

# UCUENCA

**Facultad de Artes**

**Carrera de Diseño**

## **“Diseño de un Producto Editorial sobre los 20 Años de Historia de la Crónica Roja, Barra Oficial del Deportivo Cuenca”**

Trabajo de titulación previo a la  
obtención del título de Diseñador Gráfico

**Autor:**

Paúl Santiago Sigcha Carangui

CI.: 0302708714

paulcr1212@gmail.com

**Tutor:**

DIS. Edgar Marcelo Espinoza Méndez, MST

CI.: 0102825825

Cuenca, Ecuador

28-noviembre-2022

## Resumen

El diseño editorial es un campo que permite maquetar y crear composiciones de publicaciones, como revistas, diarios, libros, etc. De modo que estas sean atractivas y funcionales, además transmisoras de información y conocimiento para los lectores. De esta manera el objetivo principal de este proyecto es dar a conocer a la barra Crónica Roja y sus integrantes, quienes son un grupo organizado de aficionados que alientan a su equipo en todos los partidos de local o visitante y son reconocidos por ser la barra principal del D. Cuenca. Sus miembros han sufrido el rechazo y calificativos negativos de una parte de la sociedad, muchas veces por su vestimenta, acciones y por el simple hecho de acompañar a un equipo de fútbol, sin embargo, existió la apertura del grupo hacia la ciudadanía para mostrar su estructura, proyectos y objetivos que los han construido por más de dos décadas. Con el fin de que personas con un pensamiento errado puedan cambiar su perspectiva de este grupo, mientras que sus integrantes obtengan un libro homenaje de sus vivencias.

Como metodología de trabajo se aplicó el método de proyectación de Gui Bonsiepe que permitió partir de la necesidad planteada anteriormente, el siguiente paso fue buscar una solución mediante el diseño editorial, valorizaciones y correcciones, que desembocan en la etapa final de realización del prototipo y valorización por parte de los usuarios. Gracias a la investigación de campo se logró conversar con referentes de la barra, quienes brindaron los recursos gráficos y textuales necesarios para el desarrollo del libro, estos elementos se aprovecharon para presentar información clara y veraz, una narrativa agradable, textos, fotografías y recursos musicales que brindaron un mensaje e interactividad a los usuarios.

**Palabras Clave:** Diseño editorial. Estética grunge. Libro. Hinchadas. Barra Crónica Roja.

## Abstract

Editorial design is a field that allows to model and create compositions of publications, such as magazines, newspapers, books, etc. So that they are attractive and functional, as well as transmitting information and knowledge to readers. In this way the main objective of this project is to make known the bar Cronica Roja and its members, who are an organized group of fans who encourage their team in all home or away matches and are recognized as the main bar of D. Cuenca. Its members have suffered the rejection and negative qualifications of a part of society, many times for their clothing, actions and the simple fact of accompanying a football team, however, there was the opening of the group towards the citizenry to show its structure, projects and objectives that have built them for more than two decades. In order for people with wrong thinking to be able to change their perspective of this group, while its members obtain a book tribute of their experiences.

As a working methodology, Gui Bonsiepe's design method was applied, which allowed starting from the need raised above, the next step was to look for a solution through editorial design, valorizations and corrections, which lead to the final stage of prototyping and valorization by users. Thanks to field research we were able to talk with referees from the bar, who provided the graphic and textual resources necessary for the development of the book, these elements were used to present clear and truthful information, a pleasant narrative, texts, photographs and musical resources that provided a message and interactivity to users.

**Keywords:** Editorial design. Grunge aesthetics. Book. Bloated. Cronica Roja Bar.

## ÍNDICE

RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	3
ÍNDICE.....	4
ÍNDICE DE TABLAS.....	6
ÍNDICE DE FIGURAS.....	6
CLÁUSULA.....	9
CLÁUSULA.....	10
DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO.....	11
INTRODUCCIÓN.....	12
JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	14
OBJETIVOS.....	15
DELIMITACIÓN Y ALCANCE.....	16
Capítulo I: Fútbol y Barrismo.....	17
1.1 Fútbol.....	17
1.1.1 <i>Importancia de las Hinchadas para la Existencia de un Club</i> .....	18
1.2. Barrismo en el fútbol ecuatoriano.....	19
1.3 Club Deportivo Cuenca.....	22
1.3.1 <i>La Hinchada Cuencana</i> .....	24
1.4 Hinchas y barras del Club Deportivo Cuenca.....	26
1.5 Barra Crónica Roja.....	30
1.5.1 <i>Breve Reseña Histórica</i> .....	30
1.5.2 <i>Organización y Logística</i> .....	31
1.5.3 <i>Actividades y Proyectos de la Barra Crónica Roja</i> .....	32
1.5.4 <i>Referentes</i> .....	33
1.6 Memoria fotográfica barra Crónica Roja.....	33
1.6.1 <i>Registros Fotográficos</i> .....	33
Capítulo II: Comprendiendo el diseño editorial.....	35
2.1 Diseño editorial.....	35
2.2 Componentes del diseño editorial.....	36
2.2.1 <i>Formato</i> .....	36

2.2.2 <i>Retícula</i> .....	39
2.2.3 <i>Tipografía</i> .....	40
2.2.4 <i>Imágenes</i> .....	42
2.2.5 <i>Cromática</i> .....	43
2.2.6 <i>Maquetación</i> .....	45
2.2.7 <i>Jerarquía</i> .....	46
2.3 Algunos tipos de publicaciones.....	47
2.3.1 <i>Periódicos</i> .....	47
2.3.2 <i>Revistas</i> .....	48
2.3.3 <i>Libros</i> .....	49
2.4 El libro como producto de diseño editorial.....	51
2.4.1 <i>Estructura del Libro</i> .....	52
2.4.2 <i>Interactividad en los Libros</i> .....	54
Capítulo III: Inmortalizando a la barra Crónica Roja: del tablón al papel.....	55
3.1 Resumen.....	55
3.2 Co creación del <i>Brief</i> .....	55
3.3 Análisis de homólogos.....	56
3.4 Proceso de diseño.....	62
3.4.1 <i>Moodboard</i> .....	62
3.4.2 <i>Definición de Contenidos del Libro</i> .....	66
3.4.3 <i>Conceptualización y Contextualización</i> .....	68
3.4.4 <i>Elaboración del Machote Digital y Bocetaje</i> .....	69
3.5 Selección aspectos de diseño editorial.....	71
3.5.1 <i>Formato</i> .....	71
3.5.2 <i>Retícula</i> .....	72
3.5.3 <i>Tipografía y Jerarquía del Contenido</i> .....	73
3.5.4 <i>Cromática</i> .....	77
3.5.5 <i>Interactividad</i> .....	78
3.5.6 <i>Imágenes</i> .....	79
3.5.7 <i>Diseño de Páginas Interiores – Layouts</i> .....	82
3.5.8 <i>Diseño de Portada, Contraportada y Lomo</i> .....	83
3.6 Construcción del prototipo y evaluación final de los usuarios.....	84

3.6.1 Evaluación del Prototipo.....	84
3.6.2 Resultados de la Evaluación .....	85
3.7 Producción del libro .....	87
3.7.1 Evaluación de Costos .....	87
3.7.2 Libro <i>Crónica Roja: la Historia desde las Gradadas</i> .....	87
3.8 Conclusiones y recomendaciones.....	95
Referencias.....	97
Anexos .....	105

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Listado de contenidos del libro .....	66
--	----

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	D. Cuenca vs U. Católica	18
Figura 2	Principales Barras Bravas Ecuatorianas	22
Figura 3	Escudo Club Deportivo Cuenca	24
Figura 4	Estadio Alejandro Serrano Aguilar y la hinchada del Deportivo Cuenca	26
Figura 5	Hinchas y barras del Club Deportivo Cuenca	29
Figura 6	Barra <i>Crónica Roja</i> , hinchada del Club Deportivo Cuenca	31
Figura 7	Registros fotográficos físicos de Juan Segarra sobre la barra <i>Crónica Roja</i>	34
Figura 8	Tipos de productos editoriales	36
Figura 9	Series A y B formatos de impresión	38
Figura 10	Sistema de retícula modular	40
Figura 11	Diferentes tipos de fuentes tipográficas	41
Figura 12	Imágenes en productos editoriales	43
Figura 13	Círculo cromático	44
Figura 14	Maquetación en diseño editorial	46
Figura 15	Jerarquía de información en diseño editorial	47
Figura 16	Diario <i>El Mercurio</i> , Cuenca	48
Figura 17	Diseño editorial de revistas	49
Figura 18	Diseño editorial de libros	51
Figura 19	<i>40 000 historia de una pasión inigualable</i>	57

Figura 20	<i>Cordel tricolor: A História Do São Paulo FC Em Versos</i>	58
Figura 21	<i>Mientras viva tu bandera</i>	60
Figura 22	<i>Libro histórico. Club Deportivo Cuenca</i>	61
Figura 23	<i>Moodboard</i> producto editorial	63
Figura 24	<i>Moodboard</i> recursos gráficos	64
Figura 25	<i>Moodboard</i> maquetación	65
Figura 26	Captura de machote digital flat-plan.com	70
Figura 27	Bocetos de <i>layouts</i> para el libro histórico de la barra Crónica Roja	71
Figura 28	Retícula	73
Figura 29	Tipografías y jerarquía de la información	75
Figura 30	Paleta cromática libro histórico Barra Crónica Roja	78
Figura 31	Pistas del CD <i>Bienvenidos al limbo</i> barra Crónica Roja en la plataforma <i>Spotify</i>	79
Figura 32	Escaneo de fotografía en el programa <i>Epson Scan</i>	81
Figura 33	Elaboración de la portada, contraportada y el lomo libro Crónica Roja	84
Figura 34	Prueba del prototipo impreso a escala real y evaluación	85
Figura 35	Resultados de la evaluación	86
Figura 36	Portada, contraportada y el lomo del libro <i>Crónica Roja. La historia desde las gradas</i>	88
Figura 37	Páginas 4 y 5 del libro <i>Crónica Roja. La historia desde las gradas</i>	88
Figura 38	Páginas 8 y 9 del libro <i>Crónica Roja. La historia desde las gradas</i>	89
Figura 39	Páginas 28 y 29 del libro <i>Crónica Roja. La historia desde las gradas</i>	89
Figura 40	Páginas 100 y 101 del libro <i>Crónica Roja. La historia desde las gradas</i>	90
Figura 41	Páginas 62 y 63 del libro <i>Crónica Roja. La historia desde las gradas</i>	90
Figura 42	<i>Mockup</i> portada contraportada y lomo del libro <i>Crónica Roja. La historia desde las gradas</i>	91
Figura 43	<i>Mockup</i> páginas 62 y 63 del libro <i>Crónica Roja. La historia desde las gradas</i>	91
Figura 44	<i>Mockup</i> páginas 6 y 7 del libro <i>Crónica Roja. La historia desde las gradas</i>	92
Figura 45	<i>Mockup</i> páginas 28 y 29 del libro <i>Crónica Roja. La historia desde las gradas</i>	92

Figura 46	<i>Mockup</i> páginas 100 y 101 del libro <i>Crónica Roja. La historia desde las gradas</i>	93
Figura 47	<i>Mockup</i> páginas 4 y 5 del libro <i>Crónica Roja. La historia desde las gradas</i>	93
Figura 48	<i>Mockup</i> páginas 8 y 9 del libro <i>Crónica Roja. La historia desde las gradas</i>	94
Figura 49	<i>Mockup</i> páginas 12 y 13 del libro <i>Crónica Roja. La historia desde las gradas</i>	94

## Cláusula de Propiedad Intelectual

---

Paúl Santiago Sigcha Carangui, autor/a del trabajo de titulación "Diseño de un Producto Editorial Sobre los 20 Años de Historia de la Crónica Roja, Barra Oficial del Deportivo Cuenca", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 28 de Noviembre de 2022



Paúl Santiago Sigcha Carangui

C.I: 0302708714

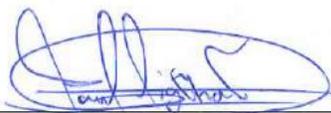
## Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

---

Paúl Santiago Sigcha Carangui en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Diseño de un Producto Editorial Sobre los 20 Años de Historia de la Crónica Roja, Barra Oficial del Deportivo Cuenca", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 28 de Noviembre de 2022



Paúl Santiago Sigcha Carangui

C.I: 0302708714

## DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO

Este proyecto está dedicado en primer lugar a mi familia, mis padres y hermano quienes han estado día a día conmigo apoyándome en todo lo que realizo para lograr mis objetivos que me han construido hasta hoy. De igual manera a todos mis amigos de la barra Crónica Roja, con quienes he formado una gran amistad desde el primer día que llegué y me acogieron como una segunda familia, sepan que este proyecto es para todos nosotros que hemos recorrido kilómetros y hemos aguantado hambre, frío y malos tratos solo por apoyar a nuestro equipo.

A los docentes de la Facultad quienes aportaron con su experiencia en nuestra formación, en Especial a mi tutor Marcelo Espinoza que siempre me apoyó durante mi etapa de estudiante y fuera de ella para de igual manera culminar con este proyecto, gracias por la paciencia.

A mis amigos, Juan “Cuy” Segarra, quien siempre estuvo a lado mío en este proyecto y me apoyó para realizar el material del libro. De igual manera Stalin, Erika, Doménica, que de una manera u otra me apoyaron en este proceso de titulación gracias por su acolite.

A mis mejores amigos de la U, gracias por todas las risas, momentos, memes y anécdotas durante esta etapa que vivimos juntos, sepan que ahora me da gusto ver como cada uno va formando su vida profesional, Antony, Cavadrio, Pocholo, Topa, Sopa, Balti y Dogui los amo bros son unos capos ¡NASHEE!

## INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto busca mostrar la importancia del libro como publicación editorial en la sociedad, cómo la narración y elementos visuales utilizados en su maquetación, pueden incidir en los lectores gracias a su atractivo y funcionalidad. En este caso específico se desarrolló un libro homenaje de la barra Crónica Roja quienes son reconocidos como la barra principal del Deportivo Cuenca, hinchada con varios objetivos, actividades, anécdotas que los han construido por más de dos décadas, sin embargo, a este mismo grupo, parte de la sociedad lo ha estigmatizado de una manera negativa sin conocerlos a profundidad.

Con este antecedente es necesario saber que las “Barras Bravas” en Ecuador son tribus urbanas, normalmente conformadas por jóvenes, que comparten aficiones, ideologías y lo demuestran mediante su vestimenta, peinados, pasión, etc. Surgieron en el país a inicios de los años 80 con “La barra del Che Pérez” y “Boca Del Pozo” en Guayaquil, sin embargo, a Cuenca llegaron los primeros grupos organizados de hinchas en los años 90 como fueron: “La Barra Brava”, “Barra de la Mano” “Barra del Balcón” e hinchas destacados como el “Barbón Quinde” y “Elsa Bustos”; pero no sería hasta el nuevo milenio que se consolidó la barra “Crónica Roja” que por más de dos décadas de existencia ha logrado formarse con ideales, pasión, anécdotas, viajes, etc., junto a su equipo de fútbol.

Para el desarrollo del proyecto se aplicaron métodos de investigación de campo como entrevistas y reuniones *online* para conocer de primera mano a los integrantes de la barra y personajes más destacados de la hinchada roja en donde se conocieron sus vivencias, proyectos y anécdotas junto al club, entre estos exponentes están Juan Segarra, Xavier Coronel, José Suárez, etc. De igual manera se buscaron en los archivos fotográficos de los hinchas imágenes que certifiquen las historias que se plasmaron en el libro. Posterior se realizó la conceptualización y

contextualización de ideas y bocetos, y que con la ayuda de un *software* de diseño se desarrolló la maquetación de textos e imágenes logrando un producto editorial atractivo y funcional para los usuarios. Este libro es importante para la hinchada cuencana, ya que es un reconocimiento a todo el tiempo en el que sus integrantes se han mantenido firmes compartiendo un sentimiento y pasión por el Deportivo Cuenca, del mismo modo en la historia del club se han publicado distintos libros que reconocen históricamente al equipo, pero la hinchada ha quedado en segundo plano, por lo cual en este proyecto se destaca al hincha como principal personaje.

Es así como en este escrito, el primer capítulo define todos los conceptos del fútbol, barrismo en la sociedad ecuatoriana y como se realizaron investigaciones de campo con aficionados del Deportivo Cuenca. El segundo capítulo nos ayuda a comprender los elementos del diseño editorial y cómo funcionan las publicaciones editoriales y en el último capítulo se aborda el desarrollo y la solución de la publicación editorial mediante el diseño, narrativa, bocetos, conceptualización y contextualización, para la toma de decisiones finales de elementos gráficos que desembocan en la creación del libro homenaje.

## JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

Siendo la “Crónica Roja” la barra oficial del Club Deportivo Cuenca, es importante rescatar su historia, vivencias, anécdotas en un proyecto editorial que sea atractivo y funcional para los lectores, aprovechando los eventos realizados en las fechas de aniversario del club y de la barra que coinciden en el mes de Marzo.

Es un aporte histórico para la hinchada de Deportivo Cuenca, para quienes conforman el club internamente y la ciudad, además uno de sus objetivos es plasmar la historia de un grupo poco reconocido, pero muy importante en un club de fútbol, fomentar la lectura y dejar un mensaje mediante este producto editorial a los aficionados del club e integrantes de la barra que conocen poco de sus inicios.

Como principal público objetivo y beneficiario está la Barra Crónica Roja, sus integrantes, fundadores, miembros activos y retirados, será un aporte importante donde ellos son los principales protagonistas, en segundo lugar, al hincha común que muchas veces se siente representado por esta organización y por último posibles personas con un concepto errado de dicha organización.

Por estas razones el proyecto se enfocará en el rescate histórico de la barra Crónica Roja, plasmado en una publicación editorial llena de textos e imágenes que corroboran los datos históricos, con el objetivo de brindar un mensaje histórico, cultural de esta organización a sus lectores.

## OBJETIVOS

### OBJETIVO GENERAL

Diseñar un producto editorial sobre la historia de la Crónica Roja, barra oficial del Club Deportivo Cuenca, mediante recopilación de imágenes fotográficas e investigación directa con los principales referentes de esta organización para generar el contenido textual con el fin de plasmar la importancia de este grupo en un libro de homenaje.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Aplicar métodos de investigación de campo mediante entrevistas personales, *online* y recolección de fotografías, con el fin de obtener los insumos necesarios para el contenido del libro.

Desarrollar un método personal de diseño editorial que comprenda todos los procesos y etapas necesarias para el desarrollo de proyectos editoriales a futuro.

Producir un prototipo del libro diseñado mediante la impresión del mismo, con la finalidad de ser sometido a la evaluación por parte de los usuarios.

## DELIMITACIÓN Y ALCANCE

Este proyecto se centrará en diseñar y diagramar una publicación editorial sobre la historia de la Crónica Roja, barra oficial de Club Deportivo Cuenca. El proyecto comenzó con la elección metodológica, investigación directa y recolección de imágenes fotográficas que serán plasmadas en la pieza editorial, una primera evaluación por parte de los usuarios y correcciones eventuales. El proyecto concluye con la impresión y materialización del mismo, posterior se recibirá la valoración de los integrantes de la barra.

La recolección de información es fundamental para la construcción del proyecto editorial, involucrarse directamente con los miembros de la barra y realizar entrevistas ayudarán a generar los insumos necesarios, para, desde una perspectiva profesional, enfocarnos en el diseño y diagramación del mismo mediante softwares de diseño gráfico, que permitan los acabados necesarios para la para la generación de un prototipo impreso. El proyecto no contempla la generación de la narrativa, ya que con un previo acuerdo este será generado por los integrantes de la barra y sometido a correcciones por parte de un editor.

Es necesario que el desarrollo del proyecto se rija por una metodología que permita ajustarse a la complejidad del mismo, la metodología utilizada fue el método de proyectación de Gui Bonsiepe el cual se divide en tres pasos principales que contemplan sub pasos específicos en los cuales se plantea el problema, las soluciones gráficas, evaluación de los usuarios, impresión del prototipo final y una evaluación final para determinar si se generó un producto de calidad y así dejar una posible recomendación de desarrollo editorial para trabajos futuros.

## Capítulo I: Fútbol y Barrismo

### 1.1 Fútbol

Históricamente, y hasta la actualidad, el fútbol ha sido considerado el rey de los deportes y el más popular, capaz de mover a multitudes y desbordar emociones, al practicarlo y observarlo (fig.1). Acuña y Acuña (2018) identifican el criterio principal de esta actividad, por ser el deporte más popular practicado a nivel mundial, puesto que, de una u otra manera, resulta económico y, además, fácil de practicar, debido a que su reglamento contiene normas sencillas de entender, haciéndolo más dinámico y atractivo para todos los que practican y disfrutan del mismo.

Este deporte está inmerso en la psicología de muchos que practican y disfrutan del fútbol, a tal punto, que puede afectar su “día a día”; como lo menciona Contreras (2012), el resultado de un partido es determinante en la semana de un hincha, ya que, si el resultado es positivo dará felicidad a sus seguidores, mientras que, si es negativo, generará frustración en los aficionados. Conductas que son evidentes en nuestro entorno, por las personas y multitudes apasionados a este deporte y por los seguidores de los distintos equipos.

Además de ser un simple deporte, están inmersos en él, ciertos valores característicos; según Contreras (2012), el fútbol tiene implícitos valores como esfuerzo, superación, dedicación y deportividad, que no solo rigen para los jugadores que lo practican, sino en su fanaticada formándose un todo, creando un sentido de pertenencia al vestir con orgullo la camiseta del equipo que nos guste. En base a lo anterior, se puede establecer, que este no es solo un deporte en donde hay personas tras un balón, sino que muchas veces hay momentos de deportividad, y

ciertos casos se muestran señales de respeto por personajes fallecidos antes de iniciar el encuentro dejando implícitos estos valores.

El deporte más popular del mundo no solo es conocido por las emociones que genera, a esta se suman la creación de identidades dentro de los estadios alrededor del mundo, tal como afirma Echeverría (2012):

Todo lo que involucra el fútbol lo ha convertido a nivel mundial en el deporte más atractivo para las multitudes por todas las pasiones y sentimientos que genera en las personas, dando lugar a la formación de múltiples identidades como los *hooligans* o las barras bravas. (p.2)



*Figura 1*, D. Cuenca vs U. Católica. Autor: Sigcha, P. (2018) Recuperado de: Biblioteca personal.

### **1.1.1 Importancia de las Hinchadas para la Existencia de un Club.**

La hinchada le da vida a un club de fútbol; según aporta Castro (2010), la palabra “hinchada” se usó por primera vez en Uruguay gracias a un personaje llamado Prudencio Miguel

Reyes, encargado de inflar o hinchar con la fuerza de sus pulmones, los balones de fútbol del Club Nacional de Football Montevideo; además, cuando su equipo jugaba, tenía una forma particular de apoyarlo con palabras de aliento, y desde entonces, se reconoce a los aficionados de un equipo con la palabra *hincha*.

Sumado a lo anterior Castro, (2010), manifiesta en su texto, que, a lo largo de la historia, el hincha ha dejado de ser un simple espectador, convirtiéndose hoy en actor vital de este deporte. La importancia de los hinchas, barras en el fútbol, se refiere al seguimiento masivo que los caracteriza, al ser muchas veces, protagonistas de espectáculos festivos y carnavalescos en los estadios. Añade este autor que: “Al parecer en Chile, Ecuador y Perú, las barras bravas se formaron a finales de los ochenta” (p.134). En efecto, tomando sus palabras, las primeras barras organizadas se evidenciaron en la ciudad de Guayaquil con la barra del “Che Pérez” y la “Boca del Pozo” de Giuseppe Cavana en 1980.

## **1.2. Barrismo en el fútbol ecuatoriano**

Desde el punto de vista de Echeverría (2010), las hinchadas en Ecuador empezaron como una unión de aficionados, quienes se agrupaban para apoyar y respaldar a sus diferentes equipos coreando canciones y decorando los espacios con el uso de papeles picados y serpentinas, influenciados por la cultura argentina. Estas hinchadas o barras utilizan cánticos, trapos, bengalas, bombos, con un gran colorido con el fin de apoyar y alentar a sus equipos; estos grupos, generalmente, se ubican en las generales o en las localidades populares de los estadios, mostrando gran colorido como parte de su identidad (fig.2). Además, Echeverría (2010) afirma: “En el país existen diferentes grupos conocidos como barras bravas: Boca del Pozo, Sur Oscura, Muerte Blanca, Mafia Azul Grana, Marea roja, Crónica Roja, entre otras” (p.3).

