



Universidad de Cuenca
Facultad de Artes - Carrera de Diseño

“Sistema ilustrado para promocionar la tradición oral de la ciudad de Cuenca”

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

Autor: Carlos Daniel Alvarez Unda **C.I** 0104614920

Director: Mst. Diego Felipe Larriva Calle **C.I** 0102249471

Cuenca, Ecuador 2017



Resumen

Cuenca es una ciudad atractiva: tanto para propios como para extraños. Una de sus características son los lugares y las historias que sus habitantes esconden, es decir, la tradición oral. Esta ayuda a la preservación de un espacio, de una cultura y, a la vez, a conocer el proceder de sus mitos y narraciones características. Sin embargo, existe un problema gigante con la tradición oral. Al ser historias de un lugar determinado y ser transmitidas de un individuo a otro, la información muta, adquiriendo nuevas partes o incluso eliminando otras. Cuando esta es alterada o se convierte en información de difícil acceso, se torna complicada la comprensión para el público, dando como resultado el detenimiento de la difusión.

El uso de medios digitales puede facilitar a que estas historias, junto con los espacios cuencanos, sean rescatados y no se pierdan en la contemporaneidad.

El propósito de este proyecto de tesis se planteó para convertir las distintas crónicas que, forman parte a la tradición oral, en una visión más amigable para el usuario y, por tanto, que la difusión de estas sea mayor en comparación a aquellas historias que han ido desapareciendo con el pasar de los años.

Dirigida a un público local, ávido por descubrir historias, que ha sucedido o se han creado dentro de su propia ciudad. Se busca fomentar la divulgación de este conocimiento mediante redes sociales, mecanismo que basa su manejo en el posteo de imágenes casi en su totalidad.

En este proyecto, se puede encontrar información referente a la cultura, espacios, turismo, tradición oral, ilustración y animación, así como los conceptos necesarios para comprender la información adquirida de manera precisa.

Palabras clave

Redes Sociales, Animación, Ilustración, Tradición Oral, Historias, Espacios, Instagram, Cuenca, Cómic.

Abstract

Cuenca is a really charming city: for the ones who were born in here and the ones who didn't. Something very special about this town are the places and the stories that it hides, as you may say; the oral tradition. Oral tradition helps to preserve a space, a culture and, at the same time, to know their myths and fantastic narratives. However, there is a giant problem with oral tradition. As they are stories of a particular place and because they have being transmitted from one individual to another, information mutates, adding new parts or even eliminating others. When it is altered, it becomes information difficult to access, understanding becomes complicated for the public, resulting in the halting of dissemination. The use of digital media can help that these stories, along with the "cuencano" spaces, to be rescued and not lost in the contemporary. The purpose of this thesis project is to transform those stories, which are part of the oral tradition, into a more user friendly view and, therefore, the diffusion of these it's better in comparison to those stories which have been disappearing over the years. Aimed at a local audience, eager to discover stories, it has happened or been created within its own city. It seeks to promote the dissemination of this knowledge through social networks, a mechanism that bases its management on the posting of images almost in their entirety. In this project, you can find information about culture, spaces, tourism, oral tradition, illustration and animation, as well as the concepts necessary to understand the information acquired accurately.

Keywords

Social Media, Animation, Illustration, Oral tradition, Histories, Places, Instagram, Cuenca, Comic.



CAPÍTULO 1.

TRADICIÓN ORAL DE LA CIUDAD DE CUENCA Y DISEÑO DE LA INFORMACIÓN

- 1.1** Tradición oral y patrimonio intangible en Cuenca
- 1.2** Historias de la tradición oral cuencana: Semiótica e iconografía
 - 1.2.1** Semiótica e iconografía
- 1.3** Conceptualización en ilustración y contexto histórico cultural
 - 1.3.1** Ilustración en el diseño de información
 - 1.3.2** Guion
 - 1.3.2.1** Estructura del guion
- 1.4** Arquitectura de la información
 - 1.4.1** Arquitectura de la información: definiciones y conceptos
 - 1.4.2** Elementos de la arquitectura de la información
 - 1.4.3** Diseño interactivo y DCU
 - 1.4.4** Información digital vs tradicional
 - 1.4.5** Diseñar para diferentes plataformas digitales
 - 1.4.6** Creación y visualización de un sistema gráfico

CAPÍTULO 2.

CONCEPTUALIZACIÓN Y DESARROLLO INICIAL DEL SISTEMA GRÁFICO

- 2.1** Usuario tipo (que conversación quiero que gire en torno a mi proyecto)
- 2.2** Conceptualización para sistema gráfico
 - 2.2.1** Concepto para usuario, canales y contexto
 - 2.2.2** Guion
- 2.3** Análisis de homólogos para sistema gráfico: diseño, cromática e ilustración
- 2.4** Interacción del público objetivo y difusión
- 2.5** Historias a implementar
- 2.6** Gestión de la información
- 2.7** Branding de la marca en base a la plataforma a utilizar
- 2.8** Modelo de Negocio

CAPÍTULO 2.

CONCEPTUALIZACIÓN Y DESARROLLO INICIAL DEL SISTEMA GRÁFICO

- 3.1** Búsqueda de plataforma, sistema gráfico y guion
- 3.2** Definición de sistema gráfico, storyboard y diagramación en Instagram
- 3.3** Implementación del sistema gráfico en plataforma, animación e ilustración

PRESENTACIÓN DEL SISTEMA GRÁFICO Y CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS



CLÁUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Cláusula de Propiedad Intelectual

Carlos Daniel Álvarez Unda, autor/a del trabajo de titulación "Sistema ilustrado para promocionar la tradición oral de la ciudad de Cuenca", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 13 de noviembre de 2017

Carlos Daniel Álvarez Unda

C.I: 0104614920

CLÁUSULA DE DERECHOS DE AUTOR

Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Carlos Daniel Álvarez Unda en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Sistema ilustrado para promocionar la tradición oral de la ciudad de 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, 13 de noviembre de 2017

Carlos Daniel Álvarez Unda

C.I: 0104614920



Agradecimiento

*A mi familia por el apoyo incondicional
A mis amigos que siempre estuvieron cerca dándome grandes ideas*



Objetivo General

Compilar la tradición oral cuencana tras proponer un sistema gráfico ilustrado con imágenes estáticas y dinámicas para reproducir esta información de manera adecuada a un público objetivo determinado con el fin de preservar cada una de las historias dentro del ámbito local de una manera agradable para el público y consistente.

Objetivos Específicos

Analizar y registrar la tradición oral cuencana para poder recopilar información acerca de cada una de las historias y su relevancia dentro de la localidad.

Identificar el sistema gráfico y de narrativa para la implementación en redes sociales de la información analizada.

Interpretar la tradición cuencana y difundir dicha información de forma adecuada mediante un sistema gráfico distintivo para generar pertenencia e identidad en la sociedad cuencana, contando la tradición oral de la ciudad en base a ilustraciones.



Introducción

Somos un conjunto de historias, experiencias y emociones.

Esto sumado a la facilidad que permiten las redes sociales de compartir información, nos genera una repercusión al generar historias que conmuevan a un público y que de cierta forma les permitan imaginar el lugar y los hechos, para de esta forma crear un vínculo emocional. Si a esto se suma la nostalgia y el orgullo de sentirse parte de un espacio que nos sumerge en una sola historia, de manera que nos hace sentir como si estuviésemos viviendo en ella.

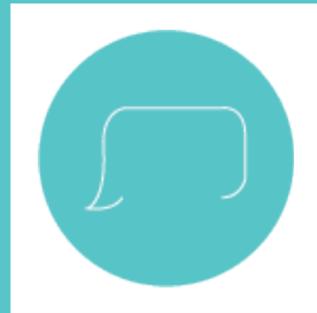
La tradición oral es una forma de contar historias, y si estas están bien narradas, el receptor se involucra al punto de sentirse parte de ella; más, esta forma de transmitir información se ha ido perdiendo por la tecnología, el exceso de información y que la recopilación de estas historias es hoy por hoy de muy difícil acceso, sin embargo, gracias a la misma tecnología y un uso adecuado de estilos que lleven al espectador a ser parte de esta historia nuevamente, se puede salvaguardar la tradición oral y repercutir en la conservación de los espacios físicos que componen a cada historia.



“Sistema ilustrado para promocionar la tradición oral de la ciudad de Cuenca”



CAPÍTULO 1



TRADICIÓN ORAL DE LA CIUDAD DE CUENCA Y DISEÑO DE LA INFORMACIÓN

1.1 Tradición oral y patrimonio intangible en Cuenca

Salvaguardar la memoria colectiva tiene su importancia y radica en el hecho de que si no se puede conservar la memoria, al ser un patrimonio intangible, lo menos que se puede hacer, es convertir estas memorias en algo material; recopilar las fuentes que de una u otra manera dieron forma a lo que ahora significa la identidad cuencana y crear una vinculación entre la sociedad y la sensación de duración y permanencia que puede ofrecer una ciudad con identidad colectiva, dado que los recuerdos colectivos según Maurice Halbwachs, citado por Fausto Cardoso en su libro *Memorias de Cuenca*, “no residen en ellos mismos, sino en la relación que tienen con las ideas y percepciones del presente”¹.

Los registros documentales forman parte del recuerdo de un lugar y estos a la vez son los que crean un nicho en la memoria, sin embargo estos registros vienen de distintas fuentes, las cuales dependen de la historicidad del momento y de cómo sucedieron para ser valoradas, también se pueden haber documentado de forma simultánea; la fuente audio visual; las hemerotecas; el momento mismo en el que sucedió el hecho y cómo nos cuentan los cronistas, las fuentes de cómo les llega la información a ellos, y la que se va a abordar en este proyecto para rescatar y hacer prevalecer la identidad cultural cuencana y el patrimonio intangible, es decir la tradición oral.

La importancia de salvaguardar la memoria colectiva es generar un punto de referencia en la comunidad y dar la sensación de que la cultura y las historias cuencanas “son memorias depositadas en el tiempo, como si la memoria

fuera un objeto y el tiempo fuera un lugar” (Cardoso, 2012) para transmitir al público joven esta información que transferirán a otros con el fin de edificar la memoria colectiva y el patrimonio intangible que tiene la ciudad, a pesar de no haber vivido ese momento o por el solo hecho de que son saberes que recrean lo que alguna vez fue nuestra ciudad.

Parafraseando a Fausto Cardoso en el libro *Memorias de Cuenca* decimos que la memoria colectiva, así como la herencia y la identidad son sustentos para crear patrimonio, pero su uso histórico como patrimonio intangible también ha creado que este patrimonio en algunos casos se vea invisibilizado, y que el recuerdo pueda caer en el olvido.²

El patrimonio tangible es aquel conocido como parte material de la urbe, la solución edificada y arquitectónica que representa al lugar, sin embargo, el rostro e historia de un sitio en particular, de sus barrios, de su gente, es la representación inmaterial de las memorias y la vitalidad de la gente que ocupa ese espacio, es decir todo lo que como culturalmente mueve a una ciudad, el dialecto, la gastronomía, los modismos, las memorias y saberes populares son distintas formas de hablar de patrimonio intangible.

Al ser la ciudad más que lo meramente construido y más bien entender su valor por el convivir de su gente, su manera de pensar, vivir e imaginarla (Cardoso, 2012), lo que genera en la ciudad es que cada uno de sus habitantes gocen de una conciencia participativa, el adquirir

“La memoria colectiva es un vínculo entre el recordar y el recordar en sus voces originales”

Fausto Cardoso

pertenencia por el lugar que los rodea es sentirse identificado; no ser otra ciudad anónima sino tener claro el concepto de ser parte de la ciudad, el fin es generar esa pertenencia consigo mismo, debido a que aquella ciudad que no hace sentir a sus ciudadanos identificados es difícil que se cuide (Cardoso, 2012) y que valore cada uno de los espacios que la conforman, es decir los espacios entendemos como edificaciones, lugares, sociedad, turismo; y nos centraremos en el hecho de salvaguardar el patrimonio intangible, como las historias que caracterizan a la memoria colectiva.

Para Cardoso crear identidad en la ciudadanía no se trata solo de privilegiar el espacio edificado o el patrimonio tangible, sino de los imaginarios colectivos de quienes la habitan.



Foto 1 Patrimonio Intangible, Cuenca Ecuador, Municipio de Cuenca

¹ Halbwachs, M., “La Memoria Colectiva y el tiempo por Maurice Halbwachs”, Recuperado el 10/05/2008 de <http://www.uned.es/ca-bergara/ppropias/vhuici/mc.html>

² Ampliar información en: CARDOSO MARÍNEZ, F. (2012). Espacios de la memoria en Cuenca, Publicaciones INPC/Serie Estudios

1.2 Historias de la tradición oral cuencana: Semiótica e iconografía

“El grado de lentitud es proporcional a la intensidad de la memoria, mientras que el grado de velocidad es directamente proporcional a la intensidad del olvido”

Milan Kundera

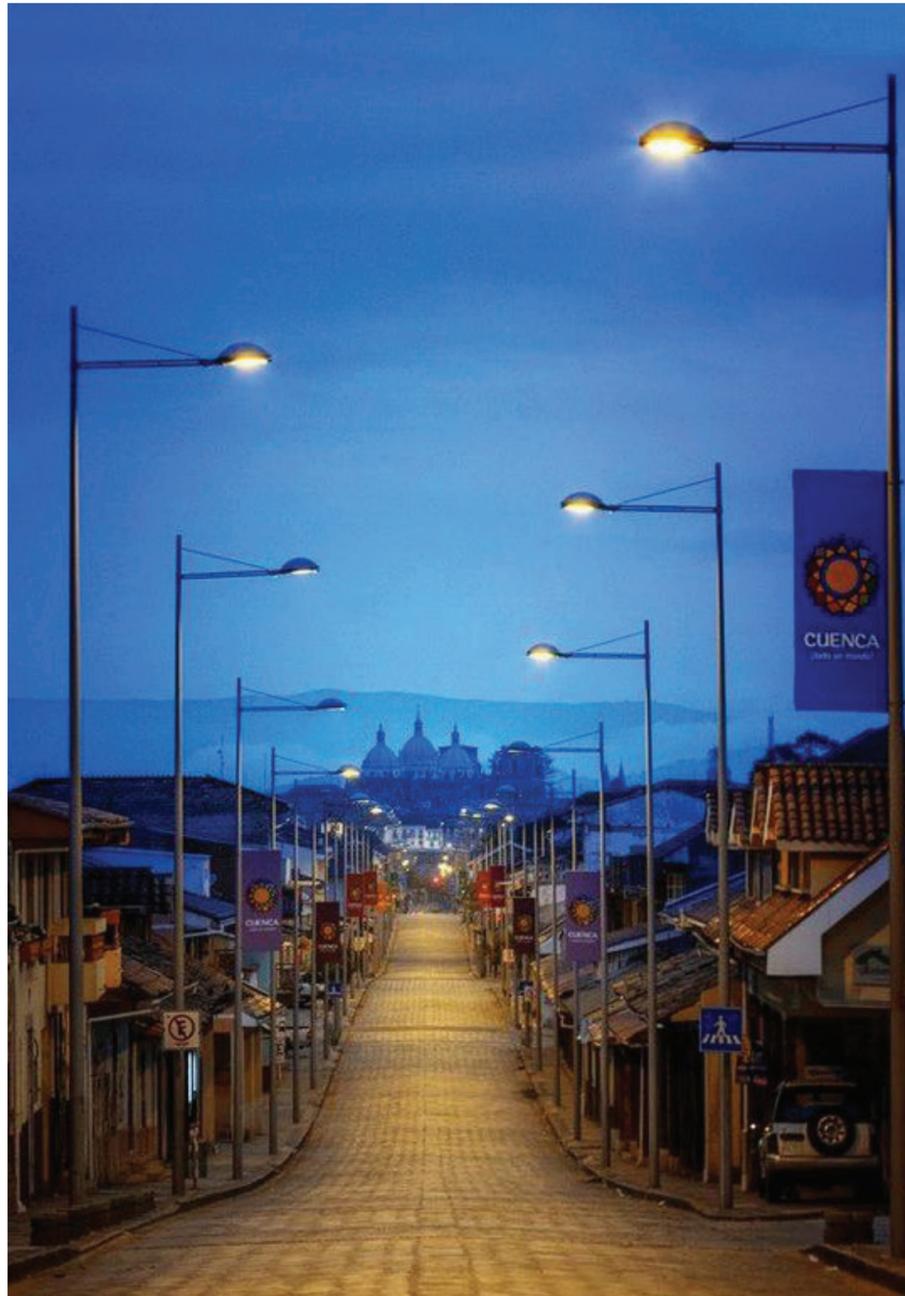


Foto 2 La Avenida Loja camino al centro. Foto de Bernardo Dominguez, Cuenca-Ecuador.

No se necesita ser un experto para ser parte de la cultura y del patrimonio intangible de una ciudad, sino tan solo dejarse atrapar por la ciudad, sin embargo, en la tradición oral y en los registros documentales de la historia de la ciudad se necesita ser parte de la memoria colectiva y una de las formas para capturar tanto a propios como extraños en la ciudad es contando la historia que nos identifica como ciudad y que gracias a esta, se ha creado un imaginario colectivo de manera íntegra y que contribuye en la prevalencia de los valores de cada uno de sus habitantes y de la reconstrucción de sus espacios en forma de recuerdos que enorgullecen a quienes allí habitan.

El problema es que al ser parte de la memoria, la tradición oral está condenada al olvido, debido a que historias que en un momento fueron importantes por su relevancia histórica o que tienen fuerte relación con cierto espacio ahora han perdido fuerza, tal vez porque el lugar ha sufrido cambios o simplemente porque como la memoria, el recordar es frágil y al final se han olvidado, pero el turismo que ha llegado a ganar en estos últimos años la ciudad de Cuenca nos permite contar anécdotas sobre la ciudad, sobre sus espacios y acerca de la memoria que se esconde en cada uno de sus rincones.

Con esta recopilación se pretende generar una base de datos tangible para; a manera de reflexión inducir a la ciudadanía a crecer valorando los distintos lugares de la ciudad, debido al apego sentimental y emocional que conlleva el contar historias, y más aún si éstas representan a uno mismo y nos dan relevancia ante otros como ciudad, como un lugar del que sus ciudadanos pueden jactarse tanto por su patrimonio material como intangible.

Las historias que se cuentan alrededor de la ciudad son de una manera parte de la memoria y recaban en ser parte de la identidad cultural, por eso la solución buscada ha sido obtener historias de la tradición oral basadas en sucesos reales para no transgredir ni afectar al patrimonio intangible, al mismo tiempo utilizar solo historias que resalten los espacios, debido a que estos se conjugarían con el patrimonio tangible de la ciudad. Salvaguardar no significa conservar, pero tener este registro se considera importante, y este puede a la larga convertirse en un atractivo turístico tras su difusión. Aunque cabe recalcar que como lo dijo la historiadora y docente de la Facultad de Artes de la Universidad de Cuenca, Macarena Montes, el turismo puede amenazar el patrimonio; este no siempre es bueno, su deber es ser responsable y sostenible de manera que no dañe el bien patrimonial.

Basándose en la observación participante puede seleccionarse aquella historia que más se relacione con un espacio tangible el cual pueda ser relacionado directamente por el público objetivo junto a la historia que se pretende salvaguardar.

Las historias a continuación son parte de las voces que uno escucha en la ciudad, como si de una encuesta informal se tratase, a la vez que fueron directamente contadas para la realización de este proyecto por la docente Macarena Montes:



Barrios de las panaderías o barrios de Panamá se les denominaba a los barrios de “El Vado” y “Todos Santos”, por ser lugares que los caracterizaba su elaboración en el pan. Este pan era realizado en horno de leña y se dice que los más grandes hornos también servían para acoger a los borrachos y a aquellos cuencanos que deambulaban en la madrugada por esos lugares, para que no muriesen de frío.

Las monjas del Convento del Carmen se escapaban por la noche para salir de fiesta y a disfrutar del juego del puro, que consistía en beber aguardiente en la misma cantidad que los hombres y disfrazándose de civiles.

La Catedral de Cuenca nunca fue terminada de construir, debido a que en sus planos iniciales consta de dos cúpulas frontales, pero que al realizar los cálculos correspondientes se notó que, si se colocaban las mismas, la estructura no soportaría, así que la decisión tomada fue no terminar esos detalles.

En el túnel de las ruinas de Pumapungo se escondían los ladrones después de que robaban y también se escondían los curas del colegio Borja.

Tras una crecida del río Tomebamba, conocido como Julián Matadero se llevó el Puente de Todos Santos, ahora conocido como puente roto, al igual que el puente del Centenario.

En la guerra entre libertadores y conservadores de Eloy Alfaro cuando vinieron acá a pelear, como los cuencanos no aceptaban como presidente a Eloy Alfaro las panaderas les botaban agua hirviendo o aceite hirviendo y les atrincheraron en la Rafael María Arízaga.³

El barrio Huagra Uma era conocido como el Gallinazo debido a que desde el mercado 9 de octubre bajaba el desagüe hacia el barrio antes mencionado con la suciedad, comida dañada, basura y pestilencias que trae el mercado, dándole a este barrio el nombre de “el gallinazo” por el olor que despedía.

Los duelos que se hacían en las Conceptas, y los entierros que ahí existen, la historia del duelo entre Vallejo y el espadachín Zabala y que termina con la muerte de este último personaje.

A continuación se enumera un dato que se ha incluido por la importancia y relevancia que puede tener al relacionarse directamente con los espacios.

Los huertos patrimoniales cuencanos, su memoria y la razón que explica porque las plantas de estos huertos se convirtieron en elemento cultural y porque es importante el hecho de que todavía exista el uso del espacio del patio central de las casas patrimoniales como huerto; en la que cada planta tiene una historia y un significado según su ubicación, como los nombra el libro Huertos y Edificaciones Patrimoniales del Azuay. (Contento, 2012)



En una entrevista realizada por Ester Contento (2012) a Clara Jaramillo en una entrevista realizada para el libro antes mencionado del huerto que se encuentra en el Monasterio de las Conceptas, cuenta distintas memorias que dan valor y rescatan la identidad que pueden ofrecer las plantas y su organización en los huertos en edificaciones patrimoniales:

“Las plantas tienen una hora para recogerlas. No se les puede coger al mediodía porque están cargadas de energía y porque el sol está directo y tampoco puede coger cualquier persona porque tienen energías negativas y le seca a la planta.”

“El quandug debería estar en dos lugares: en la entrada de la casa y cerca de la ventana del dormitorio principal. En el primer caso, protegen de las malas energías evitando que entren los malos espíritus y los ladrones. En el segundo caso porque les ayudaba a dormir a los mayores con el olor. El quandug es una planta que puede estar en cualquier lugar y no pierde su fuerza ni su riqueza...”

“La ruda es una planta que debe estar en un lugar de mucho silencio para que proteja y es una planta que cuida de las malas energías, evita que entren los malos espíritus. Por lo tanto, la ruda es una planta de silencio, así podemos encontrar que la ruda siempre está en los cementerios, con los espíritus.”

“El higo, la guaba y el tocte son plantas malditas porque en ellas se sienta el gagón, el duende, el diablo...”

“La tuna es la hembra del San Pedro y éste es una planta sagrada, protectora y también es una planta de silencio...”

Cuenta también para este documento anteriormente citado, Rosario Barros acerca de su huerto ubicado en la calle Don Bosco y Av. 1ro de mayo, sobre los elementos culturales y las historias que se dicen sobre las plantas.

“Dicen que es malo tener la planta de nogal cerca de la casa porque se sienta el demonio. Yo usaba las hojas del nogal y les hacía podrir y con eso sembraba las plantas ornamentales que vendía...”

“Recuerdo que con el quandug se limpiaba a los ganados cuando les daba mal de ojo y también se decía que había que tener cuidado porque si se come puede volverse loco.”⁴



1.2.1 Semiótica e iconografía

El uso que se le dará a cada una de las historias es comunicar y divulgar cada uno de los relatos y para que esta información pueda ser difundida correctamente se ha decidido darle un uso semiótico a un mensaje, conforme a la cultura y al público objetivo que se ha de mostrar, esto sería la imagen, ilustración como tal, imágenes que sin un diálogo constante no dirían nada, pero para que el significado global se simplifique, a las imágenes se las asocia un texto; de forma que estas funcionen una como anclaje y otra como relevo, para que como dice Carlos Rojas en su artículo sobre la forma comic en el blog de *esteticascanibales.blogspot.com*⁵ en la que resalta que en el comic lo visual y lo escrito no deben ser una misma cosa, sino que deben actuar de manera que se complementen; haciendo que lo visual se convierta en el fondo, en aquello que se oculta, que aparentemente no vemos con detalle (Rojas, 2016), pero en este caso lo visual será más relevante que el texto para capturar al público objetivo y así conseguir ese halo complementario entre las figuras y las palabras.

Según David Crow al citar a Roland Barthes en su libro *No te creas una palabra* (Crow, 2008); existe lo que el autor llama una cadena flotante de significados, es decir todos los posibles criterios de parte del público objetivo que se puedan interpretar, por eso para la recopilación de historias no deberían existir aquellas que puedan sugerir más de un significado, debido a la confusión que se puede crear y también al objetivo específico que es divulgar la tradición oral de forma veraz y sin olvidar la poética que la ciudad refleja. En este tipo de imágenes el texto y la imagen son una sola parte, se complementan entre sí, lo que genera que la lectura sea más global, es decir sin el texto

⁵ Ampliar información en: Rojas, C. en su texto, *La Forma Comic*. Recuperado el 29/09/2016 de <http://esteticascanibales.blogspot.com/>

no se logra leer el significado de la imagen por completo y viceversa. (Crow, 2007)⁶

Es para tener en cuenta la confusión que puede generar, el tener más de un significado y en base a esto se ha decidido hacer un cuadro explicativo que conjuga las historias, los elementos semióticos y los elementos iconográficos que funcionan tanto textualmente como gráficamente sin olvidar el espacio al que se quiere anclar para tener una lectura mayormente consolidada. Al decidir utilizar solamente historias basadas en sucesos reales, también se ha preferido usar espacios para traer a la mente la memoria colectiva, creando identidad de forma que los espacios cuencanos conformen parte del imaginario y de la identidad de la ciudad.

