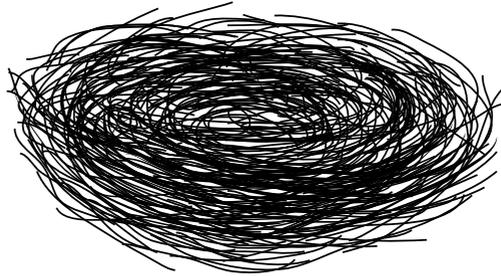




ESPOL
"Impulsando la sociedad del conocimiento"

Materia Integradora

DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE PROYECTOS GRÁFICOS



DISEÑO DE PRODUCTO

LIGRA

**Licenciatura en Diseño Gráfico y
Publicitario**

BROCHURE DE PROCESOS

Tema:

Diseño de Producto: Creación de una
baraja de cuarenta "Taita 40"

Autores:

Edwin Israel Bowen Del Pezo

Karen Yajaira Cedeño Jaime

Paralelo #3

Firma del Profesor

.....

Contenido

Antecedentes	6
Problemática	9
Público objetivo	10
Justificación	10
Metodología de Investigación	12
Objetivos	13
Cronograma	14
Diseño	16
Concepto	16
Creativo	16
Fase de Observación	17
Fase de Exploración	30
Concepto creativo	33
Proceso de bocetos	36
Prueba y error	47
Proceso técnico	52
Detalle de piezas gráficas	78
Presentación del producto gráfico	88
Presupuesto	100
Resultados	101
Conclusiones	102
Bibliografía	103
Anexos	106



RESUMEN



El Cuarenta, es un juego de cartas originario de Ecuador. En la época de la colonia los españoles introdujeron la baraja y sus juegos a nuestro territorio. La inventiva y la necesidad de nuevos medios de distracción fueron claves para el desarrollo de este juego que luego de cientos de años aún se mantiene vigente en ciertos sectores de la población.

A pesar de ello, no se encuentra en el mercado una baraja con los implementos necesarios para la práctica del juego Cuarenta disponible al público, como consecuencia los jugadores hacen uso de barajas importadas y en el caso de no tener fichas, utilizan elementos rudimentarios tales como piedras o granos para poder jugar.

Para llevar a cabo este propósito, se hace uso de conceptos y herramientas de diseño con la finalidad de plasmar en las diferentes piezas una serie de elementos gráficos propios de las últimas culturas ecuatorianas y nuestras tradiciones, todo esto bajo el contexto histórico de la colonización, la llegada de los españoles y con ello, del naipes para dar origen al juego.

El estudio de estos elementos permite crear un producto de diseño para el juego 40, con la finalidad de posicionarlo en el mercado nacional frente a los productos extranjeros de la competencia.

La solución planteada en este proyecto contempla el diseño y elaboración de una baraja de naipes especializada para el juego Cuarenta en conjunto con los accesorios para su práctica profesional, adicionalmente incluye un libro recopilatorio de historias y anécdotas de personajes destacados del juego. Finalmente se plantea una serie de piezas gráficas publicitarias para promocionar el producto.



ANTECEDENTES

“Cuarentazo”, “Caída y limpia” o “El juego emblema de Quito” son algunos de los apelativos con los que se conoce al juego del Cuarenta. Este clásico juego de naipes forma parte del amplio repertorio de juegos tradicionales de la cultura popular ecuatoriana. Sus adeptos son variados pues esta actividad no contempla lugar, estrato social, raza, edad o nacionalidad. (Diario La Hora, 2008).

Según el reglamento oficial del campeonato mundial de Cuarenta, el objetivo del juego es simple, se debe alcanzar un mínimo de 40 puntos para poder ganar una partida utilizando únicamente las 40 cartas de la baraja española, en donde se excluyen los naipes 8, 9, 10 y los jokers. Se juega en pareja, pudiendo participar un máximo de 4 personas por partida. (Castro Espinoza y Loza Cabrera, 2014).

A pesar de lo sencillo que pudiera parecer, su atractivo se encuentra en probar aspectos como la memoria, estrategia, sentido del humor y “chispa” de los participantes para que puedan persuadir o intimidar a sus oponentes. Por ello esta actividad es considerada como un medio de diversión más que de apuesta. (Diario La Hora, 2008).

Frases como Dos por shunsho, Con esta te caigo, As que no me caerás, Marido tiene, José me llamo, Cuerito tierno, Capariche, entre muchas más, son comunes de escuchar en cada ronda, quedando grabadas en el colectivo como muestra de la originalidad de los jugadores y de la riqueza cultural de este juego. (El Comercio, 2009).

Sus orígenes no están del todo claros. Fuentes Roldán (2007), menciona que el Cuarenta nació de la influencia de otros juegos de naipes provenientes de España como el Tute, y que ya en el siglo XIX era una práctica conocida entre gentiles, siervos, autoridades y eclesiásticos en la época de la Real Audiencia de Quito. También existen opiniones como la de José Granizo, presidente de la Asociación de Periodistas Deportivos de Pichincha y organizador del campeonato mundial de Cuarenta, que le atribuyen su creación a poblaciones como Chimborazo y Tungurahua. (El Universo, 2014).



De lo que no queda duda, es que este juego se ha convertido en motivo y excusa para que amigos, compañeros de trabajo, vecinos y otros no tan conocidos compartan un momento de entretenimiento y diversión, hecho que ha permitido que esta actividad se mantenga vigente. (El Comercio, 2011).

Debido a la gran popularidad del juego en la ciudad de Quito, y con el objetivo de promover y preservar esta práctica tradicional, en el año 1968, un grupo de comunicadores miembros de la Asociación de Periodistas Deportivos de Pichincha (APDP), tomaron la iniciativa de organizar un campeonato mundial para elegir a los mejores jugadores de Cuarenta, escogiendo el mes de diciembre como fecha del torneo en honor a las fiestas de fundación de la capital del país. (Castro Espinoza y Loza Cabrera, 2014).

Tal ha sido la aceptación del evento, que en la actualidad forma parte de las tradiciones de la ciudad de Quito, en donde año tras año se hacen presentes jugadores de todas las regiones del país y del extranjero para participar de este evento que cuenta con el apoyo del municipio de la ciudad, medios de comunicación y empresas del sector privado. (Vinueza, R. 2004).

Así mismo, desde el año 2008 en la ciudad de Guayaquil, agencias de publicidad y BTL como Glue y Bonding, en conjunto con el municipio de la ciudad, desarrollan el torneo de Cuarenta "Ciudad de Guayaquil" como parte de las actividades para celebrar las fiestas de fundación de la urbe. (El Universo, 2013).

Sin embargo, los campeonatos no son el único modo en que ha logrado trascender el juego. El avance tecnológico y el aumento en el uso de los medios digitales, han permitido que el juego sea más accesible y atractivo para el público.

En la rama tecnológica, diversos proyectos de emprendimiento nacidos en colegios y universidades del país, han desarrollado aplicaciones para emular el juego en sitios web, redes sociales y aplicaciones móviles, tal es el caso de Caída y Limpia para iOS y Android, Club 40 para Facebook



y Blackberry, el sitio www.cuarentaenlinea.com y Cuarenta, aplicación desarrollada en los 90 para el sistema operativo Windows. (Vistazo, 1997), (El Universo, 2003, 2006, 2010), (Mayorga, B. 2011), (Freire, J. 2012), (El Comercio, 2014).

Por otro lado, la marca Lotería Nacional de la Junta de Beneficencia de Guayaquil creó “El Cuarentazo”, que consiste en un juego de azar bajo la modalidad Raspa y gana, el mismo que utiliza expresiones o frases propias del juego Cuarenta como parte de su mecánica. Esto, con la finalidad de incluir la temática popular dentro del abanico de productos de la institución. (Lotería Nacional, 2016).

En el ámbito publicitario, la empresa de bebidas Tesalia Springs CBC, junto con la agencia de publicidad Paradais, lanzaron en marzo del 2016 la campaña #CuarentazoTropical, aplicada a la bebida gaseosa Tropical, para promover la práctica del juego Cuarenta como parte de las tradiciones culturales ecuatorianas en conjunto con la comunicación de los valores de su producto, generando conocimiento de la marca en sus consumidores. (Tropical, 2016), (Agencia Paradise, 2016).

Todo lo anterior es una muestra del impacto de esta actividad lúdica sobre ciertos sectores de la sociedad ecuatoriana, así como del continuo interés por rescatar y adaptar a la realidad local las tradiciones y costumbres de nuestros antepasados que han dado forma a la identidad cultural del país.



PROBLEMÁTICA

Según el reglamento del Campeonato mundial de Cuarenta, los implementos que requiere un jugador son:

1. Cuarenta naipes numerados del 1 al 7 y las figuras J (11), Q (12) y K (13).
2. Ocho fichas que servirán como tantos (2 puntos), seis fichas que servirán como perros (10 puntos), y una ficha que servirá como data (Turno de cada jugador para repartir los naipes). Para cada caso, las fichas serán de diferente color. (Castro Espinoza y Loza Cabrera, 2014)

En la práctica, comúnmente los jugadores de Cuarenta utilizan una versión de la baraja de naipes española, la misma que contiene 52 cartas (MRE Ecuador, 2002), de las que deben separar todas las cartas 8, 9 y 10, y los jokers, pues estos no tienen ninguna utilidad en el juego.

La baraja es adquirida en tiendas, bazares o importadoras según el poder adquisitivo del jugador, en el caso de las fichas, éstas solo pueden conseguirse en importadoras, siendo común su uso entre los jugadores profesionales. En el caso de los jugadores no profesionales, reemplazan las fichas con los naipes sobrantes de la baraja para poder llevar la cuenta de los puntos ganados. Y en casos extremos utilizan monedas, granos, piedras o tapas de bebidas, de este modo evitan confusiones con los naipes.

Con ello, se puede evidenciar que a pesar de que el juego fue creado en Ecuador, este ha tenido que hacer uso de una baraja extranjera debido a la ausencia de un mazo de naipes apropiado que incluya los implementos necesarios para la práctica del Cuarenta. Por ello surge la necesidad de encontrar una baraja que se adapte a las características del juego.



PÚBLICO OBJETIVO

Las audiencia ha sido seleccionada bajo las siguientes variables:

1. Geográficas:

Región: Costa, Sierra

Ciudad: Guayaquil, Quito.

Zona: Urbana

2. Variables Demográficas:

Sexo: Hombres y mujeres

Edad: 30 – 65 años

Clase Social: Medio – Alto

Nivel de Educación: Bachillerato, Superior +

3. Variables Psicográficas:

Estilo de vida: Trabajadores, socialmente activos.

Personalidad: Analíticos, sociales, extrovertidos, enérgicos, competitivos, estratégicos, audaces, carismáticos, espontáneos, prácticos.

4. Localización:

Asociaciones y grupos barriales, colegios de profesionales.

JUSTIFICACIÓN

Durante las investigaciones preliminares del proyecto, se pudo evidenciar el esfuerzo por parte de ciertos sectores, particulares y estatales, por incentivar la práctica y difusión del Cuarenta, con la intención de evitar que esta actividad lúdica y ancestral desaparezca con el paso del tiempo.

Por ello surgió como interrogante el conocer si existe alguna acción por parte del Estado para promover el rescate y promoción de actividades culturales, y en caso de existir, cómo este proyecto podría aportar al mismo. Para ello, se recurrió al Plan Nacional del Buen Vivir, de donde podemos resaltar los siguiente:



La política 8.5. del Plan Nacional del Buen Vivir (2009), menciona:

Promover y apoyar procesos de preservación, valoración, fortalecimiento, control y difusión de la memoria colectiva e individual y del patrimonio cultural y natural del país, en toda su riqueza y diversidad.

- a. Incluir efectivamente la participación ciudadana y de pueblos y nacionalidades en la gestión del patrimonio cultural y natural.
- b. Fomentar la investigación y difusión de la memoria colectiva y del patrimonio cultural y natural, incorporando a los gestores culturales de los distintos territorios en su conservación.
- c. Incorporar los resultados de las investigaciones sobre herencia y creación cultural en las políticas públicas, planes, programas y proyectos.
- d. Promover y difundir la riqueza cultural y natural del Ecuador, garantizando la protección y salvaguarda del patrimonio cultural material e inmaterial del país. (p. 301)

Esta política impulsa la generación de iniciativas como la del presente proyecto, cuya finalidad consiste en generar un aporte socio-cultural al país, pues mediante el desarrollo de la baraja del juego Cuarenta no solo se promueve una actividad de entretenimiento típica de ciertas zonas de Ecuador, sino que con ello se rescatan costumbres, lenguajes y tradiciones que en conjunto han contribuido a formar la identidad cultural de un grupo social y de una región.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Para obtener la información necesaria que permita el curso adecuado del proyecto de investigación, se ha dividido el mismo en las siguientes fases:

Fase de Observación

En esta fase se aplicará la metodología Design Thinking, a través de la que se puede recoger información acerca del comportamiento del grupo objetivo en relación con el caso de estudio, de este modo se logra empatizar con el usuario y se podrán conocer las razones que los motivan a practicar el juego, su percepción acerca del mismo y el impacto que tiene éste sobre ellos.

Para ello se emplearán técnicas experimentales como:

- Observación: Del grupo objetivo durante el momento del juego para encontrar hábitos, lenguajes y situaciones que sirvan para aportar al proceso investigativo.
- Entrevistas: Que se realizarán a participantes y organizadores de eventos que promueven la práctica del Cuarenta, para conocer las causas que los motivan a emprender y concurrir a este tipo de actividades.
- Focus group: Mediante el cual los participantes podrán evaluar diferentes tipos de barajas y accesorios propuestos para el juego, a fin de determinar los más adecuados para definir el producto final.

Fase de Exploración

Esta fase del proyecto requiere la utilización de la investigación exploratoria, que permite a los investigadores hacer uso de datos secundarios obtenidos de fuentes tales como diarios en su edición digital, libros y publicaciones, con el fin de obtener información útil para el proceso de diseño.

OBJETIVOS

DE COMUNICACIÓN

Destacar el juego ecuatoriano 40 y los elementos que forman parte de las costumbres y tradiciones de Ecuador, así como la identidad gráfica de sus pueblos ancestrales.

DE DISEÑO

General:

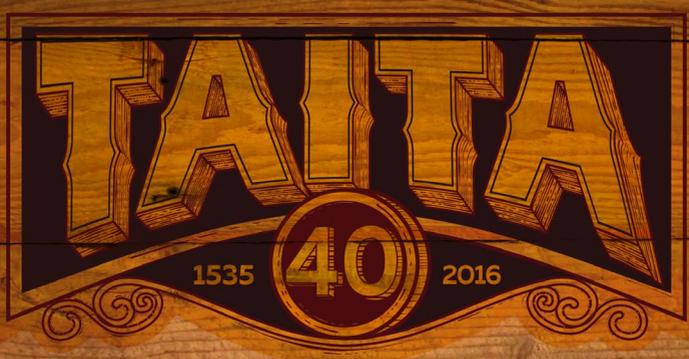
Otorgar una identidad visual al juego Cuarenta y sus implementos a través de la utilización de elementos propios de las culturas ancestrales ecuatorianas.

