



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

TÍTULO DE TESIS:

DISEÑO DE PERSONAJES BASADO EN  
MODISMOS Y TRIBUS URBANAS DE  
CUENCA

AUTOR:

MILTON XAVIER CABRERA AUCAY

DIRECTOR:

JUAN DÀVILA

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE DISEÑADOR GRÁFICO

CUENCA, JULIO DEL 2014



# RESUMEN

Cada lugar trasciende épocas a través de su gente, quienes mantienen viva la cultura y el patrimonio del mismo. También desarrollan nuevas características que son adheridas en la sociedad y terminan formando parte de la riqueza cultural.

Los modismos de un pueblo son la herencia; y la constante generación o adquisición de nuevas expresiones, adaptadas al vocabulario de una manera o con un concepto distinto. Estas formas de expresión son únicas y por lo tanto sirven para diferenciar una cultura de otra.

La ilustración es el complemento cultural de una sociedad; visto desde el punto de expresión social; ya que estos siempre son el resultado del rechazo o conformismo de un pueblo.

Lo que queremos generar con nuestro proyecto son personajes que contengan una carga significativa de cultura; integrando valores tangibles e intangibles de la ciudad compactadas en tres ilustraciones.

Las mismas que partirán desde el estudio de los modismos cuencanos, teniendo como guía de imagen al cuy, al mismo que se adaptara características de las tribus urbanas de la ciudad.

Finalmente serán plasmadas mediante el estampado de camisetas, con el objetivo de mostrar parte de la cultura en la moda textil; promoviendo así nuestra riqueza socio-cultural.

## PALABRAS CLAVE

DISEÑO GRÁFICO,  
IDENTIDAD  
TEXTURA  
MODISMOS  
PERSONIFICACIÓN  
TRADICIÓN

COMUNICACIÓN  
TÉCNICAS DE ESTAMPADO  
COLOR  
TIPOGRAFÍA  
ILUSTRACIÓN



# ABSTRACT

Every place transcends eras through its people, who keep alive the culture and heritage of it. They also develop new features that are bonded in society and eventually become part of the cultural wealth.

Idioms are a people of inheritance; and constant generation or acquisition of new expressions adapted to the vocabulary in a way or a different concept. These forms of expression are unique and therefore serve to distinguish one culture from another.

The illustration is the cultural supplement of a society; seen from the point of social expression; as these are always the result of rejection or conformity of a people.

What we want to generate with our project are characters that contain a significant burden of culture; integrating tangible and intangible values of the city compacted into three illustrations.

They will depart from the study of idioms Cuenca, guided imaging the cuy, as well as characteristics of urban tribes of the city adapt.

Finally they will be reflected by the print shirts, in order to show part of the culture in fashion textiles; thus promoting our socio-cultural wealth.

# KEYWORDS

GRAPHIC DESIGN,  
IDENTITY  
TEXTURE  
IDIOMS  
PERSONIFICATION  
TRADITION

COMMUNICATION  
PRINTING TECHNIQUES  
COLOUR  
TYPOGRAPHY  
ILLUSTRATION



# INDICE

## INTRODUCCIÓN

9

## CAPITULO 1: ANTROPOLOGÍA

1.1 MODISMOS CUENCANOS

11

1.2 EL CUY

12

1.3 TRIBUS URBANAS DE CUENCA

16

## CAPITULO 2: CREACION DE PERSONAJES

2.1 PERSONAJE

21

2.2 DETERMINAR PERSONAJES

22

2.3 FACCIONES

25

2.4 CROMÁTICA

26

## CAPITULO 3: ILUSTRACIÓN

3.1 ESBOZO

30

3.2 BOCETAJE

31

3.3 VECTORIZACIÓN

32

3.4 APLICACIÓN DE COLOR

33

3.5 TIPOGRAFÍA

35

3.6 ILUSTRACIONES

37

3.7 PRODUCTO FINAL

42

## CAPITULO 4: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

47

4.2 RECOMENDACIONES

47

## BIBLIOGRAFÍA

48

## ANEXOS

48



Universidad de Cuenca  
Clausula de derechos de autor

---

Yo, *Milton Xavier Cabrera Aucay*, autor/a de la tesis “DISEÑO DE PERSONAJES BASADO EN MODISMOS Y TRIBUS URBANAS DE CUENCA”, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Diseñador Gráfico. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 04 de Marzo de 2016

Milton Xavier Cabrera Aucay

0103875613



Universidad de Cuenca  
Clausula de propiedad intelectual

---

*Milton Xavier Cabrera Aucay*, autor de la tesis "DISEÑO DE PERSONAJES BASADO EN MODISMOS Y TRIBUS URBANAS DE CUENCA", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 04 de marzo de 2016

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Milton", written over a horizontal line.

Milton Xavier Cabrera Aucay

0103875613



# AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios, quien me tiene aquí con un solo propósito TRIUNFAR

Al sacrificio de mi madre que gracias a ella pude cumplir mi meta.

Al cariño de mi hija, que es mi inspiración en cada proyecto.

A mis profesores quienes proyectaron un pensamiento de creatividad y originalidad.

Y a todos quienes me apoyaron y creyeron en mí.



## OBJETIVO GENERAL

Diseñar una imagen gráfica partiendo del cuy, conceptualizado de modismos y culturas urbanas de la ciudad de Cuenca, las mismas que van a ser aplicadas en estampados de camisetas.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar elementos pre-figurativos del cuy.

Personificar con características de las culturas urbanas.

Seleccionar una tipografía adecuada.

Analizar la mejor técnica de estampado que realce el concepto.





# INTRODUCCIÓN

Cuenca es una ciudad en la que se mantiene viva la identidad que nos ha sido otorgada, al mismo tiempo que la engrandece. Nuestro deber como hijos de esta tierra es continuar con este sistema de conservación de la riqueza cultural.

Hay muchos proyectos en los que reactiva nuestro patrimonio, entre ellos: la cerámica, paja toquilla, entre otros; de igual manera se mantiene viva grandes fiestas tradicionales como: el pase del niño, cospus cristi, etc.

Es por ello que nuestro aporte encierra otro campo, desde el punto de visto social; el cual no se ha tomado muy en cuenta, pero que significa y representa la cuencanidad.

El planteamiento del proyecto es analizar los modismos y las tribus urbanas de Cuenca, con el objetivo de encontrar o recolectar aspectos y características que diferencian a esta ciudad de otras.

