con periódicos, revistas o incluso editoriales. Un periódico puede tener una sección fija sobre tecnología informática o una página sobre salud que requiere ser ilustrada, o una revista puede encargar a ilustradores que produzcan imágenes para acompañar los textos de sus columnistas habituales.

Sea cual sea el tipo de encargo, es recomendable investigar en profundidad el tema sobre el que trata el texto. La búsqueda en Internet, librerías o bibliotecas nos proporcionará más información de la que puede cubrir el artículo en cuestión. Cuanta más información tengamos sobre el tema, mejor visualizaremos nuevas vías de pensamiento.

Es útil construir un retrato más amplio, aunque sin olvidar el texto original. Recopila tanta información como sea posible obviamente, lo más importante a la hora de empezar un proyecto es comprender el tema que vas a ilustrar. Pero ten cuidado, recuerda que se te ha contratado para crear una ilustración que complemente el texto publicado.

Cuando un ilustrador tiene mucho trabajo y recibe numerosos encargos la mayor tentación es colocar el proyecto recién recibido en la parte inferior de la bandeja de entradas e ignorarlo hasta que la fecha límite de entrega esta tan cerca que es imposible aplazarlo más tiempo. Para muchos ilustradores independientes existe una aversión intrínseca a entregar un trabajo antes de la fecha límite establecida, pero no es una cuestión de pereza, sino que se debe al temor a no estar ocupado. Ser freelance significa que hay momentos en que uno está muy ocupado y otros en los que no tiene nada que hacer, o se encuentra 'entre proyectos', como les gusta decir a los actores para describir el desempleo. Saber que se tienen trabajos pendientes ayuda a mantener la sensación de empleo completo. Pero dejar los proyectos hasta el último minuto no propicia el pensamiento creativo.

Es aconsejable poner Los proyectos a trabajar lo antes posible. A menudo Las

mejores ideas aparecen inesperadamente en la ducha, en el autobús, mientras se cocina, pero eso sólo ocurrirá si el proyecto se ha estudiado, o, como mínimo, se ha digerido previamente el texto. Leer el texto en profundidad unas cuantas veces en un espacio tranquilo, con una taza de café y un bloc de notas y un bolígrafo a mano es la forma ideal de empezar el proceso creativo. Imprimir una segunda copia del texto y tenerla siempre a mano en la cartera, junto al bloc de notas y el bolígrafo, de forma que pueda consultarse en cualquier momento, también es recomendable. Recuerda que una buena idea puede tomar forma en cualquier parte.

Empezar el proceso cuanto antes y empaparnos de tanta información relacionada con el tema como sea posible ayudará a disparar la generación de ideas. Trata de estar relajado y ten en cuenta que las buenas ideas creativas pueden tardar en aparecer. Un aspecto clave del proceso creativo consiste en tener la mente entre nada y no temer afrontar procesos creativos lentos. En definitiva, se trata de no enfrentarse a la página en blanco o a la pantalla vacía sin estar preparado. Lee la información, intenta entender al cliente. Y llega provisto de tus propias notas.

- **Tomar notas**

Todos tienen diferentes formas de tomar notas. A algunos les gusta garabatear palabras sueltas y frases inconexas, otros prefieren transcribir sus pensamientos en largas frases y otros crean una combinación de bocetos, pensamientos escritos y explicaciones.

Encuentra el método que mejor se ajuste a tus propósitos puedes utilizar una libreta de apuntes, un bloc de notas, hojas de papel A4 o incluso escribir sobre el propio informe, cualquier sistema con el que te sientas cómodo será bueno. Empieza por leer el brief el artículo completo, además de las notas que tomaste en la reunión informativa, si la hubo, pero sin escribir nada todavía. Por supuesto, si surgieran ideas o pensamientos durante esa primera lectura anótalos brevemente en un papel, pero usa la primera lectura simplemente como una oportunidad de conseguir una mayor comprensión de la historia o el

artículo. Es poco probable que no sepas absolutamente nada sobre el contenido del texto el director de arte que le encargó la ilustración te habrá mencionado algo del contenido por teléfono o en un e-mail cuando te preguntó si podrías estar interesado en el encargo.

Asegurarse de que la interpretación del texto es clara puede diferir de los pensamientos originales que tuviste acerca del proyecto antes de tener la oportunidad de leer el texto, esto podría ocurrir, por lo que siempre es mejor no precipitarse en la toma de decisiones, sobre la ilustración, por pequeñas que éstas sean, hasta que hayas leído el texto atentamente.

Durante una segunda o tercera lectura empieza a tomar notas. No te preocupes por el aspecto que tengan no las leerá nadie aparte de ti, pero si serán útiles para recordar y puntualizar datos cuando vuelvas a mirarlas. Asegurarse de que se comprende y saber descifrar las propias notas podría ser que no volvieras a mirarlas hasta pasados unos días y es imprescindible que se puedan recuperarlas y utilizarlas con facilidad. Usar un rotulador para subrayar los fragmentos más importantes del texto el escritor siempre se incluye citas que ayudan a resumir los aspectos generales. Algunos ilustradores colocan hojas en blanco entre las páginas de texto para añadir en ellas sus notas e ideas.

Este proceso de tomar notas servirá básicamente para constatar los pensamientos iniciales y los orígenes de las conexiones entre las ideas.

No temer si parece que no se ha llegado a nada concreto durante la primera sesión.

## **B) Métodos de documentación**

- **Internet como herramienta de documentación**

A sólo un clic de distancia, Internet ha sustituido, para muchos ilustradores, el viaje a la librería de segunda mano o a una biblioteca. Permite acceder a páginas web que proporcionan referencias visuales en un instante y de las que se puede obtener información práctica con sólo unos cuantos clics del ratón del ordenador. Las velocidades de descarga han aumentado a medida que la

banda ancha se ha implantado; la búsqueda de información visual en la pantalla nunca había sido tan accesible. Asegúrate de guardar tus webs favoritas.

- **Diccionario de sinónimos**

Jugar con las palabras y sus significados puede ser un buen punto de partida y proporcionar soluciones a aquel ilustrador al que le gusta crear imágenes escarbando en el lenguaje. Un viejo diccionario de sinónimos guardado en un estante puede ser tan útil como una versión on-line. Simplemente invirtiendo algo de tiempo en investigar las palabras y su significado pueden obtenerse resultados interesantes e inspiradores.

- **Google**

Google se ha convertido en la herramienta de documentación más importante de la red. La facilidad con que permite acceder a páginas o referencias donde se menciona determinado tema se suma a la agilidad para mostrar en breves instantes un amplio abanico de fotografías e ilustraciones relacionadas con la palabra clave que buscamos.

- **Diagramas**

Los diagramas pueden ser particularmente prácticos cuando se trabaja con un grupo complejo de conceptos o con información difícil de definir visualmente. Empieza por anotar los temas o titulares que desees investigar y añade anotaciones y documentación sobre cada uno de ellos a medida que profundices en la investigación. Allí donde veas posibles conexiones entre temas o posibles ideas, puedes crear enlaces visuales que más tarde te ayudarán a definir y clarificar los pensamientos y convertirlos en conceptos más concretos.

Tablas conceptuales (Mood-boards)

A algunos ilustradores les gusta empezar un proyecto creando una tabla a partir de bocetos y de elementos efímeros que han recopilado este método de trabajo

vendrá determinado por el tipo de proyecto que se está elaborando un conjunto de imágenes, en un esquema de composición como el descrito se puede obtener una visión general del estilo del trabajo.

Las tablas conceptuales pueden recoger colores, formas, tonos y texturas, pero también pueden utilizarse para agrupar objetos visuales y construir la escena de trabajo. Pueden ser puntos de referencia para el ilustrador y guías visuales para los clientes.

Empieza una tabla con posibles aspectos del trabajo y pégalos sobre un trozo de papel o cualquier otro soporte el foam es muy útil para estos casos, pues es poco pesado pero rígido. Coloca el panel frente a ti mientras trabajas; puede ayudarte en el proceso como punto de referencia constante.

- **Conexiones**

Conceder un margen para investigar posibles conexiones: puede ser que palabras o imágenes aparentemente inconexas, una vez vinculadas, proporcionen un nuevo significado o propicien una nueva red de conexiones. La yuxtaposición de dos o tres elementos puede conducir una idea en una nueva dirección no temas experimentar.

- **Documentación y recopilación de ideas**

Recoger palabras, utiliza una lista escrita para plasmar todo lo que pienses que puede estar relacionado con el proyecto usa un rotulador para señalar las palabras que parecen estar cargadas de significado y que pueden añadir algo en tu pensamiento.

Recortar las listas y coloca las palabras seleccionadas en una hoja de papel pegarlas y empezar a trazar líneas entre palabras allí donde encuentres posibles enlaces. Buscar temas, tanto conceptual como visualmente. Empezarán a tomar forma nuevas palabras e imágenes créalas, escríbelas y añádelas a tu diagrama. Seguir rutas inexploradas y observa lo que ocurre. Sé espontáneo.

- **Metáforas**

Muchos ilustradores de renombre utilizan metáforas en su trabajo. Una metáfora puede consistir en una palabra o una imagen y no tiene que verse o leerse literalmente, sino que funciona como una comparación. Puede describirse como metáfora el uso de símbolos o formas de discurso que no representan cosas reales. El dinero no crece en los árboles literalmente, pero como metáfora entendemos el sentido de la frase. Es vital conocer el público en este sentido, puesto que no todas las metáforas funcionan en todas partes. Una metáfora utilizada a menudo en Europa puede no tener traducción para el público asiático y viceversa.

- **La primera representación visual**

Las notas que se ha escrito probablemente sean palabras y frases sueltas o algunos conceptos clave. También puede ser que hayas producido algunos bocetos muy simples. Probablemente, los bocetos no sean más que garabatos lo cual deja de ser una forma gráfica de tomar notas caracterizada por la simplicidad de la línea: una figura humana representada por un círculo y cuatro palitos para las extremidades, un edificio de estilo infantil para representar una casa, etc. Reconoce los dibujos como los primeros pasos hacia la visualización del lenguaje escrito; puede que no contengan la llave de la ilustración definitiva, pero son la base o los ladrillos con los que se construirán las ilustraciones posteriores. Acostúmbrate a trabajar de esta forma -algunos lo consideran más fácil que tomar notas escritas pero, igual que respecto a las notas, asegúrate de que los dibujos están suficientemente detallados como para recordar cuál era su sentido.

#### **2.3.4.5 Inspiración.**

##### **A) En busca de la inspiración**

La inspiración necesaria para desarrollar un proyecto o para crear las ideas que contiene no proviene únicamente de la investigación del tema que se tiene entre manos. Un ilustrador debe estar constantemente buscando. La

inspiración, materiales de referencia y recursos. La mayoría de ilustradores crean sus propios archivos de imágenes, y objetos, organizando sus colecciones en carpelas, cajones y cajas. Dichas colecciones pueden ser increíbles fuentes de inspiración.

La acción de buscar y recopila constantemente forma parte del estilo de vida de un ilustrador aunque parezca un tópico, es cierto que la inspiración se encuentra en todas partes. Es importante dedicar un tiempo a sumergirse en una librería de segunda mano o en un mercado de coches de segunda mano, fotografiar un momento o una sensación, captar una frase dicha por un extraño en el supermercado, etc. Todo puede ser inspirador y merece tener su espacio en el archivo de un ilustrador.

Puede tratarse de una simple combinación de colores utilizada en un envase, la forma en que una figura se ha captado en una fotografía o la textura de un billete de tranvía conservado desde unas vacaciones infantiles los ilustradores desarrolla un sexto sentido cuando coleccionan y clasifican materiales, de referencia.

Preparar un archivo de referencia es un proceso divertido y, a pesar de que puede suponer una inversión de tiempo, merece la pena y constituye un elemento muy útil en el proceso creativo. Estar al corriente de cuáles son tus influencias y de las estéticas visuales a estas que respondes positivamente te conducirá con éxito a obtener inspiración e ideas en el día a día.

## **B) EL bloc de dibujo**

El bloc de dibujo es el mejor amigo del ilustrador. Un bloc de dibujo no sirve sólo para bocetar o dibujar en él, sino que debería ser el compañero inseparable y el único elemento al que recurre el ilustrador para registrar y documentar notas, imágenes encontradas y todo tipo de material de referencia. Acostúmbrale a llevarlo a todas horas, cómprate uno que quepa en tu bolsillo o

en una bolsa que utilices siempre. No cometas el error de sustituir tu blog de dibujo por una agenda o un diario son conceptos distintos. Para ser creativo no es necesario concretar una hora del día, es algo que simplemente ocurre y en ese momento debes estar preparado.

Utiliza tu bloc de dibujo para archivar todo lo que recopiles. No le preocupes por separar lo profesional de lo personal; colócalo todo junto y verás cómo las dos vertientes se combinan y se fusionan. Dibuja, garabatea, escribe y anota donde sea y cuando sea. Recorta fragmentos de periódicos y revistas y pégalos en el bloc junto a resguardos de entradas o billetes y cualquier tipo de material que hayas encontrado o recogido. Coloca fotografías, recortes de imágenes fotocopiadas, plantillas, adhesivos, invitaciones, tarjetas... la lista es interminable.

### **C) La carpeta del proyecto**

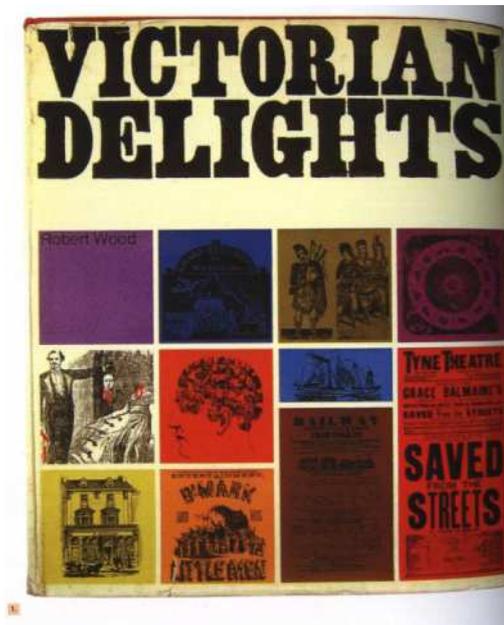
Crear una carpeta para cada proyecto es otra forma de almacenar el material, las ideas y referencias, además del papeleo relacionado con el encargo, el informe del cliente, el contrato y el material de referencia suministrado en el momento de aceptar el encargo. Es práctico crear un archivo digital y otro analógico para el mismo proyecto. Crear una nueva carpeta y guardar en el disco duro de tu ordenador toda la correspondencia, copias de e-mails y materiales de referencia digitales es una opción tan importante como práctica. La carpeta del proyecto puede considerarse una versión ampliada y más concreta del bloc de dibujo, puesto que contiene todo lo que está relacionado o podría estarlo, con el trabajo que se tiene entre manos.

## **Estudio del desarrollo del proyecto**

### **1. Victorian Delights**

Este ejemplo es de los libros utilizados como referencia por el ilustrador Jason Ford mientras trabajaba en un proyecto para ilustrar el cuento My East End de

Gilda O'Neil, ambientado en el Landres Victoriano.



*Gráfico LXXIX:* Foto de libro Victorian delights

#### **D) El entorno creativo**

Trabajar en un entorno positivo puede ayudar mucho en el proceso de generación de ideas. A La mayoría de Las personas les ayuda trabajar en un espacio tranquilo y calmado Desconectar el teléfono, apagar el móvil y salir de La aplicación de correo electrónico te ayudará a no ser interrumpido por un flujo constante de comunicación del mundo exterior. Apaga la radio, el reproductor de CD y La televisión y prepárate para pensar creativamente.

Organizar el espacio de trabajo, ordenar la mesa del ordenador y Limpiar el escritorio de trabajo ayuda a conseguir un poco de espacio fresco en el cual pensar. Vacía la papelera del estudio, abre una ventana y deja entrar un poco de aire del exterior refresca tu ambiente y te ayudará a obtener la recompensa.

Algunas personas no sólo limpian y ordenan, sino que también distribuyen de nuevo sus espacios de trabajo al inicio de un nuevo proyecto. Re posicionan su pantalla, ordenan el caos de los cables de su ordenador y reorganizan sus

estanterías. Archivar proyectos anteriores en CD o DVD y organizar los papeles dentro de sus carpetas correspondientes puede ser de ayuda, porque te induce mentalmente a concluir un trabajo previo antes de empezar con un proyecto nuevo.

A muchos les gusta tomarse una bebida caliente para relajarse cuando empiezan

El proceso creativo, mientras que muchas otras consideran que La solución creativa puede aparecer si abandonan el entorno del estudio y se toman una bebida en una cafetería o en un bar cercano. Puede funcionar sentarse a una mesa con un nuevo proyecto, un bolígrafo en una mano y un capuchino en la otra. Alejarse de las distracciones habituales y concentrar la mente en el nuevo trabajo puede ser extremadamente beneficioso

Cuanto más tiempo se lleve trabajando como ilustrador, más fácil se reconoce el sistema de concentración que mejor se adapta a la forma de afrontar el pensamiento creativo. Aprende a sacar provecho de los escenarios y localizaciones más electivos. Si las mejores ideas llegan durante la tarde, aprender de ello y utiliza las mañanas para trabajar en otros aspectos de la ilustración, como clasificación, envío de correo electrónico, facturación, ventas y promoción, etc.

Reconocer el momento en que podría ser beneficioso que se alejases de la creación de ideas , aprender a aceptar cuándo los juicios creativos no fluyen. Darse contra un muro o entrar en un agujero negro puede llamar al bloqueo creativo como sea no es divertido, pero nos pasar a todos y es muy habitual golpearse la cabeza contra ese muro no sirve de nada. Salir a la calle a pasear, visitar tranquilamente una exposición o incluso ir al cine puede ser lo que se necesita para aclarar tu mente y prepararse para intentarlo de nuevo. Saber cuándo parar es tan importante como saber cuándo empezar.<sup>37</sup>

---

37 *Lawrence Zeegen/ Crush - "Principios de ilustración", Ed. Gustavo Gili.SL, Singapur 2006 pp. 33*

#### **2.3.4.6 Desarrollo de ideas.**

Llegados a este punto solo se cuenta con un informe completo acerca del proyecto, las notas e interpretaciones de la reunión informativa, un bloc de dibujo con los primeras inspiraciones y pensamientos, la documentación recogida acerca del tema, una cárpela del proyecto y un ambiente de trabajo creativo en el que trabajar, lo que ahora se necesita son algunas ideas.

El braindstorming puede tener significados distintos para cada persona. Expresado simplemente, es la acción de recopilar toda la documentación, notas, garabatos y primeros pensamientos con el fin de crear un conjunto superior de ideas y pautas más claramente definidas. Los ilustradores, a diferencia de los diseñadores, a menudo deben realizar sus braindstorming solos, en ilustración. La búsqueda de ideas es una tarea solitaria, una actividad individual en la que sólo hay una persona responsable del resultado final por supuesto, trabajar con un director de arte o un diseñador en un proyecto puede ser de gran ayuda y discutir las ideas debería ser parte del proceso, pero, en definitiva, sólo hay una persona que crea las ideas iniciales , tú, el ilustrador.

La mejor forma de describir el funcionamiento de un braindstorming comparándolo con un ataque masivo de ideas y pensamientos. Suelta todo lo que se le ocurra y anotarlo en un papel o en la pantalla. Dejar que las ideas fluyan. Las buenas ideas, las malas ideas, las que le parezcan excitantes e incluso las más aburridas, Hay que dejarlas salir a todas. Igual que una dura tormenta tropical con fuertes ráfagas de viento, la mente debería trabajar con entusiasmo y poniendo toda su energía en producir todo lo que sea posible Examina las opciones, explora posibles enlaces, combina significados y reconstruye pensamientos, todo sirve. Para hacer que un brainstorming funcione, necesitas tener la semilla de muchas ideas.

#### **A) La investigación de conceptos**

Tras el primer ejercicio de brainstorming las ideas pueden tomar forma de

múltiples maneras. Saber cómo utilizar las materias primas obtenidas del pensamiento creativo conforma el siguiente paso del proceso. La evaluación y edición de las ideas puede ser tan dificultosa como la propia concepción. El reconocimiento de una idea con el suficiente potencial para llevarla a cabo o la respuesta a un desafío creativo que lleva al siguiente nivel son aspectos de este proceso que mejoran con la práctica. Ser realista al fin y al cabo la imagen debe comunicar un mensaje y mantener un nivel elevado de creatividad es la combinación que puede resultar útil para traducir los resultados del brainstorming en conceptos completamente formados. Ser realista significa descartar las ideas más salvajes, extrañas y difíciles de descifrar. Recordarte de vez en cuando que el trabajo sobre todo debe comunicar también es ser realista. Por otra parte, ser creativo significa que el trabajo debe ser fresco, arriesgado y en cierto modo rompedor después de todo, eres un artista. En definitiva, el objetivo es encontrar el equilibrio entre realismo y creatividad.

Son varios los factores que influyen en el modo de investigar las ideas y plasmarlas en formas más concretas. La búsqueda de conexiones, la relación entre palabras e imágenes o la superposición de unos cuantos elementos pueden conducir hacia nuevas direcciones. También puede ser de gran ayuda observar los conceptos desde el ángulo opuesto tener una nueva perspectiva del problema puede facilitar un enfoque distinto. Del mismo modo, el uso del color puede influir en las sensaciones transmitidas por una imagen mientras que el uso de metáforas ayuda a enfalzar una idea o concepto.

## **B) Correr riesgos en ilustración**

EL término riesgo implica peligro , afróntalo, aunque al resto del mundo, la idea de que los ilustradores afrontan riesgos y peligros a diario pueda parecerle absurda. Correr riesgos en ilustración significa abandonar las ideas más seguras y saltarse Las reglas en cualquier proyecto para optar por la vía menos común.

Ser valiente significa abrir las puertas a lo desconocido y afrontar los problemas creativos sin la seguridad que supone la familiaridad. Olvidar el conformismo y

afrontar los problemas de un proyecto con nuevas formas de pensar, e incluso nuevas formas de crear imágenes, puede ser la esencia que haga avanzar el trabajo de un ilustrador sin caer en la monotonía de la repetición. El riesgo es, pues, un aspecto fundamental del pensamiento creativo y de la creación de imágenes. El futuro de la carrera de un ilustrador y el futuro de la disciplina descansan en el avance constante y la exploración de nuevas vías de pensamiento.

Un ilustrador aburrido producirá imágenes aburridas. A menudo. El mayor enemigo del pensamiento fresco y original no es el cliente, sino el ilustrador si cae en un estilo demasiado formal su enfoque y generación de conceptos se basa en tópicos que le impiden explorar áreas más arriesgadas. Es aconsejable reconocer estos sintonías y trabajar duro para que a través de la constante exposición a nuevos materiales, referencias y documentación ilustrar continúe siendo un reto.

Sólo adentrándote en terrenos desconocidos, descubrirás nuevos caminos que te harán avanzar en tu trabajo. En ocasiones, arriesgarse puede suponer frustraciones, ya que todo no siempre da frutos, reconocer tanto las decepciones como las recompensas es el primer paso para afrontar cualquier reto.

### **C) La función de las imágenes**

Las imágenes ayudan al público a captar una idea y la función de la ilustración es proporcionar un significado visual a un texto determinado. Las imágenes pueden ser sencillas, complejas, emotivas, esquemáticas o documentales, pero su principal objetivo es presentar un punto de vista y hacer pensar al receptor. Las imágenes desde el punto de vista de la ilustración deberían ser únicas y ofrecer al receptor la visión de algo en un modo diferente al habitual. También deberían ser emocionales y proporcionar una sensación de humanidad, además de ser apropiadas y comprensibles.

La comunicación visual se basa en una combinación de signos y símbolos la lectura de las imágenes y la decodificación de sus significados es algo que ocurre de forma subconsciente, la "voz" inherente a una imagen es interpretada por el público, el cual ha aprendido a comprender y descifrar imágenes visuales mediante asociaciones construidas a lo largo de los años.

Para un ilustrador, combinar esos elementos y que a la vez se correspondan con una idea creativa, en una imagen no es un reto sencillo.

### **Esbozos iniciales**

"My East End" para Beat 2

Jason Ford, 2005

En los primeros esbozos puede reconocerse un enfoque estilística y algunos aspectos del tema a trabajar. Estos dibujos son estudios rápidos que sirven como método para generar ideas a través de la exploración visual. En esta fase todo vale, todavía no hay nada decidido ni descartado.



