



Resumen

El presente proyecto se enfoca en un medio gráfico bastante cotidiano en la sociedad ecuatoriana; se trata del cuaderno, este producto editorial se masificó con la intención servir como una herramienta didáctica en los procesos de aprendizaje y enseñanza. En la actualidad esa intención se ha venido distorsionando por las marcas fabricantes de los mismos.

Resulta común –dentro de la oferta gráfica del cuaderno- encontrar a conocidos personajes de farándula, cine o televisión, tanto nacionales como extranjeros, copando las portadas del medio en cuestión; esto tiene un fin comercial, presentar propuestas sugestivas al público para generar ventas (obtener lucro). Esta es la razón por la que el cuaderno ya no cumple con una función didáctica.

En el desarrollo de este proyecto se plantea una alternativa, a este producto editorial, un fin más social y educativo. Tomando elementos del propio contexto para proyectar un mensaje visual con información más útil hacia el posible usuario, en este caso, mediante la intervención del Gobierno Municipal de Zamora se pretende que los usuarios sean los niños y niñas de educación primaria residentes en este cantón.



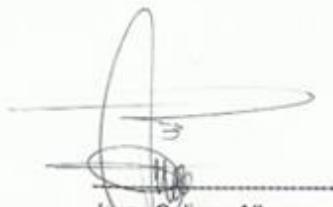
1. ÍNDICE

Objetivos	6
Introducción	7
Generalidades. Situación social del cuaderno	8
Instrumento de publicidad y marketing	9
Objeto trasmisor de mensajes sociales	9
Cuaderno como objeto de estudio	11
La importancia de la portada	11
Potenciar el contenido gráfico interno	12
Estilo gráfico adecuado	13
Análisis de cuadernos actuales en el mercado local	14
Proceso de diseño gráfico del cuaderno	17
Definición del Target	17
Síntesis de la información	18
Generación del concepto	21
Formulación de la marca	21
Proceso de ilustración	23
Diagramación: Estructura y distribución de los contenidos gráficos	25
Presentación final del producto	27
CONCLUSIONES & RECOMENDACIONES	28
ANEXOS & BIBLIOGRAFÍA	29



Yo, Jorge Andrés Salinas Alba, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Diseñador Gráfico. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Jorge Andrés Salinas Alba, certifica que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.



Jorge Salinas Alba
1900501030



Agradecimientos

Vale agradecer a todas las personas que siempre confiaron en mí. A los amigos, compañeros y profesores que han sido importantes dentro de mi formación, tanto profesional como personal; por todas las experiencias y conocimientos compartidos e impartidos, siempre gracias.



Dedicatoria

Dedicado a mis padres, a mis hermanos y a las personas que siempre me brindaron su apoyo incondicional. Por ellos y para ellos.



2. OBJETIVOS: General y específicos

Objetivo general

- Elaborar el diseño gráfico de cuadernos para estudiantes de educación básica con el aporte de ilustración editorial realizando un análisis del entorno socio-cultural del cantón Zamora, para trasmisir a los usuarios (niños) mensajes visuales e información relacionada con su identidad cultural.

Objetivos específicos

- Conceptualizar y delimitar las principales características del contexto socio-cultural de Zamora para traducirlos a un lenguaje gráfico.
- Generar una marca corporativa para el nuevo material didáctico.
- Determinar la información y el contenido gráfico interno del material didáctico para definir el estilo y concepto de las ilustraciones.
- Construir los prototipos de los cuadernos que forman parte de esta línea de material didáctico.



3. INTRODUCCIÓN

Este proyecto de investigación se enfoca en tratar algunas temáticas que se relacionan con el cuaderno, y la realidad comercial que tiene este medio de comunicación gráfica hoy por hoy dentro del contexto de la sociedad ecuatoriana. Dar a conocer como este elemento que se planteó como una herramienta didáctica, en la actualidad no es más que un objeto publicitario utilizado para generar ventas, los mismos que se aprovechan de la parte sugestiva de personajes de cine y televisión para alcanzar lucros económicos.