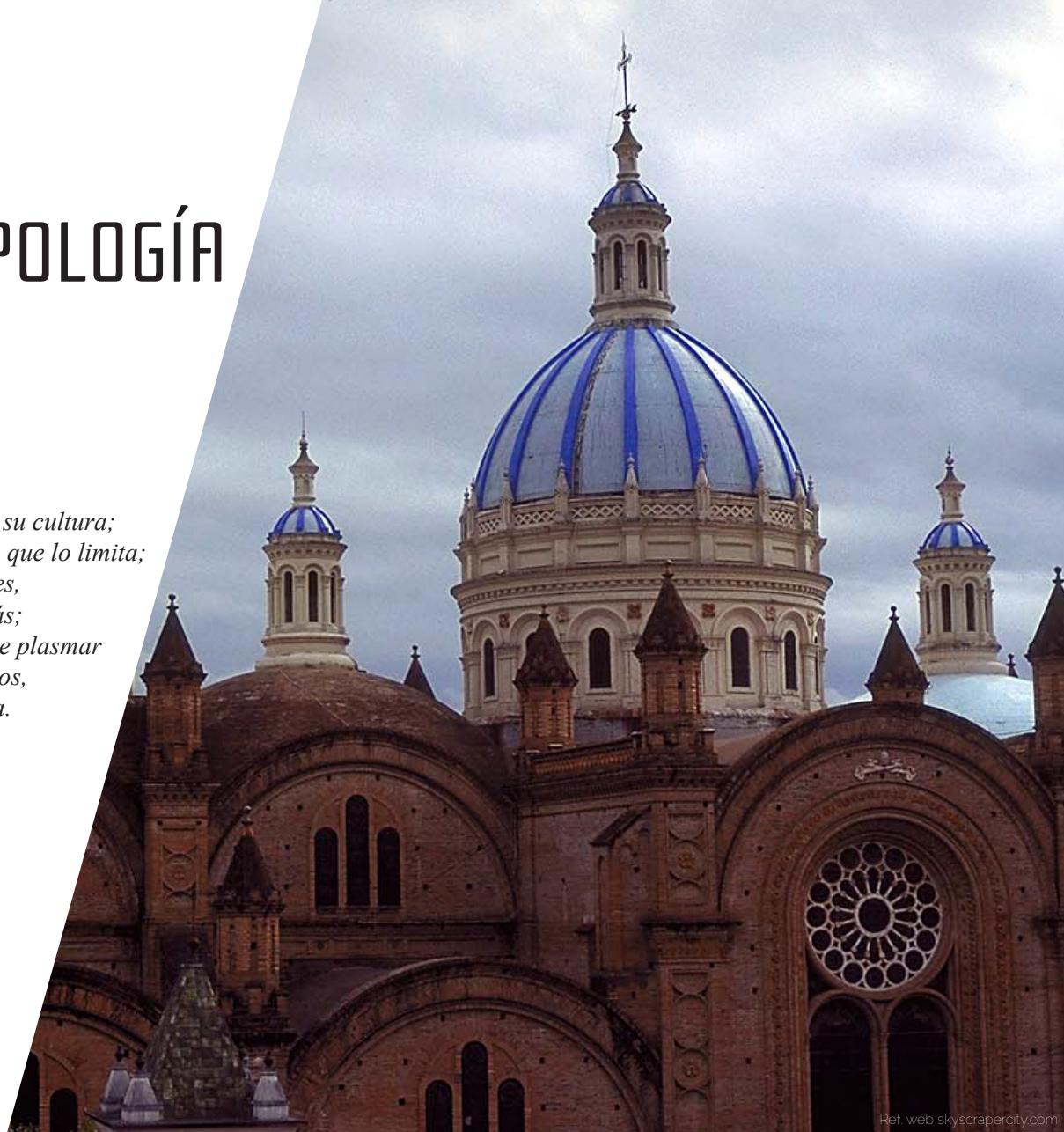
Ya acentuada nuestra base de información vamos a construir una imagen (ilustración) en la cual vamos a plasmar mediante los gestos, actitudes y características faciales los conceptos a ser transmitidos.

La grafica que se va a crear parte del doble significado de "gara" nombre con el que se lo denomina al cuy macho en nuestra cultura, al cual vamos a trabajar y modificar rasgos característicos del mismo, para conseguir nuestra ilustración final.

Utilizando la hibridación o la estética de las culturas cuencanas actuales se crearan rasgos físicos de nuestros personajes. Para dar un alto grado de comunicación se asignara una tipografía adecuada que complemente el concepto a ser transmitido y finalmente este será estampado en camisetas.

# I ANTROPOLOGÍA

*La esencia de un pueblo es su cultura;  
se derrama por cada rincón que lo limita;  
trasciende entre generaciones,  
las cuales la engrandecen más;  
y el tiempo, es el encargado de plasmar  
en la memoria de los individuos,  
sus sentimientos de pertenencia.*





## I.I

### MODISMOS CUENCANOS

---

Cada cultura se caracteriza por crear códigos verbales y no verbales como un lenguaje propio de su localidad. Los mismos que han sido heredados y otros que se han ido creando a través del tiempo. Estos códigos son una adaptación de palabras que tienen un significado propio; los mismos que son validados en otros significados totalmente fuera del inicial.

Nuestra ciudad tiene un estilo propio de expresión empezando por "el cantadito cuencano" el cual tiene un rasgadito peculiar en la "R"; el uso de palabras cañarís y quichuas que no se han eliminado de nuestro léxico; además existe una hibridación del lenguaje español y el quichua; y claro cómo olvidar los eufemismos como parte de nuestra cultura amable; y para terminar el extranjerismo.

#### Cantadito cuencano:

¿Qué anda haciendo? ¿Qué anda haciendo, pes?

#### Cañarí:

Ututo (insecto); Sayausí (un lugar).

#### Quichuas:

Muspa, carishina, curuchupa, mitayo, cocolo.

#### Español-Quichua:

Huashitar (huasha - espalda) = cargar a la espalda.  
Huahuero (huahua - niño) = gusta de los niños.

#### Eufemismos:

Gordita (gorda), tontito (idiota).

#### Extranjerismo:

loser (perdedor); corner (saque de esquina); jean (pantalón); hot dog (perro caliente).<sup>1</sup>

### Expresiones Cuencanas

A continuación citaremos algunas expresiones que son comúnmente manejadas en una charla juvenil.

Acolitar	Ayudar
Chendo	Mentira
Gara	Algo que gusta

<sup>1</sup> MALO, Claudio.1998.Cuenca de los Andes, Municipalidad de Cuenca, Ed. Planeta colombiana SA



Hacer vaca	Reunir dinero
Hecho funda	Borracho
Huevada	Pendejada
Manuela	Masturbarse
Mandar mano	Tocar las partes íntimas de otras personas
Cagarse de risa	Una fuerte risa
Comerse mierda	Tener iras
Coger de pato	Tomar a alguien para burlarse
Achachai	Hace frío
Pilas	Inteligente
Alaja huambrito	Muchacho simpático
Calentar las orejas	Cortejar con palabras 2

Estas expresiones solo puede ser comprendidas en nuestro entorno, aunque algunas de ellas han trascendido este límite y han logrado ser reconocido en un contexto mayor.

Una de los modismos que más derivaciones en cuanto al significado se refiere es a partir del cuy; este icono cultural tan trascendente en la gastronomía cuencana también significa mucho a la hora de expresarnos.

## 1.2 EL CUY

Proveniente de la familia de los cavidos, este roedor se conoce con diferentes nombres dependiendo de cada lugar: cuyo, curiel, cuilo, cuya, cuy, cuye, cuis; cómo podemos observar todos estos nombres tienen su raíz del chillido de este animal cui, cui. También se lo conoce como cobayo, conejillo de indias o guinea pig.



