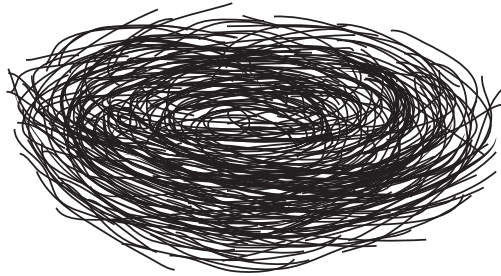




ESPOL
"Impulsando la sociedad del conocimiento"

Materia Integradora

DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE PROYECTOS GRÁFICOS



LIGRA

**Licenciatura en Diseño Gráfico y
Publicitario**

BROCHURE DE PROCESOS

Tema:

Reinterpretación de Formas

Autores:

Gladys Mabel Cabrera Nuques

Paul John Torres Noboa

Paralelo 1

Firma del Profesor

.....

Contenido:

Resumen	5
Antecedentes	6
Público objetivo o target	12
Investigación y Metodología del proyecto	12
Objetivos del proyecto	18
Cronograma	19
DISEÑO	
Concepto creativo	20
Referencias	20
Proceso técnico	23
Reinterpretación de forma	24
Proceso de boceto	25
Detalle de piezas gráficas	27
Presentación de producto gráfico	30
Presupuesto	37
Conclusiones	38
Bibliografía	39

RESUMEN

El libro Formas reinterpreta los detalles hallados en las principales iglesias patrimoniales de Guayaquil y que son parte de su arquitectura y construcción. Se puede decir que las piezas que gráficamente identifican a las iglesias son adaptadas o tomadas como patrones y transformadas a productos de uso cotidiano. Así, a través de conceptos básicos de diseño se convierten rosetones, pilares o molduras en piezas gráficas como patrones aplicables a varios soportes gráficos entre ellos medios impresos y textiles.

Este proyecto nace de la curiosidad por conocer más de la riqueza arquitectónica que gozan los templos católicos y que a pesar de que su estilo es europeo, a través de las décadas se ha vuelto parte de nuestra identidad como ciudad.

ANTECEDENTES

Las iglesias patrimoniales de Guayaquil son parte de la historia de la ciudad y de nuestro país, desde su primera edificación la iglesia de Santo Domingo de Guzmán que data de 1548, ya han pasado más de quinientos años de historia presentes en la urbe formando parte de nuestra cultura.

Se considera que el 85% de la población es católica, y todas las actividades que se dan dentro de las iglesias forman parte de nuestra identidad, el viacrucis, procesiones y sobretodo el recorrido de las siete iglesias se dan en estas edificaciones, donde cientos de creyentes acuden cada año para formar parte de esta tradición de fe, siendo los símbolos más relevantes las imágenes religiosas entre ellas cuadros y esculturas de santos o símbolos religiosos. Pero la ornamentación también forma parte de la riqueza arquitectónica de las iglesias y busca expresar algo en su construcción y admiración, de esta manera Lupin J. (2004) expresa que todos los estilos artísticos se valen de la ornamentación como símbolo para expresar conceptos, atributos o cualidades y que su uso no debe limitarse a embellecer una obra sino a darle fuerza al mensaje simbólico que representa. Es así que podemos decir que las molduras rosetones y demás formas de las iglesias patrimoniales fueron concebidas para dar fuerza al concepto que quiere expresar cada imagen o cada cuadro que encontramos.

De estas mismas formas o molduras que no solo adornan las iglesias parten los orígenes de los estampados según Riegl A. (1980) quien identifica a las formas geométricas y rectilíneas como una representación naturalista de la antigüedad y principalmente de la Edad Media. Siendo así, podemos decir que la creación y estampado de estas formas da pie al nacimiento de los patrones, el repetir el mismo elemento sea este geométrico o no es un patrón, y con el uso de estos patrones como elemento gráfico se crea una clasificación de patrones según Wong W. (1989), que clasifica las repeticiones o patrones por repetición de figura, tamaño, textura, entre otros.

En la actualidad el uso y aplicación de estos patrones no se limita a ciertos soportes gráficos, de esta manera encontramos patrones en decoración de ambientes como tapices de pared o muebles; así como también para ropa o decoración de hogar, podemos encontrar jarrones, maceteros que en cuyo diseño encontramos patrones.

Hoy en día es considerado tendencia poder diseñar o crear objetos o productos con nuestro propio sello o diseño original. En redes sociales encontramos emprendedores que crean sus propias marcas de productos que nacen de una necesidad de crear algo nuevo o único, y que como consumidor a su vez sentimos la necesidad de comprar productos que nos identifiquen y que al obtener estos productos cuya producción no es masiva, sentimos que obtenemos objetos con un diseño exclusivo y que un excelente recurso para la creación de estos productos es el patrón, que sabemos no son solo patrones sino que trae una historia y antigüedad que proyecta un concepto o idea concebida.