En el desarrollo de este plan de análisis y diseño, se plantea una alternativa, como posible solución a esta problemática social; los gobiernos municipales cumplen con la obligación de dotar con kits escolares a los estudiantes de educación básica, la idea es, aprovechar el cuaderno -que es parte de dicho kit escolar- para utilizarlo como medio difusor, por el cual se transmita un mensaje visual netamente relacionado con la identidad socio-cultural, a la que pertenece el usuario de mencionado cuaderno, es decir, los niños y niñas. ¿Cuál sería la ventaja de plantearlo como parte de un kit escolar? Por la razón que sería gratuito y de distribución masiva; por ende, llegará directamente al usuario y de esta manera no es necesario lanzarlo como un producto comercial, para que entre en competencia con las marcas vigentes en el mercado.

De todos modos, antes de profundizar en el desarrollo de este tema, merece dejar esclarecido, el cuaderno como producto editorial: si bien la parte didáctica debe compaginarse con la parte estética, este siempre deberá aportar al aprendizaje.



4. CONTENIDOS

Capítulo I: GENERALIDADES: SITUACIÓN SOCIAL DEL CUADERNO

- I.1 Instrumento de publicidad y marketing
- I.2 Objeto trasmisor de mensajes sociales

Capítulo II: CUADERNO COMO OBJETO DE ESTUDIO

- II.1 La importancia de la portada
- II.2 Potenciar el contenido gráfico interno
- II.3 Estilo gráfico adecuado
- II.4 Análisis de cuadernos actuales en el mercado local (parte interna y externa)

Capítulo III: PROCESO DE DISEÑO GRÁFICO DEL CUADERNO

- III.1 Definición del Target
- III.2 Síntesis de la información
- III.3 Generación del concepto
- III.4 Formulación de la marca
- III.5 Proceso de ilustración
- III.6 Diagramación y construcción del material editorial

Capítulo IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



Capítulo I: GENERALIDADES: SITUACIÓN SOCIAL DEL CUADERNO

Este capítulo aborda una argumentación sobre el cuaderno y su situación actual dentro de la sociedad, tratando temáticas sobre los circuitos publicitarios que se han generado en base a este producto y sus desenlaces en los usuarios. Esclarecer cómo dicho elemento didáctico, debido a los fines comerciales, comienza a mal entrometerse con el aprendizaje, debido a la errónea utilidad que tiene actualmente.

I.1 Instrumento de publicidad y marketing

La propuesta gráfica de los cuadernos que hallan en el mercado local, están copados por personajes de cine y televisión –en su gran mayoría-, entonces, resulta evidente como se utiliza este medio gráfico para potencializar la audiencia de dichos personajes. Actores y figuras de televisión, personajes de series animadas y cine, modelos, músicos, entre otros (tanto nacionales e internacionales); se han apropiado de la oferta estética de los cuadernos.

María Elena Palacios, jefe del almacén central de Monsalve-Moreno, sostiene que: “*cada año los fabricantes ofrecen cuadernos atractivos para la temporada, cuyos gustos se basan en los ídolos y personajes de series que están de moda*”,^[1] las marcas como: norma, estilo, scribe, etc, tienen como estrategia comercial aprovechar el auge de dicho personajes para generar mayores ventas, para ello, compran las licencias respectivas y ejecutan mencionado plan. Por ejemplo, el grupo Papelesa (fabricante de la marca ESTILO), la cual cubre aproximadamente el 51 por ciento del mercado en la venta de cuadernos, ha adquirido por varios años consecutivos licencias internacionales para usar dibujos animados en las portadas de algunos de sus productos, como la del Chavo del Ocho versión caricatura.^[2]• También está la parte sexista de la publicidad -utilizar a la mujer como objeto de venta-, la misma marca lanzó al mercado una sección denominada “experto model”, la cual consiste en mostrar las portadas con atractivas modelos conocidas de la televisión nacional, aprovechando su físico y acogida con el público masculino, para llegar a la misma finalidad de siempre, vender.