Específicos:

1. Diseñar una baraja de naipes y accesorios para el juego Cuarenta bajo los criterios estéticos y funcionales adecuados para el público objetivo y la actividad.
2. Elaborar un libro recopilatorio acerca del 40 y los actores que intervienen en el ámbito del juego.
3. Elaborar piezas gráficas publicitarias para la promoción del producto.

CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	MESES																					
	MAYO					JUNIO					JULIO					AGOSTO			SEPTIEMBRE			
	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3
1. FASE DE EXPLORACIÓN	[Barra amarilla que cubre los días 2, 3, 4 y 5 de mayo]																					
Determinar el problema de investigación.	[Barra gris que cubre los días 2, 3, 4 y 5 de mayo]																					
Establecer objetivos del proyecto.	[Barra gris que cubre los días 2, 3, 4 y 5 de mayo]																					
Búsqueda de personas e instituciones relacionadas con la práctica del juego 40.	[Barra gris que cubre los días 2, 3, 4 y 5 de mayo]																					
2. FASE DE OBSERVACIÓN	[Barra amarilla que cubre los días 2, 3, 4 y 5 de mayo]																					
Selección de grupos para entrevistas y focus groups.	[Barra gris que cubre los días 2, 3, 4 y 5 de mayo]																					
Entrevistas a participantes.	[Barra gris que cubre los días 2, 3, 4 y 5 de mayo]																					
Realización de focus groups y tests.	[Barra gris que cubre los días 2, 3, 4 y 5 de mayo]																					
Sesión de práctica de juego + fotografías	[Barra gris que cubre los días 2, 3, 4 y 5 de mayo]																					
3. FASE DE DISEÑO	[Barra amarilla que cubre los días 2, 3, 4 y 5 de mayo]																					
Investigación de culturas precolombinas, costumbres y tradiciones de Ecuador.	[Barra gris que cubre los días 2, 3, 4 y 5 de mayo]																					
Diseño de marca.	[Barra gris que cubre los días 2, 3, 4 y 5 de mayo]																					
Diseño de la baraja de naipes.	[Barra gris que cubre los días 2, 3, 4 y 5 de mayo]																					
Diseño de packaging (Cajas de cartón y madera).	[Barra gris que cubre los días 2, 3, 4 y 5 de mayo]																					
Diseño de libro y manual de instrucciones.	[Barra gris que cubre los días 2, 3, 4 y 5 de mayo]																					
Pruebas de impresión y correcciones.	[Barra gris que cubre los días 2, 3, 4 y 5 de mayo]																					
Impresión de baraja, accesorios y empaque.	[Barra gris que cubre los días 2, 3, 4 y 5 de mayo]																					
Presentación final.	[Barra gris que cubre los días 2, 3, 4 y 5 de mayo]																					



DISEÑO

Esta fase del proyecto comprende la conversión de los resultados del proceso investigativo en información visual útil para la elaboración de los conceptos y los diferentes elementos involucrados en el producto de diseño a realizar.

Este proceso involucra de manera especial la participación de jugadores profesionales de cuarenta, cuya experiencia en el juego y sus implementos, permitirá obtener datos importantes para la toma de decisiones en el proyecto.

CONCEPTO CREATIVO

Las conceptos plasmados en este trabajo han sido obtenidos gracias a la información resultante de las diferentes etapas del proceso de investigación. Este proceso comprende la aplicación de dos fases: Observación y exploración, cuyas herramientas ayudarán a determinar la solución del problema presentado. A continuación se detallan los resultados de estas etapas:



Equipo de cuarenteros de FEDELIGAS Guayas.

FASE DE OBSERVACIÓN

En esta fase se realiza la aplicación la metodología Design Thinking, en donde la fuente de información y el centro del proceso es el usuario. De este modo se logra una mejor comprensión sobre el problema de diseño y las necesidades del usuario a satisfacer. (Design Thinking en Español, 2012).

Esta fase comprende las siguientes técnicas:

1. Observación:

La aplicación de esta técnica involucró la participación de jugadores profesionales y aficionados del juego Cuarenta, que permitieron conocer las características del juego, hábitos, lenguajes y experiencias.

La Federación de Ligas Barriales de la provincia del Guayas (FEDELIGAS), cuenta entre sus miembros a los jugadores de cuarenta más reconocidos a nivel regional, quienes fueron seleccionados para realizar las diferentes pruebas del proyecto. La información proporcionada por ellos es útil para conocer las necesidades de un jugador profesional y aplicar las soluciones de manera efectiva.



FASE DE OBSERVACIÓN

Para llevar a cabo este proceso, se organizaron una serie de partidas de cuarenta en las instalaciones de FEDELIGAS y la casa de un jugador conocida como la “Academia del Gato Alvarado”, de este modo se desarrolla la actividad en un ambiente cómodo que permita a los participantes desenvolverse de manera natural. Como resultado de ello se pudo definir lo siguiente:

- Utilización de barajas importadas de tipo español, de buena calidad. Para el conteo de puntos hacen uso de fichas para póker.
- Los implementos de juego son adquiridos en tiendas e importadoras.
- Según el tipo de reunión, se hace uso de un mantel para el juego, éste facilita el deslizamiento de los naipes sobre la superficie.
- El tiempo de duración promedio para cada partida es de 15 minutos (5 minutos por cada data).
- Utilización de lenguaje popular para amenizar el juego e intimidar al oponente.
- El juego estimula la memoria del jugador, hace uso del cálculo matemático para la creación de estrategias.

Implementos comúnmente utilizados en el juego 40.



2. Entrevistas

A través de esta técnica se logra tener un acercamiento con el target, permitiendo conocer experiencias personales relacionadas al cuarenta, opiniones sobre aspectos técnicos del juego, preferencias y diferencias en los métodos de los jugadores según las regiones del país.

Las entrevistas fueron grabadas en audio, de este modo se evitó distraer a los entrevistados con interrupciones, convirtiendo el proceso en una conversación que genera confianza. El lugar seleccionado para ejecutar las entrevistas fueron las instalaciones de FEDELIGAS Guayas, para que los participantes se sintieran en un ambiente familiar.

Esta actividad permitió obtener la siguiente información:

- El rango de edades de los jugadores profesionales de cuarenta oscila entre las edades de 30 a 65 años.
- Los jugadores viven en barrios populares y zonas urbanas de la ciudad.
- Su nivel socioeconómico es medio, medio-bajo.
- Aprendieron a jugar cuarenta mediante la observación del juego y por medio de la enseñanza de familiares, amigos y vecinos.



Jugadores aficionados de 40 en reuniones barriales.

FASE DE OBSERVACIÓN

- El juego se practica en barrios, asociaciones, colegios de profesionales y reuniones sociales.
- Los jugadores se caracterizan por ser competitivos, orgullosos, audaces, carismáticos, poseen buen sentido del humor, son analíticos, estratégicos y prácticos.
- El cuarenta pone en práctica la memoria y retentiva del jugador, requiere de cálculos matemáticos para la generación de estrategias de juego.
- En los campeonatos, los jugadores utilizan una baraja de buena calidad, fichas y un mantel, que son proporcionados por los organizadores del evento.
- Los usuarios no cuentan con una baraja personal, ni accesorios para el juego. El mazo de naipes que utilizan es de calidad media y es adquirido en tiendas.
- Como experiencia, mencionan que entre los objetos más comunes para reemplazar a las fichas han utilizado monedas, piedras, tapas de botella y granos alimenticios.

Jugadores en el campeonato mundial de 40 en Quito.



Entre las diferencias de los jugadores de la región costa y sierra se puede mencionar:

- Ciertos jugadores de la sierra utilizan 4 naipes en lugar de 5, los costeños indican que el uso de 5 naipes permite un mejor cálculo de los naipes que quedan en juego.
- Los jugadores utilizan en el juego un vocabulario propio de sus regiones. Por ejemplo, en la sierra se llama "Cuerito tierno" a los jugadores novatos, en la costa los denominan "Yolandas" o "Lomas de Sargentillo".
- A pesar de que el 40 es originario de la sierra y su campeonato mundial se lo realiza en Quito, la mayor cantidad de vencedores pertenecen a la región costa, con mayor exactitud de Guayas y Manabí.
- Existe rivalidad entre los jugadores de ambas regiones. La procedencia de los ganadores del campeonato mundial determina donde están los mejores jugadores de cuarenta a nivel nacional.

Existen opiniones divididas respecto al uso de una baraja especializada para el juego. Unos mencionan que les sería muy útil, los otros agregan que un buen jugador de cuarenta puede jugar con cualquier tipo de implemento.



Augusto "La Máquina" Rendón y Luis "El Mago" Silva
Guayaquileños y campeones mundiales de 40.

FASE DE OBSERVACIÓN

3. FOCUS GROUP

Esta técnica permite obtener datos por parte de los jugadores acerca de los atributos que debe tener una baraja profesional, tomando en cuenta aspectos físicos y estéticos.

Jugadores durante el proceso de focus group.



El ejercicio contó con la participación de 8 jugadores profesionales, a quienes se les asignó 7 naipes de barajas con diferentes características. La prueba consistió en evaluar los naipes, la calidad de sus materiales, diseño y colores. De este modo se obtienen resultados precisos sobre los atributos de una baraja profesional. Los resultados de este proceso fueron los siguientes:

ASPECTO 1. FORMA Y TAMAÑO

- Los naipes 1, 3, 5, 6 y 7 son más estrechos (5,8 x 8,8 cm.) que los naipes 1 y 2. (6,8 x 8,8 cm.) siendo estos últimos la medida estándar internacional. Sin embargo en el mercado local es común encontrar los naipes de menor medida.

Los jugadores prefirieron los naipes 1 y 2, debido a que los elementos del naipe tenían más espacio entre ellos, permitiéndoles visualizar de mejor manera los elementos.



ASPECTO 2. MATERIAL Y TEXTURA

- Los naipes 1, 3 y 5 están elaborados con cartulina de 150 gr. y laminado UV, su apariencia es brillante y de textura lisa. Color blanco.

Los jugadores indicaron que este tipo de naipes son lo más comunes en el mercado, pero no los adquieren porque son considerados de calidad normal.

- El naipe 2 está elaborado con material semi-plástico, compuesto de cartón de 150 gr. y un laminado plástico, es más resistente que los naipes anteriores. Su apariencia es semi-brillante y posee una textura que permite al naipe un mejor agarre evitando deslizamientos. Color blanco.

Los jugadores manifestaron su agrado hacia este naipe debido a su textura y el grosor del material que permite “barajar” de mejor manera los naipes.

- El naipe 4 está fabricado completamente de plástico con apariencia mate, su superficie es suave al tacto facilitando el deslizamiento, no posee textura. Color blanco.

Los jugadores prefirieron este naipe debido a su superficie suave y la resistencia del material.

- Los naipes 6 y 7 son fabricados con plástico de 60 gr., apariencia mate, superficie áspera, no poseen textura. Color gris.

Los jugadores no aprobaron estos naipes debido a que el material a pesar de ser resistente, es muy delgado y no les permite manipularlo correctamente, el color no es agradable a la vista. Fueron calificados como naipes de mala calidad.

Cabe recalcar que uno de los aspectos que tienen en cuenta los jugadores al momento de probar el material del naipe, es el sonido que éste emite al ser lanzado contra la mesa, mientras más suene el naipe, mejor es. Los naipes 2 y 4 lograron pasar esta prueba.



1

BWJP

2

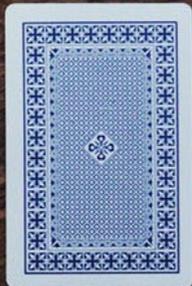
BICYCLE

3

ASIAN ELEPHANT

GRAN





4
GRAND CASINO

5
TUN HUANG

6
ROYAL

7
CROWN



FASE DE OBSERVACIÓN

ASPECTO 3. DISEÑO E ILUSTRACIONES

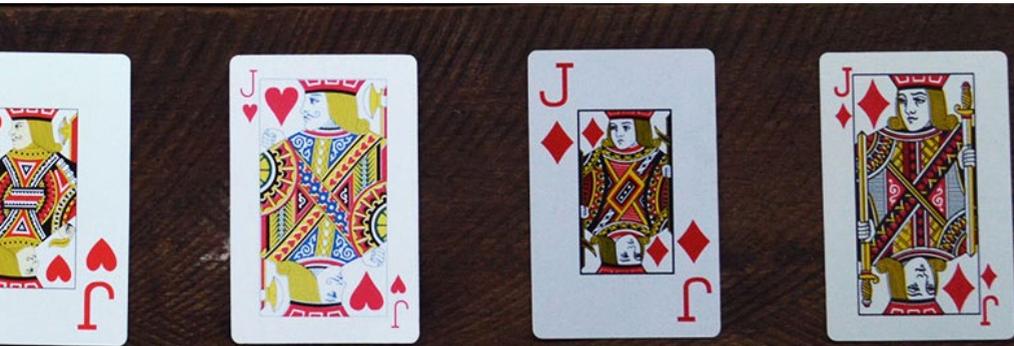
Para analizar este aspecto se tomaron en cuenta los diseños e ilustraciones aplicados en el anverso y reverso de la baraja.

a. REVERSO

Los 7 naipes utilizan ilustraciones de los naipes J, Q, K basadas en las del formato del naipe inglés.

- Los naipes 1, 2, 3, 5 y 7 utilizan los tamaños de los elementos siguiendo las medidas del formato estándar del naipes inglés.
 - Los naipes 4 y 6 utilizan menor espacio para ubicar la ilustración, esto permite que el área sobrante sea ocupada por el número del naipe y el palo correspondiente, ayudando a la legibilidad. Este diseño fue el preferido por todos los jugadores.
- a. Al final de este ejercicio los jugadores indicaron que la temática de la ilustración del naipe y su tamaño puede variar, sin embargo, los elementos que deben mantener su color, tamaño y ubicación original son la letra/número y el palo, pues son los elementos que permiten identificar rápidamente un naipe al momento de jugar.





b. ANVERSO

- Los naipes 1, 2 y 7 poseen ilustraciones acompañadas de patrones acordes a la temática del naipe. Los colores son azul, rojo y verde, respectivamente.

Los jugadores manifestaron su agrado por el diseño de la baraja 2.

- Las barajas 3 y 4 presentan un diseño de baraja en donde el elemento principal es la marca del naipe. Su diseño se caracteriza por ser sencillo, en el caso del naipe 4, el diseño consiste en un fondo verde con la marca ubicada en el centro. El naipe 3 tiene un tramado de color azul y blanco, la marca permanece en el centro.

Los jugadores prefirieron el naipe 4 debido a que su diseño y color son diferentes respecto a los demás naipes.