Para el enfoque de este proyecto se trabajó con la barra Crónica Roja, principal barra del Club Deportivo Cuenca fundada en 2001, misma que sigue activa hasta la fecha, siendo una de las más representativas del país.

La Barra Boca del Pozo es la principal del C.S Emelec, además es la primera barra brava del Ecuador fundada el 25 de julio de 1980; dicha hinchada lleva su nombre debido a un tradicional barrio de la ciudad de Guayaquil, caracterizada por su colorido y por toda su logística desplegada en los partidos que asisten. De acuerdo con Echeverría (2010), la barra fue conformada con aficionados de la parte baja del cerro Santa Ana, las Peñas y cerro del Carmen, quienes encabezados por Giuseppe Cavana, empezaron esta organización.

Asimismo, Echeverría (2010) agrega, que la principal barra del Emelec es una de las más representativas y numerosas a nivel nacional; sostiene, que tiene barras rivales, como la Sur Oscura y la Muerte Blanca. Esta barra es conocida a nivel nacional e internacional, se caracteriza por su gran colorido en los partidos de local, además viajan acompañando a su club en los partidos que disputa a nivel nacional o internacional; desde el punto de vista personal, es una de las más respetadas por ser la primera barra brava de Ecuador.

La Barra Sur Oscura es la principal de Barcelona S.C, su nacimiento se dio el 13 de septiembre de 1995 y se conformó con la unión de barras pequeñas en general sur, dándole su nombre, gracias a la ubicación y la pasión de sus integrantes por la música *rock*. Hoy en día es la barra más grande del país y reconocida a nivel internacional; generalmente, asisten a todos los partidos que su equipo disputa de local y visitante.

Echeverría (2010) da a conocer a las barras Muerte Blanca y Boca del Pozo como sus barras rivales. De acuerdo con este autor, la Sur Oscura es actualmente, la barra más grande en nuestro país y la más representativa, por estar absolutamente en todos los estadios donde juegue

su club y, por último, una de las barras con más filiales en el Ecuador, representada en la mayor parte del territorio nacional. Desde el punto de vista personal, es la barra más respetada por su gran cantidad de integrantes a nivel nacional.

La barra Marea Roja es la principal hinchada del Club Deportivo El Nacional, nació el 13 de mayo de 1998 en la ciudad de Quito y actualmente, son de las hinchadas más representativas en el país, ocupan la general sur del estadio olímpico Atahualpa. Su objetivo principal es alentar y acompañar al equipo; sin embargo, no tienen gran número de visita. De la misma manera Echeverría (2010) en su escrito afirma que:

El primer nombre con el que se los denominó fue la barra de “Los Incoherentes” sin embargo, aquel nombre no tuvo acogida y tuvo que ser cambiado al poco tiempo. El nombre de la barra con el transcurso del tiempo fue cambiando hasta llamarse como actualmente se le conoce “Marea Roja”. (p.42)



*Figura 2*, Principales Barras Bravas Ecuatorianas. Autor: Sigcha, P. (2022) Recuperado de: Biblioteca personal.

### 1.3 Club Deportivo Cuenca

Crespo (2015) afirma, que el nacimiento de este club se dio con posterioridad al mundial del año 1970, ya que en este se encontraban el entonces alcalde Alejandro Serrano Aguilar, Polibio Vásquez Astudillo y Alfredo Peña Calderón, quienes al retornar a la ciudad se convirtieron en referentes del fútbol en el sur del Ecuador, haciendo realidad el sueño de la población cuencana de conformar un equipo profesional de fútbol que representara a la ciudad y

la provincia, ya que en dicha época, en la competición de fútbol profesional del país, había representantes de las provincias de Guayas, Pichincha, Tungurahua y Manabí.

Aporta Crespo (2015), que, en el mes de febrero de 1971 se celebró en la ciudad un Congreso Nacional de Municipios; su presidente era Alejandro Serrano Aguilar, el cual poseía una estrecha relación con el presidente Velasco Ibarra y el Ministro de gobierno Galo Martínez, quienes darían inicio a la apertura de romper la argolla que existía en la Comisión Nacional de Fútbol.

Un mes después, el 4 de marzo de 1971 se convocó a aquellas personas que querían que el fútbol profesional fuera parte de la provincia azuaya y se realizó una sesión en el salón de la ciudad, en la que finalmente se consolidó de manera oficial al Deportivo Cuenca. (Crespo, 2015, p.8)

Reporta este autor, que, desde el inicio, el club se conoció con el nombre de Deportivo Cuenca, antes se descartaron diferentes opciones como Deportivo Municipal (que era un nombre muy específico a una función) y Deportivo Tarqui (que no tuvo la aceptación necesaria). El Club Deportivo Cuenca es uno de los equipos tradicionales hoy en día del fútbol ecuatoriano, si bien no es el equipo más ganador y con más hinchada del país, se caracteriza por pelear siempre los puestos estelares, forma parte de los palmarés de los equipos campeones del fútbol ecuatoriano con un campeonato nacional en 2004 que le permite contar con una estrella en su escudo (fig. 3) y con cinco subcampeonatos (1975, 1976, 2005, 2007 y 2009). Este es un equipo que nació grande y se caracteriza por su fiel hinchada, con una asistencia promedio de diez mil cuencanos en los distintos encuentros, la hinchada apoda al equipo como el *Orgullo de la ciudad*.



*Figura 3*, Escudo Club Deportivo Cuenca. Autor: Sigcha, P. (2022) Recuperado de: Biblioteca personal.

### **1.3.1 La Hinchada Cuencana**

“Desde el inicio el equipo fue sensación, su nacimiento trastocó la vida de los cuencanos que orgullosos de lo que hacía el equipo, madrugaban los domingos para esperar la presentación de sus ídolos en el campo de juego” (Sanmartín, 2014, p.29). De acuerdo con Sanmartín, en la retina de la hinchada cuencana (fig. 4) se comenta que el equipo nació grande, ya que se hacían largas colas para acceder al estadio de la ciudad. Por otra parte, el aporte escrito por Rodas

(2019) plantea que, la hinchada del Club Deportivo Cuenca es una de las más fieles y representativas del Ecuador, destaca la pasión que sienten por el equipo sobre el número de seguidores que podría llegar a tener a nivel nacional, además, que en los reportes de taquilla se mantiene como una hinchada regular.

Por otra parte, Proaño (2016) plantea que existen diferentes grupos de aficionados involucrados con el Club Deportivo Cuenca; los divide de acuerdo con el aporte económico que brindan: existen aficionados esporádicos, que bien están interesados por el club, pero no siguen la actividad de este, es una vinculación más pasiva por parte de estas personas y no entregan un valor económico importante. Como siguiente grupo, están los seguidores, que de igual forma apoyan al equipo de manera intermitente asistiendo solo cuando el equipo está en “buena racha”, no adquieren productos oficiales, pero están al tanto de la actividad del equipo.

Proaño (2016) destaca a dos grupos de aficionados, al hincha, refiriéndose como aficionados muy fieles que adquieren productos oficiales y, además, compran un carné de abonado para estar en todos los partidos, orgullosos de ser hinchas del Club Deportivo Cuenca; resalta que este aficionado es el que convierte a sus nuevas generaciones en hinchas del club.

Por último, se encuentra el barra brava o barrista que se caracteriza por ser un aficionado apasionado, quienes viven de otra manera el fútbol con cánticos, banderas coloridas, palmas e instrumentos para apoyar al equipo, se caracterizan por su aliento durante los 90 minutos, además, por seguir al club a todos los partidos de visita y local; Proaño destaca a la barra Crónica Roja por ser la barra del club más reconocida a nivel nacional.



*Figura 4*, Estadio Alejandro Serrano Aguilar y la hinchada del Deportivo Cuenca. Autor: Ortega, D (2017).

Recuperado de: Biblioteca personal.

## 1.4 Hinchas y barras del Club Deportivo Cuenca

Dentro de la historia del Club Deportivo Cuenca han existido un gran número de aficionados; en los inicios del club; el equipo fue una novedad para la población azuaya, quienes hacían largas filas para ingresar al estadio. De igual manera, a lo largo de la historia, siempre han existido hinchas referentes o más conocidos por su manera de apoyar al equipo (fig. 5). Dicho esto, se logró conversar con familiares de algunos hinchas fallecidos y con representantes de algunas barras, que hicieron su paso como nuevos referentes de la hinchada cuencana como son: Humberto Pesántez, César Quinde, Elsa Bustos, José Suárez, Santiago Jaramillo de la Barra Brava, Byron Farez de la Barra de la Mano, Iván Iñiguez de la Barra del Balcón, Carlos Brito de la Barra Glóbulos Rojos y todos los referentes de la Barra Crónica Roja.

Todos estos personajes tienen una época y características diferentes con las cuales han quedado en la memoria de los cuencanos, como Humberto Pesántez, quien está en el estadio desde los inicios del club en 1971, caracterizado por llevar su claxon al ritmo de “Deportivo Cuenca otro gol”, un sonido que forma parte intrínseca del hincha cuencano, ya que todos los conocen. Él siempre se ha ubicado en tribuna sur, junto a su familia que también ha heredado

este sentimiento. De igual manera, ha expresado que nunca dejará de hacer sonar el claxon en el estadio.

Otro de los hinchas destacados es el “Barbón Quinde”, como se le conocía a César Quinde, quien tenía una gran barba y una voz ronca y gruesa, un hincha muy apasionado que se caracterizó por su vestimenta y por siempre llevar una gran bandera de tubo y un bombo con el cual apoyaba al club; era reconocido por dar una vuelta entera al estadio flameando su bandera y gritando consignas a favor del club, también encomendándose a María Auxiliadora, de quien era devoto. César falleció en el año 1995 y hoy es recordado por la gran afición cuencana.

Elsa Bustos era una mujer chilena que llegó al Ecuador junto a su esposo, el “Che Pérez”; primero radicarían en Guayaquil, luego cuando se fundó el Deportivo Cuenca llegarían hasta la ciudad de Cuenca, en donde su esposo sería asistente técnico del club y ella se convertiría en una gran hincha y como muchos la llamarían “la hincha número uno”. Elsa Bustos era respetada por los jugadores y a manera de cábala, ellos no saltaban a la cancha si no era con la bendición de ella. Su lugar siempre fue tribuna norte; vestía un saco rojo y un sombrero de paja toquilla.

Mucho tiempo después, en 1992, nacería una barra muy querida por los cuencanos, la Barra Brava, que se considera la primera barra organizada vista en el estadio Alejandro Serrano Aguilar, y ocupaba la tribuna sur; Santiago Jaramillo, junto a sus amigos, crearon esta barra que con otra consigna alentaban al Deportivo Cuenca, contaban con una gran bandera y un bombo para entonar los cánticos.

La Barra Brava sería el inicio para que surgieran varios grupos de aliento al rededor del estadio cuencano. La Barra De La Mano nació en el año de 1996 a iniciativa de Byron Farez y Diego Merchán, quienes inspirados por las huelgas de las calles decidieron crear un grupo que alentara al equipo e increpara al rival; para ello confeccionaron unas manos como guantes,

tiempo después una mano de esponja de colchón de gran tamaño, con la cual se hicieron conocidos. Hoy en día, su distintivo principal ha sido prohibido en los estadios.

La Barra Del Balcón fue una más de las hinchadas que nació en la época de los 90 en la preferencia central, lugar en el que había un sitio parecido a un balcón de una casa y donde las personas se subían a observar el fútbol. Iván Iñiguez, junto con Eder Morocho, subieron a este lugar y vieron que no le pertenecía a nadie en especial, para el próximo partido se tomarían ese lugar junto con más amigos, luego mucha gente se les uniría y crearían banderas, sin embargo, el aforo era reducido.

Para el 2001 nacería la que hoy en día es conocida como la barra más representativa del Deportivo Cuenca: la barra Crónica Roja, fundada por los hermanos Juan Pablo y Jorge Proaño, junto a ellos: Diego Matute y Xavier Coronel, quienes crearon una barra diferente, incorporaron banderas más grandes, cánticos, durante los 90 minutos, recibimientos y muchas cosas que se han mantenido hasta la actualidad. Actualmente, la barra es liderada por Juan Segarra y es la barra más grande y representativa del estadio; es una barra que se hace presente, tanto de local como visitante, y de igual manera, incursiona en muchos proyectos ajenos al aliento en las gradas.

En el 2007 nacerían los Glóbulos Rojos, de la mano de Carlos Brito, que con sus amigos pertenecientes a la parroquia Baños, se juntarían para crear una pequeña barra llena de pasión y sentimiento de pertenencia; todos sus integrantes son abonados y asisten al estadio desde el año 1990, son una barra pacífica y muy querida que se ubica en la preferencia norte del estadio, en sus buenos tiempos hacían una sola masa con la Barra De La Mano.

Por último, José Suárez es uno de los hinchas destacados del club, tiene la particularidad de ser el mayor coleccionista en todo lo relacionado con el Club Deportivo Cuenca, asiste al

estadio desde los 4 años junto a su padre, recuerda que, en sus primeras visitas, un jugador le obsequió a su padre una camiseta y eso le marcaría para comenzar con esta pasión, además se refiere a las hinchadas mencionadas anteriormente, como una manera más de vivir la pasión llamada Deportivo Cuenca.



Figura 5, Hinchas y barras del Club Deportivo Cuenca. Autor: Sigcha, P. (2021) Recuperado de: Biblioteca personal.

## 1.5 Barra Crónica Roja

### 1.5.1 Breve Reseña Histórica

Como se mencionó anteriormente, la barra se forma tras la iniciativa de Juan Pablo Proaño, quien jugaba en las formativas del club, y, por ende, observó en los preliminares las barras de los diferentes equipos conocidos como grandes en Ecuador. A partir de este momento, esta idea de formar una hinchada con nuevas características en la ciudad de Cuenca, quedaría en sus metas. Fue así como propuso a su hermano Jorge Proaño y a sus amigos Xavier Coronel y Diego Matute, la formación de una barra en el estadio. Proaño, tras recibir el visto bueno de la dirigencia del club con el fin de formar una nueva barra, se veía más motivado. Una noche de viernes, se juntarían estos jóvenes y sus amigos de colegio para empezar la nacida barra que aún no estaba bautizada; al finalizar el partido, todos salieron con alegría, por lo que decidieron encontrarse el próximo partido en el mismo lugar a la hora pactada.

La barra no contaba con un nombre en su primer partido, solo se diferenciaron por sus arengas y cánticos. Fue así como el 20 de marzo de 2001, lograron bautizar a la nacida Barra como Crónica Roja, después de descartar varios nombres. En la entrevista realizada a Coronel, Matute, Proaño y Proaño (2021) mencionan, que también se descartaron nombres como Avalancha Roja, El Ejido, que no representaban lo que ellos querían comunicar. Del mismo, modo el nombre de Crónica Roja fue inspirado en un programa de televisión, como lo menciona Proaño (2021): “el nombre tenía que ser representativo de una barra brava, nos inspiramos por la Crónica Roja un programa de la televisión, un nombre que no era tan malo, pero a la vez daba miedo”. (Coronel, Matute, Proaño y Proaño, 2021)

La barra, al inicio, no contaba con bombos ni banderas, la primera bandera que se observó en la preferencia norte fue un pequeño pedazo de tela en el cual estaba pintada la figura

del “Che Guevara”, con la leyenda de Crónica Roja debajo. El primer bombo fue donado por el entonces síndico del club Esteban Coello y el ex dirigente Marco Ávila; con este bombo, la barra ganaría un poco más de respeto y más gente se le uniría en el transcurso de los primeros partidos. Con el paso del tiempo la barra fue creciendo en número, banderas y todo lo relacionado con el carnaval en las gradas. Tiempo después, Juan Segarra asumiría el mando de la misma hasta la actualidad. Hoy en día, la Crónica Roja es la barra principal del Club Deportivo Cuenca (fig. 6) y una de las más representativas del Ecuador.



*Figura 6*, Barra Crónica Roja, hinchada del Club Deportivo Cuenca. Autor: Sigcha, P. (2018) Recuperado de: Biblioteca personal.

## **1.5.2 Organización y Logística**

Segarra (2020) establece, que la organización y logística dentro de una barra se refiere a encargarse, principalmente, a que la gente que conforma la hinchada, sepa qué actividades se van

a realizar en los diferentes encuentros que el club disputa. De igual manera, implica la movilización y traslado de los implementos que dan colorido en las gradas del estadio, dígame: banderas, extintores, bombos, trompetas, globos, pirotecnia, telones, entre otros. Esta labor demanda de una gran cantidad de personas, las cuales se encargan de distintas tareas. Dentro de la barra se ha evidenciado un crecimiento general de personas, instrumentos, banderas y elementos con los cuales desarrollan sus actividades. Finalmente, la organización de la barra está conformada con un grupo de coordinación, el cual está representado por los líderes de cada grupo formados a lo largo del tiempo.

### **1.5.3 Actividades y Proyectos de la Barra Crónica Roja**

Segarra (2021) afirma que, la barra Crónica Roja además de alentar a su equipo en los partidos, se prepara a lo largo de la semana, en la cual pone a punto los instrumentos musicales con los que sus integrantes entonan las canciones, arreglan las banderas en mal estado y en el caso de los partidos de visita, preparan el viaje. Se pudo evidenciar, que las actividades de la barra no solo son los días de partido, sino a lo largo de la semana, como la instrumental, quienes ensayan una vez cada semana o cada dos semanas.

De la misma manera, se destaca, que los proyectos de la barra van más allá de realizar banderas nuevas cada cierto tiempo, realizar las previas con recibimiento al equipo, murales o distintos proyectos internos; es admirable, como los coordinadores de esta han optado por hacer ayudas externas a la organización con su proyecto de labor social, los cuales, de una u otra forma, ayuda a los menos privilegiados. Este proyecto nació en 2010 y actualmente, tiene continuidad. Los integrantes de la barra se suman para brindar ayuda de manera local mediante cafés solidarios, compartir momentos con comunidades en Navidad, y la ayuda también ha

llegado a diferentes cantones del país. Este es uno de los tantos proyectos con los que la barra cuenta, además de apoyar al Club Deportivo Cuenca.

## **1.5.4 Referentes**

Dentro de una barra brava, se conoce a las personas que más se han destacado con sus acciones dentro de la hinchada, como referentes. Sea el caso por la antigüedad, por realizar un tipo de actividad de logística dentro de la barra, por el número de viajes que tiene y por su alcance hacia los demás integrantes de la barra. En este caso, tres personas, principalmente, han sido fundamentales dentro de la organización Crónica Roja: Juan Pablo Proaño, fundador de la barra; Xavier Coronel, fundador y miembro activo de la barra y Juan Segarra, actual líder de la agrupación, quienes a lo largo de los años han vivido un sin número de críticas buenas y malas, sin embargo, han luchado por demostrar que la barra no es un espacio negativo.

De igual manera, se puede considerar hoy en día a los representantes de cada agrupación como referentes, quienes, gracias a su trabajo, dedicación y liderazgo positivo, han empujado el crecimiento de la barra y de nuevos proyectos para apoyar al club y ayudar a la sociedad. Los representantes de grupo, junto a los fundadores y líderes, han encaminado a los integrantes de la barra para sumarse a los diferentes proyectos que se proponen, sea en campeonatos mediante deporte, en la música mediante la instrumental de la barra o en la logística, encargándose de dar el colorido en el estadio o en lo social, mediante la ayuda a los que más lo necesitan.

## **1.6 Memoria fotográfica barra Crónica Roja**

### **1.6.1 Registros Fotográficos**

El registro fotográfico hace referencia al material gráfico, físico y digital, de hechos históricos obtenidos por la barra Crónica Roja; en este contexto encontramos gran número de fotografías que servirán para afianzar ciertos escritos con material gráfico que brinden evidencias

al observador, con el fin de certificar los escritos en el texto y, además presentar un elemento comunicativo diferente en la narrativa. Los registros fotográficos de la barra se han creado mediante imágenes conservadas de sus propios integrantes, fotógrafos amigos de los referentes y medios de comunicación locales; Juan Segarra es el mayor coleccionista de registros fotográficos de la organización (fig.7) y brindó los mismos para la certificación de los hechos históricos de la barra.



*Figura 7*, Registros fotográficos físicos de Juan Segarra sobre la Barra Crónica Roja. Autor: Sigcha, P. (2022)

Recuperado de: Biblioteca personal.

## Capítulo II: Comprendiendo el diseño editorial

### 2.1 Diseño editorial

El diseño gráfico tiene diversos campos en los que se puede incursionar, intervenir y desarrollar soluciones para diferentes problemas que se presentan a diario, uno de estos campos es el diseño editorial, que comprende la maquetación, diseño y composición de publicaciones para medios impresos, en su mayoría (fig. 8). A partir de un concepto, su tipología y coherencia, persigue entre sus objetivos, que la publicación sea entendida, legible y entretenida para el lector. Pero, ¿Cómo debe ser el estilo gráfico de una publicación? Álvarez (2015) establece, que, en el diseño editorial, una publicación debe moldearse de acuerdo con el público al que va dirigido; es importante diferenciar, que no es lo mismo realizar una revista especializada para niños que realizar una revista especializada para adultos mayores, donde justamente, se diferencian por su contenido y por la forma en que se presenta la información.



Figura 8, Tipos de productos editoriales. Autor: Sigcha, P. (2021) Recuperado de: Biblioteca personal.

## 2.2 Componentes del diseño editorial

### 2.2.1 Formato

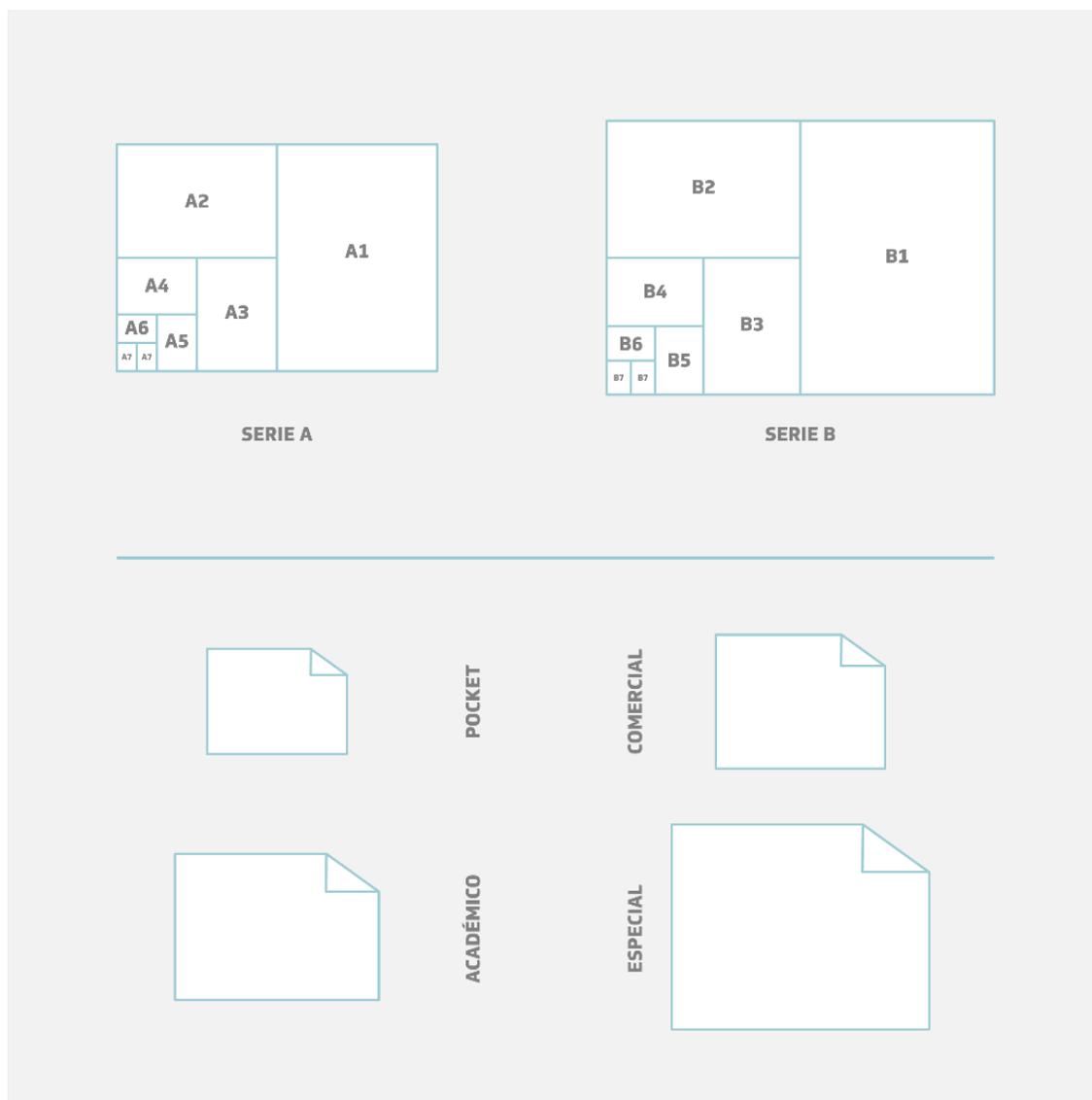
Se conoce por formato, en el diseño gráfico, al espacio físico en el que se va a colocar, maquetar, distribuir, el contenido para la publicación; este, muchas veces es determinado por el tipo de publicación que se va a realizar y por ello existen formatos predefinidos por la industria; sin embargo, dependiendo del carácter de la publicación, el diseñador es libre de optar por el

formato más conveniente, con el fin de tener elementos diferenciadores en su publicación.