*Gráfico LXXX: Boceto de "My east end"*

El siguiente paso en el desarrollo de una ilustración consiste en trabajar con los elementos creados independientemente y con los lápices de , fase de bocetado

para construir una serie de composiciones de prueba. Este paso ayuda a repartir el espacio en las composiciones una simple línea rectangular alrededor de la imagen muestra el límite de la página o de la imagen-. Encuadrar detalles concretos puede proporcionar un enfoque más dinámico. Practica con dos piezas de cartón en idioma de él para enfocar diferentes aspectos del trabajo.<sup>38</sup>

## **Composiciones iniciales “My east end” para Beat 2 Jason Ford, 2005**



2.

*Gráfico LXXXI: Composiciones iniciales de “My east end”*

### ***Descripción del boceto.***

Una vez se tiene encaminado un conjunto de ideas se suele enviar el boceto al cliente para que lo evalúe. En caso de tratarse de un proyecto importante, sería bueno concertar una reunión, pero el 95% de los bocetos serán revisados sin el apoyo que supone una explicación verbal. Enviar un boceto a ciegas vía e-mail, sin un texto que explique el camino que has tomado a partir de las primeras indicaciones, puede resultar fácilmente en una respuesta negativa hacia tu trabajo. No siempre es así, pero ¿por qué correr el riesgo? Aunque sea sólo por cortesía, es una buena idea darle a tu cliente una explicación de lo que está mirando.

Redacta una explicación sencilla y concisa del trabajo con la que describas tu idea y los detalles que se modificarán en el proceso de transformación del boceto en original. Haz referencia a los colores y a las texturas que pueden

---

<sup>38</sup> Lawrence Zeegen/ Crush - “Principios de ilustración”, Ed. Gustavo Gili.SL, Singapur 2006 pp. 37

cambiar e indica qué elementos requieren un mayor trabajo puede ser por ejemplo, que algunas áreas requieran más dibujos. Mantén a tu cliente informado, explicándole brevemente tú forma de pensar y Las ideas que tienes destaca Los elementos clave del brief que te pareció importante explorar y expandir. Recuerda quién es tu cliente: seguramente el diseñador, el director de arte o el director de encargos deberá presentar tu trabajo a alguien más. Podría ir a un editor o a un director creativo con experiencia o podría tener que mostrarlo a un cliente que no está tan al día como el diseñador con quien trabajas, si colaboras en una campaña de publicidad, por ejemplo, tu trabajo podría ser presentado a un equipo de la empresa para la que trabaja la agencia de publicidad. Podría ser el departamento de marketing de una marca de zapatos o los fabricantes de un detergente para ropa los cuales no son necesariamente el público ideal que comprende el boceto de una primera idea.

### **Colorear la composición "My East End" para Beat 2 Jason Ford, 2005**

Se escanea una versión realizada a mano con líneas gruesas y se le añade color digitalmente usando Photoshop. Se prueban dos versiones. Alterar el calar y guardar nuevos documentos es un proceso muy sencillo en el trabajo digital. Nota cómo la simple utilización de la luz y la sombra en las nubes, por ejemplo, proporciona a la imagen mayor profundidad y sensación de perspectiva.



*Gráfico LXXXII: composición de "My east end" a color*

## Aprobación del cliente "My East End" para Beat 2 Jason Ford, ZOOS

Incluso en Lo que aparenta ser una etapa avanzada del desarrollo del trabajo, el cliente solicitó unos cambios con el deseo de que la imagen tuviese un aspecto más moderno, llamativo y con aire de cómic. Se produjeron nuevos bocetos en blanco y negro para presentarlos al cliente antes de trabajar en los originales. La obra final ciertamente tiene un aspecto más atractivo, pero sigue reflejando el trabajo de investigación realizado anteriormente. <sup>39</sup>



Gráfico LXXXIII: Ilustración Final "My east end"

## El trabajo de toda una vida - Jason Ford

1. Estudios en un bloc de dibujo Sin encargo, 1990
2. Colección de libros Infantiles Egmont Books, 2003
3. Estudios en un bloc de dibujo Sin encargo, 1995

---

<sup>39</sup> Lawrence Zeegen/ Crush - "Principios de ilustración", Ed. Gustavo Gili.SL, Singapur 2006 pp. 42



Gráfico LXXXIV: Ilustración Repartidor



Gráfico LXXXV: Ilustración portada de libros



Gráfico LXXXVI: Ilustración Monster

#### **2.3.4.8 El medio como mensaje.**

Los ilustradores comunican básicamente a través de lo que hacen; los aspectos fundamentales de su trabajo son el tema y la fuerza de las ideas que transmiten. Aunque menos visibles, la elección del medio y el uso de materiales son tan importantes como la documentación sobre el tema y la generación de ideas y metáforas visuales.



*Gráfico LXXXVII: Lápices de colores sobre papel "Skunk" Andrew Brandoy. 2004*

Colorear una ilustración realizada con lápiz puede ser muy sencillo cuando se trabaja con una gama de lápices de colores. A pesar de ser una técnica tradicional, requiere un conocimiento específico del medio, que sólo se consigue tras muchos años de práctica.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Lawrence Zeegen/ Crush - . "Principios de ilustración", Ed. Gustavo Gili. SL, Singapur 2006 pp. 49-50

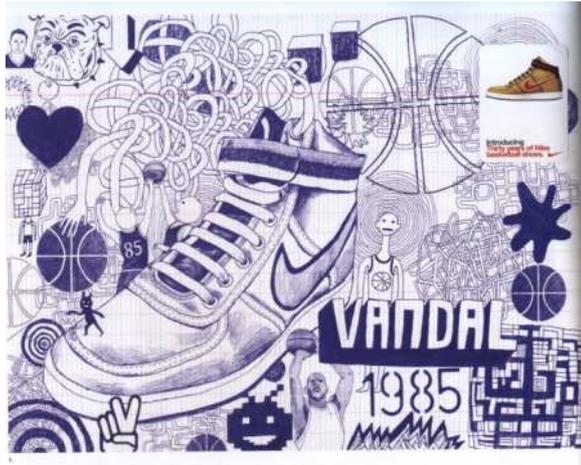


Gráfico LXXXVIII: Bolígrafo sobre papel "Vandal" para Nike BiLue-Jean, 2004

Los bocetos iniciales pueden convertirse en la base de obra final en muchas ocasiones ya que mantienen la esencia de la espontaneidad. Convertir imágenes dibujadas a lápiz en grafismos para aplicar en paredes o cristales de gran tamaño puede ser un proceso interesante. Tratando los dibujos originales con una aplicación como Streamline, convirtiéndolos en vectores y transfiriéndolas a vinilo, la imagen puede ser adherida a cualquier superficie plana.

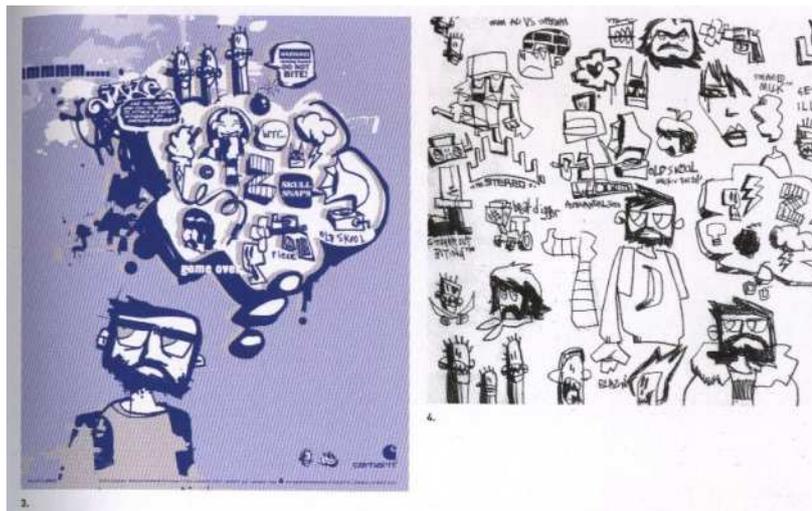


Gráfico LXXXIX: Libro de Ilustración a lápiz

**1. Dibujo a lápiz "Norsk Tales" para Smirnoff Neal Murren. 2004**

**2. Coloreado digital "Norsk Tales" para Smirnoff Neal Murren, 2004**

Los dibujos a lápiz también pueden colorearse en La pantalla utilizando programas como Adobe Photoshop, que proporcionan libertad y flexibilidad a la hora de hacer cambios y alteraciones a lo largo del proyecto.

Inspirarse en métodos de trabajo como la serigrafía puede proporcionar recursos muy ricos. Recrear las técnicas analógicas "e impresión en formatos digitales supone un gran ahorro de tiempo y recursos, y hace posible aquello que parece imposible.



*Gráfico XC: Ilustración a lápiz y digital*

**Collage** realizado con Photoshop

**INSPIRADO EN UNA SERIGRAFÍA "GAMING" PARA NEW SCIENTIST  
MAGAZINE SIMÓN PEMBERTON, 2004**



*Gráfico XCI:* Montaje fotográfico renderizado manualmente "Rock Make Up" para la revista Nylon

### **Camiseta serigrafiada**

"Sin título" para Concrete Hermit

Jon Burgerman, 2004

### **2. Guitarra personalizada y Otras piezas graficas.**

"Guitarra" para Studio Output

Jon Burgerman, 2004

Dirección de arte del Studio Output

Zapatos personalizados artesanalmente

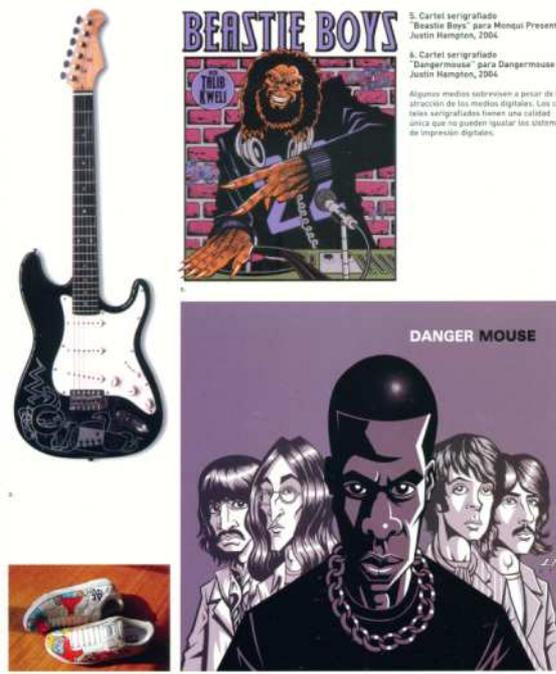
"Sin título" para Sneaker Pimps Jon Burguerman, 2004

El trabajo aplicado sobre un amplio abanico de elementos permite mostrar a los clientes una idea de cómo pueden funcionar diversas técnicas. Las imágenes que funcionan sobre papel impreso también pueden funcionar sobre camisetas o ser adaptadas para objetos

3D, como una guitarra o un par de zapatillas deportivas.



*Gráfico XCII: Camiseta serigrafiada "Sin título" para Concrete Hermit  
Jon Burgerman, 2004*



*Gráfico XCIII: Guitarra personalizada "Guitarra" y otras piezas Graficas para  
Studio Output , Jon Burgerman, 2004*

#### **2.3.4.8.1 La opción digital.**

Durante cierto tiempo, el diseñador mantuvo un control estricto de la tipografía, así como un cierto control exclusivo del proceso digital. Deseosos de explorar

el campo que los procesos digitales ponían a su disposición, los diseñadores gráficos fueron muy rápidos en dar el salto a la nueva era de la tecnología digital que les ofrecía Apple cuando lanzó el primer Macintosh en 1984. Concebido como alternativa a IBM, el Mac fue el primer ordenador personal con una interface gráfica que iba a revolucionar el modo en que la gente utilizaría los ordenadores desde ese momento. Era una oportunidad que el colectivo de la industria del diseño no podía dejar escapar y, a pesar de que por el precio de 2.500 dólares del momento, se ponían en manos del usuario solamente 128 Kb de RAM, la era digital empezaba para el diseñador.<sup>41</sup>

Activos de empresa...

Los ilustradores, no obstante, en plena etapa de hibernación, no podían hacer frente a las inversiones financieras que sí podían permitirse los diseñadores. Puede decirse que las razones que provocaron un retraso de casi diez años en la entrada de la ilustración en la revolución del diseño digital fueron eminentemente económicas. El diseñador gráfico que trabajaba en un estudio de diseño podía sentarse ante un ordenador sin verse obligado a realizar ninguna inversión personal. Igual de fácil era para un empleado de cualquier empresa de diseño de mediano tamaño acceder a cursos que le permitieran adquirir agilidad en los programas más necesarios, aunque el nivel creativo y técnico fuese todavía muy incipiente. Para cualquier empresa tenía sentido y suponía una buena inversión comprar ordenadores y formar a sus diseñadores para utilizarlos frente al pequeño presupuesto de un autónomo

La situación de los ilustradores era diferente. Para un ilustrador, la independencia que suponía trabajar de forma autónoma significaba que la compra de hardware digital estaría fuera de su alcance durante algún tiempo. El precio del software era prohibitivo, así que se hacía imprescindible esperar a que los costes descendiesen considerablemente para dar el salto. Además de esta reducción en los costes, antes de eliminar fronteras, también sería

---

41 Lawrence Zeegen/ Crush - .“Principios de ilustración”, Ed.Gustavo Gili.SL,Singapur 2006 pp. 74

necesario adquirir la misma experiencia que aquellos diseñadores o directores de arte que encargarían el trabajo y dominar la mejor forma de trabajar para permitir una adecuada reproducción digital y no tener problemas en el proceso de impresión de las imágenes. Finalmente, con el cambio de siglo, los procesos digitales se adaptaron completamente a la práctica de la ilustración.

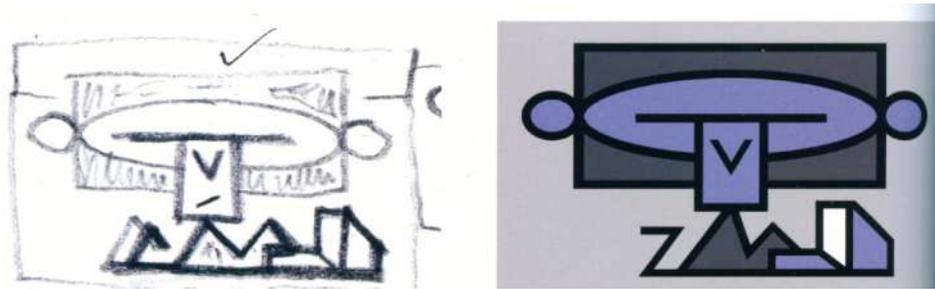


Gráfico XCIV: Ilustraciones a mano y Terminada Digitalmente.

### A) La nueva generación de ilustradores

Era interesante la revolución que se producía en aquellos momentos, más allá de los confines de la ilustración profesional y de las exigencias sofocantes del trabajo publicitario. La sublevación fue sutil y se inició en los campos de batalla más familiares para los ilustradores de la vieja escuela. Llegaba una nueva generación que se apartaba de los métodos utilizados por la ilustración tradicional y producía trabajos que se negaban a complacer a los directores de arte de las revistas de papel *couché* mensuales o los suplementos dominicales. Se mantenían apartados de las publicaciones sobre diseño, de organizaciones como la Sociedad de Ilustradores de Londres y del control ejercido por las agencias de ilustración, luchando por permanecer a flote durante el rigor de la recesión de la industria. La corriente estaba cambiando.<sup>42</sup>

Los nuevos ilustradores, con una nueva perspectiva, y algo que decir y los métodos y medios para decirlo, empezaron a tomar el control. No estaban dispuestos a ceder ante las necesidades corporativas de los aburridos clientes de la industria y empezaron a crear imágenes para un público formado por

---

<sup>42</sup> Lawrence Zeegen/ Crush - "Principios de ilustración", Ed. Gustavo Gili.SL, Singapur 2006 pp. 80

gente que pensaba como ellos. Poco a poco, las revistas independientes y la industria discográfica, la prensa de estilo y las compañías de moda empezaron a contratar los servicios de esta generación de profesionales.

Los dos momentos que se citan a continuación se consideran las claves del renacimiento de la ilustración. En el Reino Unido, la revista *The Face* contrató a un ilustrador como director de arte y, de la noche a la mañana, el aspecto de la publicación cambió radicalmente. Empezaron a aparecer imágenes urbanas en sus páginas, atractivas y diferentes, creadas por nuevos ilustradores, y el balance entre ilustración y fotografía fue mejor para la primera de lo que había sido nunca hasta entonces. En los Estados Unidos, la compañía *Levi's* fue muy rápida en captar este movimiento y encargó la creación de las campañas publicitarias de sus líneas de moda urbana a ilustradores, que romperían moldes y retratarían la ropa como sólo el fotógrafo había podido hacerlo. En la lucha por captar el mercado y mantenerse en la cresta de la ola, la lista de clientes que acogían

La ilustración con los brazos abiertos fue creciendo de día en día. Pero ¿qué había cambiado realmente en la ilustración?

Esta revolución se produjo por numerosas causas. La primera era la edad de los nuevos creadores de imagen. Se trataba de una generación muy joven, pero con un gran dominio de la tecnología, probablemente debido a una introducción en los ordenadores más temprana que la de ninguna generación anterior, lo cual hizo que, en lugar de mantenerse en un segundo plano, se sintieran poderosos. La generación anterior, sin embargo -en esta disciplina las generaciones parecen cambiar cada cinco años-, continuaba en el mismo punto. La inexistencia de ataduras por el peso de los años, o la poca intención de complacer a la vieja guardia o de encajar en un orden existente, permitió la libertad de experimentar, a estos renegados de la "nueva" ilustración.

Otra explicación del cambio venía de lo que realmente atraía a esos nuevos ilustradores: la multitud de posibilidades que ponía a su alcance la combinación de técnicas digitales y analógicas. Familiarizados con multitud de métodos y

medios diferentes desde el primer curso impartido en las escuelas de arte, y capacitados para refinar sus técnicas durante la existencia nómada que caracterizaba la licenciatura en ilustración, sentían un creciente entusiasmo por lo que ellos consideraban "nueva" tecnología: los métodos y técnicas tradicionales. La naturaleza ecléctica de sus métodos de creación de imagen sólo podía encajar con la naturaleza ecléctica de los temas y los motivos explorados por esos nuevos ilustradores. Es frecuente que aquellos que establecen sus propios parámetros y objetivos, investiguen temas de naturaleza personal que han llegado a convertirse en proyectos con cuotas reales. Otros, trabajando como diseñadores, han salido en busca de posibles clientes, instigando proyectos por los que sienten cierta afinidad.

Este cambio de control ha supuesto un nuevo giro en la revolución.

Los temas explorados por esta nueva generación de ilustradores no son nuevos; muchos de ellos siguen basando su documentación en colecciones de fotografía editorial y artística, pero el cambio se había hecho necesario en la disciplina. No todos los trabajos que aparecen siguen los ancestrales ritos que clamaban que la mejor ilustración debe contener una gran idea, sino que para muchos es más una cuestión de apariencia y sentimiento, que de transmisión de una idea ingeniosa. Los fondos urbanos enérgicos llaman la atención sobre dibujos con individuos bellos, aunque a menudo con mirada trágica, enmarcada en temas que abarcan el sexo, la música y las relaciones, algunas veces presentados en una visión oscura y surrealista, otras con sentido del humor y en clave de juego. El cabo que mantiene ligada esta variedad de temas y métodos de creación de imagen es la convicción de la importancia de la creación de un nuevo mundo visual diferenciado. Los ilustradores que trabajan en este espacio donde se funden el arte y el diseño han reinventado y rejuvenecido la ilustración sustentando la disciplina en la creencia en el trazo dibujado y el poder del lápiz, aunque confiriéndole un giro digital.

### **2.3.4.9 Proceso de Ilustración**

#### **Paso 1 : Documentación**

El mayor reto y la parte más divertida del trabajo de un ilustrador consisten en entender el tema de un texto y resolver su interpretación visual.

En un período relativamente corto, los ilustradores deben convertirse en expertos en el tema que están ilustrando. El artículo puede vasar sobre relaciones humanas, neurocirugía, políticas medioambientales, asuntos sociales de un ayuntamiento, sistemas de airbag o nuevas reglamentaciones; las posibilidades son interminables y si un ilustrador desea trabajar en varias publicaciones debe tener la flexibilidad suficiente para representar cualquier tema.

Parte del proceso se basa en estudiar a fondo cada tema y adquirir un mayor conocimiento del contenido. Es posible que el artículo requiera del lector un bagaje especializado que el ilustrador deberá asumir en un breve espacio de tiempo.

#### **Paso 1: Bocetos**

Para los ilustradores de encargos editoriales, la creación de bocetos debe ser rápida. Empieza visualizando las ideas mediante trazos, garabatos y dibujos sin detalle. Registrar tus primeras ideas y tomar notas o hacer listas puede ser un buen punto de partida. Tener siempre a mano un bloc de notas y un lápiz es muy útil porque no todas las ideas se nos presentan ante la mesa de dibujo, sino que pueden empezar a tomar forma en el autobús, en el supermercado o en el cine.

Dar una respuesta al brief puede llevar tiempo pero no es algo de lo que se disponga en los encargos editoriales, por lo que muchos ilustradores utilizan mecanismos que les agilizan el proceso. Puede ser tan sencillo como apagar el móvil, preparar un poco de té o escuchar música clásica. Es importante saber que es momento de concentrarse para encontrar ideas y visualizarlas.

Los directores de arte saben que no todos los ilustradores trabajan del mismo modo: a unos les gusta producir bocetos perfectamente acabados y limpios, a

otros garabatear sus propuestas, ofreciendo una vaga idea de lo que acabarán haciendo. Independientemente de cómo se presenten los bocetos, lo importante es que la mayor parte del detalle se resolverá en esta primera fase. Si no logras comunicar bien la forma en que ejecutarás una ilustración, conceptual y artísticamente, posiblemente te acarree problemas más adelante. Enviar un boceto por e-mail o fax al director de arte le proporcionará una base sólida para defender tu trabajo ante el editor que suele ser quien decide lo que se publicará.

Una gran idea sólo funciona si comunica y la presentación de los bocetos es la primera prueba de fuego a que se somete un concepto. Un buen director de arte observará la idea con los ojos del lector para que la imagen y el concepto funcionen. Es primordial reservarse algún tiempo por si la idea presentada fuese rechazada; no todos los proyectos funcionan de acuerdo con los deseos del ilustrador.

Crea más de una idea, presenta tu favorita en primer lugar, y mantén las otras en la recámara, o bien preséntalas todas y que el director de arte decida cuál transmite mejor el concepto. No te limites nunca a un solo concepto; corres el riesgo de que el proyecto se suspenda si no ofreces alternativas que te permitan trabajar en los artes finales antes de la fecha límite.

## **Pasó 2: Ilustración definitiva**

El momento de ejecutar la ilustración final es crucial en cualquier trabajo editorial. Si trabajas con diferentes medios, asegúrate de que el director de arte conoce el método que utilizarás. Si un proyecto ha surgido del empleo de técnicas fotográficas, en el trabajo final deberás emplear una técnica similar, a menos que se trate de un requerimiento específico. No muchos directores de arte conocen todos los métodos que puede emplear un ilustrador, lo cual proporciona una nueva razón por la que es imprescindible aclarar todas estas cuestiones al comenzar el proyecto. Las sorpresas positivas son las únicas que aceptará un director de arte en la fecha límite de entrega de un encargo.

## **2.3.5 Técnicas de Ilustración**

### **2.3.5.1 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. Como la pintura no seca, el cuadro ha de enmarcarse protegido por un cristal una vez terminado.

Los tipos más comunes de técnicas secas son:

**A) Carboncillo.** Es el más simple de conseguir. Consiste en una ramita de árbol carbonizada que tizna con facilidad y da un color negro intenso. Es una técnica muy sucia, pero puede borrarse y difuminarse con facilidad. Se usa sobre todo para aprender a dibujar.

**B) Lápiz de grafito.** Es una barrita de grafito y arcilla cocida envuelta en un mango que puede ser de madera o un portaminas. No da un negro tan intenso como el carboncillo, pero no tizna tanto, y sobre todo, es de un trazo más estrecho.

**C) Lápices de colores.** Son un conjunto de lápices con mina de diversos colores. Como aglutinante se emplean colas y ceras. Existen también los acuarelables es decir aquellos que una vez aplicados se puede utilizar el agua como medio de difuminar el color

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

**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.

### **2.3.5.2 Técnicas Húmedas**

#### **A) La Pintura Acrílica**

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

El resultado es un tipo de pintura de consistencia y apariencias similares a los óleos, pero de un secado mucho más rápido y acabado mate.