- Los naipes 5 y 6 poseen ilustraciones genéricas, con un diseño sencillo basado en la repetición de una forma hasta formar un patrón.

Los jugadores manifestaron que el diseño de estos naipes era normal y no les agradó.

1



2



3



4



5

6

7

FASE DE OBSERVACIÓN

ASPECTO 5. CAJAS

Se mostraron las cajas de los naipes a los jugadores para saber su opinión acerca del diseño de las cajas. Los resultados fueron los siguientes:

- Las cajas 1, 3, 4 y 5 poseen un diseño sencillo, en donde se utiliza una cromática bicolor acompañada de la marca en el centro de la caja.

Los jugadores no mostraron interés por adquirir esta caja, pues les pareció muy sencilla.

- La caja 2 tiene un diseño elaborado, con decoraciones que interactúan con la marca y los elementos informativos de la caja. Es bicolor, realizada en cartón.

Los jugadores prefirieron esta caja por el detalle de sus ornamentaciones que le dan una apariencia de mayor calidad. Además mencionaron que ésta marca es la preferida por ellos para jugar.

- La caja 6, tiene forma horizontal debido a que contiene 2 juegos de naipes, el diseño es el más sencillo de todas las cajas, tiene un visor en el centro para ver el diseño de las cajas que contiene. Realizado en cartón.

Los jugadores no aprobaron la caja, pues no llamó su atención por su apariencia de baja calidad.

- La caja 7, se diferencia de las anteriores por su material, está elaborada con plástico transparente, posee detalles de ornamentación realizados en relieve. La marca se encuentra impresa en tinta dorada en la tapa superior de la caja y la parte inferior tiene la marca en relieve. Posee fallas en el corte de la caja que muestran excedentes del material, que le dan un acabado poco profesional.

Los jugadores mencionaron que esta caja fue la que menos le agradó de todo el grupo por la apariencia descuidada en sus materiales.

FASE DE EXPLORACIÓN

Esta etapa define el concepto general aplicado en cada uno de los elementos que conforman el producto de diseño.

Para establecer las temáticas de la línea gráfica del producto, se ubicó el mismo en un contexto cronológico, partiendo de la época de origen del juego cuarenta hasta llegar a las costumbres propias del ambiente de juego actual. La consulta en fuentes secundarias permitió seleccionar los siguientes hechos para obtener de ellos información que será convertida en elementos gráficos.

CRONOLOGÍA

- Los orígenes del cuarenta se remontan aproximadamente al año 1535, cuando los españoles iniciaron el proceso de colonización, introduciendo también el naipe al país.
- Las últimas grandes culturas precolombinas asentadas en el país fueron la Manteño - Huancavilca en la región costa y la Inca en la sierra.
- Los historiadores relatan que ambas culturas se mantuvieron en constantes luchas debido a los intentos de conquista por parte de los Incas hacia los Huancavilcas.
- Los Incas fueron conocidos por extender su reino en la mayor parte de Sudamérica, conquistando a los pueblos nativos de dichas regiones.
- Los Manteño - Huancavilca son reconocidos como un pueblo de guerreros valientes, hecho que influyó en los intentos de conquista fallidos por parte de los Incas.

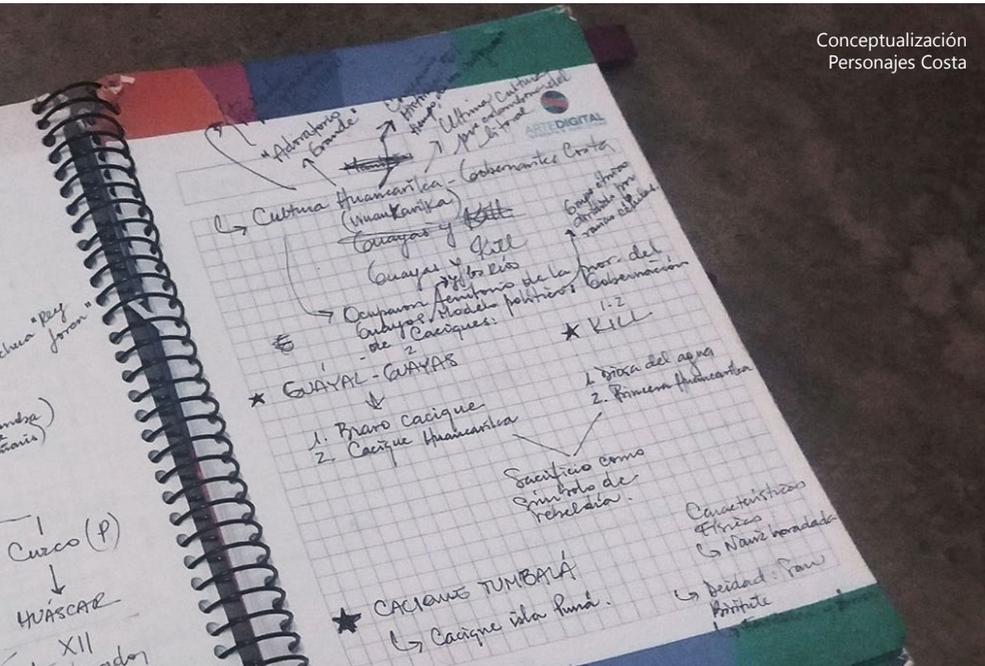
Los personajes representativos de ambas culturas fueron:

COSTA (Manteño - Huancavilca):

- Guayas y Quil: Originarios del mito del nombre de la ciudad de Guayaquil. Cuenta la leyenda que ambos se sacrificaron como símbolo de rebeldía ante la conquista española.
- Cacique Tumbalá: Representante de todos los pueblos confederados de la cultura Manteño - Huancavilca.
- Tin-Tin: Personaje mítico, Dios de la fertilidad del pueblo



Punae perteneciente a la cultura Manteño - Huancavilca. Tin significa "Dios", Tin-Tin por ende significa "Dios de Dioses". Los españoles en su proceso de evangelización destruyeron la imagen de los dioses, relegando al dios aborigen al lugar de un demonio.



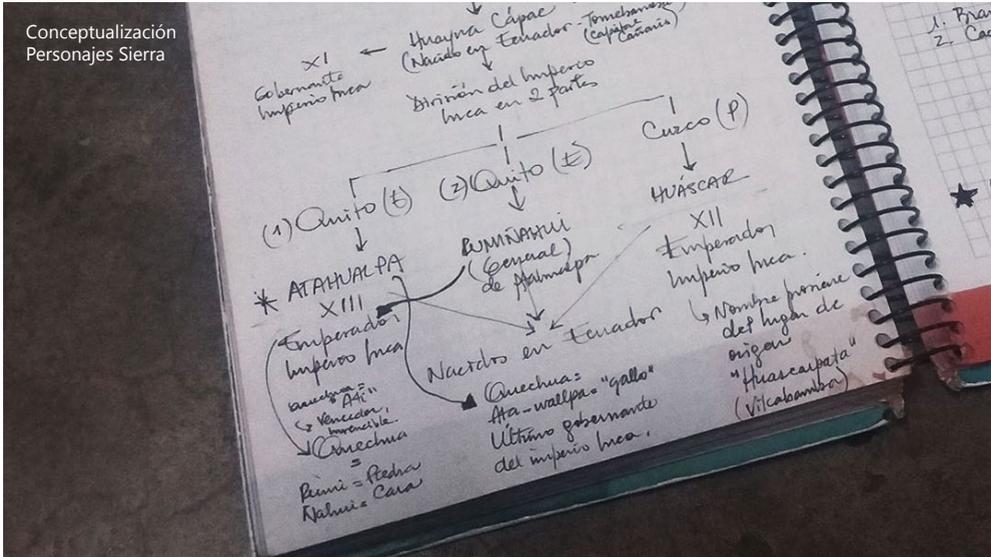
Conceptualización
Personajes Costa

SIERRA (Inca)

- Huayna Cápac: Undécimo gobernante del imperio Inca, nacido en tierras cuencanas (Tumipamba - Tomebamba).
- Atahualpa: Décimo tercer y último gobernante del imperio Inca, hijo de Huayna Cápac, su origen se atribuye a las ciudades de Quito y el Cuzco. Gobernó el imperio desde el reino de Quito.
- Rumiñahui: General y hermano de Atahualpa, hijo de Huayna Cápac, nacido en Quito.

FASE DE EXPLORACIÓN

- Diablo Uma: También conocido como “Aya Huma” (Cabeza de diablo), su origen se remonta en la época colonial. Es considerado como la personificación del alma, representa el balance entre el bien y el mal y la fuerza de la Pacha Mama.



La iconografía de ambas culturas es diferenciable:

- Los Manteño - Huancavilca se caracterizaron por la elaboración de las “Vasijas ahumadas” (color gris oscuro) y los grabados en las conocidas “Estelas de Gobernantes”.
- Los Incas, se caracterizaron por su iconografía presente en sus textiles, sellos y joyas.



Vasija Ahumada



Sello Inca

Los resultados unificados de ambas fases permitieron obtener la definición del CONCEPTO CREATIVO de este producto, el cual está reflejado en la premisa:

“El cuarenta, más ecuatoriano que nunca”.

Este concepto aplicado a la nueva baraja de naipes requiere la apropiación de elementos culturales propios de las poblaciones ancestrales ecuatorianas.

La propuesta del nuevo producto incluye 2 líneas de diseño: Una versión clásica y una edición especial para las ediciones costa y sierra, basadas en las culturas Manteño - Huancavilca e Inca respectivamente.

- “CACIQUE”

Es el nombre representativo de la baraja de la región Costa. Es el nombre que se le da a al gobernante o jefe de una comunidad o pueblo de indios. (RAE, 2016). En el caso de la cultura Manteño - Huancavilca, los personajes Tumbalá y Guayas -según el mito- ostentaron estos títulos.

- “INCA”

Además de referirse al nombre de la cultura que dominó gran parte del territorio sudamericano, el término Inca, es el nombre masculino con el que se llama al soberano que gobernaba el Imperio incaico. (RAE, 2016).

La razón por la que se seleccionó el título de los representantes de cada cultura como el nombre de las barajas, es la de representar el poder y el orgullo del jugador de 40 a través del naipe. Siendo esta el arma del jugador y una extensión de sí mismo.

“Soy el CACIQUE. Soy el INCA del 40”

CONCEPTO CREATIVO

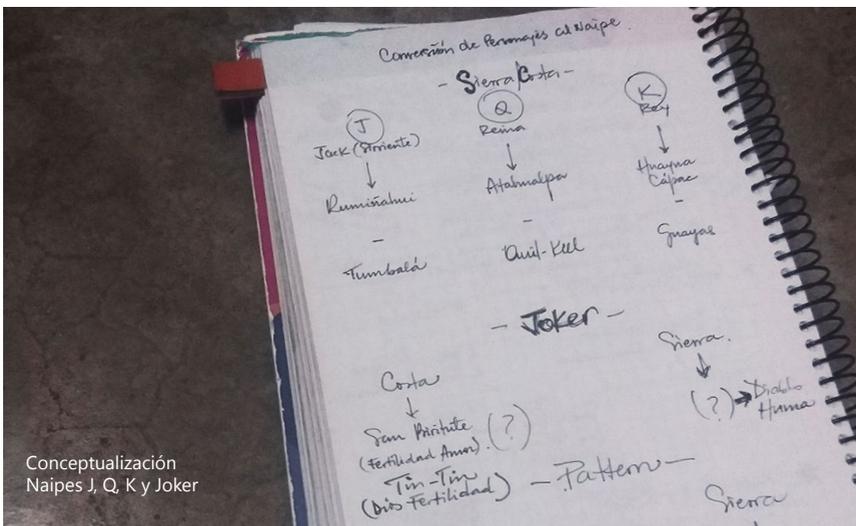
Ambas líneas de productos incluyen los siguientes elementos:

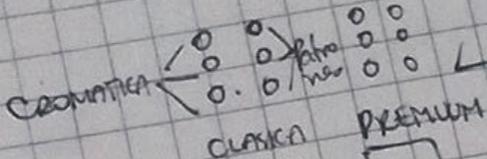
- Clásico: 1 set de naipes + 14 fichas + caja de madera.
- Especial: 2 set de naipes + 14 fichas + 1 manual de instrucciones del juego + 1 libro recopilatorio + 1 mantel para naipes + caja de madera y acrílico.

Los elementos característicos del naipes extranjero, tales como el diseño de patrones y los palos serán reemplazados por elementos de la iconografía de las culturas Manteño - Huancavilca e Inca, así mismo sus personajes representativos tomarán los lugares de las figuras inglesas para las cartas J, Q, K y Joker.

La cromática aplicada a la baraja y sus elementos están inspiradas en los colores característicos de las culturas, sustituyendo los ya conocidos tonos rojo y azul comunes en las barajas.

Finalmente, se promocionará el producto a través de una serie de piezas gráficas publicitarias que resaltan las costumbres y tradiciones presentes en el ambiente de juego del cuarenta.





CONCEPTO CREATIVO
 el 40 es más
 creativo que nunca



- Cultura Mante...
- Guerreros...
- Por...
- per los in...
- Cultu...

Concepto Creativo
 el 40 es más
 creativo que nunca

PROCESO DE BOCETOS

NAMING

En el proceso de la creación de un producto, uno de los factores importantes a tener en cuenta es la definición del nombre que dará identidad a la marca. Sus características permitirán al consumidor identificarlo y realizar una diferenciación de los demás productos competidores. Esta debe ser breve, pronunciable, memorizable y sugestiva.

- “TAITA”

El nombre de la marca busca comunicar dos aspectos. El primero, las características del jugador de cuarenta, a través de una palabra que refleje el orgullo y fuerza de los jugadores. El segundo, una palabra o elemento que indique la temática del producto, es decir el juego cuarenta.

El término “TAITA” significa en lengua quichua ecuatoriana “Señor” y es utilizado como un título de respeto. La regla gramatical quichua indica que esta palabra de estar colocada delante de un nombre de pila. (Catta, J. 1994)

Este término es utilizado en la región sierra del país, sin embargo es reconocido y aceptado en las demás regiones. Al utilizarla en el nombre esta palabra representa la fortaleza y dominio del juego del cuarentero.

- “40”

La utilización de la palabra cuarenta en números (40), además de indicar el nombre del juego, permite que la marca tenga una lectura breve, además es una práctica común que quienes se refieren al juego de manera escrita (diarios, libros, etc.) utilicen el término en número y no en letras.

“TAITA40”

Señor/Padre del cuarenta, el mejor jugador.





Pruebas de diseño del identificador



IDENTIFICADOR

La línea gráfica de la marca TAITA40, está inspirada en los estilos de ilustración del siglo XVI, los mismos que se caracterizan por los detalles de sombreado a través de líneas, propias de la técnica de grabado. Estos detalles le otorgan a la marca un aspecto rústico, artesanal y tradicional, sin que ello reste sobriedad a la marca.