Bhaskaran (2006) plantea que: “El formato se refiere a la manifestación física de una publicación, en pocas palabras es la manera en la que se presenta la información al lector” (p.52).

Como se mencionó anteriormente, existen formatos ya predispuestos (fig. 9), donde la creatividad del diseñador es fundamental para la disposición de los elementos en la publicación editorial.

Es de suma importancia, conocer los diferentes formatos comerciales para tener un mayor ahorro de material, optimizando recursos e influyendo en los costos de impresión. Hay dos factores a tener en cuenta para el tamaño final de una página: el tamaño de la hoja y el número de veces que se dobla antes del guillotinado. De este modo, un ahorro de material y de costos se puede lograr con una impresión en cuadernillas con menos pliegos, para obtener el mayor número de páginas. De igual manera, podemos nombrar algunos formatos comerciales como: Pocket (desde 11cm x 17cm a 14cm x 18,5cm), Comercial (desde 13cm x 19cm a 16cm x 22cm), Académico (desde 17cm x 24cm a 20 cm x 28cm) y Especiales con formatos libres, como el cuadrado.



*Figura 9*, Series A y B formatos de impresión. Autor: Sigcha, P. (2021) Recuperado de: Biblioteca personal.

**2.2.1.1 Formatos en Libros.** En el aporte escrito por Bhaskaran (2006), afirma que existen diferentes tipos de libros, de ahí que el enfoque del tamaño dependerá de la función, y por ello, el diseñador debe tener en cuenta todos estos aspectos al realizar la elección del formato adecuado. Existen libros que deben ser muy manejables, por ejemplo, libros de bolsillo; otros más legibles necesitan un tamaño más grande; también es vital tomar en cuenta la vida útil de un libro. Por último, cabe recalcar que, muchas veces, podemos dejarnos llevar por el sentido

común, es decir, ver la medida que parezca más adecuada para la publicación o ser más profesionales y basarse en costos, cantidad y así, establecer la conveniencia de utilizar formatos que la industria ofrece, todo para la comodidad del lector.

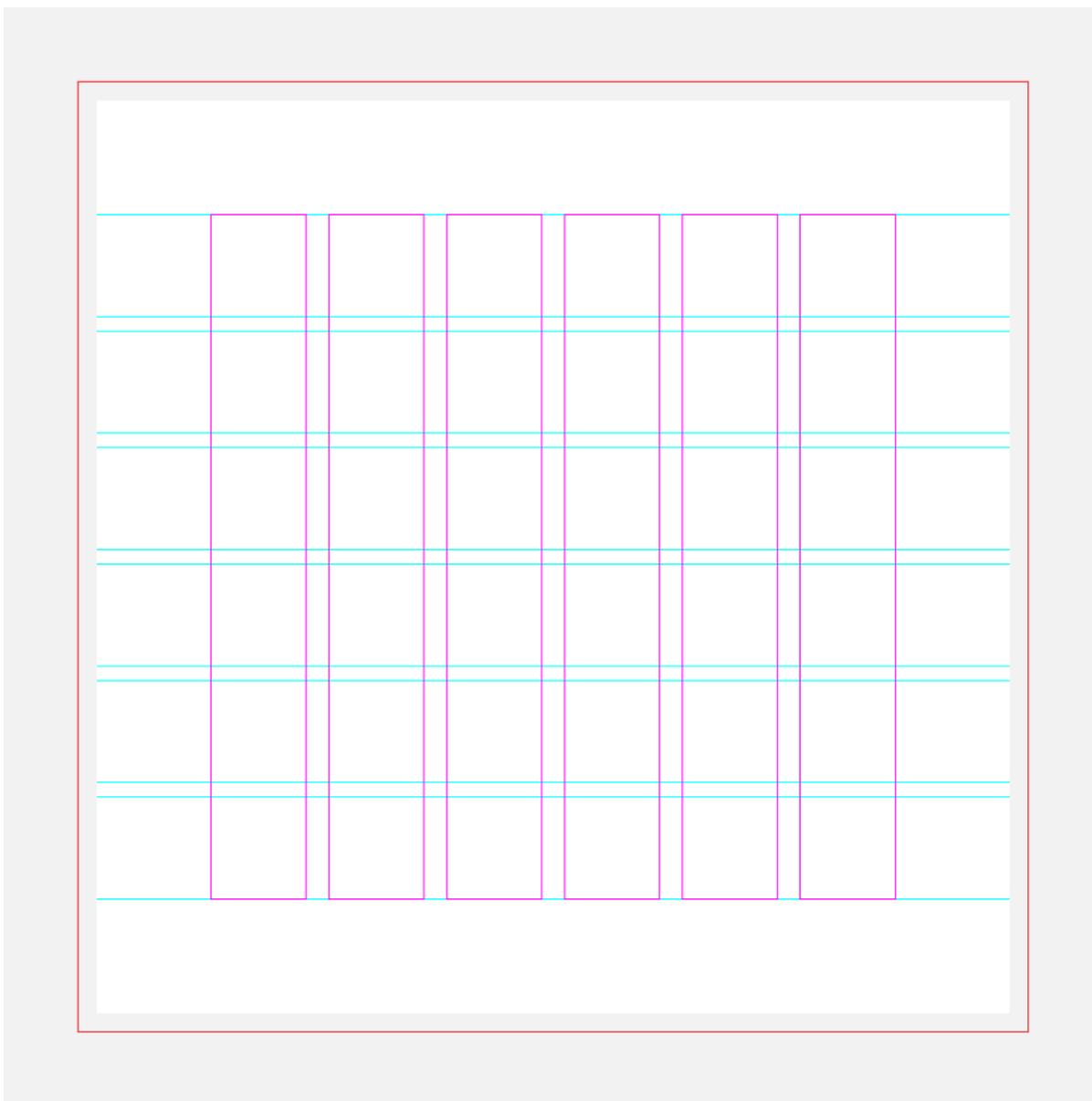
## **2.2.2 Retícula**

La retícula es una de las herramientas principales en el diseño editorial, es un sistema de líneas imaginarias (fig. 10) que servirán para organizar grandes cantidades de texto y así lograr una uniformidad en la publicación editorial; esta retícula definirá la jerarquía de la información, textos, imágenes, etc., todo depende del orden de lectura que se quiera presentar.

Bhaskaran (2006) en su aporte escrito menciona:

En términos de estructura básica, una retícula, o una selección de retículas, puede ayudar a definir los parámetros, proporcionando flexibilidad en el diseño. El uso de una retícula es una de las maneras más efectivas de organizar una gran cantidad de información en una página y asegurar una coherencia visual en la publicación. (p.64)

La planificación de una retícula será fundamental para organizar la información y en el caso de los libros, hacer que su contenido forme parte de un todo; en algunos casos, se utilizan más de una retícula, todo depende de las decisiones del diseñador; sin embargo, otros prefieren trabajar sin este sistema rígido, lo cual también es válido una vez que se conocen todas las reglas.



*Figura 10*, Sistema de retícula modular. Autor: Sigcha, P. (2021) Recuperado de: Biblioteca personal.

### **2.2.3 Tipografía**

Básicamente, la tipografía (fig. 11) es una herramienta para dar personalidad al texto de la publicación editorial; en dependencia del enfoque, existen diferentes clasificaciones tipográficas, citemos: las romanas (*serif*), las de palo seco (*sans serif*), entre otras. La tipografía tiene personalidad propia y desempeña un papel importante en la comunicación del escrito, su

forma visual puede cambiar la manera de percibir un diseño. Como consecuencia, la elección tipográfica es fundamental en una publicación editorial, ya que cumplirá roles importantes como la jerarquía, legibilidad y fluidez, las que mediante la composición del texto permitirá al lector tomar esa información de un libro de una manera más cómoda. Bhaskaran (2006), plantea, que esta es una herramienta con mucho potencial en el campo editorial, por ello no debe subestimarse su uso y la capacidad que tiene para transformar una publicación. En efecto, como se mencionó anteriormente, la jerarquía en la tipografía tiene un papel importante, porque guía al lector al dividir el texto en títulos, subtítulos y columnas de texto, facilitando la lectura.



*Figura 11*, Diferentes tipos de fuentes tipográficas. Autor: Sigcha, P. (2021) Recuperado de: Biblioteca personal.

## 2.2.4 *Imágenes*

Considerando el tipo de publicación, uno de los componentes en el diseño editorial es la imagen; este cumple una función comunicativa y que muchas veces funciona como refuerzo de un texto o sintetiza la información, la cual perdura en la memoria del lector. Bhaskaran (2006) señala que: “la forma de usar las imágenes en las publicaciones depende de toda una serie de factores, como quién es el público objetivo de la publicación o que función tendrán dichas imágenes” (p.74).

Las cajas de imágenes son los espacios de composición donde están colocados los diferentes recursos gráficos que se utilizan para comunicar, estos pueden tener el tamaño que sea y de esto dependerá la atención del lector. En base a lo escrito por Bergström (2009), el atraer y orientar es una función principal de la imagen, dicho esto, la imagen desempeña un papel fundamental como recurso visual en una publicación editorial (fig. 12), una de sus ventajas es llamar la atención del lector volviendo más interesante al contenido.

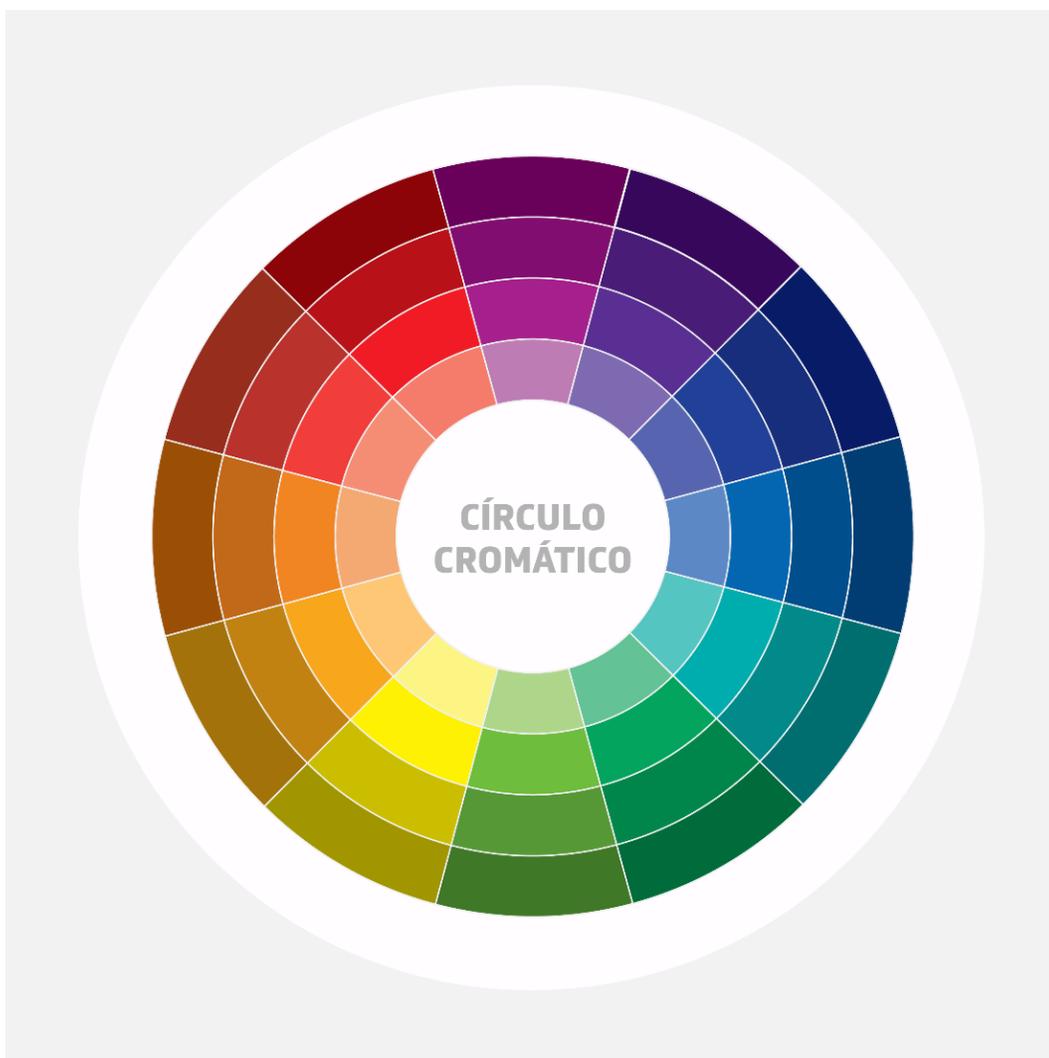


*Figura 12*, Imágenes en productos editoriales. Autor: Sigcha, P. (2021) Recuperado de: Biblioteca personal.

## **2.2.5 Cromática**

El color es una de las herramientas de mayor importancia para el diseñador (fig. 13); este permite comunicar diferentes emociones mediante los significados que cada color transmite. Además, sirve como elemento para captar la atención y se utiliza en tipografía como elemento jerárquico en donde se centrará la mirada del lector. Existen diferentes modos de color, los utilizados en publicaciones editoriales son el modo de color CMYK que servirá para medios impresos y el RGB colores luz, empleado en medios digitales. En su escrito Álvarez (2015) afirma que:

La paleta de color funciona como la retícula. Da coherencia, ritmo, unidad y armonía a lo largo de una publicación, sin que sea algo muy evidente. Los tonos que se utilicen imprimirán un carácter determinado, generarán una atmósfera concreta que debe mantenerse hasta el final. Los colores son mecanismos de comunicación sutiles, pero muy potentes que se proyectan directamente sobre nuestro subconsciente y que al mismo tiempo tienen una fuerte dimensión cultural. (p.38)



*Figura 13*, Círculo cromático. Autor: Sigcha, P. (2021) Recuperado de: Biblioteca personal.

## 2.2.6 Maquetación

La maquetación se define como la herramienta que organiza los elementos dentro del espacio visual de una publicación o dentro de la retícula (fig.14); por medio de ella se consigue un orden y estética, es conocer, la disposición exacta de los elementos en una publicación, para que esta tenga una coherencia lógica y sea más fácil de entender por parte del lector. Bhaskaran (2006) afirma:

La maquetación puede cambiar por completo la forma de ver y leer una publicación. Una buena maquetación puede hacer que sea fácil orientarse por la publicación y que sea agradable leerla, mientras que una maquetación mal diseñada puede dejar al lector confundido y frustrado. (p. 60)

De acuerdo a lo antes mencionado, definir una buena maquetación tomando en cuenta el orden de lectura en nuestra sociedad, hará que esta tenga un resultado positivo dotando de personalidad a la publicación, y, por ende, destacando cada uno de los elementos visuales a lo largo de la publicación, haciendo que formen parte de un todo mediante una misma coherencia gráfica.

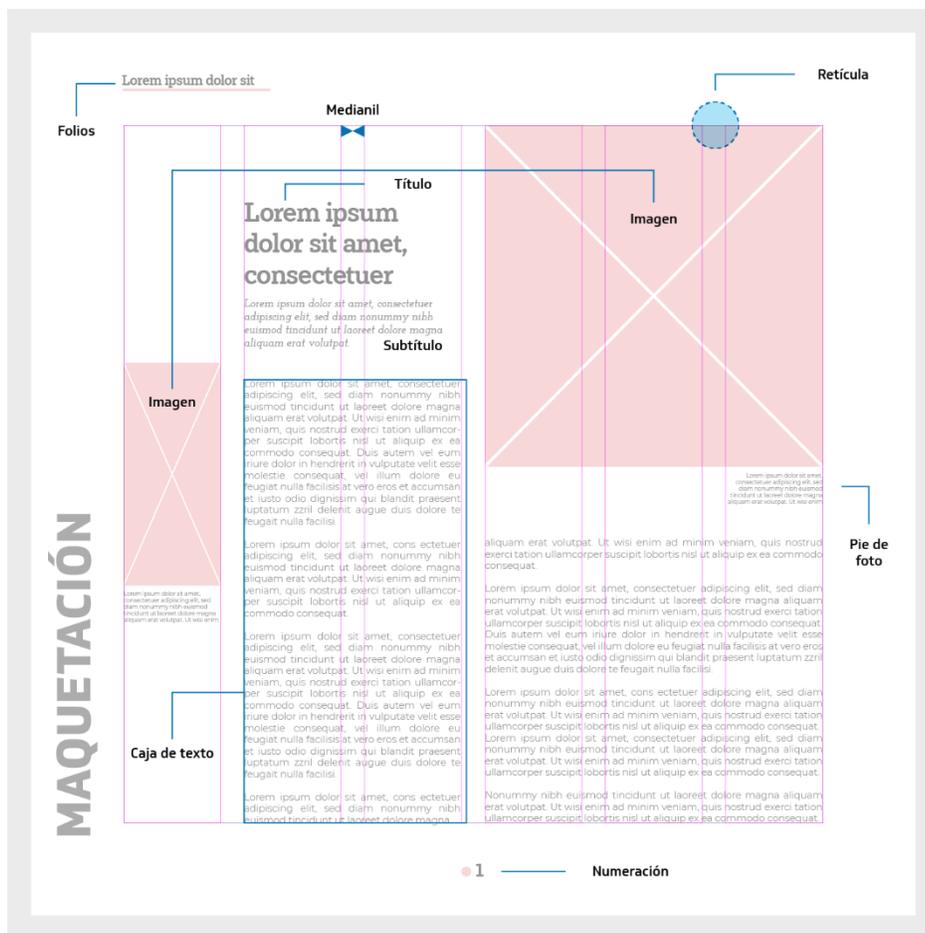


Figura 14, Maquetación en diseño editorial. Autor: Sigcha, P. (2021) Recuperado de: Biblioteca personal.

## 2.2.7 Jerarquía

Ambrose y Harris (2007) la definen como un instrumento visual que contiene lógica, ya que dará la importancia a los diferentes elementos del texto dentro de la maquetación; para el lector, la jerarquía será como una guía visual que facilita la lectura en la publicación. De la misma forma, existen diferentes tipos de jerarquía como la tipográfica (fig. 15), que en este caso estará dotado por los diferentes tamaños de fuentes y sus familias tipográficas, los que, a mayor grosor, mayor importancia.

Por otra parte, está también la jerarquía posicional, que se caracteriza por la posición de un texto dentro de la maquetación, dándole personalidad e importancia. El diseñador, con esta

herramienta, facilita la lectura al usuario, por lo que: “Una de las principales tareas del diseñador cuando diseña cualquier publicación es crear una jerarquía visual fuerte y coherente en la que los elementos más importantes destaquen y el contenido se organice de forma lógica y agradable”.

(Bhaskaran, 2006, p. 61)



Figura 15, Jerarquía de información en diseño editorial. Autor: Sigcha, P. (2021) Recuperado de: Biblioteca personal.

## 2.3 Algunos tipos de publicaciones

### 2.3.1 Periódicos

Este tipo de publicación se caracteriza por su tiempo de duración, por lo general se hace a diario; sus contenidos se relacionan con acontecimientos locales, nacionales, etc. Cuentan con una línea editorial ya establecida, plantillas que se reemplazan cada día y para ello, el diseñador está en la capacidad de tomar decisiones rápidamente. Para Bhaskaran (2006), un periódico -día tras día- debe llevar la misma coherencia y así conservar su identidad (fig. 16).

La jerarquía de información es fundamental en las publicaciones editoriales, en el periódico son evidentes estos contrastes tipográficos mediante la combinación de diferentes fuentes y tamaños, el uso de imágenes para destacar sucesos, etc. Para finalizar, Ambrose y Harris (2007) afirman, que este tipo de publicación es una de las más dinámicas en el diseño por la gran información que se maneja y cómo se adapta en un tiempo corto, a una publicación atractiva y accesible a sus lectores.



Figura 16, Diario *El Mercurio*, Cuenca. Autor: Sigcha, P. (2021) Recuperado de: Biblioteca personal.

### 2.3.2 Revistas

La revista (fig. 17) es uno de los productos editoriales más creativos y llamativos, caracterizada por la combinación de texto e imágenes y por sus intervalos de publicación, las que pueden ser semanales, mensuales o anuales; dentro de las revistas encontramos también anuncios publicitarios, que, en este caso, son fundamentales para su subsistencia. De igual manera, existen diferentes tipos de revistas (especializadas, de ocio, informativas y de divulgación); su extensión es menor a la de un libro y su tiempo de vida es más corto, ya que son productos desechables.

Para finalizar, como se mencionó anteriormente, según Ambrose y Harris (2007): “las revistas constituyen una de las aplicaciones más innovadoras y creativas de las composiciones y el diseño gráfico” (p.134). Cabe destacar, que el diseñador en cada número de revista, tiene la oportunidad de experimentar y dirigir la información a los lectores.



*Figura 17*, Diseño editorial de revistas. Autor: Sigcha, P. (2021) Recuperado de: Biblioteca personal.

### 2.3.3 Libros

Por último, nos centraremos en los libros, esta publicación editorial se caracteriza por ser la forma más antigua de documentación existente, su extensión puede ser de 49 páginas o más;

generalmente, hablan de un tema específico a lo largo de su desarrollo. Existen libros de todas las formas, formatos, temas, etc. Sea cual sea su estructura, si es una serie de hojas de papel encuadernadas en un mismo conjunto formarán un libro (fig.18).

Haslam (2007) lo define del modo siguiente: “Libro: recipiente que consiste en una serie de páginas impresas y cosidas, y que conserva, anuncia, expone y transmite conocimientos a los lectores a través del tiempo y del espacio” (p. 9). En efecto, de acuerdo con la idea planteada por el autor, el libro es una fuente de conocimiento; existen libros de varios tipos: informativos, científicos, sobre las artes, de referencia, escolares, infantiles, entre otros. Todos tienen algo en común, su estructura básica consta de cubierta, páginas de portada, páginas preliminares, cuerpo principal, materias finales, etc. Por último, tomando las palabras de Ambrose y Harris (2004), un libro es una publicación editorial en donde se presentan varias unidades de información que forman parte de un todo.

Entre las consideraciones que hay que tener en cuenta al decidir el formato del libro están la naturaleza y la cantidad de información que se va a presentar, el tiempo de vida que se espera que tenga el producto y, por supuesto, factores siempre presentes como el público al que va destinado y el coste. (Ambrose y Harris, 2004, p. 11)

Todos estos factores influyen en el formato, elección de papel, impresión y acabados. Es fundamental, que el diseñador tenga en cuenta la información que se va a transmitir para tener un enfoque claro; estas consideraciones finales deben ser tenidas en cuenta porque dotarán de personalidad a la publicación editorial.