Ref. web: Capibara/ barrameda.com



Ref. web: Ardilla/ granzoo.es



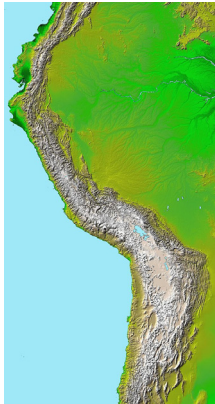
Ref. web: Gerbo/ Hogarutil.com



Ref. web: Cobaya tricolor/ Cobaya.com



El cuy originario de los andes de Ecuador, Perú, Colombia y Bolivia; según hallazgos de restos fósiles en cavernas se establece que este roedor ya servía como alimento de la cultura paraca entre los 250 a 300 A.C, pero fue domesticado hace aproximadamente 2500 a 3600 años, según estudios del antropólogo peruano Julio C. Tello.



Ref. web Los Andes mapa topográfico de la NASA

Los incas bajo el lema 'JAKATA HUATAY HALLITA MIKYNAYQUIPAC' (cría el cuy para que te alimentes bien), inculcaron una cultura y tradición en nuestra región, haciendo conscientes de este animal como alimento para los pueblos.

En nuestro país es uno de los iconos culturales de la serranía, como plato típico, nuestra ciudad

es quizá el mayor representante del cuy en la gastronomía.

### 1.2.1 EL CUY EN NUESTRA CULTURA

Cuenca, ciudad llena de tradiciones, ha mantenido viva su cultura a través de los tiempos. Caracterizada por sus largas fiestas, llenas de colorido y grandes banquetes en el que se exhibe toda la riqueza gastronómica que brinda su tierra.

El cuy (delicia gastronómica), no puede faltar en ninguna reunión o celebración de su pueblo; es lo más representativo en la mesa.

Este animal doméstico, en tiempos antiguos se lo sacrificaba como ritual en agradecimiento, por bendecir sus campos con cosechas; también se lo utilizaba para diagnosticar enfermedades y para expulsar malas energías o brujería.

Hoy significa un plato muy exótico para los turistas; para su gente una oportunidad de dar a conocer una parte de su tradición.

### 1.2.2 DERIVACION DEL CUY EN NUESTRO LÉXICO

El cuy es un fuerte elemento cultural que ha penetrado en varias áreas sociales de la ciudad



como imagen y como parte de nuestras expresiones verbales. En lo que concierne a nuestro léxico tenemos:

Modismo	Significado	Doble significado
Gara	Cuy macho	Está bien vacan
Cuy de vivo	Cuy no está muerto	Es demasiado pilas
Cuyada	Vamos a comer cuy	Insinuación sexual

Significados que si bien no tienen ninguna relación con los originales, se han ido compenetrando en el convivir diario de la sociedad cuencana.

De la misma manera la palabra gara tiene derivaciones:

Gara: algo que gusta.

Garota: algo que gusta bastante.

Garisima: algo que encanta.

Estas derivaciones son las que vamos a trabajar en nuestro proyecto: personificar al cuy mediante cada significado; y tomar como referencia de imagen las culturas urbanas de nuestra ciudad; por ello a continuación analizaremos las tribus urbanas presentes en la ciudad.

# 1.3 TRIBUS URBANAS

*La convivencia con variadas "tribus urbanas" ha llevado a muchos a pensar se trata de una supuesta "moda" en los jóvenes, sin embargo otros concluyen que lejos de ser algo pasajero, se trataría de una forma de expresar el rechazo por la realidad que se vive actualmente con un enfoque de vida distinto.*

*Gunther Ketterer*





### 1.3

## TRIBUS URBANAS DE CUENCA

---

Cada pueblo según su entorno adapta ciertas características en sus grupos sociales, estas agrupaciones se los denomina tribus urbanas.

Las tribus o culturas urbanas, son agrupaciones en su mayoría de jóvenes, que nacen de la necesidad de pertenecer a un grupo social con el cual compartir experiencias que llenen sus expectativas de vida, o bien una salida a su caótica rutina actual.

Estos grupos se diferencia claramente uno del otro por ejemplo: en su forma de vestir, forma de hablar, los peinados, la música que escuchan, su forma de ver la vida, etc.

Ciertamente todos las características de estas agrupaciones son adquiridas e hibridadas con características propias; esto a través de los diferentes medios a los que estamos expuestos, por ejemplo la televisión, el internet, la música, etc.

La música es uno de los principales influyentes en las culturas urbanas y por ello han nacido varias de ellas por ejemplo: los hip-hoperos,

metaleros, punkeros, etc. Si hablamos del movimiento hip-hop este nace en los barrios pobres de Estados Unidos: el Bronx, Queens y Brooklyn en desacuerdo con la sociedad; el metal nace en Inglaterra; con la aparición de un nuevo género de música el Heavy Metal; la cultura punk nace en los años 70 en el Reino Unido, como rechazo al autoritarismo.

Toda la esencia de cada tribu se lo aprecia en las letras de sus canciones, por ello es que ha traspasado fronteras para influir a nuevos seguidores que comparten su filosofía.

Cuenca no ha sido la excepción podemos ver su influencia en las paredes o en la forma de vestir de sus jóvenes habitantes. Según un estudio de campo se han diferenciado claramente 4 tribus urbanas: movimiento hip-hop, metal, punk, y los skaters y bikers.

### 1.III.I MOVIMIENTO HIP HOP

Este movimiento nace como un grito de inconformismo en contra de la sociedad y autorida-





des; es relacionada directamente con la delincuencia y drogas.

Sus expresiones de inconformismo se lo puede apreciar con los Mc's (cantantes), Dj's (mezclan música), break dance (bailadores) y los grafiteros (dibujan en paredes).<sup>3</sup>

Visten con pantalones muy anchos, camisetas grandes, zapatos caña alta y de colores encendidos, gorras con la visera plana y complementan su vestimenta con cadenas colgando de su cuello; en algunos casos usan aretes y en sus cuerpos siempre llevan tatuajes, como símbolos que identifican a su grupo.



### I.III.II METAL

La filosofía de esta tribu urbana es existencialista; ha sido muy criticada en la sociedad al relacionarla con lo oculto, lo oscuro, incluso llegan al punto de satanizarlo; esto debido a que en sus creencias no incluyen la religión; y en las canciones se rechazan a Dios como un ser supremo.

Y claro para completar, su vestimenta es totalmente negra y llevan estampados, motivos inspirados en la tecnología nórdica, o en las bandas de la música que escuchan.



3. SOLÍZ, Ma. Fernanda, 2008, Culturas Juveniles Urbanas en la ciudad de Cuenca, Universidad de Cuenca.

### I.III.III PUNK

Esta tribu urbana se caracterizaba por ser violenta, pesimista, destructiva; en la actualidad su filosofía es más idealista, y de pensamiento individual; siempre va en contra del autoritarismo.

Esta cultura rompe toda estética en su vestimenta; utilizan botas militares como burla a la fuerza del orden, pantalones doblados para que no cubra las botas, casacas, su vestimenta se complementa con: cadenas que significa esclavos del sistema y los alfileres o puntas de metal que representan la resistencia y rebeldía.



### I.III.V SKATERS Y BIKERS

Estas tribus no tienen ninguna filosofía, lo toman como hobby, por lo general no sobrepasan los 20 años de edad, y se los puede observar en parques, instalaciones de instituciones, o cualquier lugar que ofrezca unas buenas rampas para poder realizar sus maniobras.

Por lo general usan, gorra, zapatos grandes, camisetas largas y claro en sus oídos audífonos con su música favorita.