PROCESO DE BOCETOS

NAIPES

Los naipes cuentan con 2 caras, en cada una de ellas se plasman diseños diferentes. El lado anverso del naipe contiene ilustraciones, palos y números/letras que identifican al naipe. El reverso tiene 2 funciones, identificar la marca del naipe e impedir que se muestre el contenido que se encuentra al otro lado (palos y números).

1. Anverso

Se tomaron en cuenta 2 aspectos para aplicar en el diseño

a. Ilustración de personajes

Realización de pruebas en el diseño de los personajes que serán ilustrados en los naipes.



Pruebas de ilustración de personajes



b. Diseño de Palos

Comprende el rediseño de los palos del naipe (Corazón, brillo, trébol, espada), basado en aspectos como la forma y la aplicación de nuevos elementos en su interior.



Diseño estandar de palos de una baraja.

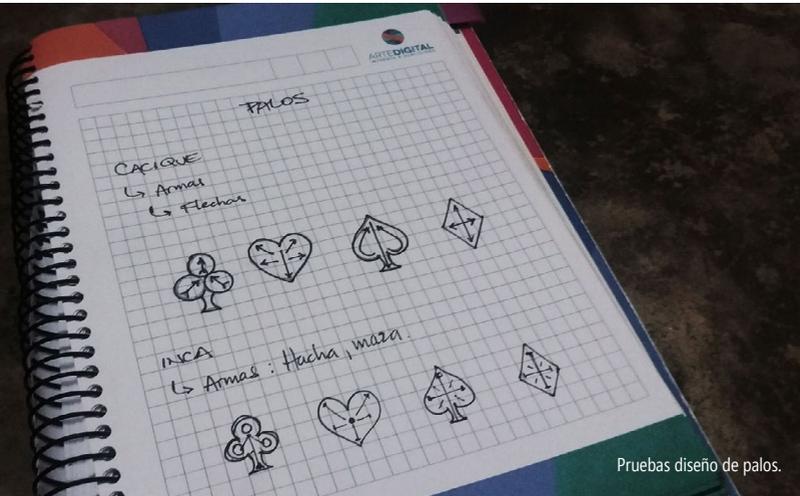
En el 40, el naipe es el arma del jugador contra su oponente. Esta idea buscar ser reflejada a través de formas basadas en las armas de las culturas Manteño - Huancavilca e Inca en el interior de los palos de la baraja.



Manteño: Lanzas y flechas



Inca: Mazas y hachas



PROCESO DE BOCETOS

2. Reverso

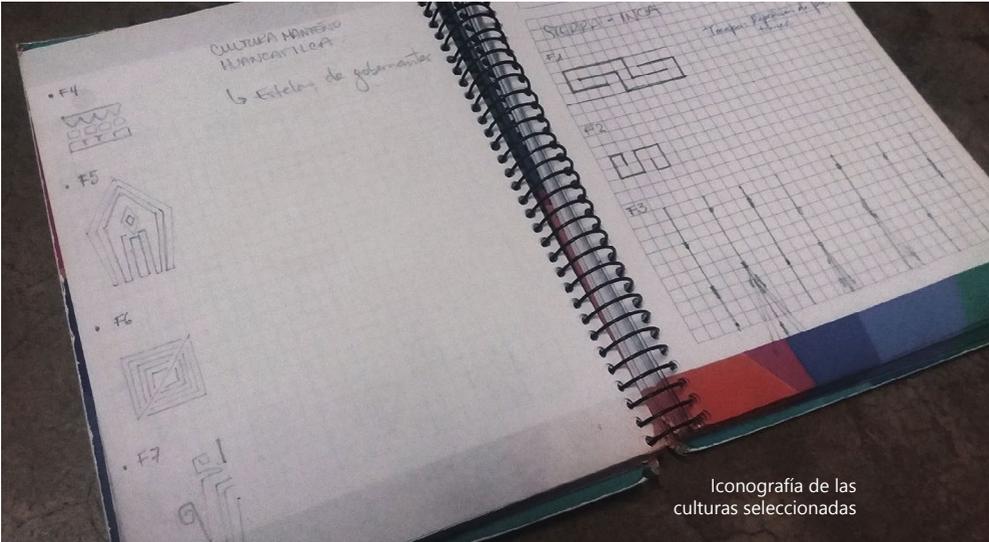
La línea gráfica aplicada en el reverso de las barajas está inspirada en los elementos iconográficos de las culturas Manteño – Huancavilca e Inca. El estudio de estas formas dará lugar a la reproducción los patrones y contornos que en conjunto forman el diseño que ayuda a dar identidad al naípe.



Estelas de Gobernantes y esculturas Manteño - Huancavilcas

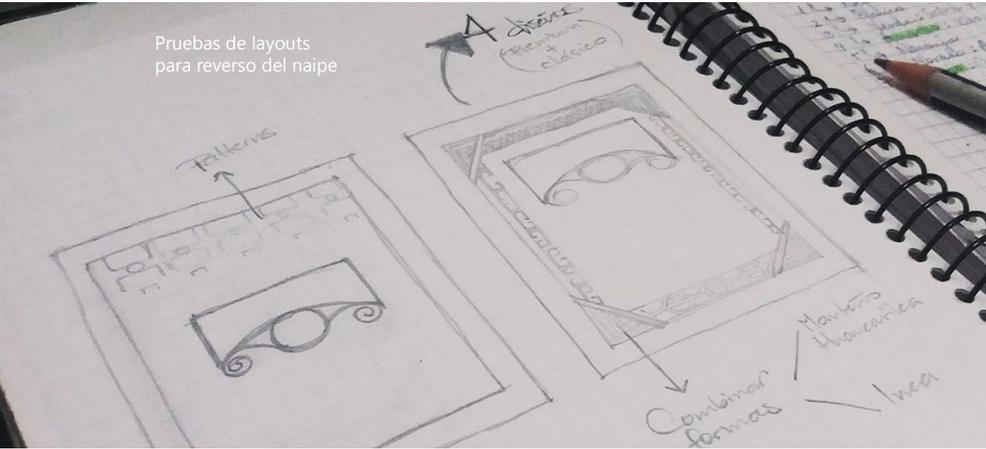


Textiles y sellos Incas



Iconografía de las culturas seleccionadas

Pruebas de layouts para reverso del naipe



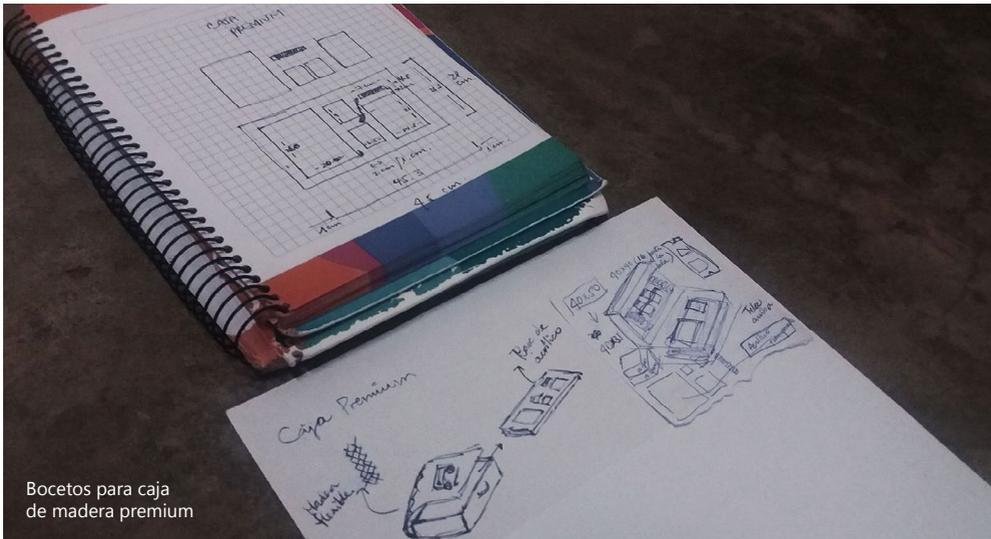
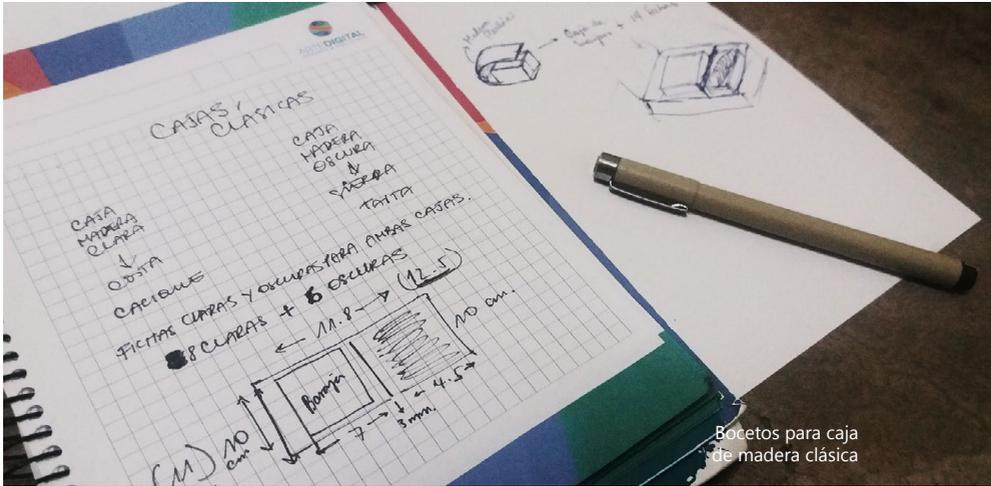
CAJAS

Se realizaron pruebas del diseño de la estructura de las cajas, tanto para las que contienen los naipes, así como para las cajas de madera contenedoras del set clásico y especial. Para ello se consideraron aspectos como la seguridad del contenido, transportación, apilabilidad y resistencia.

Prueba de diseño en cajas de cartón

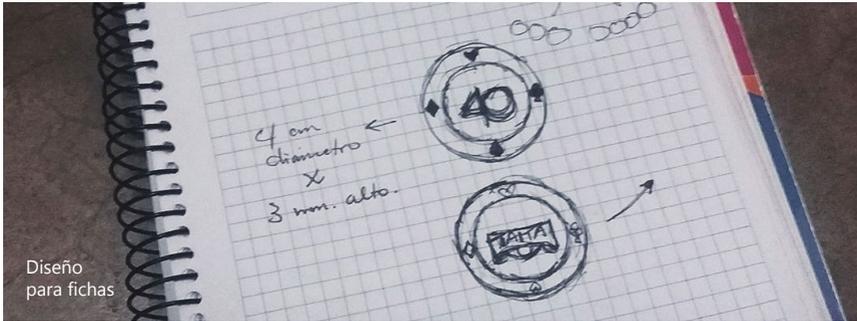


PROCESO DE BOCETOS



FICHAS

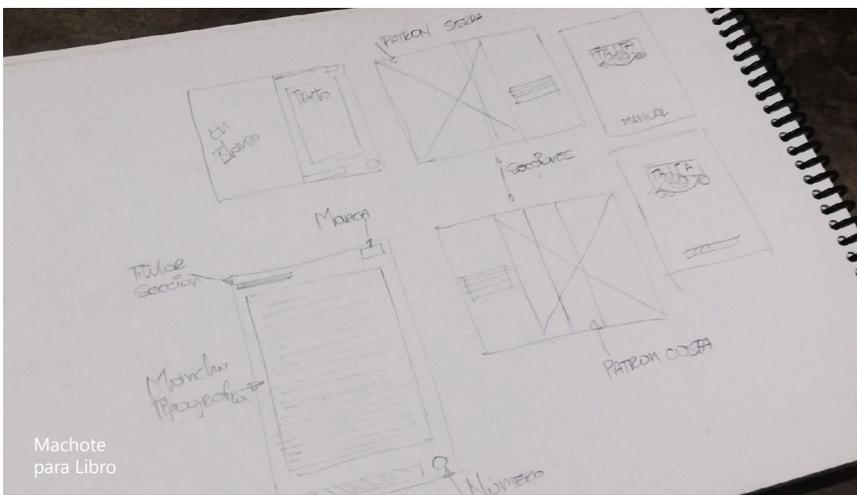
Las fichas del juego deben cumplir con las medidas estándar de las que son utilizadas para el póker, sin embargo el diseño interior puede modificarse, por ello se propone la adaptación de la marca TAITA40 y sus elementos a la nueva ficha.



Diseño para fichas

LIBRO

El libro requiere una serie de layouts en donde puedan integrarse el texto e imagen de manera adecuada, de modo que facilite la lectura y comprensión de los contenidos aplicados dentro de un diseño estético y funcional.

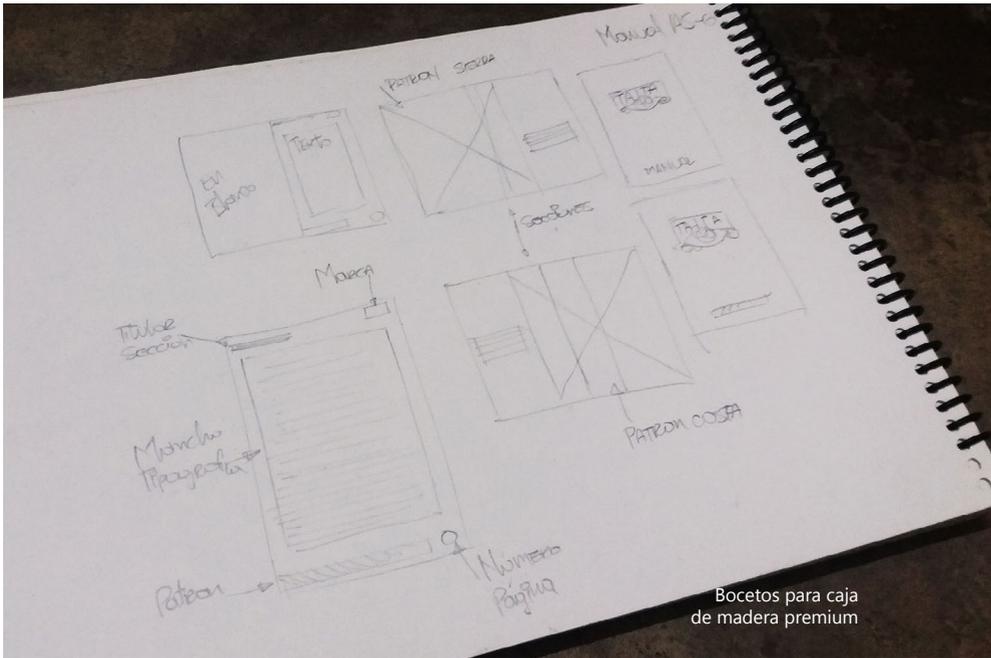


Machote para Libro

PROCESO DE BOCETOS

MANUAL DE INSTRUCCIONES

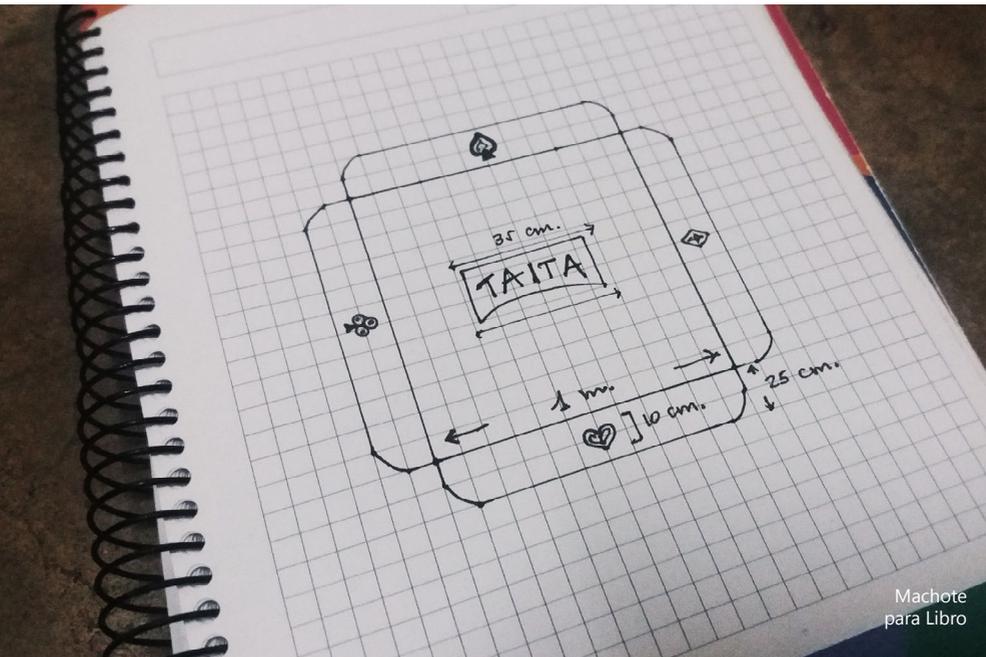
El diseño de este manual está basado en parámetros como la facilidad de lectura, disposición de los elementos, cantidad de información a mostrar y tamaño del soporte.