Figura 18, Diseño editorial de libros. Autor: Sigcha, P. (2021) Recuperado de: Biblioteca personal.

## 2.4 El libro como producto de diseño editorial

El libro es el primer producto editorial impreso y la forma más antigua de transmitir conocimientos. Por ende, este a lo largo de los años ha tenido evoluciones en aspectos de diseño y funcionalidad. De igual manera, en sus contenidos, de acuerdo al contexto que se quiera representar y al concepto que se quiera transmitir, muchas veces se divide en un cuerpo con varios capítulos o diferentes cuerpos con diferentes colecciones. Dicho esto, los libros pueden ser de los siguientes tipos:

- ◆ De poesía: enriquece la capacidad de comunicación por medio de la subjetividad; su objetivo es que el lector vuelva a leer su contenido una y otra vez, su extensión por lo general es corta y con una diagramación simple.

- ◆ De lectura prolongada, cuyo objetivo es que sea manejable para el lector, que resulte cómodo a las manos y a la vista, normalmente tienen páginas grandes con grandes cantidades de texto e imágenes.
- ◆ De arte, cuyo objetivo es entretener al lector; su formato y diagramación es más libre por el contenido que se pretende enseñar.
- ◆ Libros de referencia, como diccionarios y enciclopedias, en donde muchas veces se ordenan alfabéticamente los contenidos, son de gran extensión por lo que necesitan una diagramación óptima para el lector.
- ◆ Por último, están los libros escolares e infantiles, cuyo contenido va dirigido a menores de edad, por lo general, son coloridos, con textos cortos y llenos de recursos como ilustraciones.

## ***2.4.1 Estructura del Libro***

No todos los libros siguen una misma estructura, ya que hay diversas variaciones, sin embargo, todas concluyen en un conjunto de hojas encuadernadas, todas estas formas tienen una estructura básica comprendida por diferentes partes internas y externas. Es importante conocer las partes más comunes que conforman un libro, estas son:

**Sobrecubierta:** es por lo general un impreso externo al libro el cual cubre las portadas y lomo, lleva impreso el nombre de la obra y el autor.

**Cubierta o tapa:** es donde se imprime el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial que realiza la publicación.

**Lomo:** es donde comúnmente se encuentra el nombre o título de la obra, autor. Es la sección que está opuesta al corte de las hojas.

**Contraportada:** es una página que está en la cara posterior a la cubierta, lleva logos, resumen o códigos de barra.

**Solapa:** es una extensión de la cubierta que se dobla hacia adentro y que cubre la parte interna de la portada, se imprimen por lo general, algunos datos del autor.

**Guardas:** son hojas de papel en blanco o impresas por lo general con textura con la cual se une al libro y las tapas de este con el fin de proteger las páginas interiores.

**Hojas de respeto o cortesía:** son unas hojas en blanco que van al inicio y al final del libro se usan dos o más hojas.

**Anteportada o portadilla:** es la primera hoja impresa y aquí solo se encuentra el nombre o título de la obra.

**Página legal o de derechos:** es una página en donde se encuentran los derechos de la obra, el número de edición, imprenta, autor, etc. Esta está en la cara posterior a la portada.

**Prefacio, introducción y/o presentación:** es una página de introducción al cuerpo principal de la obra, informando o invitando al lector a leer las páginas.

**Índices y listados:** estos presentan los contenidos de los libros y las páginas en donde se encuentran estos. Por lo general, van al inicio o al final de la obra.

**Cuerpo de la obra:** es el conjunto de páginas con el tema central de la obra que puede estar dividido en capítulos.

**Apéndices o anexos:** son páginas complementarias que generalmente presentan información extra de temas importantes del cuerpo de la obra.

**Glosario:** es una parte en donde se encuentran las definiciones de diferentes términos que son considerados de difícil comprensión.

## 2.4.2 *Interactividad en los Libros*

En la actualidad, la tecnología se encuentra presente en cualquier elemento de la vida cotidiana con el fin de resolver cualquier problema de una manera más rápida; en el caso de las publicaciones editoriales, se ha visto en los últimos años, como se han ido adaptando a diferentes medios y soportes, o bien libros físicos que mezclan aspectos tecnológicos para crear sensaciones de comunicación diferentes a los lectores. Que un libro sea interactivo, no quiere decir que este tenga que ser de formato digital; de igual manera, un libro impreso sirve de base para uno electrónico. Cabe recalcar, que un texto digitalizado no es lo mismo que un texto digital interactivo.

Un texto digital interactivo recoge ciertas características como: texto ajustable, vínculos, hipertexto, animación, botones, apariencia de papel. De este modo, una publicación editorial se vale de estas características para presentar a sus lectores comodidades y sensaciones diferentes a las de un libro físico. Sin embargo, como se mencionó anteriormente, los libros físicos pueden apoyarse en estas características para comunicar el mensaje de manera diferente. Gutiérrez (2006) plantea, que cualquier publicación editorial puede ser un texto digital interactivo, con apoyos multimedia que permitan al lector interactuar, haciendo que su lectura no sea lineal y que con esto obtenga diferentes sensaciones al recibir el mensaje.

La incorporación de códigos digitales en la actualidad cada vez se ha hecho más evidente, aportando recursos que cambian la manera de percibir el contenido; estos códigos son módulos que almacenan información, necesitan un lector óptico para poder transmitir los datos o el mensaje final, los que pueden ser documentos, fotografías, música, etc. De igual manera, en los libros físicos se emplea este recurso con el fin de aportar un canal de difusión más al lector, haciendo más amena e interesante la lectura de un contenido en particular.

## Capítulo III: Inmortalizando a la barra Crónica Roja: del tablón al papel

### 3.1 Resumen

El presente capítulo abordará las decisiones de diseño que fueron tomadas para la construcción del proyecto editorial; entiéndase por *decisiones*, el encuentro con el cliente o usuario para la definición y concepto del producto editorial: textos a utilizar, formatos, retículas, fotografías, uso de tipografía, estilo, cromática, que se verán a lo largo de la publicación editorial, además de la evaluación por parte de los usuarios, los que aportarán conclusiones que retroalimentan el proceso realizado. De igual manera se hará referencia a la metodología implementada (ver anexo 1) y sus diferentes etapas.

### 3.2 Co creación del *Brief*

El *briefing* es un documento que permite conocer las necesidades del usuario, en este caso, se empezó la ejecución de este documento con el líder de la barra Crónica Roja, para establecer parámetros claves con los cuales partir en la solución creativa y gráfica del producto editorial. Mencionado lo anterior, se ha desarrollado un *brief* dirigido hacia el diseño editorial, con el cual se pretende entender mejor, las necesidades de la barra Crónica Roja, para desarrollar un producto editorial de calidad y funcional que resuelva el problema planteado. Las preguntas de este documento están orientadas a la búsqueda del proyecto editorial, el desarrollo de una publicación mediante un libro, el cual debe contar la historia de esta barra con la finalidad de que las personas que tienen un concepto errado amplíen su visión sobre esta organización de hinchas, de igual manera brindar un libro homenaje a la hinchada que en el entorno del club se ha quedado en segundo plano (ver anexo 2).

De manera concreta, se pusieron a consideración aspectos como la cromática a utilizar, como los colores rojo y negro adoptados de la indumentaria del Deportivo Cuenca y de la Barra Crónica Roja, el público objetivo del libro, dirigido a hombres y mujeres de 15 a 40 años de edad de todos los niveles socioeconómicos de la ciudad de Cuenca; el tono comunicacional a utilizar es informativo, emocional y divulgativo; el estilo de diseño del libro es semiformal urbano y con estilo *grunge*, todo referente a lo visible del mundo del fútbol, y por último, las cualidades que debe tener el libro: formato cuadrado, fotos históricas, testimonios de los barristas, etc.

### 3.3 Análisis de homólogos

Para realizar el análisis de homólogos se buscaron referentes con características similares al proyecto: de un club deportivo o de la hinchada de algún club cuyo contexto es similar. Las fechas de publicación de los homólogos son de los últimos 10 años, cuentan con recursos como, textos, imágenes, realidad aumentada. Por último, se analizan los homólogos con la técnica de análisis comparativo, en la cual se partirá de dos ejes, el diseño y la narrativa, que nos permite conocer mejor a los referentes analizados.

#### **Libro: *40000 Historia De Una Pasión Inigualable***

Diseño: un ejemplar rectangular de formato 24,5cm x 21,5cm (fig.19). La cromática utilizada son colores rojo y negro, las páginas internas son blancas, basadas en los colores del Club Atlético Colón, las imágenes utilizadas son a colores, muy pocas a blanco y negro. Las tipografías usadas son de palo seco, sus tamaños son diferentes y los textos son cortos, de aproximadamente 300 a 400 palabras.

La composición del libro se basa en una retícula jerárquica, utilizando dos columnas para texto y disposición de imágenes a página completa, en ciertos casos; se utilizan divisiones por filas cuando presentan mayor número de imágenes. El libro es de pasta suave y pegado *hot melt*

con páginas de papel *couche* brillante; por último, presenta páginas interactivas donde se pueden escanear códigos que dirigen al lector a videos alojados en una aplicación.

Narrativa: el libro muestra la cultura del hincha del Club Atlético Colón de Argentina con un título llamativo, cuyo mensaje es recordar a toda la hinchada que se dirigió a la final de la Copa Sudamericana en 2019; tiene un lenguaje cercano a los hinchas de este club, con un tono semiformal, relajado y amigable, utiliza la cromática del club y en general, es un homenaje a la hinchada del club en sus 146 páginas. En el libro, también se ve el uso de fotografías relevantes de personajes históricos, momentos de la hinchada, con el fin de causar un sentimiento receptivo con el lector.



*Figura 19, 40000 historia de una pasión inigualable. Autor: Sigcha, P. (2021) Recuperado de: Biblioteca personal.*

## Libro: *Cordel Tricolor A História Do São Paulo FC Em Versos*, De Giovanni Ghilardi

Diseño: el formato del libro es 16cm x 16cm (fig.20). La cromática utilizada son colores rojo y negro, presente en ilustraciones y las páginas internas son blancas, basadas en los colores del São Paulo FC. La tipografía es de palo seco con remates fuertes, para el texto general utiliza una tipografía *serif*, los textos son cortos, de aproximadamente 200 a 300 palabras. La composición del libro se basa en una retícula de dos columnas con márgenes amplios, utilizando dos columnas para texto y las ilustraciones ocupan una página completa. El libro es de pasta suave y pegado *hot melt* con páginas de papel *couche* brillante.

Narrativa: el escritor describe, que fue un reto mostrar diferentes hechos históricos de su club, decidió combinar ilustración y poesía para lograrlo; en las 56 páginas del libro se encuentran estos recursos narrativos. Las ilustraciones son simples y describen bien el momento que leerán después, a manera de poesía. De esta forma llegó hacia la hinchada de su club, con un lenguaje cercano y expresivo, rescatando momentos y personajes claves de la historia.



**Figura 20**, *Cordel Tricolor: A História Do São Paulo FC Em Versos*. Autor: Ghilardi, G. (2018). Recuperado de: <https://cargocollective.com/gigio/Cordel-Tricolor-Book>

## **Libro: *Mientras Viva Tu Bandera***

Diseño: un ejemplar rectangular de formato 29cm x 24cm (fig.21). La cromática utilizada son colores blanco y rojo, las páginas internas son blancas, basados en los colores del Club Atlético River Plate; las imágenes utilizadas son a colores y muchas a blanco y negro. Las diferentes tipografías usadas son de palo seco y para el texto corrido una tipografía *serif* y los textos son largos, de aproximadamente 500 a 600 palabras. La composición del libro se basa en una retícula de tres columnas, utilizando una y dos columnas para texto y disposición de imágenes a página completa, en ciertos casos, utilizando divisiones por filas cuando presentan más imágenes. El libro es cocido y de pasta dura con *stamping* con páginas de papel *couche* brillante.

Narrativa: este libro, de carácter histórico, cuenta en sus páginas diferentes hechos que han sido y han formado parte del Club Atlético River Plate a lo largo de 115 años, deportiva e institucionalmente. Está dirigido a un público más adulto, por lo tanto, su lenguaje es más formal y cercano al hincha de este club. Además, en sus 448 páginas hay contenidos de jugadores, equipos, momentos de gloria y otros que han marcado a su gente.



**Figura 21**, *Mientras viva tu bandera*. Autor: Bertolotto, M. (2017). Recuperado de: <https://www.behance.net/gallery/59120827/Mientras-tu-bandera-viva-River-Plate>

### **Libro: *Libro Histórico. Club Deportivo Cuenca***

Diseño: un ejemplar rectangular de formato 28cm x 28cm (fig. 22). La cromática utilizada son colores rojo y negro, las páginas internas son blancas, basadas en los colores del Club Deportivo Cuenca; las imágenes utilizadas son a colores, muy pocas a blanco y negro. Las diferentes tipografías usadas son de palo seco y *slab*, los textos son cortos, de aproximadamente 250 a 350 palabras. La composición del libro se basa en una retícula de tres columnas, utilizando dos columnas para texto y disposición de imágenes a página completa, en ciertos casos, utilizando divisiones por filas cuando presentan imágenes más pequeñas. El libro es cocido y de pasta dura, con páginas de papel *couche* brillante.

Narrativa: el libro muestra la historia del Club Deportivo Cuenca de manera deportiva e institucional, no de manera detalla, sino con hechos destacados a lo largo de su historia. De igual

manera, en sus 116 páginas detalla el trasfondo de su escudo, personajes y partidos históricos. El tono comunicacional es formal, amigable y cercano al hincha del club, del mismo modo, busca mostrar los momentos destacados con fotografías de archivo que documentan lo escrito, está dirigido preferentemente a un público adulto.



Figura 22, Libro histórico. Club Deportivo Cuenca. Autor: Sigcha, P. (2021) Recuperado de: Biblioteca personal.

## 3.4 Proceso de diseño

Una vez desarrollado el *brief* se pudo conocer de manera concreta, los elementos principales y características gráficas que el proyecto debe tener, de igual manera las conversaciones con personajes de la hinchada sirvieron para elegir el tono comunicacional del libro y en el análisis de homólogos realizado, se destacaron ideas que se pueden implementar en el proyecto. Hasta este punto se cumplió con el desarrollo de la primera etapa de la metodología que fue definir el problema y buscar posibles soluciones gráficas.

De igual manera hubo un acercamiento a la segunda etapa de la metodología que es el diseño, proceso que comprende pasos como la elaboración del *moodboard* inspiracional, la definición de los contenidos del libro, machote digital a manera de boceto, correcciones de estilo, selección de aspectos de diseño como cromática, tipografía, retícula, retoque digital, diseño de capitulares y portada que desembocan en la etapa final de realización y valoración del prototipo final por parte de los usuarios.

### 3.4.1 Moodboard

El *moodboard* inspiracional es una herramienta de trabajo, cuyo objetivo es recopilar de manera visual, diferentes referentes gráficos que sirven de guía para el diseño del proyecto, se relacionan directamente con el documento escrito *brief* del cual se tomaron conceptos y palabras claves que sirvieron en la construcción del proyecto editorial. En el *moodboard*, a manera de collage, se buscó inspiración y recursos gráficos para estilos de diseño, tipografías, cromática, formatos, edición de imagen, retículas de maquetación que el producto editorial debe tener. A continuación, tenemos diferentes elaboraciones de *moodboard* para la selección de estos aspectos gráficos:

Esta sección denominada *moodboard* de producto editorial libro (fig. 23) se enfoca en aspectos de cromática, formato, materiales y acabados del libro, de igual manera se desarrolló con referentes que se encuentren en el mismo contexto social e histórico.

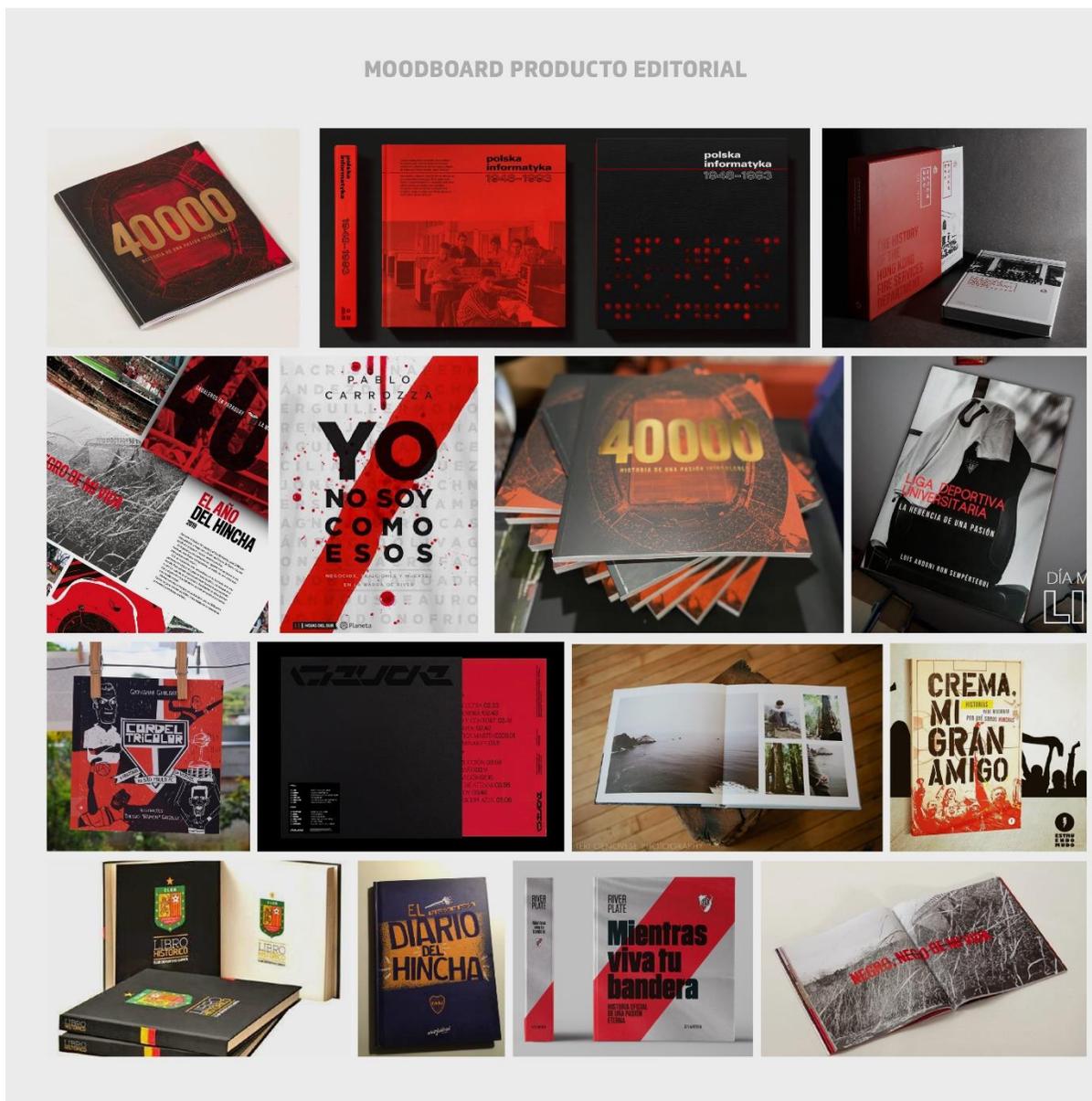


Figura 23, Moodboard producto editorial. Autor: Sigcha, P. (2021) Recuperado de: Biblioteca personal.

En el *moodboard* de recursos gráficos (fig. 24), principalmente están imágenes referentes y estilos para la portada, *packaging*, diseño de guardas, páginas maestras. Además, las diferentes

texturas con las que se le dará un estilo *grunge* y urbano al libro; así mismo, el uso de elementos para reforzar el uso de la tipografía como distorsiones de bandera, cintas a manera de banderas de mano. Por último, el estilo visual de las fotografías siendo tipo collage o de página completa con tonos fríos.

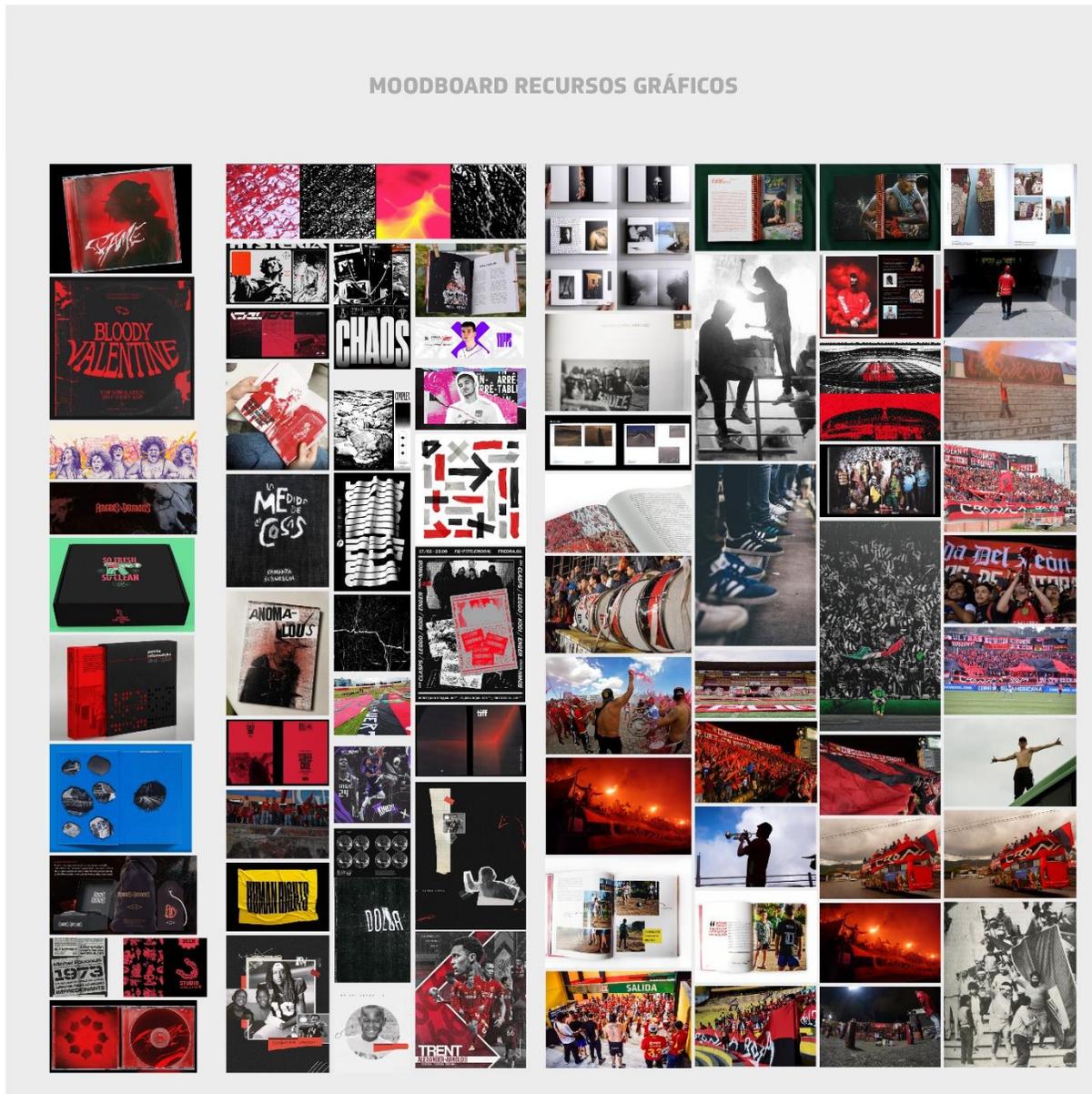


Figura 24, Moodboard recursos gráficos. Autor: Sigcha, P. (2021) Recuperado de: Biblioteca personal.