### I.III.VI PIJOS (ANIÑADOS)

Esta tribu urbana nace desde tiempos de la conquista, en el cual el poder económico fue su principal característica, hoy en día muchos imitadores sin mayores posesiones se han sumado a estos grupos de ahí la frase "aniñado chiro".

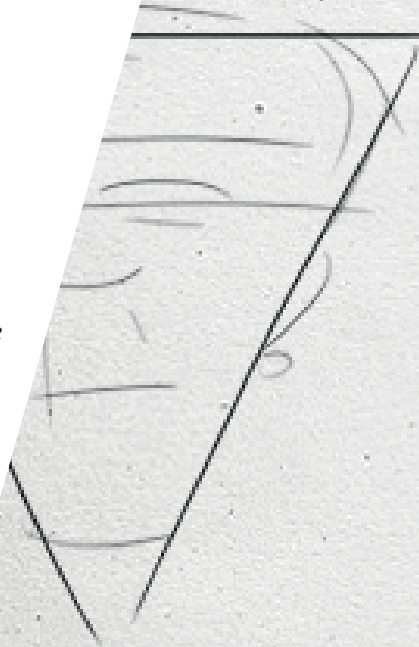
Se distinguen por su vestimenta lucida y lo nuevo en tendencia (Hipsters), todos sus artículos son de marca; y siempre están al día en la tecnología.<sup>4</sup>



4. Información de Tribus urbanas <http://todas-las-tribus-urbanas.blogspot.com/p/inicio.html>

# 2 CREACIÓN DE PERSONAJES

*Personaje es la expresión creativa de dar vida a algo, guiado de la inspiración, de los sueños o del simple trazo de líneas; son los diferentes medios por el cual la mente humana plasma la vida mediante el instrumento de las manos.*





## 2.1 PERSONAJE

---

Proviene de la palabra griega (πρόσωπον) prosopon, que significaba cara y que consecuentemente significaría persona.

### 2.1.1 CONCEPTO

Personaje es cualquier creación de nuestro imaginario; ya sean estos humanos, animales, dioses, aliens, etc. También pueden ser objetos u otros a los que se les atribuye vida y un roll.

Partiendo del lenguaje e imagen, es el conjunto de hábitos intelectuales, emocionales, nerviosos y físicos. Cada personaje se desarrolla y se desenvuelve en un mundo propio.

Estos deben cumplir con ciertos aspectos sin los cuales no podemos hablar de un personaje.

### 2.1.2 ASPECTOS PARA LA CREACIÓN DE PERSONAJES

Para crear un personaje se debe tener en cuenta tres aspectos: dimensión física, dimensión sociológica, dimensión psicológica.

5 SÁENZ VALIENTE, Rodolfo, 2006. Arte y técnica de la animación, Ed. De la flor.

**Dimensión física:** en este punto se trabaja la apariencia externa que queremos dar al personaje: gordo, flaco, alto, pequeño, etc.

- Nombre
- Ropa e indumentaria
- Aspecto físico.

**Dimensión sociológica:** aquí nos internamos más en los aspectos sociales del personaje: posición económica, raza, gustos, vestimenta, pasatiempos, amigos, que come, que piensa, etc.

- Cargo o clase

**Dimensión psicológica:** por ultimo reforzamos la humanidad del personaje dándole emociones y actitudes.

\* Emociones: humor, ansiedad, temor, alegría, tristeza, autoestima.

\* Actitudes: la personalidad: sociable, grosero, feliz; y la actitud.

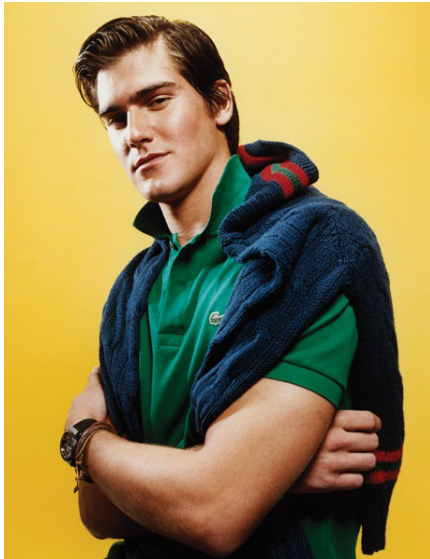
- Personalidad
- Expresión facial 5

## 2.2 DETERMINAR PERSONAJES

---

Con el análisis de los modismos y las culturas urbanas de la ciudad de Cuenca a continuación vamos a dar características de personalidad a cada uno de nuestros personajes fijados; para la construcción posterior a través de la ilustración.

### 2.2.1 GARA



Ref. web <http://todas-las-tribus-urbanas.blogspot.com>

Este personaje es basado en la tribu urbana de los pijos.

El cuy aniñado (macho), a quien se le va a dar las siguientes características en su apariencia:

#### Dimensión física

- El cabello impecable, bien cortado y peinado.
- Labios brillosos (con vaselina)
- Bien rasurado
- Tez blanca
- Cejas rasuradas, bien definidas
- Rostro bien cuidado

#### Dimensión sociológica

- Clase media alta y alta
- Están al día en la tecnología
- Usan ropa semiformal y a la moda
- Practican deportes alternativos como el tenis
- Carro del año aunque no tengan para la gasolina
- Acuden mucho al estilista
- Piensan que están en lo más alto y no miran abajo

#### Dimensión psicológica:

- Autoestima alto
- Serio con quienes no son de su círculo
- Actitud sobrada



### 2.2.2 GAROTA



Ref. web <http://jefoswag.blogspot.com>

Este personaje se basa en un macho alfa, el mismo que existe en toda tribu urbana su diferencia es mínima entre las diferentes agrupaciones; pero en la representación recogeremos los rasgos comunes.

El cuy vacan (macho), este personaje se le atribuirá las siguientes características:

#### Dimensión física

- Cabello alborotado
- Trigueño
- Cejas gruesas
- Cicatriz

#### Dimensión sociológica

- Clase desde baja hasta alta
- Viste ropa informal
- Siempre está rodeado de amigos
- Deportista
- Fuma, toma, baila

#### Dimensión psicológica:

- Seguro de sí mismo
- Sociable
- Agradable

### 2.2.3 GARISIMA



Ref. web <http://k01.kn3.net/taringa>

Este personaje se basa en la belleza femenina la cual está presente en toda agrupación.

Cuy sexi (hembra), dotada de cualidades que hacen sexi a una mujer:

#### Dimensión física

- Cabello rubio
- Labios gruesos
- Nariz fina
- Ojos grandes
- Pestañas largas
- Rostro fino
- Blusa descotada

#### Dimensión sociológica

- De toda clase social
- Viste a la moda
- Se preocupa mucho en su figura
- Le gusta bailar
- Va al gimnasio
- Siempre sale con sus amigas
- Le gusta salir de compras

#### Dimensión psicológica:

- Alegre
- Autoestima alto





## 2.3 FACCIONES

---

Lo que queremos destacar en este proyecto son los detalles y actitudes del rostro; por tanto vamos a centrarnos en un primer plano del personaje.

A continuación analizaremos las facciones del cuy y así poder adaptarle cualidades y aptitudes al mismo, con el propósito de comunicar aspectos que hemos nombrado anteriormente.