Como marco de referencia teórico consideramos importante los siguiente conceptos.

DISEÑO

Etimológicamente deriva del término italiano disegno dibujo, designio, signare, signado “lo por venir”, y se refiere a boceto, bosquejo o esquema. Es decir que de esta forma básica o boceto se despliegan innumerables opciones gráficas que a su vez pueden servir de “boceto” para otros nuevos desarrollos.

Para Pérez y Merino (2008) el momento del diseño implica una representación mental que luego es plasmada en algún formato gráfico o visual. Para nuestro proyecto el poder transcribir o plasmar estas formas arquitectónicas de las iglesias implica una representación mental para así poder plasmarlo en medios gráficos. Es decir que se toma formas existentes y se crea una prefiguración en base a lo que queremos mostrar.

FORMA

El origen de forma es latín y proviene del sustantivo forma, formae cuyo significado es además del idéntico al español, imagen, figura, configuración, molde, con un matiz de bello o hermoso aspecto. Y esta misma forma crea un espacio a su alrededor de donde ponemos decir que nace una nueva forma como resultado de la original.

TEXTURA

La textura es un elemento visual que tiene un papel

importante en el diseño ya que se refiere a las características de una superficie que puede ser descrita como suave, rugosa, lisa, opaca, brillante. Así lo explica Wong (1995). Las texturas pueden ser clasificadas en dos importantes categorías: textura visual y textura táctil.

La Textura Visual

Este tipo de textura es estrictamente bidimensional. Como su nombre lo indica puede ser vista por el ojo, aunque también puede dar sensaciones táctiles. Puede ser decorativa, espontánea o mecánica.

Decorativa: Esta textura es cuando “decora” una superficie y queda subordinada a la figura. Si se la suprime, no afecta mucho la figura. Por lo general mantiene cierto grado de uniformidad.

Espontánea: No “decora” la superficie, sino que es parte del proceso de creación visual. La figura y la textura no pueden ser separadas, porque son una misma cosa.

Mecánica: Textura obtenida por medios mecánicos especiales, pero no los que se obtienen con instrumentos como reglas y compases. Un ejemplo típico es el ruido fotográfico y las tramas tipográficas.

Existen técnicas para fabricar texturas visuales. Como por ejemplo el dibujo, pintura, copia, frotado, vaporización, derrame, manchado, quemado, raspado y procesos fotográficos.

La Textura Táctil

La textura táctil es el tipo de textura que no solo es visible al ojo, también puede sentirse al tacto. Se eleva sobre la superficie de un diseño bidimensional y se acerca a un relieve tridimensional.

COLOR

Se define como la impresión generada por la luz en los órganos visuales. El color es la herramienta más valiosa en el diseño, es así que los colores pueden transmitir emociones, los colores bien utilizados pueden llegar a proyectar alegría, tristeza, tranquilidad, exaltación etc. E incluso pueden transmitir las emociones de creador o el diseñador de la misma manera que el percibió los colores.

GESTALT

La percepción de las cosas comienza por los ojos, de esta manera es más fácil recordar imágenes que palabras ya que las imágenes otorgan mayores características que las palabras.

Las leyes de Gestalt son reglas que explican que a partir de un estímulo se da la percepción y la percepción depende del aprendizaje previo o conocimiento que tengamos sobre el objeto. Existen varios factores que influyen:

A. LA AGRUPACIÓN

El cerebro humano tiende a organizar elementos visuales o agruparlos. Como ejemplo tenemos que, al mirar al cielo buscamos darle forma a las nubes. Existen varias formas de agrupación:

Proximidad

Kanniza (1986) dice que “los elementos próximos tienden a ser vistos como constituyendo una unidad antes que los elementos alejados” es decir que una forma en proximidad con otra funciona como un todo y no como elementos aislados. Aplicando este concepto a los patrones de nuestro proyecto son las formas en conjunto y su proximidad quienes arman un todo armónico y homogéneo.

Las formas pueden ser bidimensionales o tridimensionales y al observar una obra de arte lo primero que vemos son representaciones que tienen una forma determinada sea esta figurativa o abstracta.

Semejanza

La percepción de las formas tiende siempre a agrupar los objetos similares, y a su vez le resta importancia a los objetos difusos y diferentes. Así Katz (1967) dice que “si son varios los elementos activos de diferente clase, entonces hay, en idénticas condiciones, una tendencia a reunir en grupos los elementos de igual clase” de esta manera los objetos similares son mentalmente ordenados y agrupados, dejando o restándole importancia a los objetos o formas que no se puedan integrar al todo homogéneo.