El *moodboard* de maquetación (fig.25), sirvió de guía para la elaboración del índice, encabezados, pies de página y numeración. De igual manera, se seleccionaron referentes para los capitulares con diferentes texturas y usos de tipografía, con el fin tener una jerarquía marcada, por último, están las diferentes líneas de lectura logradas mediante la jerarquía de la información para los titulares, subtítulos y texto general, sobre las diferentes páginas que tienen un estilo *grunge*.

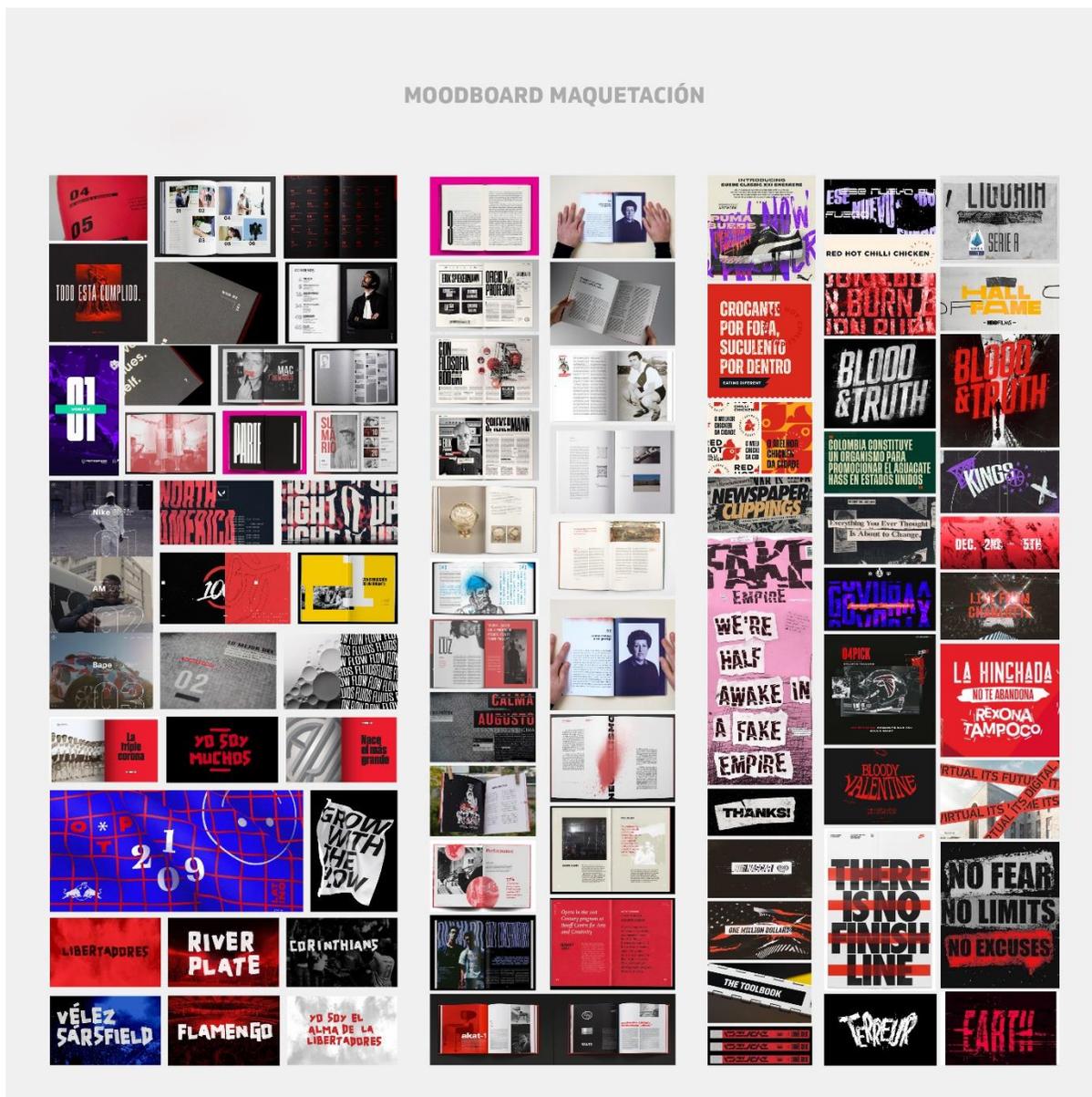


Figura 25, Moodboard maquetación. Autor: Sigcha, P. (2021) Recuperado de: Biblioteca personal.

## 3.4.2 Definición de Contenidos del Libro

Los acontecimientos descritos en el libro fueron creados a partir de vivencias reales de los integrantes de la barra Crónica Roja, dichas anécdotas buscan crear un vínculo con el lector. En el libro se cuenta de manera cronológica, la historia y aspectos más importantes de las principales barras del Club Deportivo Cuenca, hinchas referentes del club y de manera principal, la historia de la barra Crónica Roja en sus 20 años de vida, con el fin de mostrar de una perspectiva diferente las vivencias, anécdotas y elementos que han marcado a este grupo de hinchas. Para lograr esto, se realizó una lista de los temas más relevantes a ser contados y que podrían entretendrán al lector, además, se dividió en capítulos para crear un orden de exposición de los temas. A continuación, el listado de contenidos (tabla 1).

**Tabla 1**

*Listado de contenidos del libro*

Capítulo	Contenidos
1. “ESTA CAMPAÑA VOLVEREMOS A ESTAR CONTIGO”	1. Humberto Pesántez 2. El “Barbón” Quinde 3. Elsa Bustos de Pérez 4. La Barra Brava 5. La Barra de la Mano 6. La Barra del Balcón 7. Glóbulos Rojos 8. José Suárez
2. “LA CRÓNICA ROJA YA LLEGÓ. LLEGÓ LA HINCHADA”	9. Crónica Roja - Inicios 10. El escudo y los lemas 11. Organización y logística 12. Los primeros “trapos” 13. La primera aventura 14. “Bienvenidos al Limbo” 15. Campeonato 2004

16. Viajes nacionales
  17. Viajes por Sudamérica
  18. Juan “Cuy” Segarra
  19. Xavier Coronel
  20. Juan Pablo Proaño
  21. Stalin noriega
  
  22. Grupos internos
  23. La Banda del León
  24. Vieja Guardia
  25. Inframundo Crónica Roja
  26. Leonas Crónica Roja
  27. Crónica Roja Quito
  28. Nueva oleada de trapos
  29. Trofeos de guerra
  30. Instrumental de la barra
  31. Viajes nacionales
  32. Viajes por Sudamérica
  33. Venciendo a un grande
  34. Xavier Silva
  
  35. La sangre nueva
  36. Pasión por el Rojo
  37. Rojo Inmortal
  38. Los de la Botella
  39. Los de Totora
  40. Ultras Sur
  41. Locos del Tablón
  42. En todas las canchas
  43. Viajes nacionales
  44. Marco Córdova
  
  45. El legado continua
  46. Los mejores recibimientos
  47. Demencia Roja
  48. Crónica Roja Chilcapamba
  49. Pasión Morlaca
  50. Santa Teresita
  51. Crecimiento instrumental
3. “DESDE CHIQUITO  
YO TE VENGO A VER”
4. “CRÓNICA ROJA  
QUE SIEMPRE ESTÁ DE  
FIESTA”
5. “SI SOMOS  
DEL CUENCA,  
LLEGAREMOS LEJOS”

	52. Locales en Casa Blanca
	53. Viajes nacionales
	54. Coronando Sudamérica
	55. Rafael Justiniano
	56. La filial del cielo
	57. La barra en pandemia
	58. Crónica Roja New York
6. “DARÍA LA VIDA	59. Crónica Roja Baños
POR VERTE	60. Crónica Roja Machala
CAMPEÓN”	61. Choferes de la barra
	62. Velando por el club
	63. Barrismo social
	64. Ayudando al prójimo
	65. Nataly Villavicencio

---

Nota. Lista de contenidos del libro histórico.

El listado de contenidos se desarrolló de conjunto con los líderes y referentes de la barra Crónica Roja; se dividió un primer capítulo que “enganche” al lector, cuyo contenido trata de las hinchadas que antecedieron a la barra Crónica Roja y de aficionados destacados del club. Los cuatro siguientes capítulos están divididos en cuatro periodos de 5 años, los cuales cuentan los acontecimientos históricos que han pasado y, por último, el sexto capítulo, que cuenta la historia de personajes fallecidos de la barra, nuevas agrupaciones y los últimos años de la barra y la pandemia.

### **3.4.3 Conceptualización y Contextualización**

Luego de haber analizado el *brief*, desarrollada una lista de temas, analizados los homólogos, se comienza la etapa de conceptualización; en ella son rescatados todos los elementos funcionales del *moodboard* inspiracional, y se complementan estas con las decisiones gráficas del diseñador.

Tomando en cuenta estos elementos, se decidió que el estilo del libro debía estar acorde con el público objetivo determinado, en un rango de los 15 a los 40 años, teniendo así un estilo *grunge*, urbano, con un lenguaje cercano y un estilo pasional logrado con texturas, recursos tipográficos y fondos, cuyas características se asemejan a los métodos empleados por los barristas para realizar sus murales, banderas y demás implementos con los que apoyan a su club. Por el contexto histórico, el libro tiene acabados especiales, un gran formato especial que representa a la barra Crónica Roja como una de las más importantes del país y Sudamérica.

De la misma manera, la narrativa se creó a partir de entrevistas con los diferentes referentes de la barra, tienen un tono comunicacional cercano con la hinchada y brindan un mejor atractivo al público objetivo; por último, las fotografías a utilizar fueron brindadas por los mismos referentes en calidad de archivos, se sometieron a retoques y edición fotográfica obteniendo los requerimientos mínimos de impresión.

#### ***3.4.4 Elaboración del Machote Digital y Bocetaje***

Previo a la selección de aspectos editoriales, se realizó a manera de maqueta, una presentación al usuario del proyecto a desarrollar en donde se evidenció un posible número de páginas, presentación de la información y un posible formato. Se desarrolló un machote digital del proyecto en la página web flat-plan.com (fig. 26) donde se logró obtener una relación entre el número aproximado de páginas y de texto, siendo el contenido un 60% de imágenes y un 40% de texto.

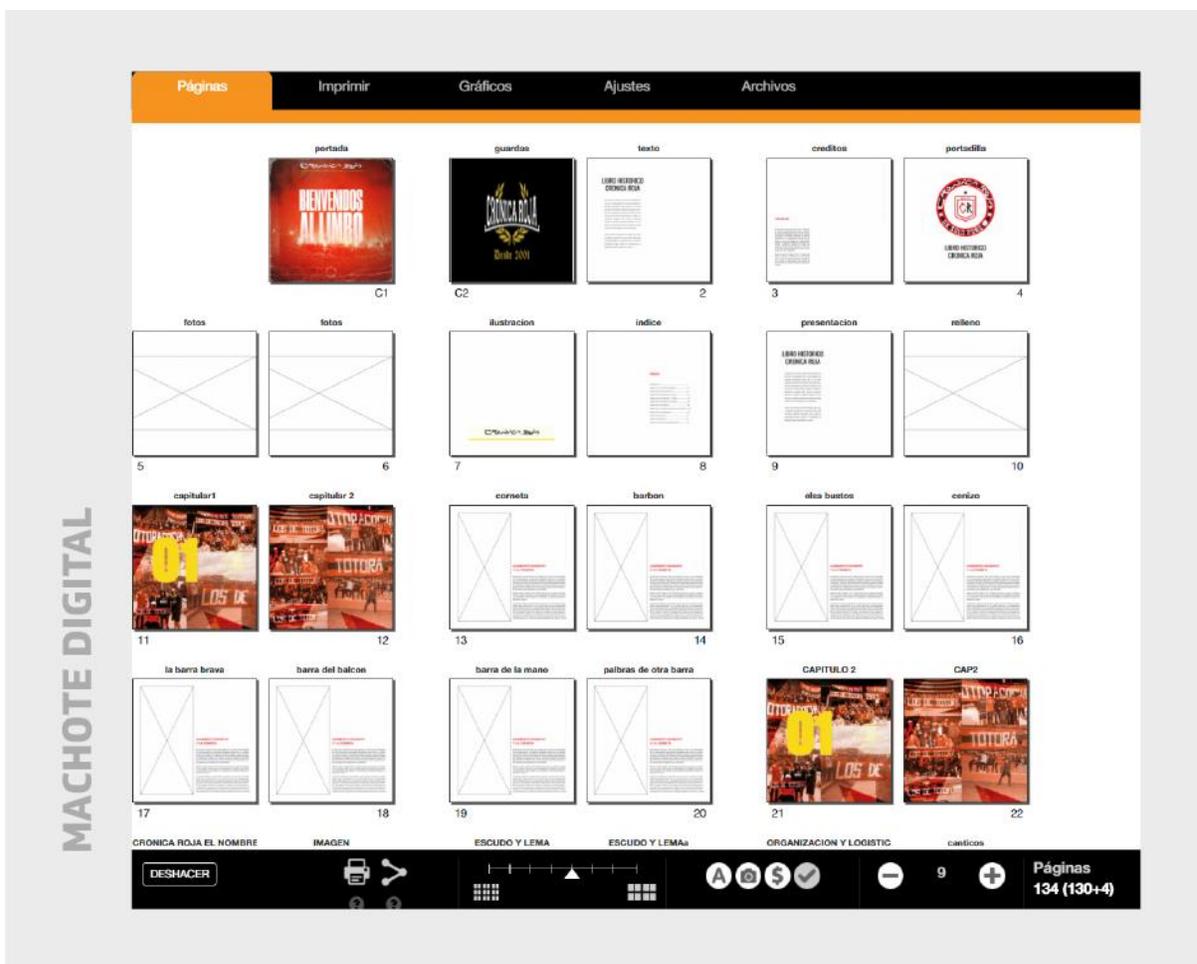


Figura 26, Captura de machote digital flat-plan.com. Autor: Sigcha, P. (2020) Recuperado de: Biblioteca personal.

El siguiente paso fue realizar el bocetaje en un formato cuadrado, pensado para una mejor visualización de imágenes y texto de un contexto histórico. Primero, se realizaron bocetos de los diferentes *layouts* que el libro contiene como portada, guardas, páginas capitulares, índice, texto general (fig. 27).



**Figura 27**, Bocetos de *layouts* para el libro histórico de la barra Crónica Roja. Autor: Sigcha, P. (2020) Recuperado de: Biblioteca personal.

### 3.5 Selección aspectos de diseño editorial

Concluida la etapa de conceptualización y contextualización, donde a manera de guía se creó un eje, se aclararon las necesidades del usuario y el público al que va dirigido, se tomaron las decisiones de diseño editorial con las que se desarrolló el libro histórico de la barra Crónica Roja; de esta manera, se definieron aspectos de forma y función como: formato, retícula, jerarquía de la información, cromática, tipografía, si el libro cuenta con algún tipo de elemento interactivo, el registro fotográfico que se usó y demás aspectos que se detallan a continuación.

#### 3.5.1 Formato

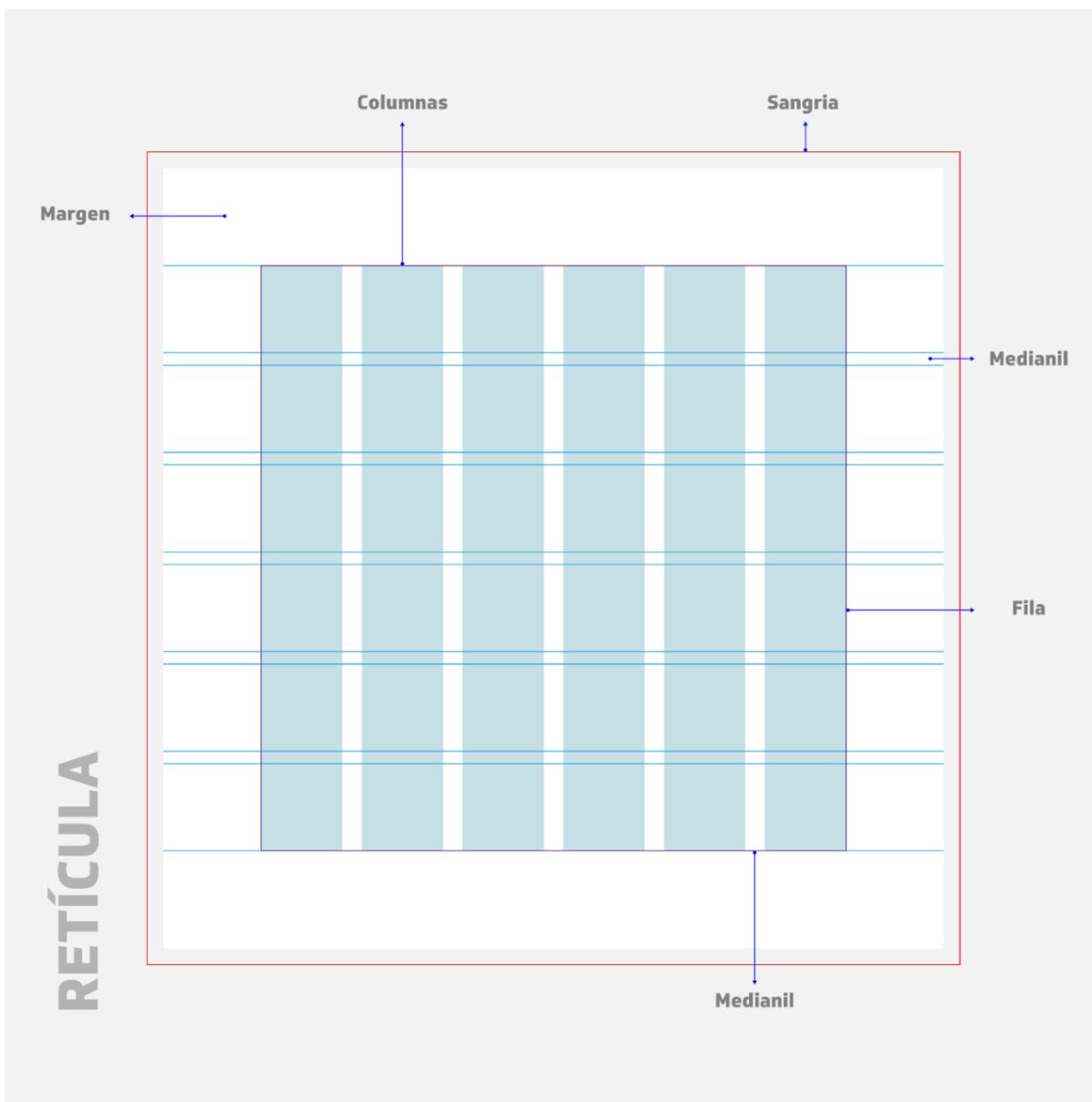
Es de suma importancia, tener un formato con un tamaño adecuado para la publicación editorial, se consideraron elementos como texto, fotografías y demás elementos de información que brinden comodidad al lector. Existen formatos prediseñados para este tipo de publicaciones, sin embargo, se definieron diferentes puntos de importancia para la creación de esta, como el

contexto histórico del libro, su tiempo de vida útil, comodidad para visualizar fotos dentro de este y aspectos secundarios, como hacer del libro una pieza coleccionable.

Dicho esto, frente a los formatos que ofrece la imprenta, se realizó una previa cotización de producción y de costos (ver anexo 3), se tuvieron en cuenta las características de importancia mencionadas anteriormente, determinando que el libro tendría un formato especial, diferente a los preestablecidos por la imprenta para el usuario, ya que no incide en un alza de costo considerable. Finalmente, el formato del libro es de 240 mm x 240 mm cerrado, y 240 mm x 480 mm abierto. Posee un formato cuadrado que representará al lector elegancia, una pieza de colección en donde también se puede realizar una utilización óptima de los recursos gráficos a doble página, dando una mayor importancia visual a los textos y fotografías, captando la atención del lector.

### **3.5.2 Retícula**

Como se mencionó en capítulos anteriores, la retícula es sin duda uno de los aspectos principales en el diseño editorial. Este sistema de líneas imaginarias, nos permite realizar el maquetado de nuestra información para brindar un orden de lectura al usuario. La retícula brinda una coherencia y uniformidad de nuestra información, textos e imágenes. De este modo, la retícula que mayor se adaptó al proyecto, por su complejidad, es una retícula modular que presenta un mejor control al momento de realizar la maquetación. La retícula modular (fig. 28) se compone de seis columnas e igual número de filas con un medianil de 6 mm, además con 30 mm de márgenes internos por todos sus lados y un sangrado de 5 mm para el sobrepase de fotografías.



*Figura 28, Retícula. Autor: Sigcha, P. (2021) Recuperado de: Biblioteca personal.*

### **3.5.3 Tipografía y Jerarquía del Contenido**

Una correcta lectura del texto es fundamental en esta publicación de gran extensión, por lo que la legibilidad de los textos es muy importante para no causar dificultades a los lectores. De igual manera, tras haber realizado un breve análisis del tipo de letras utilizadas en las banderas de la barra Crónica Roja, se decidió integrar una tipografía que asemeja dichas características

visuales. Como se mencionó anteriormente, se deben tener en cuenta ciertos criterios para la elección tipográfica y que esta brinde personalidad al proyecto editorial.

Se tuvo en cuenta, el contexto social del libro y el tono comunicacional con el que se va a llegar al público objetivo. Finalmente, se optó por el uso de tipografías de tipo *sans serif*, es decir de palo seco sin remates en sus terminaciones para los textos principales y largos. Y una tipografía *serif* solo para las entradillas. De acuerdo con lo expuesto anteriormente, se escogieron tipografías que se adapten de la mejor manera al uso de los textos que se van a maquetar como títulos, subtítulos, entradillas, capitulares, numeración, encabezado y que el texto general, al ser extenso, se pueda leer sin causar molestias.

Previo a la elección tipográfica, se realizó un breve análisis de diferentes combinaciones de tipografías, tamaños mínimos, alineaciones (ver anexo 4). Una vez realizado el análisis tipográfico y de tamaños, las tipografías elegidas para la jerarquización de la información (fig. 29) fueron:

*Fixture*: familia tipográfica con variantes y diferentes grosores que ofrecen una máxima funcionalidad para brindar un espacio amigable al lector. Esta familia tipográfica, con sus variaciones, será aplicada para jerarquizar distintos textos de la propuesta como: numeraciones, titulares, descriptores, encabezados, capitulares.

*Treadstone*: familia tipográfica que se utilizó por su similitud con las tipografías empleadas en las banderas de los barristas, además una de sus variaciones tiene un estilo *grunge* que va de acuerdo con el concepto del libro. Esta tipografía será aplicada en subtítulos.

*Soleto*: familia tipográfica con distintas variantes, flexibles que se adaptan a distintas funciones; es una tipografía capaz de funcionar sola, dicho esto se eligió por que funciona bien en grandes áreas de texto.

*Times italic*: es una tipografía *serif* con la cual se quiere dar ese toque histórico, elegante y concreto, esta tipografía será utilizada en las entradillas.