⁶ CROW, D. (2008). *No te creas una palabra*. Introducción a la semiótica, Promopress.

“Cada cultura absorbe elementos de las culturas cercanas y lejanas, pero luego se caracteriza por la forma en que incorpora esos elementos.”

Umberto Eco

El cuadro a continuación amplía la información acerca de cómo se abordará cada una de las historias y su análisis semiótico e iconográfico y cómo esta información se trabaja de manera global.

| Historias | Elementos semióticos | Elementos iconográficos | Espacios |
|---|--|---|---|
| Cada uno de los relatos a utilizar para salvaguardar la memoria colectiva, la tradición oral cuencana | El signo que deberá tomar la historia para que el espectador lo interprete de manera retentiva, es decir la relación entre signo y el objeto | Aquellos elementos capaces de producir una interpretación de parte de la audiencia de manera clara, como un icono que transmita una forma directa | Los lugares a los que se relacionará cada una de las historias y como estas pueden quedar en la memoria de cada uno de los espectadores |

Tabla 1 Relación entre aspectos semióticos e iconográficos e historias y espacios



1.3 Conceptualización en ilustración y contexto histórico cultural

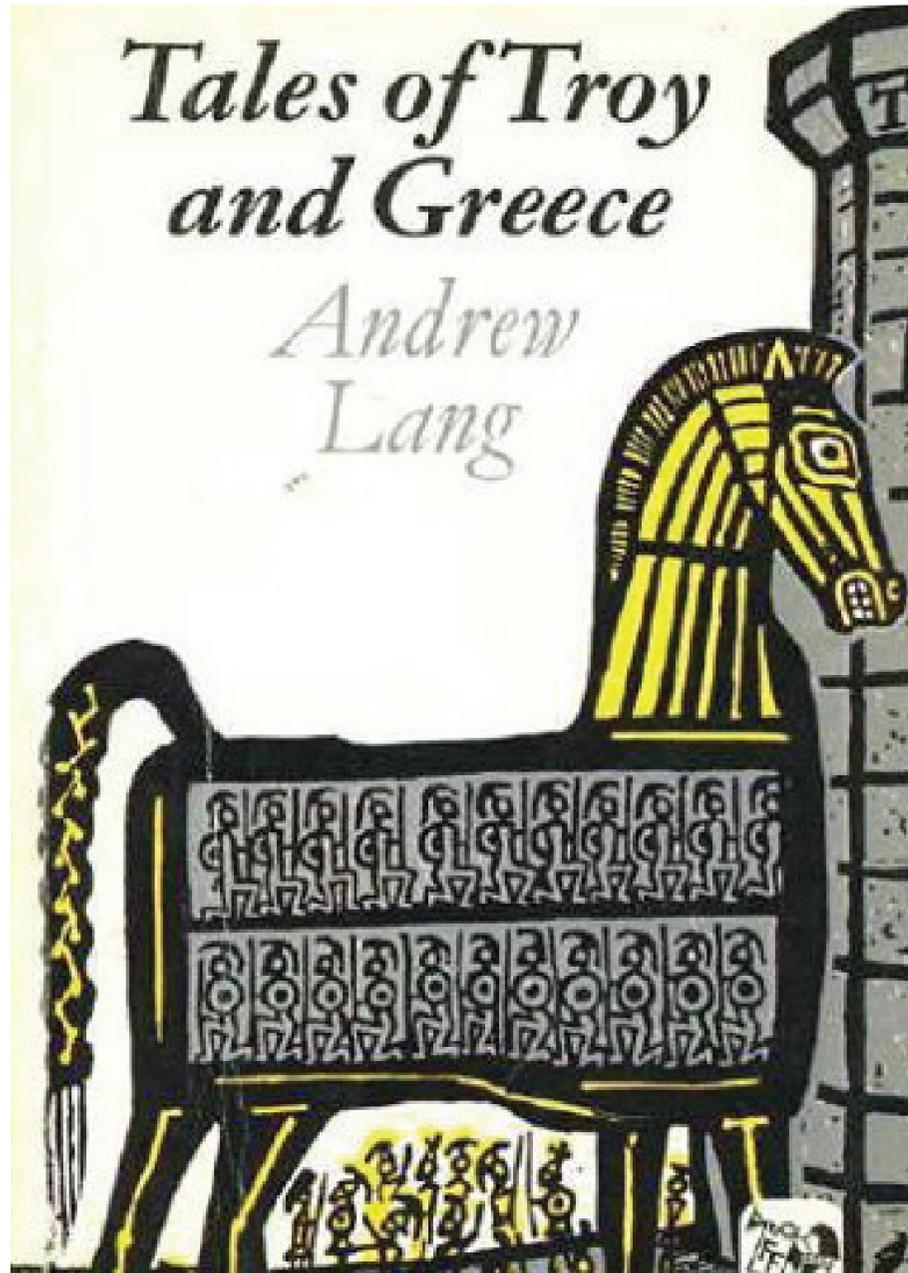


Ilustración 1 Concepto en ilustración, Tales of Troy and Greece, Edward Bawden

La ilustración es un trabajo que visualmente debe comunicar a un contexto y una audiencia específicos de forma artística. La ilustración no es arte comercial, es más bien comunicación. El dar un concepto a una ilustración no precisamente aborda cómo será la práctica comercial del mismo, pero sí a que público irá dirigido este proyecto, que contexto será el que se trabajará y que características deberán ser tomadas en cuenta para tener una constante en el proyecto más allá de solamente su implementación gráfica.

La ilustración al haber crecido como una herramienta de comunicación ha logrado abordar distintas facetas que se utilizan según conceptos, público, contexto, análisis, lenguaje visual, referencias e investigación. Los roles de la ilustración se encuentran entre documentación, instrucción, que cuentan historias, de persuasión e identitarias. Al plantear que este proyecto debe incluir ilustración para contar una historia se ha escogido ya un rol, sin embargo no se debe olvidar que es también una forma de documentar la tradición oral; por tanto el concepto se aplicará en base a cuidar la historia, así como también transmitirla.

La manera en que se trabajará para lograr conceptualizar la ilustración, como en diseño es tener un proceso de trabajo, el cual se irá implementando según fases, como en cualquier otro encargo, primero tenemos la problemática a resolver, y tras la investigación realizada podemos desarrollar un brief personal, que se basa en tres directrices básicas como establece Alan Male (2014) en su libro *Illustration, A Theoretical & Contextual Perspective*, "The Rationale", establecernos por qué existe el compromiso con esta

7 Ampliar información en: MAD 2011, Conferencia ilustrador Puño, Recuperado el 23/04/2014 de <https://www.youtube.com/watch?v=CCuVIUjss>

"Al dibujo no lo vemos como un medio, y quizás el fin del mismo es trabajar el músculo de la creatividad, que con la falta de repetición termina atrofiándose"

PUÑO⁷

tarea, el promover la identidad y el uso de espacios para con la ciudad, reforzar el carácter de la memoria colectiva, de esta manera entender el contexto sobre el cual se trabajará; la segunda directriz "The Aim", qué se quiere hacer, con el uso de la tradición oral hacer memoria o capturar el recuerdo en cuanto a espacio y lugar, es decir dar un tiempo al espacio que se quiera reforzar, y que la memoria sea el carácter que devolverá esa parte poética de la ciudad, básicamente la naturaleza del proyecto y por qué debe ser sumamente claro para que el manifiesto gráfico sea como una conclusión de todo el proyecto; y por último "The Objectives", cómo realizar el proyecto, en base a ilustraciones dinámicas o que puedan trabajar de forma que el público objetivo interactúe con estas, debido a que su carácter de difusión es al mismo tiempo de enseñanza, y como el trabajo puede generar nuevos rangos de conocimiento y enseñanza⁸.

Al hacerlo como parte de enseñanza, hablamos de una enseñanza no formal, debido a que la mejor manera de educar es que sea como parte del ocio, así podemos darnos cuenta que desde siempre ha existido una necesidad de reconstruir visualmente temas y motivos históricos asociados con la historia humana. Dar vida al pasado a través de la ilustración siempre estará en demanda. (Male, 2014). Y esta práctica no necesariamente es con fines académicos, pero la ilustración y la interactividad del usuario es la forma más fácil para acercarse a un grupo y si esta cumple con factores determinantes con el público objetivo es aún más sencillo educar sin forzar al seguimiento.

El trabajo del ilustrador dentro del ámbito histórico y cultural puede ser encontrado en distintos tipos de

8 Ampliar información en: MALE, A., (2014), *Illustration A Theoretical & Contextual Perspective*

ilustración, desde información para niños, hasta enciclopedias, publicaciones antropológicas y arqueológicas, revistas, televisión, museos, es decir varios han sido los métodos de representar el pasado histórico o cultural del ser humano y la ilustración ha funcionado por el carácter de los detalles, que estos se ven aumentos cuando se trabaja dentro de un contexto y un concepto. Aunque la tradición oral no sea una fuente de registro del todo verificado existe el ilustrador dedicado a contar historias, este ilustrador es aquel capaz de dar un predominio tanto a la parte histórica como al contexto contemporáneo.

Al utilizar las historias de la tradición oral que son al mismo tiempo la memoria e identidad cultural, es sumamente importante adaptar la ilustración al contexto histórico en el que se ejecutaba la historia y al mismo tiempo comunicar al público objetivo rasgos que definan parte de la contemporaneidad, que es el contexto en el que se encuentra el público objetivo. Para enseñar un poco más de la cultura, lo que se debe hacer es generar una “aparente libertad, lo que genera una mayor atención en el proceso y que se diluya la frontera entre las actividades docentes y las de ocio”, (Eguinoa, 2013) debido a que la intención es aplicar esta información de forma que no parezca una manera de enseñanza sino más bien de ocio, pero con fines distintos. Esto se puede lograr al utilizar una red social por el ambiente común que conlleva el uso del contexto y la audiencia. El transformar la información en imagen es resultado de algo que se ha venido haciendo desde ilustrar escenarios religiosos o transmitir pasajes de la literatura clásica transformados en obras de arte. Dentro de este proyecto se pueden tomar tres partes de esta forma de comunicación, el escribir o narrar un acontecimiento de forma literal, el comunicar visualmente, es decir

que la portada ejemplifique la historia que se ha de contar y llame la atención del espectador, y el comunicar narrativamente los acontecimientos de forma dinámica puede ayudar a que estos dos anteriores usos del storytelling se complementen.



Foto 3 Jogo War in Rio, Fabio Lopez¹⁰

¹⁰ Ampliar información en: LOPEZ, F., Jogo War in Rio, Recuperado de <http://jogowarinrio.blogspot.com.br/>



1.3.1 Ilustración en el diseño de información

Las ilustraciones en el proceso de diseñar información son una herramienta muy potente, pueden ayudar a contar una historia que es fundamental para resolver la problemática planteada, así mismo atrae al público y lo mantiene atento a siguientes historias gracias a que puede servir de un sistema generando un interés más allá de solo una historia, así no solo se funden varias ilustraciones en un solo sistema y se atiende a la curiosidad del espectador sino que trabaja en conjunto, tanto la parte visual como la textual, de forma que se complementan las palabras y las imágenes.

Utilizada de manera eficaz la ilustración puede atraer la atención, crear movimiento y aportar contraste. (Coates & Ellison, 2014) La ilustración no debe ser estática, por las plataformas que se han de utilizar, por el acceso a la parte digital y porque al tener empatía con el usuario se entiende que esta debe de hacer sentir un interés en el público objetivo, es decir se planteara hacer diseños ilustrativos animados para que puedan interactuar con el contenido que se comunique, el mismo que tendrá que ser también conceptualizado de forma que el desarrollo visual y conceptual se maneje de forma global. Una ilustración bien enfocada puede añadir color, tanto física como metafóricamente y sugerir una personalidad, un estado de ánimo y un tono.

La ilustración es una herramienta de diseño para crear jerarquías, para mostrar puntos focales, entonces no se la debe usar como una herramienta artística, más bien como un aporte en el diseño de la información y si el interés es convertir a la ilustración en eje central, se debe contribuir

“No hay un simple mensaje, existe una infinidad de ellos. Dibujar y pintar es algo como hablar, simplemente es una forma comunicación. Sería absurdo que siempre diga la misma cosa”

Sergio Mora¹¹



Ilustración 2



Ilustración 3



Ilustración 4



Ilustración 5

¹¹ Ampliar información en: ESTRADA, S (2015). Behind Illustrations, MAGICOMORA en su texto Speaking Visually, Ed. Index Book

Ilustración 2-3-4-5 Ilustraciones y concepto del sistema gráfico, Manuja Waldia, Shakespeare

a un concepto que se lo manejara desde la parte semiológica para dar a entender la historia conjugada en una ilustración.

Incluso en caso de que la información sea demasiado densa, la ilustración funciona como apoyo y generar puntos de interés dentro de la historia y así manejar las jerarquías de forma que haya una navegación correcta a través de los distintos caminos que puede llegar a tener dicha información. La ilustración garantiza que el diseño atrape de manera eficaz al público objetivo seleccionado. (Coates & Ellison, 2014) Una forma de alcanzar ese espacio en la memoria colectiva de nuestro público objetivo es utilizar la ilustración, pero cabe recalcar que la mejor ilustración no es aquella con las mejores proporciones o artísticamente mejor resuelta, sino la que al usar un concepto captura mejor al público al que está destinado, por eso, esta debe ser conceptualmente realizada en torno a las vivencias culturales que se apegan al público objetivo y que se conectan con la idea de generar memoria colectiva y contar historias. Y de esta forma podemos decir que la memoria colectiva puede ser un aprehender del mundo, una totalidad de representaciones construidas en nuestras mentes, y para lograr esto de forma concisa, es necesario un concepto detrás de la ilustración.

Para transmitir un contenido, es necesario penetrar en la mente del ser humano y para que ese contenido se transforme en saber, es necesario que se produzca un cambio en su mente que se reflejará en su conducta. (Reinhardt, 2007) Es necesario que cada una de las ilustraciones se apliquen de forma que el usuario se sienta inducido a la difusión y al hecho de transmitir esta información adquirida conforme a los espacios para el ya conocidos, es

importante que se vuelva parte de una vivencia personal en torno al lugar, aunque sea solo como un rescate de la memoria.

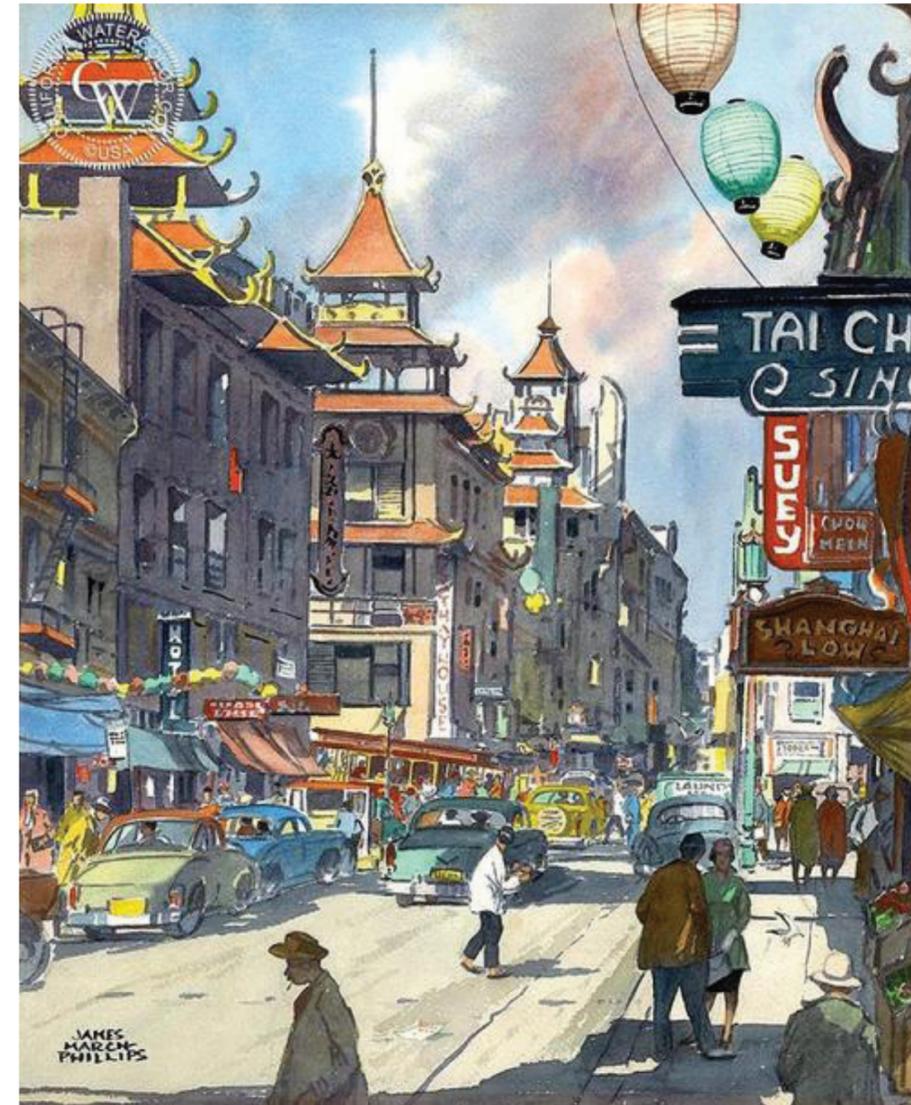


Ilustración 6 Transmitir información con los espacios, China Town, James March Phillips

1.3.2 Guion

Para el guion hemos de buscar una forma narrativa única como ejemplifica Mckee (2011) debido a que el público comúnmente suele identificar las escenas de forma muy rápida incluso antes de que sucedan. Lo esencial es dar al público aquello que busca en el momento de haber encontrado información, pero no de una manera aburrida o que lo pueda predecir.

Se pretende en este proyecto contar tres tipos distintos de historias para anclarlos a una sola, y que al mismo tiempo cada imagen funcione de forma independiente; la tradición oral que se ilustre debe funcionar de forma tal que exista un anclaje entre la historia narrada, que podría ser en forma de comic ya que además es la historia en imágenes estáticas, sumada a la historia dinámica que es la utilización de la animación para mostrar aquella parte más sensible de la historia; y de esta forma dar como resultado el poster que ejemplificará la historia completa; es decir el póster es igual a la historia contada en forma de comic sumada a la parte más sensible de la historia contada narrada como animación.

Decir que la historia debe ser única no es cuestión solo teórica, para lograr esto el guion debe tener una consecuencia tanto entre su contenido y su forma; es decir los aspectos de los personajes y el entorno en el que se desenvuelven deben estar relacionados a la organización de los acontecimientos y cómo éstos van sucediendo en una línea de tiempo. Al ser historias que necesitan ser recreadas estos acontecimientos ya han sido contados, el valor del guion aquí radica en cómo serán contados.

La importancia de realizar un guion radica en que el público se sumerja dentro de la historia, que el objetivo sea capturar su atención y que con la narración se consiga que éste tenga un acercamiento tanto emocional como intelectual a cualquiera de las historias de la tradición oral.

Para empezar a contar una historia es necesario dar un carácter a cada uno de los personajes y esto es indagar en ¿quiénes son los personajes?, ¿qué hacen? y ¿por qué hacen lo que hacen? Algo que es de resaltar en un guion es que este propone según Robert Mckee (2011) en su libro El Guion¹³, historias arquetípicas que desvelan experiencias humanas universales que se visten de una expresión única y de una cultura específica; aquí radica la importancia del uso de un guion para jugar con la memoria colectiva de un lugar al que se le quiere revivir la identidad cultural, por la expresión que detona y es que es tan importante contar una historia correctamente que nos puede acercar más a la ciudad y sus espacios.

Es también muy importante en el momento de establecer un sistema debido a la originalidad de trabajo que se genera el tener un guion bien estructurado ya que lo que se busca es identidad y esto no se puede lograr pareciéndose a una tendencia en diseño ya que tanto en contenido, contexto, historicidad, no somos clones, se busca que esa memoria colectiva sea única, incluso desde la forma de contar la narración y situar al público dentro del recuerdo hasta como visualmente se transmite esta historia.

“No hay acción imaginante sin la aparición de lo inesperado, así podemos entrar y salir de la pantalla como un poema que se escapa de las páginas de un libro para encarnar en la vida cotidiana”

José Gordón¹²



Foto 4 Arquetipos en guion, 31 minutos, Recuperado de www.31minutos.cl/

¹² Ampliar información en: TEDx Talks, TEDxDF, Gordón, J. Imaginantes, El contagio de la creatividad en la educación. Recuperado el 18/10/2016 de <https://www.youtube.com/watch?v=qDs8uY-TuEo>

¹³ Mckee, Robert (2013). El Guion, Alba Editorial



La eficacia de una historia correctamente narrada es que esta pueda ser resumida a un momento de vida del personaje principal. En el momento de contar cada una de las historias abordaremos las mismas siempre desde la vivencia que pueda generar el personaje principal en el público. Relacionar la vida de los personajes con el escenario conocido y ampliar esta narración hacia la vida del público objetivo, convirtiéndolo en parte de la historia y no como si fuese una narración externa.

Al dividirse el proyecto en distintas formas de ilustración, es también necesario aclarar el porqué de esta decisión, más allá de mostrar la parte sensible de la historia en la animación, es también el mostrar un fundido de entrada, para consecuentemente contar porque el detalle de sensibilidad de esa historia; es decir contar en un fundido de salida quienes son los personajes y en qué escenario están dispuestos y porqué actúan como se ha dispuesto en la animación o la parte sensible de la historia.

Al crear un fundido de entrada y uno de salida recurriremos al acontecimiento narrativo como explica Mckee (2013), se crea una estructura que crea un cambio en la situación de vida de un personaje que se expresa y tiene su significado en términos de valor, es decir el público ha de reaccionar ante cambios de sensibilidad por ejemplo vida/muerte, positivo/negativo, entre otros varios ejemplos.

Sin embargo, estos cambios de valor en un acontecimiento narrativo no ocurren gracias al azar, estos cambios llegan a través de un nivel de conflicto. Cada uno de estos momentos funciona de forma independiente, por tanto tras plantear el significado que tiene cada escena, si ésta

no llega a alterar los valores de un personaje, estas escenas no funcionan, al hablar de escenas nos referimos a las distintas formas de ilustración que se han planteado anteriormente y por ejemplo usarlas de la siguiente manera; determinar la animación, el póster y el cómic como fundido de entrada, nivel de conflicto y fundido de salida respectivamente; y que cada escena debe plantear un cambio en la situación de vida del personaje, teniendo en cuenta que ninguna de las escenas debe funcionar como explicación de la siguiente o de la anterior sino tener un valor narrativo por sí misma.

Para esta composición de tres escenas se deben elegir cuidadosamente cada una de estas y de esta forma mostrar los acontecimientos y sucesos que se darán en el transcurso del tiempo y que irán dando forma a la trama que se dispone a partir de la historia de la tradición oral elegida donde el contar de la historia será el diferenciador.

1.3.2.1 Estructura del guion

“Habrá dos fechas en tu tumba. Todos tus amigos las leerán pero lo relevante será ese pequeño guion entre ellas.”

Kevin Welch



Foto 5 Contextualizar el guion, Gordon, J., Imaginantes, Recuperado de <https://fundaciontelevisa.org/imaginantes/>

Para estructurar una historia de manera eficaz se debe estudiar cada una de las historias y sus elementos, primero por separado para que después puedan trabajar como parte de un solo conjunto. Al ser este una historia que intenta revitalizar la memoria colectiva es importante que el público se sienta parte de la historia, para que ese pequeño momento que nos transmite sea al mismo tiempo el despertar un sentimiento de parte de a quien está dirigido el diseño final y después de todo la difusión que se merece el producto final es parte de la opinión que genere en el usuario el relato visto.

La idea es que el público contextualice la historia dentro de un espacio ya conocido por él, y por el cual lo siente como parte de su vida. De esta forma la narración no debe centrarse en resaltar solo un elemento de la historia, sino crear una historia con cada una de las partes que conforman el guion, de esta manera la estructura es crear una secuencia estratégica que cuenta una visión del espacio para el que se va a trabajar. Un acontecimiento es provocado por las personas (Mckee, 2011) y estas se interrelacionan con los espacios creando emociones en el público.

Para componer narrativamente es necesario saber que elementos de la historia vamos a incluir y que otros vamos a descartar, saber qué será lo más importante, al realizar esto es necesario entender que el objetivo de cada una de las historias es difundir la memoria colectiva e incentivar el patrimonio intangible en conjunto con los espacios y como se interrelacionan estos con los sentimientos de pertenencia del público objetivo para poder generar la difusión a

través de medios digitales. Es básicamente un método de enseñanza a través del ocio en el que se reproducen acontecimientos narrativos que contienen un trasfondo.