Continuidad

Su origen etimológico del latín nos dice que proviene de

“continuidad” que se puede traducir como cualidad de no ser interrumpido. Se refiere al vínculo que tienen algunas cosas y que crean una continuidad. Este concepto se aplica por ejemplo en el cine o televisión, al crear una escena los personajes y ángulos buscan una continuidad entre cada corte de cámara.

Simetría

Va en estrecha correspondencia con forma, tamaño y posición de las partes de una forma u objeto. En geometría se refiere a la disposición de las partes respecto a su centro o eje. Es decir que cualquier forma ornamental deberá tener simetría entre sus partes y en torno a su eje central.

B. PERCEPCIÓN

FIGURA-FONDO

La percepción de los elementos de fondo pueden estar separados de la figura, pero también podemos percibir que la figura se vuelve fondo y viceversa. Esta es una herramienta muy común en juegos de positivo y negativo. Guillaume (1964) expresa que “Todo objeto sensible existe en relación con un cierto fondo; esta expresión no solo se ajusta a las cosas visibles, sino también a toda clase de objeto sensible; un sonido se destaca sobre un fondo constituido por otros ruidos o sobre un fondo de silencio”, de este modo podemos decir que no cabe la existencia del fondo sin el objeto o del objeto sin su fondo, donde el objeto o figura carece de variación mientras el fondo carece de límites y se torna indefinido.

C. PERCEPCIÓN

DE CONTORNO

El contorno es lo que despega la figura del fondo, se lo diferencia del objeto por una variación de color. Se puede decir que el contorno marca los límites de la figura y la despega del fondo.

D. PREGNANCIA

Se refiere a la capacidad o facilidad que tiene un objeto para ser identificado por el ojo humano, así mientras más pregnancia más fácil será la asimilación o captación del objeto. Según Boring (1978) “una buena forma (buena

Gestalt) es la que está bien articulada. Tiende a dejar su huella en el observador, a persistir, a recurrir. Un círculo es una buena forma”, lo que nos indica que hay formas que son de fácil captación para el cerebro humano lo que facilita el mensaje que quiere expresar esa figura.

UNESCO PATRIMONIO CULTURAL

Es la herencia cultural propia del pasado de una comunidad, que busca ser preservada a través del tiempo y generaciones.

Las entidades que identifican y clasifican estos bienes como importantes para la cultura de un pueblo o ciudad, de una región o de toda la humanidad, velan también por la salvaguarda y la protección de esos bienes, de forma tal que sean preservados debidamente para las generaciones futuras y que puedan ser objeto de estudio y fuente de experiencias emocionales para todos aquellos que los usen, disfruten o visiten.

En Guayaquil las entidades encargadas de clasificar una edificación como patrimonio son:

El Ministerio de Cultura y Patrimonio
El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural
La M.I. Municipalidad de Guayaquil

PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO

Por patrimonio arquitectónico se puede entender un edificio, un conjunto de edificios o las ruinas de un edificio o de un conjunto de edificios que, con el paso del tiempo, han adquirido un valor mayor al originalmente asignado y que va mucho más allá del encargo original.

PÚBLICO OBJETIVO

Demográfico: Hombres y mujeres de 35 a 60 de nivel socioeconómico medio/ medio alto.

Psicográfico: Son aventureros, tranquilos y amigables, les gusta conocer nuevos destinos turísticos o buscan conocer más sobre los lugares habituales de su ciudad. Son personas que aprecian el arte, cine y fotografía. Aprecian la naturaleza y las actividades al aire libre. Son miembros activos de agrupaciones religiosas y comparten actividades religiosas y comunitarias.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

En esta investigación no se busca analizar la arquitectura y origen de las iglesias patrimoniales, más bien se busca tomar los elementos ornamentales de estas edificaciones para ser transformadas en piezas de diseño aplicables a varios soportes gráficos y líneas de productos. Para lograr esto utilizamos la metodología de análisis ya que necesitamos conocer e identificar más a fondo el público objetivo y el mercado donde se dará nuestro libro.

Las herramientas utilizadas como Mapa mental, Moodboard, Brandboard, Coolboard, nos sirven para poder identificar nuestro público objetivo.

Design Thinking es una herramienta importante para el desarrollo de este proyecto donde el usuario es el eje central de cada fase:

Inspiración: A partir de la observación y búsqueda de información relevante encontramos como problemática que la ornamentación de las iglesias se mimetiza y han perdido su valor.

Ideación: Habiendo identificado el problema, se plantean posibles soluciones para revalorizar las ornamentas arquitectónicas de las iglesias de donde nace la abstracción y creación de patrones de diseño.

Implementación: Para mostrar la versatilidad de estos patrones se los aplicó principalmente a productos de la línea textil y moda, pero también a productos decorativos como papel tapiz y empaques.

MAPA MENTAL

Para la planificación de las actividades de este proyecto se tomó como herramienta el mapa mental que nos ayuda a expresar ideas y a conjugar o enlazar conceptos y palabras clave.