La utilización de acrílicos nos permite agregar más pintura sobre superficie ya trabajada (cuarteo menos que el óleo), presenta una gran estabilidad y resistencia a la oxidación, permite trabajar sobre cualquier soporte absorbente, ...

Es una técnica asociada al Arte Contemporáneo, sobre todo desde la década de los cincuenta, principalmente en el ámbito americano del Expresionismo Abstracto (Pollock, Rothko, ...) y el Pop Art (Warhol).

#### **A) Témpera**

El gouache (del italiano: "guazzo": pintura de agua) o 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 arábiga, 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.

El gouache fue muy utilizado en Francia durante el siglo XVIII, siendo Boucher

uno de sus principales cultivadores. También lo utilizaron pintores modernos como: Picasso, Henry Moore, Peter Blake,..

## **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. El aceite que más se empleaba era el de linaza que solía mezclarse con los pigmentos de minerales que son los que proporcionan el colorido, pero no era el único y cada artista en su taller tenía su propia fórmula que guardaba muy en secreto.

Esta pintura ofrece muchas ventajas al pintor, entre otras, el poder realizar la obra lentamente y sin prisas de acabado (lo contrario de lo que ocurre en la pintura al fresco), el poder retocar la obra día a día, variar la composición, los colores, etc.

Para saber más os recomiendo visitar la página cómo pintar al óleo y ver los siguientes vídeos de Educathyssen:

Sábado 4 de abril de 2009

## **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.

Otra característica de la técnica de la acuarela es que necesita papeles de textura rugosa y alto gramaje para que así absorban parte del agua.

Durante mucho tiempo la acuarela estuvo relegada a un segundo plano, los artistas la utilizaban para realizar bocetos o apuntes del natural. Su consideración como técnica artística llegó en el s. XVIII con los pintores románticos ingleses, entre los que destaca William Turner

### **2.3.5.3 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.

Como ejemplos tenemos Collage que se constituyen de desperdicios papel y otros objetos encontrados que llaman la atención del artista merzbau con objetos metálicos de madera cartón u otros materiales. Frotage y Gratage puede frotarse raspase o arañarse cualquier superficie y presentar un relieve el gratage se sitúa una hoja de papel ya pintada sobre una superficie y se rasca la pintura par que salga una imagen negativa de la textura.

### **2.3.5.4 Técnica Digital.**

Comprende a la utilizada en el computador , usualmente programas como : Adobe Ilustrador , Adobe PhotoShop , Corel Paint etc.

## **2.3.6 Estilos de Ilustración**

### **2.3.6.1 Abstracto**

Expresión artística que no intenta representar el mundo que nos rodea. Aplicable al arte del dibujo que no represente objetos reconocibles abandonando cualquier referencia artística a la naturaleza que conocemos.

### **2.3.6.2 Artístico**

Representación más esencial y primigenia de cualquier forma de arte en su concepción más clásica. Tiene entidad propia como obra en sí o como concepto primero de obra mayor (boceto) en todas las demás artes: pintura, escultura, arquitectura.

### **2.3.6.3 Humorístico**

Ilustraciones que representan de forma crítica, irreverente y/o burlesca a la realidad.

### **2.3.6.4 Monumental**

Ilustraciones que representan construcciones históricas o tradicionales

### **2.3.6.5 Fantástico y Ciencia Ficción**

Forma de narrativa y de ilustración fantástica que explota las perspectivas imaginativas de la ciencia moderna.

### **2.3.6.6 Manga**

Estilo de cómic de origen japonés, basado en las expresiones y las emociones de los personajes. Se compone de viñetas grandes y suelen resaltar sobre todo la personalidad y el estado de ánimo de los personajes.

## **2.2.7 Teoría y Psicología del color**

### **2.2.7.1 El color**

En la generación publicitaria, el color juega un papel notablemente señalético y emocional. El color no es una característica de una imagen u objeto, sino que es más bien una apreciación subjetiva nuestra. Se puede definir como, una sensación que se produce en respuesta a la estimulación del ojo y de sus mecanismos nerviosos, por la energía luminosa de ciertas longitudes de onda.

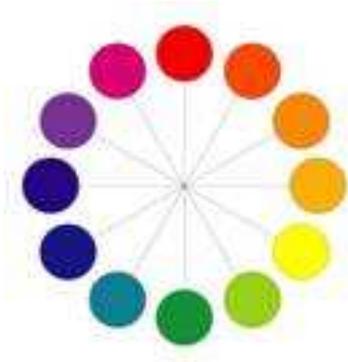
La actual teoría del color está fundada en los experimentos de Isaac Newton. Newton señalaba que a pesar de que la luz del sol, o luz blanca, es "incolora", está compuesta por siete haces de colores: violeta, índigo, azul, verde, amarillo, naranja y rojo. Nosotros vemos los objetos de un color o de otro según el grado en que ellos reflejen o absorban los rayos de luz.

### **2.2.7.2 Clasificación del color**

Aprender a ver el color y obtener una interpretación de sus propiedades inherentes ha de ser el punto de partida si deseamos realizar un tratamiento eficaz de éste en las distintas aplicaciones gráficas que hagamos. Podemos establecer diversas clasificaciones de color. Por ejemplo esta clasificación de "Grafismo Funcional":

- Los policromos, o gama cromática. Compuesto por colores diversos que encuentran su unidad en la común saturación de los colores.
- Los camafeos, o matizaciones alrededor de una coloración principal. Puede haber tantos camafeos como colores. No obstante, cabe distinguir en primer lugar el camafeo cálido (compuesto de tonos que giran alrededor del rojo y del naranja) del camafeo frío (compuesto por tonos alrededor del azul cian y del verde).
- Los agrisados, que comportan colores variados muy cercanos al blanco (tonos pastel) o al negro (tonos oscuros) o al gris (tonos quebrados).
- Los neutros, que componen un conjunto únicamente blanco y negro o que pueden comprender grises escalonados.

### 2.2.7.3 Círculo Cromático



El círculo cromático nos sirve para observar la organización básica y la interrelación de los colores. Los *colores primarios* son: rojo, amarillo y azul; todos los demás se crean a partir de estos.

Los tres *colores secundarios* son el resultado de la mezcla de dos primarios: verde (azul y amarillo), violeta (rojo y azul) y

Gráfico XCV:Gráfico Círculo Cromático

Naranja (amarillo y rojo).

Los *colores terciarios* son: rojo violáceo, rojo anaranjado, amarillo anaranjado, amarillo verdoso, azul verdoso y azul violáceo.

Terciarios

Secundarios

Primarios

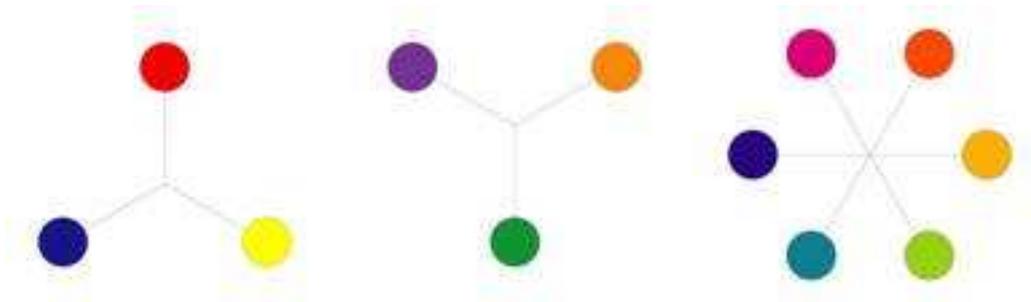


Gráfico XCVI:Gráfico Colores Primarios ,Secundarios y terciarios

Los primarios son colores que se consideran absolutos y que no pueden

crearse mediante la mezcla de otros colores. Sin embargo, mezclar los primarios en diversas combinaciones crea un número infinito de colores.

Dependiendo del ámbito de trabajo podemos encontrar *tres juegos de colores primarios*:

- Los artistas y diseñadores parten de un juego formado por el *rojo, el amarillo y el azul*. Mezclando pigmentos de éstos colores pueden obtenerse todos los demás tonos.
- El segundo juego de primarios es el del *rojo, verde y el azul*, conocidos como *primarios aditivos*. Son los primarios de la luz y se utilizan en el campo de la ciencia o en la formación de imágenes de monitores. Si se mezclan en distintos tantos por ciento, forman otros colores y si lo hacen en cantidades iguales producen la luz blanca.
- El tercer juego se compone de *magenta, amarillo y cian*. Se trata de los **primarios sustractivos** y son los empleados por los impresores. En imprenta, la separación de colores se realiza utilizando filtros para restar luz de los primarios aditivos, con lo que se obtienen los colores de impresión por proceso sustractivo.

**Los colores secundarios** se obtienen al mezclar partes iguales de dos primarios; los colores terciarios se consiguen al mezclar partes iguales de un color primario y de un secundario adyacente.

**Colores Fundamentales:** Se los llama así a los de la terna de colores que, convenientemente mezclados, permiten formar cualquier color. La elección de los mismos es arbitraria. Generalmente se acostumbra utilizar como fundamental el rojo, el verde y el azul o el violeta.

**Colores Complementarios:** Son los pares de colores puros cuya síntesis produce la sensación del color blanco, siendo, compensados cuando su unión da lugar a una sensación de color acromático, a su vez son complementarios todas aquellas gamas de colores que muestran los mismos aspectos, ya que no depende de la composición espectral del estímulo de color, sino de los valores de código que se forma en el órgano de la vista.

El círculo de los colores, es un medio todavía insuficiente para ordenar todos aquellos que se puede percibir. Todos los intentos actuales se establecen en el campo de las representaciones tridimensionales ya que para establecer cualquier color se precisa establecerlo con respecto a tres diferentes conceptos:

**Tono:** Es el matiz del color, es decir, es el color en sí mismo; supone su cualidad cromática; es simplemente un sinónimo de color. Es la cualidad que define la mezcla de un color con blanco y negro. Se lo puede considerar como la variación cualitativa del color. Está relacionado con la longitud de onda de su radiación. Incluye colores primarios, secundarios y terciarios. El matiz de un color secundario varía de acuerdo con las proporciones en que han sido mezclados los dos primarios. Según su tonalidad se puede decir que un color es rojo, amarillo, verde, etc.

1. *Tonos cálidos* (rojo, amarillo y anaranjados): Son todos los colores que van desde las posiciones del amarillo al magenta, a ellos los asociamos por analogía con la luz solar, el fuego, etc.



2. *Tonos fríos* (azul y verde): Aquellos colores que se orientan desde el amarillo al violeta. Los colores fríos

*Gráfico XCVII:* Gráfico Tonos de Colores

Son aquellos que asociamos con el agua, la luz de la luna, etc.

Los tonos violetas tienen un cierto carácter ambiguo según su situación relativa. Los colores primarios poseen en todo caso un tono neutro.

Los términos "cálido" y "frío" se utilizan para calificar a aquellos tonos que connotan dichas cualidades; estos términos se designan por lo que denominamos "temperatura de color". Las diferencias entre los colores cálidos y los fríos pueden ser muy sutiles. Por ejemplo, el papel blanco puede parecer más cálido o más frío por una leve presencia de rojo o azul. Lo mismo ocurre con el gris y el negro.

**Saturación (Croma):** Está relacionada con la pureza cromática o falta de dilución con el blanco. Constituye la pureza del color respecto al gris, y depende de la cantidad de blanco presente. Cuanto más saturado está un color, más puro es y menos mezcla de gris posee.

Cuando un determinado color contiene su máxima fuerza y pureza, esto es, cuando corresponde a la propia longitud de onda determinada en el espectro y carece absolutamente de blanco y negro, se dice que este color está saturado.

La saturación varía con la cantidad de blanco añadido al tono. En los medios de impresión se rebaja la saturación, variando la superficie del punto de la trama.



*Gráfico XCVIII:* Gráfico Saturación y Brillantes de Colores

**Brillantez:** Tiene que ver con la intensidad o el nivel de energía. Es la

luminosidad de un color (la capacidad de reflejar el blanco, o de reflejar mayor o menor cantidad de luz que incide sobre él), es decir, el brillo. Alude a la claridad u oscuridad de un tono. Es una condición variable, que puede alterar fundamentalmente la apariencia de un color. La luminosidad puede variar añadiendo negro a un tono.

Tanto en pintura como en artes gráficas se hace variar con la adición de negro de tal modo que el nuevo pigmento tiene una mayor absorción de luz.

#### **2.2.7.4 Psicología del color**

**Colores Cálidos:** Los colores ardientes se proyectan hacia fuera y atraen la atención, acercan el mensaje al público, pues transmiten sensaciones de contacto directo. Son fuertes y agresivos, y parecen vibrar dentro de su espacio propio. Su poder afecta a la gente de muchas maneras, tales como el aumento de la presión sanguínea y la estimulación del sistema nervioso. Se consideran estimulantes, alegres y hasta excitantes; son cálidos por su asociación al sol, sangre, fuego, tierra; pueden transmitir pasión, energía en todas sus expresiones; son acogedores, amigables, reconfortantes, sugieren aproximación pues parecen atraernos al mismo tiempo que irradian energía vital. El calor remite al rojo en su máxima saturación. En el círculo cromático se consideran colores cálidos a todos aquellos que estén entre el amarillo y el magenta.

**Colores Fríos:** Se los considera fríos al azul, violeta y verdoso, por asociación con el agua. Los colores fríos nos recuerdan al hielo y la nieve. Dentro del círculo cromático son fríos todos aquellos colores ubicados desde el amarillo al violeta. El frío remite al azul en su máxima saturación, mismo que en su estado más brillante es dominante y fuerte. Los sentimientos generados por los colores fríos: azul, verde y verde azulado son opuestos a los generados por los colores ardientes; el azul frío aminora el metabolismo y aumenta nuestra sensación de calma. Son pasivos y pueden ser hasta opresivos, los colores fríos lejos de incitar algún tipo de aproximación nos mantienen sin contacto directo, alejan emocionalmente al público del mensaje y lo hacen sentirse

distante. Los colores fríos son tranquilos, sedantes y en algunos casos deprimentes.

**Colores Claros:** Los colores cálidos en matices claros: cremas y rosas, sugieren delicadeza, feminidad, amabilidad, hospitalidad y regocijo.

Los colores fríos en matices claros expresan delicadeza, frescura, expansión, descanso, soledad, esperanza y paz.

Los colores claros son los pasteles más pálidos, son casi transparentes. Cuando la claridad aumenta, las variaciones entre los distintos tonos disminuyen. Los colores claros descubren los alrededores y sugieren liviandad, descanso, suavidad y fluidez. Se parecen a las cortinas transparentes de una ventana, y envían un mensaje de distensión. Son el color marfil, rosa, celeste, beige, etc.

**Colores Oscuros:** Los colores oscuros son tonos que contienen negro en su composición. Encierran el espacio y lo hacen parecer más pequeño. Los colores oscuros son concentrados y serios en su efecto. En cuanto a las estaciones, sugieren el otoño y el invierno. Los colores cálidos en matices oscuros con predominio de rojo transmiten vitalidad, poder, riqueza y estabilidad. Los colores fríos en matices oscuros con predominio de azul insinúan melancolía, reserva, misterio, depresión y pesadez. Combinar juntos los claros y los oscuros es una manera común y dramática de representar los opuestos de la naturaleza, tales como el día y la noche.

**Colores Brillantes:** La claridad de los colores brillantes se logra por la omisión del gris o del negro. Los colores azules, rojos, amarillos y naranjas son colores de brillo pleno. Los colores brillantes son vívidos y atraen la atención, nunca pasan inadvertidos. Son estimulantes y alegres, los colores brillantes son colores perfectos para ser utilizados en envases, moda y publicidad.

**Blanco:**

 Significa perfección, pureza, paz, modestia, verdad, inocencia, gloria, integridad, firmeza, obediencia, candor, elocuencia, iniciación, perdón; en sentido negativo puede representar frialdad, poca vitalidad, vacío, ausencia, rendición.



**Negro:**

Significa rigor, prudencia, honestidad, seriedad, elegancia; pero también tristeza, luto, inconsciencia, odio.



**Gris:**

Significa sensatez, experiencia, sentido común, justa medida entre mentalidad y emotividad, entre actividad y pasividad. Pero puede significar depresión, indiferencia, astucia y engaño.

**Amarillo:**

Simboliza arrogancia, fuerza, alegría, poder, voluntad, buen humor, intelecto. En su sentido negativo significa envidia, avaricia, hipocresía, ira, cobardía, y los bajos impulsos. El amarillo siempre empuja hacia delante, hacia lo nuevo, lo moderno, hacia el futuro, es animado, jovial, emotivo, excitante e impulsivo.



**Naranja:**

Es entusiasmo, ardor, incandescencia, euforia, exaltación. Psicológicamente, es el color más atractivo. Es el más generoso de los colores, es el punto de equilibrio entre la libido y el espíritu. Significa confianza en sí mismo, vigor, estímulo vital; pero también puede significar tentación lujuriosa, orgullo y ambición.

**Rojo:**



El rojo es el color de la pasión, de la sangre, de la fuerza bruta y del fuego. Significa, sensualidad, virilidad, energía, fortaleza, amor, calor, alegría, gozo, entusiasmo, movimiento, dinamismo, sacrificio, audacia, acción, optimismo, excitación, victoria, agresividad, revolución, disputa, violencia, desconfianza, destrucción, crueldad, rabia, peligro e impulso; evoca la guerra, al diablo y al mal. Es el color percibido con mayor impacto por el ojo humano. Se lo emplea tradicionalmente para destacar el peligro.

**Azul:**



Es inteligencia, sinceridad, justicia, caridad, sabiduría, recogimiento, espacio, inmortalidad, también significa paz, descanso, lasitud y quietud. Simboliza la sabiduría, fidelidad, verdad eterna e inmortalidad. Expresa armonía, amistad, serenidad, sosiego... y posee la virtud de crear la ilusión óptica de retroceder.



**Violeta:**

Abarca los matices conocidos como añil, índigo, lila y morado. El violeta es madurez, y en un matiz claro expresa delicadeza. El violeta es profundidad, misticismo, humildad, retiro, recogimiento, religiosidad, tolerancia, intuición, sabiduría, temperancia, martirio, tristeza, aflicción, profundidad, experiencia, misterio; también significa nostalgia, melancolía, conformismo y soledad extrema; es un color delicado, fresco y de acción algo sedante.

**Púrpura:**



Abarca los matices conocidos como carmín, carmesí y escarlata. El violeta en su tonalidad púrpura significa realeza, suntuosidad y dignidad, grandeza, sabiduría; pero también indignación, dogmatismo y egoísmo.



**Verde:**

Es primavera, reposo, esperanza, fe, respeto, servicio, amistad y por ser el color de la naturaleza sugiere aire libre y frescor; este color libera al espíritu y equilibra las sensaciones. Significa realidad, esperanza, razón, lógica y juventud; es el color de la calma indiferente, no transmite alegría, tristeza o pasión, pero en su aspecto negativo puede transmitir angustia y ansiedad.



**Marrón:**

Es un color masculino, severo, confortable. Es evocador del ambiente local otoñal y da la impresión de gravedad y equilibrio. Es el color realista, tal vez porque es el color de la tierra que pisamos. Psicológicamente muestra la necesidad de un aumento de relajación mediante la comodidad y la satisfacción sensual de manera perseverante y tenaz. El marrón representa al mismo tiempo también la energía vital positiva.

## **2.4 DISEÑO MAQUETACIÓN Y COMPOSICIÓN**

### **2.4.1 Diseño de páginas**

El diseño de páginas comprende el diseño de toda área bidimensional que contenga información, esta puede ser información lingüística, icónica y cromática. Las especialidades que abarca el diseño bidimensional son muy diversas:

- Diseño Editorial
- Diseño de Páginas Web
- Diseño de Carteles, etc.

Todas estas aplicaciones parten de un mismo principio que es el de organizar elementos gráficos a través de estructuras lógicas dentro de una misma área, los elementos a considerar para ello deberán ser los siguientes:

#### **2.4.1.1 Formato de soporte**

Otro factor importante, a tener en cuenta, es utilizar el tamaño adecuado, para atraer a la clase de público o personas receptoras de nuestro diseño. Se puede colocar elementos grandes y pequeños, contrastando entre ellos, o hacer una

imagen más grande y trabajarla de una manera interesante.

Otro punto, que no se debe olvidar referente al tamaño dentro de la organización de nuestro diseño. Si queremos atraer la atención de los espectadores, destacaremos el elemento más importante diseñándolo, más grande y el menos importante, lo colocaremos más pequeño.

Los títulos son generalmente el elemento más grande en una página, mientras que los subtítulos y el texto del cuerpo, son más pequeños. Objetos más grandes parecen estar más cerca de la página que los más pequeños, y eso se puede utilizar para reforzar la importancia del elemento que queremos destacar y para crear relaciones espacio - artificiales.

### Distintos formatos ISO de papel.

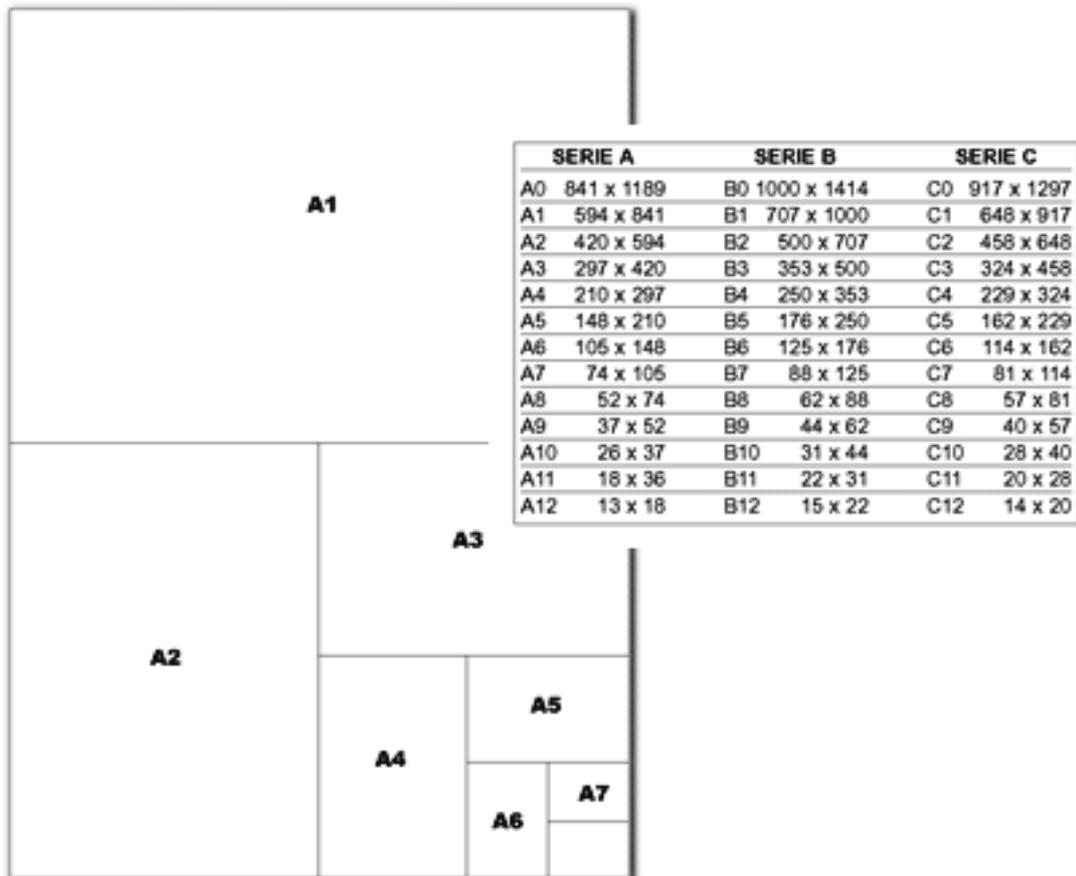


Gráfico XCIX: Gráfico de los Formatos de Papel existentes

#### **2.4.1.2 Determinación de retícula o diagramación del área.**

Una vez definido el tamaño de soporte con el que, se va a trabajar, corresponde luego determinar cuál va a ser la superficie blanca y cual la superficie impresa, es decir: los márgenes y la caja. Para determinar estos dos elementos dentro de una página base, se pueden emplear dos sistemas: clásico o en forma simétrica y libre o en forma asimétrica. La forma asimétrica es dinámica, mientras que la simétrica es estática.