Al cuy se lo puede apreciar de dos vistas las cuales le hacen muy diferente: lateral y frontal. Desde la vista lateral podemos ver que tiene un hocico muy alargado lo contrario si lo vemos desde una vista lateral, el hocico se une con los cachetes, y como resultado tenemos una cara muy ancha.

La nariz tiene un contorno de piel que lo une con la boca; las fosas nasales se los pueden apreciar claramente; cuando se divisa los dientes, estos son dos, grandes y salidos. Por otro lado los ojos son grades y ovalados en vertical, las orejas son viradas y tienen dobleces rectos y por último el pelaje, el cual se diferencia por

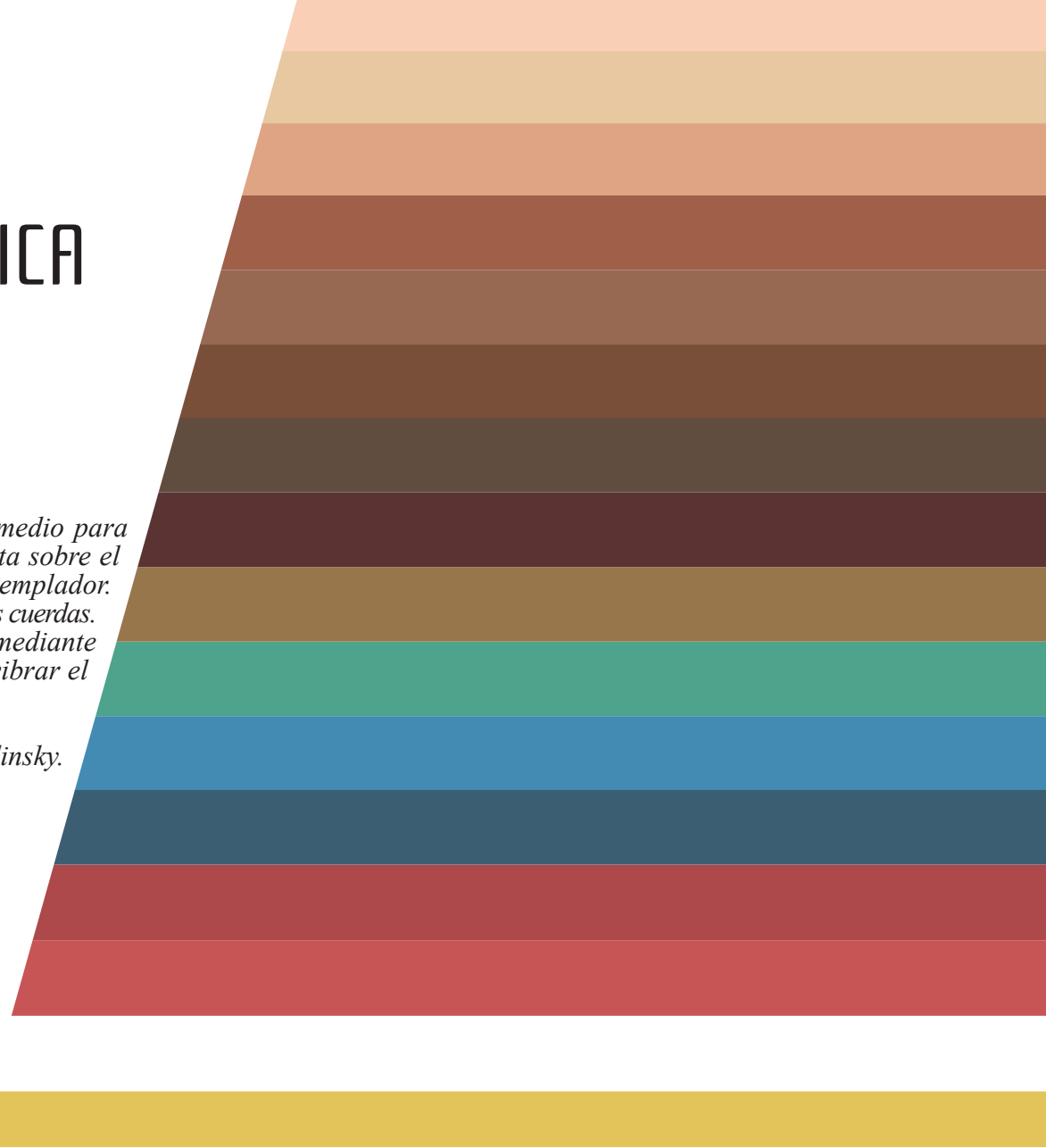
sectores, el centro, contorno de los ojos, orejas, por lo general cada parte tiene un color distinto. Estos son los rasgos que más sobresalen e identifican al animal.



## 2.4 CROMÁTICA

*El color es en general un medio para ejercer una influencia directa sobre el alma. El ojo es el martillo templador. El alma es un piano con muchas cuerdas. El artista es la mano que, mediante una tecla determinada, hace vibrar el alma humana.*

*Wasily Kandinsky.*





## 2.4

### CROMÁTICA

---

La cromática es parte fundamental en la conclusión de un arte ya que este puede realzar o desgastar un proyecto. Por ello el cuidado y el manejo adecuado de los colores parten desde el significado que conlleva cada uno de estos.

La paleta de color que se maneja en los personajes será los tonos marrones del más claro al oscuro, en todo lo que conformaría el pelaje; colores que son propios de estos animales.

En cuanto a vestimenta se utilizarán colores: el rojo, el amarillo, el verde, el azul; esto ira de acuerdo a cada personaje; para reforzar la comunicación del mensaje que queremos transmitir.

#### 2.4.1 PSICOLOGÍA DEL COLOR

##### Marrón

El marrón, el color de la tierra, de la estabilidad y el confort, también se denomina color café. Comprende 95 tonos entre claros (se acercan

más al amarillo) y oscuros (se acercan más al rojo).

A este color se lo asocia con los excrementos, con lo descompuesto. Pero tiene un efecto contrario al asociar con el sabor, que da una sensación de apetito. Además identifica la antigüedad; aunque en la moda lo anticuado es lo moderno.

##### Rosa

El color rosa globalmente representa la femineidad, además este color destaca delicadeza, inocencia, la pureza, la suavidad, encanto. Puede causar grandes emociones desde diversión hasta relajación.

##### Rojo

El color del amor, de la pasión, del erotismo; es el más fuerte de los colores cálidos está relacionado con el fuego. En la parte negativa representa el peligro, la agresividad, la ira.



## Negro

El color negro desde tiempos antiguos es significado de oscuridad, dolor, terror, muerte, en definitivo todo sentimiento negativo. Por otra parte representa la elegancia, el poder, la seriedad, la autoridad.

## Amarillo

Es un color calido, el color del sol; por tanto va relacionado con lo caliente, transmite alegría, buenas vibras, simpatía; estimula la vista y puede calmar ciertos estados nerviosos o de ansiedad.

## Azul

El color azul es un color frio, se identifica con la inteligencia, la armonía, la amistad, el poder. Quienes prefieren de este color son muy centrados; en ellos prima la razón antes que los sentimientos y siempre son positivos.

El azul claro antiguamente definía a la nobleza.