MOODBOARD

Esta herramienta nos sirve para encontrar referencias de inspiración para la creación de nuestro producto, identificando el comportamiento de nuestro usuario.

Hogar

Elementos de líneas rectas y de materiales de origen natural (madera, acero inoxidable y vidrio). Posee elementos decorativos funcionales: estantes con ambiente de cultura naturalista y cálidos. La iluminación de ambientes es prioritaria.



Ubicación

Cutral, Centro sur, Cautín, Temuco, Colchagua, Concepción, Valdivia, Osorno, Puerto Montt, Valparaíso, Santiago.



ESCENARIO

Elementos

Presencia de muebles y accesorios de artefactos de tendencia, ambiente delimitado con elementos religiosos (cruce, rosario, santos, imágenes, Biblia).



Actividades

Compra de libros de diario, decoración, arquitectura y de turismo. Dispositivo constante de elementos de decoración. Ejercicio al aire libre, largos caminatos, apreciación del paisaje urbano. Reuniones sociales con amigos, reuniones y eventos de grupos católicos. Visitas a galerías de arte.



Postura / Gestos

Posturas sencillas, sin líneas ser curvas de atención, expresividad corporal alta, como justificación de mano. Sin suave, pensada y amigable.



Temas de conversación

Temas familiares, políticos y de economía actual. Cultura, religión, diáspora y deserción.



DISCURSO

Lenguaje

WhatsApp, email, facebook, grupos de facebook. Uso frecuente de voces suaves. Se refieren a los amigos de la iglesia como hermanos de comunidad.



Comportamiento

Se comportan tranquilos, solos o en pareja. En grupo son más tímidos y expresivos. Discrepancia hacer amistad, conocer gente nueva.



Ritos

Comparten mucho en pareja, salidas al aire libre; meditaciones y reuniones de apreciación católicas. Ven series de televisión junto a su pareja y salidas al cine. Asisten a misas con regularidad.



CONDUCTA

Participan a agrupaciones religiosas como Juvenia y Movimiento de Vida Cristiana, son pilares fundamentales dentro de su comunidad. Dedican tiempo a todas las actividades de su comunidad y de otros social.



Edades

19-35 a 60 años.

BRANDBOARD

Habiendo identificado nuestro usuario, es necesario conocer a fondo cuáles son las marcas que consume a diario para darnos una idea más completa de sus hábitos de compra.

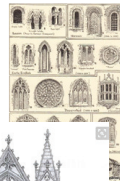


COOLBOARD

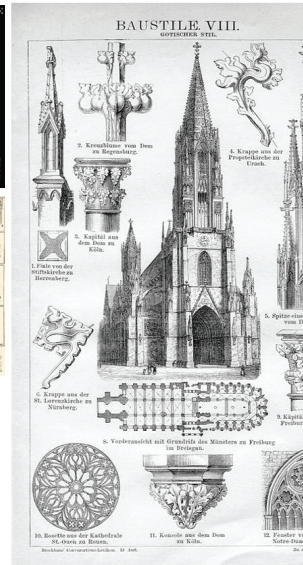
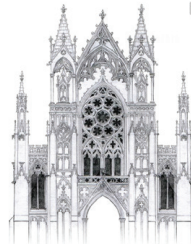
Nos da una visión global de las herramientas utilizadas o intrínsecas para la investigación y desarrollo del producto.



FOTOGRAFÍA



DISEÑO



OBJETIVOS

DE COMUNICACIÓN

Reinterpretar la estética de las iglesias patrimoniales de Guayaquil.

DE DISEÑO

General:

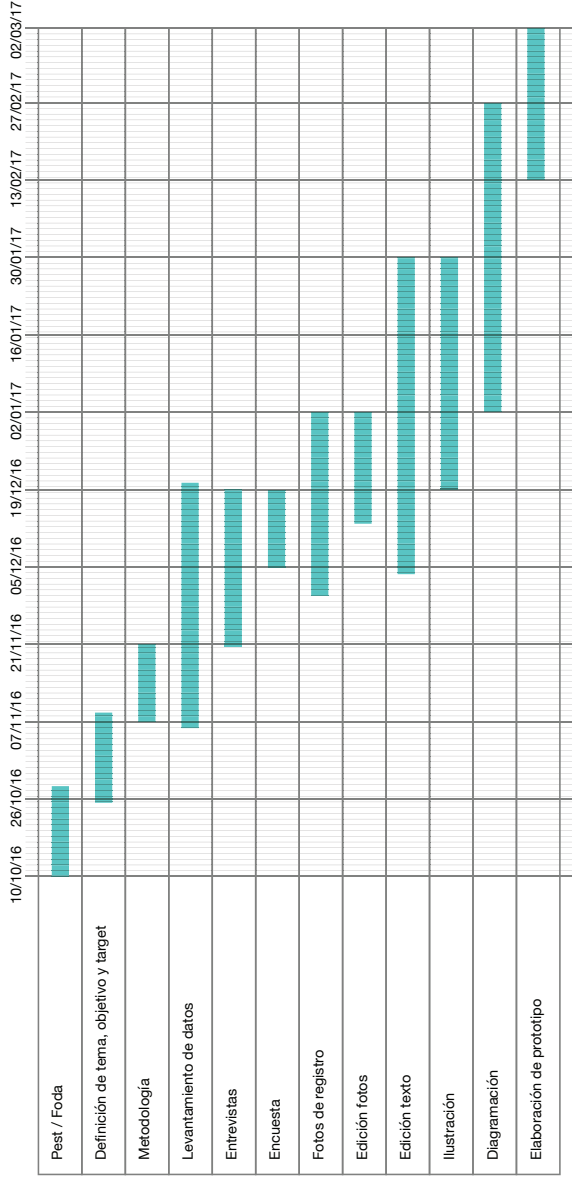
Documentar la iconografía de las iglesias patrimoniales de Guayaquil, a través de gráficos, ilustraciones y fotografías que retraten su valor histórico y cultural.