La elección de una u otra forma de disposición depende de las exigencias específicas del impreso y del aspecto o carácter que se le quiera dar. En ambos casos es necesario tener presente que nunca hay que considerar una página aislada, sino que siempre deben estudiarse las dos páginas -par e impar- enfrentadas, como si fueran una sola, ya que así se ofrecen al lector, con el libro abierto, procurando armonizar y coordinar el conjunto.

**2.4.1.2.1 Sistema Clásico.-** La superficie del rectángulo del texto es proporcional al formato de papel. También los márgenes se reparten empezando por el de lomo y siguiendo por el de cabeza, el de corte y el de "pie, empleando determinados esquemas.

**2.4.1.2.2 Sistema Libre-** La determinación del rectángulo del texto anchura y altura- y del los márgenes, no está sujeta a ninguna regla. Se rige por el buen gusto y por la fantasía del diseñador o maquetista. Este sistema es indicado, sobre todo, para revistas.

#### **2.4.1.3 EL margen**

El margen puede trazarse con cualquier anchura o longitud, según se pretenda incrementar o disminuir la zona del cuerpo en la página. Esta acción implica

aportar automáticamente un sentido de diseño al trabajo que se realiza. Interesaría que, en adelante, considerara el diseño de la retícula o pauta como generador de la estructura compositiva del trabajo que realice. Cuando se haya familiarizado con su uso, esta disciplina de partida le aportará una gran libertad de diseño, aunque a primera vista puede parecer restrictiva.

#### **2.4.1.4 Tipos de retícula**

La simplicidad se vuelve cada vez más difícil de lograr a medida que aumenta el número de elementos que pueden colocarse en una página. Este problema se resuelve mediante el agolpamiento de elementos que guardan relación entre sí.

Una forma de poner orden en las páginas a pesar del gran número de elementos exhibidos es el método de reticular en el cual la página se divide primero en segmentos básicos iguales como podrían mitades, tercios o cuartos. Cada segmento se divide posteriormente en cuadrados iguales.

El sistema reticular requiere de una cuidadosa planeación preliminar y de una exactitud extrema en el cálculo del original y en el recorte de las fotografías, puesto que si los elementos sobrepasan cualquiera de las divisiones reticulares se perderá el orden.

Para establecer la estructura de una página se realiza la retícula y esta consta de los siguientes elementos:

- 1.- márgenes (superior, inferior, laterales)
- 2.- columnas
- 3.- espacio entre columnas
- 4.- filas
- 5.- ejes dentro de la columna, que dividen en espacios iguales a la misma.

Estos elementos se adaptan a los diferentes formatos, y a las diferentes aplicaciones que se les pueda dar. Existen clasificaciones de las retículas de

acuerdo al número de columnas que tiene, así:

#### **2.4.1.4.1 Retícula de una columna**

Es innegable de que el área de diseño puede dividir en tantas columnas como quiera. Sin embargo, no olvide que las columnas se utilizan sobre todo para el texto y que por lo tanto, siempre debe tener en cuenta la funcionalidad de la anchura de las mismas.

De esta manera se vislumbra la importancia que tiene el diseño de una gama de retículas, en forma de composición esquemática, antes de empezar el proyecto de diseño propiamente dicho.

#### **2.4.1.4.2 Retículas de 3 y 6 columnas**

Tradicionalmente se considera que la retícula de 3 columnas es una opción acertada para los folletos. Esta retícula le proporciona anchas y legibles columnas de texto, y la flexibilidad adicional de poder subdivididas y convertirlas en 6. Esta opción es aún más eficaz cuando se emplea para obtener una doble página, pues permite optar entre 6 y 12 columnas.

Se las encuentra generalmente en revistas, hojas informativas, y algún material publicitario. Este tipo de distribución puede explotarse en una variada gama de diferentes situaciones.

Se debe tomar en cuenta algo muy importante, que la disposición de 6 columnas no puede ser la más idónea para el texto de un trabajo comente de diseño, pues los caracteres de cada columna debería ser demasiado pequeños para distribuidos de una forma satisfactoria y legible. Sin embargo en algunas ocasiones puede usarse esta división del texto en 6 columnas. Una de ellas podría ser para una lista de nombres, otra, para un catálogo, en que se utilizan los pies para apoyar a las imágenes. Este método de división del espacio de

diseño puede usarse con gran eficacia cuando predomina el tema gráfico sobre el texto. En ocasiones la alternancia entre 3 columnas con páginas adyacentes puede crear un interesante equilibrio visual.

#### **2.4.1.4.3 Retículas de 2 y 4 columnas**

Esta es una fórmula tradicional que permite una considerable flexibilidad, pues la retícula de 2 columnas puede mantenerse a sí misma para cualquier tamaño del espacio de diseño o subdividirse para crear columnas. La flexibilidad reside en que, cuando se divide el área de diseño en 4 columnas, es fácil dejar una de ellas sin utilizar para los elementos de diseño, con lo que quedará un amplio margen para contrapesar el texto.

No hay que olvidar que aunque la retícula esté subdividida en medidas iguales, no se precisa llenar por completo la página. Siempre es deseable dejar un espacio alrededor del área compositiva y, cuando le sea posible debe buscar la oportunidad de incluir el espacio libre como un factor más de diseño.

#### **2.4.1.4.4 Retículas de 5 o 4 columnas**

Por otra parte las retículas de un número impar de columnas, como 5 o 7 o incluso una doble página con un número impar de columnas encarado con un número par de ellas, darían un estilo diferente al concepto global.

#### **2.4.1.5 Elementos gráficos presentes en la composición**

**2.4.1.5.1 Texto.-** Este puede ser Primario (títulos y subtítulos), Secundario (el contenido general), Pie o Encabezado (número de página o nombre del capítulo), y Pie de Foto (datos sobre gráficos).

**2.4.1.5.2 Gráficos.-** Estos se dividen en dos clases, los gráficos reales y las ilustraciones, y cualquiera de estos se pueden presentar en una página bien en un gráfico regular, que es aquel gráfico que tiene límites regulares, y también se presentan como gráfico tipo silueta o irregular, que no tiene límites regulares

sino sus límites son los bordes del objeto.

**2.4.1.5.3 Mancha de color.-** Son áreas de color diferente a la de fondo de la página, sus límites están definidos por las filas, columnas, o ejes de simetría, para de esa manera crear áreas proporcionadas a la composición.

En una propuesta pueden estar presentes más de una mancha de color, su función esta de destacar o enmarcar cierta información que se considere importante.

**2.4.1.5.4 Áreas de descanso visual.-** Estas están determinadas por las retículas, y son aquellas que no tienen ningún tipo de información, ni gráficos, ni texto, son áreas vacías, que ayuda a crear un equilibrio dentro de la página para no saturaría y crear efectos de jerarquización de información.

**2.4.1.5.4.1 Filetes.-** Son líneas que también forman parte de la composición de una página, y son: filetes de conexión, filetes de jerarquización y filetes de separación.

**2.4.1.5.4.2 Fondo.-** El fondo es la textura o color que se le aplica al soporte de la página, el fondo puede o no estar dentro de los límites de la retícula, pudiendo estos ser determinados por el borde de la hoja.

**2.4.1.5.5 El color.-** En el diseño gráfico, el color tiene cuatro funciones principales:

- Atrae la atención
- Mantiene la atención
- Transmite la información
- Hace que la información se recuerde

Por lo tanto es un elemento fundamental dentro del diseño de una página.

**2.4.1.6 Clasificación de los tipos de páginas de acuerdo a la organización de los elementos gráficos**

Al aplicar la retícula y dentro de ella combinar los elementos anteriormente citados, se generan diferentes tipos de páginas.

**2.4.1.6.1 Solo texto:** Es aquella página cuyas retículas contienen 100% de texto, no solo de una familia tipográfica, pueden aplicarse varias, también pueden crearse efectos con áreas de descanso visual, manchas de color, pero nada de gráficos

**2.4.1.6.2 Ventana:** Maneja aproximadamente un 70 % de gráfico y un 30 % de texto, se pueden aplicar manchas de color, áreas de descanso visual, y su característica fundamental! Es la de tener un solo gráfico y este debe ser regular o limitado.

**2.4.1.6.3 Multipanel:** La proporción anteriores mantiene, 30 % texto, 70 % gráfico, manchas de color y descanso visual aplicables, pero la particularidad de esta es que están presentes por lo menos dos gráficos y son regulares también.

**2.4.1.6.4 Rebus:** Este tipo de página presenta un equilibrio entre lo que es texto e imágenes, ya que contiene un 50 % de cada uno, los gráficos son regulares, de tal manera que es más fácil calcular el espacio que ocupan dentro de la retícula e igualarlo con el área que ocuparía el texto.

**2.4.1.6.5 Silueta:** Esta página hace referencia a la imagen que se utiliza, ya que es una sola imagen tipo silueta o ilimitada, que ocupa aproximadamente el 80% y el 20 % destinado al texto que generalmente es primario.

**2.4.1.6.6 Mondria:** Esta página está compuesta por un 70 % de imágenes y un 30 % aproximadamente de texto, se caracteriza por tener mínimo 2 imágenes pero su particularidad es que de todas ellas solamente una será la principal, sea por su tamaño, por su forma o por su color, pero esa es la

característica de esta página que destaque solo una de todas las imágenes.

**2.4.1.6.7 Circus:** Esta página contiene un gran número de imágenes, las que ocupan el 80 % aproximadamente, estas son tipo silueta y el texto que contiene es mínimo, generalmente es pie de foto (precios, indican lugares o autores, etc.), ya que estas páginas se aplican en catálogos, muestrarios, folletos .de venta de productos.

**2.4.1.6.8 Frame:** esta es una de las páginas más difíciles de lograr, ya que mediante sus imágenes que son irreales, se pretende reforzar una frase o slogan que generalmente constituye una publicidad o propaganda.

Cabe mencionar que este es un esquema tentativo de los tipos de aplicaciones que se le puede dar a las retículas combinando los elementos que van dentro de ella, pero

No es una limitación para el diseñador, pero su combinación también es aplicable y

Válida dentro de un proceso creativo.

#### **2.4.1.7 Clasificación de los tipos de páginas existentes de acuerdo al estilo.**

Los bloques elementales que virtualmente forman una composición son los mismos cuatro elementos antes mencionados: titulares, texto, ilustraciones y, de primordial importancia el espacio. Esto puede resultar sorprendente si se considera la enorme variedad de diseños disponibles. A pesar de que el colores importante, no constituye un elemento fundamental (la mayor parte de las composiciones donde se usa color deberían funcionar también si se utilizaran tan solo tonalidades de negro), es por ello que es importante establecer el estilo antes de la elaboración de una página.

Los estilos más comunes son los siguientes:

**2.4.1.7.1 Convencional-** Compacto y texto denso, con el título en la parte superior y una foto en la inferior.

**2.4.1.7.2 Clásico.-** Sencillo, formato a dos columnas con el título en el centro y una fotografía insertada en el texto.

**2.4.1.7.3 Moderno.-** Medidas anchas, gran interlineado, titular con espaciado muy amplio y filetes gruesos.

**2.4.1.7.4 Técnico.-** Composición angular con corondel (filete entre columnas) y gran cantidad de espacio en blanco. Claro y fuerte.

**2.4.1.7.5 Agresivo.-** Titular subrayado de gran tamaño, texto en negrita con pequeños titulares.

**2.4.1.7.6 Juvenil-** Divertido en cuanto a los gráficos y el texto, titular con letras de diferentes cuerpos y combinación de fondo blanco o negro con impresión negra o blanca respectivamente (en una 'propuesta de color, el blanco y el negro serán reemplazados por colores contrastantes).

**2.4.1.7.7 Infantil-** Composición activa con una gran letra capitular al inicio del titular, corondel con filete discontinuo y texto en letra grande.

**2.4.1.7.8 Natural-** Elegante, con texto y titular amplio y espacioso, y uso de gráficos ovalados.

**2.4.1.7.9 Prestigioso.-** Letra capitular, simplicidad e idea acertada del uso del estampado son la clave para una composición elegante.

#### **2.4.1.7.10 Imposición**

La imposición es la asignación o acomodo de páginas en el pliego de

impresión. Para realizar una imposición correcta es necesario determinar qué tipo de impreso es, y cuáles son los dobleces y cortes que se van a realizar. A continuación una lista de los dobleces más comunes para tenerlos como guía:

- 4 páginas, un dobléz vertical
- 4 páginas, 1 dobles horizontal
- 6 páginas con flap, 3 dobleces paralelos
- 6 páginas, 2 dobleces en acordeón
- 8 páginas 2 dobleces paralelos
- 8 páginas 3 dobleces envolventes
- 8 páginas 2 dobleces en ángulo recto
- 8 páginas 3 dobleces en acordeón
- 16 páginas 3-dobleces páratelos
- 16 páginas 3 dobleces en ángulo recto

## **2.5 LA CAMISETA**

La camiseta ya lleva un siglo en la historia de la humanidad y se ha convertido en la prenda de ropa por excelencia.

Desde sus orígenes como camisetas interiores hasta la actualidad, quizá lo más reciente son las tiendas de camisetas por internet, estas prendas han servido como vestimenta de innumerables empresas, equipos deportivos, ejércitos... como soporte publicitario de miles grupos de música, ciudades, productos, asociaciones y organizaciones... las llenaron de color los hippies, saltaron a la fama con el cine, protestaron pidiendo justicia y paz, difundieron cultura, subieron a las pasarelas de moda... han sido estampadas de todas maneras: a mano, con tintes, con serigrafía, transfers, vinilos, bordados... han tratado todos los temas: humor, amor, crítica, política, ecología, religión, sexo...

Su historia es muy extensa, os dejo unos enlaces muy interesantes que hablan sobre el tema. Lástima que estén en inglés, pero creo que se entienden bien

Una **camiseta, playera, remera, franela, polera o polo** es una prenda de vestir por lo general de mangas cortas, cuello redondo, sin bolsillos y sin botones a lo largo de su parte frontal (este último detalle es el que las distingue de las camisas, aunque pueden tener dos o tres en la parte superior delantera para ampliar la abertura del cuello). Existen diversos diseños, que varían algunas de sus características básicas, por ejemplo, modificando el cuello redondo (también llamado "en caja") por otro en "V" (o de pico) o añadiendo bolsillos. Además de manga corta, las hay de manga larga e incluso sin mangas, y también de tirantes. Su longitud varía desde la mitad del muslo hasta por encima del ombligo, aunque lo normal es que acabe donde empieza el pantalón o falda, es decir, sobre las caderas.

En los países angloparlantes, se le conoce como *T-shirt* (camisa "T"), por tomar la forma de esa letra el tronco y las mangas al desdoblarla.

Habitualmente está confeccionada con hilo de algodón, lo que la hace una prenda fresca, ligera y muy cómoda de llevar. Puede usarse como ropa interior, pero en climas cálidos se lleva a menudo como única prenda de vestir en la parte superior del cuerpo (aunque las mujeres suelen llevar debajo un sujetador).

Las camisetas se suelen personalizar con serigrafías, impresiones en vinilo, bordados u otros elementos decorativos con algún texto o dibujo publicitario, chistoso o reivindicativo, lo cual refuerza el carácter desenfadado de la prenda. Por ejemplo, las hay con algún logotipo empresarial, que conmemoran algún evento (como los juegos olímpicos o un concierto), con una tira cómica, con fotografías o dibujos de grupos y solistas musicales e incluso con un poema.

Desde los años noventa han surgido, con el auge de Internet, tiendas en línea que ofrecen este tipo de prendas, cuyos diseños y cantidad producida se hacen de manera personalizada. Aunque se puede afirmar que desde los años cincuenta son todo un símbolo del modo de vida occidental, extendido mundialmente.

## **CAPÍTULO III: DESARROLLO O EJECUCION**

### **3.1 REALIZACION DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

#### **3.1.1 Definición del Problema**

##### **Problema de Decisión Gerencial**

La aplicación en camisetas juveniles de ilustraciones sobre las fiestas populares de la serranía ecuatoriana, logrará identificar a los jóvenes de Riobamba en su cultura tradicional Ecuatoriana.

##### **Problema de Investigación de Mercado**

Determinar si nuestro público objetivo acogerá nuestras camisetas con ilustraciones sobre las fiestas populares de la serranía ecuatoriana.

##### **Componentes específicos**

En nuestras camisetas los jóvenes verán claramente reflejada nuestro folklore y riqueza cultural.

Diseños juveniles.

No existen camisetas de este tipo en la ciudad y una cantidad muy reducida en el país que aparte no reflejan la cultura popular en sí.

Calidad en todas ilustraciones.

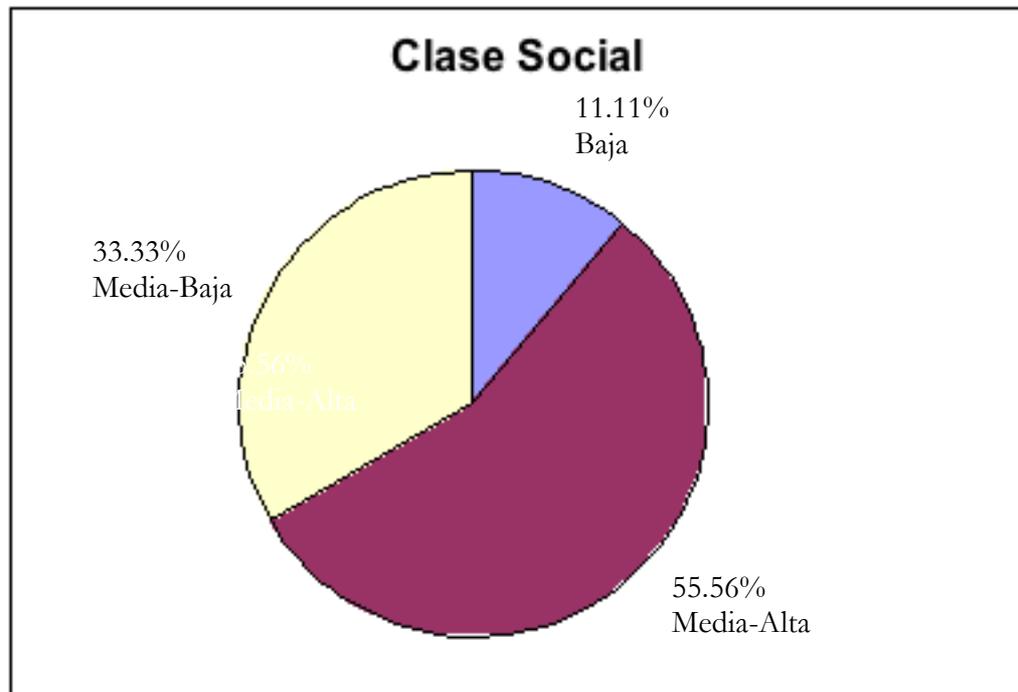
### 3.1.2 Diseño Estadístico de la Investigación

#### 3.1.2.1 Definir la Población de la Muestra

Jóvenes entre 15 -18 años de la ciudad de Riobamba de clase social media alta que es la cual se interesa más por su vestimenta y últimamente están valorando más a las prendas realizadas en Ecuador o que demuestran nuestra identidad cultural.

##### 3.1.2.1.1 Perfil de la Población

#### CLASE SOCIAL



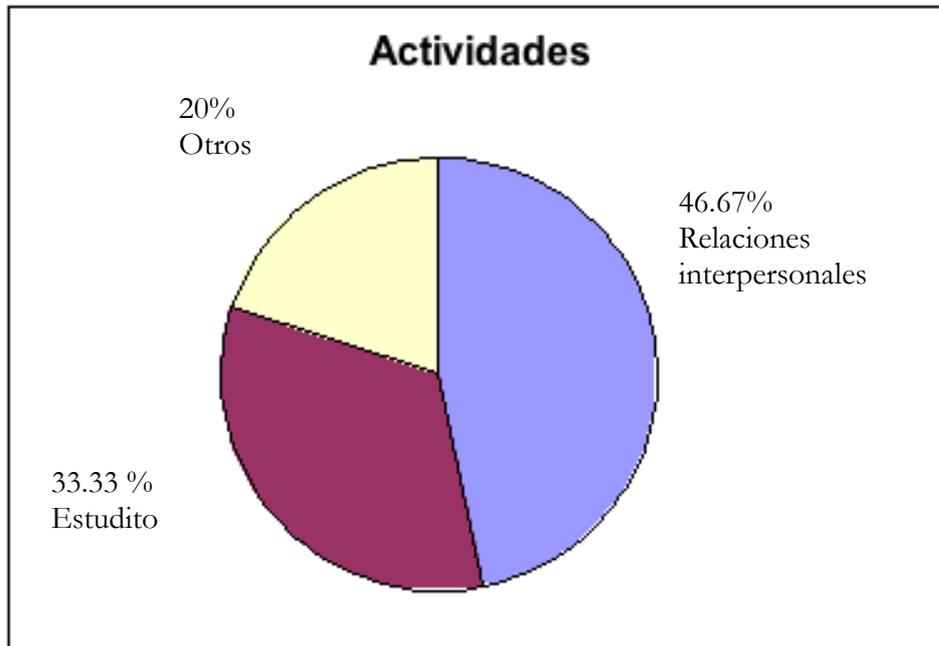
**Pastel I:** Clase Social de los jóvenes de 15 a 18 años de la ciudad de Riobamba.

**Fuente:** Análisis de los Autores.

#### Conclusión:

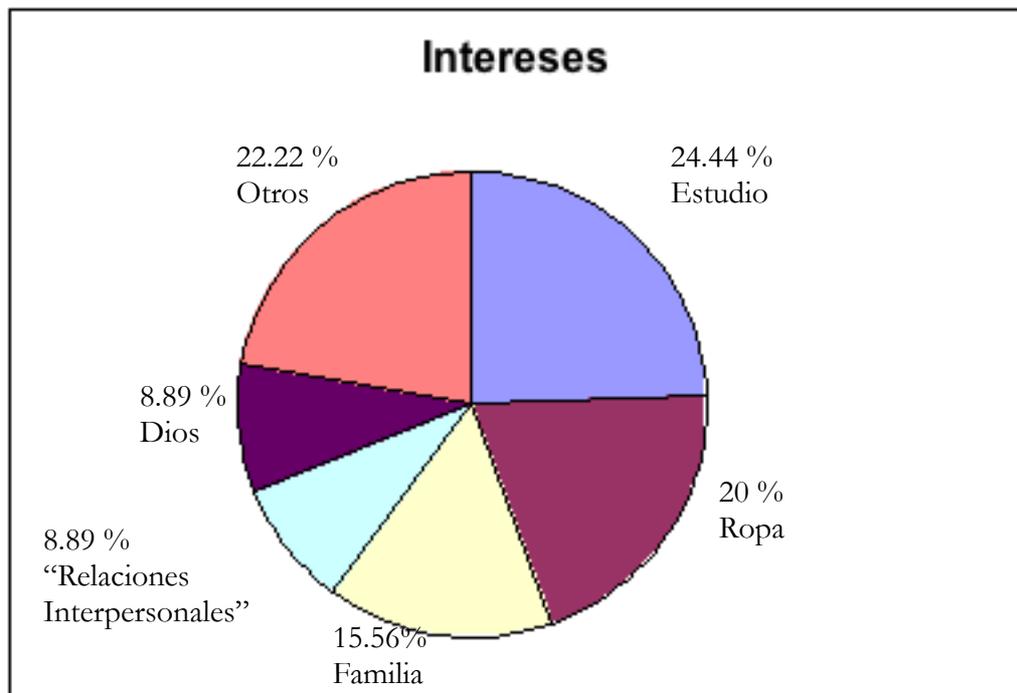
Para la segmentación de nuestra empresa vamos a tomar a los estudiantes de clase social Media – Alta.