## Verde

Este tono representa la naturaleza, es la relación directa con la vida; símbolo

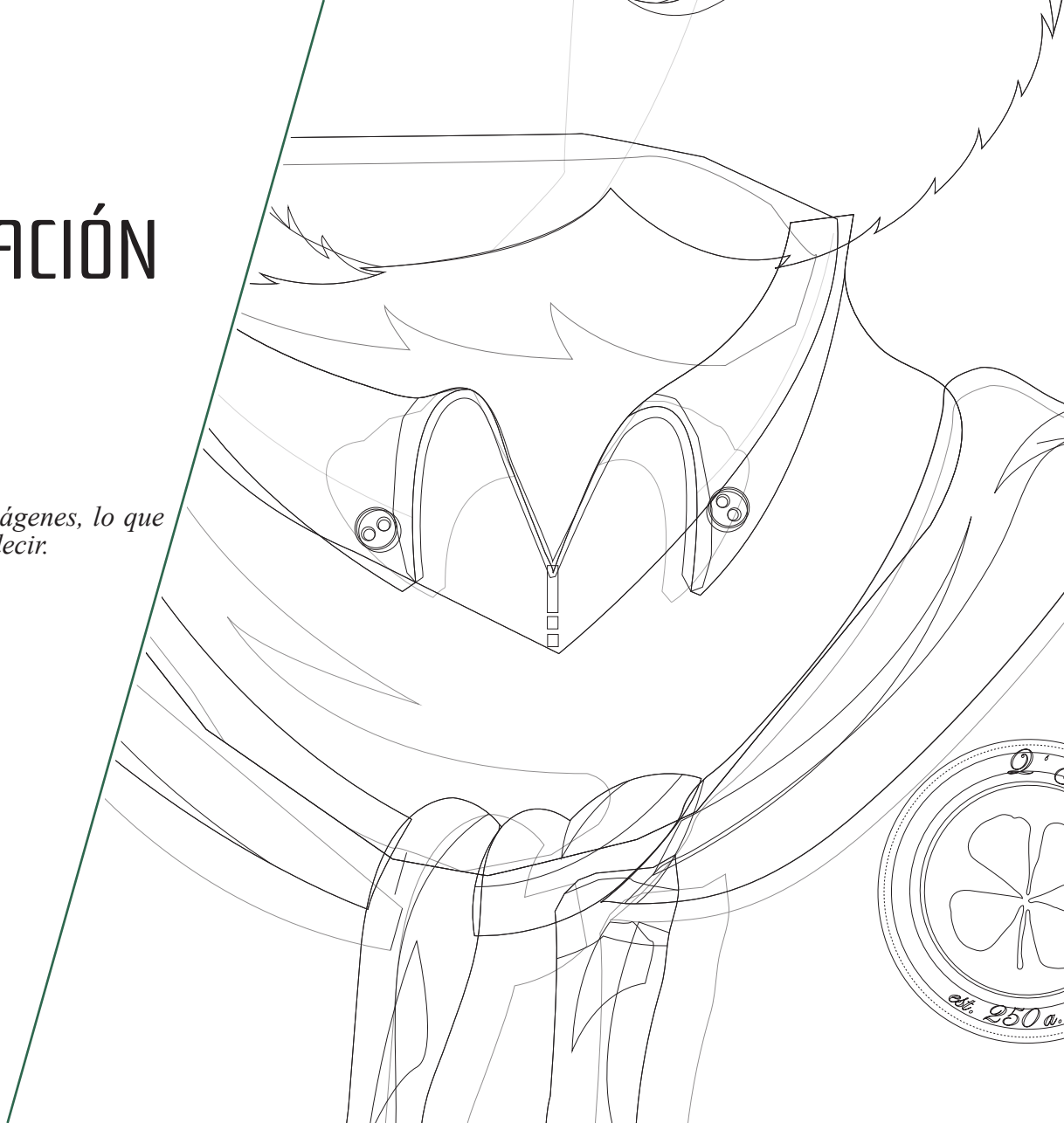
del desarrollo, prosperidad y seguridad, además de perseverancia.

Estos colores que fueron analizados serán utilizados en las ilustraciones asignando según corresponda a la personalidad o actitud de cada personaje.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> <http://jesusgonzalezfonseca.blogspot.com/2011/05/psicologia-del-color.html>

# 3 ILUSTRACIÓN

*Ilustrar es decir con imágenes, lo que  
con palabras tardas en decir.*

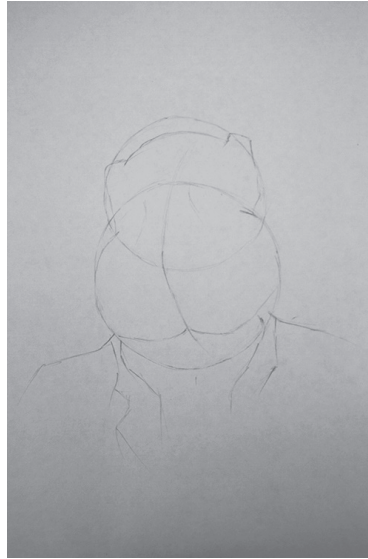
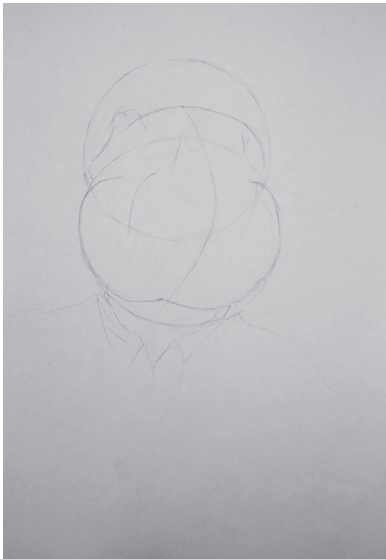


### 3.1 ESBOZO

---

Esbozo es el inicio de una ilustración en donde se aprecia formas y trazos básicos que dan forma a lo que se va a crear.

Para ello se partió de dos círculos que dan forma al rostro del personaje, el primer círculo define las parte de la boca, cachetes y avanza hasta los ojos; el segundo círculo que parte de la mitad del rostro hasta  $\frac{3}{4}$  arriba de la cabeza.



## 3.2 BOCETAJE

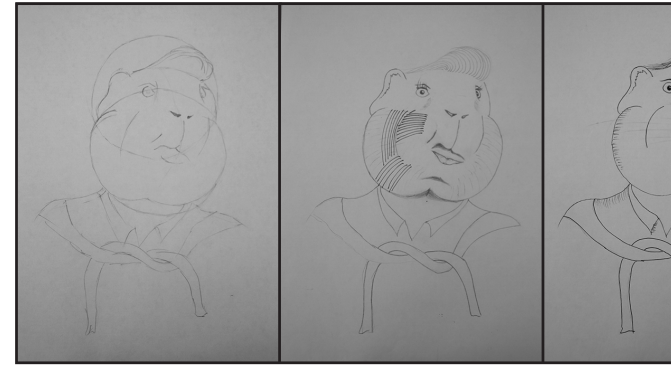
---

Es un proceso de dibujo a mano alzada en el cual nos centramos en definir detalles importantes, expresión, vestuario e indumentaria.