Bocetos para caja de madera premium

MANTEL

El propósito de este accesorio es el de permitir el deslizamiento del naipes de manera fácil. Este elemento debe adaptarse a los tamaños de las mesas que se utilizan comúnmente para el juego. En su superficie se aplicarán elementos correspondientes a la marca, con el propósito de asociar el producto con la marca.

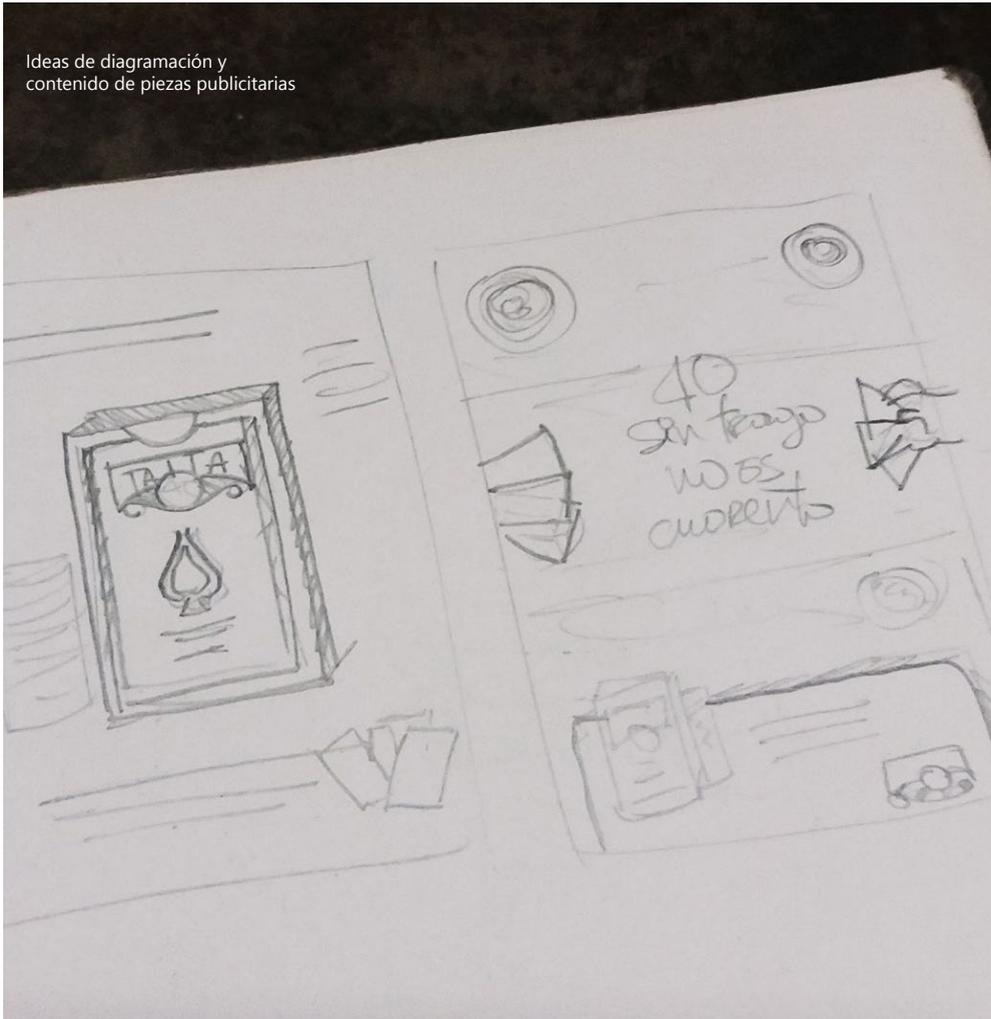


PROCESO DE BOCETOS

PIEZAS PUBLICITARIAS

Basados en las características culturales que rodean el juego del 40, se generaron propuestas para el diseño de las piezas publicitarias, rescatando las tradiciones, lenguajes y hábitos presentes en el juego.

Ideas de diagramación y
contenido de piezas publicitarias



PRUEBA Y ERROR

MARCA

Experimentación con la tipografía y formas que dan lugar al identificador. El propósito de esta, es dar dinamismo y personalidad a la marca.

TAITA

TAITA

TAITA

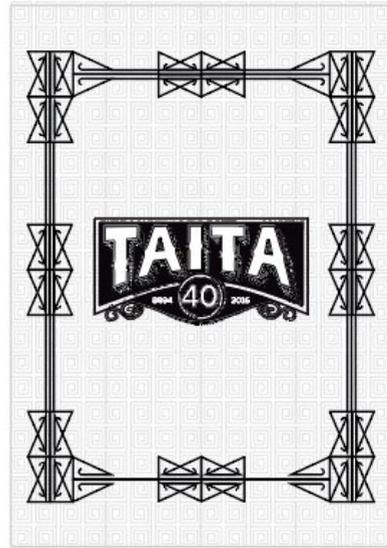
TAITA

TAITA

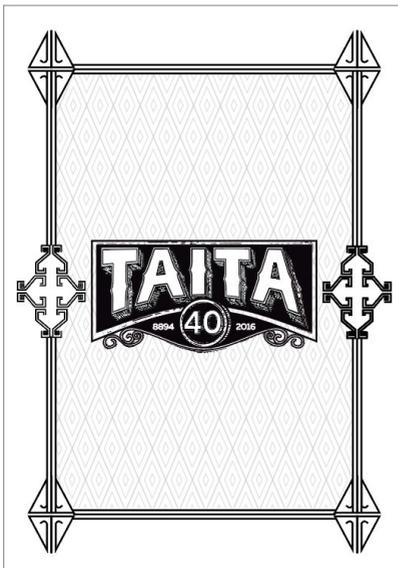
TAITA

NAIPES

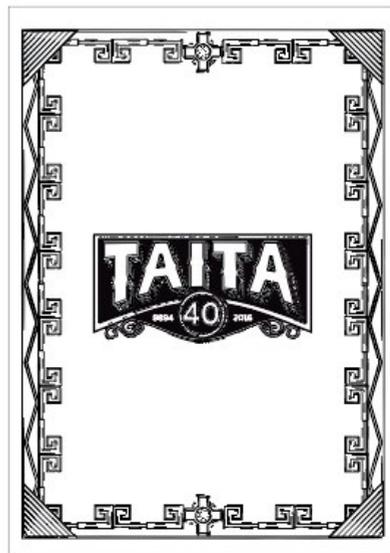
El uso de la iconografía de las culturas seleccionadas y los patrones permitieron realizar varios estudios en el diseño y forma de los elementos del naipe.



Reverso del naipe para versión CACIQUE Clásica



Reverso del naipe para versión CACIQUE Especial



Reverso del naipe para versión INCA Especial

PRUEBA Y ERROR



BARAJA ESPECIALIZADA PARA EL JUEGO DE 40 | TAITA40

PIEZA PUBLICITARIA

Propuesta para pieza publicitaria del producto en formato horizontal. Esta opción fue descartada, la cantidad elementos y su disposición en la pieza hacen ver a la gráfica recargada, dificultando su lectura.

TIPOGRAFÍA

Experimentación con los textos utilizados en los diferentes copys propuestos para las piezas publicitarias. Se modifica la forma de la fuente para obtener dinamismo y personalidad.

cuquito
tierno

tierno
tierno

venga
ese
cuquito
tierno

vuelva

venga
ese
cuquito
tierno

mama

dieciseis

Taita y mama
se fue a misa
taita y mama
han de volver
cuando vuelva
taita y mama
ya ya cuento
dieciseis

Taita y mama
se fue a misa
taita y mama
han de volver
cuando vuelva
taita y mama
yo ya cuento
dieciseis...

Tipografía Mekar Script (Free)

Tipografía Hubster

PROCESO TÉCNICO

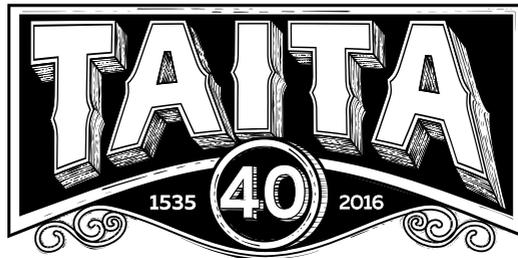
HERRAMIENTA:
SOFTWARE DE ILUSTRACIÓN
ADOBE ILLUSTRATOR



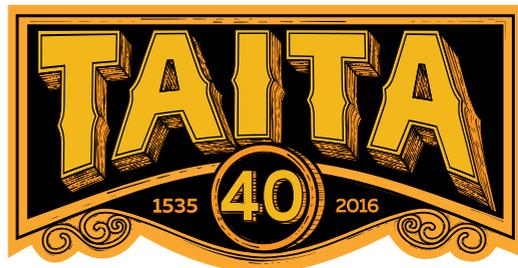
1. IDENTIFICADOR

Mediante el software, se realizó la digitalización de la propuesta final del identificador y sus variaciones aplicables a los diferentes elementos que forman parte del producto de diseño.

- Marca principal: Aplicable a piezas gráficas y productos principales.



Esta versión se caracteriza por ser mutable, es decir su cromática se adaptará a las tonalidades definidas para los productos de la marca y otros soportes.



- **PALETA DE COLOR**

La cromática de la versión CACIQUE está inspirada en las tonalidades de la cultura Manteño – Huancavilca. Mientras que la versión INCA posee la paleta de color de su respectiva cultura.

CACIQUE CLÁSICO



E4A732 C 0% M 39% Y 92% K 0%



DD9322 C 0% M 49% Y 98% K 0%



A44320 C 18% M 83% Y 100% K 9%



5D1E21 C 34% M 98% Y 80% K 51%



392325 C 54% M 80% Y 62% K 72%

CACIQUE ESPECIAL



FFFFFF C 0% M 0% Y 0% K 0%



E4B81C C 4% M 29% Y 100% K 0%



DD9322 C 0% M 49% Y 98% K 0%



3A2123 C 52% M 83% Y 63% K 72%



272421 C 71% M 67% Y 66% K 80%

PROCESO TÉCNICO

INCA CLÁSICO

	F4E9DF	C 3%	M 10%	Y 13%	K 0%
	E4B81C	C 4%	M 29%	Y 100%	K 0%
	E2A31A	C 0%	M 41%	Y 100%	K 0%
	812225	C 26%	M 99%	Y 88%	K 27%
	581924	C 34%	M 100%	Y 73%	K 55%

INCA ESPECIAL

	FFFFFF	C 0%	M 0%	Y 0%	K 0%
	E4B81C	C 4%	M 29%	Y 100%	K 0%
	DD9322	C 0%	M 49%	Y 98%	K 0%
	422529	C 50%	M 86%	Y 62%	K 66%
	302120	C 58%	M 76%	Y 65%	K 78%



- Identificador simple

En esta versión se suprimen detalles para facilitar la lectura de la marca, es aplicable a formatos y soportes de tamaño mínimo. Esta versión también es mutable.



- Identificador secundario:

Aplicable a documentos y medios en donde la palabra requiera presentarse de manera escrita.

TAITA 40

PROCESO TÉCNICO

2. NAIPES

Los diseños de las ilustraciones, patrones y palos son aplicados al formato del naipe considerando aspectos como el espaciado entre elementos, cromática y funcionalidad, con la finalidad de obtener unidad gráfica entre las familias de naipes. Para ello se hace uso de un software de ilustración.

- ANVERSO

PALOS

El diseño de estos elementos comprende: Modificación de formas de los palos corazón y brillo, aplicación de nueva cromática e ilustraciones.



Diseño estándar de palos de una baraja.



Cambios aplicados en las formas.



Variación de tonalidad roja





Aplicación de ilustraciones en los palos de las barajas:



Diseño de palos para versión CACIQUE (Costa)



Diseño de palos para versión INCA (Sierra)

PALETA DE COLOR

- Corazón y Brillo

Ilustración interior		C20E1A	C 0%	M 100%	Y 100%	K 0%
----------------------	---	--------	------	--------	--------	------

Palos		861F2F	C 26%	M 100%	Y 78%	K 23%
-------	---	--------	-------	--------	-------	-------

- Trebol y Espada

Ilustración interior		A09D9C	C 43%	M 35%	Y 35%	K 1%
----------------------	---	--------	-------	-------	-------	------

Palos		000000	C 0%	M 0%	Y %	K 100%
-------	---	--------	------	------	-----	--------

PROCESO TÉCNICO

ILUSTRACIONES

Las ilustraciones para el As de espadas, Joker y los personajes J, Q, K fueron vectorizados a partir de los bocetos. La cromática de estas ilustraciones es la misma utilizada en los palos, de este modo, se evita saturar con colores los elementos del naipe, facilitando la lectura del mismo.