En el Ecuador oscila una demanda anual de 35 millones de cuadernos,^[3] cifra que sin duda alguna, deja en claro la magnitud de la plaza comercial que tiene este producto y los fines netamente comerciales que se obtiene del mismo, dando decadencia a su objetivo principal que es la parte didáctica.

• [1] Hannah Montana y Ben 10 en cuadernos. Cuenca: El Tiempo <<http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/871>> [Consulta: 30 de marzo 2012]

• [2] Más de 800 diseños se imponen en la industria de los cuadernos. Guayaquil: El Universo <<http://www.eluniverso.com/2010/03/21/1/1356/mas-800-disenos-imponen-industria-cuadernos.html>> [Consulta: 9 de junio 2012]

• [3] *Idem*



I.2 Objeto trasmisor de mensajes sociales

Tras la imponente finalidad comercial que se ha establecido en el mercado nacional, es bastante evidente la realidad actual del cuaderno, se trata de un objeto absolutamente publicitario, el cual se utiliza para seguir promocionando programas o personajes de farándula, televisión y cine. La parte didáctica del cuaderno se ha ido quedando de lado, y en consecuencia de esto, se ha generado un objeto que conlleva mensajes que entorpecen el aprendizaje distraiendo al usuario, “*los niños y los jóvenes ya no se concentran por ver a sus caricaturas favoritas o los cuerpos esculturales de las modelos*”^[4]• este es el testimonio de la docente Marieta Molina, y refuerza lo antes mencionado.

El contenido gráfico que tiene un cuaderno, inevitablemente comunica un mensaje, ante todo su portada, como sección que se aprecia primero (independientemente de la técnica gráfica con la que esté elaborada la misma). Lo que quiera transmitir connotativamente dicho mensaje, puede lograr una incidencia directa en la percepción del usuario; un ejemplo de este planteamiento, es el caso que se dio en Madrid-España, FENERCOM (Fundación de la Energía de la Comunidad de Madrid) lanzó una campaña de concientización del consumo de energía eléctrica dirigida hacia niños, y como soporte de la campaña utilizaron las portadas de los cuadernos escolares (6 diseños de portadas) empleando la ilustración editorial, se mostraba a los infantes en situaciones y lugares cotidianos, ejemplificando la manera como ellos debían usar de manera adecuada dicha energía^[5]•. La idea era que los estudiantes conozcan cómo ahorrar energía, para que puedan colaborar en el ahorro y en el uso más eficiente de la misma.

El prolífico y reconocido ilustrador ecuatoriano, Roger Ycaza, es partidario de que el mensaje que pueda trasmitir la ilustración, tienen la capacidad de influir en la personalidad y/o carácter de un individuo, “*claro que influye, si la imagen es positiva, el niño, joven o adulto tendrá esa sensación de tranquilidad, armonía, índole, etc. En todo caso la imagen puede crear un vínculo con la persona que va a adquirir susodicho producto*”^[6]•, dice Ycaza. En el desarrollo de este proyecto, resulta muy importante establecer a la ilustración como un elemento útil para transmitir mensaje social, al tanto que, de igual forma como en el caso FENERCOM, en este ideal se plantea la utilización de la ilustración como ente transmisor de un determinado mensaje social.

• [4] La tendencia en cuadernos. Manabí: El Diario <<http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/31687>> [Consulta: 2 de junio 2012]

• [5] Cuadernos escolares. Madrid: FENERCOM <<http://www.fenercom.com/pages/aula/cuadernos-escolares-energia.html>> [Consulta: 5 de mayo 2012]

• [6] YCAZA, Roger. Entrevista realizada el 11 de abril en Cuenca. Entrevistador: Jorge Salinas Alba



Capítulo II: CUADERNO COMO OBJETO DE ESTUDIO

Por lo general, una persona escoge el cuaderno que va a comprar en base a la portada, y con el uso diario se crea un vínculo especial entre el usuario(estudiante) y este utensilio académico. Puesto que, en este se plasma el esfuerzo cotidiano del alumno hacia el saber, y a su vez, representa la relación entre la escuela y hogar, lo que finalmente implica una correlación de maestro, alumno y conocimiento.^[7] En fin, este capítulo tratará asuntos que relacionan al cuaderno y sus partes(portada, contenido gráfico interno) con la proyección que posee dentro de la sociedad; con la finalidad de tener una concepción más clara de la utilidad que puede alcanzar éste medio gráfico.