## ESTILO DE VIDA



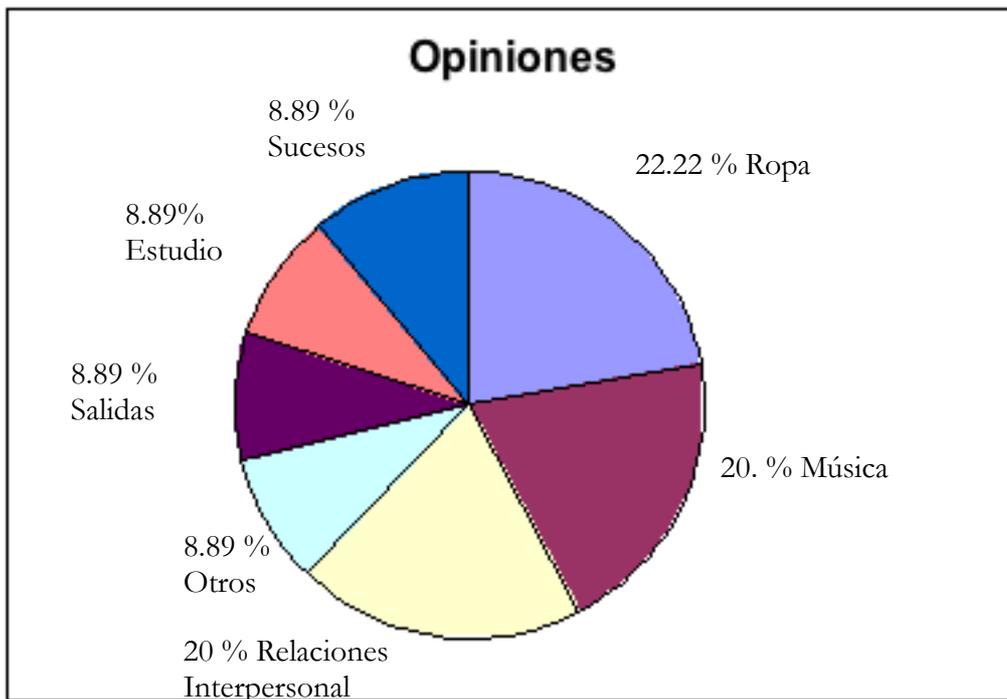
**Pastel II:** Actividades de los jóvenes de 15 a 18 años de la ciudad de Riobamba

**Fuente:** Análisis de los Autores.



**Pastel III:** Intereses de los jóvenes de 15 a 18 años de la ciudad de Riobamba

**Fuente:** Análisis de los Autores.



**Pastel IV:** Opiniones de los jóvenes de 15 a 18 años de la ciudad de Riobamba.

**Fuente:** Análisis de los Autores.

### **Conclusión:**

- En base a la segmentación demográfica se tiene que el estilo de vida de los adolescentes es :  
Relacionarse interpersonalmente– Ropa –Estudio.
- El 64.44% de los adolescentes se preocupan muchos por sus amigos por lo tanto tienen personalidad complaciente.
- Más del 60% de los adolescentes les preocupa su forma de vestir y como se presentan ante los demás, expresan su forma de ser que tienen a través de las prendas de vestir.

### 3.1.2.1.2 Tamaño de la Población

El tamaño de la población nos la facilito la Dirección provincial de Educación y Cultura Hispana de Chimborazo en el departamento de Investigación, Estadística y Evaluación.

Tomando en cuenta que nuestro target son jóvenes de entre 15 y 18 años de clase social media – alta que comprenden los colegios Fisco misional y Particular de segundo o tercero de bachillerato.

Particular Hombres y mujeres = 1433.

Fisco misional Hombres y mujeres = 697

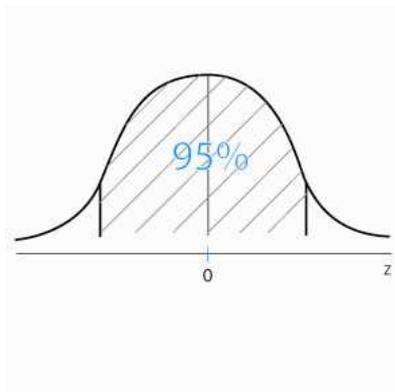
(Archivo de los estudiantes por colegio Dirección provincial de Educación en Anexos)

### 3.1.2.1.3 Tamaño de la Muestra

Tamaño de la población: 2130

1. Calcular el Tamaño de la Muestra

$N_c = 95\%$      $E = 05\%$



$$n = \frac{P(1-P)}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{P(1-P)}{N}}$$

$$n = \frac{0.5(1-0.5)}{\dots}$$

$$\frac{(0.05)^2}{(1.96)^2} + \frac{0.5(1-0.5)}{2130}$$

$$n = \frac{0.25}{0.0006507705 + 0.000117370892}$$

$$n = 325,46$$

n = 325 personas

### 3.1.3 Trabajo de Campo

#### 3.1.3.1 Técnica de Investigación

Se utilizará la encuesta.

#### 3.1.3.2 Tipo de Investigación

Explorativa.

#### 3.1.3.3 Tipo de Encuesta

Encuesta personal.

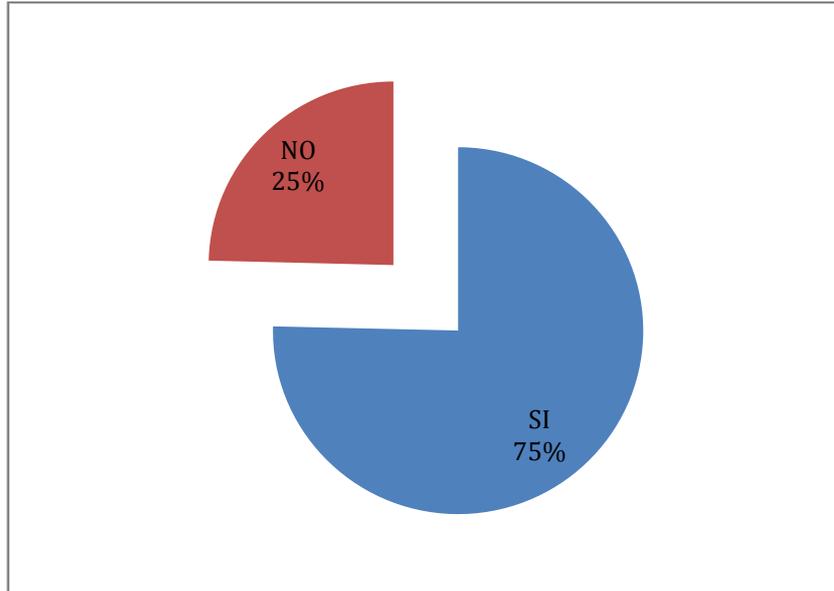
### 3.1.4 TABULACIÓN DE ENCUESTAS

#### Personas Entrevistadas (325)

**Tabla I:** ¿Considera usted importante la implementación de nuestra cultura reflejada en camisetas para jóvenes?

SI	NO
245	80

**Fuente:** Juventud de Riobamba



**Pastel V:** Importancia de la implementación de nuestra cultura reflejada en camisetas para jóvenes

**Fuente:** Juventud de Riobamba

**Porque:** Existen muchos resultados similares entre los principales:

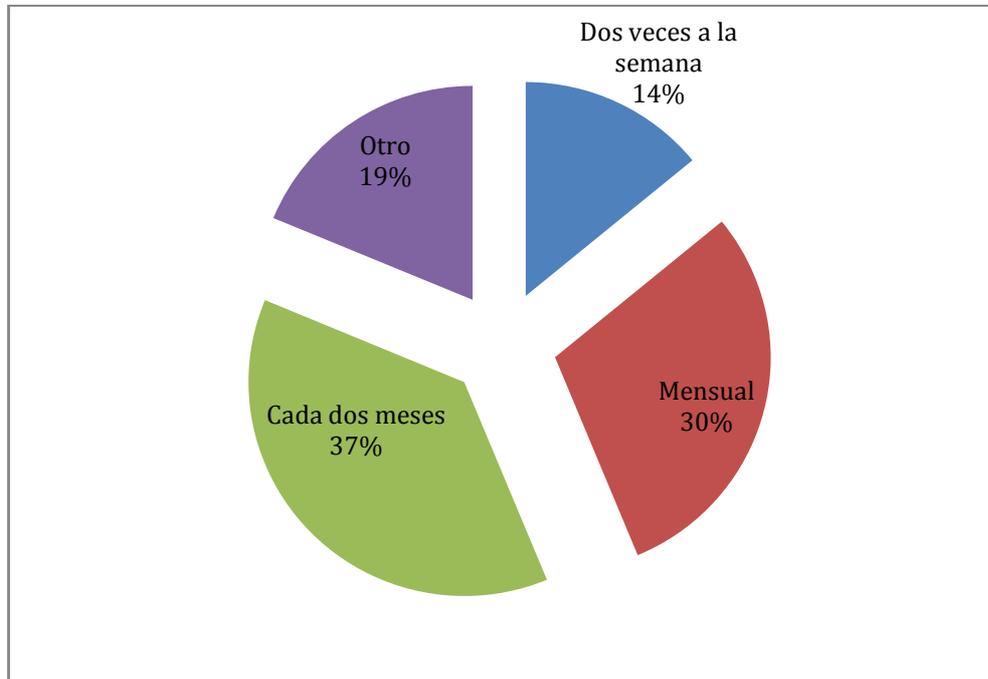
- Conocer a nuestro país
- No es necesario
- Es una forma de expresión
- Todos las utilizaríamos
- Por identificarse con la cultura
- Rescatar la cultura.
- Fomentar nuestra cultura
- Estaremos orgullosos de lo que somos.
- Contribuir con el turismo
- Sin relevancia

**Tabla II:** ¿Subraye con qué frecuencia Ud. adquiere una camiseta?

Dos veces a la semana	45
Mensual	95

Cada dos meses	120
Otro	60

**Fuente:** Juventud de Riobamba



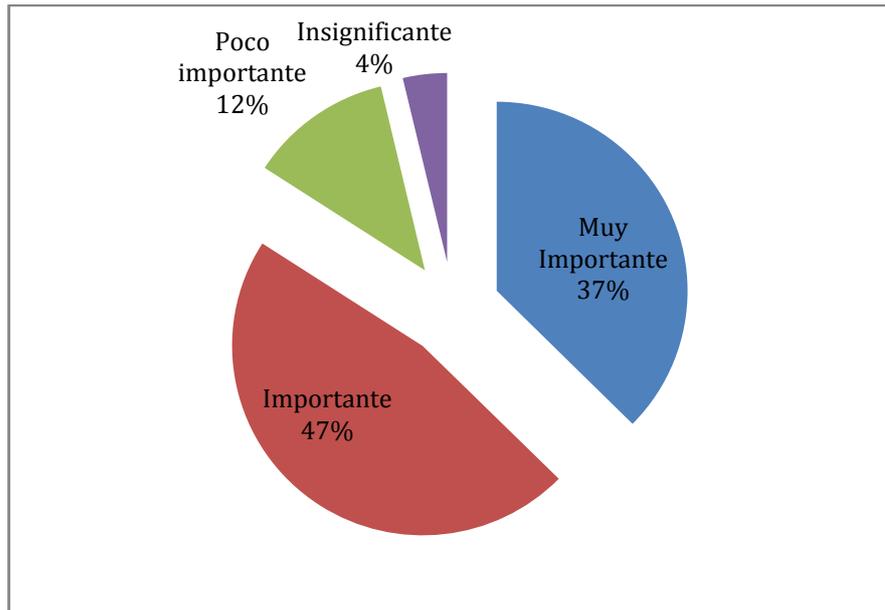
**Pastel VI.** Frecuencia con que adquiere una camiseta

**Fuente:** Juventud de Riobamba

**Tabla III.** ¿Subraye que tan importante considera Ud. Identificarse con el Diseño plasmado en su camiseta?

Muy Importante	120
Importante	150
Poco importante	39
Insignificante	12

**Fuente:** Juventud de Riobamba



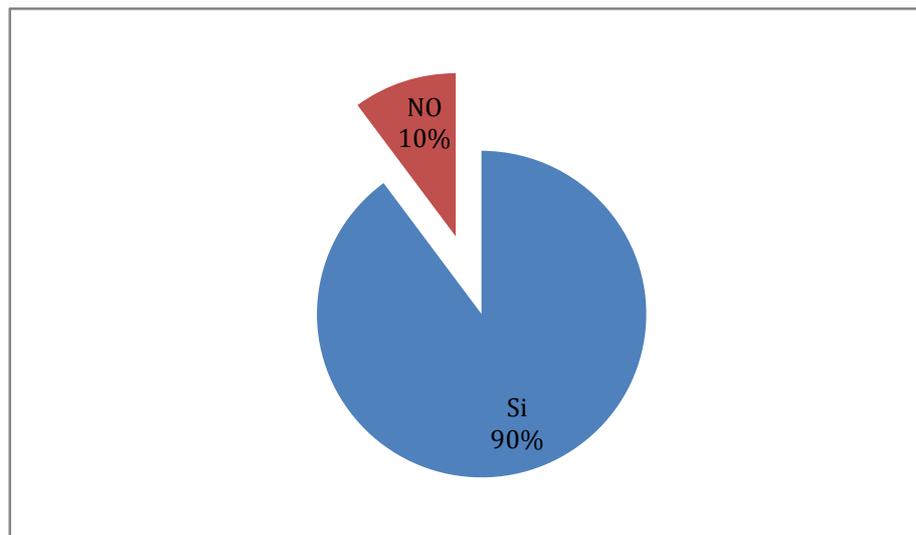
**Pastel VII.** Importancia que consider, Identificarse con el Diseño plasmado en su camiseta

**Fuente:** Juventud de Riobamba

**Tabla IV.** Estaría dispuesto a pagar por la compra de una camiseta que represente en nuestra cultura Ecuatoriana.

Si	292
NO	33

**Fuente:** Juventud de Riobamba



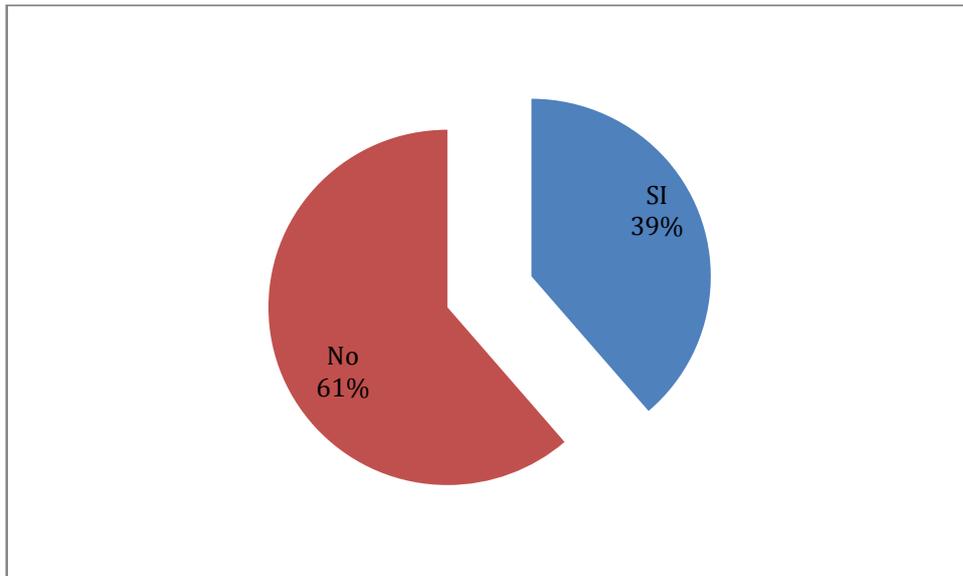
**Pastel VIII.** Estaría dispuesto a pagar por la compra de una camiseta que represente en nuestra cultura Ecuatoriana

**Fuente:** Juventud de Riobamba

**Tabla V.-** Esta satisfecho con las propuestas de diseño en las camisetas que se ofrece actualmente en la Ciudad.

SI	123
No	195

**Fuente:** Juventud de Riobamba



**Pastel IX:** Esta satisfecho con las propuestas de diseño en las camisetas que se ofrece actualmente en la Ciudad.

**Fuente:** Juventud de Riobamba

**¿Qué aspectos de la cultura Ecuatoriana le gustaría que sean plasmados en su camiseta?**

Entre los más importantes están:

Solidaridad, País, Costumbres , Símbolos , Danzas , Pueblos ,País , Amor, Colores Cultura Ecuatoriana, respeto , Tradiciones , Folklore, Carnavales, Tradición, Comida, Tradiciones ,Lugares turísticos, Palabras populares, Cultura, Tradiciones .Frases , épocas Típicas , Tren ,Turismo, Paisajes, Pueblos,Turísticos ,Tradiciones ,Culturas, Lugares exóticos ,Cultura puruha, Cultura ,Personajes , Símbolos, Música Tradiciones ,Fiestas, Regiones, Iglesias, Fiestas nacionales.

**Conclusión:** De acuerdo al los resultados obtenidos en las encuestas, hemos podido concluir que los jóvenes de entre 15 y 18 años están de acuerdo en que se cree camisetas con personajes de la fiestas populares del Ecuador, para así verse identificados con su propia cultura, ya que no se encuentran satisfechos con los diseños que ofrece nuestra ciudad de Riobamba. El cual era el objetivo principal de las encuestas.

**Nota:** ver encuestas realizadas en la parte final de anexos.

### **3.2 DESARROLLO Y DISEÑO DE LAS ILUSTRACIONES**

#### **3.2.1 Selección de los personajes a ilustrar más representativos de las fiestas populares.**

1. **Cucurucho de Vienes Santo.**-Escogido entre varios cucuruchos existentes, este particularmente forma parte de las procesiones de Viernes Santo, las cuales en la ciudad de Quito se las realiza con grandes cantidades de gente y este personaje es muy reconocido.
2. **Representante de la Fauna.**- Se lo distingue a este personaje, el cual es una persona disfrazada de animal, sobre todo en los pases del niño realizados en todo el País.
3. **Payaso o Belermo.**- Este personaje al igual que el anterior es sumamente reconocido en los pases del niño el cual tiene una careta típica realizada a mano.
4. **Rondín.**- indígena que toca este instrumento típicamente andino, se lo encuentra en las fiestas populares de nuestro país, en pueblos, cantones etc.
5. **Tocador de Bocina.**- Otro personaje el cual forma parte de una banda de pueblo, en ocasiones también es quien lo hace como llamado.

6. **Sacharruna.-** muy conocido también forma parte de los conocidos pases del niño, el cual es una persona con musgo en todo su cuerpo representando el hombre primitivo.
  
7. **Vaca Loca.-** este juego festivo de la vaca loca es infaltable en las fiestas populares de nuestro país, personaje protagonista del espectáculo nocturno lleva atados fuegos artificiales de múltiples colores que asustan a los transeúntes. Tradición que los soldados españoles dejaron en suelo Ecuatoriano.
  
8. **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.
  
9. **Mima Gigante.-** Este personaje se ha ido desapareciendo con el paso del tiempo por lo que se lo selecciona para realizar la ilustración, Representación de una negra en las mascaradas de Inocentes que comenzaba el 28 de diciembre, y terminaba con la celebración de los Santos Reyes. Se trata de la temporada que recuerda el episodio de la muerte de los niños de Belén, ordenada por Herodes, para terminar con la vida del Rey de los Judíos
  
10. **Danzante de Latacunga.-** Personaje de la fiesta más importante de la provincia de Cotopaxi es sin duda el Corpus de Pujilí (Latacunga), vestidos con lujosos y llamativo atuendos, muestra el diseño y bordado tradicionales de las casullas y ornamentos eclesiásticos para danzar en la fiesta de Corpus.
  
11. **Tambolilero.-** este personaje se caracteriza por anunciar la fiesta siempre

va junto a los danzantes, al ritmo del bombo y de los demás músicos disfrutaban todos de la fiesta.

12. **Representación general.-** Para no dejar de lado a ningún personaje, hacemos una representación incluyéndoles a todos los actores de las fiestas populares.
13. **Diablo de Píllaro.-** Es de gran importancia porque fue declarado patrimonio cultural intangible del Ecuador

### **3.2.2 Desarrollo de ideas**

Hay quien dice que un buen ilustrador, como comunicador que es, debe adaptarse a las exigencias de cada proyecto, de cada cliente y de cada usuario con el fin de satisfacer asertivamente las necesidades que éstos demandan.

Así mismo, la experiencia nos ha mostrado que no tardan en hacerse de un nombre aquellos ilustradores que se han especializado en una manera de hacer las cosas, con un estilo definido, personal y por extensión, asociados a un tipo específico de producto a cuyo servicio ponen con frecuencia su trabajo.

Es así que en cada ilustración realizada con las técnicas y tendencias mencionadas en esta tesis, también está incluido nuestro aporte personal y visión propia de los personajes.

### 3.2.3 Proceso de Ilustración.

#### A) Cucurucho de Vienes Santo

##### Boceto.



*Gráfico C: Boceto Cucurucho*

##### Desarrollo de Personaje.

###### A) Tipo de Ilustración:

Histórica / Comercial ya que va a ser aplicada a una camiseta

###### B) Técnica de Ilustración:

Técnica Húmeda-Acuarela

###### C) Estilo de Ilustración

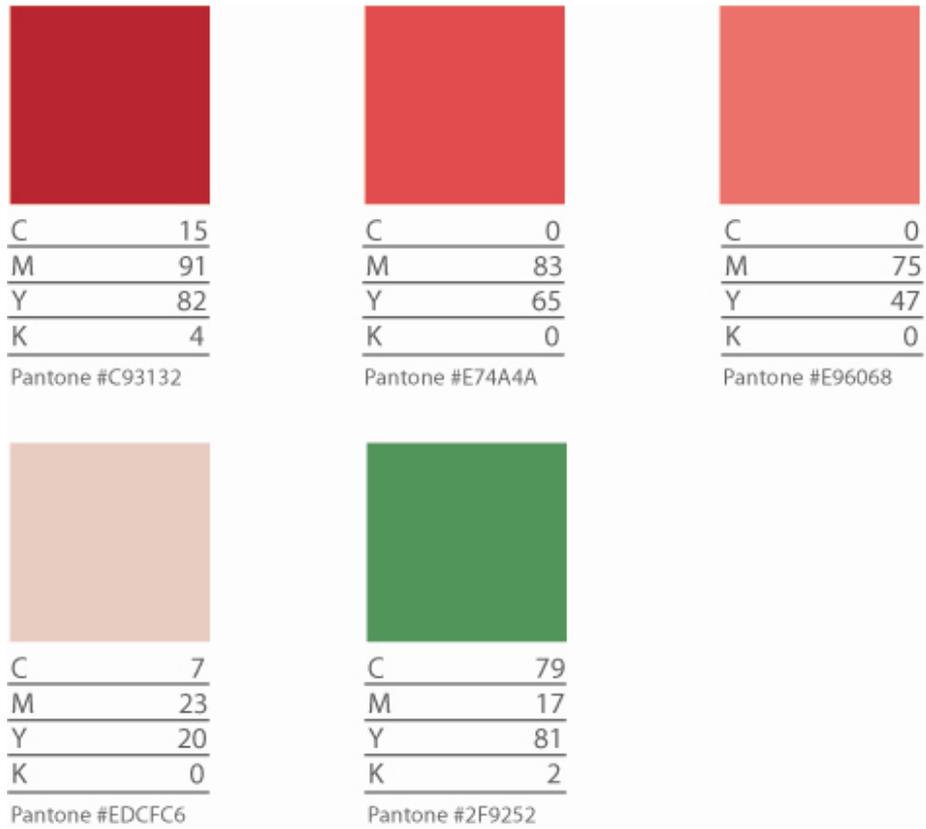
Estilo Artístico ya que no tienen mucha modificación de trazo que el personaje original.

##### D) Cromática.

**Tonos.-** Fríos ya que el traje original de este personaje es rojo.

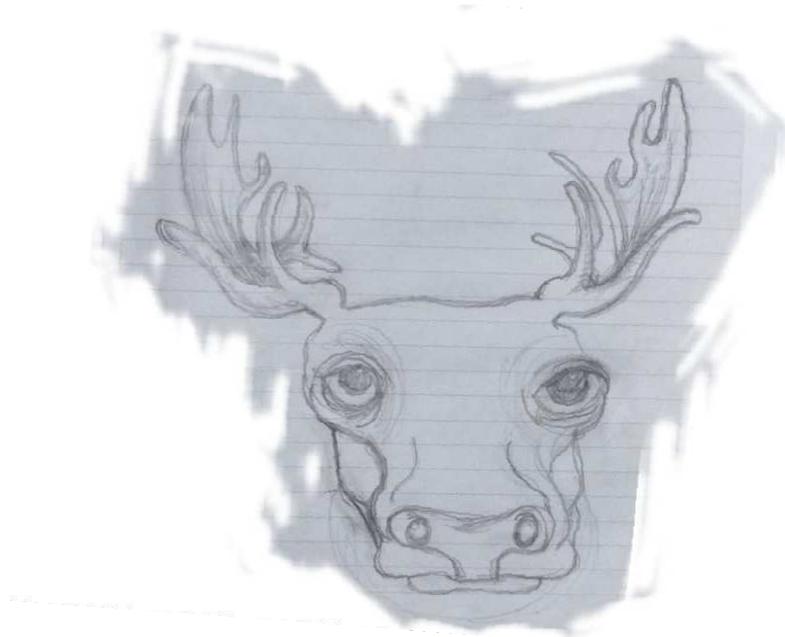
**Matiz.-** Se incrementaron matices claros de rojo y blanco.