Un acontecimiento narrativo es crear un cambio significativo en la situación que genera la historia, ya sea en un personaje o la vida de este, o también en un espacio que conforma este personaje. Los acontecimientos se expresan en base a términos de valor, y esto significa cambios binarios, como, por ejemplo, vivo/muerto, así, varios de estos significados que muestran un cambio son términos de valor y llegan a ser o a notarse realmente gracias al conflicto.

Una escena es una acción que se produce a través de un conflicto, un momento y un espacio trabajados casi de forma simultánea, de esta forma lo que en las historias de la tradición oral queremos mostrar es una sola escena que termina siendo un acontecimiento narrativo, en donde los valores de la situación deben cambiar, ya que si se mantienen inalterados lo mejor sería descartar esa historia, ya que simplemente no será relevante de ninguna manera y no transmitirá nada al público objetivo. Dentro de las escenas debe existir un elemento, quizás el más pequeño, sin embargo el que le dará carácter a la estructura y este es el golpe de efecto, que significa un cambio con una acción/reacción¹⁴ y que es la que produce un giro para responder positivamente al crear la escena, de esta manera no es necesario que sea uno solo el golpe de efecto que constituya un cambio en la escena, puede existir varios cambios dentro de la escena para producir una sensación

¹⁴ Ampliar información en: MCKEE, R (2013). El Guion, Alba Editorial



en el público objetivo pero no es admisible que no existan cambios de comportamiento en la escena debido al interés nulo que causará en el público objetivo. Una secuencia es una serie de escenas, estas se conjugan para crear un solo sistema, pero no necesariamente trabajar en conjunto.

Es importante darse cuenta del contexto y de que las historias sean contadas de manera que las conviertan en personales, debido a que el conocer mejor el espacio al que vamos a asignar la historia es en sí el mundo en el que se desarrollara cada una de las historias y que al mismo tiempo es donde se contextualiza a nuestro público objetivo.

Antes que nada, vale definir que es la arquitectura de la información, y es que podría ser todo lo relacionado con el diseño gráfico, pero ésta reside en que es aquel diseño capaz de organizar los elementos más esenciales de un grupo de datos y generar una reinterpretación para comunicar de forma más fluida la información antes recopilada. Siempre valiéndose del uso de jerarquías para generar un recorrido visual claro y conciso en torno a los datos más y menos relevantes.

Mckee (2011) plantea que para generar una buena historia es necesario conocer donde estará ambientada y la ambientación en la historia se refiere al periodo, la duración, la ubicación y el nivel de conflicto.

“El nivel de conflicto es la posición que ocupa la historia dentro de la jerarquía de las luchas humanas”

“La duración es la extensión de una historia a través del tiempo”

Con estos datos podremos conocer qué es necesario para continuar con el armado del guion, el storyboard y la narración para que todos formen parte de un solo sistema, y puedan tener un sentido y una estructura común.

“La localización es el lugar que ocupa una historia en el espacio”

“El periodo se refiere al lugar temporal que ocupa una historia”¹⁵



1.4 Arquitectura de la información

1.4.1 Arquitectura de la información: definiciones y conceptos

Para comprender de mejor manera la información que hemos de transmitir es necesario que se complemente con el aprendizaje, y para que el ocio y el aprendizaje vayan de la mano es fundamental que el usuario interactúe con el producto y reaccione ante él.

Según esta experiencia podemos darnos cuenta de la utilidad de recopilar información, en este caso las historias de la tradición oral funcionan por separado dentro de un mismo sistema, la cultura cuencana; es más que nada una gran recopilación de palabras, sin embargo, al hacerlas de forma gráfica se crean conexiones para un uso debido, que es en sí la información visual, que en cualquier cultura es más fácil de transmitir que otras.

El diseño de la información al ser visualizado tiene como objetivo fundamental, analizar los datos y comunicar historias. Pero estos no son los únicos objetivos, la intención de organizar la información y hacerla visible es entre otras, registrar esta información, expresar significado, aumentar la memoria, facilitar la búsqueda, ayudar al descubrimiento, apoyar inferencias perceptivas, mejorar la detección y el reconocimiento, ofrecer modelos de mundos reales y teóricos y facilitar la manipulación de datos (Meirelles, 2014). Es decir, cada uno de los objetivos anteriormente planteados son los que se lograran al estructurar los datos de forma que tengan un sentido conceptual en torno al contexto en el que se van a manejar, es hacer que el diseño tenga esa función que se trata como objetivo principal, promover la identidad con el hecho de revivir la memoria colectiva, pero esto se logra siendo ordenado y

consecuente con los medios, publico objetivo y contexto, manejando jerarquías de forma que la información sea más accesible a determinado público.

La información puede llegarnos de forma desordenada, conteniendo demasiada o muy poca información o ni siquiera de manera correcta, pero he aquí la labor de la arquitectura de información, ordenar estos datos, de forma que creen un pensamiento real y consciente con el público objetivo, es decir que la información se convierta en accesible y recordable de manera fácil y que el público llegue a entender tanto la historia como su relación con los lugares sin generar ningún tipo de confusión.

“Cuando construimos información, nosotros determinamos las estructuras que necesitamos para comunicar nuestro mensaje” (Covert, 2014) y es por eso necesario saber con qué tipo de información lidiamos y que estructura o que conceptualización para el público objetivo vamos a darle a la información adquirida y al producto final.

Al generar información es necesario generar una estructura en la que se vea de manera obvia la “dirección” que queremos tomar, en este caso se quiere crear con un fin educativo y de ocio, es decir no tener un contenido educativo principalmente pero tenerlo como un fin en segundo plano pero sin restarle la debida importancia; crear “conexiones” ente las personas y los sistemas, en esta caso la conexión establecida es de la memoria y los espacios y por ultimo las “interpretaciones”¹⁶, si el sistema construido

“La creatividad no es improvisación sin método”

Bruno Munari

genera más de una interpretación será erróneo debido a que como vimos en el carácter semiótico de las historias, estas deben de tomar un solo significado por la confusión que puede causar tener información irrelevante y por la importancia de tener una sola interpretación para no malograr la historia contada y que el salvaguardar la tradición oral sea un éxito.

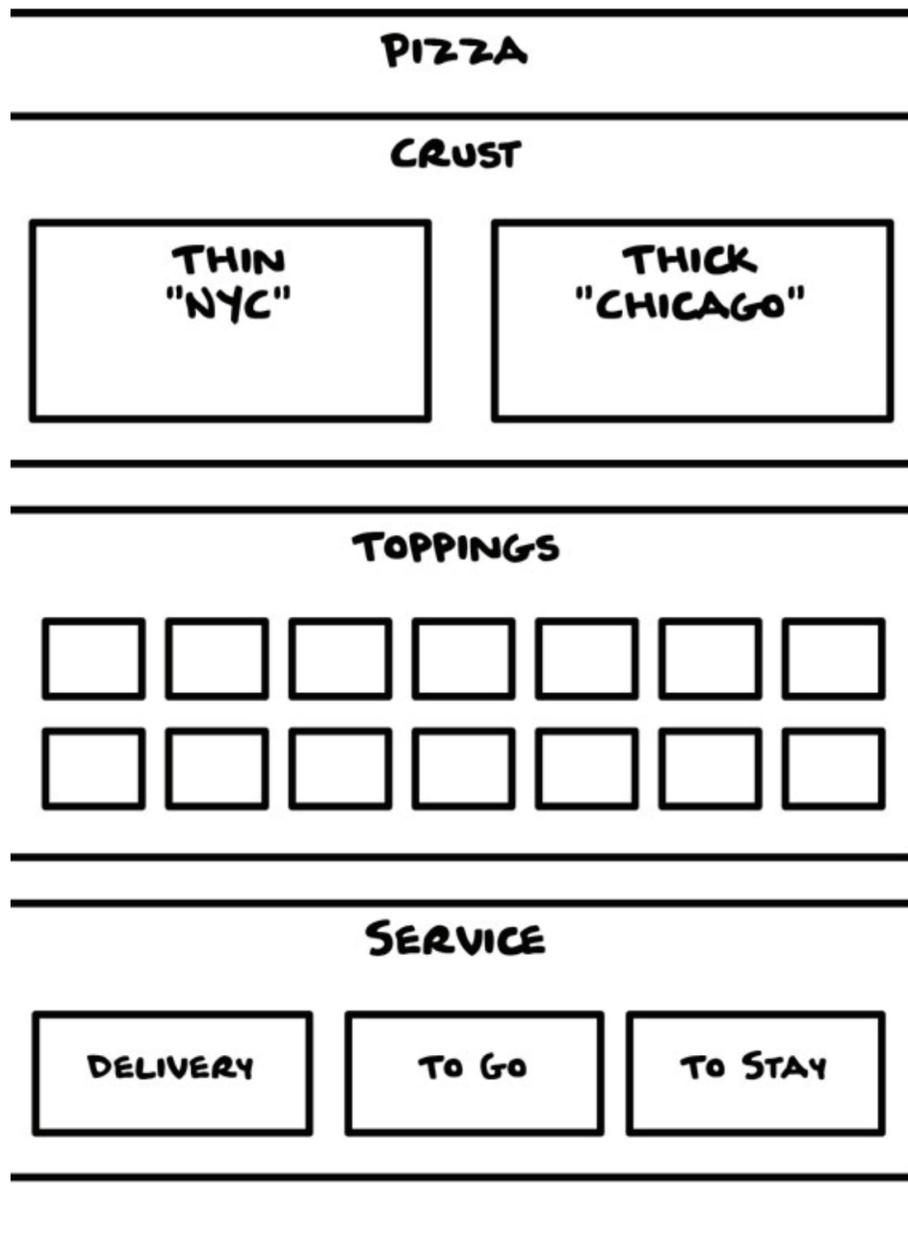


Ilustración 7 Arquitectura de la información, How To Make a Toast, ilustrador (?)

16 Ampliar información en: COVERT, A (2014). How To Make Sense of Any Mess, P. 17



1.4.2 Elementos de la arquitectura de la información



Para poder estructurar la información es necesario crear un sistema de pasos con los cuales la arquitectura será más fluida, a esto se le denomina elementos de la arquitectura de la información y nos ayudan a llevar datos y contenidos, del caos al orden deseado para transmitirlo a un usuario objetivo. Como menciona Covert (2014), es necesario dividir por partes los datos que tenemos para poder seguir este sistema que nos ayudará a que la información se vuelva entendible e importante para el usuario.

El primer punto es entender el objetivo de uso y como queremos comunicar la información debidamente al usuario establecido con nuestro producto o servicio. Entender que todas las cosas contienen información es útil para entender también, porque es necesaria cada una de las partes y como estas partes se compaginarán y ordenarán de forma que la información sea transmitida de manera adecuada al formar una secuencia con cada una de sus partes. “Mientras ordenemos cosas con la intención de comunicar información de forma acertada, no estaremos haciendo realmente información. Nuestros usuarios hacen eso por nosotros”. (Covert, 2014)

Establecer nuestro propósito, es decir lo que queremos comunicar, el efecto que queremos darle a algo. (Covert, 2014) Es la decisión que tomamos para transmitir una idea por medio de la información ordenada, y así como cada una de las partes tienen significado debemos entender al usuario como una parte más de la información, pero al mismo tiempo es para quien va dirigida la misma. Establecer como interpretará la información el usuario. Si el propósito es difundir la memoria colectiva cuencana procurando

la relación de las historias con los espacios, es posible que al contar estas historias el propósito se pierda al utilizar un lenguaje establecido, es por eso que la claridad con la que se establezca este propósito dentro del proyecto es de suma importancia debido a que el entendimiento de parte del usuario es también cuestión de percepción y por tanto subjetivo. (Covert, 2014) Y por último preguntarse cómo se va a realizar para entender la manera en la que el proyecto ha de tomar cierto camino. Estas preguntas se interrelacionan para formar un solo proyecto y sin estas difícilmente el trabajo tendrá una solución adecuada y entendible sobre todo para el usuario final.

Consecuentemente saber y siempre tener claro para quien se trabaja, entender que el propósito del trabajo se refiere a actuar correctamente para el usuario, y poder entender los distintos usuarios que puede tener el proyecto. Abby Covert (2014) menciona que existen los usuarios comunes, son los que interactúan con lo que sea que se haga; los usuarios potenciales, la gente de la que se espera una reacción; los “stakeholders” o quienes son afectados o pueden ser afectados por las actividades del proyecto; los competidores, quienes comparten el proyecto a usuarios comunes o potenciales y distracciones, la gente que puede entender de forma distinta el propósito del proyecto. No solo de entender a los usuarios se trata el ser realista, hay que tomar en cuenta varios factores como lo son el tiempo, los recursos, las habilidades o técnicas que conocemos, el entorno, la personalidad del trabajo. Entender que el proyecto pasa a través de canales y contextos, es decir, un canal es el social media, un contexto es Cuenca, entender eso es fundamental para que los factores anteriormente

Ilustración 8 Diagrama cerrado, Recuperado de COVERT, A, How To Make Sense of Any Mess, (2014)



hablados trabajen de forma consistente con el propósito que se llevará a cabo.

Lo ideal para sobrellevar esta situación y llevar a cabo el proyecto con éxito es entender a los usuarios, los canales que estos usan y lo relacionados que están con el contexto.

Para mantener un orden siempre y tener una visión constante y clara del proyecto a realizar es necesario apoyarse de mapas o diagramas y mientras más limpios sean estos, más fácil y organizado será la arquitectura de la información, a continuación, se muestran ejemplos de distintos mapas y diagramas que ayudarán de diferentes formas a tener siempre la información limpia y al alcance.

Se logrará un mayor impacto diseñando con el usuario y no solo para el mismo, es decir si hay la posibilidad de testear el proyecto es mejor hacerlo, pero definiendo de forma clara que es exactamente lo que queremos mostrar al usuario, puede sonar a obvio, pero basándose en un testeo con una encuesta acerca de conceptos y objetivos que cree el usuario que tiene el proyecto final se puede saber que está por cambiar y que no, esto significa trabajar con el usuario.

Debemos tener en cuenta gracias a la realidad con la que hay que plantearse el proyecto que el propósito no debe ser desmesurado, se debe hacer lo alcanzable en cuanto a tiempos y habilidades, y una guía para lograr este propósito es dividirlo en metas, que nos ayudarán a definir donde invertir más tiempo y energía para así poder medir el progreso de forma segura. Es parte de la organización.

La idea de siempre trabajar con el usuario y como este interactúa con el proyecto es para poder completar el propósito planteado en el que el proyecto depende de la interacción del usuario, aunque no en la medida de una página web, si lo es en cuanto a la difusión y a la importancia que dé a la identidad cuencana, y a la tradición oral de la ciudad; la memoria colectiva será difundida de parte del usuario de este proyecto y será gracias al mismo valorada.

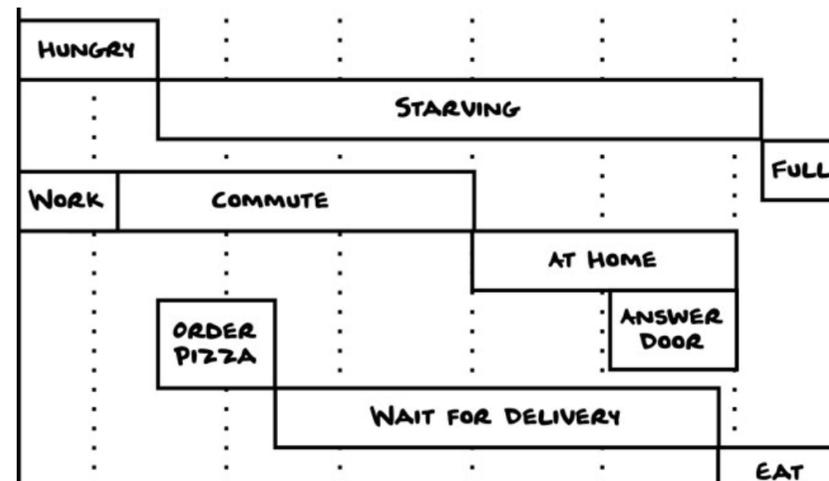


Ilustración 9 Cuadro de Gantt

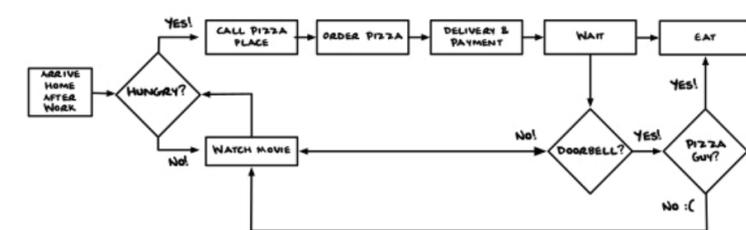


Ilustración 11 Diagrama de flujo

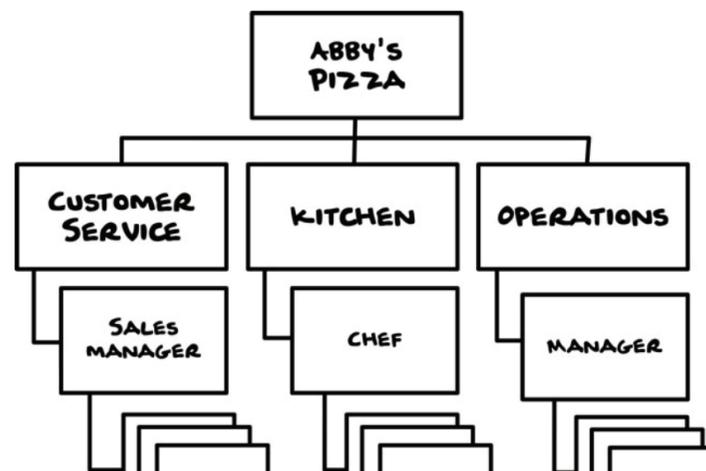


Ilustración 10 Diagrama de jerarquías

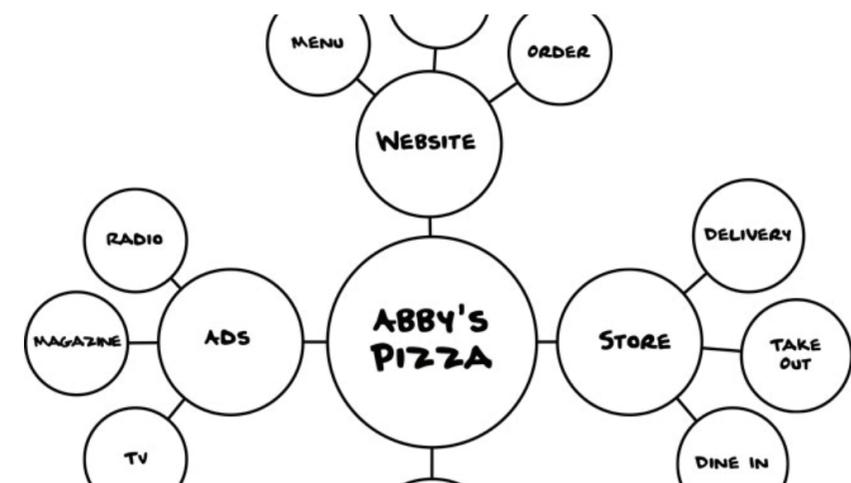


Ilustración 12 Mapa mental



1.4.3 Diseño interactivo y DCU

El DCU o Diseño Centrado en el Usuario es aplicado al trabajar para-con el usuario y se ha tomado como referencia en proyectos en los que el usuario es capaz de interrelacionar sus experiencias con pantallas, debido a esto es que se ha escogido utilizar el diseño interactivo como una herramienta a seguir en el proyecto, ya que el público específico se encuentra en un segmento en el que la interacción con pantallas, web o celular le es habitual. “En esencia, DCU significa diseñar para las personas.” (Pratt & Nunes, 2013)

El DCU se enfoca en las necesidades, deseos y limitaciones que pueda tener el usuario y tras este análisis implementar un diseño que sea capaz de prever estos enfoques al usuario; así como el hecho de realizar un testeado con el mismo, ya que no se puede intuir como percibirá e interactuará con el diseño dicho usuario y es por esa razón que es importante uno o varios testeos, teniendo en cuenta factores de información que sean y no relevantes para el objetivo del proyecto; y sobre todo es útil decir que los mejores productos digitales son aquellos que mayor grado de satisfacción aportan al usuario final (Pratt & Nunes, 2013). De esta manera el asegurarse el éxito del proyecto depende de la eficacia con la que se trabaje cada uno de los puntos, el propósito a comunicar, el cómo será trabajado el proyecto, y además se materializará dicho producto, todo esto debe ir relacionado con la manera en que el usuario interactuará de manera global con el proyecto.

La participación online de parte de los usuarios es una herramienta eficaz para el éxito de un sitio en el que después de analizar al público objetivo se nota que este puede participar o estar involucrado en compartir datos que él mismo considere útiles o interesantes en cuanto a compartir historias sobre su ciudad relacionada a espacios que lo harían identificable, de esta manera citaremos lo que Donald A. Norman (1998) denomina “affordances”, que son “las cualidades reales y percibidas de un objeto, sobre todo aquellas que determinan los usos que se le pueden dar”¹⁸; es decir pistas visuales que indican al usuario que hacer, para volver más intuitivo al diseño y de esta manera crear esa interacción rápida y entendible para el usuario.

Lo importante es tener un modelo mental establecido, que básicamente es la forma en la que el usuario entenderá el concepto y propósito del producto y este proyecto debe trabajar al mismo tiempo con un modelo conceptual que es el mapa que el diseñador intentará que el usuario ejecute, de esta manera el mapa conceptual es como realizamos el proyecto y el mapa mental como el usuario lo utiliza, es decir el comportamiento del usuario frente al concepto realizado por el diseñador.

En palabras de Nunes y Pratt (2013) entender quién es realmente el usuario o público objetivo con detenimiento es lo que hará relevante al proyecto debido a que se trabaja con ese usuario. Conocer a los usuarios es crucial, conocer las interacciones que puede haber entre distintos usuarios, el hecho de como comparten información, como se comunican entre ellos o como se influyen mutuamente es parte

“La historia es la vida de la colectividad; la novela es la vida de los individuos”

Alphonse Daudet

de conocer al usuario; y va más allá del conocimiento básico de analizar un usuario (información demográfica y psicográfica); con esto nos referimos al modelado de usuario de forma inicial; edad, sexo, valores, actitudes, intereses, estilo de vida; aparte de esa información hay que conocer cómo reaccionan a la información; cómo interactúan y se relacionan entre ellos.

“Lo que diseñemos lo usarán personas en su día a día, por tanto, es importante saber cómo les afectará en su estilo de vida”. (Nunes & Pratt, 2013) Esto se refiere a saber en qué situaciones los usuarios compartirían esta información adquirida, es decir, si conocemos que las historias se relacionan con los espacios podemos definir que el usuario final puede transmitir esta información de manera oral, y nuestro objetivo de difusión no se habrá perdido, sin embargo habrá cambiado de tecnología, como también puede utilizar el compartir de forma digital, por eso es necesario conocer como llegará la información a nuestros usuarios y que esta no afectará a su proceso de obtener información mediante una vía digital; y si estos accederán o no a la plataforma o al medio que se disponga mejor para el usuario y para el hecho de difundir la información creando identidad en cada uno de los usuarios y posibles usuarios.

Teóricamente es fácil decir cómo se debe analizar al usuario o quien va a ser nuestro usuario, pero conseguir los datos que nos darán personas reales apegadas a nuestros objetivos es otra cosa, nuestros usuarios inicialmente están en un rango de edad de 20 a 25 años, utilizan

¹⁸ Ampliar información en: NORMAN, D (1998), La psicología de los objetos cotidianos, San Sebastián, Nerea



smartphones, viven en Cuenca, a menudo viajan, están muy apegados a redes sociales, comparten sus experiencias de vida continuamente por redes sociales, utilizan más de una red social; pero esa no es toda la información que se requiere para decir quien exactamente es el usuario, sin embargo una estrategia es lo que se considera usuario tipo o un modelado de uno o más representantes del colectivo de distintos usuarios que puedan formar el proyecto y tras seleccionar ese individuo analizar su comportamiento en base a su estilo de vida y su interacción con el social media, que canales utilizan para acceder a la información, la interacción que tienen los usuarios cuando están frente a un producto “enseñanza-ocio” y como es para ellos la difusión de las historias de la tradición oral cuencana; para de este modo crear perfiles de usuario a partir de lo que hemos podido observar, conjugarlo, discernir los datos y entender que elementos son útiles para que nuestro proyecto sea exitoso.

El tener usuarios tipo nos permite diseñar para personas reales es por eso necesario hacer uno o varios perfiles de usuario que incluyan una foto, un nombre, lugar de trabajo, estado civil, aficiones, describirlo en torno al uso del producto con un párrafo corto; es importante una foto para tener en cuenta en todo momento quienes son los usuarios y para que cualquier decisión que se tomé sea válida en cuanto a sus deseos y necesidades. Para ser aún más real se realiza un relato o un escenario en el que el usuario cumple sus necesidades o deseos gracias al producto final.

Establecer qué tipo de contenido vamos a trabajar es importante, partiendo por la idea de que el usuario siempre se va a decidir por contenido de calidad, así mismo estos tipos de contenidos determinan quien va a ser el responsable de compartir la información, es decir los tipos pueden ser animaciones o ilustraciones y los formatos .GIF, .PNG y .JPEG; así como también definir los tamaños o proporciones a utilizar; todo lo anteriormente citado en base a la plataforma que se ha de utilizar. Entre los tipos de contenido que se podrían utilizar están el contenido colaborativo; es decir contenido original creado junto con otras personas, en este tipo de contenido se cede parcialmente la autoría pero se permite tener mayor difusión a distintos públicos; el contenido social; este tipo de contenido procede de los canales interactivos de internet, blogs, redes sociales, entre otros, suelen estar de moda entre los usuarios social media sin embargo requieren actualización constante para fidelizar al usuario.