As de espadas CACIQUE



Joker CACIQUE



As de espadas INCA



Joker INCA

PALETA DE COLOR



000000 C 0% M 0% Y % K 100%



861F2F C 26% M 100% Y 78% K 23%



J CACIQUE



Q CACIQUE



K CACIQUE



J INCA



Q INCA



K INCA

PROCESO TÉCNICO

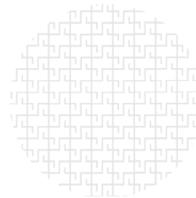
PATRONES

Estos elementos sirven como fondo para las ilustraciones de los personajes y los palos de los naipes, ayudan a dar un mejor contraste y delimitar la zona de diseño y los bordes del naipe.

La forma de estos patrones varía según las versiones de la marca.



Patrón CACIQUE



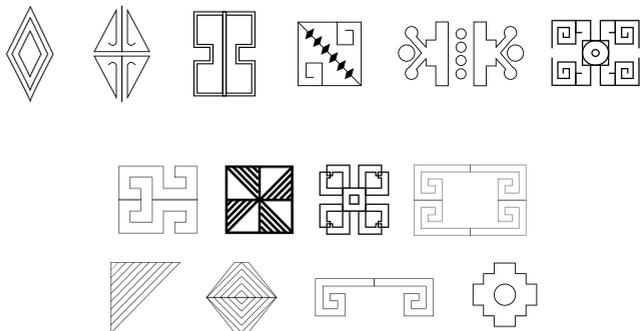
Patrón INCA

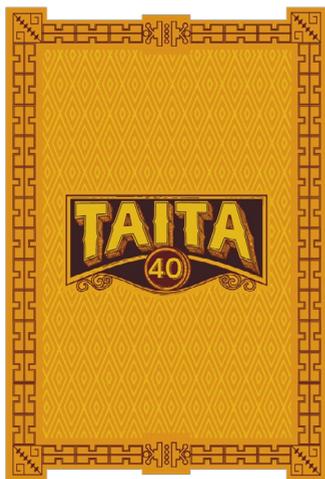


D9D9D9 C 0% M 0% Y 0% K 10%

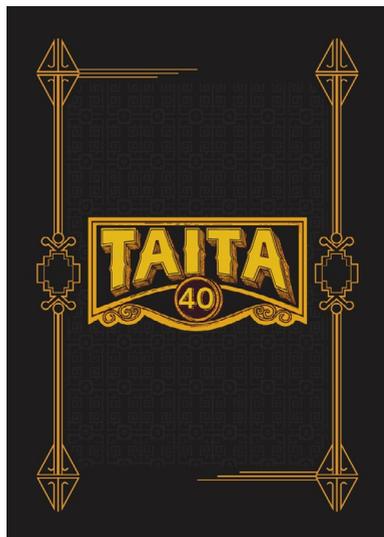
- REVERSO

El diseño de esta sección del naipe comprende la combinación de varios elementos iconográficos que permiten la formación de patrones, dando unidad gráfica a los naipes y sus cajas.

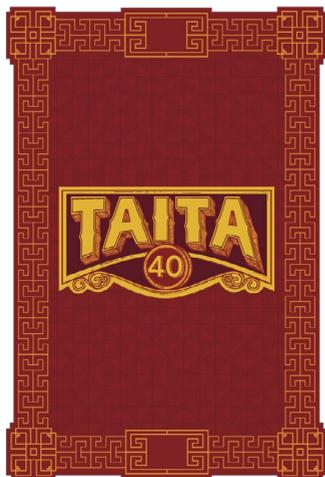




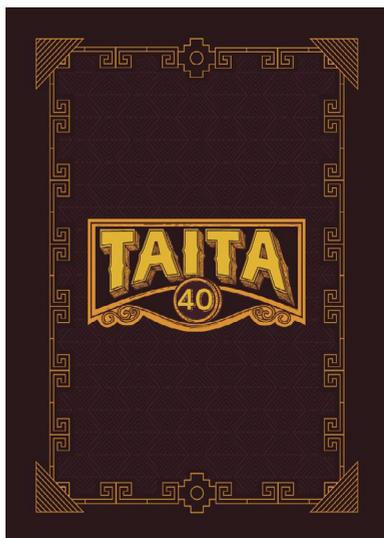
CACIQUE CLÁSICO



CACIQUE ESPECIAL



INCA CLÁSICO



INCA ESPECIAL

PROCESO TÉCNICO

CACIQUE CLÁSICO

	E4A732	C 0%	M 39%	Y 92%	K 0%
	DD9322	C 0%	M 49%	Y 98%	K 0%
	5D1E21	C 34%	M 98%	Y 80%	K 51%
	392325	C 54%	M 80%	Y 62%	K 72%

CACIQUE ESPECIAL

	E4B81C	C 4%	M 29%	Y 100%	K 0%
	DD9322	C 0%	M 49%	Y 98%	K 0%
	3A2123	C 52%	M 83%	Y 63%	K 72%
	272421	C 71%	M 67%	Y 66%	K 80%

INCA CLÁSICO

	E4B81C	C 4%	M 29%	Y 100%	K 0%
	E2A31A	C 0%	M 41%	Y 100%	K 0%
	812225	C 26%	M 99%	Y 88%	K 27%
	581924	C 34%	M 100%	Y 73%	K 55%

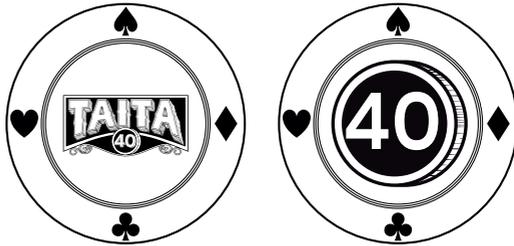
INCA ESPECIAL

	E4B81C	C 4%	M 29%	Y 100%	K 0%
	DD9322	C 0%	M 49%	Y 98%	K 0%
	422529	C 50%	M 86%	Y 62%	K 66%
	302120	C 58%	M 76%	Y 65%	K 78%



3. FICHAS

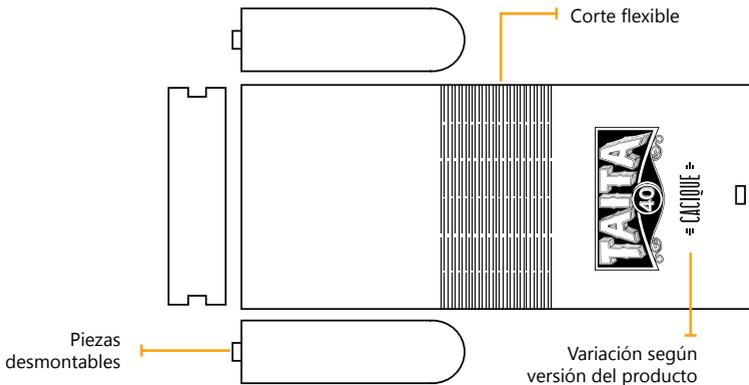
La ficha contiene la marca TAITA40 y las ilustraciones de los palos. No se aplica paleta de colores debido a que estos elementos serán cortados e impresos mediante técnica láser, por ende no requieren color.



4. CAJAS DE MADERA

Contienen el set de baraja + fichas para las versiones clásicas. Posee un diseño hecho a partir de líneas en la zona central que permite a la caja adquirir flexibilidad y pueda doblarse para abrirla. Esta técnica se realiza por medio del corte láser.

La cromática la define el soporte, en este caso, madera.

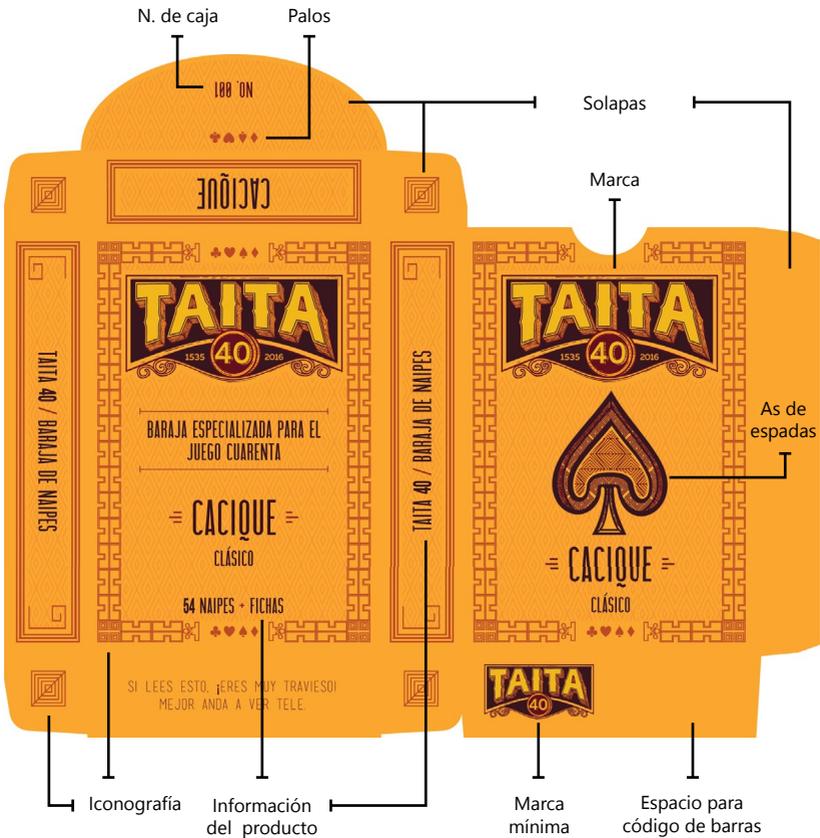


PROCESO TÉCNICO

5. CAJAS DE CARTÓN

Los elementos gráficos aplicados en las cajas están basados en los diseños del reverso de los naipes, de modo que se mantenga la unidad gráfica respecto a los demás elementos de la baraja. Esta caja además contiene la información del producto, que permite diferenciar los productos de la línea CACIQUE y TAITA.

CACIQUE CLÁSICO



CACIQUE CLÁSICO

	E4A732	C 0%	M 39%	Y 92%	K 0%
	DD9322	C 0%	M 49%	Y 98%	K 0%
	A44320	C 18%	M 83%	Y 100%	K 9%
	5D1E21	C 34%	M 98%	Y 80%	K 51%
	392325	C 54%	M 80%	Y 62%	K 72%

CACIQUE ESPECIAL



**PROCESO
TÉCNICO**

CACIQUE ESPECIAL

	FFFFFF	C 0% M 0% Y 0% K 0%
	E4B81C	C 4% M 29% Y 100% K 0%
	DD9322	C 0% M 49% Y 98% K 0%
	3A2123	C 52% M 83% Y 63% K 72%
	272421	C 71% M 67% Y 66% K 80%

INCA CLÁSICO



INCA CLÁSICO

	F4E9DF	C 3% M 10% Y 13% K 0%
	E4B81C	C 4% M 29% Y 100% K 0%



	E2A31A	C 0%	M 41%	Y 100%	K 0%
	812225	C 26%	M 99%	Y 88%	K 27%
	581924	C 34%	M 100%	Y 73%	K 55%

INCA ESPECIAL



INCA ESPECIAL

	FFFFFF	C 0%	M 0%	Y 0%	K 0%
	E4B81C	C 4%	M 29%	Y 100%	K 0%
	DD9322	C 0%	M 49%	Y 98%	K 0%
	422529	C 50%	M 86%	Y 62%	K 66%
	302120	C 58%	M 76%	Y 65%	K 78%

PROCESO TÉCNICO

6. MANTEL PARA JUEGO

El diseño de este elemento comprende la aplicación de la marca y las ilustraciones de los 4 palos de la baraja en las diferentes secciones que conforman el mantel.



7. PIEZAS PUBLICITARIAS

Mediante el uso de fotografías, ilustraciones y fuentes tipográficas, se realizó la composición de 3 piezas publicitarias. Cuyos elementos se detallan a continuación:



PROCESO TÉCNICO

VERSIÓN 2

Esta pieza contiene la misma disposición de elementos que la versión 1.



VERSIÓN 3

Esta pieza presenta las siguientes variaciones:

Fotografía

Copy

Fotografía base

Producto



Legal



1. LIBRO

El diseño de esta publicación comprende la aplicación de fotografías y textos que forman parte de las diferentes narraciones e historias. El uso de layouts es un factor importante para lograr un diseño editorial estético y funcional para el usuario.

Diagramación de textos



Diagramación de texto + imágenes



Layouts aplicados en el diseño de páginas del libro

PROCESO TÉCNICO

2. MANUAL DE INSTRUCCIONES

Debido a la función de este material y la brevedad de su contenido, se realizó un layout sencillo que permita la lectura de los textos plasmados. En él se aplican patrones propios para integrarlo a la línea gráfica de los demás productos.

Diagramación de texto + imágenes

Diagramación de textos



Layouts aplicados en el diseño de páginas del libro



1. RETOQUE DIGITAL - PIEZAS PUBLICITARIAS

Las imágenes que forman parte del libro de historias, han sido editadas de modo que a través de su composición y cromática complementen el mensaje de los textos del libro y de las piezas publicitarias. Para ello se modificó la cromática original de las imágenes utilizando un contraste de tonalidades cálidas.



Fotografía original

Resultado final

PROCESO
TÉCNICO



Fotografía original

Resultado final



Fotografía original



Resultado final

PROCESO TÉCNICO

2. RETOQUE DIGITAL - FOTOGRAFÍAS PARA LIBRO

A través de la herramienta de edición se modificaron los valores tonales de las imágenes, brindándoles colores cálidos y contrastantes que complementan las historias del libro.