Específicos:

- Analizar la estética utilizada en base al estilo arquitectónico de cada edificación, para así encontrar similitudes y diferencias entre ellas.
- Resaltar detalles e iconografía de los elementos arquitectónicos presentes en las iglesias patrimoniales de la ciudad.
- Reinterpretar los detalles hallados en las edificaciones aplicando los conceptos básicos de diseño gráfico.

CRONOGRAMA

DIAGRAMA DE GANTT



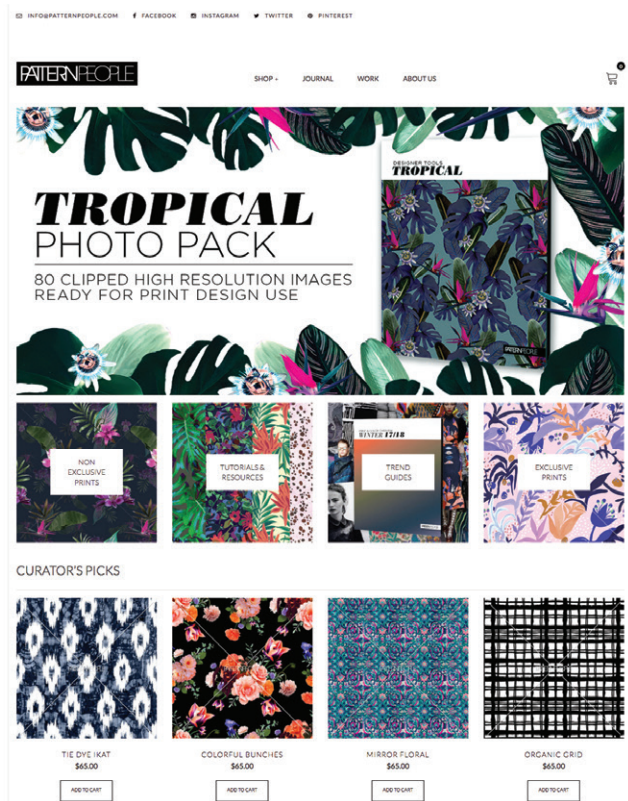
DISEÑO

CONCEPTO CREATIVO

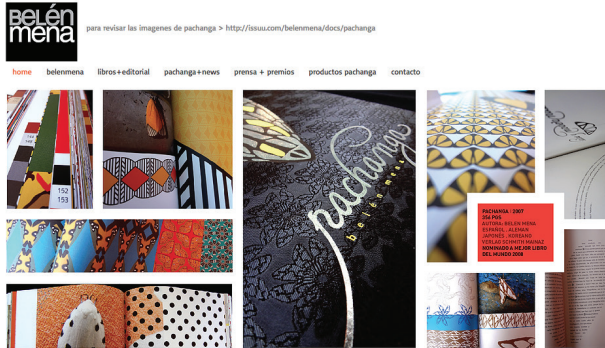
Recopilación, análisis y reinterpretación de formas arquitectónicas de las Iglesias Patrimoniales de Guayaquil, nace de una iniciativa personal cuyo proyecto es crear a partir de formas ya existentes posibles productos de uso cotidiano. Esta reinterpretación nos permite crear patrones que se aplican a artículos como ropa u objetos decorativos.