##### Pantone.-



**B) Representante de la Fauna**

**Boceto.**



*Gráfico CI:* Boceto Representante de la Fauna

**Desarrollo de Personaje.**

**A) Tipo de Ilustración:**

Histórica / Comercial ya que va a ser aplicada a una camiseta

**B) Técnica de Ilustración:**

Técnica Húmeda-Acuarela

**C) Estilo de Ilustración**

Estilo Artístico ya que no tienen mucha modificación de trazo que el personaje original, introducido estilo propio con rasgos personales, acentuando los rasgos de expresión en ojos y trompa de la ilustración.

**Cromática.**

**Tonos.-** Cálidos ya que el personaje es la máscara de un animal en tonos ocres.

**Matiz.-** Se incrementaron matices claros de cafés y blancos.

**Pantone.-**



C	32
M	79
Y	93
K	35

Pantone #853B20



C	28
M	59
Y	83
K	11

Pantone #B16F38



C	33
M	48
Y	68
K	7

Pantone #AE8457



C	21
M	20
Y	19
K	0

Pantone #D2CBC8



C	32
M	95
Y	64
K	29

Pantone #8D2038



C	39
M	73
Y	27
K	2

Pantone #A65B7E

### **C) Payaso o Belermo**

#### **Boceto.**



*Gráfico CII: Boceto Payaso*

#### **Desarrollo de Personaje.**

##### **A) Tipo de Ilustración:**

Histórica / Comercial ya que va a ser aplicada a una camiseta

##### **B) Técnica de Ilustración:**

Técnica Mixta (lápiz , Vectorizado)

##### **C) Estilo de Ilustración**

Estilo Artístico ya que no tienen mucha modificación de trazo que el personaje original, introducido estilo propio con ligeras diferencias de la máscara original.

##### **D) Cromática.**

**Tonos.-** Cálidos y Fríos ya que este personaje es muy reconocido es por esto que se decidió utilizar exactamente los mismos colores que el original.

**Matiz.-**Sutiles Sombras Planas

##### **Pantone.-**



C	0
M	100
Y	100
K	0

Pantone #E2001A



C	0
M	0
Y	100
K	0

Pantone #FFED00



C	0
M	0
Y	0
K	100

Pantone #1A171B



C	89
M	62
Y	0
K	0

Pantone #0E5FA7



C	80
M	10
Y	45
K	0

Pantone #00A096



C	0
M	0
Y	100
K	49

Pantone #A09300

## D) Rondín

### Boceto.



Gráfico CIII: Boceto Rondín

### **Desarrollo de Personaje.**

#### **A) Tipo de Ilustración:**

Histórica / Comercial ya que va a ser aplicada a una camiseta

#### **B) Técnica de Ilustración:**

Técnica Digital (Adobe Ilustrador)

#### **C) Estilo de Ilustración**

Estilo Fantástico ya que no tienen modificación del rostro humano a un caracterizado totalmente sin perder los rasgos originales de la persona que toca este instrumento, Se encuentra introducido estilo propio con rasgos personales del autor, acentuando los rasgos de expresión en el cuerpo.

#### **D) Cromática.**

**Tonos.-** Cálidos ya que el personaje está basado en una persona, la cual utiliza camisa, pantalón, zapatos etc. Que comúnmente se los encuentra en cualquier ciudad.

**Matiz.-** Se incrementaron matices claros y oscuros, en cuestión de sombras y brillos.

**Pantone.-**



C	6
M	25
Y	50
K	0

Pantone #F1C88C



C	32
M	79
Y	100
K	35

Pantone #863B19



C	64
M	67
Y	67
K	65

Pantone #382D28



C	1
M	7
Y	16
K	0

Pantone #FCF0DD



C	17
M	61
Y	81
K	3

Pantone #CE763C



C	2
M	42
Y	0
K	0

Pantone #F0B1CD



C	21
M	15
Y	28
K	0

Pantone #D4D1B8



C	61
M	52
Y	61
K	30

Pantone #5F5D4F



C	4
M	22
Y	93
K	0

Pantone #F7C702

## E) Tocador de Bocina

### Boceto.



*Gráfico CIV:* Boceto Tocador de Bocina

### Desarrollo de Personaje.

#### **A) Tipo de Ilustración:**

Histórica / Comercial ya que va a ser aplicada a una camiseta

#### **B) Técnica de Ilustración:**

Técnica Mixta y Digital (Lapiz , Adobe Ilustrador , Texturas reales de telas , Adobe Potoshop)

### **C) Estilo de Ilustración**

Estilo Fantástico al igual que el anterior personaje tienen modificación del rostro humano a un caracterizado, sin perder los rasgos originales de la personalidad del personaje original, se encuentra introducido estilo propio con rasgos personales, acentuando los rasgos de expresión en el cuerpo.

### **D) Cromática.**

**Tonos.-** Cálidos ya que el personaje está basado en una persona y su indumentaria que comúnmente se la encuentra en las fiestas populares.

**Matiz.-** Se incrementaron matices claros y oscuros, en cuestión de sombras y brillos.

### **Pantone.-**



C	81
M	84
Y	98
K	78

Pantone #020202



C	0
M	24
Y	50
K	0

Pantone #FBCC8C



C	64
M	67
Y	67
K	65

Pantone #382D28



C	1
M	7
Y	16
K	0

Pantone #FCF0DD



C	32
M	40
Y	44
K	1

Pantone #BA9C88



C	44
M	60
Y	71
K	31

Pantone #7B573E



C	71
M	60
Y	57
K	45

Pantone #3E4342



C	33
M	84
Y	100
K	45

Pantone #742E17

## F) Sacharruna

### Boceto.



*Gráfico CV: Boceto Sacharruna*

### Desarrollo de Personaje.

#### **A) Tipo de Ilustración:**

Histórica / Comercial ya que va a ser aplicada a una camiseta

#### **B) Técnica de Ilustración:**

Técnica Seca - Lápiz

#### **C) Estilo de Ilustración**

Estilo Artístico.

#### **D) Cromática.**

**Tonos.-** Blanco y Negro

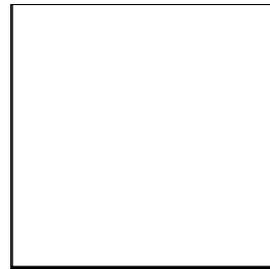
**Matiz.-** Se incrementaron matices claros par sombras.

**Pantone.-**



<u>C</u>	<u>0</u>
<u>M</u>	<u>0</u>
<u>Y</u>	<u>0</u>
<u>K</u>	<u>100</u>

Pantone #1A171B



<u>C</u>	<u>0</u>
<u>M</u>	<u>0</u>
<u>Y</u>	<u>0</u>
<u>K</u>	<u>0</u>

Pantone #FFFFFF

**G) Vaca Loca**

**Boceto.**



*Gráfico CVI: Boceto Vaca Loca*

**Desarrollo de Personaje.**

**A) Tipo de Ilustración:**

Histórica - Comercial ya que va a ser aplicada a una camiseta

**B) Técnica de Ilustración:**

Técnica Mixta (3d Painting - photoshop)

**Estilo de Ilustración**

Estilo Fantástico.

**D) Cromática.**



C	19
M	95
Y	90
K	10

Pantone #B92627



C	0
M	67
Y	34
K	0

Pantone #EC7380



C	36
M	58
Y	72
K	19

Pantone #976645



C	56
M	55
Y	47
K	18

Pantone #756767



C	58
M	16
Y	0
K	0

Pantone #6EB2DE



C	92
M	94
Y	40
K	57

Pantone #1D1A38

---

## H )Cohetero

### Boceto.



*Gráfico CVII: Boceto Cohetero*

### Desarrollo de Personaje.

#### **A) Tipo de Ilustración:**

Histórica - Comercial ya que va a ser aplicada a una camiseta

#### **B) Técnica de Ilustración:**

Técnica Húmeda

#### **Estilo de Ilustración**

Estilo Fantástico .

**D) Cromática.**



C	0
M	80
Y	0
K	0

Pantone #E75294



C	0
M	57
Y	81
K	0

Pantone #EF873C



C	9
M	0
Y	87
K	0

Pantone #F4E62A



C	76
M	84
Y	16
K	1

Pantone #5B4180



C	76
M	48
Y	2
K	0

Pantone #4479B5



C	68
M	0
Y	82
K	0

Pantone #5BAF52

---

## I) Mima Gigante

### Boceto.



*Gráfico CVIII: Mima Gigante*

### Desarrollo de Personaje.

#### **A) Tipo de Ilustración:**

Histórica - Comercial ya que va a ser aplicada a una camiseta

#### **B) Técnica de Ilustración:**

Técnica Húmeda (Acuarela)

#### **Estilo de Ilustración**

Estilo Fantástico.

**D) Cromática.**



C	0
M	96
Y	71
K	0

Pantone #E41A3B



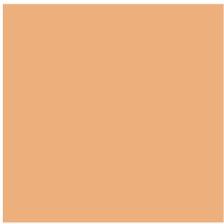
C	0
M	80
Y	0
K	0

Pantone #E75294



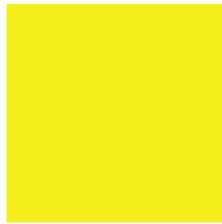
C	0
M	57
Y	81
K	0

Pantone #EF873C



C	9
M	0
Y	87
K	0

Pantone #F4E62A



C	4
M	0
Y	100
K	0

Pantone #FEE900



C	81
M	16
Y	2
K	0

Pantone #009ED6

## J) Danzante de Latacunga

### Boceto.



*Gráfico CIX: Boceto Danzante*

### Desarrollo de Personaje.

#### **A) Tipo de Ilustración:**

Histórica - Comercial ya que va a ser aplicada a una camiseta

#### **B) Técnica de Ilustración:**

Técnica mixta (lápiz y digital, Adobe Ilustrador)

#### **Estilo de Ilustración**

Estilo Fantástico.

**D) Cromática.**



C	9
M	99
Y	100
K	2

Pantone #D20A1C



C	0
M	95
Y	93
K	0

Pantone #E42322

**K)Tamborilero**

**Boceto.**



*Gráfico CX: Boceto Tamborileto*

**Desarrollo de Personaje.**

**A) Tipo de Ilustración:**

Histórica - Comercial ya que va a ser aplicada a una camiseta

**B) Técnica de Ilustración:**

Técnica mixta (collage de fotografías)

**Estilo de Ilustración**

Estilo Fantástico.

**D) Cromática.**



C	0
M	80
Y	0
K	0

Pantone #E75294



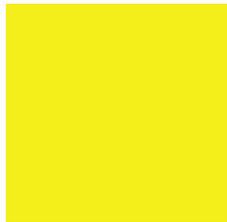
C	36
M	82
Y	0
K	0

Pantone #AC4991



C	24
M	80
Y	80
K	15

Pantone #AD4734



C	9
M	0
Y	87
K	0

Pantone #F4E62A



C	4
M	0
Y	100
K	0

Pantone #FEE900



C	81
M	16
Y	2
K	0

Pantone #009ED6

---

## L) Representación General

### Boceto.



Gráfico CXI: Boceto Tamborileto

### Desarrollo de Personaje.

#### A) Tipo de Ilustración:

Histórica - Comercial ya que va a ser aplicada a una camiseta

#### B) Técnica de Ilustración:

Técnica mixta (lápiz y digital, adobe Ilustrador )

#### Estilo de Ilustración

Estilo artístico.

### D) Cromática.

		
C 4	C 33	C 5
M 82	M 46	M 7
Y 29	Y 22	Y 24
K 0	K 0	K 0
Pantone #E7547C	Pantone #B08EA4	Pantone #F0E5C5

### 3.2.4 Diseños finales.

#### 1. Cucurucho de Vienes Santo



*Gráfico CXII: Ilustración Cucurucho*

**2. Representante de la Fauna.-**



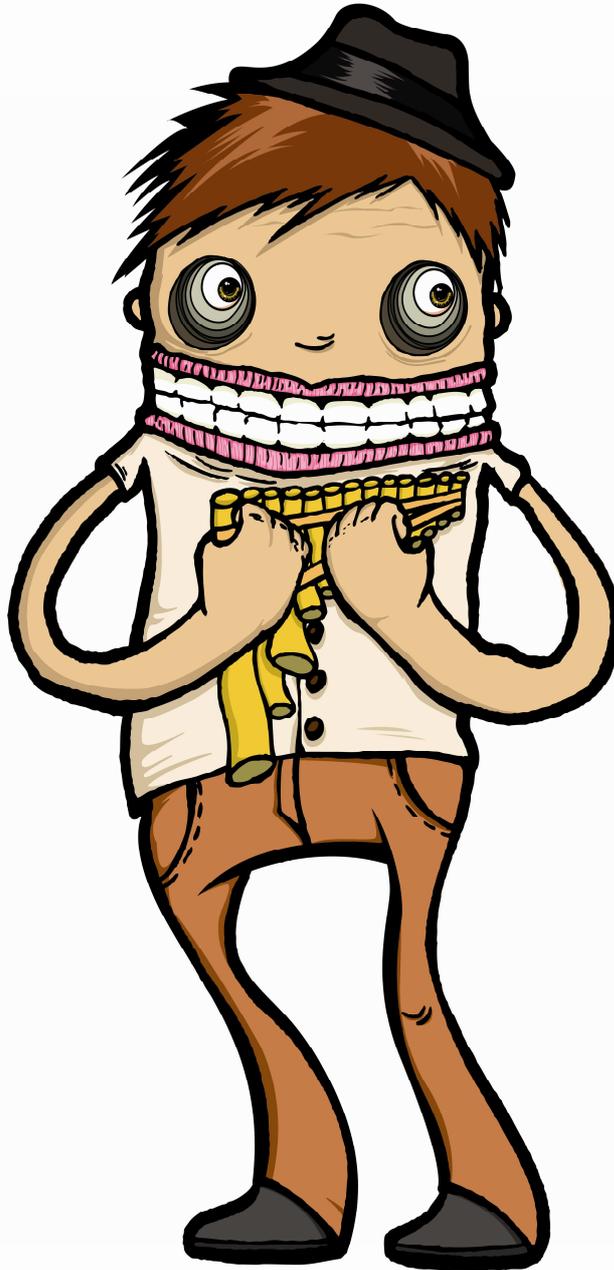
*Gráfico CXIII: Ilustración Representante de Fauna*

**3. Payaso o Belermo.-**



*Gráfico CXIV: Ilustración Payaso*

4. Rondin.-



*Gráfico CXV: Ilustración Rondín*

5. **Tocador de Bocina.-**



*Gráfico CXVI: Ilustración Tocador de Bocina*

6. **Sacharruna.-**



---

*Gráfico CXVII: Ilustración Rondín*

**7. Vaca Loca**



*Gráfico CXVIII: Ilustración Vaca Loca*

**8. Cohetero.-**



*Gráfico CXIX: Ilustración Cohetero*

9. **Mima Gigante.-**



*Gráfico CXX: Ilustración Mima Gigante*

10. **Danzante de Latacunga.-**



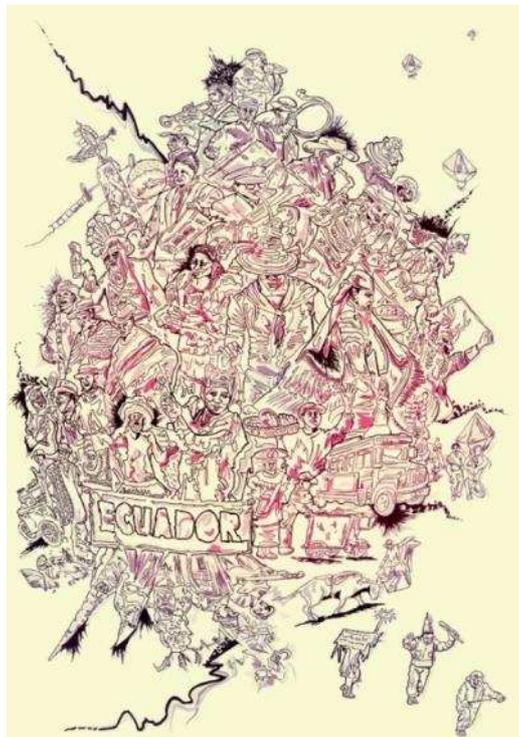
*Gráfico CXXI: Ilustración Danzante de Latacunga*

11. **Tambolilero.-**



Gráfico CXXII: Ilustración Tamborilero

## 12. Representación general.-



*Gráfico CXXIII: Ilustración Representación General*

### 13. Diablo de Píllaro



*Gráfico CXXIV: Ilustración Diablo de Píllaro*

### 3.2.5 Diseños aplicados a camisetas.



*Gráfico CXXV: Ilustración Cucurucho Aplicada en Camiseta*



*Gráfico CXXVI: Ilustración Representante de Fauna Aplicada en Camiseta*



*Gráfico CXXVII: Ilustración Payaso Aplicada en Camiseta*



*Gráfico CXXVIII:* Ilustración Rondín Aplicada en Camiseta



*Gráfico CXXIX:* Ilustración Tocador de Bocina Aplicada en Camiseta



*Gráfico CXXX: Ilustración Vaca Loca Aplicada en Camiseta*



*Gráfico CXXXI: Ilustración Cohetero Aplicada en Camiseta*



*Gráfico CXXXII: Ilustración Mima Gigante Aplicada en Camiseta*



*Gráfico CXXXIII: Ilustración Danzante de Latacunga Aplicada en Camiseta*



*Gráfico CXXXIV: Ilustración Tamborilero Aplicada en Camiseta*



*Gráfico CXXXV: Ilustración Representación General Aplicada en Camiseta*



*Gráfico CXXXVI:* Ilustración Diablo de Pillaro Aplicada en Camiseta

### **3.3 DISEÑO DE TEXTO**

#### **3.3.1 Recopilación de la información.**

Para la realización de este catalogo se recopiló datos acerca de la maquetación y composición, para luego juntar las ilustraciones con un resumen de las características de los personajes seleccionados para ilustrarlos, toda esta recopilación es necesaria para mostrarla en el catalogo.

#### **3.3.2 Establecimiento de los parámetros de diseño (criterios de diseño formal y funcional).**

Para la realización del catalogo se tomaron en cuenta los siguientes parámetros

Tipográficos destinando tipografías legibles y adecuadas al concepto y al target.

Cromática cálida ya q el tema central es la fiesta.

Elementos gráficos como: Formato de soporte utilizamos el formato A4 modificado ya q es funcional y adecuado para la realización de catálogos y

mostrar productos promocionales, los otros parámetros se los trata en los siguientes puntos.

### **3.3.3 Diagramación.**

Utilizamos el sistema libre o forma asimétrica. Se utilizó la forma asimétrica ya que este sistema tiene el carácter dinámico lo cual se quiere transmitir al catálogo.

### **3.3.4 Diseño de páginas: portada, contraportada, hojas tipo.**

Para la portada se tomó una ilustración en la cual se muestra de manera general a todos los personajes de las fiestas populares del Ecuador con un texto bastante corto a manera de nombre del catálogo en la parte inferior. Para el diseño de las páginas interiores se tomó en cuenta los siguientes aspectos respecto a los márgenes preferimos dejar sin márgenes para que los productos es decir las camisetas, se muestren en mayor tamaño acompañados de un resumen de cada personaje en un párrafo de una columna junto con el nombre de cada personaje como título. La cromática se eligió colores cálidos para mantener el carácter alegre del catálogo. El tipo de página es Ventana y Solo imagen.

### **A) Retícula**



Gráfico CXXXVII: Retícula de Maquetación

## B) Tipografía

**DIN-Pro**  
**AaBbCc01234**

**DIN-Pro Light**  
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 o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

**DIN-Pro Medium**  
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 o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Gráfico CXXXVIII: Gráfico de Tipografía utilizada.

### 3.3.5 Desarrollo de bocetos.

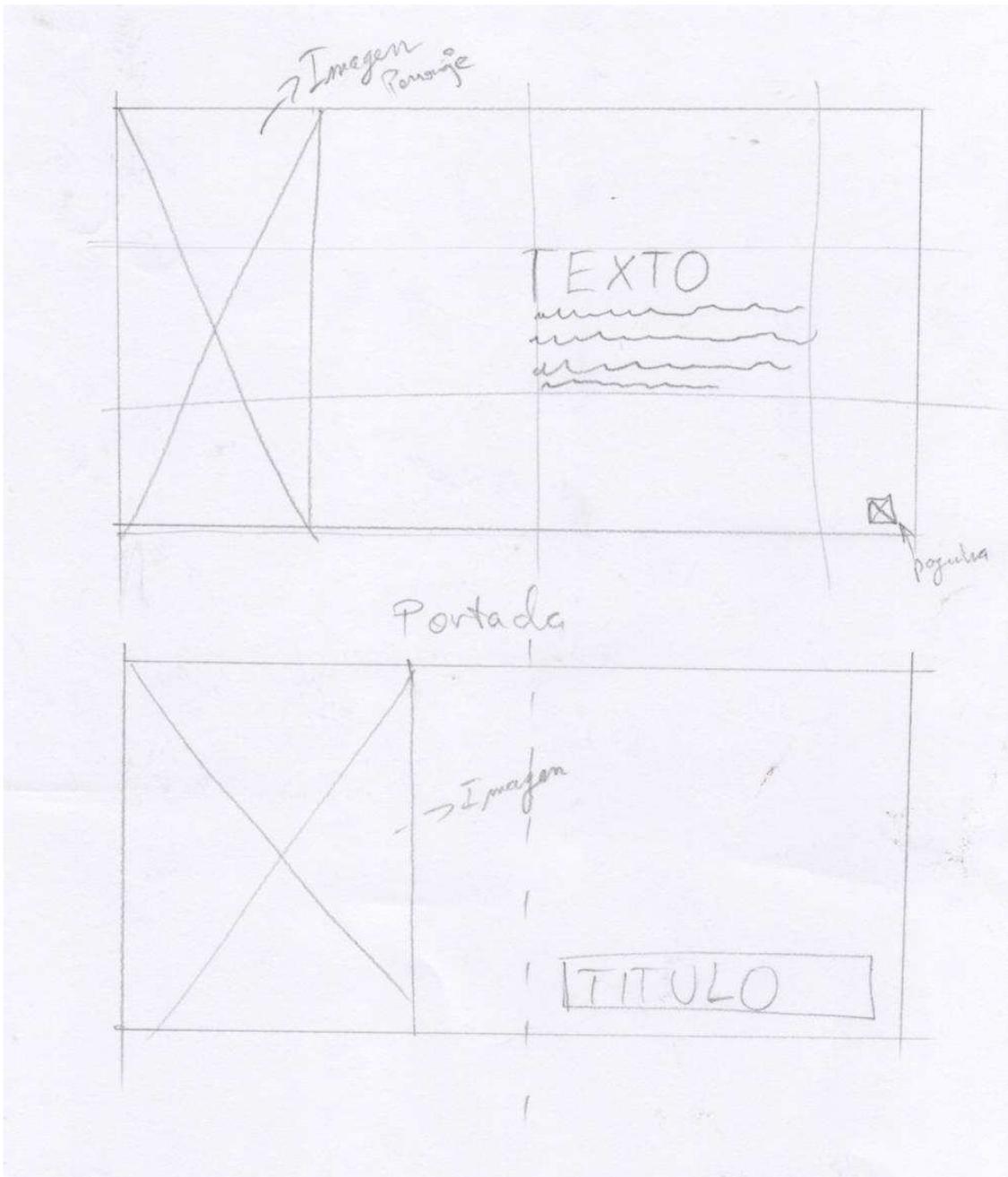


Gráfico CXXXIX: Boceto hojas de maquetación.

### 3.3.6 Diseños finales.



Gráfico CXL: Portada Catalogo de ilustraciones.



Gráfico CXXI: Hoja de Introducción catalogo de ilustraciones.



Gráfico CXLII: Segunda hoja "Belermo" Catalogo de ilustraciones.



Gráfico CXLIII: Tercera hoja "Belermo" Aplicaciones Catalogo de ilustraciones.