La decisión de utilizar una red social ya existente en lugar de una página web creada para este fin, radica en los diferentes dispositivos en los que se puede utilizar la información y como esta se visualizará; en lugar de crear una red para difundir el contenido se aprovechará al máximo el social media y la opción de compartir de parte de los usuarios a las distintas redes, incluso debido a que en ese caso no es necesario orientar a los usuarios a un nuevo proceso, sino solo adaptarlos a uno ya existente como son las redes

sociales. Es también necesario darse cuenta que no todos los usuarios reaccionan de la misma manera ante el contenido, es decir, si existe muy poco contenido hay gente a la que le interesa y otra que lo hace pasar como desapercibido, esto es normal, hay gente que ve mucho contenido y no comparte sino lo considera determinadamente necesario, hay quienes desean acercarse a un contenido específico por lo que una red que permita buscar etiquetas o acceder de forma rápida a una imagen es importante, por estas razones dos redes sociales pueden ser efectivas, Facebook e Instagram, aunque depende del usuario tipo y como trabajen estas redes en base al objetivo del proyecto.

La interacción que pueda tener el usuario estará acorde al guion y como se narre cada historia y como se dispongan cada ilustración dentro de la plataforma, para de esta manera mantener una relación entre las distintas historias, al igual que funciona un sistema gráfico, debe haber una relación en como se dispone la información. Tras haber diseñado la arquitectura de la información y haber solucionado la interacción que tendrá el usuario es necesario crear una marca que refuerce la estética del proyecto con cada una de las imágenes para que los usuarios tiendan a asociar ambos elementos, para facilitar la decisión del consumidor.



1.4.4 Información digital vs tradicional

“La novela definió la cultura del siglo XIX, el cine la del siglo XX, y la interfaz gráfica definirá la del siglo XXI”

Lev Manovich

Preferir uno u otro de los caminos para plasmar la información, ya sea de forma digital o tradicional en los que se mostrará el proyecto; será un medio para utilizar la información y guiar al público objetivo de forma más acertada. Gracias a la cultura del internet el recibir y manipular los datos ha cambiado, y conforme a esto, las decisiones de parte del público objetivo al que va dirigida la información también, incluso en su forma de interactuar con los datos y la visualización de los mismos.

En realidad ahora lo sumamente importante es el diseño centrado en las características del usuario, y al tener una idea de quién es este público, jóvenes locales, en un rango de edad entre 24 a 30 años, informados constantemente gracias al uso de smartphones y actualizados con las últimas tendencias dentro de redes sociales; este es un acercamiento mínimo debido a que el Diseño Centrado en el Usuario (DCU) implica estudiar a fondo al usuario y a partir de este análisis diseñar en base al público y la relación que este tendrá con el producto, esto con el fin de entender cómo se percibirá, entenderá y utilizará el producto final siempre realizando un seguimiento que implique al usuario como la parte fundamental del diseño.

El enfoque que requiere el diseño digital es distinto al que requiere el diseño impreso, por eso abordar este tema es de suma importancia para demostrar por qué uno u otro uso de las distintas herramientas.

Si esta recopilación como habíamos mencionado anteriormente funciona o tiene como objetivo fundamental

facilitar y apoyar al descubrimiento de las historias, generar un aumento en la memoria colectiva y expresar significado a través de nuestra cultura y nuestros recuerdos, el crear una infografía o una ilustración interactiva de manera digital es usar un elemento de comunicación visual, y transformarlo en una herramienta para la transmisión de contenidos educativos de una manera prolija y relacionada directamente al público objetivo al que se quiere abordar, lo útil es entender con qué tipo de tecnología se adapta mejor el público. En este caso creemos que la forma más práctica de tener el interés de nuestros usuarios es hacerlos sentir parte del sistema creado, por eso la decisión de que la información utilizada sea digital, debido a la interactividad con el usuario que promete, y aunque en sistemas impresos y tradicionales existe una interacción, no siempre cumple con los parámetros que ayudan al crecimiento y difusión de las historias, que, en sí, es otro objetivo a cumplir.

El presupuesto para la difusión es una limitante en diseño analógico, en medios digitales, la difusión se la realiza de manera sencilla, es decir en cuanto a tiempos y presupuesto, basándose en los requerimientos del público objetivo, como es el uso de redes sociales, es decir existe de esta manera una interacción del usuario con el diseño final; las expectativas del usuario en base a los objetivos propuestos en el diseño, y como estas se relacionan con el modelo de negocio o como se dará a conocer el producto, y claro siempre en base de la creatividad y por tanto a la tecnología aplicada, ya que en base a esta se manejará el contenido de forma fiel a lo establecido debe de ser una interacción en conjunto con el público debido a que toda



esta gama de enfoques en el diseño trabajan en conjunto, siempre basados en los deseos y necesidades que puedan tener los usuarios y que se complementen con los recursos y limitaciones que la tecnología puede ofrecer en base a lo anteriormente contemplado¹⁹.

Al crear información digital debe ser centrada en los deseos y necesidades del usuario, creando interacción ya que se ha convertido en necesidad el interactuar con la información adquirida digitalmente.

El estructurar la información será realizando modelos mentales entendidos como “representaciones que nos construimos mentalmente de los objetos con los que interactuamos”²⁰ (Weinschenk, 2012) y que en el caso de las historias de la tradición oral dentro de un sistema gráfico digital, funciona de modo que todos como usuarios podamos hacernos una idea de cómo funcionará y como interactuará un gráfico de modo que al ver una forma se entienda que es parte de un sistema y no funciona como

una imagen individual. Pero no solo del sistema gráfico se trata, si al interactuar, la difusión a través de redes sociales por parte del público se logra, el usuario habrá tenido otra construcción mental que se intenta conseguir, que es la difusión de las historias, y si no solo actúa entorno al mundo digital, sino que también lo difunde fuera del mismo, el sistema de difusión habrá funcionado y se habrá expandido a ser un sistema educativo al mismo tiempo que de ocio.

El otro modelo a seguir es el modelo conceptual, y su definición según Weinschenk “son los modelos reales que percibimos a través del diseño y la interfaz de los productos”, esto significa crear un modelo que se acople a como el usuario interactúa con el diseño, y por lo general se utilizan factores que suscitan en la repetición, la formulación de mensajes claros y la preparación o formación del usuario (Pratt, 2013), es decir los modelos conceptuales o el trabajo del diseñador se debe adaptar a la forma de entender el producto de parte de los usuarios, es decir el modelo mental.

19 Ampliar información en: PRATT, A & NUNES, J (2013). Diseño interactivo teoría y aplicación del DCU, Ed. Oceano

20 WEINSCHENK, S (2012). Diseño Inteligente: 100 cosas sobre la gente que cada diseñador necesita saber, Anaya Multimedia Interactiva



1.4.5 Diseñar para diferentes plataformas digitales

“Las mediciones nos dicen qué gusta a los usuarios y qué no, pero no sirven para saber con qué sueñan”

Scott Gursky

El interactuar con el público objetivo no es una tarea que se debe tomar a la ligera, en sí, es la parte más importante por la que trabajaremos y el uso de una plataforma es para que se conjuguen los modelos tanto mentales como conceptuales y generar que el proyecto se entienda rápidamente de parte del usuario.

Una buena comunicación en estos modelos es importante para dar a distinguir el producto final, y una de las formas de hacer esto posible es con una plataforma en la que todo se note directamente, ya que el entender que algo es parte de un sistema es verlo en conjunto y dar la posibilidad al público de compartir en sus distintas redes es también parte del objetivo; en lugar de crear varias páginas en redes sociales y acaparar varios medios, se dará la facilidad y la potestad al público de compartir e interactuar con el sistema de la forma que el público crea la más acertada.

Al decidir el público objetivo al que está dirigido este sistema de ilustraciones, se ha decidido también que se diseñe para que esta información venga a ser parte de la pantalla, y para fundamentar esto se ha elegido el uso de una plataforma para resaltar un sistema y poder difundir hacia otros medios, pero algo que sucede siempre es que al utilizar la tecnología digital la información siempre se mostrará en una pantalla y es importante tener claro eso en el proceso de diseño, sin embargo al ser una serie de ilustraciones tanto estáticas como dinámicas, todas deben pertenecer a una sola idea y para que el público se sienta identificado con la historia no puede ser una sola, sino ser parte de todo un sistema, el mismo que se almacenará en

una plataforma digital y con posibilidad de compartir en distintas redes sociales por la facilidad de que así se divulgue la información.

El éxito en esta plataforma consistirá en tener un acceso directo a cualesquiera de las ilustraciones y su posibilidad de compartir, así en base a esto no es necesario distintos

fan pages, sino una sola gran plataforma que pueda y nos permita la interacción de parte del usuario y la capacidad para desenvolverse de manera constante dentro de la misma y al mismo tiempo nos permita la acción de compartir rápida y eficazmente a otras redes sociales.

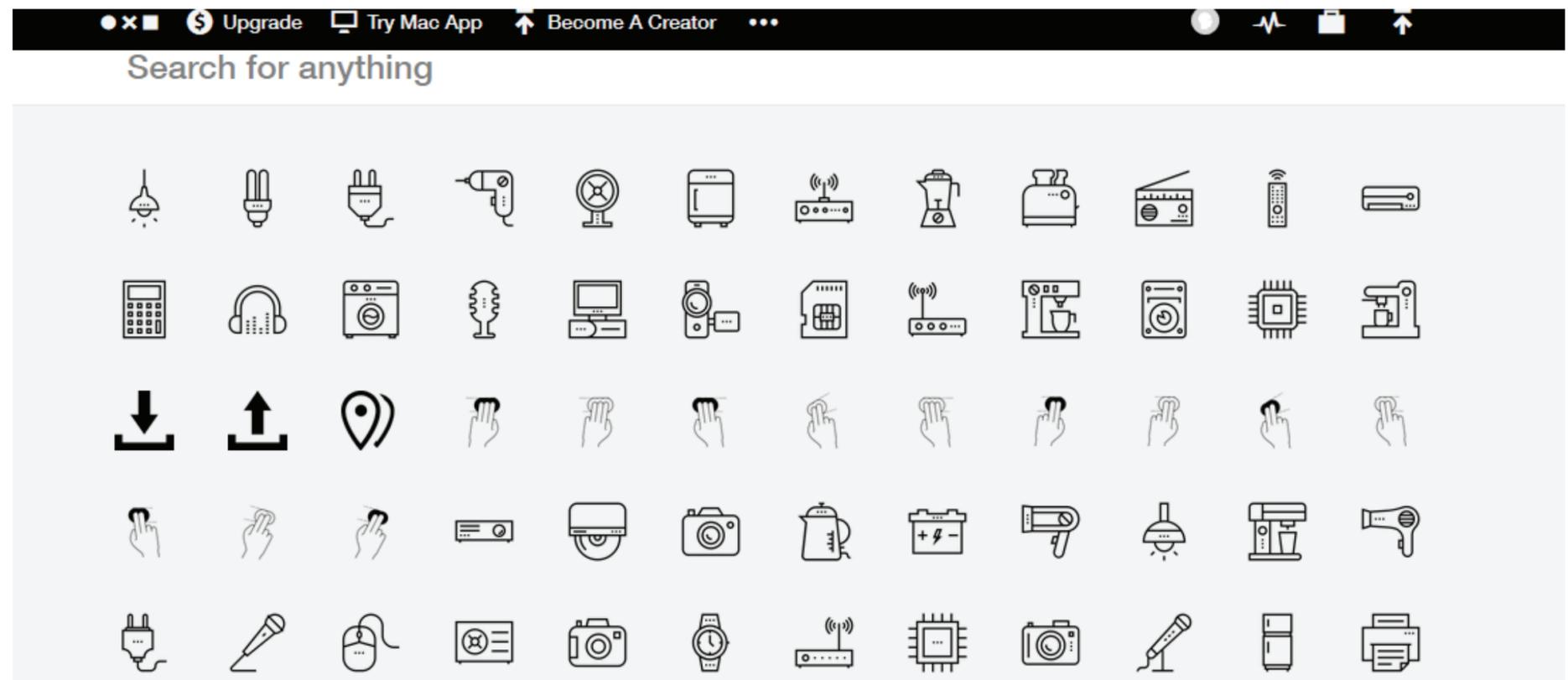


Ilustración 14 The Noun Project, plataforma digital





CAPÍTULO 2



CONCEPTUALIZACIÓN Y DESARROLLO INICIAL DEL SISTEMA GRÁFICO



2.1 Usuario tipo o que conversación quiero que gire en torno a mi proyecto

El conocer al usuario para y con el que se va a trabajar es fundamental debido a que todo el proyecto se ancla a la opinión final de parte del usuario. Lograr esto es importante, pero a la vez se puede caer en un círculo vicioso en el que solamente se definirá al público objetivo de un modo desacertado o con una descripción genérica. Para evitar esto hay que tener presente que cuando se diseña, se lo hace para personas reales; por tanto, es importante plantearse una manera ideal en la que el enfoque al público objetivo sea el que radica para diferenciar este proyecto de otros similares.

La necesidad de crear diseño para personas reales radica en que los usuarios no son estereotipos.

Cualquier usuario es mucho más que tan solo hablar de datos simples como género, edad, estatus social y tipo de trabajo; lo verdaderamente importante es conocer el porqué de su estilo de vida, porqué actúan, piensan y viven de

cierta forma; descubrir cómo el proyecto habrá satisfecho las necesidades o deseos que en un grupo se planteen para con el proyecto, es parte de descubrir un verdadero público específico.

Parte de diferenciar este proyecto es conseguir una audiencia fiel, por tanto, el buscar una verdadera audiencia es olvidarse de los estereotipos y recabar en las suposiciones que se han hecho hasta el momento sobre el público objetivo y cuestionarlas.

El público objetivo al que en un principio estaba enfocado el proyecto eran personas con acceso a distintas redes sociales, con un uso constante de smartphones; gente de clase media alta enterados de las últimas tendencias que suscitan en redes sociales y que viven dentro de la ciudad ya sea como residentes o turistas de la misma.

“Nadie puede cortar una flor sin perturbar una estrella”

Anónimo

Criterios de selección:

Hombres y mujeres en un rango de edad de 21 a 29 años, tanto universitarios como en el mundo laboral; apegados al arte, la literatura, el cine, gustan de reuniones sociales en las que se puede generar una conversación amena, utilizan redes sociales para difundir información que creen útil para otros; preferencialmente utilizan smartphones, aunque a pesar de ser la mayoría no es una regla; son gente que haya tenido que dar a conocer la ciudad a turistas, ya sean nacionales o extranjeros; que actualmente residan en la ciudad de Cuenca; que prefieren contar la historia de ciertos lugares como parte de dar a conocer la ciudad y sienten apego a estas historias como parte de lo que los representa como ciudadanos cuencanos.

*Este sentimiento de orgullo se ve reflejado cuando al dar a conocer la ciudad, prefieren narrar la historia personalmente y mostrar ciertos detalles de donde o como sucedió este relato ubicando estos acontecimientos en base al lugar actual que muestran a los turistas. Las motivaciones de cada una de las personas que cuentan la tradición oral son distintas, por decir algo, el orgullo de sus raíces, la nostalgia que trae el contar una historia y la curiosidad que generan en las personas a quienes cuentan cada una de las historias al indicarles el espacio en cuestión.**

* (Resultado de encuestas, investigación de campo: observación y escucha)



Tras este análisis es necesario aclarar que se ha intentado de manera mínima utilizar estereotipos que definan al público, en lugar de eso, se ha intentado empatizar con ellos, de forma que se pueda entender su mentalidad, emociones, motivaciones y deseos que los llevan a actuar de determinada manera; así, los rasgos demográficos no son de gran utilidad para este descubrir de un público único y si lo son el pensar, actuar y vivir de cierta manera de parte del público al que se dirige el proyecto. Eliminar las definiciones genéricas nos ayuda de cierta forma a pulir más en el aspecto psicológico de una persona real que es para quien se proyecta el producto final.

Realizar el modelado de un usuario es importante para tener siempre en cuenta debido a que así tendremos un análisis más certero de porque el usuario puede querer utilizar el sitio en base a sus deseos o necesidades. La información que se buscará es a partir de información básica de uno o varios usuarios; edad, nivel educativo, para después averiguar datos sobre dicho usuario, estilo de vida, aficiones, que hace con su tiempo libre, prefiere conocer nuevos lugares, conocer nuevas personas, habilidades que tiene en

cuanto a tecnología, como influye su comunicación desde redes sociales al compartir contenido, con qué frecuencia utilizarán el producto, como descubren nueva información digital, al salir a dar a conocer la ciudad a visitantes o turistas tienen alguna pauta de comportamiento, su dialecto está relacionado con algún grupo social en particular.

Poder conocer estos datos es en buena parte lo consecuente para entender al usuario específico al que se dirige el proyecto; define sus objetivos, necesidades, y carencias en torno a lo que pueda satisfacer el proyecto que se dispone realizar. Para lograr nunca desviar el objetivo es necesario entender que se trabaja para personas reales, con una foto y un nombre real, no se descuidaran o dejaran de lado los objetivos del usuario, sus deseos y necesidades.

A continuación, se realizará un modelado de usuario y se creará un posible escenario que demuestre como el proyecto resuelve las necesidades o deseos del público objetivo.

Israel tiene 29 años es un profesional que tiene constantes viajes fuera de la ciudad, lo que le permite conocer gente, varias ciudades y es coleccionador de anécdotas sobre las ciudades que visita, le gusta contar las historias de cada ciudad que visita por el “orgullo” que le generan, además gusta de la “curiosidad” que crea en otros al contar estas historias. Contar historias le ha permitido conocer más gente y también verse como un excelente anfitrión dentro de la ciudad.



2.2 Conceptualización para sistema gráfico

“El sistema es que no hay sistema. Esto no significa que no tengamos un proceso. Los procesos te hacen más eficiente.”

Steve Jobs

El concepto es parte de diferenciarse de la competencia, es decir, este producto no es único, es un producto turístico que la gente podría utilizarlo así como también abandonarlo; el tener un concepto que transmitir se lo debe abordar con claridad para que el objetivo que se tiene dentro del proyecto que es lograr relacionar cada historia con el espacio a partir de la curiosidad y el orgullo gane fidelidad de parte de un consumidor por el solo hecho de identificarse, y poder de esta forma captar la atención, tiempo y fidelidad de parte de la personas a las que está dirigido.

Establecer un concepto es también mostrar como diferenciarse eficazmente del hecho de solo realizar ilustraciones, es escuchar al público objetivo e identificarlo de una manera correcta, es decir al conocer para quien está dirigido debemos conocer sus gustos, deseos y aspiraciones, que emoción les lleva a contar una u otra historia; en este caso, aquella emoción que los lleva a realizar esto es por el orgullo que genera el contar, la curiosidad al enterarse lo que ocurrió en un lugar en específico, incluso la nostalgia de volver a la ciudad o al recuerdo de una persona que contaba dicha historia, es volver al pasado con el solo hecho de contar o de percibir una historia olvidada o recientemente adquirida.

La conceptualización y cada detalle del proyecto se explicará con detenimiento en el siguiente punto debido a que el concepto debe ser tomado en cuenta para cada uno de los momentos en los que se va a ahondar en el proyecto, canales, distribución de la información, ilustración, entre otros.



2.2.1 Concepto para usuario, canales y contexto

El concepto por utilizar será el cómo se cuente esta historia y como se explicaba en guion sería la forma en que se narra la historia. La disposición de las imágenes y las animaciones para cada historia dentro de la plataforma, los elementos que formen la historia serán parte de los procesos de tener un concepto firme que el usuario pueda entender dentro de la plataforma a utilizar. Un concepto va mucho más allá de solo contar una historia, tiene que ver con las emociones que creará en un público objetivo, tiene que ver con el hecho de lograr la fidelidad y el regreso a aprender más historias y lugares de la ciudad de parte del público sin agobiarlo con información innecesaria o confusa; sin embargo siempre tener en cuenta que otro de los alcances que se quiere lograr es el momento de relacionar un sitio con una historia; el concepto tiene que ver con las emociones que pueda generar la transmisión de la memoria colectiva y como esta se adapta a las nuevas formas de comunicación.

Una forma de capturar al público objetivo es utilizar la nostalgia como parte de un sistema gráfico, en este caso para la difusión, la nostalgia puede ser un aspecto muy fuerte por trabajar, hacer entender al público que estas son historias pasadas y que sin embargo aún perduran dentro de la mente de cada uno de los cuencanos. Para un público comprendido entre los 24 a 29 años, quienes crecieron con el cambio de tecnologías, de un sistema de lectura analógico a una forma digital y que ahora utilizan una red social diariamente a la hora de informarse es necesario no

confundirlo ni agobiarlo al momento de entregar información; por lo tanto se ha elegido combinar dos tendencias de transmisión de información en base a imágenes, las imágenes estáticas, como grandes ilustraciones ricas en detalle a manera de posters y animaciones en formato gif, que junto con la forma en la que se narre la historia serán las que denoten como se transmitirá siempre la información.

La prioridad es hacer de cada una de las ilustraciones un punto importante y que a pesar de relacionarse con la siguiente imagen funcionen como atractivo de forma independiente.

Crear en base al guion un poster con una ilustración que cuente una historia como si de un fundido de entrada se tratase, esta historia no funciona a manera de explicación de la siguiente pero se relaciona para fundir en tres imágenes la historia que se ha de contar; la siguiente imagen una animación que muestra el nivel de conflicto de la historia a narrar, así también la parte con mayor sensibilidad de la historia y la siguiente otro poster que comente el porqué de la narración como si fuese un fundido de salida de manera que la trama de la historia se cuente en tres escenas dispuestas siempre de esta forma.

El hecho de crear animaciones dentro de la diagramación de un periódico es revivir un referente conocido por nuestro público objetivo, los diarios que se ven en películas

“Intento entender el contexto más amplio en el que suceden las cosas de forma que nuestras intervenciones encajen bien en este entorno.”

Rem Koolhaas

como Harry Potter , en las que cada uno de los personajes tienen vida dentro de lo que se supone debería ser una imagen estática, basado en este dato, las noticias que se creen; es decir la tradición oral será animada, de esta forma dentro del concepto se trabajará la curiosidad que lleva al espectador o al público a contar o escuchar las distintas historias.

Tomar como referencia la manera de narrar historias del corto Vincent Price de Tim Burton es una muestra de cómo se desarrolla el guion y la narración de una historia; en esta historia el personaje se maneja dentro de un ambiente tétrico pero se cuenta con una narración en prosa poética que ambienta al espectador y lo transforma en un público en especial, a la vez que sugiere algo distinto a los usuarios, lo que los hace sentirse únicos o un público invaluable, asunto necesario para su fidelidad con el proyecto. La curiosidad es otra emoción a cumplir y esto generará cada una de las historias pero si en el caso de que todas estas historias sean conocidas, hay que crear algo que lo convierta en relevante y aquí se conjuga *la narración, el orgullo y la curiosidad* con la prosa cuencana al contar una historia, un punto importante es que cada historia debería tener una narración a manera de prosa para dar esa elegancia y orgullo que genera ser cuencano, junto con sus modismos y su dialecto o cantar al hablar.

Las ilustraciones se manejarían dentro de un ambiente mágico, no estrictamente anatómico, aquí lo importante es

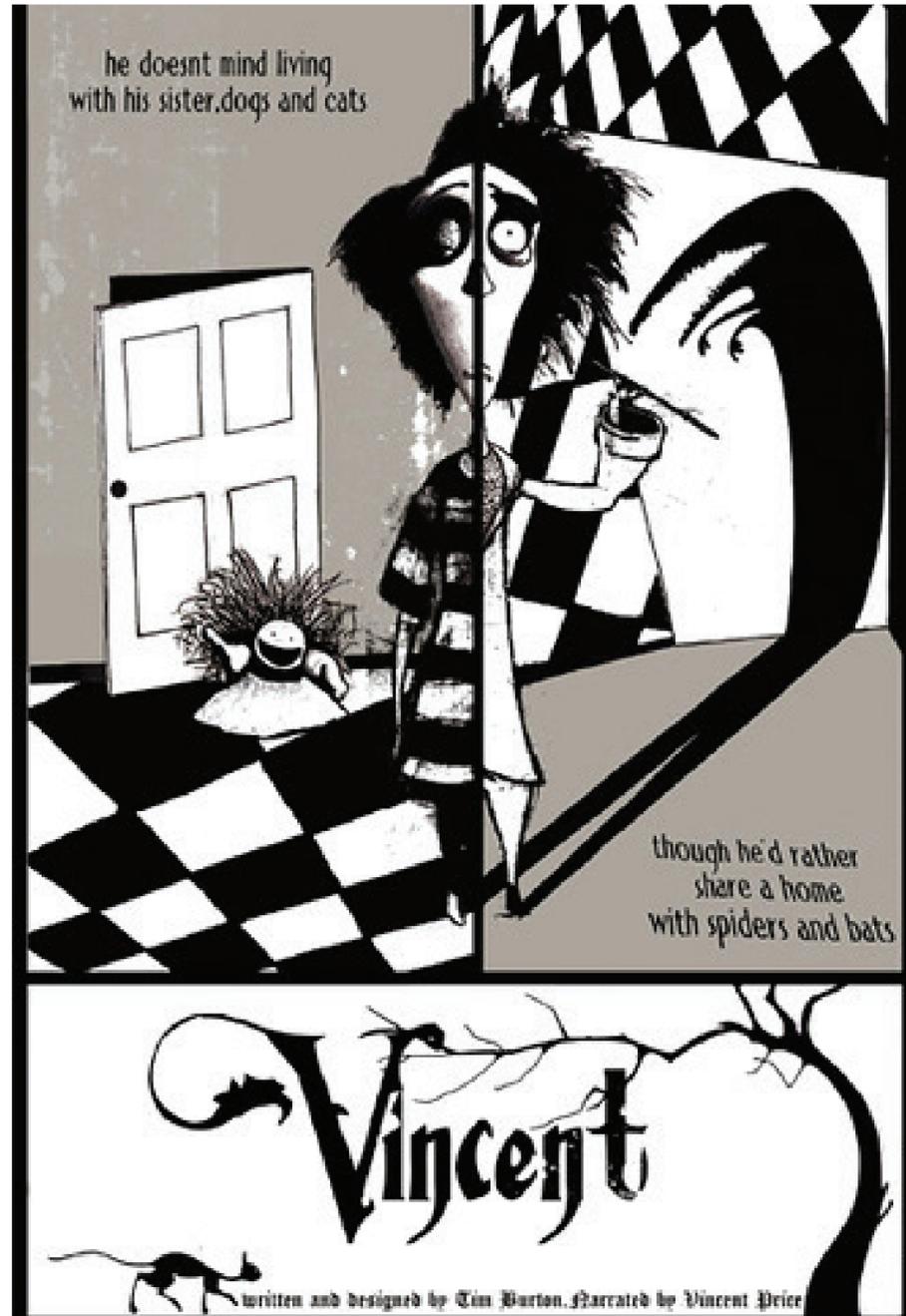


Ilustración 16 Periódico de Harry Potter, prensa dinámica

Ilustración 17 Vincent Price, Tim Burton, narración en prosa

Ilustración 18 Brosmind, Estilo de ilustración



ilustraciones, si con un nivel de detalle lo que conlleva al uso del orgullo como emoción a tratar, debido a que a pesar de que las historias de la tradición oral son reales, estas se han fundido tanto dentro de la memoria colectiva que parecen ser de ensueño y simplemente este estilo puede transmitirse como parte del orgullo que puede generar en el público objetivo.