II.1 La importancia de la portada

Sin importar el tipo de publicación editorial, la portada siempre debería recibir un enfoque de trabajo más específico, debido a que esta sección representa todo el contenido de dicha publicación. Si bien el contenido es fundamental, el éxito en el mercado editorial depende en gran medida del diseño externo de una publicación, ya que éste puede hacerla sobresalir por sobre otros textos.^[8] Tal como lo ratifica Hernández en su investigación: “*El contenido es lo más importante, sí, pero sin una buena portada los lectores nunca lo sabrán*”.^[9] De esta manera queda esclarecido que, aunque el diseño interior de una publicación es tan importante como su parte exterior, el peso gráfico de la portada sigue siendo superior. Al estar concientes que la sociedad contemporánea está rodeada de una gran cantidad de estímulos gráficos, es muy importante el impacto visual que pueda generar una portada en el usuario, puesto que, esto incidirá en la aceptación y decisión de compra por parte del público objetivo.

Vale hacer hincapié en un caso homólogo, relacionado directamente al tema de esta investigación, este el caso de la revista de producción nacional **elé** (dirigida hacia un público infantil); la portada de esta propuesta, utiliza generalmente la ilustración como elemento principal -aunque también se acompaña con fotografía-

* [7] La historia de los cuadernos escolares. Madrid: Grafoesfera <<http://grafosfera.blogspot.com/2011/11/historia-de-los-cuadernos-escolares.html>> [Consulta: 3 de mayo 2012]

* [8] Diseño Editorial. Madrid: Design it's you <<http://designitsyou.wordpress.com/2008/02/12/diseno-editorial>> [Consulta: 15 de junio 2012]

* [9]HERNÁNDEZ, Myriam del Pilar. *Guía de diseño editorial para revistas de divulgación académica*. Universidad de Antioquia. Medellín, 2010. Pag 19.



el planteamiento visual de la misma, responde a la generación de personajes cercanos a la realidad contextual donde se desenvuelve el usuario. Si bien se trata de un producto con circulación comercial, tiene el objetivo de hacer comunicación con responsabilidad; y para eso, plantea contenidos con mensajes textuales y gráficos, los cuales cumplen con la intención de educar y aportar al conocimiento de sus lectores. La importancia de este tipo de proyectos radica en el efecto social que pueden lograr; el premiado ilustrador Pedro Lino, alude a la reflexión social diciendo: “tendemos a olvidar que el hecho de que el arte comercial, como lo es la ilustración, puede funcionar como un método efectivo de cuestionamiento” Lino ve la ilustración como un catalizador para el cambio social, que incite a la gente a reflexionar y a cuestionar la sociedad,^[10] y el trabajo de la revista antes mencionada, sirve como referente para el desarrollo de este proyecto, ya que, aplica la educación visual con un fin social y cultural.

Continuando con la misma temática, dentro del gran abanico de opciones que tiene el diseño gráfico, están las portadas de cd's musicales (homólogo indirecto); aunque se trata de un segmento de mercado mucho más explorado que las portadas de cuadernos, su similitud como productos editoriales, recae en el hecho que: su compra se dará de acuerdo a la afinidad que se logre entre usuario y producto. En cierta ocasión el reconocido diseñador Peter Maybury dijo: “*Nunca he comprado un CD sin antes sentirme atraído por su carátula*”,^[11] esta cita sustenta que la función de la portada va más allá de ser el elemento estético que cubre un determinado producto, sino que también, debe ser gráficamente funcional, con la capacidad de que, el usuario se sienta identificado con el mismo. En el mismo asunto de los cd's, se ha dado el caso, que, por no brindarle un tratamiento profesional a la portada de un trabajo musical, la respuesta del público ha sido totalmente adversa. En alguna ocasión, un ejecutivo de Atlantic Records afirmó: “*Si el grupo es bueno, no importa cómo sea la carátula de su CD. El nivel de ventas sería el mismo aunque el disco compacto se presente en bolsa de papel kraft*”. Sin embargo, en 1979 la banda Led Zeppelin -en pleno auge como banda musical- lanzó a la venta su disco “In through the outdoor” con dichas características (envuelto en una bolsa de papel kraft) y la respuesta de venta fue más que decepcionante,^[12] lo que viene afirmar que se juzga a los discos de la misma manera que los cuadernos -por sus portadas-.