Imagen original

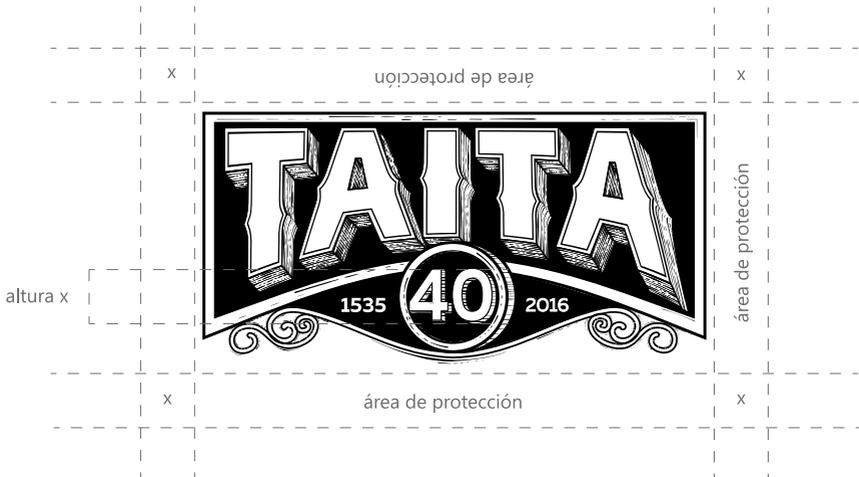


Resultado final

DETALLE DE PIEZAS GRÁFICAS

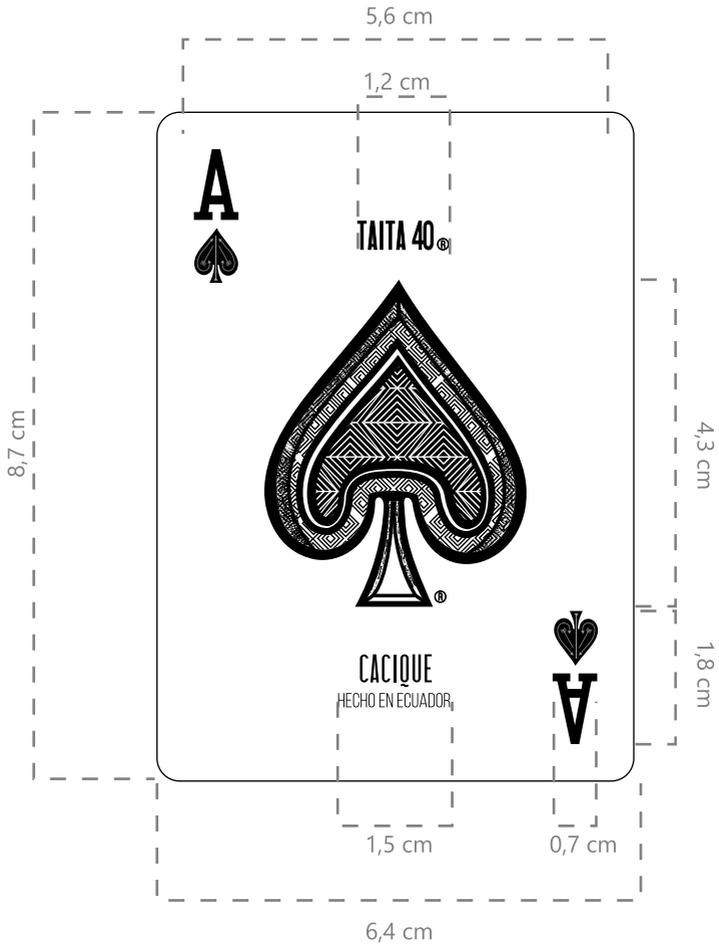
Este apartado contiene información acerca de las medidas de los elementos de diseño y su aplicación en cada uno de los soportes seleccionados. Estos elementos permiten una reproducción adecuada de cada una de las piezas que conforman la línea TAITA 40.

1. IDENTIFICADOR



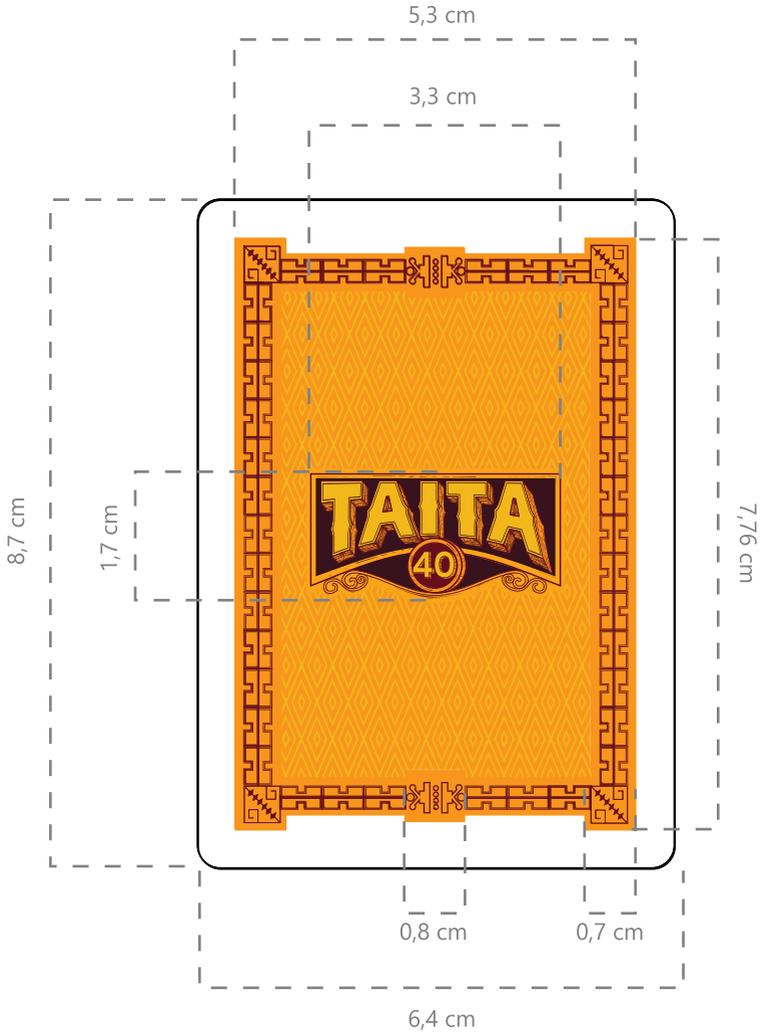
2. NAIPES

- DISEÑO LADO ANVERSO

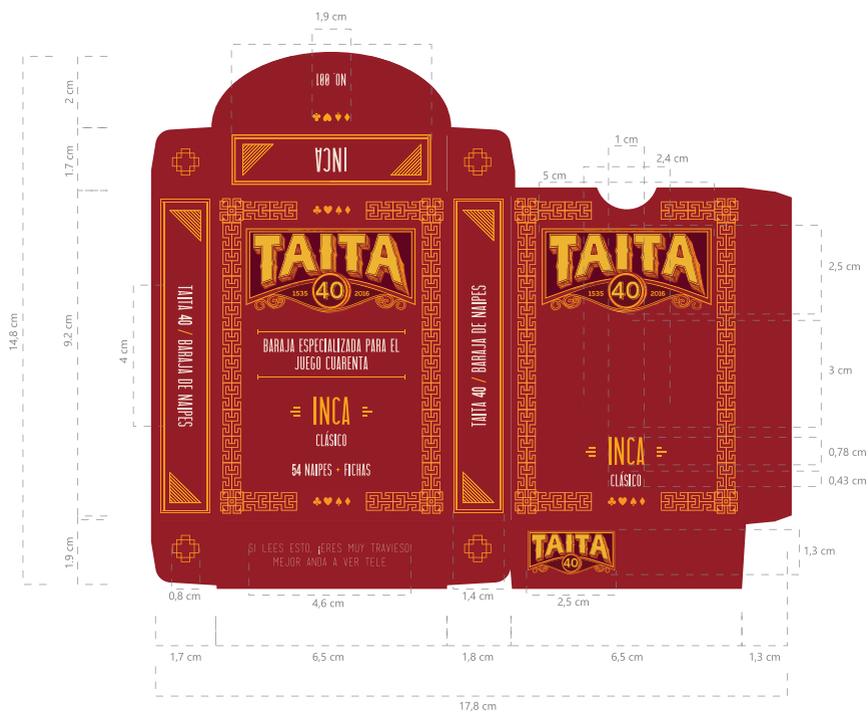


DETALLE DE PIEZAS GRÁFICAS

- DISEÑO LADO REVERSO

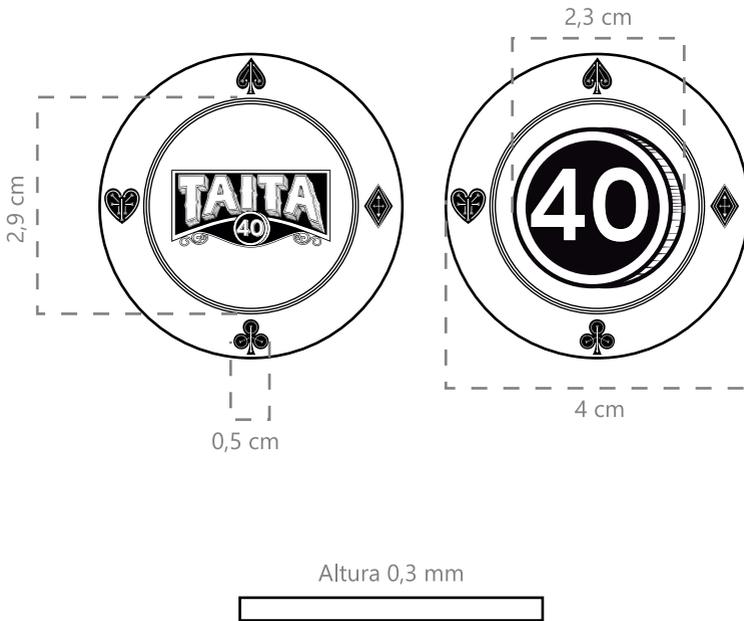


3. CAJA DE CARTÓN

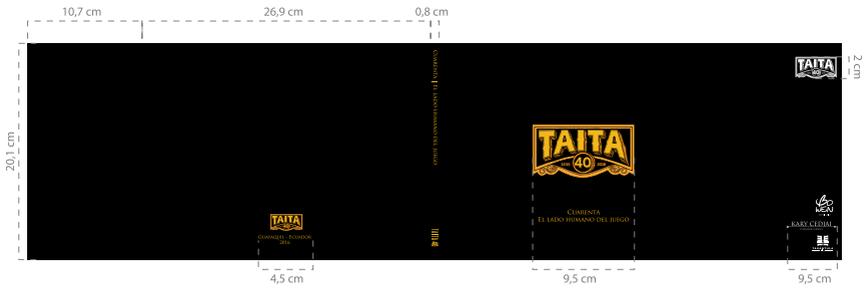


DETALLE DE PIEZAS GRÁFICAS

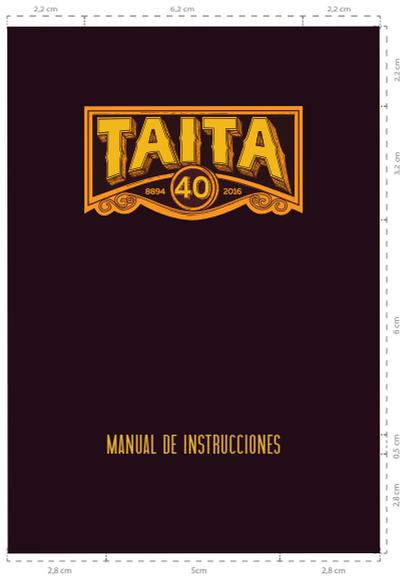
4. FICHA



5. LIBRO

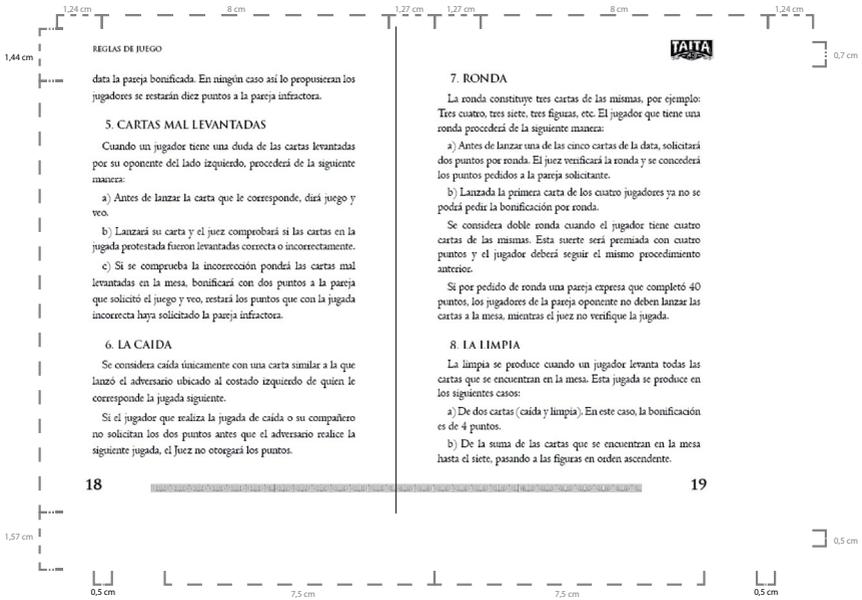


6. MANUAL DE INSTRUCCIONES

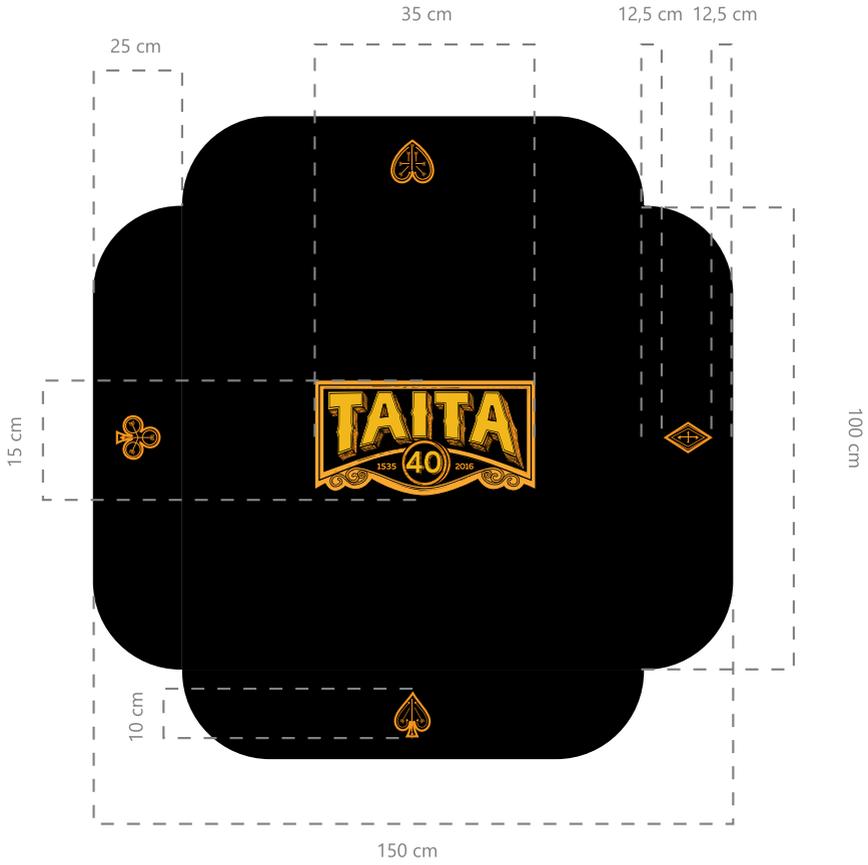


DETALLE DE PIEZAS GRÁFICAS

6. MANUAL DE INSTRUCCIONES



7. MANTEL





PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO GRÁFICO



Naipes versión CACIQUE



Naipes versión INCA

NAIPES

Material:
Cartulina couche 120 gr.
Laminado mate.
Corte curvo en bordes.