El estilo de ilustración debería ser una forma de ilustrar que no contenga demasiado detalle, sin embargo que sea representativa para la ciudadanía dentro de un contexto que se quiere trabajar; para el público objetivo los homólogos pueden ser animaciones parecidos a cartoons, por el realismo mágico que generan en ilustraciones de los últimos años, sin embargo el estilo de ilustración y cromática pueden ser imágenes al estilo Calvin & Hobbes o más recientes con un estilo parecido Brosmind, elemento nostálgico que hace referencia a las imágenes con las que este público fue creciendo, aunque con una forma más propia del contexto, así que el conocido estilo que logra captar el estilo de ilustración buscado es la ilustración o arte pictórico de Gonzalo Endara Crow en los cuadros en que el artista cuenta historias a partir de la curiosidad de las personas, y que por sus cromática, son reconocidas fácilmente, el homólogo referido es para mostrar el porque es importante el color y el uso de una paleta de colores limitada para mostrar un solo sistema gráfico.



2.2.2 Guion

“La creatividad significa qué incluir y qué excluir”

Robert Mckee

Tras estructurar el concepto que se utilizará, la narración es parte fundamental del mismo, utilizando un fundido de entrada, un nivel de conflicto y un fundido de salida para contar cada una de las historias. Se ha definido que conste de dos imágenes estática y una en movimiento contadas en prosa poética utilizando la manera que tienen los mayores de contar cuentos a los niños.

La duración de cada una de las animaciones no debe superar los 12 segundos, tiempo suficiente para que el usuario pierda el interés.

La animación debe ser el momento clímax de la sensibilidad de la historia y trabajar en base a este momento, ya que la anterior imagen será un fundido de entrada que mostrará la historia de los personajes, quiénes son y cómo viven y por qué llegan a este nivel de conflicto, así como también la siguiente imagen detonará en como concluye la historia dentro de una ilustración completa que

escenificará tanto el escenario como el papel de los personajes dentro de la ambientación que se deba a la historia.

Dentro del guion es importante plantear la ambientación en la que se desarrolla la historia. Es decir se debe plantear en que período histórico se ambienta la historia o si este momento es irrelevante o desconocido.

Se debe plantear la duración, cuánto tiempo de vida de los personajes va a cubrir la historia.

Se debe determinar la localización o dónde se desarrolla la historia.

Pero no todo debe ser el alcance demográfico o temporal de la historia, existe el nivel de conflicto y se base en el entorno social en que se narra la historia y los cambios humanos que ésta puede tener. El reparto de personajes y

en que forma batallan éstos contra sus ideologías en base a la sociedad.

Al plantear cada una de estos momentos de la estructura es necesario darse cuenta cuando la historia ha alcanzado un punto en que no es coherente, tanto entre el carácter social de sus personajes como con la ambientación temporal y demográfica de la historia; en ese momento hay que replantear el guion para que la narración no afecte la historia original.

Fundido de entrada
Introducción de los personajes
¿Quiénes son? ¿Qué hacen?

Clímax de sensibilidad, nivel de conflicto
positivo/negativo

Fundido de salida
Conclusión de los personajes
Desenlace de la historia



2.3 Análisis de homólogos para sistema gráfico: diseño, cromática e ilustración

Pictoline²¹ es una página que se maneja dentro de distintas redes sociales, en las que su fin es que en base a ilustraciones con un estilo cartoon y tanto estáticas como dinámicas, informa al público como si de una base de noticias o curiosidades se tratara.

Dentro de los homólogos a estudiar en base al concepto establecido pueden ser la serie Imaginantes de José Gordon por su calidad educativa en base a un concepto claro y rígido, y como esta serie utiliza el tiempo como un aliado para captar la atención de su público objetivo y ha logrado generar la atención para la fidelización de su público debido a que son videos de una duración específica, 1 minuto; así como también sus ilustraciones por un uso entre tradicional y digital que nos incita a poner atención en lo detallado de su proceso de trabajo así como en un concepto que engloba a un todo y su forma de presentar cada una de las distintas animaciones hacen que el concepto y el sistema gráfico establecido se decante por cómo funciona la parte gráfica conjugada con la narrativa.

La forma en la que se ha promocionado el último disco de la banda Gorillaz²² tiene ilustraciones en movimiento y narraciones que muestran parte de la historia de cada uno de los personajes dentro de redes sociales, en donde su disposición dentro de la red Instagram es un referente a tomar para la elaboración del proyecto y el hecho de saber que la prosa puede ser leída tanto como animación

²¹ Ampliar información en: <http://pictoline.com/>

²² Ampliar información en: <https://www.instagram.com/gorillaz/>

como estática al igual que el hecho de que la historia debe contar un detalle de la historia a diferencia de toda la historia para poder conjugar el concepto dentro de un tiempo establecido.

Haircomic²³ es un comic que se lee en Instagram y en el que es necesario disponer el teléfono boca arriba, es decir se consigue una interacción física de parte del público debido a que la historia se lee al revés y en conjunto es decir cada cuadro no funciona por separado sino como un solo conjunto; estos referentes pueden ser catalogados dentro del uso de redes sociales y como mostrar un sistema gráfico establecido generando empatía con el público dado el plus que ofrece.

²³ Ampliar información en: <https://www.instagram.com/haircomic/>

“Cuando llegue la inspiración, que me encuentre trabajando.”
Pablo Picasso

¿POR QUÉ EL DÍA DE LOS INOCENTES Y APRIL FOOLS' DAY NO OCURREN EL MISMO DÍA?

AMBAS FECHAS TIENEN EL MISMO ORIGEN: LAS FIESTAS DE LA ÉPOCA MEDIEVAL PARA CELEBRAR EL FIN DE AÑO.

FIESTAS DONDE ERA TRADICIÓN JUGARSE BROMAS.

A FINALES DEL SIGLO XVI, EL PAPA GREGORIO XIII MODIFICÓ EL CALENDARIO PARA QUE LA PASCUA COINCIDIERA CON EL EQUINOCCIO DE PRIMAVERA:

| | | | |
|-----------------------|-----------|--------------------|-----------|
| FIN DE AÑO | NUEVO AÑO | FIN DE AÑO | NUEVO AÑO |
| DICIEMBRE | ENERO | MARZO | ABRIL |
| CALENDARIO GREGORIANO | | CALENDARIO JULIANO | |

MIENTRAS QUE LUGARES MUY CATÓLICOS (COMO ESPAÑA) CAMBIARON RÁPIDO AL NUEVO CALENDARIO

LUGARES MENOS ALINEADOS AL PAPA (COMO INGLATERRA) TARDARON MÁS TIEMPO Y SIGUIERON USANDO EL CALENDARIO JULIANO.

POR ESO ESPAÑA Y LATINOAMÉRICA CELEBRAN SU DÍA DE BROMAS EL 28 DE DICIEMBRE.

Y LOS PAÍSES CON INFLUENCIA PROTESTANTE (COMO ESTADOS UNIDOS) EL 1RO DE ABRIL.

FUENTE: "April Fool's Day 2014: Religious Origins Of The World's Silliest Holiday" - HUFFINGTON POST

FACEBOOK.COM/PICTOLINE

Ilustración 20 Pictoline, Información en base a ilustraciones en redes sociales



Ilustración 21 Imaginantes, José Gordón, videos con duración de 1 minuto por tema. Ampliar información en: <https://www.youtube.com/watch?v=j-RahZsAZ-g&list=PL9A736F4BF68E8F59>



Ilustración 22 Promoción en Instagram del disco Humanz de Gorillaz, 2017

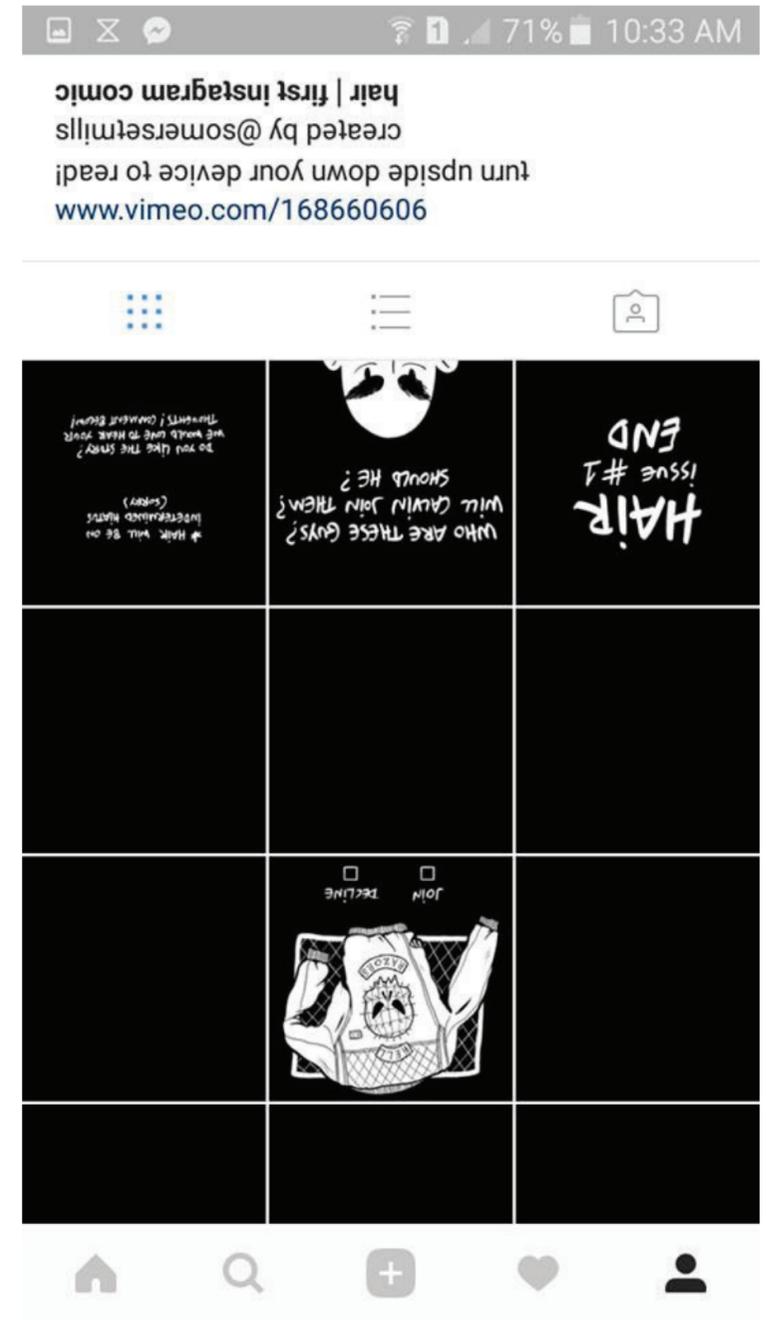


Ilustración 23 Haircomic, Orientación versátil en Instagram



2.4 Interacción del público objetivo y difusión

La interacción se realizará en base a la plataforma que se ha escogido, Instagram, su difusión y funcionamiento exitoso se ha notado a partir del análisis de los distintos homólogos de tecnología que han utilizado este sistema para generar interacción de parte del público.

Debido a que tiene varias partes, se desglosa dicha red social en cada uno de sus elementos tanto su función como estéticamente para la interacción del espectador.

Funciona con más naturalidad en smartphones, antes que en pantallas de escritorio o laptops; presenta la posibilidad de rotar la pantalla sin hacer responsivo el diseño de su diagramación; consta de una foto de perfil, información como las publicaciones, seguidores y seguidos, una información rápida del usuario de la cuenta; dos distintas vistas con las que los homólogos referidos anteriormente juegan para crear esa interacción que en el caso de realizar en forma de periódico será útil ya que una de ellas muestran las imágenes en mosaicos de 3 columnas mientras la otra se desliza hacia abajo para visualizar cada una de las ilustraciones; en base a estas formas de visualización se creará el periódico de forma que se lea horizontalmente como un periódico lo haría de izquierda a derecha y que su lectura y su animación sea al abrir cada una de las ilustraciones con la sensación de cambio de página que puede sugerir el hecho de deslizar a la siguiente imagen.

En este caso al volver a ver el mosaico de pequeñas imágenes mostradas anteriormente, y el solo hecho de tener que rotar el Smartphone es parte de interactuar con el

público; al abrir cada una de las imágenes se encuentran distintas opciones, para interacción digital como me gusta que en caso de Instagram es un corazón en la parte inferior de la imagen y la que al dar doble clic en la imagen se muestra un corazón gris en el centro de la imagen y que puede servir como parte de la interacción de parte del público objetivo; existe la sección de comentarios y como se puede comentar, un icono en forma de globo de texto al lado del corazón y junto a este la opción enviar que se refiere a compartir la imagen solo con usuarios Instagram; el nombre de usuario se muestra sobre la imagen y en la parte inferior a este se encuentra la ubicación, a la derecha existen opciones que permiten entre lo más importante copiar URL, activar las notificaciones de publicaciones y comparar en Messenger, bajo esta sección de compartir, me gusta y enviar se encuentra el nombre del usuario y la descripción de la imagen que a su vez puede contener hashtags.

Conocer cada parte nos ayudara a precisar de mejor manera la forma en la que el público objetivo puede interactuar con el sistema gráfico y el concepto de nostalgia y curiosidad de una manera eficaz y envolvente.

Es decir, dar una lectura diferente a una página de Instagram para transformar el interactuar en un atractivo para la curiosidad del público objetivo e incluso para la difusión de la página en general; esta forma de lectura puede basarse en las dos formas de vista que se tienen y darle relevancia a la forma de vista de cuadrícula que permite ver las imágenes junto a los textos.

“Internet es mucho más que una tecnología. Es un medio de comunicación, de interacción y de organización social.”

Manuel Castells



Foto. 8 Instagram y función mosaico



Como en el homólogo de Gorillaz se muestra, se pueden utilizar los espacios exteriores para imágenes, tanto estáticas como animadas y los espacios centrales para textos, los mismos que estarán escritos en prosa y que definirán cada una de las historias, las cuales al ser dispuestas de esta manera deberán formar un solo sistema gráfico y un concepto en torno a la nostalgia de un periódico antiguo junto a sus imágenes animadas.

Otra forma de interactuar podría ser como lo logra Haircomic haciendo que el lector gire el teléfono, de esta manera se transmite una curiosa idea entre los distintos usuarios solo por el hecho de que su disposición afectó en sus sentidos y pudo generar una interacción agregada de parte del público objetivo. Al rotar el teléfono en la vista de cuadrícula se pueden plantear imágenes de manera que todo forme un gran folleto o periódico dispuesto de forma horizontal, dando la posibilidad de leerlo como si fueran imágenes estáticas y que junto a ellas se disponga también imágenes en movimiento.



2.5 Historias a implementar

Al ser un artículo de periódico el que se diseñará dentro de Instagram como plataforma principal y en el que tienen que ver las historias y la interacción que pueden generar, así como también su enunciado en tono de prosa, es necesario tener en cuenta a esta plataforma y el sistema gráfico o de diagramación con el que se les presenta a los usuarios para en base a este concepto de periódico digital establecer que historias han de satisfacer el concepto y la capacidad de interacción del público objetivo, también hay que tener en cuenta que las historias deben seguir una línea de tiempo específica, o una temática parecida en la que se refuerce el espacio y la relación que genera este lugar en la memoria colectiva de la ciudadanía cuencana. A partir de este análisis las historias que se tomarán en cuenta podrían ser las historias que se relacionan al espadachín Zabala por



Foto 6 Museo de las Conceptas, relación espacios-historias*

ser la más curiosa, la ubicación de algunas de las plantas dentro de los huertos de las casas patrimoniales, por ser un dato curioso que se relaciona a más de un sitio dentro de la ciudad; así como muchas otras historias, aunque estas podrían ser para iniciar un proyecto piloto.

La historia a continuación ha sido recuperada gracias a la página <http://quecuentascuenca.blogspot.com/2012/10/gobernador-vallejo-uno-espadachin.html> y narra con más detenimiento la historia que se va a utilizar para el posterior trabajo.

Allá por el año de 1779-81, el gobernador Vallejo era quien estaba a cargo de la ciudad, el cual era conocido por su temple y actitud incorruptible; por haber logrado un avance tal en la ciudad, había puesto a trabajar a los vagos y borrachos de la ciudad, empedrado las calles y atrapado a los delincuentes que acechaban la ciudad.

Un día, mientras patrullaba la ciudad el gobernador Vallejo junto al alguacil Eugenio de Arteaga a las 3 de la tarde frente al actual templo de San Alfonso se encuentran a Zabala; que era conocido por haberse fugado de la cárcel, pero que también decían que les robaba la limosna a los curas, era mujeriego y le gustaba estar siempre de juerga, conocido como el espadachín por siempre llevar una espada atada al cinto; se encontraron con él en un billar cerca de la zona, al darse cuenta el espadachín escapa del lugar, con Vallejo en la entrada y el alguacil en busca de éste;

* Fotografías recuperadas de <http://quecuentascuenca.blogspot.com/2012/10/gobernador-vallejo-uno-espadachin.html> el 18 de diciembre de 2016

“Vale la pena vivir, aunque fuera solo porque sin la vida no podríamos leer ni fantasear historias”

Mario Vargas Llosa

pero cuando intentaba esconderse dentro del convento de las Conceptas, su plan falló, ya que el convento se encontraba cerrado, al subir a su caballo para intentar escapar el gobernador Vallejo dispara con la intención de que se detenga, con tan mala fortuna que la bala le atraviesa el pecho a Zabala y muere en el acto. Este hecho fue repudiado por la ciudadanía y Vallejo pasó a ser la deshonra de la ciudad debido a que los delitos del espadachín nunca fueron graves y que su muerte había llegado a la temprana edad de 24 años. Por eso en las puertas de las Conceptas está una lápida tallada con el año 1781 inscrito en ésta, la misma que no tiene ningún nombre que la identifique.



Foto 7 Espadachín Zabala, relación espacios-historias*



2.6 Gestión de la información

“El orden no es suficiente. Lo que se requiere es algo mucho más complejo. Es el orden actuando sobre la novedad, para que la masividad de orden no degenera en mera repetición, y de este modo la novedad siempre se refleje sobre un fondo de sistema.”

Alfred North Whitehead

Identificar el desorden es parte de gestionar la información para poder estructurarla de forma sólida y concisa; se debe identificar el usuario y como se puede conseguir más usuarios de este tipo; el usuario está definido dentro del usuario tipo y la forma en la que se busca conseguir un mayor alcance es al utilizar la interacción de parte del público en base a la tecnología utilizada; definir los “stakeholders” y que esperan ellos del proyecto.

En este caso el marketing está basado en el consumo que tenga el sector turístico al poder relacionar los espacios con las historias que éste encuentra útiles así como también el uso de redes sociales para compartir la información que vaya adquiriendo, en este caso todo el perfil que es el que muestra todo el sistema gráfico; hacer que la gente interprete la relación entre los lugares y las historias, es siempre relacionar en la misma diagramación la historia con el lugar y con una ubicación que puede ser mostrada al abrir una foto individual, al mostrarla en la diagramación como si de un título se tratara o dentro de la descripción de la imagen en movimiento o de la misma imagen e incluso en ambas; y no adjuntar más que esa información ya que solo se lograra que la imagen sea confusa y puede afectar a la interpretación de parte del público objetivo, más bien generar la apariencia de periódico en base a como se ordena la información pero sin saturarla demasiado con imágenes sin una justificación precisa.

Establecer el propósito, como se había explicado anteriormente, es el hacer que el público objetivo relacione los espacios con la memoria colectiva y esto se logra al conjugar lo que se quiere dentro de la estética tanto en cambios

de como se ve y como se siente el producto y como es apreciado y entendido el proyecto de parte de la audiencia. Para definir con mayor fuerza el propósito del producto es necesario definir cómo será idealmente el proyecto definido por los usuarios, pero solo en base al uso de adjetivos; único, curioso, distinto, emotivo, ingenioso, memorable, útil y también hacer una lista de adjetivos neutrales, es decir, de preferencia no negativos u opuestos a los que anteriormente hemos tratado de cómo no debería describirse el proyecto, es decir rápido, tecnológico, a la moda.

Dar cara a la realidad es entender que el proyecto está sujeto a canales, contexto y usuarios así como también a factores limitantes como el tiempo en el que se trabajará, a los recursos, a las habilidades como diseñador, al ambiente en el que se trabajará, a la personalidad que se desea darle al proyecto, en cuanto al sistema de difusión está entendido que se trabajará en Instagram con la opción de interactuar que ofrece por el orden en que dispone las imágenes en cuadrícula; mas cada una de las historias y como estas se desarrollarán tienen una forma diferente de mostrarse en la que hay que tener en cuenta, quienes son los stakeholders, quienes puede crear distracciones, que se conoce acerca de los usuarios; dentro de que contexto entran los usuarios; de qué manera pueden difundir mejor el trabajo, vía redes sociales o de boca en boca.²⁴

Escoger la dirección que tomará el proyecto es decir hablar de una sola manera para el usuario y no ser confuso al momento de generar la información, es decir al momento de establecer el storyboard para la creación del guion,



este debe ser completamente limpio, no tener ningún detalle que pueda generar la confusión de parte del usuario, la redacción en prosa debe tener palabras que estén dirigidas al público, es decir no ser confusas ni extrañas para el público objetivo, tras averiguar cómo se contaría la historia en prosa, señalar que palabras o que términos para el público objetivo están por explorar, definir cada parte de la historia de la forma más simple que se pueda y que sin embargo no pierda su significado.

Medir el progreso, en este punto es necesario detenerse y mirar los objetivos tanto general como específicos y entender si realmente cumple con el propósito y con el usuario, en caso de que no funcionara seguir trabajando los anteriores pasos hasta lograr el objetivo con el usuario final.

Se necesitará organizar la información, una buena solución es con cuadros, mapas o diagramas que nos permitan entender la información de forma conjunta, probablemente se necesite más de una estructura para poder planificar de correcta forma la información, estos planos fueron explicados en capítulos anteriores.

Valorar el contenido que será útil para lo que se desea informar al público objetivo, que es más importante mostrar tanto en el sistema de difusión como en cada una de las historias y su narración, en este caso los espacios se

conjugan con la memoria colectiva pero pueden haber datos que sean irrelevantes al usuario y que incluso en la historia pueden ser un añadido estético, este será retirado o categorizado como de inferior valor para lo que se pretende impartir; es decir utilizar mapas jerárquicos para solucionar que es más importante como información con función en base al concepto y que información no debe ser retirada por no afectar a la tradición oral y al detalle que puede contener la memoria colectiva.

Ordenar la información de la tradición oral con una forma de lectura específica y al mismo tiempo generar formas de interrelación para que el público pueda interactuar con las historias y con la información y el concepto establecido es parte de crear soluciones hábiles para el nivel de ambigüedad o exactitud que merece el sistema, es decir en el medio de difusión puede existir cierto nivel de ambigüedad, por el hecho de que se trata de reordenar la tecnología que se tiene, pero que se necesita ser completamente exacto en el caso de las historias, más la narración en prosa puede ser algo ambigua sin olvidar que debe ser entendible y no omitir detalles que puedan afectar a la historia así como el hecho de mostrar la información en modo digital sin perder su carácter histórico.