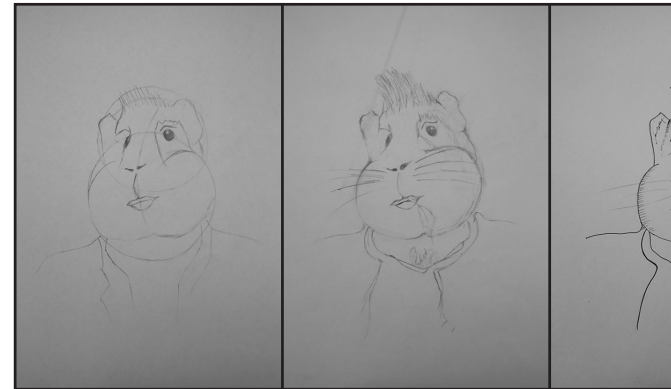
En este punto vamos trabajando varias propuestas y claro habrá varias decisiones en el camino y con ellos cambios, con el objetivo de acercarnos al producto final.

Ya con la posición de la cara y parte del torso, en esta etapa de bocetaje se busca dar características físicas del animal, definir el vestuario, y dar ciertas toques estéticos al personaje entre ellos: el cabello los ojos, los labios. Y como punto final darle personalidad y gestos.

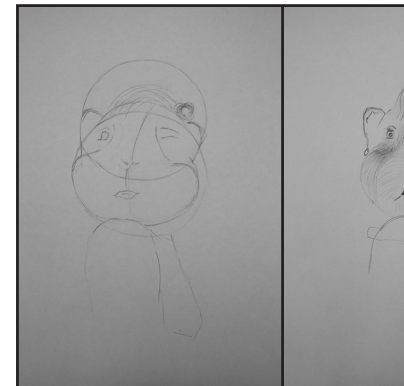
GARA

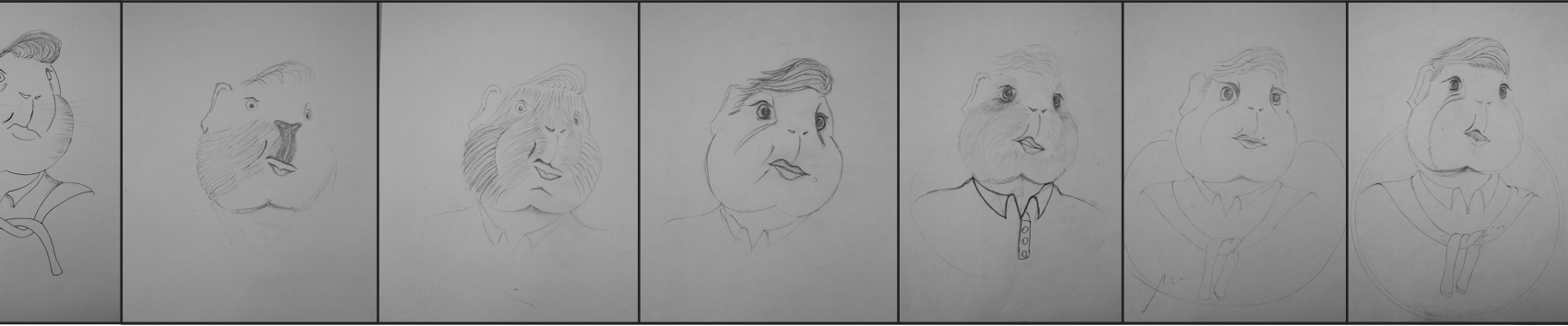


GAROTA



GARISIMA







### 3.3 VECTORIZACIÓN

---

Mediante el redibujo se vectorizará el boceto; se aplicó los vectores porque al momento de imprimir los detalles son mejor resueltos en cuanto a calidad. Además que estos se pueden agrandar o minimizar sin que el trabajo de los detalles se pierda, esto en casos de aplicar a diferentes tallas de camisetas, porque existe una pluralidad en cuanto a tamaños. Y no nos olvidemos que en el caso del color podemos jugar con diferentes tonos de acuerdo a gustos específicos.



### 3.4 APLICACIÓN DE COLOR

---



## 3.5 TIPOGRAFÍA

*La función de la tipografía, así como de la caligrafía, consiste en comunicar a la imaginación, sin perder nada por el camino, la imagen que intenta transmitir el autor.*

*Thomas James Cobden-Sanderson*





### 3.5.1 IDENTIFICAR TIPOGRAFÍA

Para la correcta selección de una tipografía, se necesita conocer las características de cada estilo; con el objetivo de que esta complemente a la ilustración y de una comunicación impecable.

La tipografía se clasifica en: serif, sans serif, scripts, decorativas

**Serif;** estas fuentes destacan en las terminaciones de cada letra un acabado recto llamado serif; también se caracterizan por el grosor de sus ascendentes y descendentes que van variando en cada letra.

Estas fuentes transmiten: tranquilidad, elegancia, autoridad, refinamiento.

**Sans Serif;** las fuentes sin serif o palo seco, tienen un trazo uniforme, se pierde los remates, y sus vértices son rectos; su legibilidad es clara, aun en tipos muy pequeños.

Transmiten: modernidad, dinamismo, seguridad, fuerza, alegría.

**Scripts:** Estos tipos de fuentes son un poco más libres, su trazo es ornamental; su legibilidad no es muy adecuada en cuerpos pequeños.

Transmiten: elegancia, distinción, refinamiento, clásico.

**Decorativas:** Estas fuentes totalmente libres en sus trazos, dan personalidad al arte, por su gran variedad de tipos; se puede decir que existe uno para cada situación.<sup>7</sup>

Transmiten: personalidad, son expresivas.

Como observamos en las características de cada una de las fuentes; la tipografía adecuada será una fuente decorativa; lo que intentamos es dar personalidad a nuestra ilustración y con ello se complementa perfectamente.

La tipografía que se eligió es (Lighthouse Personal Use), nos transmite movimiento con sus trazos libres; también nos sugiere alegría lo que identifica a la juventud; además las terminaciones al ser unidas reflejan a una cultura conjunta y solidaria.

Tipografía: *Lighthouse Personal Use*

*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*

Además se utilizó otra tipografía para el nombre de nuestro producto, (Edwardian Script ITC)

<sup>7</sup> <http://tiposformales.wordpress.com/2010/09/04/clasificacion-tipografica/>



que será incluida para la promoción y reconocimiento de la marca. Dando una sensación de importancia y a la vez antigüedad.<sup>8</sup>

Tipografía: *Edwardian Script ITC*

*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.*

### TIPOGRAFÍA APLICADA

A cada nombre se le ha interpretado según el personaje que representa:

Gara ha tomado una posición recta y firme demostrando el poder económico;

Garota está quebrado y ligeramente caído hacia la izquierda, representa la rebeldía;

Garisima sugiere movimiento como una onda, en el sentido de coquetería y juego.

*Gara*

*Garota*

*Garisima*

<sup>8</sup> <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/5249>



### 3.6 PERSONAJES

---











Este sistema de personajes ha sido creado en base a las tribus urbanas de la ciudad, no podemos acentuarlas en una sola, ya que en cada una de estas agrupaciones siempre va a existir integrantes que se identifican con uno de estos personajes, por ejemplo "el garota" que parte de la personalidad de un líder, en cada uno de estos grupos existe uno de ellos; "la garisima" que representa la belleza femenina, siempre está presente en todo grupo. Estos son seres sociales que se los puede identificar claramente en cualquier lugar.