REFERENCIAS

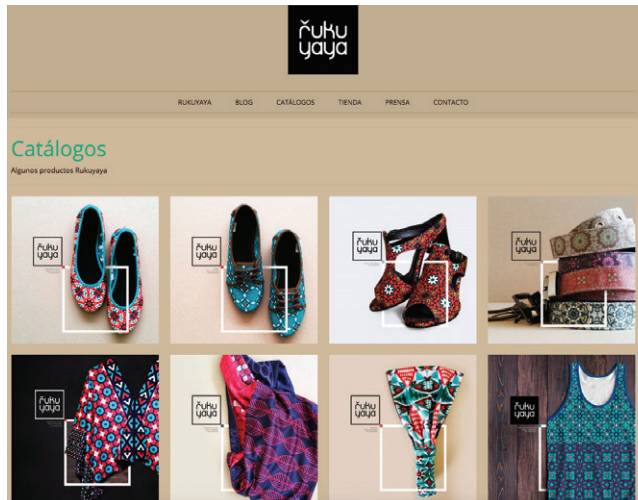
Pattern People es un sitio web donde diseñadores exponen y comercializan libros de patrones de todo tipo.



Belén Mena, diseñadora quiteña que ilustra y crea patrones a partir de la naturaleza.



Vanesa Zúñiga con su proyecto Rukuyaya que aplica patrones a productos de moda.



Alexa Altgelt cuenta con una línea de productos textiles: Lúdika que los desarrolla a partir de patrones geométricos.



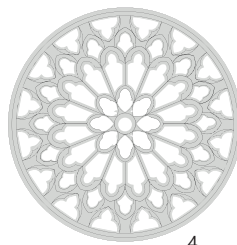
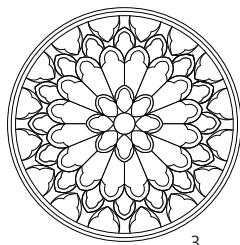
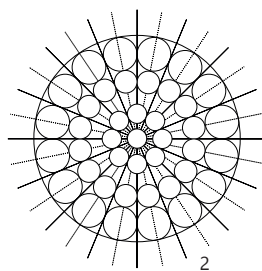
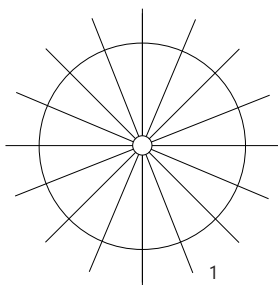
Todos los referentes antes mencionados son importantes para nuestro proyecto ya que nos sirven de inspiración y referencias para la aplicación de nuestros patrones.

PROCESO TÉCNICO



ROSETÓN GÓTICO

Diseño de aplique arquitectónico ornamental, parte de la Catedral de Guayaquil.



Paso a paso de la construcción de la forma obtenida desde rosetón principal de la iglesia.

1. Identificación de eje de simetría
2. Identificación de geométrales
3. Definición de líneas básicas
4. Definición de formas y estructura
5. Ilustración final

REINTERPRETACIÓN DE FORMA

Nuevo diseño obtenido a partir de una forma preconcebida y reinterpretada que nos sirve de base para la creación de nuevos patrones.



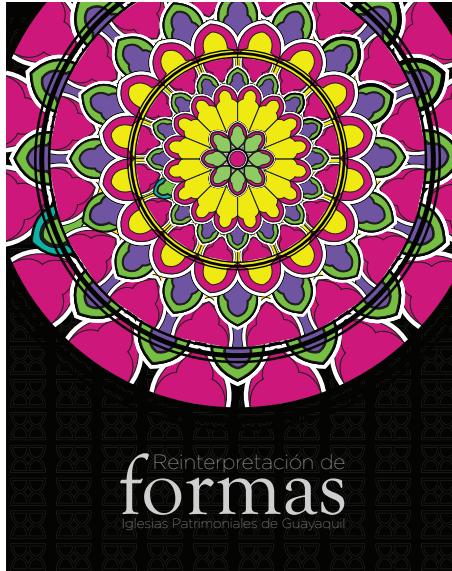
Colorización de rosetón arquitectónico
de la Catedral de Guayaquil

PROCESO DE BOCETOS

En base a las portadillas trabajadas, se crearon 3 portadas para el libro



Opción de portada 1



Opción de portada 2



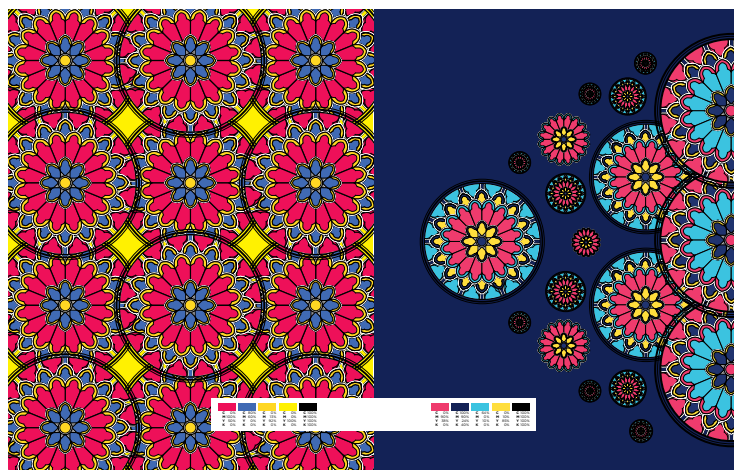
Opción de portada 3

DETALLE DE PIEZAS GRÁFICAS

Se crearon portadillas a partir del rosetón que es la ornamentación más relevante de cada iglesia. Adicional se obtuvo crear nuevos patrones en base a molduras y elementos decorativos de los pilares de las iglesias.