2.7 Branding de la marca en base a la plataforma a utilizar

La plataforma a utilizar más que nada se basa en la idea de la interacción que ofrece y la posibilidad de difusión que puede generar, Instagram, una red social que permite subir tanto fotos como videos y que permite compartir las imágenes dentro de la misma red como con otras redes como Facebook, Tumblr, Twitter y Flickr, otra de sus características es que todas sus imágenes toman una forma cuadrada, esto puede ser una ventaja para diseñar en conjunto con el concepto y utilizarlo como parte de la solución que se desea dar. También permite grabar videos de 1 minuto de duración o como la red los llama historias, que aún no se ha definido si el uso de estos es necesario o no en el concepto que se dará al realizar el sistema gráfico.

La marca deberá envolver el hecho de relacionar los espacios junto con la memoria colectiva que encierra dicho lugar, deberá incluir los tres lineamientos que toman parte dentro del público al transmitir las historias; el orgullo, la nostalgia y la curiosidad, deberán formar parte de la marca y esta girará en torno a cómo se disponga el formato para su lectura como sistema gráfico, si se quiere un periódico digital dispuesto en formato horizontal, la marca será distinta a si lo que se quiere es varias historias armadas de tres en tres, dispuestas según las columnas de la página. Parte del branding es lograr la interacción que se desea de parte del público, las narraciones en forma de prosa y como se espera que cada usuario comparta la información cuando este en los lugares establecidos; el branding es más que solo el logo, es crear la iconicidad que puede generar el momento.

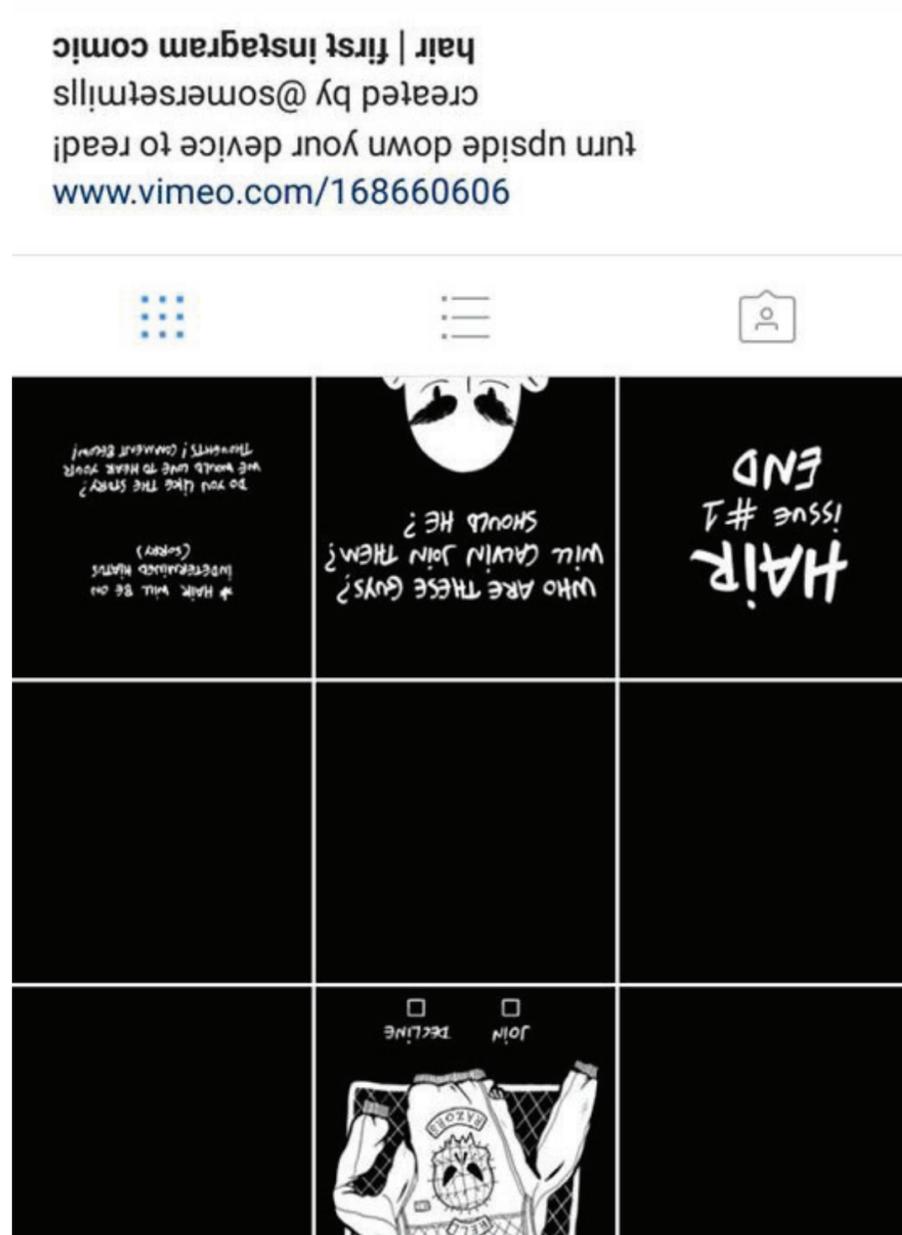
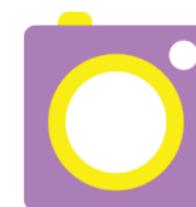
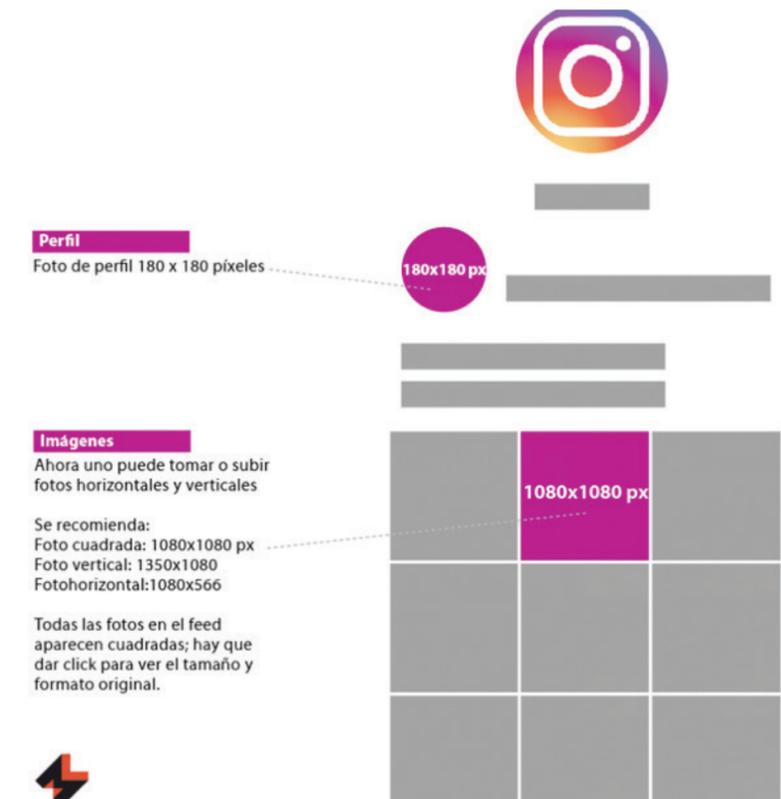


Ilustración 24 Haircomic, Orientación versátil en Instagram y marca de la misma

“El camino marca una dirección. Y una dirección es mucho más que un resultado”

Jorge Bucay



Instagram

Imagen de perfil: 110 x 110 px
Imagen cuadrada: 1080 x 1080 px
Imagen horizontal: 1080 x 566 px
Imagen vertical: 1080 x 1350 px

Ilustración 25 Relación de tamaños en Instagram para implementación



2.8 Modelo de Negocio

En palabras de Osterwalder y Pigneur, un modelo de negocio asienta las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor.²⁵

El incluir un modelo de negocio como estrategia para la difusión va más allá que solamente una propuesta temporal, lo verdaderamente útil es que esta persista en el tiempo gracias a la fidelidad del usuario final y al carácter innovador que el proyecto pueda ofrecer, en este caso la innovación que puede ofrecer el trabajo final, se logra con el uso de la parte tecnológica como medio de difusión. Sin embargo, esta es tan solo una parte del modelo de negocio, en la que se intenta capturar al público objetivo utilizando herramientas para él ya conocidas, Instagram, redes sociales que le son familiares y lograr sacar el mayor provecho de lo que puede ofrecer este medio y se debería de innovar en cada propuesta que se realice, tanto de difusión como medios digitales, plataformas y el contacto con el público y como mantenerlo fiel al producto.

Existen nueve módulos que se trabajan dentro de las cuatro áreas fundamentales de un negocio que son los clientes, la oferta, la infraestructura y la viabilidad económica.²⁶

Antes de definir detalladamente cada uno de estos módulos es necesario entender cómo se relacionan entre sí dentro del proyecto, a continuación, se describirá una breve aclaración sobre cada uno de los módulos a trabajar en el plan de negocio.

En primer lugar analizaremos el “segmento de mercado”, como ya lo habíamos aclarado en el usuario tipo y al realizar el modelado de usuario, es un segmento que se encuentra en la ciudad de Cuenca dentro del rango de 21 a 29 años con acceso a smartphones que comparten información que piensan útil para otros por medio de distintas redes sociales, interesados por el arte, la literatura y por lo general han tenido que dar a conocer la ciudad a uno o más turistas, ya sean nacionales o extranjeros, a los cuales el hecho de contar historias de un espacio específicamente turístico los envuelve emocionalmente dentro del orgullo, la curiosidad y la nostalgia.

Las “propuestas de valor” proponen la solución que satisfaga las necesidades del usuario, en este caso, es el dar a conocer historias sobre los espacios que toman parte dentro del ámbito turístico de una forma amena y a la vez concisa utilizando los recursos tecnológicos como parte de los denominados “canales” ya que el hecho de compartir la tradición oral cuencana por estos medios induciéndolos a la curiosidad, la nostalgia y el orgullo que genera el compartir, ampliarían su interés al momento de usar estas emociones generando en el público objetivo la satisfacción de no solamente solucionar las necesidades sino también los deseos del consumidor.

Estos valores que el producto solucionará pueden ser cualitativos como la experiencia del cliente o cuantitativos como el precio, la velocidad del servicio entre otros. La novedad en este caso es un valor para la experiencia del cliente, no es una novedad tecnológica, pero si el recurso utilizado es bien dirigido la visualización de un sistema

“Los proveedores de software están intentando hacer sus productos más amigables para el usuario. Su mejor aproximación hasta el momento ha sido tomar sus antiguos folletos y estampar las palabras ‘amigable para el usuario’ en la portada.”

Bill Gates

prestablecido puede ser gratificante para la satisfacción del cliente. Otro valor importante es el diseño, la calidad que éste muestre puede construir identidad con el usuario lo que generará un vínculo más personal entre el proyecto y el público objetivo. La accesibilidad del cliente a una plataforma ya establecida es para tomar en consideración por la comodidad de uso de parte del público, es decir mientras menos esfuerzo haga el usuario por conseguir la información requerida mayor valor tendrá el proyecto y el modelo de negocio.

Los “canales” serán dirigidos de forma que se establezca que forma de distribución prefiere el segmento de mercado y se basan en las preferencias que tendrá nuestro usuario final de cómo conseguir y compartir información en su vivir diario, y aunque, Instagram es un canal que no genera beneficios económicos directamente su rango de acción es mucho más amplio y concuerda de manera primordial con el concepto establecido para el sistema gráfico.

Las “relaciones con clientes” nos especifica cómo se captará clientes, como se logrará fidelización de parte de los mismos y como se puede sugerir un gasto económico de parte de este público o como lograr la interacción de forma entendible de uno a otro usuario en torno a la innovación del modo de lectura del sistema gráfico. Dentro del tipo de relación se puede informar a los agentes turísticos o distintas empresas que se dediquen a esto a que el público puede informarse dentro de un perfil en Instagram dedicado a contar historias de la tradición oral de forma amigable e innovadora. Las comunidades online también servirán

²⁵ Ampliar información en: OSTERWALDER, A & PIGNEUR, Y (AÑO). Generación de modelos de negocio, Ed. Deusto

²⁶ ibd



como sustento debido a que la plataforma funciona en base a hashtags y el hecho de crear uno de ellos puede ser de utilidad; incluso las comunidades pueden ser parte de que el público se sienta parte creadora, es decir el cliente, tras la confianza adquirida dentro de los comentarios que genere dicho hashtag representativo del producto sugerirá distintas historias que ingresen por su relevancia como historias dentro de un espacio.

Los “recursos clave” es básicamente los recursos que se tienen a mano para ofrecer y proporcionar lo anteriormente dispuesto y en cuanto a lo que se referiría a mano de obra o trabajo manual, sería las “actividades clave”. Incluso estas podrían estar asociadas es decir no trabajan individualmente, sino que en ciertos casos puede darse que se fusionen algunas actividades, como por ejemplo la diagramación innovadora para la difusión dentro de un sistema ya establecido en este caso la red Instagram convertida en un periódico que sugiera lo analógico; es decir asociar tanto las actividades como los recursos.

Por último, la “estructura de costes” trabaja en común con las fuentes de ingresos y con los anteriores elementos de forma que cada elemento deberá costar en tiempo y producción y por sobretodo entender que las fuentes de ingresos deben de solventar los costes que conforman todo el proyecto.





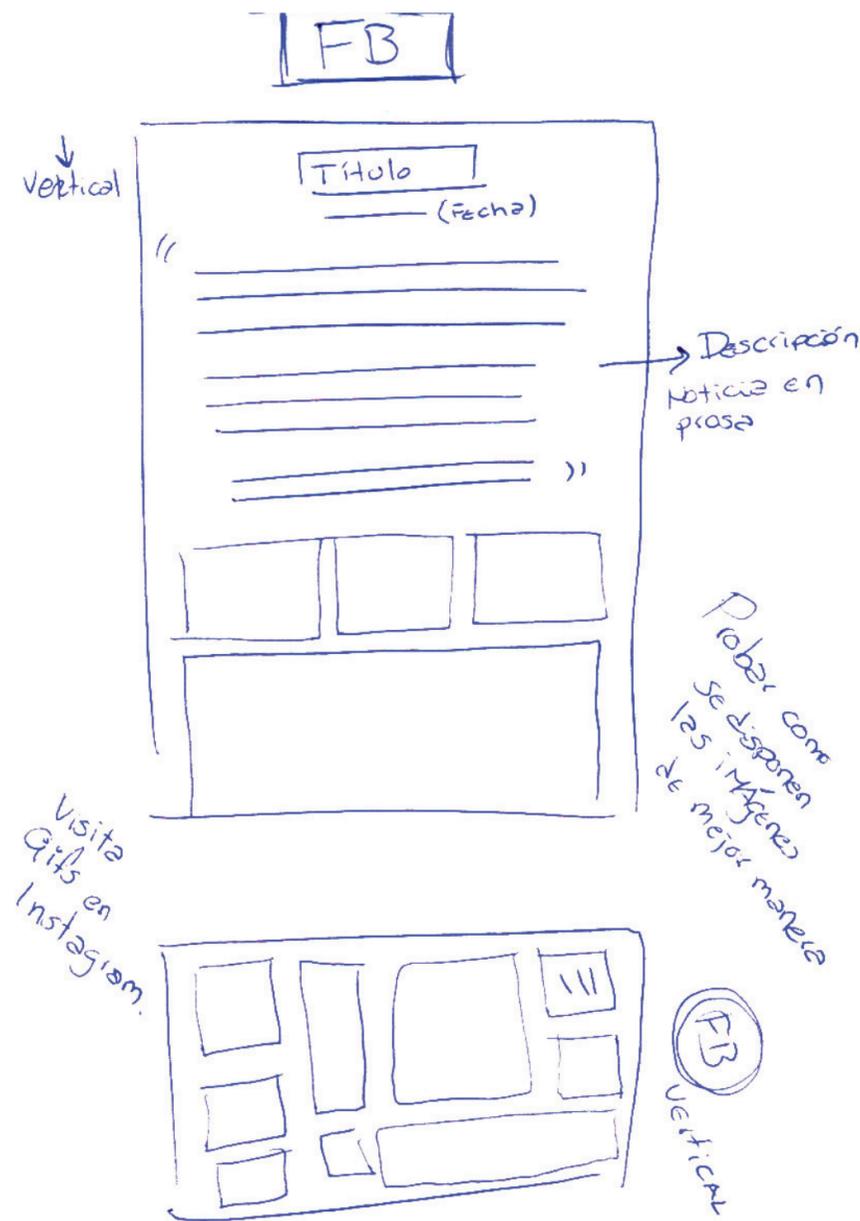
CAPÍTULO 3



PROTOTIPO



3.1 Búsqueda de plataforma, sistema gráfico y guion



La historia a implementarse será la muerte del Espadachín Zabala, y se ha decidido por trabajar en una sola historia debido al tiempo de realización de la propuesta y a la plataforma finalmente escogida; que para este proceso es Instagram, debido a que esta es la red que mejor se acopla a las necesidades tanto del público como a los objetivos principales del trabajo, así como también a la interacción entre animaciones e ilustraciones estáticas para tener un sistema gráfico definido.

Para la búsqueda de la plataforma se realizaron distintas diagramaciones de cómo se ofrecía la información y la visualización de imágenes, tanto en Facebook como en Instagram, descartando de esta manera a Facebook debido a que las imágenes y su diagramación no permitían un sistema gráfico sólido y que la visualización de gifs o videos no se acoplaba dentro del sistema, sino que se volvía parte individual del todo. Instagram en cambio permitía una mayor interacción al poder crear una imagen completa en base a su visualización en mosaico ya que los videos eran parte del gran sistema.

Como se explica en la imagen contigua la razón por la que se descartó el uso de Facebook se debe a que para entender el sistema gráfico utilizado era necesario ingresar a la sección álbum de fotos, que según una encuesta informal realizada muchas personas no entraban en el álbum incluso si se compartiese el mismo.

Tras entender lo anteriormente explicado la siguiente plataforma a diagramar sería Instagram, la misma que se acoplo perfectamente debido a la cantidad de homólogos que mostraban que esta presentación era posible y a su forma de navegación dentro de dispositivos. Cada una de las diagramaciones realizadas tenían este modelo interactivo de girar el dispositivo móvil para dar la sensación de que se tratase de un periódico ya que la intención primaria era que el público se informe a la vez que se recrea. Se entendió que en esta visualización horizontal y en mosaico las imágenes estaban dispuestas dentro de pantalla en una diagramación de 3 filas por 4 columnas, con cada imagen cuadrada de 1080 x 1080 px pudiendo cualquiera de estas imágenes ser un video.

Foto 8 Diagramación Facebook



A continuación, se muestran distintos bocetos de la diagramación en Instagram siempre teniendo en cuenta la visualización en mosaico, la posibilidad de añadir video dentro del mosaico y la posibilidad de trabajar con imágenes cuadradas.

Entendida la diagramación básica, la que constaría de imágenes y dos videos, un video explicativo a manera de resumen de la historia y el otro una animación corta que detalle lo sucedido en el relato. Era necesario establecer el sistema gráfico a desarrollarse, este sistema fue definido en base a los gustos del público objetivo, la potencia de la ilustración en redes sociales y a la vez el carácter histórico de las historias de la tradición oral cuencana, es decir se debía trabajar también en base al contexto.

Varios bocetos fueron realizados e incluso entendidos desde el punto de vista de si es un personaje apto para animación o en un futuro tendría problemas de fluidez, acto seguido se eligió la más acorde a lo establecido anteriormente sin olvidar el concepto básico a utilizar, la nostalgia, la curiosidad y el orgullo mezclados en la ilustración para comunicar las historias fundidas con los espacios.

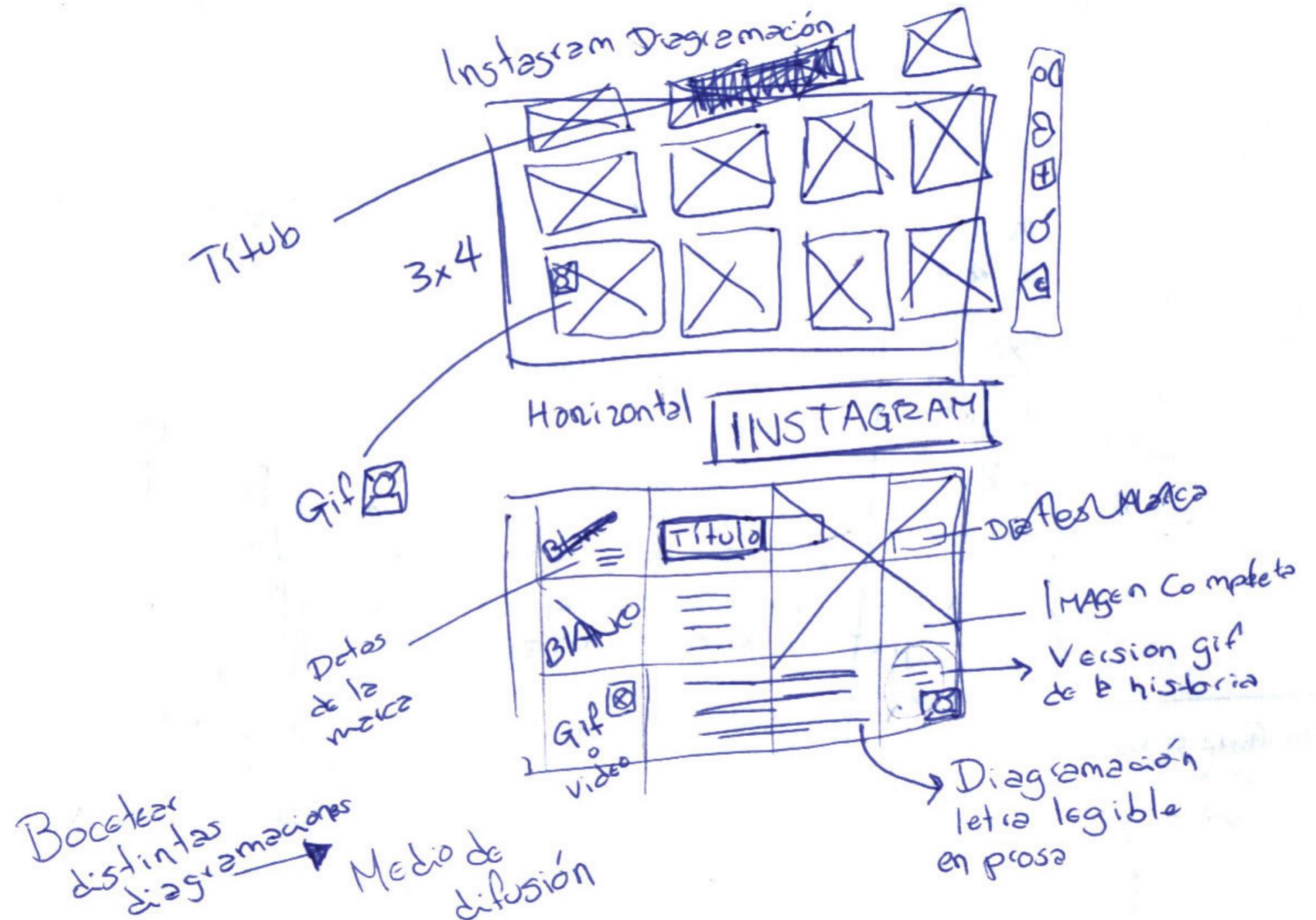


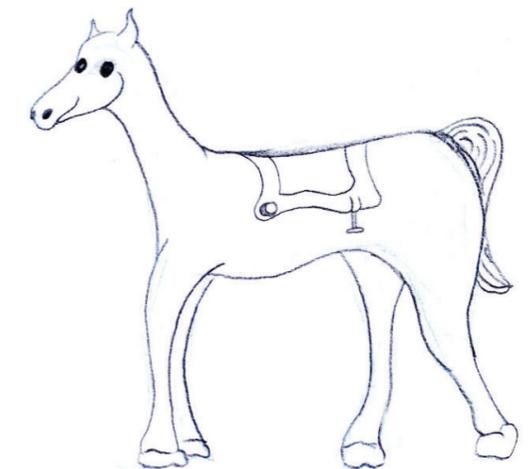
Foto 9 Bocetos diagramación en Instagram



En estos bocetos podemos constatar dos estilos sumamente distintos y que sin embargo dan una aproximación al resultado final, es claro que ciertos diseños pueden ser afectados en cuanto a la fluidez de su movimiento. En las imágenes de la izquierda a pesar de que sean un estilo interesante para crear un sistema, este fue descartado debido a los problemas de movimiento y fluidez que iba a generar en la animación. El boceto de la derecha en cambio se trabajó más hacia el estilo que ofrece el cartoon, y que daría las pautas para el siguiente boceto.

Este personaje se muestra más fluido y amigable para la memoria, intención que finalmente es importante para abordar los objetivos del proyecto. La finalidad de este personaje es ser apto para animaciones tanto simples como complejas y también se lo ha complementado con otro personaje más complejo, para entender cómo funciona siendo un sistema gráfico.

Para trabajar el guion se ha investigado más a fondo la historia escogida, misma que ha sido explicada dentro de la página web quecuentascuenca.blogspot.com²⁷, tras esta indagación se ha resumido la historia intentando que los detalles sean capturados en su totalidad para no perder la esencia de la historia.



²⁷ Ampliar información en <http://quecuentascuenca.blogspot.com/2012/10/gobernador-vallejo-uno-espadachin.html> Recuperado el 29 de octubre de 2012

Foto 13 Búsqueda de estilo gráfico

Foto 14 Estilo gráfico seleccionado

3.2 Definición de sistema gráfico, storyboard y diagramación en Instagram

Definido el boceto que se utilizaría se tendría que trabajar en la propuesta digital y cromática, así como también en los distintos personajes. En cuanto a la animación era necesario dar un movimiento al espadachín que lo haga característico, para esto era fundamental conocer a cada uno de los personajes y establecer el movimiento que se le otorgaría en base a referencias visuales y fotografías para no perder detalle en la composición.