Gráfico CXLIV: Cuarta hoja "Cohetero" Catalogo de ilustraciones



Gráfico CXLV: Quinta hoja "Cohetero" Aplicaciones Catalogo de ilustraciones



Gráfico CXLVI: Sexta hoja "Cucurucho" Catalogo de ilustraciones



Gráfico CXLVII: Séptima hoja "Cucurucho" Aplicaciones Catalogo de ilustraciones



## DANZANTE DE LATACUNGA

De origen medieval cristiano, Corpus conmemora el Cuerpo de Cristo en la Eucaristía. Su coincidencia con fechas festivas del calendario indígena ha sido mencionada como explicación de la trascendencia que adquiere esta celebración desde tempranas épocas coloniales.

La fiesta de Corpus se celebra en la actualidad en Angamarca, Sigchos, Zumbagua, Salcedo. Sin embargo, el Corpus de Pujilí tradicionalmente ha merecido mayor atención debido a la presencia de los Danzantes de Pujilí, como se conoce a los indígenas que se trasladan desde sus comunidades de origen, vestidos con lujoso y llamativo atuendo, para bailar en la fiesta de Corpus.

El colorido atuendo de los danzantes de Cotopaxi, muestra el diseño y bordado tradicionales de las casullas y ornamentos eclesiásticos.

Gráfico CXLVIII: Octava hoja "Danzante" Catalogo de ilustraciones



Gráfico CXLIX: Novena hoja "Danzante" Aplicaciones Catalogo de ilustraciones



Gráfico CL: Decima hoja "Diablada" Catalogo de ilustraciones



Gráfico CLI: Decima hoja "Diablada" Aplicaciones Catalogo de ilustraciones



## MIMA GIGANTE

Representación de una negra en las mascaradas de Inocentes que comenzaba el 28 de diciembre, y terminaba con la celebración de los Santos Reyes. Se trata de la temporada que recuerda el episodio de la muerte de los niños de Belén, ordenada por Herodes, para terminar con la vida del Rey de los Judíos, según narra la historia sagrada; era festejada con mascaradas o comparsas de disfrazados que visitaban las casas residenciales o invadían los espacios públicos. Estamos frente a una secuencia de festividades que arrancaban con la Epifanía, seguían con la Noche Buena, continuaban con los Santos Inocentes, se prolongaban aún con los Santos Reyes, y terminaban en los carnavales. Sin duda todas de origen Europeo.

Gráfico CLII: Onceava hoja "Mima Gigante" Catalogo de ilustraciones



Gráfico CLIII: Doceava hoja "Mima Gigante" Aplicaciones Catalogo de ilustraciones



Gráfico CLIV: Treceava hoja "Fauna" Catalogo de ilustraciones

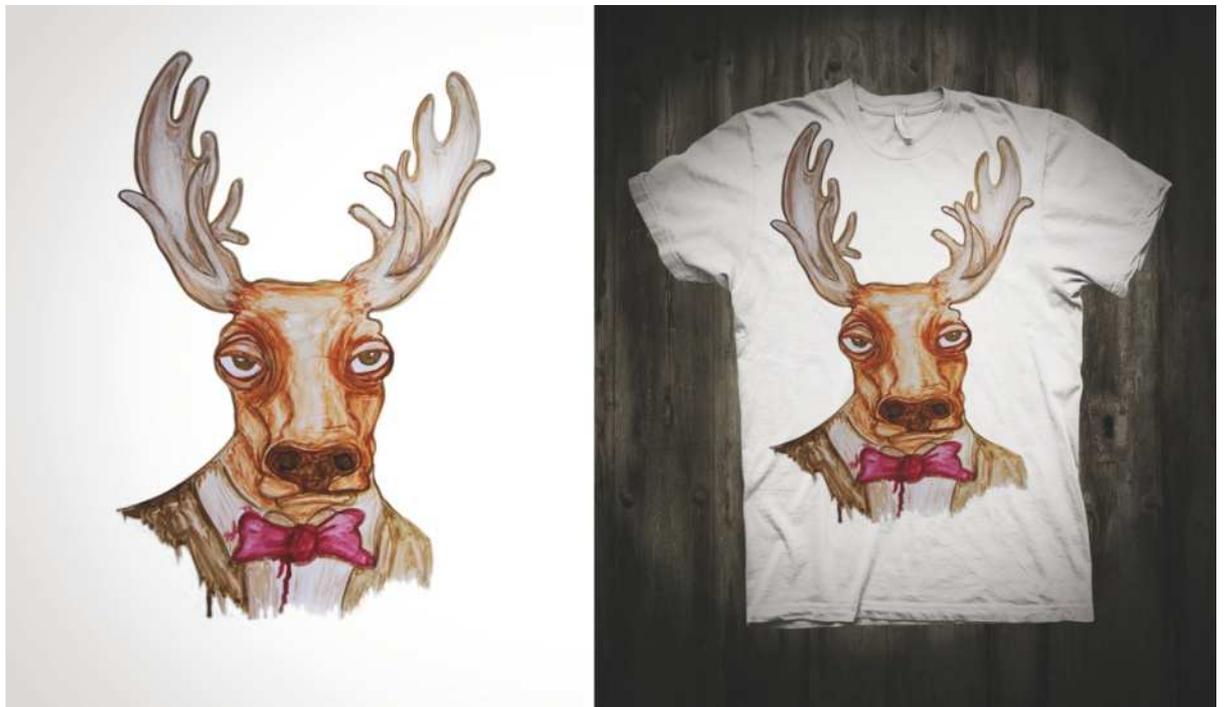
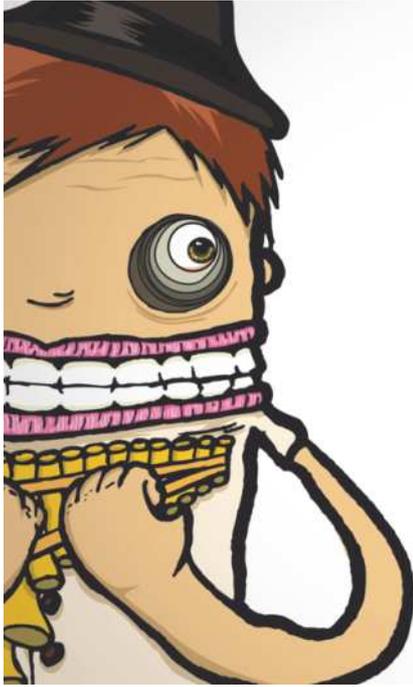


Gráfico CLV: Catorceava hoja "Fauna"Aplicaciones Catalogo de ilustraciones



## RONDÍN

Sereno, ronda, vigilante nocturno, son varios los nombres que se dan a estos cuidadores de la seguridad de los vecinos durante la noche. Nuestro personaje ha sido bautizado por Joaquín Pinto como el "rondín", y lleva vestido de indio, sombrero hasta las cejas farol de vela, y un instrumento musical que entonces fue el "rondador" o flauta de Pan de los Andes; posteriormente, la armónica o "rondín", y, en fin, un simple pito o silbato que anunciaba su paso por cada esquina.

Gráfico CLVI: Quinceava hoja "Rondín" Catalogo de ilustraciones



Gráfico CLVII: Dieciseisava hoja "Rondín" Aplicaciones Catalogo de ilustraciones



*Gráfico CLVIII:* Diecisieteava hoja “ Scharruna ”Catalogo de ilustraciones



*Gráfico CLIX:* Dieciochoava hoja “ Scharruna ”Aplicación Catalogo de ilustraciones



## TAMBORILERO

Simultáneamente, el músico toca el tambor o caja, y la flauta o 'pijuano', tradicionalmente fabricada con huesos de aves. La actividad corresponde a la asignación de roles en el reordenamiento comunitario, impuesto en las posesiones coloniales americanas por las reformas agrarias toledanas.

Gráfico CLX: Diecinueveava hoja " Tamborilero " Catalogo de ilustraciones



Gráfico CLXI: Veinteava hoja " Tamborilero " Aplicaciones Catalogo de ilustraciones



## TOCADOR DE BOCINA

La música fue un componente inseparable de las numerosas y variadas celebraciones que conformaban el calendario ritual. En las acuarelas figuran dos instrumentos: la bocina, a la que se puede relacionar con tradiciones indígenas, pero que por el uso de la hornamenta del toro en su fabricación muestra una integración del elemento hispánico. El otro instrumento, en cambio, es de claro origen ibérico pues se trata de una caja o tambor.

*Gráfico CLXII:* Veintiunava hoja “Tocador de Bocina” Catalogo de ilustraciones



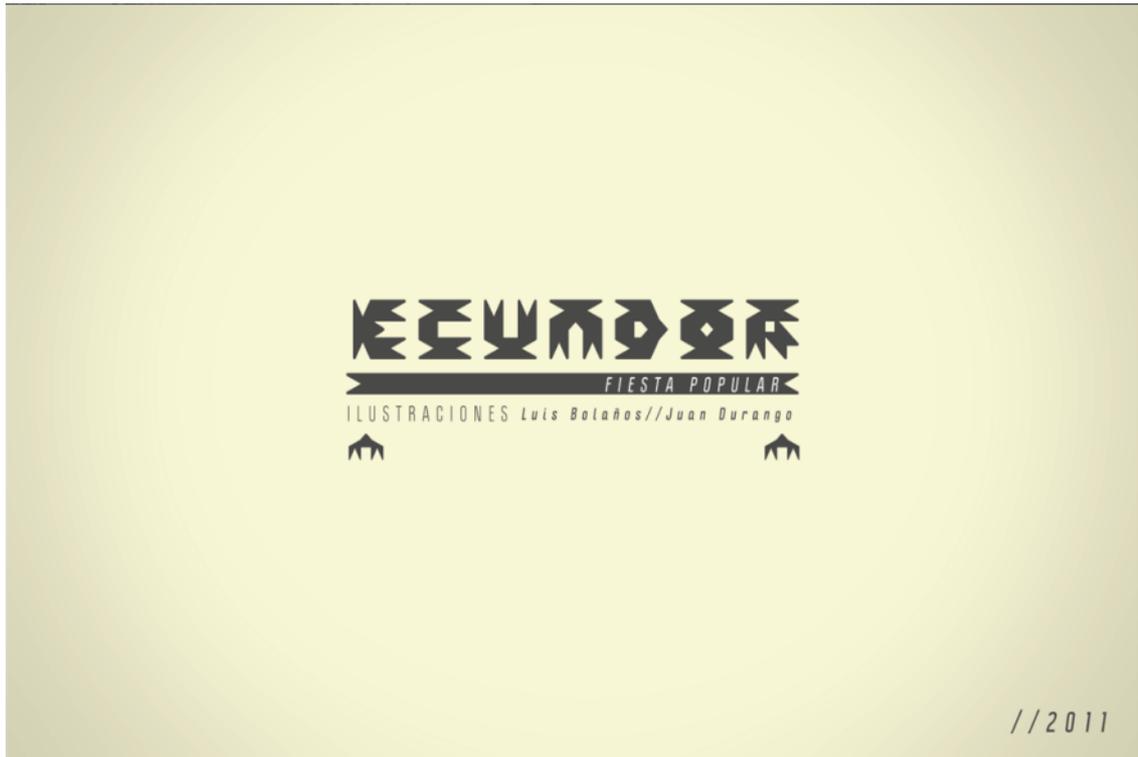
*Gráfico CLXIII:* Veintidosava hoja “Tocador de Bocina” Aplicaciones Catalogo de ilustraciones



Gráfico CLXIV:Veintitresava hoja “ Vaca loca ” Catalogo de ilustraciones



Gráfico CLXV:Veinticuatroava hoja “ Vaca loca ” Aplicaciones Catalogo de ilustraciones



*Gráfico CLXVI:* Veinticincoava hoja “ Contraportada ” Catalogo de ilustraciones

## CAPÍTULO V: VALIDACIÓN DE LA HIPÓTESIS

### 4.1. ANÁLISIS DE ENCUESTAS

Las encuestas se realizaron a diez personas entre jóvenes estudiante (target 15 -18) de la ciudad de Riobamba.

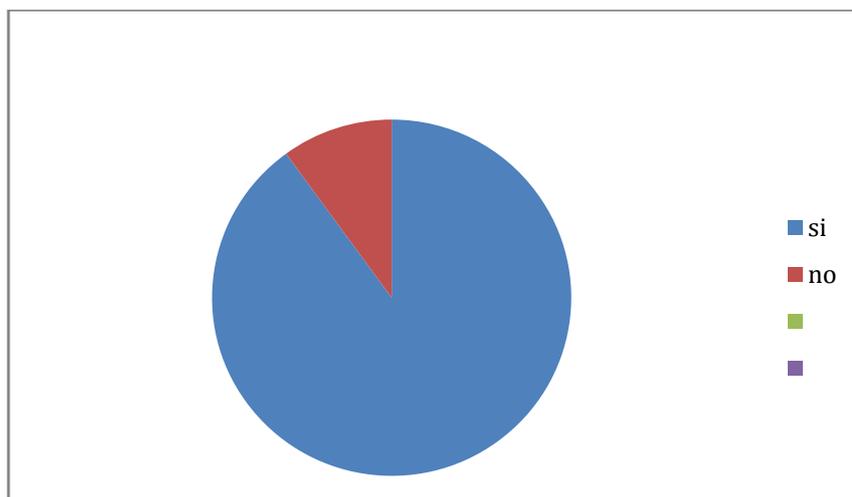
#### 4.1.1. Tabulación y Conclusión.

**Personas Entrevistadas (10)**

**Pregunta 1.-** *Considera usted importante la implementación de ilustraciones de nuestra cultura reflejada en camisetas para jóvenes*

SI= 9

NO= 1



**Pastel X:** *Considera usted importante la implementación de ilustraciones de nuestra cultura reflejada en camisetas para jóvenes*

**Fuente:** Juventud de Riobamba

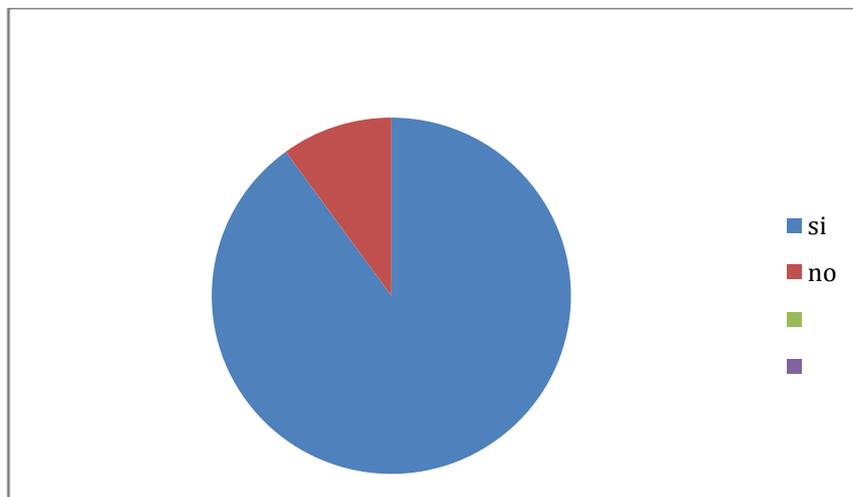
**Porque:**

- Son de su agrado.
- Promocionan a nuestra cultura
- Rescatan nuestras raíces y nuestra cultura.
- Modo innovador de recordarnos quienes somos
- Por identificarse con la cultura
- Contribuir con el turismo
- No porque deberían estar en otras aplicaciones

**Pregunta 2.-** *Considera usted que las ilustraciones vistas anteriormente representan a los personajes de las fiestas populares de la serranía ecuatoriana*

SI= 9

NO= 1



**Pastel XII :** *Considera usted que las ilustraciones vistas anteriormente representan a los personajes de las fiestas populares de la serranía ecuatoriana*

**Fuente:** Juventud de Riobamba

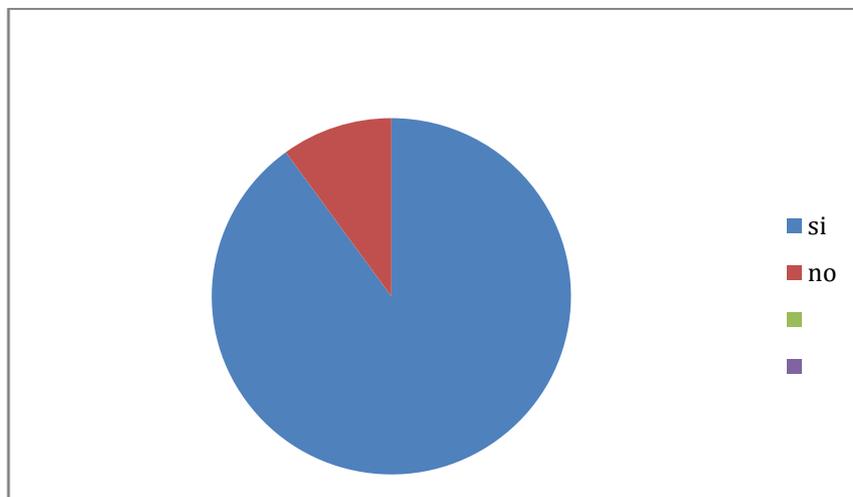
**Porque:**

- Las ilustraciones representan las principales características de los personajes de las fiestas.
- Promocionan a nuestra cultura.
- Rescatan nuestras raíces y nuestra cultura.
- No son de su agrado

**Pregunta 3.-** *Estaría dispuesto a comprar camisetas con las ilustraciones vistas anteriormente que representan en nuestra cultura Ecuatoriana.*

SI= 9

NO= 1



**Pastel XIII :** *Estaría dispuesto a comprar camisetas con las ilustraciones vistas anteriormente que representan en nuestra cultura Ecuatoriana*

**Fuente:** Juventud de Riobamba

**Porque:**

- Son de su agrado.
- Son únicos basados en nuestra cultura.
- Promocionan a nuestra cultura.
- De esta manera conocemos más a nuestro país.

**Pregunta 4.-** *Califica del 1 al 10 si la ilustración de cada personaje, representa al personaje original de nuestras fiestas populares*

**1. Cucurucho de Vienes Santo**

10 10 9 5 10 8 10 8 9 9

TOTAL = 78

**2. Representante de la Fauna**

10 10 10 4 10 8 10 7 9 9

TOTAL = 87

**3. Payaso o Belermo.-**

10 10 10 10 10 10 4 9 9 8

TOTAL = 90

**4. Rondin**

10 10 10 10 10 10 3 9 9 9

TOTAL = 90

**5. Tocador de Bocina**

10 10 10 10 10 10 3 9 9 8

TOTAL = 89

**6. Sacharruna.-**

10 10 8 9 9 9 5 8 8 8

TOTAL = 84

**7. Vaca Loca.-**

10 10 10 10 10 10 9 9 9 3

TOTAL = 90

**8. Cohetero.-**

10 10 10 10 10 9 9 7 8 4

TOTAL = 87

**9. Mima Gigante.-**

10 10 10 10 9 9 9 9 4 5

TOTAL = 85

**10. Danzante de Latacunga.-**

10 10 10 10 9 9 9 7 8 2

TOTAL = 84

**11. Tambolilero.-**

10 10 10 10 10 10 6 7 9 3

TOTAL = 85

**12. Representación general.-**

10 10 10 10 10 10 10 7 8 8

TOTAL = 93

**13. Diablo de Pillarlo.-**

10 10 10 10 10 10 10 9 9 9

TOTAL = 97

**Conclusión:** luego de mostrar las ilustraciones realizamos la validación de la tesis por medio de una encuesta. De acuerdo al los resultados obtenidos en las encuestas, Se ha podido concluir que los jóvenes de la ciudad de Riobamba se ven reflejados con el folklore y riqueza cultural del país, y piensan que las ilustraciones representan a las características principales de los personajes de las fiestas populares por cual tanto se ha utilizado correctamente las técnicas de ilustración y creatividad. Por lo que les gustaría llevar estas camisetas, para así verse identificados con su propia cultura Tradicional Ecuatoriana.

**Nota:** Ver encuestas realizadas en anexos.

## CONCLUSIONES

- Las ilustraciones sobre las fiestas populares de la serranía ecuatoriana para la aplicación en camisetas juveniles en Riobamba, basándonos en textos históricos de las raíces de la cultura ancestral, aplicando satisfactoriamente técnicas de diseño e ilustración tomando en cuenta: tipos de ilustración, psicología del color , tendencias , son una gran oportunidad para resaltar y rescatar la cultura.
- Al culminar la Investigación acerca del folklore del Ecuador y sus fiestas populares en la Serranía Ecuatoriana, se concluye que el país es muy rico en tradiciones y cultura, costumbres, vestimenta, sin embargo no es explotada por los diferentes profesionales del país.
- El conocimiento que tienen los jóvenes de la ciudad de Riobamba, en lo que concierne a la cultura popular ecuatoriana es aceptable, sin embargo es poco valorada y existe el deseo de adquirir prendas de vestir con estos diseños.
- Los parámetros son muy amplios para la creación de las ilustraciones, de los cuales se aplicaron varias técnicas dando como resultado un estilo de ilustración personal adquirido gracias a la investigación realizada.
- La aplicación de las ilustraciones en camisetas, tuvieron una acogida favorable, lo cual se verifico en la validación de datos, se tuvo aceptación del 90% por parte de los entrevistados entre jóvenes estudiantes.
- El catalogo de la recopilación de la investigación y sus ilustraciones, fue desarrollado tomando en cuenta los criterios de diseño formal, con el fin de presentar el trabajo realizado de una forma profesional.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda que los diseñadores tomen muy en cuenta a la ilustración la cual es una herramienta muy importante en el campo del Diseño y Comunicación, así como también a nuestra cultura la cual es muy rica y amplia para así no tener que recurrir a la influencia de la grafica de otros países y poder desarrollar nuestra propia identidad como profesionales.
- Se sugiere a los diferentes profesionales en diversos ámbitos aprovechar al máximo la riqueza en cuanto a la cultura y tradiciones de nuestro país.
- Para quienes estén realizando o vayan realizar ilustraciones deberían tomar muy en cuenta que cada ilustrador tienen su propio estilo de creación , que la practica constante de técnicas de ilustración así como la previa investigación de otros trabajos realizados, enriquezca su conocimiento para crear sus propias y originales ilustraciones.
- Para ser aplicados los diseños, ilustraciones o gráficas se recomienda tomar en cuenta formatos, tamaños, texturas, colores, etc.
- Para presentar los trabajos realizados se recomienda utilizar un medio de presentación profesional según al público a el que va dirigido el proyecto.

## RESUMEN

Se realizó la creación de Ilustraciones sobre las fiestas populares de la serranía ecuatoriana para la aplicación de camisetas juveniles en la ciudad de Riobamba, con la finalidad de ampliar el conocimiento acerca de los orígenes ancestrales, reafirmando la identidad, dando forma visual al folklore a través de la ilustración plasmada en una prenda de vestir. Se diseñó un catálogo como medio de presentación formal. El método utilizado para el sustento es el investigativo, utilizando instrumentos como: libros del folcklore del país, revistas y folletos de personajes populares. Para el diseño y diagramación del catalogo se utilizó: computador, cuaderno de dibujo, técnicas análogas: temperas, lápiz seco, lápices de colores. Software: diseño Adobe: Photoshop, Illustrator; edición de texto: Microsoft Word.

En base a la Investigación realizada se plasmó en camisetas las ilustraciones populares con un estilo contemporáneo para que la juventud se sienta identificada con la cultura ecuatoriana, además se elaboró un catálogo para presentación y promoción del trabajo realizado.

Este proyecto se realizó por causa del poco conocimiento de la cultura popular del país, con el fin de venderlo a empresas públicas y privadas para difundir el folklore, mantener viva la cultura y rescatar la identidad única ecuatoriana.

Recomendamos que las entidades públicas de cultura inserten esta propuesta y se ejecute como una nueva forma de incentivo para que los jóvenes se sientan identificados con su cultura ancestral.

## SUMMARY

It made the creation of artwork on the festivities of the Ecuadorian to the implementation of youth-shirts in the city of Riobamba, in order to increase knowledge about the ancestral origins, confirming the identity, giving visual form to folklore through illustration embodied in a garment. A catalog was designed as a means of formal presentation. The method used to support the research, using instruments such as the country's folklore books, magazines and brochures. For character design and layout of the catalog was performed using computer drawing pad, similar techniques: tempera, pencil, dry , colored pencils. Software: Adobe Design: Photoshop, Illustrator, edit text: Microsoft Word. Based on the initial research shirts reflected in popular artwork in a contemporary style to youth feel identified with the Ecuadorian culture also produced a catalog for presentation and promotion of the work. This project was carried out because of lack of knowledge of popular culture in the country with the purpose of selling to public and private companies to promote the folklore, keeping alive the culture and unique identity rescue. We recommend that public cultural institutions insert this proposal and is run as a new form of incentive for young readers identify themselves with their ancestral culture

## GLOSARIO

**ARTE PROCESUAL** .- tendencia dentro del arte matérico que en su proceso creativo se interesa, más por el proceso de elaboración que por el producto final, con lo que tematiza las fases de un proceso de transformación.