Diseño de patrón, rosetón Catedral de Guayaquil



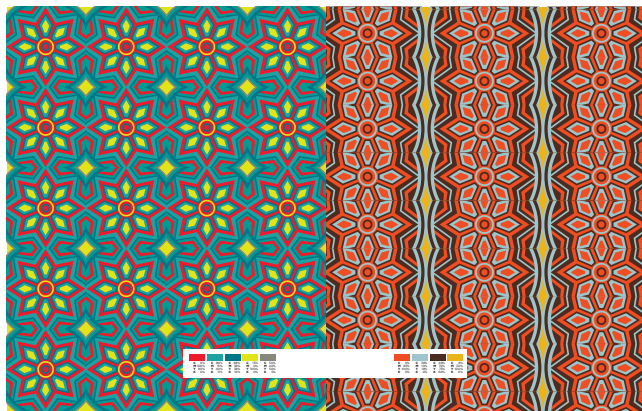
Diseño de patrón, rosetón Catedral de Guayaquil



Diseño de patrón, rosetón Iglesia de la Victoria



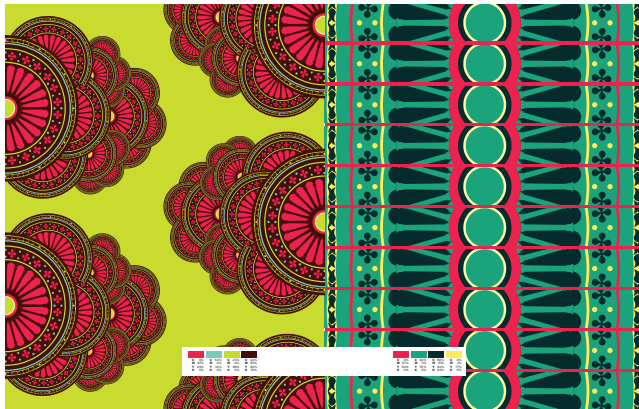
Diseño de patrón, rosetón Iglesia de la Victoria



Diseño de patrón, rosetón Iglesia La Merced



Diseño de patrón, rosetón Iglesia La Merced



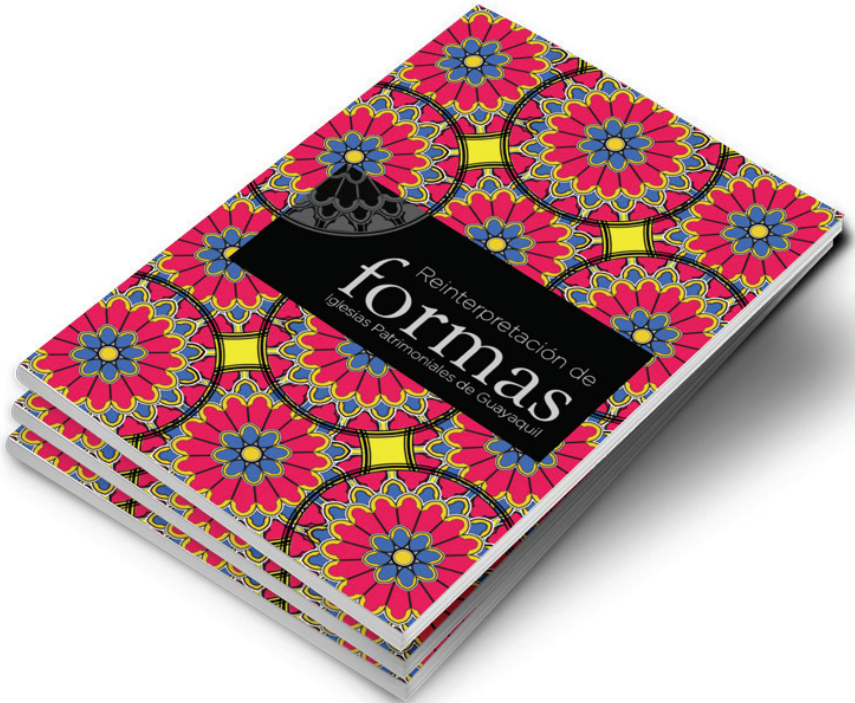
Diseño de patrón, rosetón Iglesia Santo Domingo