Antes de ilustrar los personajes era importante conocer quiénes serían y que posición tomarían dentro de la historia, como sería la ambientación y más importante todavía cual es el momento del clímax de la historia. Tras investigar la historia en la página antes mencionada y según los relatos informales se resumió parte de la historia de manera que la misma fuese contada, pero en versión prosa poética, como la hubiesen contado antaño.

Para contar esta historia de forma más clara y lograr que el público aprecie la misma, se definió la diagramación de cómo se presentaría en la plataforma digital Instagram y de esta forma no perder ningún detalle ni crear confusiones en el público y al mismo tiempo hacerla gráficamente entretenida y corta para evitar ser considerada la misma como spam y que pueda llegar a perder interés por parte del objetivo.

La historia se basa en aspectos fundamentales como por ejemplo la severidad con la que se manejaba el Gobernador, el hecho de haber matado a Zabala fue repudiado por

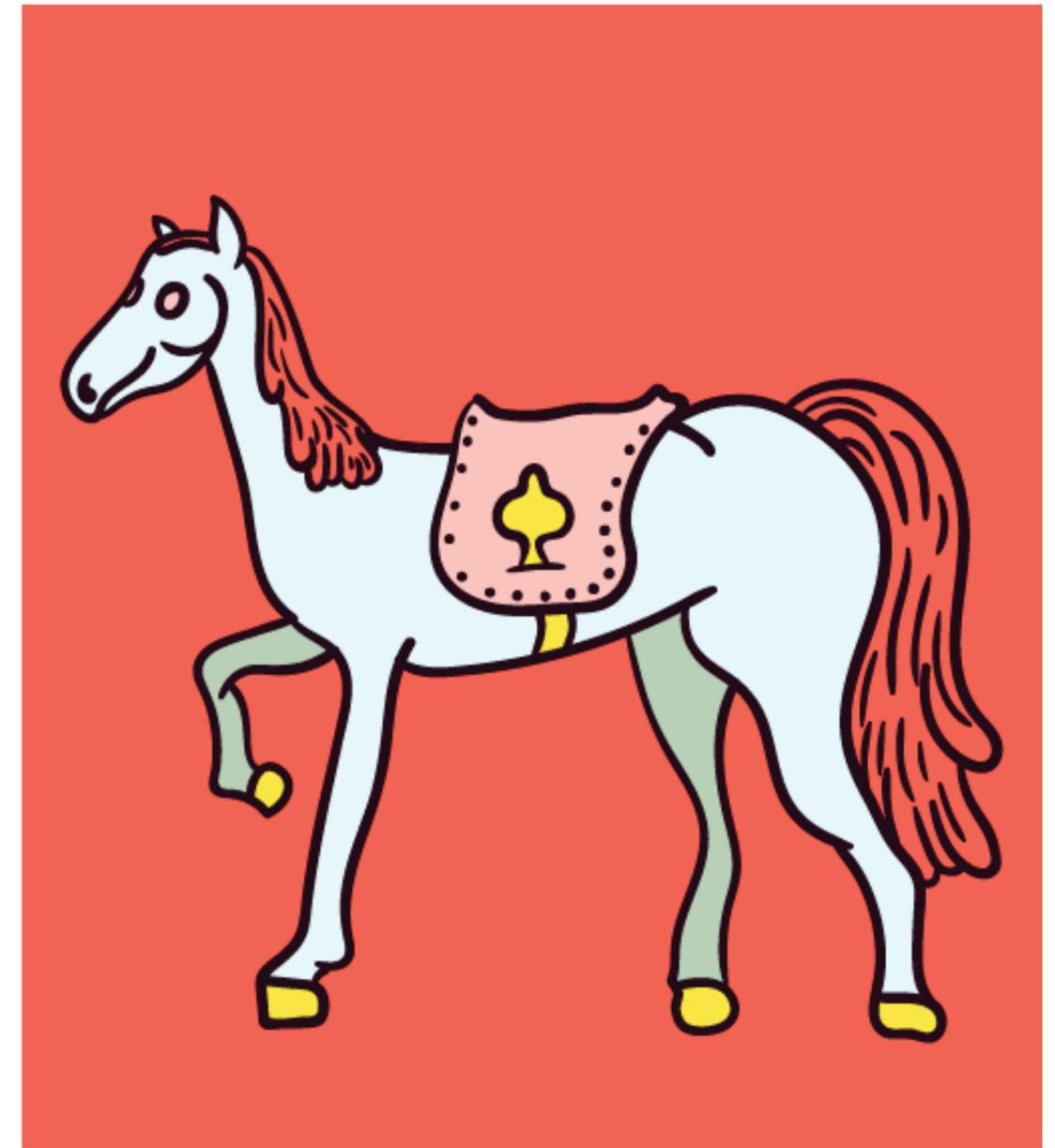


Foto 15 Definición de primeros personajes



la ciudadanía cuencana y eso concluyó con la destitución del cargo de Vallejo; y la inscripción de la tumba de Zabala en las gradas de las Conceptas.

Tras el resumen anterior se decidió que cada cuadro de la plataforma contara una historia, mostrando el primer cuadro como un acercamiento a quiénes son los personajes, en que momento histórico viven y dar a la audiencia objetiva un inicio tal como se lograría con un fundido de entrada, utilizando como recurso la página cómic y los cuadros de diálogo como textos en prosa.

En el siguiente cuadro se realizará una animación que retrate el nivel de conflicto de la historia, es decir el momento mismo cuando Vallejo mata al Espadachín; en base a esto se trabajará un storyboard con una portada para la reproducción del video indicando el suceso, también escrita en prosa poética.

La conclusión será una imagen estática que mostrará el desenlace de la historia donde cada caja de diálogo se maneja con el mismo estilo de redacción y cuenta el relato acontecido.

Se definirá de la siguiente forma el armado de esta historia según los aspectos antes establecidos al hablar de guion en el capítulo 2.2.2 *Guion* lo necesario para formar una ambientación coherente; según la historia mencionada anteriormente.

Período

S XVIII

Duración

días antes al jueves 23 de diciembre de 1779, cuando Zabala muere a manos del Gobernador Vallejo hasta febrero de 1780 cuando el Gobernador es destituido de su cargo

Localización

Cuenca, Iglesia de San Alfonso e Iglesia de las Conceptas

Nivel de conflicto

Vallejo: Gobernador de Cuenca en ese tiempo, de carácter severo, mata a Zabala, es destituido de su cargo

Zabala: Perseguido por Vallejo, malcriado, muere a manos de Vallejo, al morir él, destituyen del cargo de Gobernador a Vallejo



Se muestra también como se conjugará cada imagen, intentando que funcionen de forma independiente y no sean imágenes de relleno o que funcionen como explicación de la anterior.

Fundido de entrada

Imagen estática, formato cómic, diálogos situacionales redactados en prosa poética

Descripción

Muestra a Zabala robando las joyas de la iglesia, junto a este el cura abofeteado tirado en el suelo. Dentro de la misma imagen y fuera de la iglesia Vallejo ordenando la ciudad, los ricos pagando sus impuestos ordenados y en fila, un ambiente limpio y los pobres retirándose a sus casas temprano mientras el reloj anuncia la hora -6pm-, dando en esta imagen prioridad a las acciones de Zabala y Vallejo

Texto en prosa poética:

Sucedió en Cuenca...

Zabala el Espadachín, robaba y golpeaba, era todo un majadero,

En ese entonces, Vallejo gobernaba y ordenaba,

Se daba fama de severo

Siempre había quién temía,

Menos el espadachín,

Que sabiendo lo que hacía,

Se reía y luego huía

Nivel de Conflicto

Animación, formato cómic, portada de reproducción redactados en prosa poética

Descripción

Mientras Zabala huye desde la Iglesia de San Alfonso, Vallejo dispara y mata al espadachín, quién fallece en las puertas de la Iglesia de las Conceptas

Texto en prosa poética

*Y cuando Zabala huía,
la bala su muerte traía,*

Vallejo por fin,

tenía al espadachín,

*Él sólo podía, como un mártir
dejar grabada su alma al partir*

Fundido de salida

Imagen estática, formato cómic, diálogos situacionales redactados en prosa poética

Descripción

Mientras Zabala está siendo enterrado por toda la ciudad, Vallejo es despedido y se va retirando mientras la misma ciudad lo abuchea

Texto en prosa poética

*Nadie nunca lo olvidó,
pues su tumba en las Conceptas grabó,
Vallejo al espadachín nunca alcanzó*

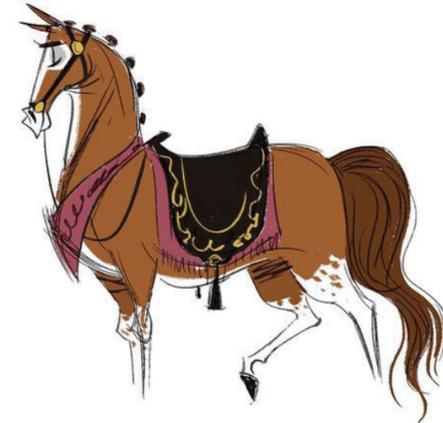


Ilustración 26 Análisis de personajes en base al momento histórico y carácter temperamental (Gobernador Vallejo), Ampliar información en: Bill Schwab, <http://billschwabdesign.blogspot.com.br/>



Ilustración 27 Análisis de personajes en base al momento histórico y carácter temperamental (Espadachín Zabala), Ampliar información en: Juliaon Roels, <http://juliaon.tumblr.com/>



Ilustración 28 Análisis de personajes en base temperamento (Gobernador Vallejo), Ampliar información en: Justin Rodrigues, <http://townsketchhouse.blogspot.com/>



Ilustración 29 Análisis real del personaje, Espadachín Zabala, Imagen recuperada de <http://quecuentascuenca.blogspot.com/2012/10/gobernador-vallejo-uno-espadachin.html> el 18 de diciembre de 2016
Carlos Daniel Álvarez Unda

En base a las anteriores referencias se concretaron los estilos de los personajes y para la animación se realizó un storyboard que definiera los movimientos de los personajes para la situación del clímax, que es ahí donde se resolverá con animación.

Estas referencias visuales nos indican la definición psicológica de los protagonistas y de esta manera añadir los detalles que los marcarían dentro de una época tanto histórica como socialmente hablando.

Se estableció que Zabala era un personaje inquieto, atrevido y el objeto que llevaba siempre era su espada atada al cinto; el carácter histórico también era fundamental entender, el contexto era dirigir una animación de la época de 1781 a la contemporaneidad. En base a lo anteriormente explicado se realizó el personaje.

Sin embargo, lo recurrente era realizar el personaje digital para entender la cromática general que se utilizaría y en este caso el prototipo primario se realizó con el boceto que se había acordado en un principio por las facilidades de movimiento que permitía para la animación.

El siguiente paso sería dar forma a la historia, momento clave para realizar el storyboard teniendo en cuenta las locaciones que sugería la historia original.



Ilustración 30

Cromática seleccionada y digitalización de personajes



Entender visualmente este relato tenía su peso principalmente en conocer que personajes y que locaciones había que definir, así como también los tiempos en los que se iba a trabajar para asegurar fluidez en el proyecto animado.

Por ser el proyecto que demandaría mayor esfuerzo se estableció en primer lugar el trabajo de la animación, por tanto se acordó que el tiempo establecido era fundamental, aunque no una regla límite, sin embargo, el interés era mostrar siempre la grada del convento de las Conceptas de la lápida que recuerda cómo murió el espadachín y el desenlace que tuvo la historia. Para realizar el storyboard era justo establecer también que el momento de la muerte del espadachín debía tener un fuerte carácter simbólico, y gracias al estilo cartoon elegido anteriormente se podía usar este con fines netamente estructurales donde la exageración o el surrealismo del balazo recibido y la expresión dramática de quién dispara sean los hechos base de la historia.

Las siguientes imágenes son un acercamiento al storyboard que se concretó y que se presenta en la siguiente página, para definir la misma se dedujo que la historia debía dar más detalles, incluso en el manejo de tiempos, cuantos segundos duraría cada cuadro, que escenas se dispondrían y las expresiones corporales tanto para el protagonista como para el antagonista, la inclusión de escenarios ayudó a tener un cuadro más cercano a lo que sería la animación final, así como también determinar los siguientes pasos, el diseño y enumeración de personajes, los escenarios y los planos y escenas.

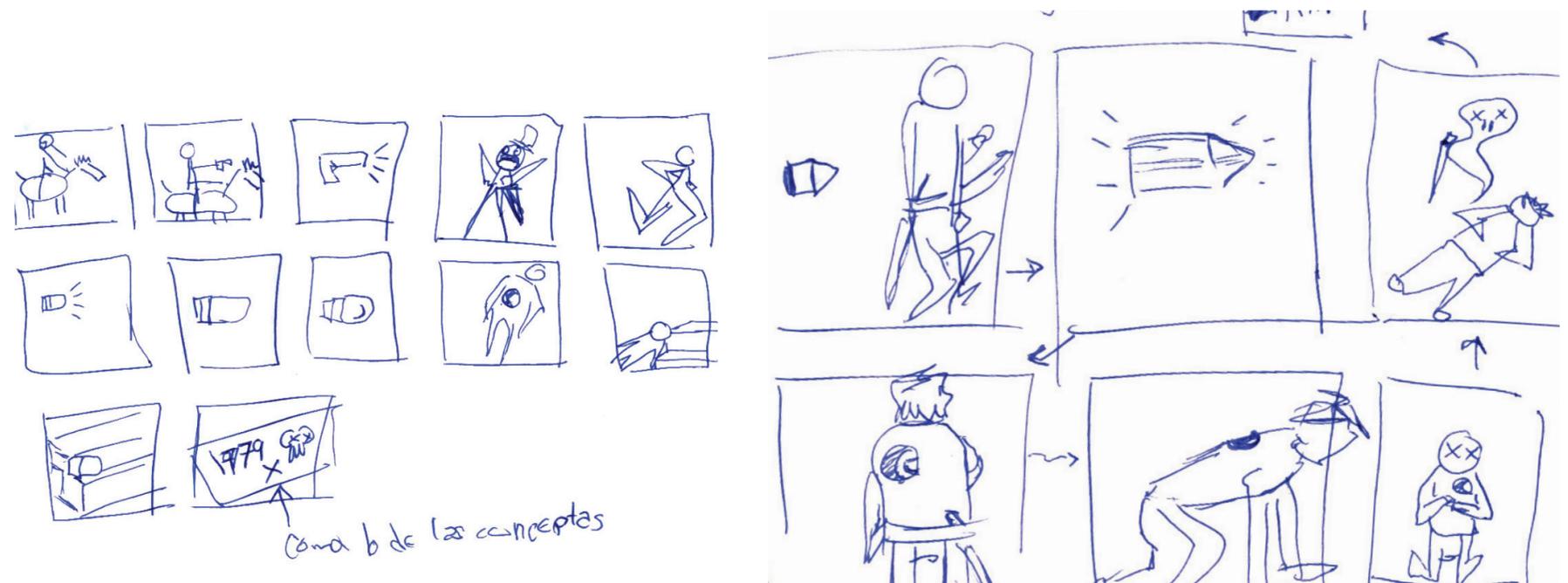


Foto 16 Primeros bocetos de storyboard, acercamiento a la historia final



Una vez comprendido el storyboard a utilizar, también el carácter psicológico e histórico-cultural que tendrían los personajes era el momento preciso para en base a lo anteriormente investigado solucionar cada personaje y escenario junto con sus respectivos movimientos.

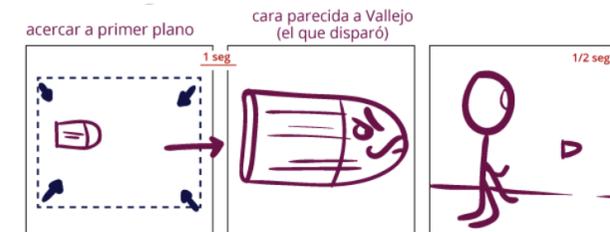
Se buscaba que la animación sea clásica por la posibilidad de exageración y tono cartoon que generaba, por esta razón se decidió realizar cada movimiento en base a referencias visuales de dibujos animados en el caso de la carrera de Zabala o en base a fotografías personales, en el caso del momento agónico del espadachín; el proceso de transformación de la bala al rostro de Vallejo debido a la complejidad que demandaba dentro del software utilizado; se animó con Adobe Animate CC; se realizaron los pasos con que se transformaría de una bala a un rostro con diferentes bocetos.

Se realizó cada boceto a mano para generar el detalle necesario de una animación clásica, y más tarde se digitalizaron en vectores cada boceto con la herramienta Adobe Illustrator CC, el diseño de los escenarios suscitó una nueva revisión del storyboard y una revisión al concepto, si se quería dar a entender que era una historia y que debía tomar un tinte nostálgico así como curioso, se añadió un efecto de diluido como el paso del tiempo, mientras se retira el fondo se empieza a desvanecer el escenario; para luego dar escenarios principales en lugar de ilustrar por completo el paisaje.

Era necesario entender que la cámara no debía ser fija, más bien para atraer la atención del espectador, debían existir distintos tipos de planos, aunque siempre referenciar los lugares con los momentos que exigía la animación.



A *Escena Zabala corriendo*



B *Escena transformación de Vallejo en bala*



C *Escena agonía y caminar hacia la iglesia de las Conceptas*



D *Escena final, Zabala se convierte en fantasma y perdura en la memoria de los cuencanos*



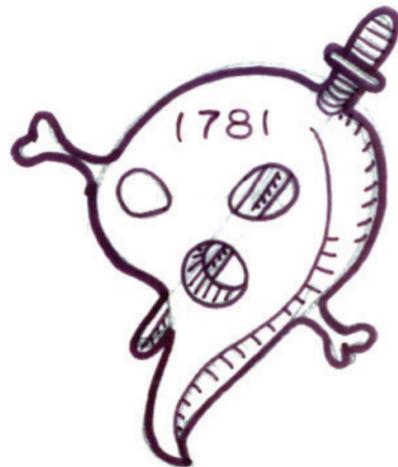
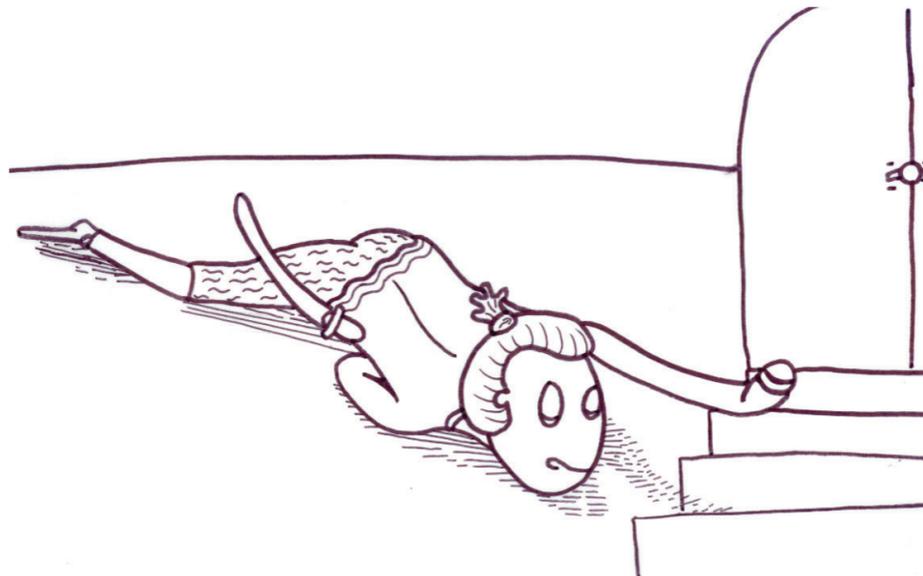
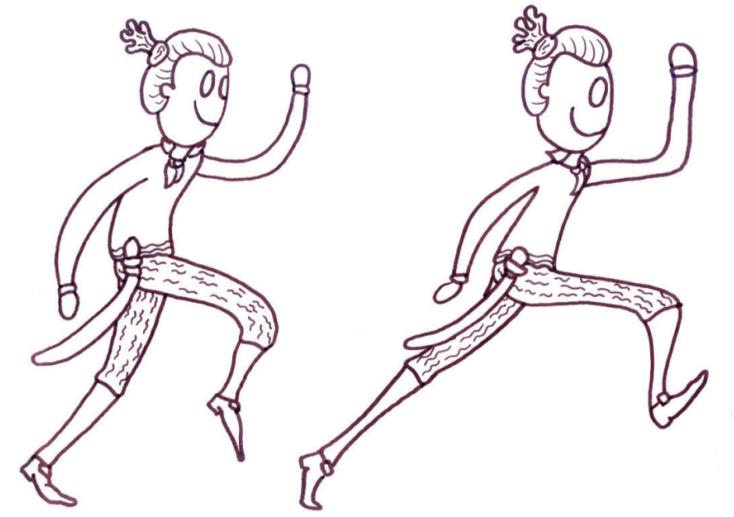
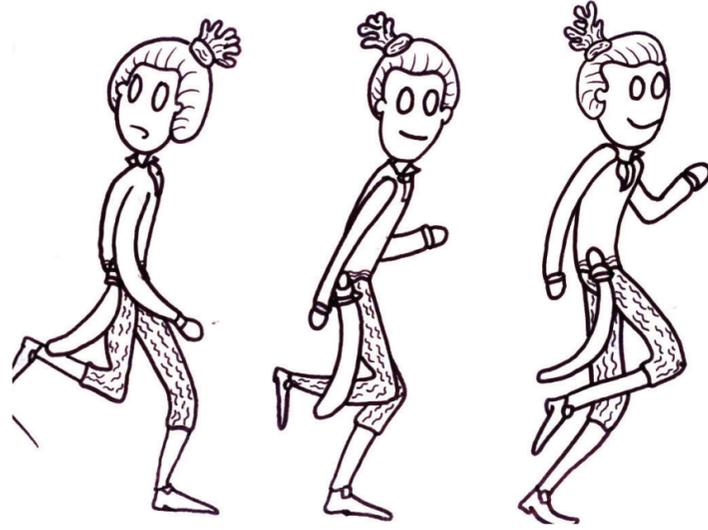
Para poder entender el proceso se ha dividido el storyboard anteriormente expuesto en partes.

*En la sección **A** veremos el momento de la carrera de Zabala, cuando según como nos guía el storyboard, el espadachín aparece en escena corriendo.*

*La escena **B** dentro del storyboard sugiere semióticamente que Vallejo se ha convertido en una bala la cual le atraviesa el pecho al espadachín. Como se había explicado anteriormente la forma de resolver este detalle fue dibujar cuadro por cuadro los distintos cambios para dentro del software Adobe Animate CC aplicar una transformación de forma en lugar de clásica como se la había logrado en la escena anterior.*

*Una vez realizada la forma de resolver la anterior animación, la siguiente escena **C** es el momento del impacto y como resolverlo, al mismo se lo dedujo que simbólicamente debía cambiar la cromática a un negativo, sugiriendo el impacto de la bala y la posterior muerte, con un caminar agónico hacia las gradas de las Conceptas, es decir la que se deseaba sea la última escena.*

*Por último, la escena **D** debía ser una imagen fija que resaltara el lugar elegido, las gradas del convento, por lo tanto, se utilizó una imagen que resuma la agonía antes del fatídico final y también que tenga un cargado simbolismo que sugiera que Zabala después de todo fue quien perduró en la memoria de los cuencanos. Un fantasma con una espada, representando al espadachín, el impacto de la bala y el año en que sucedió el hecho, eran los principales elementos para dar vida a este personaje.*



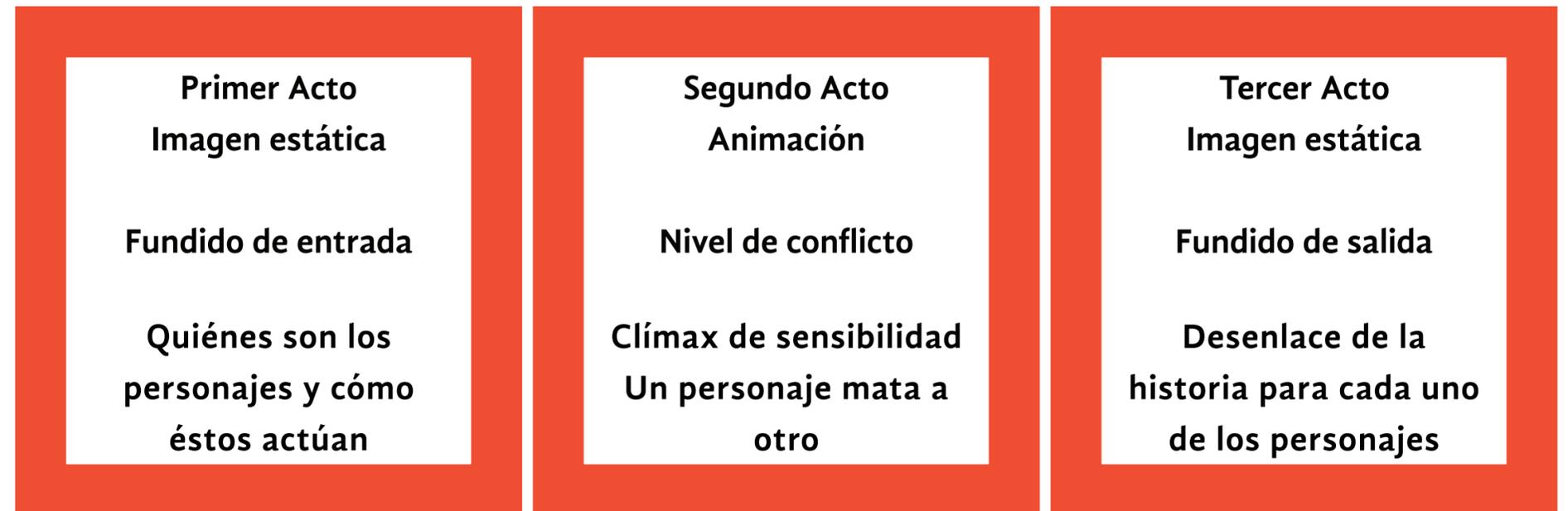


Una vez solucionada la animación el siguiente punto a resolver eran las distintas imágenes estáticas, el fundido de entrada y el fundido de salida.