El gara que si bien esta estereotipado con la alta sociedad y es un tipo muy selectivo en su círculo social; puede abrirse a una filosofía distinta, de su "propio mundo" a otro distinto que llame su atención, por ejemplo los rockeros añiados que si bien escuchan la misma música pero toman jack daniels y sus casacas de cuero son de marca; los skaters o bikers están mejor equipados y su patineta o bicicleta es traída del exterior. Como vemos son unos pequeños cambios por el poder económico, pero esto no los quita pertenecer a cualquier tribu urbana.

# 3.7 PRODUCTO FINAL

*Después de una ardua investigación de gran cantidad de bocetos hemos llegado a la conclusión del proyecto, con resultados satisfactorios.*

*Q' Gara*



*est. 250 a.c*

## 3.7 PRODUCTO FINAL

---

Con el propósito de diferencia este producto hemos creado una marca "Q`Gara", la misma que identifica y se relaciona directamente con el sistema que hemos creado.



### 3.7.1 TÉCNICAS DE ESTAMPADO

Técnicas de impresión a través del tiempo han existido varias; algunas han quedado en desuso por la complejidad y tiempo de trabajo, ya que estas en principios se las hacían manualmente; cada técnica ha ido evolucionando a partir de una anterior, hasta llegar a la industrialización.

g. <http://angelicafrancotecnicas.blogspot.com/49>

## Análisis de técnicas

### Serigrafía

La serigrafía es una técnica de fácil adaptación a diferentes soportes (papel, madera, lienzo, textiles, cerámica, objetos tridimensionales, etc.), de igual manera permite la utilización de diferentes gamas de colores, permitiendo una mayor interactividad con el arte.

Esta técnica consiste en un marco de madera, metal u otro material; al cual va templado una malla; en esta es importante el número de hilos por centímetro que varía desde los 10 a los 200 hilos por centímetro, esto dependerá del arte que se va a plasmar (la sutileza en los detalles y el trabajo en los colores).

Esta malla permite pasar tintas por las líneas del dibujo y bloquea las partes vacías. Además permite crear motivos interesantes en cuanto a texturas y colores dependiendo de las tintas que se utilice; ya sea las plastisoles o las a base de agua.

Estas técnicas artesanales ya en desuso a excepción de la serigrafía, fueron el inicio para nuevas técnicas más prácticas, que involucra menos trabajo humano, entre ellas la sublimación.



## Transfer

Esta técnica moderna; es el traspaso a calor, del arte impreso en papel transfer; la tinta puede ser normal o de sublimación para una mejor calidad, sirve especialmente para el estampado de textiles 100% de algodón.

El traspaso es a base de calor, en donde se le monta el arte impreso sobre el textil, al cual va a ser traspasado. Estos son expuestos sobre los 300° y a base de presión permite que el motivo se adhiera a la prenda.

Tratamiento similar ocurre en la sublimación, pero esta técnica maneja una amplia lista de objetos.

## Sublimación

La sublimación es una técnica de traspaso de ilustración, fotos, logos, etc. A cualquier objeto que tenga una base de polímero; el cual va a permitir que el motivo adhiera la tinta de sublimación. Puede ser textiles de poliéster, cerámica, entre otros objetos.

El proceso de estampado empieza con la impresión del arte en papel y con tinta de sublimación para luego ser aplicado a una tempera-

tura aproximada de 240° a través de una prensa térmica o máquina de transfer.

La alta temperatura cambia la impresión de estado sólido a gaseoso, con la presión de la máquina de transfer permite que penetre en las fibras del textil, u otro objeto, quedando así el arte impregnado en el mismo, sin permitir este se desvanezca en el ambiente.

La sublimación elimina las duras texturas que el transfer deja en sus estampados.

Después del análisis de estas técnicas y si observamos las ilustraciones; estas cuenta con una extensa paleta de color, que con la serigrafía tardaría mucho tiempo en la mano de obra, lo cual significaría un costo grande.

Por otro lado el transfer significa un costo menor a la serigrafía, pero en cuanto a calidad de imagen los acabados son bajos y toscos en textura. Por tanto la mejor técnica para este proyecto se adjudica a la sublimación.



## PRODUCTO FINAL

---



## PRODUCTO FINAL

---



## 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

*El trabajo que hemos hecho solo marca el principio de un gran sistema, no hay como poner límites a la creatividad, pero si podemos tomar decisiones cuidadosas que no tergiversen el concepto.*





## 4.1 CONCLUSIONES

---

En conclusión se puede indicar que el diseño de personajes tuvo varias etapas, las cuales fueron dando forma al producto final.

En cada área de investigación se lo dirigió claramente a nuestro proyecto por cuanto cada decisión fue tomada a partir de información recolectada, entonces podemos asegurar que detrás de cada: trazo, estética, color, etc. esta viene valorada con un concepto, o una historia como justificación.

Cada personaje contiene una carga identitaria, por cuanto representa directamente nuestra ciudad como sociedad y como patrimonio. Podrá ser visto por una persona ajena a nuestra ubicación como un ilustración mas; pero si explicamos la historia, y lo que significa cada uno de los contenidos del personaje, este será decodificado y podrá abrir campo al conocimiento. Lo contrario de habitantes de nuestra zona y sus alrededores, quienes podrán admirar en conjunto cada uno de las decisiones y conceptos de nuestro trabajo.

## 4.2 RECOMENDACIONES

---

Las recomendaciones que surge a partir del diseño de personajes y el contenido socio-cultural; se puede decir que la identidad de un pueblo es muy grande y variada, y se tiene múltiples opciones ante la decisión para resolver un problema o un planteamiento. Al mismo tiempo se debe tener sumo cuidado, porque una mala decisión o un mal uso de un concepto u objeto, puede cambiar directamente el mensaje, terminando con una tergiversación en la comunicación.

Para concluir cabe mencionar que para una buena idea no es ciertamente necesario un procedimiento lógico, existen varios métodos por los cuales se puede llegar a concretar una ilustración, por ejemplo algunos nacen de unos ligeros trazos que al trabajarlos puede terminar en un proyecto excelente; los sueños pueden guiarnos por una buena estética o guiarnos de formas que se nos cruzan en sombras u objetos que nuestro cerebro los ve de otra manera.





## BIBLIOGRAFÍA

---

1.MALO, Claudio,1998,Cuenca de los Andes, Municipalidad de Cuenca, Ed. Planeta colombiana S.A

2.Expresiones tomadas de <http://hablarcuenca-no.blogspot.com/>

3.SOLÍZ, Ma. Fernanda, 2008, Culturas Juveniles Urbanas en la ciudad de Cuenca, Universidad de Cuenca.

4.Información de Tribus urbanas <http://todas-las-tribus-urbanas.blogspot.com/p/inicio.html>

5.SÁENZ VALIENTE, Rodolfo, 2006, Arte y técnica de la animación, Ed. De la flor.

6.<http://jesusgonzalezfonseca.blogspot.com/2011/05/psicologia-del-color.html>

7. <http://tiposformales.wordpress.com/2010/09/04/clasificacion-tipografica/>

8.<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/5249>

9 <http://angelicafrancotecnicas.blogspot.com/>

10 <http://www.definicionabc.com>

## ANEXOS

---





## ANEXOS

---





## BIBLIOGRAFÍA

---





## ANEXOS

---