**ARTE POBRE**.- término acuñado en 1967 por Germano Celant para designar un arte matérico en auge como reacción a la clara geometría del "Minimal art". Las obras están realizadas con la ayuda de materiales recios tales como fieltro, carbón, piedras, arena, cemento, sacando a relucir sus encantos.

**ARTE MECANICISTA** .- denominación aplicada a la obra artística de Tatlin, que desarrolla en el modelo abstracto las condiciones espacio-funcionales de la construcción técnica. El arte mecanicista persigue el objetivo de dar una función social práctica al arte.

**ARTE MATÉRICO** .- tendencia estilística contraria a la abstracción del arte conceptual y de la geometría perfecta del "Minimal art" que investiga el potencial estético de materiales no empleados por el arte, llegando a utilizar materias tan aparentemente pobres como el fieltro.

**ARTE INFORMAL**.- rechazo de la forma estructural organizada y búsqueda del gestualismo espontáneo del proceso de creación artística a partir de la imaginación, que rompe todos los límites y normas de categoría estilística y que integra en la acción pictórica a cualquier material útil.

**ARTE FINAL**.-original publicitario totalmente acabado y listo para su reproducción. Comprende el juego completo de fotolitos.

**ARTE ABSTRACTO** .- arte que no imita ni representa directamente la realidad, tanto si el artista no se inspira en la realidad como si el tema no puede

descifrarse. Se basa en la idea de que el color, la forma tienen su propio valor artístico.

**ARCAICO.-** término aplicado al período temprano del arte griego, aproximadamente desde el año 650 a.C. hasta el 490 a.C. En la escultura este período está marcado por la evolución de la figura humana, desde las formas más hieráticas con influencia egipcia y mesopotámica a una forma de belleza más naturalista del hombre. En la cerámica la figura humana reemplaza los motivos de animales.

**APAISADO .-** Se refiere a la página que está orientada de forma que el borde más largo es el horizontal. || Alternativa horizontal de un formato rectangular (Andigraf, 1994).

**AFICHE .-** pieza gráfica que expresa una composición artística y publicitaria para ser expuesta en una pared o vitrina; Genera gran impacto visual y permite una información eficiente.

**ADOBE PHOTOSHOP .-** aplicación de diseño gráfico utilizada para la edición y tratamiento profesional de imágenes. Entre otros usos, permite la incorporación de efectos 3D a una imagen plana, tales como sombras, iluminación, bisel y relieve.

**ABSTRACCIÓN – creación.-** movimiento artístico de la década de los años 60. Reaccionó contra el expresionismo abstracto produciendo composiciones grandes, frías, impersonales y de colores ordenados.

**BUSCADOR .-** servicio WWW el cual permite al usuario acceder a información sobre un tema determinado la cual está contenida en un servidor de información de Internet (WWW, FTP, Gopher, Usenet Newsgroups, etc.) a través de palabras claves (keywords) introducidas por él. Entre los más conocidos se hallan Google, Yahoo, WebCrawler, Lycos, AltaVista, Infoseek, Excite y DejaNews.

**BTL** .- below The Line, medios de comunicación no convencionales, como celulares, lugares extraños donde nunca te imaginaste poner publicidad.

**BOCETO** .- propuesta preliminar a un diseño, en el cual se hace todo tipo de rayones, de estudios sobre formas y ubicación, se colocan datos informativos y de consulta, se plantean los posibles colores y las diferentes propuestas de diagramación. Contribuye a tener una idea más clara de los que se pretende, estimula la creatividad, ayuda a plantear nuevas ideas, mejora el flujo de trabajo, permite eliminar lo innecesario y determinar los elementos que hacen falta.

**BICOLOR** .- impresión de una pieza gráfica a dos tintas (Andigraf, 1994). || Duotono. Aplicación de dos tintas. Impresión de una pieza gráfica en dos tonos diferentes de color, generalmente uno de los cuales es el negro (De la Roca).

**BALANCE DE COLOR** .- mantenimiento de la relación correcta de cian, magenta y amarillo durante el proceso de impresión, de tal manera que los colores de impresión de calcomanías y etiquetas.

**CUBISMO**.- estilo pictórico creado por Picasso y Braque. Abandona la representación de una única perspectiva del tema y en su lugar combina diversas perspectivas superpuestas, a menudo en formas cuboides o geométricas. Cubismo: Iniciado por Picasso y Braque, con el soporte teórico del poeta G. Apollinaire, a los que se sumaron otros importantes artistas contemporáneos como J. Gris, Léger y los esposos Delaunay. Los cubistas perseguían llegar a la verdad esencial del objeto y no sólo en su aspecto externo y pasajero. Así, Picasso, en su obra "Las señoritas de Avignón" (1906-1907), presumiblemente iniciadora del estilo, presentó el espacio de forma pluridimensional, con perspectivas superpuestas e imágenes simultáneas en el tiempo. El Cubismo fue determinante para otras corrientes coetáneas: Constructivismo, Abstractismo y Futurismo. Los primeros futuristas contactaron con los cubistas en París, gracias a Severini que residía en la capital francesa. Aunque los italianos partían de supuestos distintos y consideraban excesivamente racional al nuevo movimiento,

se valieron, en muchas ocasiones, de sus sistemas de representación; hacia 1913 también incorporaron en sus cuadros números, letras de imprenta y papeles pegados, elementos del repertorio cubista.

**CREATIVIDAD** .- actividad creadora o capacidad imaginativa de hallar soluciones nuevas o ideas originales. La creatividad es la aptitud del ser humano para la combinatoria, es decir, la combinación de formas y mensajes nuevos a partir de combinaciones originales de signos <b>Fuente del Término:</b>César Puertas

**CREACIÓN** .- asociación de artistas, dirigida por Auguste Herbin y fundada en París en 1931, para el desarrollo de la plástica informal: desde el geometrismo constructivista hasta la abstracción lírica

**CONTRASTE** .- el contraste es un término a menudo utilizado para describir los atributos de brillo de una imagen. Intuitivamente el contraste en una imagen es como de intensa o limpia aparece una imagen con respecto a sus tonos de gris. El nivel de contraste aparece claramente en los histogramas de brillo de una imagen. Un bajo contraste se identifica cuando los pixels se agrupan en una banda muy estrecha en los niveles de gris del histograma, dejando el resto de niveles a valores mínimos o completamente desocupados (ver imagen 16). Una imagen con contraste grande aparece en el histograma con dos picos, uno en cada extremo del histograma, dejando los niveles de gris que se encuentran entre ellos totalmente desocupados.

**COMUNICACIÓN**.- es el proceso por medio del cual el individuo transmite estímulos para modificar el comportamiento de otros” (Hovland) Es el factor más simple más importante que determina el tipo de relaciones que genera con los demás para poder sobrevivir. La comunicación es el sentido que la gente da a su propia información.” (Virginia Satir) “Es un mensaje a un receptor con la intención consciente de afectar a su conducta posterior” ( Miller ). Proceso por el cual una fuente emisora influye sobre un sistema receptor a través de la manipulación de signos, configurando mensajes y circulando éstos a través de determinados canales físicos. Fuente: Identidad Corporativa / Joan Costa

**COMPOSICIÓN.-** Organización de los elementos en una obra de arte o en un diseño.

**COLORES PRIMARIOS.-** el azul, el verde y el rojo son los colores primarios para la óptica. Cada uno de ellos abarca, aproximadamente, un tercio del espectro y cuando se mezclan en proporciones iguales producen luz blanca.

**COLORES PLANOS.-** colores sin mezclar distribuidos en la superficie yuxtapuesta.

**COLORES MONOCROMÁTICOS.-** Variaciones de saturación de un mismo color (matiz), obtenidas por desplazamiento desde un color puro hasta el centro del círculo cromático. Primarios: Colores puros a partir de los que se pueden obtener el resto mediante mezclas.

**COLORES ANÁLOGOS.-** Son aquellos colores que tienen un tinte en común

**COLORES ACROMÁTICOS.-** aquellos situados en la zona central del círculo cromático, próximos al centro de este, que han perdido tanta saturación que no se aprecia en ellos el matiz original.

**COLOR SATURADO .-** en fotografía. Tono de color puro y no diluido.

**COLOR COMPLEMENTARIO .-** Un término que usualmente se refiere a los colores amarillo, magenta, violeta, que son complementarios del azul, del verde y del rojo.

**COLOR .-** Impresión en la retina del ojo por el efecto que produce la luz reflejada en un objeto. Los colores se dividen en: Colores Aditivos o Luz: - Primarios: el rojo, verde y azul (RVA o en inglés RGB). - Secundarios: cian, magenta y amarillo. Se llaman aditivos porque la suma de ellos da como resultado el blanco. Y son los

colores que utilizan los monitores y pantallas para representar toda la gama de colores. Colores Sustractivos o Pigmento: - Primarios: el cian, magenta y amarillo. - Secundarios: el verde, violeta y naranja. Estos son los colores utilizados en impresión y se le agrega el negro (CMAN o en inglés CMYK). Al negro se le ha abreviado como K para evitar confusiones con el azul (Blue – Black).

**COLLAGE** .- Técnica plástica que consiste en pegar sobre un soporte (tela, cartón, etc.) diversos elementos (papel, tela, chapa, etc.), estructurados libremente (cortados, rasgados, rotos, etc.) con libre elección de formas.

**CÓDIGO**.- los códigos son estrategias sociales del uso de elementos lingüísticos que han de adecuarse a la situación.

**CMYK** .- colores pigmento o colores sustractivos y son el Cyan, Magenta, Amarillo y Negro. Son los colores utilizados generalmente en la impresión a policromía; La mayoría de colores resulta de la combinación de estos, excepto los colores especiales como fluorescentes o metálicos.

**CATÁLOGO** .- recurso gráfico utilizado por artistas o empresas en el cual se muestran los trabajos, productos o servicios que ofrecen y / o que han hecho. Generalmente viene en forma de carpeta, catálogo, revista o en forma creativa.

**DISEÑO EDITORIAL Y DISEÑO PUBLICITARIO** .- se denomina «Diseño Editorial» a la maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros. Por otro lado, hablamos de «Diseño Publicitario», cuando nos referimos a la forma de presentar, promocionar o anunciar, una empresa, producto o servicio. A lo largo del tiempo han ido surgiendo diversos métodos de comunicación, desde los grafitis (que eran las pintadas en la pared que realizaban los romanos para comunicar alguna noticia), los carteles, los primeros diarios y más tarde las revistas, hasta la radio la televisión... Este desarrollo de los medios, se ve ligado a su vez al desarrollo del mercado, los productos, las empresas, factores que defenderán en gran medida de los diferentes medios.

**DIAGRAMACIÓN** .- layout, esquema, disposición. Dibujo o representación gráfica que indica la relación entre los elementos y sus valores.

**FUENTE** .- juego completo de caracteres que comparten un mismo estilo y son utilizados para crear textos. Las fuentes se agrupan por familias que comparten un diseño similar. Nombre técnico con que se conoce a los diferentes tipos de letras o tipografías que guarda el computador en su sistema operativo.

**GRÁFICO** .- elemento visual que complementa al texto para hacer a un mensaje impreso más interesante o facilitar su comprensión.

**ÍNDICE** .- relación esquemática del contenido del libro. Puede ir al principio o al final (en las obras científicas al principio y en las literarias al final). Los índices cronológicos, geográficos, de láminas etc. suelen ir al final de la obra.

**IMPOSICIÓN** .- colocación de las páginas en la plancha de forma que cuando se pliegue el papel impreso, las páginas se encuentren en la posición correcta. || Arreglo por el cual se imprimen juntas una cantidad de páginas, de tal manera que quedarán en su orden correcto cuando se las doble o corte (Cotton, 1994).

**ILUSTRADOR** .- profesional especializado en la creación y realización de ilustraciones para la producción de piezas gráficas.

**ILUSTRACIÓN** .- Ilustración, (de ilustrar) sust. Estampa, grabado o dibujo que adorna ó documenta un libro. Componente gráfico que complementa o realza un texto. Las ilustraciones son imágenes asociadas con palabras. Esto significa que podemos producir imágenes que llevan un mensaje, como las pinturas rupestres, y los mosaicos religiosos. Un buen punto de partida son los manuscritos medievales. Un aspecto importante de la ilustración es el uso de diseños bidimensionales, a diferencia de las imágenes pintorescas y espaciales que tratan de captar la tercera dimensión.

**LUZ BLANCA** .- la luz que incluye una mezcla en partes iguales de longitudes de onda azules, verdes y rojas. También se llama así a la luz del día cuando tiene una temperatura de color de 5500 K (Kelvin).

**LIENZO** .- espacio en el que se pinta o trabaja cuando se utilizan programas de diseño gráfico.

**LEGIBILIDAD** .- característica gráfica que hace de los elementos entidades diferenciables y reconocibles unos de otros dentro de un contexto dado.

**MULTIMEDIA** .- forma de presentar información en pantalla en la cual se emplea toda una combinación de texto, sonido, imágenes, animación y vídeo, etc. Entre las aplicaciones multimedia más corrientes figuran juegos, programas de aprendizaje y material de referencia. La mayoría de las aplicaciones multimedia disponen de asociaciones predefinidas conocidas como hipervínculos, que permiten a los usuarios moverse por la información de modo más intuitivo e interactivo.

**MUESTREO** .- es la forma en que voy a sacar la muestra dentro de una población; generalmente se hace con fórmulas matemáticas y estadísticas.

**MUESTRA** .- es una cantidad de personas de la población a la que voy a hacer el estudio de mercado que me va a representar los gustos generales de la población, para tomar así las decisiones lo más acertadas posibles.

**MINIMALISMO** .- minimal art (Minimalismo) Tendencia abstracta (llamada también "Arte ABC", "Estructuras primarias", "Pintura sistémica", "Arte reductivo") que aparece a comienzos de los años sesenta (en dos muestras: "Systemic painting" (1966) y "Nueva escultura americana", Whitney Annual, 1966). Comprende fundamentalmente esculturas que se reducen a los elementos del volumen - estructuras claras y geométricas ligadas al espacio que las circunda, libres de

todo adorno decorativo, generalmente compuestas de módulos prefabricados con materiales industriales: plástico, aluminio, cobre, madera elaborada, styrofoam, tubos fluorescentes, ladrillos, piezas de cerámica, etc. Movimiento del arte contemporáneo desarrollado en los años 70, que reduce el contenido y la forma de la obra de arte a un vocabulario de formas escaso y simple. Un principio importante es la repetición de estructuras geométricas. Elimina cualquier tipo de ilusión o metáfora.

**MERCADEO** .- ciencia que estudia necesidades y poder de compra de los consumidores para desarrollar bienes y servicios. Utiliza las relaciones humanas en los negocios, para satisfacer al cliente. Es un proceso cíclico (retroalimentación e investigación) que utiliza la comunicación como herramienta dentro de sus estrategias. El departamento de mercadeo desarrolla actividades relacionadas con la promoción, venta y distribución en el mercado, de los bienes y servicios que ofrece la empresa; buscando así la satisfacción de las necesidades del cliente. También analiza la competencia, planea el mercado, crea y maneja políticas de ventas, publicidad, segmentación del mercado, venta de productos y servicios, exhibición comercial, evaluación posventa, entre otras actividades. La Publicidad es la base de las COMUNICACIONES en el mercadeo.

**MARKETING** .- ciencia que estudia necesidades y poder de compra de los consumidores para desarrollar bienes y servicios. Utiliza las relaciones humanas en los negocios, para satisfacer al cliente. Es un proceso cíclico (retroalimentación e investigación) que utiliza la comunicación como herramienta dentro de sus estrategias. El departamento de mercadeo desarrolla actividades relacionadas con la promoción, venta y distribución en el mercado, de los bienes y servicios que ofrece la empresa; buscando así la satisfacción de las necesidades del cliente. También analiza la competencia, planea el mercado, crea y maneja políticas de ventas, publicidad, segmentación del mercado, venta de productos y servicios, exhibición comercial, evaluación posventa, entre otras actividades. La Publicidad es la base de las COMUNICACIONES en el mercadeo.

**PUBLICIDAD** .- es comunicación de ideas y mensajes "pagada" no personal, que a través de los medios publicitarios masivos pretende a conocer a la existencia o reconocimiento de un producto o servicio , se encaja de influir en la compra o aceptación "producto" en un segmento de público. -En esta actividad participa activamente una diversidad de profesiones . -Para un publicista : una actividad que sirve optimizar la comunicación de una empresa con sus clientes. -Para la publicidad "los medios " es una fuente de ingresos. -Experto en comunicación, actividad para planear estrategias de venta. -La publicidad es el portavoz de las empresas, y su objetivo es demostrar a un público meta, que con los mensajes publicitarios lo pueden persuadir, finalidad: que quede demostrando con los mensajes que si pudo suplir una necesidad.

**PROGRAMACIÓN**.- determinación de las acciones a realizar y de los instrumentos necesarios para ejecutarlas, con el objeto de pasar del estado real (actual) a un estado normativo (futuro).

**PANTONE** .- es una marca de regleta u hojas de colores, utilizadas universalmente en las Artes Gráficas e Industria Textil.

**RGB** .- son los tres canales de color que definen una imagen. R=Rojo, G=Verde, B=Azul.

**RETÍCULA**.- consiste en dividir el espacio en pequeños módulos (o rectángulos), que sirven de guía para la ubicación de los elementos. La finalidad de la retícula es intentar establecer orden donde hay caos; hacer que el receptor encuentre el material en el lugar esperado y que el diseñador piense de forma constructiva y estructurada. El diseñador debe encontrar un equilibrio entre la retícula diseñada y el material (texto o ilustraciones), en caso de que éste no se adapte a esa estructura establecida, tendremos que modificar la retícula, ya que no es aconsejable que forcemos el material.

**SÍMBOLO** .- es un elemento gráfico que representa una idea completa y

compleja. El símbolo es subjetivo porque depende de un código cultural y parece lo que significa, es un objeto que representa convencionalmente a otro.

**SILUETA** .- en trabajo artístico, es el dibujo del contorno de un elemento para indicar la posición, forma y tamaño exactos de mediotonos, diseños de línea, etc.

**SERIGRAFÍA**.- (Matriz: Tamiz) Este sistema de impresión permite el paso de la tinta a través de los puntos de un nailon o seda que no están tapados con una membrana sólida (foto polímero). La serigrafía imprime imágenes con buen detalle sobre papel, plástico, metal y hasta en superficies 3D; Y se utiliza en: Objetos industriales, tableros impresos, avisos, computadores sensibles al tacto, recipientes plásticos, telas, etc. Además la serigrafía complementa otros sistemas de impresión en la aplicación de tintas especiales, barnices, etc.

**SEPARACIÓN DE COLORES** .- proceso que se realiza en el pre prensa y que sirve para separar la imagen en sus respectivos colores CMYK, permitiendo así la correcta impresión.

**TEXTURA** .- composición o naturaleza de la superficie de un papel o material y sus características de dureza, suavidad, calidad, etc.

**TARGET** .- es la población a la cual voy a dirigir la campaña, por ser estos quienes consumirán el producto o el servicio.

**VECTOR** .- gráficos utilizados en programas de diseño, que se componen de líneas y curvas definidas por objetos matemáticos llamados vectores. Pueden escalarse a cualquier tamaño sin que pierdan sus atributos ni nitidez, ya que no dependen de la resolución como los mapas de bits; son ideales para diseñar gráficos que variarán de tamaño y de técnica de impresión, como los logos.

## BIBLIOGRAFÍA

### LIBRO

- **WALTERS, H.** Collins Design 200% Cotton new t-shirt Graphics. New York. 1994 Pp. 3-8
- **GUI, G. DONÁIS , E .** Sintaxis de la Imagen , Barcelona. 1982 Pp. 30-45
- **HELLER, E.** Psicología del Color. Barcelona:, 2004. pp. 10-20
- **HERNÁNDEZ, S. .** Metodología de la Investigación, Mcgraw, E. 2006. .Pp 25-36
- **GRAHAM, D. .**Ideas Creativas para realizar los mejores Layouts , Natere . Madrid: 1994. Pp. 6-9
- **VERA, P.** Diccionario Folklórico Ecuatoriano, Ecuador Neto , 2001. Pp. 140-210.
- **PERSON , E .** Dirección de Marketing , México :Kothler Phillips , 2005 Pp. 25-28
- **RUIZ, T.** La época de la razón, Planeta Volumen 9. Barcelona : 1994. pp. 5-20
- **TRAMA ,** Imágenes de Identidad , Acuarelas Quiteñas del siglo XIX , Quito Ecuador : Fonsal , 2005. Pp.253-480
- **VIKING, P.** Creative Illustration. New York : Andrew Loomis, 1947. Pp. 25-31

### INTERNET

- **DISEÑO GRÁFICO (ARTÍCULO) .**

[http://es.wikipedia.org/wiki/Diseño\\_gráfico](http://es.wikipedia.org/wiki/Diseño_gráfico)

(2010-08-05)

- **ESTUDIO DE MERCADO (ARTÍCULO) .**

[http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio\\_de\\_mercado](http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado)

(2010-08-03)

- **ILUSTRACIÓN (ARTÍCULO) .**

<http://es.wikipedia.org/wiki/Ilustración>

(2010-07-10)

- **MORFOLOGÍA (DISEÑO) .**

[http://es.wikipedia.org/wiki/Realidad\\_virtual](http://es.wikipedia.org/wiki/Realidad_virtual)

(2010-07-12)

- **MULTIMEDIA (ARTÍCULO) .**

<http://es.wikipedia.org/wiki/Multimedia>

(2010-08-04)

## ANEXOS

### Encuesta # 1

#### ESPOCH

#### FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA

#### ESCUELAS DE DISEÑO GRAFICO

**Objetivos:** Conocer el número de personas que estaría dispuestas a adquirir una nuevo concepto de camisetas basadas en nuestra cultura popular.

#### Datos Informativos:

Nombre:

Edad:

Sexo:

Teléfonos:

#### Instructivo:

Responder las preguntas con total sinceridad y lo más claro posible.

Marque con una x o subraye.

#### Cuestionario:

1.- **¿Considera usted importante la implementación de nuestra cultura reflejada en camisetas para jóvenes?**

SI -----

NO-----

Por

que

---

2.-**Subraye con qué frecuencia Ud. adquiere una camiseta**



Encuesta # 2

**Validación de las ilustraciones de los personajes.**



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE  
CHIMBORAZO**



**FACULTAD DE DIFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA  
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**

**OBJETIVO:**CREACIÓN DE ILUSTRACIONES SOBRE LAS FIESTAS POPULARES DE LA SERRANÍA ECUATORIANA PARA LA APLICACIÓN DE CAMISETAS JUVENILES EN RIOBAMBA

**DATOS INFORMATIVOS**

**Nombre:**\_\_\_\_\_ **Ocupación:**\_\_\_\_\_

**1. Calificación del contenido informativo**

**INSTRUCTIVO:** *luego de observar las ilustraciones de los personajes de las fiestas populares de la serranía ecuatoriana usted debe contestar el siguiente cuestionario con total sinceridad y lo más claro posible , marque con una x o subraye..*

*Considera usted importante la implementación de ilustraciones de nuestra cultura reflejada en camisetas para jóvenes ?*

SI -----

NO-----

Porque?

---

Considera usted que las ilustraciones vistas anteriormente representan a los personajes de las fiestas populares de la serranía ecuatoriana ?

SI -----

NO-----

Porque?

---

Estaría dispuesto a comprar camisetas con las ilustraciones vistas anteriormente que representan en nuestra cultura Ecuatoriana.?

SI -----

NO-----

Porque?

---

- Califica del 1 al 10 si la ilustración de cada personaje, representa al personaje original de nuestras fiestas populares ?

Marque con una x su respuesta

**14. Cucurucho de Vienes Santo**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--

**15. Representante de la Fauna**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--

**16. Payaso o Belermo.-**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--

**17. Rondin**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--

**18. Tocador de Bocina**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--

**19. Sacharruna.-**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--

**20. Vaca Loca.-**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--

**21. Cohetero.-**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--

**22. Mima Gigante.-**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--

**23. Danzante de Latacunga.-**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--

**24. Tambolilero.-**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--

**25. Representación general.-**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--

**26. Diablo de Píllaro.-**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--

*Gracias por su colaboración...*