Para el fundido de entrada la solución satisfactoria era dar un acercamiento a quiénes eran y cómo se comportaban los personajes de la historia dentro de la sociedad cuencana en el siglo XVIII exactamente entre 1779, donde el Espadachín Zabala vivía perseguido por el Gobernador Vallejo al ser el único que no acataba las reglas que se disponían en la ciudad gracias al Gobernador.

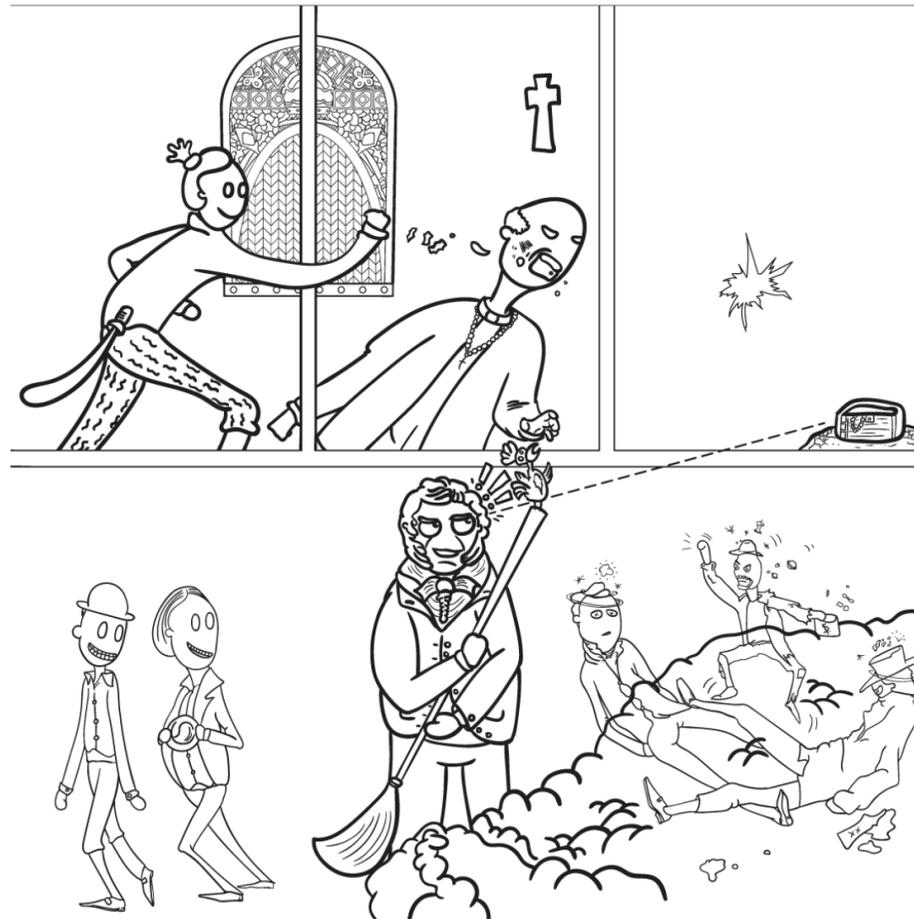
La imagen que continuaba el relato era la animación anteriormente ya explicada.

Y finalmente la última imagen dispuesta sería la del fundido de salida, o una aclaración a qué le sucedió a cada uno de los personajes tras el nivel de conflicto ocurrido en la anterior escena; es decir el hecho de que Zabala hubiese sido considerado un mártir y enterrado en las gradas de la Iglesia de las Conceptas y que Vallejo años más tarde fuese destituido de su cargo.





Fundido de entrada



Nivel de conflicto

Fundido de salida





3.3 Implementación del sistema gráfico en plataforma, animación e ilustración

La solución en la diagramación era entender todo como un solo sistema y se dedujo que el estilo tanto de los personajes como de los escenarios se lleven a la par en cada una de las ilustraciones, así como también la forma en la que se redactaría el texto.

La marca será nombrada #yotecuento_, este nombre fue elegido con la intención de continuar este trabajo más allá de dejarlo solo en un proyecto de tesis sino ilustrar más historias de la tradición oral en un futuro.

La interpretación que se da al logo de la marca es un globo de texto cohesionado junto con un lápiz dibujando un guion bajo y de esta forma englobar una marca nueva.

En un principio se buscó realizar otra forma de diagramación en la que el usuario debía girar el teléfono para poder visualizar el proyecto, pero esto derivaba en confusiones de parte del público objetivo y por la cantidad de imágenes utilizadas, que eran más de 10 para mostrar una sola imagen que recreara toda la historia se podía entender como spam y perder rápidamente la afinidad con los usuarios que se buscaba; se decidió usar la diagramación que se explicó en el anterior capítulo.

Por el trabajo que demandaba y el manejo de tiempos requerido se optó por realizar en primer lugar la animación, la misma que dependía del diseño de escenarios ya que para conseguir un solo sistema gráfico se necesitaba

que todo sea un solo estilo.

Lo optado fue un arduo trabajo ya que sin un buen acabado en fondos simplemente iba a resultar como una animación realizada a la ligera. Se buscó realizar en primer lugar el diseño de cada uno de los personajes y su movimiento, aplicarlo dentro de la animación para probar su fluidez y acto seguido diseñar los escenarios y volver a determinar si el manejo de los tiempos era el correcto.

Cabe resaltar que la animación se realizó en 12fps, los fotogramas necesarios para realizar una animación para web.

En las siguientes páginas se muestran los diseños de los personajes en solitario en base a las escenas anteriormente explicadas y mostradas según el storyboard y su resolución en el animatic anteriormente mostrado dentro de los procesos de bocetaje.

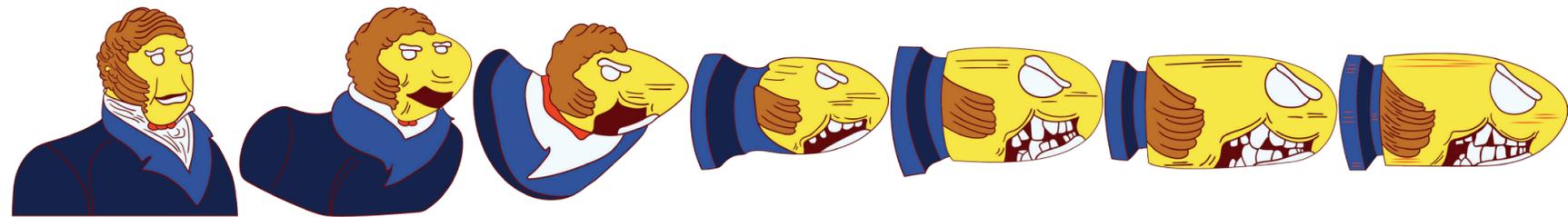
Las imágenes nos muestran que el diseño de personajes funciona como un solo sistema tanto en su cromática como en su estética, en este momento es necesario tener el diseño de los escenarios para trabajar todo como un solo conjunto.

En este punto era necesario tener en cuenta que el estilo no debía distanciarse tanto en escenarios como en

personajes; en las siguientes páginas se muestran los personajes con su respectiva cromática, el movimiento de cada uno de ellos y el diseño de los escenarios, así como uno de los bocetos inválidos y también el diseño final de escenario, tomando como imagen base fotografías, en esta imagen podemos observar la referencia usada para la primera escena, la Iglesia de San Alfonso.

Antes de pasar todos los diseños a la animación se realizó un armado de esta animación dentro de Adobe Illustrator, en caso de que la cromática y la forma no esté bien estructurada y para que al momento de realizar la animación se pueda entender perfectamente cómo debía ser la composición de cada una de las escenas.

Al realizar la animación ésta no era fluida y no se entendía con facilidad por lo que se optó por añadir imágenes con un carácter más simbólico para lograr mayor fluidez y entendimiento, de esta forma se utilizaron imágenes estáticas a manera de cómic.

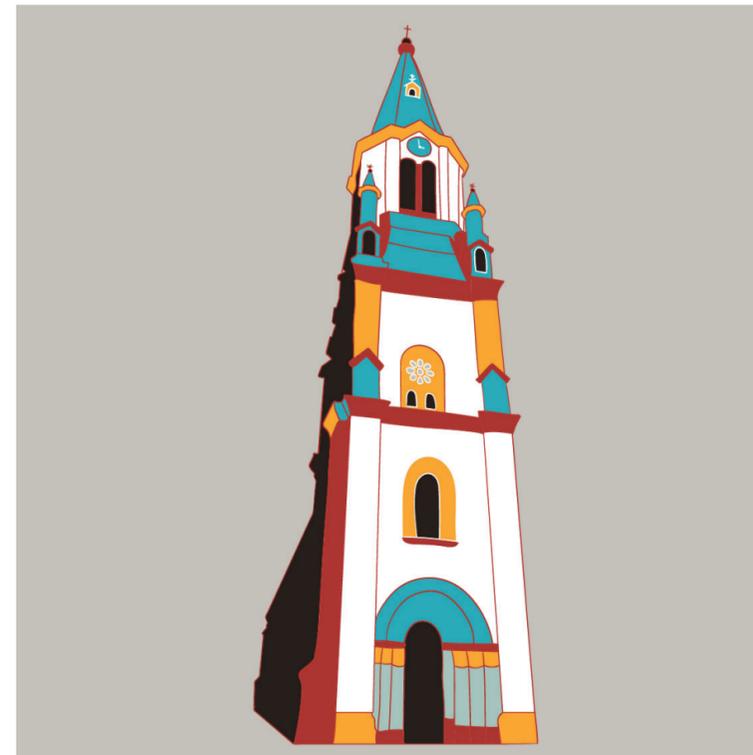


El Espadachín Zabala

San Alfonso
1779

San Alfonso
1779

San Alfonso
1779





En esta primera escena la iglesia se desplaza hacia atrás dando la idea de que desaparece en el tiempo, a la vez que se diluye.

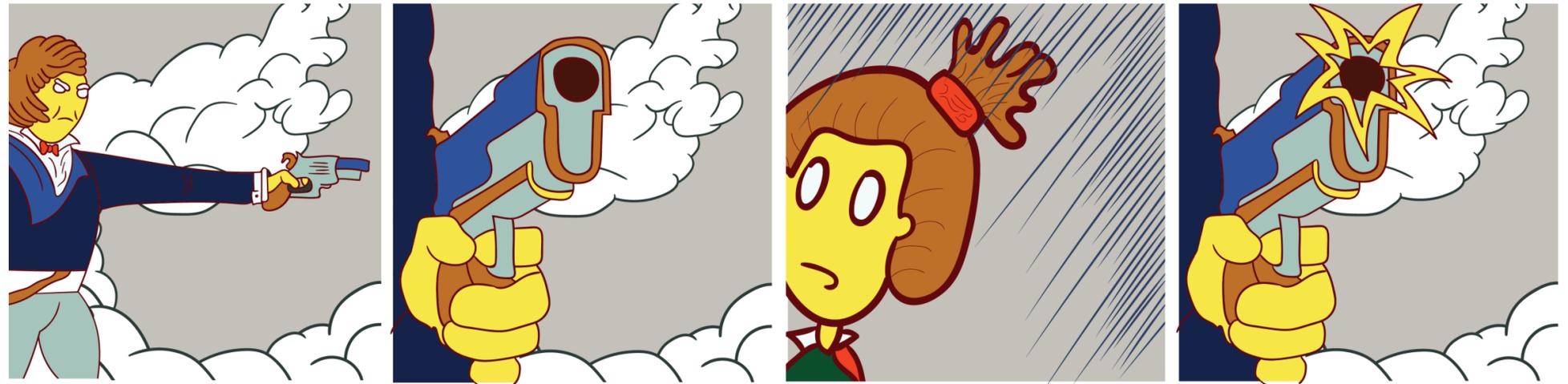
Es necesario aclarar que para dar fluidez al momento de que un personaje corra es útil entender los principios básicos de animación en los que siempre hay una animación principal y una secundaria, es decir debe aparecer primero el escenario o el personaje, pero no los dos elementos al mismo tiempo. Hay también que entender que para caminatas se trabaja con 32 frames y para correr cuando son de 7 poses como en este caso con 9 frames.





Para conseguir fluidez era necesario aclarar de dónde venía el disparo, de esta forma la transformación de la cara a la bala tendría mayor sentido. Para esto se utilizaron varios bocetos, pero solo se va a mostrar el resultado final para no llegar a confundir al lector.

Se utilizaron imágenes estáticas con diferentes planos y carácter psicológico de los personajes para dar a entender de una forma más simbólica la siguiente escena, dicha transformación del rostro de Vallejo en la bala que persigue al Espadachín. La transformación de forma de la cara a la bala ya tendría mayor sentido, el escenario sería un escenario estático y la bala se movería saliendo de la escena para sugerir el disparo.



En la última imagen a la derecha se aprecia el momento del impacto de la bala, la exageración del hueco en el pecho y el cambio cromático a negativo para jugar con el simbolismo que se utiliza en cine y animación generalmente, acciones ya conocidas por el público objetivo por su repetición constante en películas y series animadas siendo usadas en esta animación para mayor entendimiento de parte del público.

El acercamiento a la locación final, así como el simbolismo del fantasma y como desaparece el cuerpo son parte esencial de la animación para dar el momento cumbre a la animación.





Es necesario aclarar que en la realización y los ensayos de prueba y error la animación no resulta de la misma forma que se ve en estas imágenes, aunque sigue un camino similar, se trabajó esta escena buscando utilizar metáforas para conseguir la agonía de parte de Zabala y la culminación de su vida, frente a la Iglesia de las Conceptas.

El acercamiento a la locación final, así como el simbolismo del fantasma y como desaparece el cuerpo son parte esencial de la animación para dar el momento cumbre a la animación.

Por último, una imagen que representa un fantasma que baila sobre las gradas que se ven en las Conceptas, con el objetivo de mostrar que el espadachín después de todo fue quien perduró en la memoria de los habitantes de la ciudad y en uno de los espacios a los que se quería hacer referencia en el objetivo inicial y concepto del proyecto.

La animación se resolvería dentro de este armado de animación, con ciertos detalles técnicos en cuanto a la

transformación de forma que determinaba realizar el paso de la cara a la bala paso por paso y su grosor de trazo manualmente, para ser resuelto con éxito.

El sistema gráfico se había definido por completo, y de esta forma también la animación, la cual se mostrará en este momento, obviando los primeros intentos, porque en todo caso no es una falla de concepto sino utilización de software y no es necesario recabar en la realización del mismo.

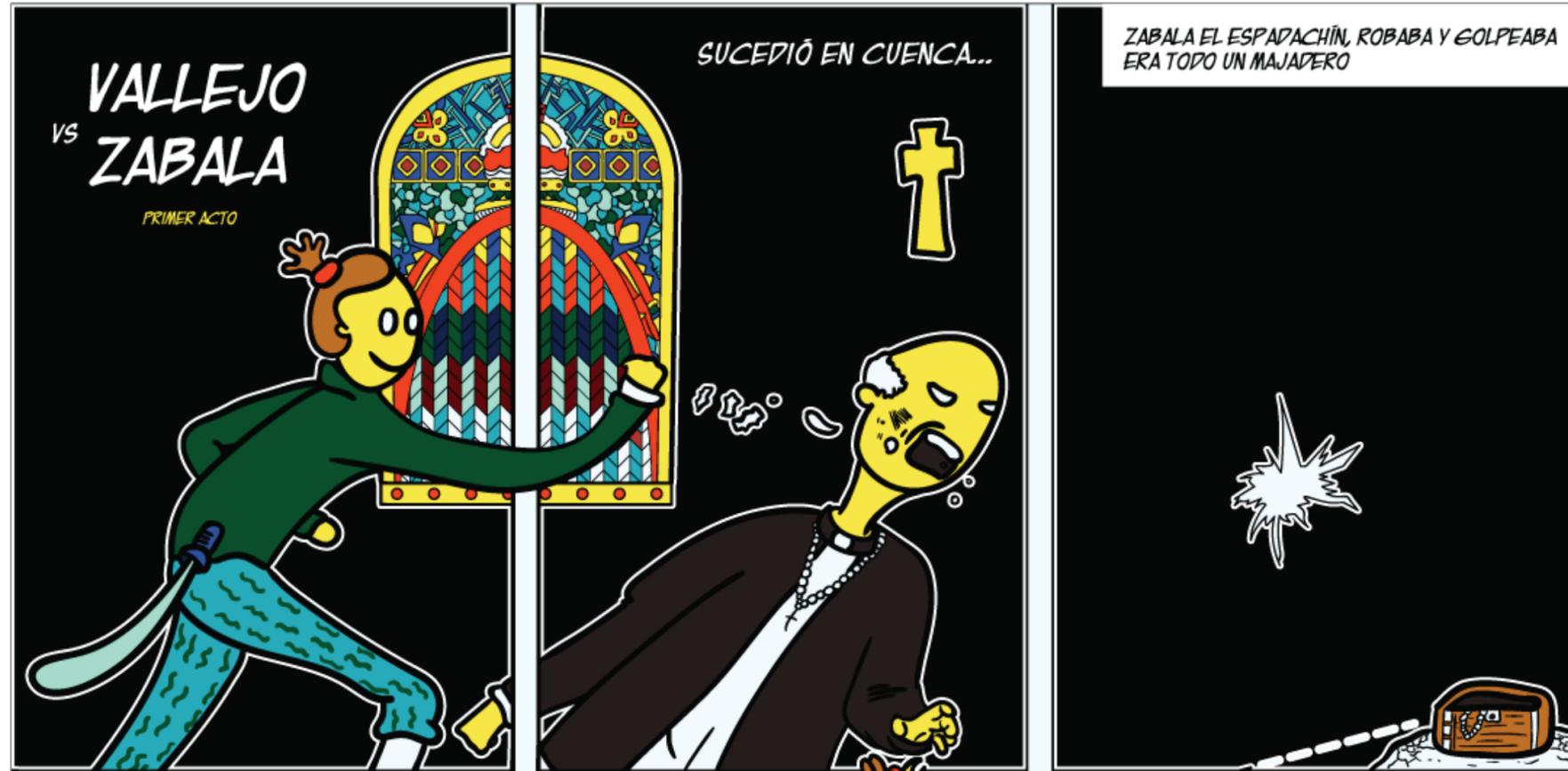
Tras tener la animación lista se había definido también el sistema gráfico, era el momento justo para definir cada una de las otras imágenes estáticas -fundido de entrada y fundido de salida- dentro del Instagram, así como también su conjugación con el estilo de la animación para crear un solo sistema gráfico.

En la siguiente página se muestran cada una de las imágenes terminadas y como sería su presentación dentro de la plataforma digital Instagram, en conjunto con la marca.

La tipografía que se decidió utilizar para cada una de las diagramaciones fue una que recordará las imágenes cómics y por el detalle de cada una de las mismas se buscó una fuente que fuese legible a la vez que funcionará dentro de cajas de color.

**ABCDEFGHIJKLM-
ÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789
EUROCOMIC #YOTECUENTO_**





**VALLEJO
VS
ZABALA**

PRIMER ACTO

SUCEDIÓ EN CUENCA...

ZABALA EL ESPADACHÍN, ROBABA Y GOLPEABA
ERA TODO UN MAJADERO

EN ESE ENTONCES, VALLEJO GOBERNABA Y ORDENABA,
SE DABA FAMA DE SEVERO

SIEMPRE HABÍA QUIÉN TEMÍA,
MENOS EL ESPADACHÍN,
QUE SABIENDO LO QUE HACÍA,
SE REÍA Y LUEGO HUÍA



INSTAGRAM.COM/YOTECUENTO_







Aplicación final y muestra del sistema gráfico





CONCLUSIONES

Conclusión

Al haber concluido la realización de este proyecto, en el cual se planteó salvaguardar una historia, ya sea una crónica como la tradición oral o un espacio como patrimonio tangible, es de destacar la responsabilidad con la que debe ser tratada el tema, debido a que la forma en la que se cuente el relato y se involucre a cada personaje y espacio va a trascender en la forma de entender y preservar los espacios y la cultura, como vivencia de cada ciudadano.

Razón por la cual en este proyecto de tesis se han fijado parámetros para definir de la mejor forma la historia y así mismo conservarla, gracias a un guion bien definido y un estilo grafico que despierte la curiosidad de parte del público involucrado tras las diferentes etapas de validación con un público real por el que ha pasado, para finalmente, lograr un reflejo de la historia en conjunto con la idea de preservación de la cultura antes mencionada.



BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

**BIBLIOGRAFÍA PRINCIPAL
BIBLIOGRAFÍA SECUNDARIA
SITIOS WEB**



Bibliografía Principal

CARDOSO MARÍNEZ, F. (2012). Espacios de la memoria en Cuenca, Publicaciones INPC/Serie Estudios

CARPINTERO, C (2009), Dictadura del Diseño, Notas para estudiantes molestos, Wolkowicz Editores

COATES, K & ELLISON, A (AÑO), Introducción al diseño de información, Editorial Parramon

CONTENTO MINGA, E. (2012). Memoria, saberes y usos sociales de los huertos en las edificaciones patrimoniales del Azuay, Publicaciones INPC/Serie Estudios

COVERT, A (2014). How To Make Sense of Any Mess

CROW, D. (2008). No te creas una palabra. Introducción a la semiótica, Promopress.

EGUINOVA, A. (2013). El uso de la infografía interactiva como material educativo, Universidad de Navarra

ESTRADA, S (2015). Behind Illustrations, Ed. Index Book

LUPTON, E (2013). Intuición, acción, creación Graphic Design Thinking, Editorial Gustavo Gili

MALE, A (2014). Illustration, A Theoretical & Contextual Perspective, BLOOMSBURY

MCKEE, R (2013). El Guion, Alba Editorial

MEIRELLES, I. (2014). La información en el diseño, Parramon, Barcelona

PRATT, A; NUNES, J (2013). Diseño interactivo teoría y aplicación del DCU, Ed. Oceano

REINHARDT, N. (2007). Producción interdisciplinaria de infografías didácticas para la diversidad cultural, Universidad de Palermo

REINHARDT, NANCY (2007). Infografía didáctica. Tesis doctoral, Universidad de Palermo (Argentina).

ROJAS, C. (2016). La forma comic, Recuperado de esteticascanibales.blogspot.com



Bibliografía Complementaria

CAIRO, ALBERTO (2008). Infografía 2.0. Madrid: Alamut

CHEN, CHAOMEI (2006). Information visualization beyond the Horizon. Berlín: Springer

COSTA, JOAN (1998). La esquemática: visualizar la información, Barcelona: Paidós Ibérica

DONDIS, D (2000), La Sintaxis de la Imagen. Barcelona: Gustavo Gili

LLORET BASTIDAS, A. () Cuencanerías

WIGAN, M. (2007). Pensar visualmente: lenguaje, ideas y técnicas para el ilustrador, Ed. Gustavo Gilli.

PÉREZ TORNERO, J.M. (2000). Comunicación y educación en la sociedad de la información. Nuevos lenguajes y conciencia crítica. Barcelona: Paidós

STEIMBERG, O. (1998). Semiótica de los medios masivos, Ed. Atuel



Sitios Web

<https://www.40defiebre.com/recursos-para-crear-infografias/>
<http://coolnessgraphed.com/>
<http://www.dailyinfographic.com>
<http://www.digitalartsonline.co.uk/features/illustration/33-gif-tips/#12>
<https://www.fastcodesign.com/3023804/infographic-of-the-day/inforgraphic-the-meaning-of-life-explained-in-simple-shapes>
<https://foroalfa.org/articulos/que-es-el-diseno-de-informacion>
<http://www.informationisbeautiful.net/visualizations/intermental/>
<http://infosthetics.com/>
<http://jogowarinrio.blogspot.com.br/>
<http://www.minirio.com.br/>
<http://www.nosolousabilidad.com/articulos/disenoinformacion.html> <https://www.40defiebre.com/recursos-para-crear-infografias/>
<http://coolnessgraphed.com/>
<http://www.dailyinfographic.com>
<http://www.digitalartsonline.co.uk/features/illustration/33-gif-tips/#12>
<https://www.fastcodesign.com/3023804/infographic-of-the-day/inforgraphic-the-meaning-of-life-explained-in-simple-shapes>
<https://foroalfa.org/articulos/que-es-el-diseno-de-informacion>
<http://www.informationisbeautiful.net/visualizations/intermental/>
<http://infosthetics.com/>
<http://jogowarinrio.blogspot.com.br/>
<http://www.minirio.com.br/>
<http://www.nosolousabilidad.com/articulos/disenoinformacion.html>
PBS. (2013). The art of data visualization. Recuperado de <http://www.pbs.org/video/2365039781/>
<http://rafaelvarona.tumblr.com/>
<http://robindavey.co.uk/>
<https://thenounproject.com/>