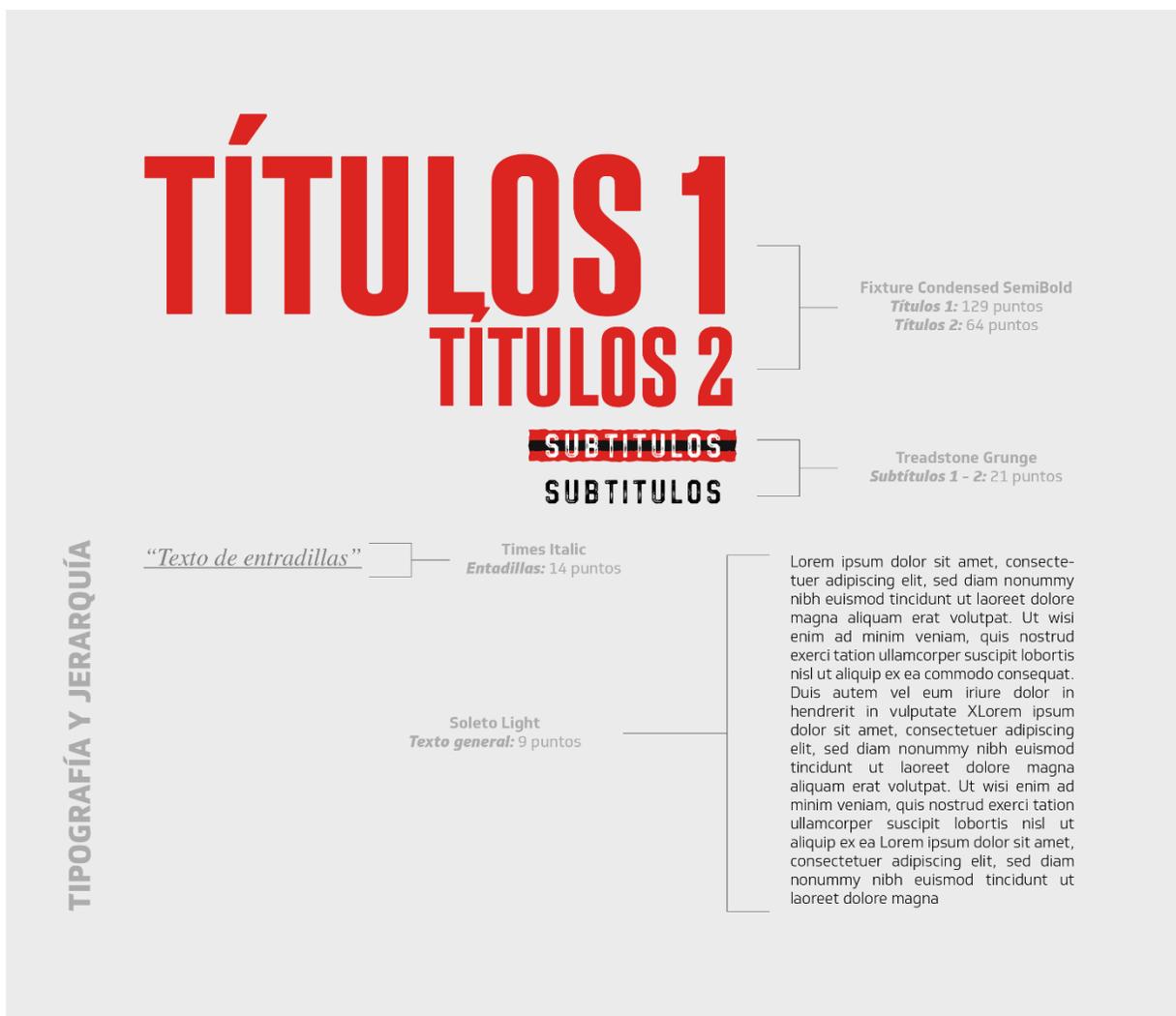


Figura 29, Tipografías y jerarquía de la información. Autor: Sigcha, P. (2021) Recuperado de: Biblioteca personal.

En cuanto a la jerarquía de la información, primero se determinaron las diferentes páginas maestras del libro como capitulares, páginas de inicio de capítulo, páginas simples y páginas dobles; en cualquiera de estos casos se debe tener un orden de lectura correcto; gracias a la jerarquización de la información, se logró equilibrar titulares, subtítulos, texto de corrido,

entradas. De esta manera, para la organización y maquetado de los contenidos se dividió en dos grupos principales: elementos de texto e imágenes.

En los elementos de texto se logró identificar los siguientes tipos:

- ◆ Título del libro
- ◆ Índice
- ◆ Títulos capitulares
- ◆ Títulos de los temas históricos
- ◆ Subtítulos de los temas históricos
- ◆ Entradas en los diferentes temas
- ◆ Texto general o corrido
- ◆ Créditos del libro

Para jerarquizar la información se utilizaron diferentes recursos que ayudan a dar un orden de lectura, como el uso de distintas tipografías, diferentes tamaños de texto, cromática de los textos, diferentes estilos de párrafo y maquetación de estos elementos en las páginas.

De igual manera, en la utilización de los recursos fotográficos que acompañan a los diferentes textos se lograron identificar los siguientes tipos:

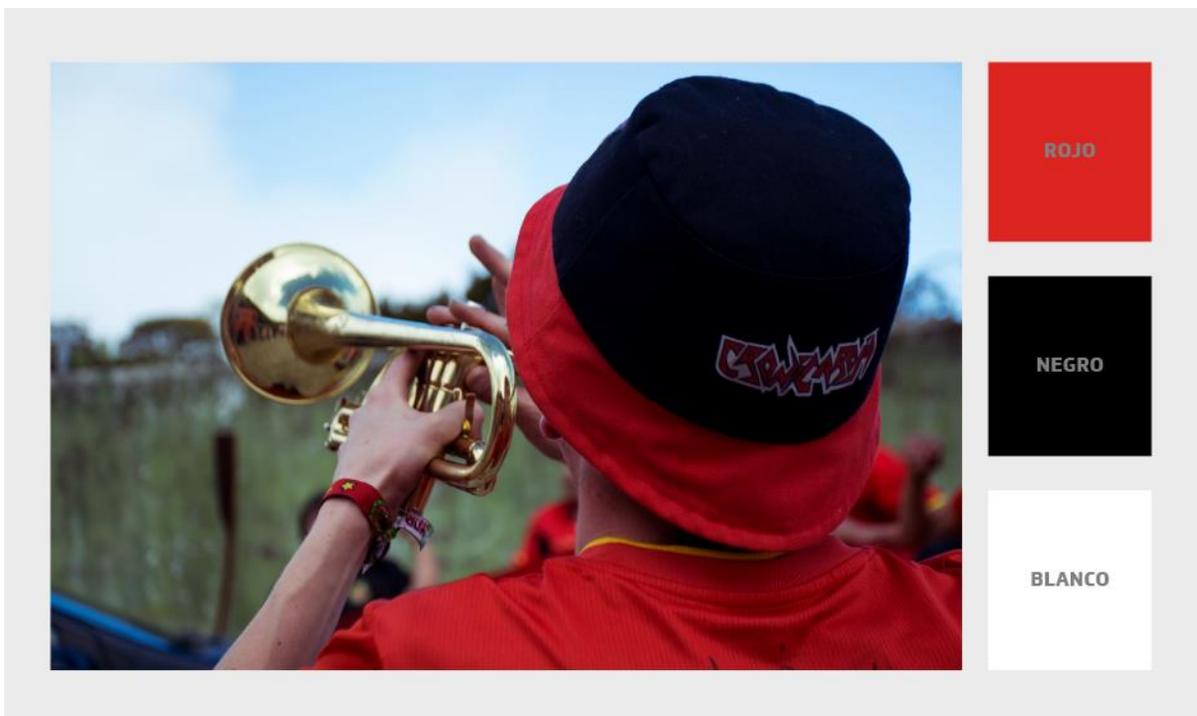
- ◆ Portada
- ◆ Fondo de índice
- ◆ Fondo de capitular
- ◆ Recurso fotográfico que acompaña a los titulares
- ◆ Fotografías que refuerzan los contenidos del libro

## 3.5.4 Cromática

La cromática, en una publicación editorial como un libro, desempeña un papel fundamental, uno de sus objetivos es captar la atención, de igual manera orientar y dirigir al lector con la información presentada. De este modo, se creó una paleta cromática (fig. 30) que representa a los intérpretes principales de este libro, la barra Crónica Roja; en este se encuentran sus colores representativos rojo y negro, evidentes en indumentaria, murales, banderas, bombos, los colores del Club Deportivo Cuenca.

El color rojo, simbólicamente, representa la sangre, revolución, pasión, fuerza, amor, energía, poder, batalla, entre muchas emociones más. En este libro está relacionado directamente con el nombre de la barra Crónica Roja y dentro de sus páginas está presente en la portada, titulares, capitulares, textos de refuerzo para los titulares, elementos decorativos y en las diferentes fotografías.

El color negro por su parte, representa comodidad, protección, firmeza, formalidad, sofisticado, elegancia, entre otras muchas cualidades. Para el libro, el uso del color negro está presente en la portada, en fondos para páginas de inicio de capítulo, en textos corridos y en las diferentes fotografías. Por último, se utiliza un tono de la escala de grises para la numeración, encabezados, entradillas y texturas que estarán presentes en las diferentes páginas.



**Figura 30**, Paleta cromática libro histórico Barra Crónica Roja. Autor: Sigcha, P. (2021) Recuperado de: Biblioteca personal.

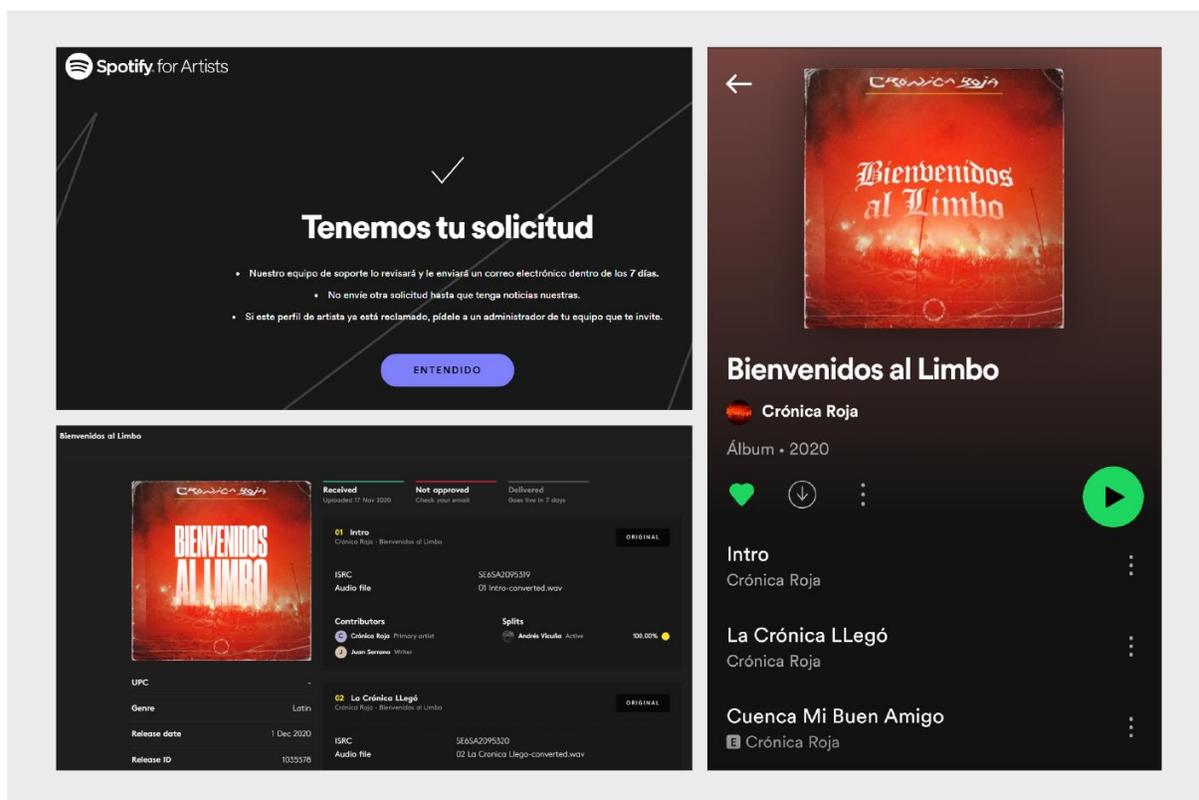
### 3.5.5 Interactividad

La necesidad de que el proyecto transmita el sentimiento de pasión no se quedó solo en páginas y en textos; a petición de referentes de la barra Crónica Roja, se incluyeron canciones de su disco grabado denominado *Bienvenidos Al Limbo*. De igual manera, para conectar las canciones con el libro, se nombraron capítulos con los títulos de las canciones. Para lograr este punto, se requería que las pistas de la barra estuvieran en plataformas digitales que facilitaran el escaneo de la misma y llevaran inmediatamente, a escuchar la canción.

Primeramente, se conversó con los autores del disco, quienes aprobaron la reproducción en plataformas digitales de música (fig. 31); el segundo paso fue preparar los archivos de audio en formato de audio WAV (*Waveform Audio Format*), que es un formato digital sin compresión de datos. El tercer paso fue desarrollar una portada alternativa que cumpla los requisitos mínimos

para las plataformas digitales y como último paso, tras la verificación y aceptación de las plataformas digitales, se estrenó el disco en la plataforma *Spotify* un mes después.

De esta manera, al estar la música en la plataforma *Spotify* se pudo extraer el código de la pista y utilizarlo a conveniencia en los diferentes capítulos del libro; de esta forma, se puede escanear y dirigir al lector hasta la canción elegida. Para esto, es necesario que el lector cuente con la plataforma *Spotify* en su móvil.



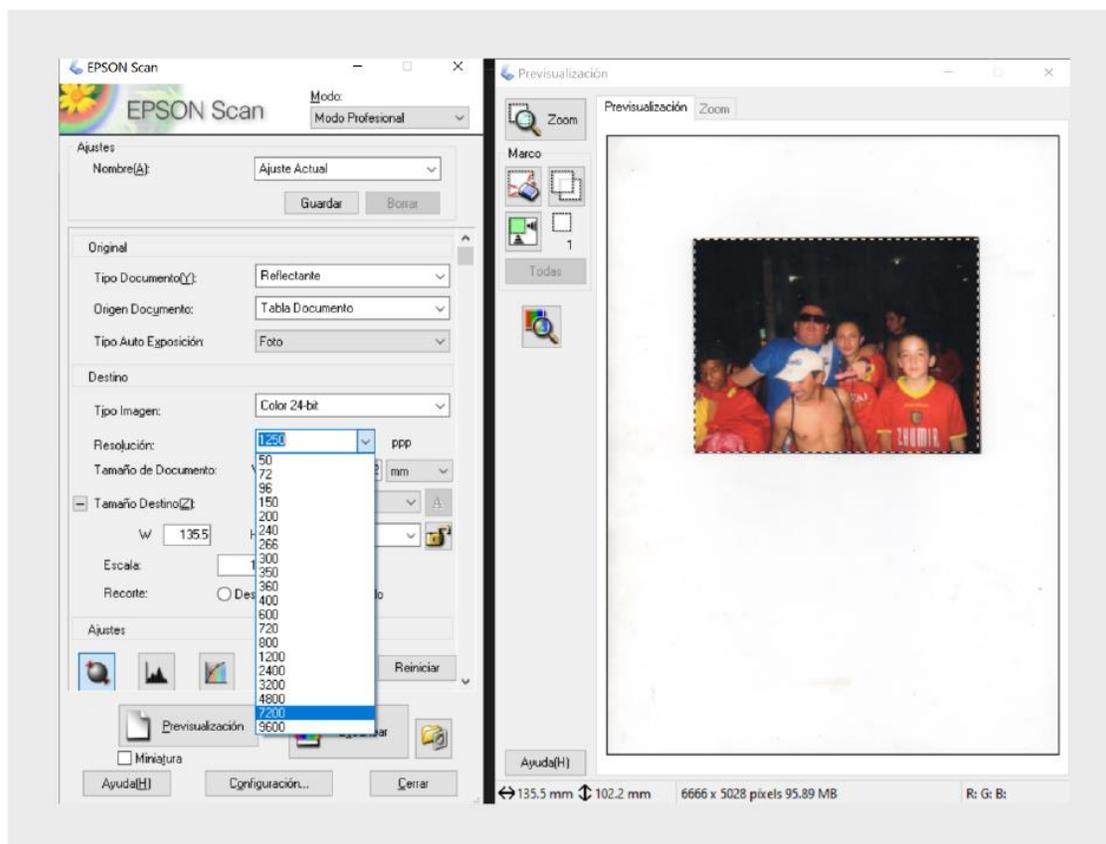
**Figura 31,** Pistas del CD *Bienvenidos al Limbo* de la barra Crónica Roja en la plataforma *Spotify*. Autor: Sigcha, P. (2022) Recuperado de: Biblioteca personal.

### 3.5.6 Imágenes

La barra Crónica Roja ha sido partícipe de diversas actividades en sus años de vida, entre ellas quedan inmortalizados distintos momentos en fotografías; Juan Segarra, líder de la barra, es

el mayor coleccionista de fotografías de la Crónica Roja, quien cuenta con registros desde el año 2002 hasta la fecha. Los archivos que posee son digitales y físicos. De acuerdo con el listado de temas, se crearon carpetas para una mejor organización de las fotografías y como primer paso, se hizo una selección exhaustiva de cada fotografía que va a acompañar a los textos. Sin embargo, no todas las fotografías cumplen con los estándares mínimos para impresión, por lo que nos apoyamos en los registros fotográficos físicos, que sirvieron para realizar un escaneado acorde con los requerimientos de imprenta.

Para la digitalización de fotografías se utilizó el programa *Epson Scan* (fig. 32); para el proceso de escaneo se definió primero, si las fotografías utilizarían la página completa, doble página o un tamaño menor, por lo que, dependiendo la importancia de la fotografía, se utilizaron diferentes resoluciones con el fin de darle holgura a la imagen y posterior en edición, lograr los requerimientos mínimos de impresión.



**Figura 32**, Escaneo de fotografía en el programa *Epson Scan*. Autor: Sigcha, P. (2022) Recuperado de: Biblioteca personal.

Una vez digitalizadas las imágenes y obtenido el registro fotográfico, nos trasladamos al retoque de las imágenes en el programa *Adobe Photoshop*. Se colocaron las imágenes en modo de color RGB y dentro de este perfil de imagen, se realizaron los ajustes de sombras e iluminaciones, brillo y contraste, niveles, eliminación de ruido, eliminación de elementos innecesarios de la imagen, equilibrio de color. Una vez realizados los ajustes necesarios, se convirtió la imagen al perfil de color CMYK para exportarla en formato EPS.

Por último, si bien las fotografías no forman parte de una sola serie fotográfica, el trabajo de edición logró que estas tengan una similitud entre sí, aplicando un mismo estilo de edición. En la maquetación, las fotografías se aplicaron de acuerdo con su importancia, en donde se destacan

en orden de prioridad, las más relevantes de las de menor impacto y contexto histórico, presentando un mensaje más claro al lector mediante la interpretación de estas.

### ***3.5.7 Diseño de Páginas Interiores – Layouts***

Guardas: se utilizó el nombre de la barra Crónica Roja y se abstraieron las iniciales “CR” empleadas en los parches de sus bombos, para formar un patrón inclinado, dándole movimiento y ritmo. El diseño fue inspirado en los murales que los barristas realizan para apoyar al equipo. Sobre este patrón se aplicó una textura de partículas que se asemejan a las paredes desgastadas, donde los barristas plasman su arte.

Portadilla: se utilizó el título de la obra, acompañada de un recurso gráfico, una repetición de estrellas de cuatro puntas que simbolizan los momentos históricos de la barra, de igual manera se incluyó al autor de la obra en la parte inferior.

Introducción: se inicia con las palabras escritas por Juan Segarra, líder de la barra, quien da la bienvenida al lector; es una página sobria con una textura de partículas de fondo.

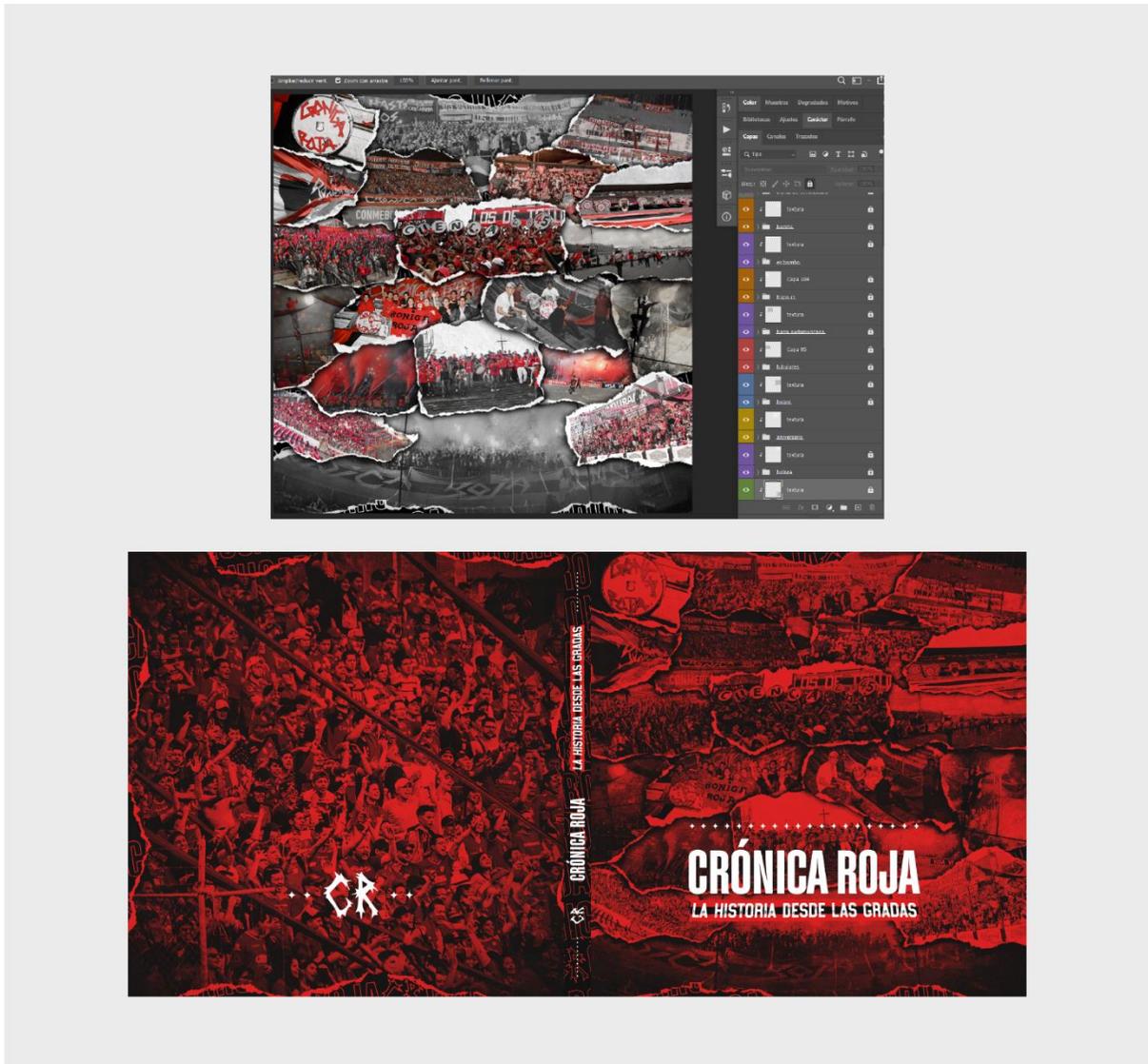
Índice y paginas capitulares: se utilizaron imágenes a doble página y en blanco y negro, logrando que el texto contraste sobre el fondo; se utilizaron fotografías con momentos especiales y detalles de los instrumentos de la barra, personajes tatuados los emblemas del equipo y de la hinchada, recibimientos históricos, entre otros. En la página del índice se disponen los elementos por capítulos, de una manera escalonada, creando una figura similar a las gradas del estadio lugar donde se crean las historias. En las páginas de inicio a un nuevo capítulo, se decidió darle movimiento y distorsión con un estilo similar al que forman las banderas de los barristas, por lo que estas imágenes tienen texturas de tela y distorsiones que simulan el movimiento de las banderas.

Cuerpo de la obra: en este tipo de páginas tenemos dos niveles: la primera página al iniciar el capítulo, la cual consta de un fondo negro, sobre este está aplicado un recurso gráfico vectorial de la hinchada el club. El título destaca sobre los demás textos y se acompaña de un recurso gráfico que representa al hincha. Para las siguientes páginas de texto general, se utiliza fondo blanco aplicándole una textura de partículas; sobre este los textos, con titulares de gran tamaño para crear una jerarquía marcada, las imágenes acompañan y ayudan a interpretar los textos presentados.

### **3.5.8 Diseño de Portada, Contraportada y Lomo**

En la creación de la portada (fig. 33), como primer paso, se optó por realizar una selección exhaustiva de imágenes correspondientes a 20 momentos históricos de la barra Crónica Roja, las que a manera de *collage* y con un estilo de cortes de papel, se fueron mostrando de una manera poco implícita, creando ese sentimiento de sumergirse en el contenido del libro; se aplicó un mapa de degradado sobre estas imágenes, para crear un fondo rojo y negro, se decidió dar un estilo de papel roto y de la misma manera, un efecto de trama de semitono similar al que se emplea en los periódicos. En la portada, además, se colocó el título del libro con un estilo de párrafo similar al de las páginas interiores.