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO GRÁFICO



Ilustraciones para naipes versión CACIQUE



Ilustraciones para naipes versión INCA

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO GRÁFICO



Cajas versiones clásica y especial INCA



Cajas versiones clásica y especial CACIQUE

CAJAS DE CARTÓN

Material:
Cartulina couche 120 gr.
Laminado mate.

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO GRÁFICO



Libro recopilatorio de historias del juego.

LIBRO

Material:

Portada: Cartulina couché 300 gr.

Laminado mate.

Hojas internas: Cartulina couché 120 gr.



Manual de instrucciones del juego.

MANUAL

Material:

Portada: Cartulina couché 200 gr.

Laminado mate.

Hojas internas: Cartulina couché 120 gr.

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO GRÁFICO

FICHAS

Material:

Madera 3 mm. espesor

Corte y grabado a láser



CAJAS DE MADERA
Material:
Madera 3 mm. espesor
Corte e impresión a láser

MANTEL
Material:
Paño express
Impresión en serigrafía



Elementos que conforman las versiones clásica y especial del producto TAITA40

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO GRÁFICO

Versión Costa



AFICHES PUBLICITARIOS

Material:

Cartulina couché 300 gr.

Tamaño A2



Versión Sierra

PRESUPUESTO

		Unitario	Total
Egresos			
Gastos	Costos Fijos		
1	Servicios Básicos	\$ 60,00	\$ 60,00
2	Movilización	\$ 15,00	\$ 30,00
2	Sueldos diseñadores	\$ 900,00	\$ 1.800,00
1	Imprevistos	\$ 300,00	\$ 300,00
	Subtotal	\$ 1.215,00	\$ 2.190,00
	Total Mes 01 a 04	\$ 4.860,00	\$ 8.760,00
Diseño	Investigación + Desarrollo		
2	Definición Mercado Objetivo	\$ 112,60	\$ 225,20
2	Concepto Creativo	\$ 84,45	\$ 168,90
	Total Mes 01 a 02	\$ 197,05	\$ 394,10
Construcción	Bocetos y pruebas		
2	Diseño de propuestas (pruebas)	\$ 225,20	\$ 450,40
2	Digitalización de propuestas	\$ 337,80	\$ 675,60
2	Diagramación	\$ 337,80	\$ 675,60
2	Prototipo final	\$ 168,90	\$ 337,80
	Total Mes 02 a 03	\$ 1.069,70	\$ 2.139,40
Comunicación	Diseño de piezas gráficas		
1	Producción fotográfica	\$ 200,00	\$ 200,00
2	Pieza 1 Costa	\$ 90,08	\$ 180,16
2	Pieza 2 Sierra	\$ 90,08	\$ 180,16
2	Pieza 3 Sierra	\$ 90,08	\$ 180,16
	Total Mes 03 a 04	\$ 470,24	\$ 740,48
Inversión			
Implementación			
8	Impresión de naipes	\$ 16,00	\$ 128,00
8	Impresión y armado cajas de cartón	\$ 4,00	\$ 32,00
4	Cajas de madera (Clásicas)	\$ 15,00	\$ 60,00
1	Caja de madera (Especial)	\$ 60,00	\$ 60,00
4	Juegos de fichas	\$ 15,00	\$ 60,00
1	Libro (A4)	\$ 135,00	\$ 135,00
1	Manual (A5)	\$ 8,00	\$ 8,00
3	Piezas publicitarias (A3)	\$ 2,50	\$ 7,50
1	Mantel	\$ 80,00	\$ 80,00
	Total Mes 04	\$ 335,50	\$ 570,50
Total	Egresos + Ingresos Mes 01 a 04	\$ 6.932,49	\$ 12.604,48



RESULTADOS

Al finalizar el presente proyecto se ha logrado:

- Elaborar una baraja de naipes y accesorios acorde a las exigencias del Cuarenta y sus jugadores.
- Rescatar elementos culturales y tradicionales propios de nuestros pueblos ancestrales y de las costumbres involucradas en el ambiente de juego del 40, a través de un producto con calidad de exportación.
- Ofrecer al mercado un producto de diseño que aporte a la cultura ecuatoriana, a través de la creación de elementos que fomenten la práctica de actividades ancestrales lúdicas, enriqueciendo el patrimonio cultural del país.



CONCLUSIONES

El presente proyecto es resultado de un proceso de investigación extenso, el mismo que no habría sido posible sin la intervención del grupo objetivo - los jugadores profesionales de 40 - su conocimiento y experiencia en el juego fueron importantes para hacer de TAITA40 un producto de calidad. Pero, más allá de lo que implica la realización técnica del proyecto, este ha sido un proceso de constante aprendizaje, una experiencia enriquecedora y gratificante a nivel personal y profesional.

Entre los limitantes podemos mencionar la dificultad en el proceso de producción de las barajas. La ausencia de imprentas con maquinaria adecuada para los requerimientos de impresión (tamaño de la plancha, texturización del soporte, material plástico en lugar de cartón), haciendo que el costo de producción se eleve y reduzca la cantidad de negocios capaces de realizar estas tareas. Este hecho influye en la ausencia de empresas fabricantes de naipes profesionales en el país. Sin embargo, esto puede ser visto como una oportunidad para emprender negocios de este tipo en el mercado local.

El producto final tuvo una buena recepción por parte de los jugadores y el público en general. Aspectos como el empaque, los accesorios implementados, la calidad de los materiales y los elementos iconográficos aplicados fueron resaltados por los usuarios.

En el ámbito cultural, podemos concluir que es posible realizar actividades que permitan destacar las costumbres populares, sean estas lúdicas o no, pues los temas, actores y el conocimiento están aún al alcance de quien lo requiera, ya sea en las calles, museos, libros o como en nuestro caso, en el diario vivir de los barrios. Por ello, la intención de este proyecto es la de aportar a la cultura y a la vez hacer un llamado a la valorización de las tradiciones que forman la identidad de nuestros pueblos.

Finalmente, este trabajo es una muestra del rol del diseñador, no solo cómo gestor de una imagen o identidad de un producto/servicio, sino como un actor que esté en la capacidad de generar proyectos e ideas que contribuyan positivamente a la sociedad.



BIBLIOGRAFÍA

Diario La Hora. (2008). Quito tiene historia de caída y limpia. Recuperado de http://lahora.com.ec/index.php/noticias/-show/799068/-1/Quito_-tiene_historia_de_ca%C3%ADda_y_limpia_.html#.V8u62pMrIU

Fuentes Roldán, A. (2007). Quito tradiciones. Tomo II. Cuarenta (pp. 31-32). Quito: Abya Yala.

Fuentes Roldán A. (2008). Quito tradiciones. Tomo II. Cuarenta. Recuperado de https://books.google.com.ec/books?id=k-md9g8XD1loC&pg=PA31&lp-g=PA31&dq=naipe+oficial+del+cuarenta&source=bl&ots=F-bfDWLs3B&sig=QFtdqJB2DSZl-_Rm6M9VhU27ocs&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi3yKjDzorNAhXCSCYKHUunATg4HhDoAQgfMAE#v=onepage&q=naipe%20oficial%20del%20cuarenta&f=false

Diario El Comercio. (2009). El cuarenta es el juego de moda. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/cuarenta-juego-moda.html>

Diario El Universo. (2014). El 40, un juego popular que gana adeptos en Quito. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/vida-estilo/2014/12/02/nota/4296961/40-juego-popular-que-gana-adeptos-quito>

El Comercio. (2011). Juegos, la tradición persiste. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/quito/juegos-tradicion-persiste.html>

Castro Espinoza, L. y Loza Cabrera, E. (2014). REGLAMENTO DEL CAMPEONATO MUNDIAL CUARENTA. Recuperado de <http://especiales.elcomercio.com/documentos/2014/11/ReglamentoCampeonatoMundialde40.pdf>

Vinueza, R. (2004). Campeonato de 40 en honor a QUITO. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2004/11/29/0001/1065/08D115304A0444638A9EC26F850CE0B3.html>

Diario El Universo. (2013). Guayaquil se alista a jugar 40. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/07/11/nota/1149896/guayaquil-se-alista-jugar-40>

BIBLIOGRAFÍA

Ortiz, M. (2003). Proyectos colegiales en la red. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2003/01/02/0001/18/2315C8E516A541BD9B0D581EA B5164DD.html>

Diario El Universo. (2006). El tradicional 40 se puede jugar por internet. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2006/12/01/0001/262/660A7DAF1B834E87AD1786C4 9200149F.html>

Diario El Universo. (2010). El juego de 40 está en Facebook con aplicación creada por guayaquileños. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2010/09/23/1/1356/juego-facebook-aplicacion-creada-guayaquilenos.html?p=1356&m=1226>

Diario El Comercio. (2014). Jóvenes ecuatorianos crean 'app' para jugar el tradicional Cuarenta. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/tendencias/jovenes-ecuatorianos-crean-app-jugar.html>

Freire, J. (2012). #AppsEcuador: Club40 para iOS. Recuperado de <http://www.doctortecno.com/noticia/appsecuador-club40-para-ios>

Mayorga, B. (2011). Club40, juego ecuatoriano para Facebook, presenta su versión BlackBerry. Recuperado de <http://bitscloud.com/2011/05/club40-facebook-juego-ecuador-blackberry/>

Catzolab. 40 Caída y Limpia. Recuperado de <https://www.catzolab.com/?!language=es>

Desconocido (1997). Tecnología. Caída y limpia en internet. Vistazo. 709.

Desconocido, Vistazo. (1997). Caída y limpia en internet. Recuperado de <http://web.archive.org/web/19991003013851/www.geocities.com/-SiliconValley/Heights/5344/reportaj.htm>

Lotería Nacional (2016). Raspaditas. Recuperado de <https://www.loteria.com.ec/compra-tus-juegos/conoce-nuestros-productos/raspaditas>

Tropical. Agencia Paradais (2016). Cuarentazo Tropical. Recuperado de <http://www.cuarentazotropical.com/>



Tropical. Agencia Paradais (2016). Nunca vertical, horizontal [Video publicitario]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=o654V5HzsMg>

Tropical. Agencia Paradais (2016). A veces te caen con todo... y te dejan limpio [Video publicitario]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=g8UqQjDdKH0>

Tropical. Agencia Paradais (2016). Nadie sabe lo de nadie [Video publicitario]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=lwmxaE3UrWo>

Tropical. Agencia Paradais (2016). Apunto de caerte [Video publicitario]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=UFA_FfIXzNo

MRE Ecuador (2002). Ecuador, a country in images (pp. 83). Quito: El Conejo.

MRE Ecuador. (2002). Ecuador, a country in images. Recuperado de https://books.google.com.ec/books?id=5WdhK29QIacC&pg=PA83&lp-g=PA83&dq=juego+40++ecuador&source=bl&ots=wamJHYc_R&sig=hr1h80p1yOEDxc6aM0MSERQnjnA&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi5qsyWzlvNAhWGdh4KHYgcC4g4PBDoAQggMAE#v=onepage&q=juego%2040%20%20ecuador&f=false

SENPLADES (2009). Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013: Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural. Segunda edición. Quito: SENPLADES.

SENPLADES (2009). Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013: Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural. Segunda edición. Recuperado de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Plan_Nacional_para_el_Buen_Vivir.pdf

Design Thinking en Español (2012). Design Thinking. Recuperado de <http://designthinking.es/inicio/index.php>

Catta Q. Javier. (1994). GRAMÁTICA DEL QUICHUA ECUATORIANO. Tercera edición (pp. 87, 88, 89). Quito: Abya-Yala.

ANEXOS

ENTREVISTA
JUGADORES PROFESIONALES
FEDELIGAS GUAYAS

VIERNES 15 DE JULIO 2016 – 20:00

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Cuántos años tiene?
3. ¿Dónde vive? (Zona, ciudad, provincia.)
4. ¿A qué se dedica?
5. ¿Qué tipo de actividades de entretenimiento practica?
6. ¿Hace cuánto tiempo juega Cuarenta?
7. ¿Cómo aprendió a jugar Cuarenta?
8. ¿En qué ocasiones juega Cuarenta?
9. ¿En qué lugares juega Cuarenta?
10. ¿Por qué practica este juego?
11. ¿Cuál es el atractivo del juego?
12. ¿Qué cualidades adquiere una persona al practicar Cuarenta?
13. ¿Qué caracteriza a un jugador de Cuarenta?
14. ¿Ha jugado Cuarenta con un jugador proveniente de la sierra?

Si la respuesta es afirmativa:

15. ¿Qué aspectos diferencian a los jugadores de la costa y la sierra en el juego?
16. ¿Ha participado en eventos como torneos, campeonatos, etc. de Cuarenta?
17. ¿Ha ganado en alguno de estos eventos? ¿Cuáles?

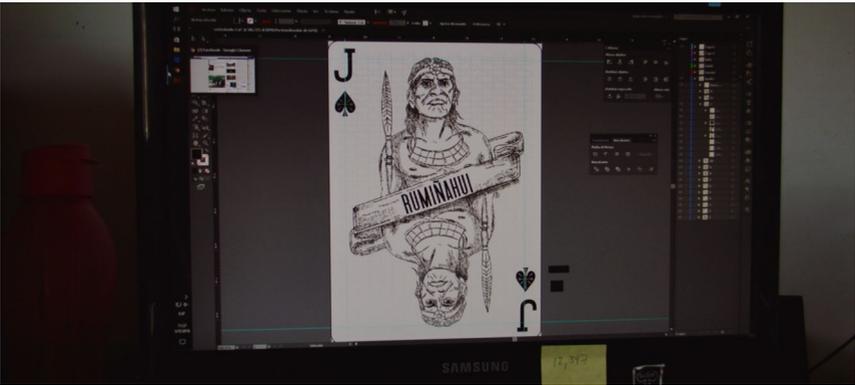
Si la respuesta es afirmativa:

18. ¿Cuántas veces?
19. ¿Qué tipo de baraja de naipes utiliza en los juegos de cuarenta que ha participado?
20. ¿Cuenta con accesorios para el juego? ¿O utilizan elementos improvisados? ¿Cuáles?
Si no conoce ayudarle indicándole cuales: Ej. Tapas, monedas, fichas, granos, etc.
21. ¿Ha encontrado inconvenientes en la baraja para jugar? ¿Cuáles son?
(Hacer una breve descripción de los orígenes del juego, las diferencias de la baraja y los recursos que utilizan los jugadores para adaptar la baraja al juego.)
22. ¿Qué diferencias ha encontrado entre los implementos con los que juega comúnmente Cuarenta y los implementos ofrecidos en los campeonatos?
23. ¿Le gustaría utilizar una baraja de naipes especializada para el juego Cuarenta con sus respectivos accesorios? ¿Por qué?
24. ¿Considera necesario utilizar una baraja especializada para el juego cuarenta en el torneo? ¿Por qué?

Nota: Los archivos de audio de las entrevistas y el focus group se encuentran adjuntos en el CD del proyecto

FOCUS GROUP





PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA





PROCESO DE IMPRESIÓN Y ARMADO