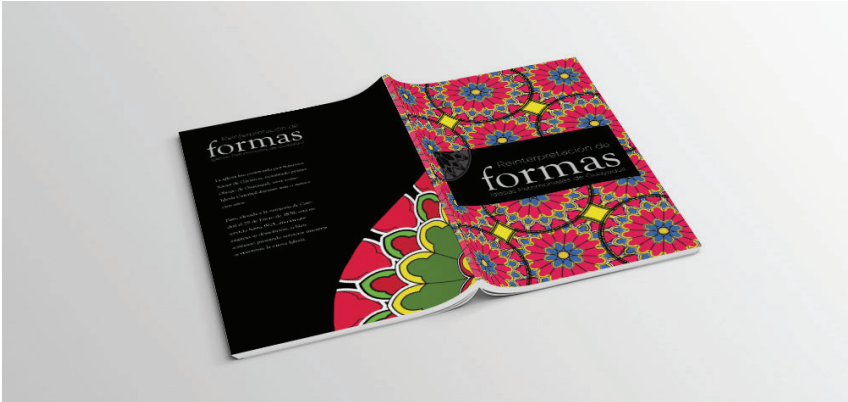
Diseño de patrón, rosetón Iglesia Santo Domingo

PRESENTACIÓN DE PRODUCTO GRÁFICO

El libro consta de 30 páginas de papel couché de 150 gr.,
pasta dura, con reservado UV, full color.



Medidas:
19 x 24 cm cerrado
38 x 24 cm abierto



APLICACIÓN SOBRE DIFERENTES SOPORTES



Diseño de patrón aplicado a cojín decorativo



Diseño de patrón aplicado a papel tapiz



Diseño de patrón aplicado a cerámica



Diseño de patrón aplicado a bolso de tela



Diseño de patrón aplicado a bolso de tela



Diseño de patrón aplicado a camiseta



Diseño de patrón aplicado a camiseta



Diseño de patrón aplicado a camiseta



Diseño de patrón aplicado a calzado



Diseño de patrón aplicado a empaque

PRESUPUESTO

Proyecto de libro "Formas"

	Unitario	Total
EGRESOS		
Gastos	Costos fijos	
	Servicios básicos	\$50 \$200
	Movilización	\$30 \$240
	Sueldos diseñadores	\$700 \$2.800
	Imprevistos	\$50 \$200
	Total Mes 01 a 04	\$3.440
Diseño	Investigación + desarrollo	
	Concepto creativo	\$50 \$200
	Diseño de propuestas (pruebas)	\$30 \$120
	Digitalización de propuestas	\$40 \$160
	Diagramación	\$100 \$400
	Prototipo final	\$100 \$200
	Total Mes 01 a 03	\$1.080
INVERSIÓN		
Impresión Libro	Diseño de piezas gráficas	
Impresión en papel couche mate Portada laminada mate x 500 unidades, 30 pág.	\$ 4,30	\$2.150
Total	Ingresos Mes 01 a 04	\$ 6.670

CONCLUSIONES

La observación y análisis de formas ya existentes da lugar a la reinterpretación de las mismas, creando nuevas piezas gráficas que se despegan casi en su totalidad de su fuente original.

A partir de la creación o transformación de formas podemos diseñar productos alineados a la tendencia de moda y el producto final no lucirá como un objeto antiguo, sino más bien como un objeto actual, contemporáneo que mantiene identidad e historia, dichas formas son las que refuerzan el significado del objeto y le dan personalidad.

Con este proyecto consideramos que el uso de formas ya existentes no es copiar, es simplemente reinventar, la creación y diseño no se limita a nuevas formas, en diseño la creación no tiene límites, una misma forma o elemento puede ser reutilizado y dar como resultado un sin fin de piezas gráficas distintas entre ellas pero que parten del mismo origen o forma.

BIBLIOGRAFÍA

- Bruce - Mitford, M. (2000) *El libro ilustrado de signos y símbolos*. México, México: Diana
- Cole, D. (2008) *Estampados*. Londres, Inglaterra: Blume.
- Deleuze, G. (2002) *Diferencia y repetición*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Esteve, A. (2014) *Pattern*. Recuperado de <http://www.alejandraesteve.com/en/projects/patterns.html>
- Gimley, C. (2016) *Color, espacio y estilo*. México: Gustavo Gili
- Helm, R. (1994) *Design Patterns*. USA.
- Mena, B. (2008) *Pachanga*. Recuperado de <http://www.pachangadesign.com/products.html>
- Riegl, A. (1980) *Problemas de estilo*. Barcelona.
- Wong, G. (2015) *Fundamentos de diseño*. Barcelona, España: Gustavo Gili
- Zuñiga, V. (2016) *Abya Yala Crónicas Visuales*. Recuperado de <http://amuki.com.ec/>