Para el lomo, se utilizó un fondo negro con una textura formada a partir de las palabras Crónica Roja, partículas de grietas en color rojo y sobre este, el identificador de la barra con las iniciales “CR” acompañado del título de la obra y recursos gráficos de estrellas. Para la contraportada, se utilizó una sola fotografía, mostrando un momento de júbilo, se aplicó un mapa de degradado y una textura de trama de semitono.



*Figura 33*, Elaboración de la portada, contraportada y el lomo libro Crónica Roja. Autor: Sigcha, P. (2022)

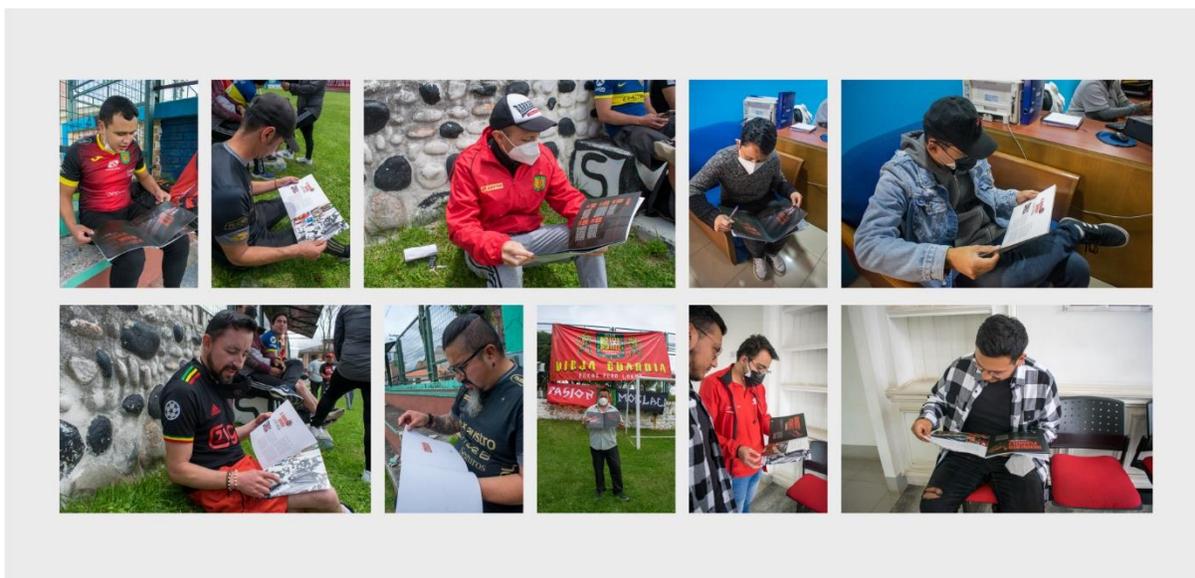
Recuperado de: Biblioteca personal.

### 3.6 Construcción del prototipo y evaluación final de los usuarios

#### 3.6.1 Evaluación del Prototipo

Previo a la construcción del prototipo final, se diagramaron los cinco primeros capítulos del libro, con todos sus *layouts* y de acuerdo a la metodología de Gui Bonsiepe, se realizó una evaluación (fig. 34) para obtener sugerencias y su posterior desarrollo de correcciones eventuales al producto final. Dicho esto, se imprimieron las quince primeras páginas del proyecto a tamaño

real e impresión láser, con el fin de precisar los colores y formato escogidos. Posteriormente, se realizó la evaluación mediante un formulario de *Google* en donde se plantearon preguntas orientadas a los aspectos esenciales de diseño editorial aplicados en el proyecto. El testeo fue dirigido a los referentes de la hinchada y a profesionales en diseño gráfico, obteniendo una retroalimentación para correcciones eventuales de legibilidad, cantidad de texto, recursos gráficos, uso de imágenes, y otros.



**Figura 34,** Prueba del prototipo impreso a escala real y evaluación. Autor: Sigcha, P. (2022) Recuperado de: Biblioteca personal.

### **3.6.2 Resultados de la Evaluación**

Al finalizar la encuesta aplicada a los referentes de la hinchada y profesionales de diseño gráfico, se obtuvieron resultados favorables de la evaluación (fig. 35), siendo el formato cómodo y manejable para los usuarios, de igual manera el estilo gráfico, cromática, diagramación, acorde al público objetivo. En cuanto a las texturas, estas no interfirieron en la lectura de la mayoría de encuestados. En las páginas de índice e inicio de capítulos, según la mayoría de usuarios, existió un correcto orden de lectura, del mismo modo, los usuarios estuvieron de acuerdo con las

fotografías utilizadas en estas páginas. Para la mayoría de usuarios, las páginas con temas varios fueron acertadas; resultaron legibles, con la cantidad de texto adecuada, los recursos utilizados y estilo, resultaron convenientes. Por último, se preguntó, qué sentimiento creaba el prototipo en los usuarios, donde la mayoría rescató la pasión, emoción y un mínimo de nostalgia.

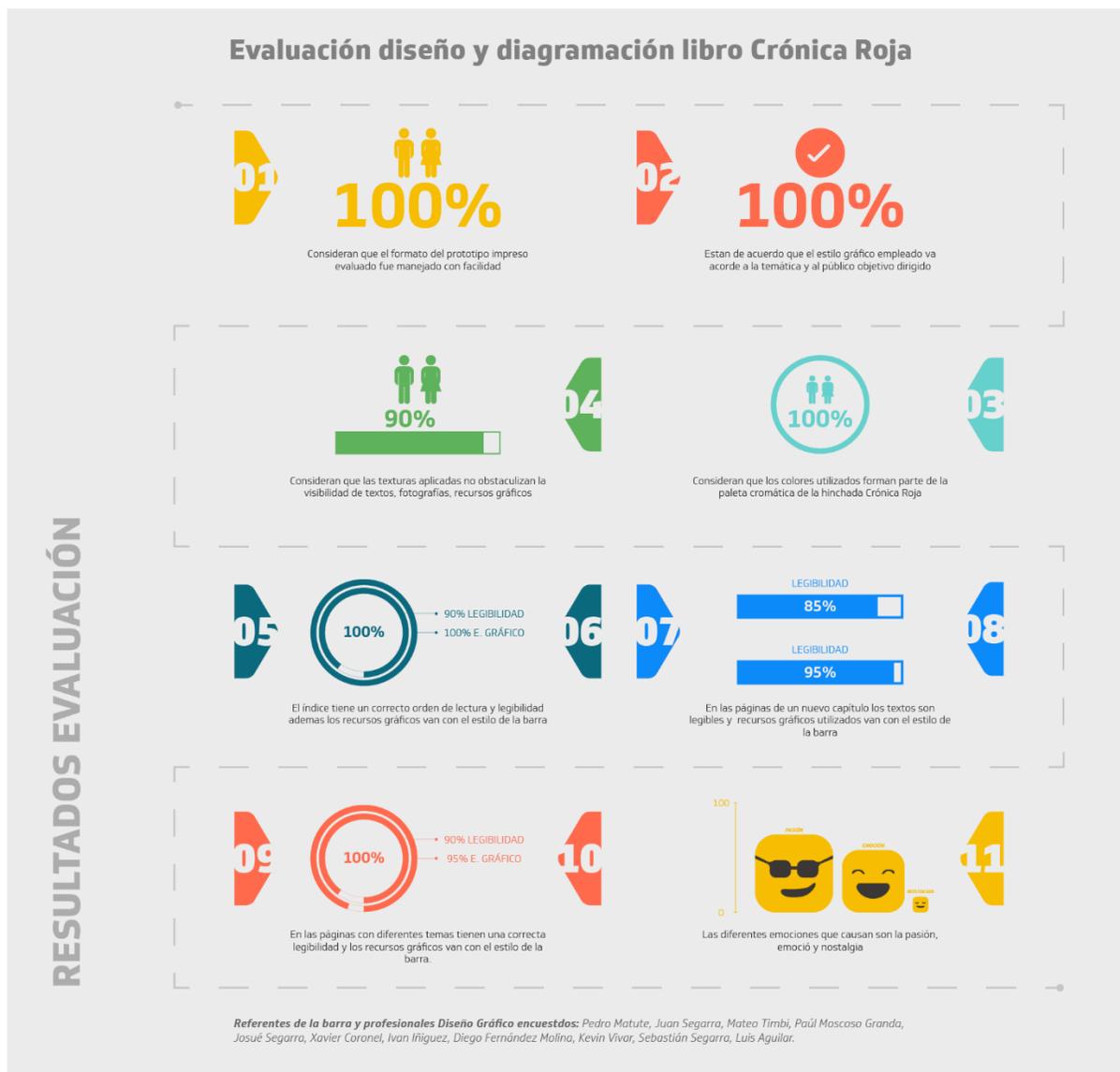


Figura 35, Resultados de la evaluación. Autor: Sigcha, P. (2022) Recuperado de: Biblioteca personal.

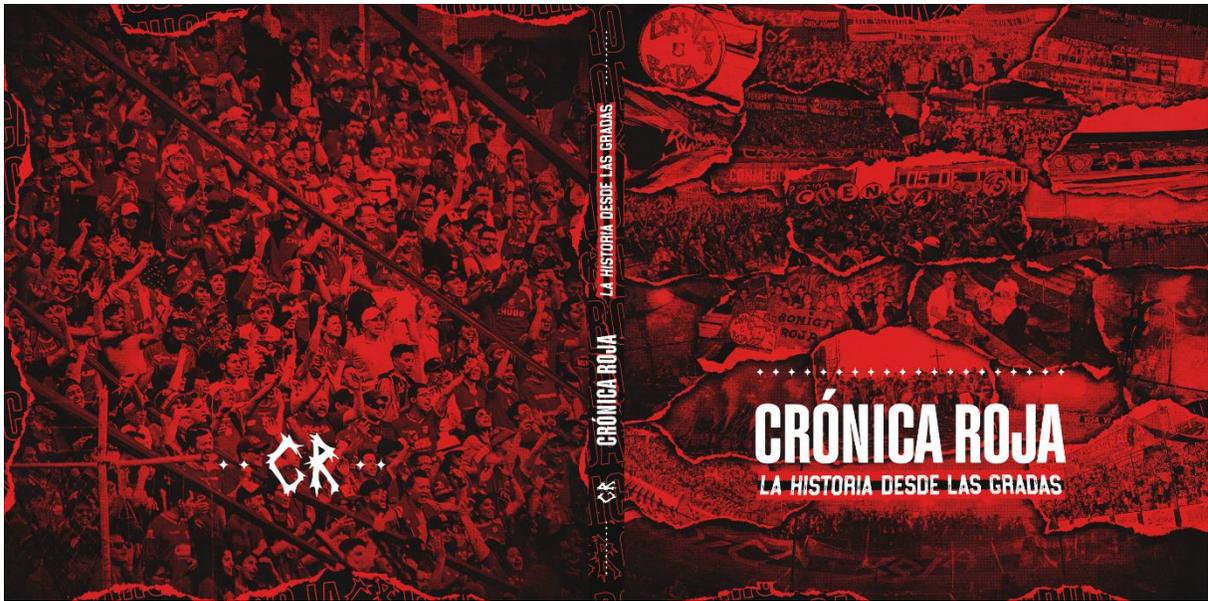
## 3.7 Producción del libro

### 3.7.1 Evaluación de Costos

Previo a la elección de formato, se realizó una evaluación de costos para una producción de largo tiraje en la imprenta Monsalve Moreno (ver anexo 3); el costo de un formato convencional A4 no representó mayor diferencia con el formato elegido, por lo que se decidió un formato especial cuadrado, con pasta dura, papel *couche* de 150 gr, acabados especiales a *full color*. Para la construcción del prototipo, se realizó una evaluación de costo en la imprenta Grafisum con una proforma para un solo ejemplar; sin embargo, el costo fue elevado para lograr un prototipo con los acabados deseados (ver anexo 5). Se recomienda la impresión *offset* de largo tiraje a cuatro colores, con el fin de aminorar costos en el valor unitario de cada libro.

### 3.7.2 Libro *Crónica Roja: la Historia desde las Gradadas*

Se completaron cinco de los seis capítulos del libro, sin embargo, la complejidad del capítulo final retrasó el proyecto por la falta de material escrito y gráfico por parte de los referentes de la barra Crónica Roja; la impresión del libro se realizará, una vez estos requerimientos estén a disposición para culminar la diagramación y edición de fotografías. Luego de haber conocido el costo unitario del prototipo, se optará por un prototipo a escala del libro final 1:1,2 con el fin de ilustrar y palpar el producto. A continuación, se podrán apreciar los *layouts* del libro:



*Figura 36*, Portada, contraportada y el lomo del libro *Crónica Roja. La historia desde las gradas*. Autor: Sigcha, P. (2022) Recuperado de: Biblioteca personal.



*Figura 37*, Páginas 4 y 5 del libro *Crónica Roja. La historia desde las gradas*. Autor: Sigcha, P. (2022) Recuperado de: Biblioteca personal.



Figura 38, Páginas 8 y 9 del libro *Crónica Roja. La historia desde las gradas*. Autor: Sigcha, P. (2022) Recuperado de: Biblioteca personal.

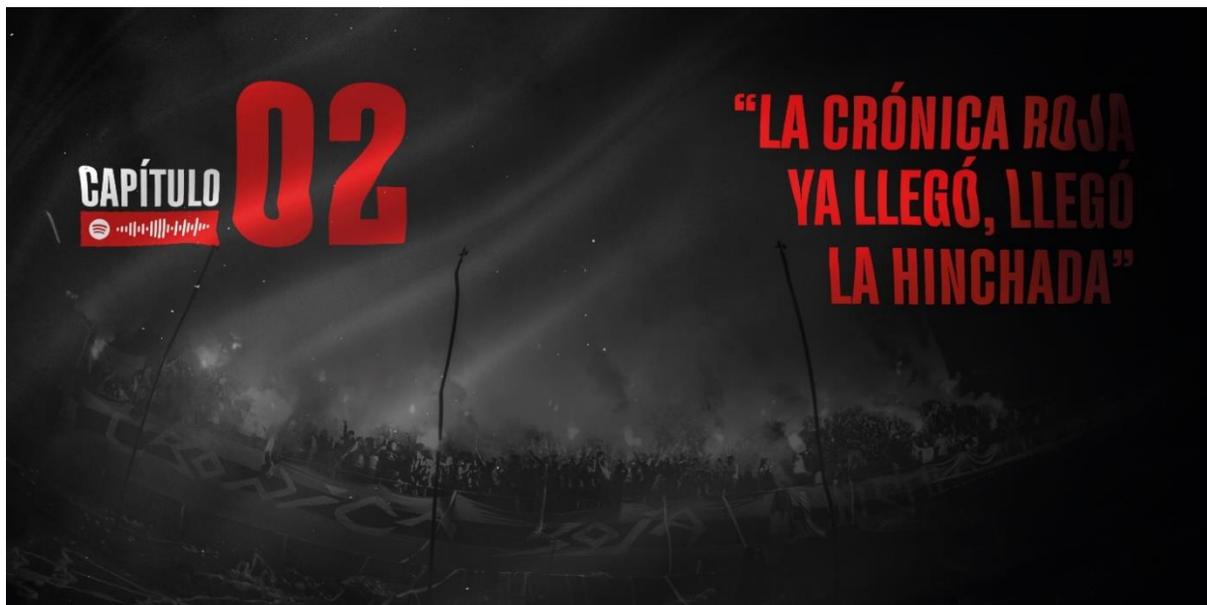


Figura 39, Páginas 28 y 29 del libro *Crónica Roja. La historia desde las gradas*. Autor: Sigcha, P. (2022) Recuperado de: Biblioteca personal.



Figura 40, Páginas 100 y 101 del libro *Crónica Roja. La historia desde las gradas*. Autor: Sigcha, P. (2022)

Recuperado de: Biblioteca personal.



Figura 41, Páginas 62 y 63 del libro *Crónica Roja. La historia desde las gradas*. Autor: Sigcha, P. (2022)

Recuperado de: Biblioteca personal.

Finalmente, se realizaron maquetas para que los miembros de la barra Crónica Roja puedan percibir el resultado final del producto, que, una vez entregado los insumos necesarios para el capítulo final, se podrá observar físicamente. A continuación, los *mockups* del proyecto:



**Figura 42,** *Mockup* portada, contraportada y lomo del libro *Crónica Roja. La historia desde las gradas*. Autor: Sigcha, P. (2022) Recuperado de: Biblioteca personal.



**Figura 43,** *Mockup* páginas 62 y 63 del libro *Crónica Roja. La historia desde las gradas*. Autor: Sigcha, P. (2022) Recuperado de: Biblioteca personal.



**Figura 44,** Mockup páginas 6 y 7 del libro *Crónica Roja. La historia desde las gradas*. Autor: Sigcha, P. (2022)

Recuperado de: Biblioteca personal.

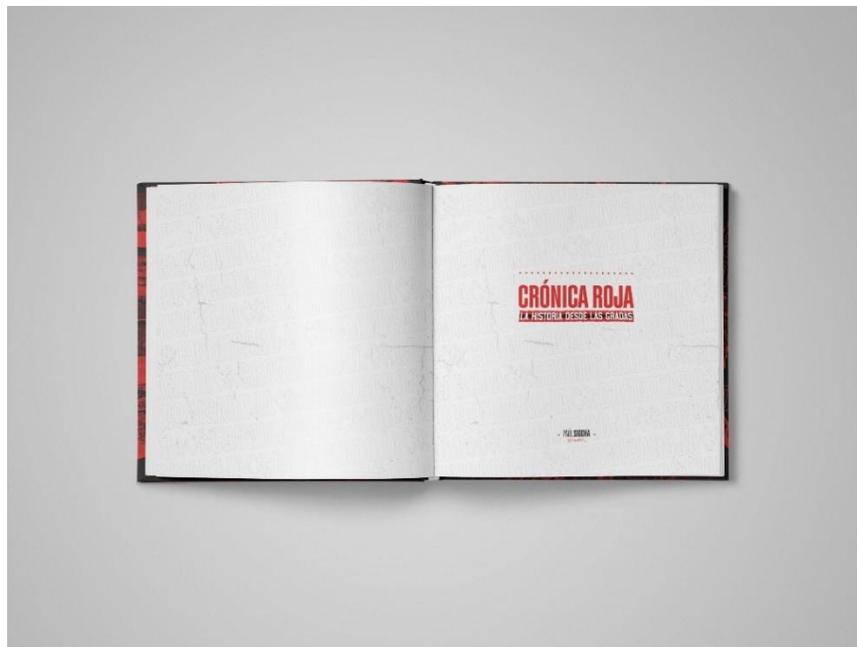


**Figura 45,** Mockup páginas 28 y 29 del libro *Crónica Roja. La historia desde las gradas*. Autor: Sigcha, P. (2022)

Recuperado de: Biblioteca personal.



**Figura 46,** Mockup páginas 100 y 101 del libro *Crónica Roja. La historia desde las gradas*. Autor: Sigcha, P. (2022) Recuperado de: Biblioteca personal.



**Figura 47,** Mockup páginas 4 y 5 del libro *Crónica Roja. La historia desde las gradas*. Autor: Sigcha, P. (2022) Recuperado de: Biblioteca personal.



*Figura 48, Mockup páginas 8 y 9 del libro Crónica Roja. La historia desde las gradas. Autor: Sigcha, P. (2022)*

Recuperado de: Biblioteca personal.



*Figura 49, Mockup páginas 12 y 13 del libro Crónica Roja. La historia desde las gradas. Autor: Sigcha, P. (2022)*

Recuperado de: Biblioteca personal.

## 3.8 Conclusiones y recomendaciones

El desarrollo de este proyecto editorial nos permite rescatar la importancia de los grupos sociales que existen en la ciudad, y que muchas veces pasan inadvertidos; en la construcción del proyecto se conversó con diferentes personajes de la afición cuencana, cada uno tiene su historia y realidad, y mediante este libro pudieron expresar sentimientos muchas veces rechazados por la ciudadanía; de igual manera, los referentes de la barra Crónica Roja, hinchas destacados y familiares, se mostraron gustosos de poder enseñar una pequeña parte de su vida mediante esta publicación, acompañada con anécdotas y fotografías que certifican los momentos. Desde el inicio, se planteó quitar el estigma negativo de la sociedad a estos grupos, y se logró evidenciar de una manera favorable mediante las acciones que realizan; este proyecto es un aporte más a la construcción de una sociedad equilibrada.

Del mismo modo, se aplicaron métodos de investigación que en lo personal no había profundizado; se desarrolló un esquema con los contenidos y los personajes que debían aportar al texto del libro, se logró conversar con el total de estas personas y mediante la investigación de campo, se conoció de manera directa, la historia de cada personaje, del mismo modo, a través de sus emociones, se pudo interpretar que querían transmitir y de este modo se logró aplicarlo en el estilo gráfico planteado.

La metodología denominada “Método de proyectación de Gui Bonsiepe” permitió que la complejidad del proyecto fuera resuelta en diferentes pasos y subpasos que se cumplieron a cabalidad. La utilización de esta brindó un desarrollo fluido del proyecto, sin embargo, se puede optar por la metodología que más convenga al diseñador para el desarrollo de proyectos similares. Se rescata el análisis de costos como herramienta, que dio a conocer de primera mano,

el valor unitario y de largo tiraje de estos productos editoriales, del mismo modo influyen en decisiones de diseño como formato, acabados, uso de fotografías, entre otros.

Los costos para un prototipo, con los acabados deseados, fueron elevados; sin embargo, se optó por una alternativa más económica, que posibilitó palpar el estilo gráfico aplicado, el uso de textos, recursos fotográficos y el uso de plataformas digitales como apoyo a la publicación editorial, haciéndola más dinámica y atractiva para el público objetivo. De igual manera, el prototipo se sometió a evaluación por parte de usuarios y profesionales permitiendo conocer aciertos y desaciertos en la construcción de la publicación, los que a *posteriori* servirán para tomarlos en cuenta en el desarrollo de diferentes publicaciones editoriales.

Recomendaciones: Un proyecto editorial se puede realizar de manera individual, pero es favorable apoyarse de un equipo de trabajo que incluya investigadores, comunicadores, especialistas literarios, cuyo aporte signifique reducir los plazos para la producción de estos proyectos.

Sumado a lo anterior, es importante involucrarse como diseñador directamente con el usuario, ya que así se conocerá que es lo que desea transmitir en la publicación mediante sus emociones.

De igual manera, en el desarrollo del proyecto se presentan problemas ajenos que no son tomados en cuenta al inicio, por lo que es necesario prever diferentes situaciones que podrían retrasar al proyecto, sin embargo, se deben desarrollar alternativas de comunicación, buscar alternativas económicas para el desarrollo de prototipos y de igual manera, apoyarse de la tecnología para crear productos más dinámicos.

## Referencias

- Álvarez, D. (2015). *Diseño editorial lo que debes saber*. Buenos Aires, Argentina: The SignHaus. Recuperado de <https://librospdfgratis.org/index.php/2015/11/22/diseño-editorial-lo-que-debes-saber-diego-luis-alvarez-fernandez-pdf/>
- Ambrose, G., & Harris, P. (2004). *Formato*. Barcelona, España: Parramón. Recuperado de <https://corazondpapel.wordpress.com/2012/08/25/descarga-formato-de-ambrose-harris-editorial-grafico/>
- Ambrose, G., & Harris, P. (2007). *Layout*. Barcelona, España: Parramón Ediciones. Recuperado de <https://drive.google.com/drive/u/1/my-drive>
- Acuña, A. (2018). "Valores del espectáculo de fútbol en el estadio un estudio de caso". *Retos*, 96-101. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6367733>
- Bergström, B. (2009). *Tengo algo en el ojo: Técnicas esenciales de comunicación visual*. (X. F. Gener, Trad.) Barcelona, España: Promopress. Recuperado de <https://drive.google.com/drive/u/1/folders/0B-yzfQyUhlNpaG5HSTlIT01tZEU>
- Bhaskaran, L. (2006). *¿Qué es el diseño editorial?*. Barcelona, España: Index Book S.L. Recuperado de <https://vdocuments.mx/que-es-el-diseno-editorial-lakshmi-bhaskaranpdf.html>
- Brito, J. C. (2021). *Glóbulos Rojos*. (P. Sigcha, Entrevistador) Cuenca, Azuay, Ecuador.
- Castro, J. A. (2010). *Etnografía de hinchadas en el fútbol: Una revisión bibliográfica*. Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/maguare/article/view/22738>
- Cevallos, R., Perez, E. (2021). P. Sigcha, Entrevistador Cuenca, Azuay, Ecuador.

- Contreras, S. (2012). *La importancia del fútbol en la sociedad*. Educaduc Recuperado de <https://educaduc.wordpress.com/2012/08/23/la-importancia-del-fútbol-en-la-sociedad/>
- Coronel, X., Matute, D., Proaño, J., & Proaño, J. (2021). Crónica Roja Historia e Inicios. (P. Sigcha, Entrevistador) Cuenca, Azuay, Ecuador.
- Crespo, A. E. (2015). *Historia del Club Deportivo Cuenca*. Cuenca, Azuay, Ecuador: Universidad del Azuay. Recuperado de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/4962>
- Echeverría, S. (2012). *Fútbol Y Barras Bravas: Identidad De La Barra Muerte Blanca*. Quito: PUCE. Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/10879>
- Farez, B. (2021). "Barra De La Mano". (P. Sigcha, Entrevistador) Cuenca, Azuay, Ecuador.
- Gutierrez, I. S. (2017). "Razones para considerar a los textos digitales interactivos como uno más de los productos editoriales". *Tecnología & Diseño*(8), 10-23. Recuperado de <https://revistatd.azc.uam.mx/index.php/rtd/article/view/20>
- Haslam, A. (2007). *Creación, diseño y producción de libros*. Barcelona, España: Blume. Recuperado de [https://issuu.com/editorialblume/docs/issuu\\_libros](https://issuu.com/editorialblume/docs/issuu_libros)
- Iñiguez, I. (2021). Barra del balcón. (P. Sigcha, Entrevistador) Cuenca, Azuay, Ecuador.
- Jaramillo, S. (2021). Barra Brava. (P. Sigcha, Entrevistador) Cuenca, Azuay, Ecuador.
- Mosquera, M. (2021). Barbón Quinde. (P. Sigcha, Entrevistador) Recuperado el 31 de Enero de 2021
- Proaño, J. (2016). *Elaboración de un modelo de valor de marca en el Club Deportivo Cuenca*. Cuenca, Azuay, Ecuador: Universidad del Azuay. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/5512>

Proaño, J. P. (2020). Juan Pablo Proaño Fundador de la barra Crónica Roja. (P. Sigcha, Entrevistador) Cuenca, Azuay, Ecuador.

Rodas, J. (2019). *Análisis del consumo de medios de comunicación de los hinchas del Club Deportivo Cuenca*. Cuenca, Azuay, Ecuador: Universidad del Azuay. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/8700>

Sanmartín, A. (2014). *Rediseño de la imagen global del Club Deportivo Cuenca*. Cuenca, Azuay, Ecuador: Universidad del Azuay. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/3884>

Segarra, J. (2020). Organización y Logística de la barra Crónica Roja. (P. Sigcha, Entrevistador) Cuenca, Azuay, Ecuador.

Segarra, J. (2021). Crecimiento de la instrumental. (P. Sigcha, Entrevistador) Cuenca, Azuay, Ecuador.

## **Figuras**

Figura 1. Sigcha, P. (2018). D. Cuenca vs U. Católica. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 2. Sigcha, P. (2022). Principales Barras Bravas Ecuatorianas. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 3. Sigcha, P. (2022). Escudo Club Deportivo Cuenca. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 4. Ortega, D. (2017). Estadio Alejandro Serrano Aguilar y la hinchada del Deportivo Cuenca. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 5. Sigcha, P. (2021). Hinchas y barras del Club Deportivo Cuenca. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 6. Sigcha, P. (2018). Barra Crónica Roja, hinchada del Club Deportivo Cuenca. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 7. Sigcha, P. (2022). Registros fotográficos físicos de Juan Segarra sobre la Barra Crónica Roja. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 8. Sigcha, P. (2021). Tipos de productos editoriales. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 9. Sigcha, P. (2021). Series A y B formatos de impresión. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 10. Sigcha, P. (2021). Sistema de retícula modular. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 11. Sigcha, P. (2021). Diferentes tipos de fuentes tipográficas. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 12. Sigcha, P. (2021). Imágenes en productos editoriales. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 13. Sigcha, P. (2021). Circulo cromático. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 14. Sigcha, P. (2021). Maquetación en diseño editorial. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 15. Sigcha, P. (2021). Jerarquía de información en diseño editorial. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 16. Sigcha, P. (2021). Diario El Mercurio, Cuenca. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 17. Sigcha, P. (2021). Diseño editorial de revistas. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 18. Sigcha, P. (2021). Diseño editorial de libros. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 19. Sigcha, P. (2021). 40000 historia de una pasión inigualable. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 20. Ghilardi, G. (2018). Cordel Tricolor: A História Do São Paulo FC Em Versos. Recuperado de: <https://cargocollective.com/gigio/Cordel-Tricolor-Book>

Figura 21. Bertolotto, M. (2017). Mientras viva tu bandera. Recuperado de: <https://www.behance.net/gallery/59120827/Mientras-tu-bandera-viva-River-Plate>

Figura 22. Sigcha, P. (2021). Libro histórico. Club Deportivo Cuenca. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 23. Sigcha, P. (2021). Moodboard producto editorial. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 24. Sigcha, P. (2021). Moodboard recursos gráficos. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 25. Sigcha, P. (2021). Moodboard maquetación. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 26. Sigcha, P. (2020). Captura de machote digital flat-plan.com. Recuperado de:  
Biblioteca personal.

Figura 27. Sigcha, P. (2020). Bocetos de layouts para el libro histórico de la barra Crónica Roja.  
Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 28. Sigcha, P. (2021). Retícula. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 29. Sigcha, P. (2021). Tipografías y jerarquía de la información. Recuperado de:  
Biblioteca personal.

Figura 30. Sigcha, P. (2021). Paleta cromática libro histórico Barra Crónica Roja. Recuperado  
de: Biblioteca personal.

Figura 31. Sigcha, P. (2022). Pistas del CD Bienvenidos al Limbo de la barra Crónica Roja en la  
plataforma Spotify. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 32. Sigcha, P. (2022). Escaneo de fotografía en el programa Epson Scan. Recuperado de:  
Biblioteca personal.

Figura 33. Sigcha, P. (2022). Elaboración de la portada, contraportada y el lomo libro Crónica  
Roja. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 34. Sigcha, P. (2022). Prueba del prototipo impreso a escala real y evaluación.  
Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 35. Sigcha, P. (2022). Resultados de la evaluación. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 36. Sigcha, P. (2022). Portada, contraportada y el lomo del libro Crónica Roja. La historia desde las gradas. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 37. Sigcha, P. (2022). Páginas 4 y 5 del libro Crónica Roja. La historia desde las gradas. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 38. Sigcha, P. (2022). Páginas 8 y 9 del libro Crónica Roja. La historia desde las gradas. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 39. Sigcha, P. (2022). Páginas 28 y 29 del libro Crónica Roja. La historia desde las gradas. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 40. Sigcha, P. (2022). Páginas 100 y 101 del libro Crónica Roja. La historia desde las gradas. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 41. Sigcha, P. (2022). Páginas 62 y 63 del libro Crónica Roja. La historia desde las gradas. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 42. Sigcha, P. (2022). Mockup portada contraportada y lomo del libro Crónica Roja. La historia desde las gradas. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 43. Sigcha, P. (2022). Mockup páginas 62 y 63 del libro Crónica Roja. La historia desde las gradas. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 44. Sigcha, P. (2022). Mockup páginas 6 y 7 del libro Crónica Roja. La historia desde las gradas. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 45. Sigcha, P. (2022). Mockup páginas 28 y 29 del libro Crónica Roja. La historia desde las gradas. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 46. Sigcha, P. (2022). Mockup páginas 100 y 101 del libro Crónica Roja. La historia desde las gradas. Recuperado de: Biblioteca personal.

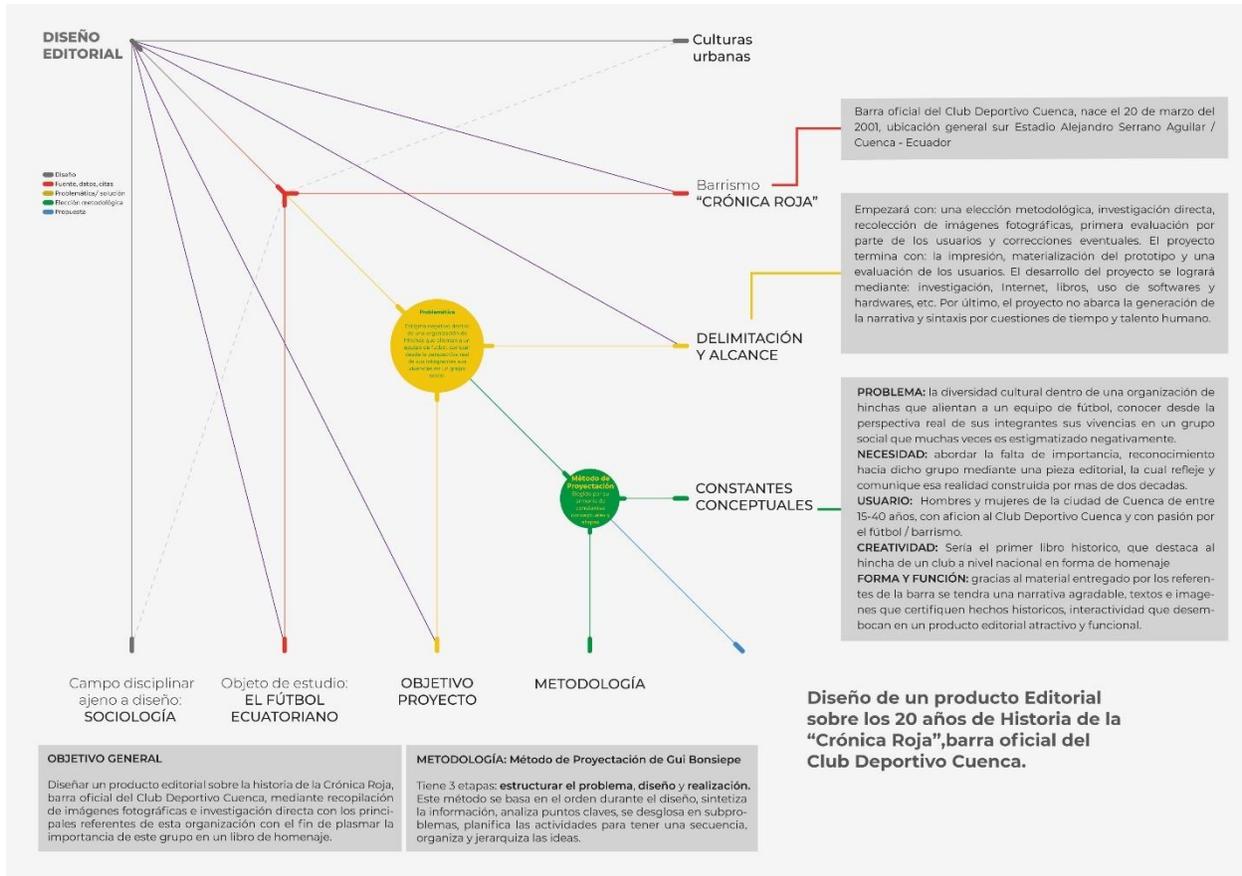
Figura 47. Sigcha, P. (2022). Mockup páginas 4 y 5 del libro Crónica Roja. La historia desde las gradas. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 48. Sigcha, P. (2022). Mockup páginas 8 y 9 del libro Crónica Roja. La historia desde las gradas. Recuperado de: Biblioteca personal.

Figura 49. Sigcha, P. (2022). Mockup páginas 12 y 13 del libro Crónica Roja. La historia desde las gradas. Recuperado de: Biblioteca personal.

## Anexos

### Anexo I. Cuadro de proyección metodológica Gui Bonsiepe.



## Anexo 2. Brief de diseño editorial aplicado en el proyecto.

### Brief de diseño Editorial

1. **Institución/organización:** Barra Crónica Roja Ecuador
2. **Diseñador:** Paúl Sigcha
3. **Coordinador de la organización:** Juan Sebastián Segarra
4. **Publicación/Encargo:** Publicación editorial Libro historia Crónica Roja
5. **Fecha:** Junio 2021

#### Antecedentes e historia, acerca de la organización

6. **Nombre:** Barra Crónica Roja
7. **Dirección:** Av. Del Estadio
8. **Ciudad:** Cuenca
9. **País:** Ecuador
10. **Teléfono:** 0992826964

#### Acerca de la organización/Breve reseña histórica

**11. Describa los servicios:** Una barra brava organizada que apoya al Club Deportivo Cuenca, la idea central es seguir a donde juegue, valer por sobre todas las cosas los intereses del club y nuestra organización. De igual manera involucramos en la creación de banderas, ensayos musicales al estilo de murga, barrismo social, creación de murales y decoración del estadio con lienzos.

**12. La organización tiene elementos corporativos a considerar:** El identificador principal de la barra que son las letras de la tercera bandera principal o frente de la barra. Un logotipo con el título Crónica Roja, de igual manera la parte simbólica cuya representación es la silueta del escudo del club con las iniciales CR.

**13. Acerca del material y personalidad:** La personalidad de libro debe estar enmarcada en un contexto histórico es decir representar ese recorrido de la barra a lo largo del tiempo de igual manera identificarse de una manera directa con la barra y los sentimientos que se viven dentro de esta. Nuestros integrantes en su mayoría son jóvenes y con mucha energía, pasión, colorido y aguante. El libro debe ser atractivo y vistoso a las personas que quieran conocer sobre lo que significa ser parte de la Crónica Roja, de igual manera debe ser accesible y transportable.

#### 14. ¿Qué retos presenta el libro?

- La pandemia COVID 19 que dificulta las reuniones
- Cambiar el concepto errado de muchas personas sobre la barra
- Que los nuevos integrantes se enteren de la historia completa de la barra
- Ser un referente frente a las otras barras bravas del país
- Que lamentablemente no se puede escribir el 100% de las anécdotas, pero si una gran mayoría.

#### 15. ¿Cuáles son las virtudes diferenciadoras/valor agregado?

- Es una herramienta para dar un espacio a los barristas que muchas veces son mal vistos en la sociedad
- Generará un mejor vínculo entre la hinchada del club
- Se conocerá la historia de la barra de una forma real y diferente
- El libro debe tener en sí los mismos sentimientos que se generan al ir al estadio
- La interactividad que de igual manera permitirá conocer más de la barra a través de la música
- Servir de referente a las demás barras para demostrar la cultura del barrismo a nivel nacional

#### 16. ¿Cuáles son sus competidores directos?

Las diferentes barras bravas del Ecuador.

#### 17. ¿Cuáles son los proyectos relacionados que existen?

Libro histórico del Deportivo Cuenca  
 Libros Boca del Pozo barra del Emelec  
 Libro de la hinchada de Colon Argentina  
 Libro Club Deportivo Cuenca (50 años)

#### 18. ¿Qué rescatamos de los proyectos relacionados?

La manera de contar las historias para su público objetivo  
 El uso de las fotografías  
 Lo colorido de los libros

Que se puede coleccionar como lo haría un verdadero hincha

#### 19. ¿Que nos gusta de los proyectos relacionados?

Que se tiene en cuenta a la hinchada que muchas veces no tiene protagonismo siendo esta la más importante en el fútbol. Como identifican mediante sus colores a lo que representan en este caso sus hinchadas. Como muestran fotografías para reforzar las historias y recordar momentos

#### 20. ¿Como se distribuye el material?

Mediante venta a manera de colección para la hinchada, debe ser físico para obtenerlo como recuerdo a los que han formado parte de Crónica Roja y los que quieren conocer más de nosotros y lo que realizamos en el fútbol y fuera del mismo.

#### 21. ¿En qué espacios o medios el servicio se muestra?

Las actividades, servicios de esta barra se desarrollan dentro de escenarios deportivos de fútbol, en cuestiones de barrismo social en las calles y actividades fuera de la barra.

#### 22. Dentro de que ámbito (musical, cultural, político) ¿podría englobarse el servicio?

Se puede englobar dentro del ámbito cultural y deportivo en donde se muestra todo el colorido de un grupo de personas organizadas al apoyar a un equipo con distintos canticos, banderas, juegos pirotécnicos, etc.

#### Acerca del público objetivo

#### 23. Nivel socioeconómico

Todos los niveles socioeconómicos de la ciudad de Cuenca

#### **24. Sexo**

Masculino y Femenino

#### **25. Rango de edad**

Desde los 15 hasta los 40 años quienes son la mayoría de personas que conforman la barra

#### **26. Ocupación**

Diferentes ocupaciones (estudiantes, abogados, diseñadores, marketing, profesores, administradores, guardias, etc.)

#### **27. Motivaciones**

Fútbol, Club Deportivo Cuenca, estadios, viajes, historias, banderas, stickers, animaciones, redes sociales, música, murales, pintura.

#### **Acerca del proyecto**

#### **28. Presupuesto**

No existe un presupuesto definido

#### **29. ¿Cuenta con recursos adicionales? ¿humanos o materiales?**

Reuniones mediante plataformas de video comunicación, diferente material fotográfico de integrantes de la barra, logos de la barra y parches.

#### **30. Describe los objetivos específicos del proyecto**

Aplicar métodos de investigación de campo mediante entrevistas y fotografía, y así obtener los insumos necesarios para el contenido del libro.

Desarrollar un método de diseño editorial que comprenda todos los procesos y etapas necesarias y así, sumado a la información recolectada, aplicarlas en la generación de dicho proyecto.

Producir un prototipo del libro diseñado mediante la impresión del mismo, para ser sometido a la evaluación por parte de los usuarios.

Dar a conocer todas las actividades que muchas personas ignoran de la barra Crónica Roja mediante un proyecto editorial que perdure en el tiempo.

#### **31. ¿Cuáles deberían ser las características principales?**

Pasta dura, que se dividan bien las fotografías, que en las historias atrapen al lector, que sea llamativo y original al puro estilo de la barra.

#### **32. ¿Qué conceptos debería transmitir?**

Pasión, historia, amigable, eufórico.

#### **Líneas creativas generales**

#### **33. ¿Cuál debería ser el "look and feel" general?**

Que sea cómodo, que transmita esa pasión mediante las fotografías y la interactividad de las canciones de la barra, y que la historia se quede en la memoria del lector.

#### **34. ¿Deberían seguir las mismas líneas que otros elementos que la institución ha producido?**

Dentro de la barra existe un estilo de diseño que debería ser tomado en cuenta para la realización del proyecto.

#### **35. Consejos**

Se desea que no solo sea el libro como tal el resultado, sino que este incluya distintos elementos que distinguen a la barra con el fin de compartir ciertas características con los usuarios finales a manera de colección.

#### **36. ¿Cuál es la percepción actual de la audiencia sobre la marca, el nivel de conocimiento, etc.?**

La audiencia tiene una buena reseña de la barra Crónica Roja, ya que en los últimos años se ha visto un cambio y un actuar diferente además que muchas personas se sienten identificados con esta barra que representa a la hinchada cuencana en los distintos escenarios del país. De igual forma hinchadas y periodistas de otros equipos sienten un apego hacia la hinchada cuencana.

#### **37. ¿Cómo esperas influir en esto? También puede incluir sus puntos débiles y como espera abordarlos**

La influencia sería la de aportar un producto que a lo largo de la historia del Club Deportivo Cuenca cambie la manera de ver a una barra brava que muchas veces es juzgada sin embargo dentro de esta existen realidades e historias distintas las cuales quieren ser contadas.

#### **Información sobre identidad visual**

#### **38. Material gráfico en la identidad visual**

Logos de la barra Crónica Roja, que siempre estén los colores rojo y negro que representan los colores de la hinchada. Que en las fotografías se destaquen esos momentos de júbilo.

Que la diagramación no sea complicada para la jerarquización de la información.

#### **39. Motivos para la creación de un libro histórico**

Han pasado 20 años de la hinchada más representativa del Club Deportivo Cuenca, existen miles de historias y fotografías que los referentes de la barra desean compartir con la hinchada en general para dar a conocer todo lo que conlleva una barra.

#### **40. ¿En qué formatos o medios se va a reproducir el libro?**

El libro se va a reproducir en formato físicos de 240 x 240 mm con distintos coleccionables.

#### **41. ¿Aplicaciones específicas?**

Stickers adhesivos

Bandera sublimada o serigrafiada.

Libro histórico.



## Anexo 4. Análisis y combinación de tipografías previo a elección de fuentes tipográficas.







**ANÁLISIS TIPOGRÁFICO**

# CRÓNICA ROJA

**EL INICIO**  
**DE LA HISTORIA**



...or sit amet, consecte-  
...ed diam nonummy  
...ent ut laoreet  
...e luptat.

Incentivados por un solo  
jóvenes formaron la CR  
joven cuencano, Juan F  
de eliminatorias mu  
Corea Japón 200  
aliente dentro  
un aguant  
ante

ANÁLISIS TIPOGRÁFICO

# CRÓNICA ROJA

**EL INICIO  
DE LA HISTORIA**

Lorem ipsum dolor sit  
sed diam nonummy n  
dolore magna aliquam er

.....

Incentivados por un solo sentimi  
inmortal, un grupo de jóvenes form  
la CRÓNICA ROJA. En marzo de 20  
joven cuencano, Juan Pablo Proa  
volver de un partido de elimi  
mundialistas por el campeonat  
de Corea Japón 2002, tiene  
formar una barra que ali  
fuera de la ciudad los no  
con un aguante que  
podrían tener, con  
reúne con  
(Me







## **P**ASIÓN POR **EL ROJO** **12 DE ENERO DEL 2013**

« Grupo oficial de la gloriosa **CRÓNICA ROJA** desde 2013.  
Barrismo puro con ideales y hermandad. **PASIÓN Y  
REBELDÍA SIEMPRE** »

**P**aúl Moscoso integrantes de la ...  
dad de conformar ...  
ción formada por ...  
parte activa de la b ...  
se los observaba en las gra ...  
el apoyo del líder para f ...  
agrupación. En el transcur ...  
contaban con un pequeñ ...  
la frase pasión por el ro ...  
justamente de ese sentid ...  
el club Deportivo Cuenca ...  
estos jóvenes. Para ...  
consolidados como ...  
murales y de algun ...  
hacer que sus in ...  
activo dentro ...  
en la inst ...  
prove

## Anexo 5. Cotización imprenta Grafisum de un ejemplar para prototipo con los acabados propuestos.



**Dirección:** Darwin 2-68 y Remigio Crespo  
**Web:** <http://www.grafisum.com>  
**E-mail:** [financiero@grafisum.com](mailto:financiero@grafisum.com)

**R.U.C.** 0190114775001  
**P.B.X.** 420 36 06

**SIGCHA CARANGUI PAUL SANTIAGO**

Fecha: 15/03/2022  
Presupuesto: 4365  
Referencia: Libros 24 x 24

Libros tamaño 24 x 24 cerrado, 48 x 24 abierto, pasta dura y cosidos  
Portada y contraportada impresas a full color, en couche de 200 gr laminado sobre cartón # 30  
Guardas impresas a full color dos lados, en papel couche de 200 gr con plastificado mate  
80 hojas = 160 páginas impresas a full color, en papel Couche de 150 gr  
Terminados: pegados y cosidos

Servicio	Unidades	Unitario	Precio
	1	\$184,00000	\$184,00

Valores no incluye IVA C. de pago: No especificada.

El cliente entregará los artes finales en programas compatibles con Mac.  
**VALIDEZ DE LA OFERTA:** Los precios se mantendrán mientras no existan incrementos en los costos de la materia prima

**Marlene Cedillo**  
Grafisum Cia. Ltda.