En conclusión , podemos determinar que, la función de la portada es: representar un contenido textual y gráfico –el cual debe invitar a que la parte interna sea observada- y alcanzar un vínculo de afinidad con el posible usuario para que él finalmente opte por el mismo.

II.2 Potenciar el contenido gráfico interno

-
- [10] WIGAN, Mark. Pensar visualmente. Gustavo Gili. Barcelona, 2007, Pag. 67.
 - [11] CHARLOTTE, Rivers. *Diseño de portadas y packing para CD*. Gustavo Gili, SL. Barcelona, 2006. Pag 08.
 - [12] *Idem*



Un buen diseño editorial consiste en lograr la coherencia gráfica y comunicativa entre el interior, el exterior y el contenido de una publicación,^[13] esto ya se ha enunciado en el desarrollo de temas anteriores debido a la relación de las partes editoriales que tienen entre si. En la actualidad, el contenido gráfico que pueda tener un cuaderno, básicamente varía según el costo, la marca o la licencia publicitaria que aplique sobre el mismo. Pero, se podría establecer, que estos contenidos se han dividido por secciones, tales como: datos de marca, datos de usuario, datos educativos (geometría, tablas de multiplicar, tablas de química, himnos, mapas), trazados para la escritura (1 línea, 2 líneas, cuadriculado, en blanco –para dibujo-) y elementos decorativos, como stickers (vinculado a la respectiva licencia).

Teniendo una clara noción que los contenidos actuales siguen siendo muy generalizados, lo que hoy por hoy se difunde mediante los cuadernos, es información que ha perdido jerarquía, que se ha masificado, ejemplo: las tablas de multiplicar, son muy importantes en matemática, pero no es nada difícil conseguir –incluso se obsequian- posiblemente el público infantil resulta como el más afectado de esta falencia, debido a que muchos de los contenidos detallados anteriormente ya que su intención de enseñanza se ha gastado.

El presente proyecto plantea la optimización de los contenidos gráficos internos, reestructurar dichos contenidos, para que aporten con datos más significativos y acordes a las capacidades del usuario, que los mensajes se fundamenten en una información más específica (extraída del propio contexto socio-cultural) y que aporte al aprendizaje y crecimiento intelectual del infante.

II.3 Estilo gráfico adecuado

Una vez establecido que la ilustración será el recurso gráfico a utilizarse como medio emisor de susodichos mensajes, vale analizar cuál sería la estética visual más óptima que deberá presentar la misma. En la actualidad existe una gran variedad de estilos gráficos, y es importante tomar en cuenta los parámetros que los caracterizan, ya que estos pueden incidir en la forma de expresar el mensaje, la expresividad de estos es en base a la intención del ilustrador y por esta razón se debe ser elocuente con la gráfica a elegir.

Existen varias técnicas (tanto digitales, manuales o mixtas) que se podrían emplear para cumplir con la intencionalidad de este proyecto. Pero, al hacer una observación de la gráfica actual, resulta que el vector digital es una de las más aplicadas, su uso en la generación de series animadas ha ayudado en la expansión de la misma; mediante esta técnica digital se pueden lograr resultados estéticos bastante sugestivos a la percepción de los y las niñas. Series de gran audiencia a nivel global, tales como: los simpsons, dragon ball z, ben 10, el chavo del 8 animado, entre otros, dan constancia de que el uso de los estilos vectoriales

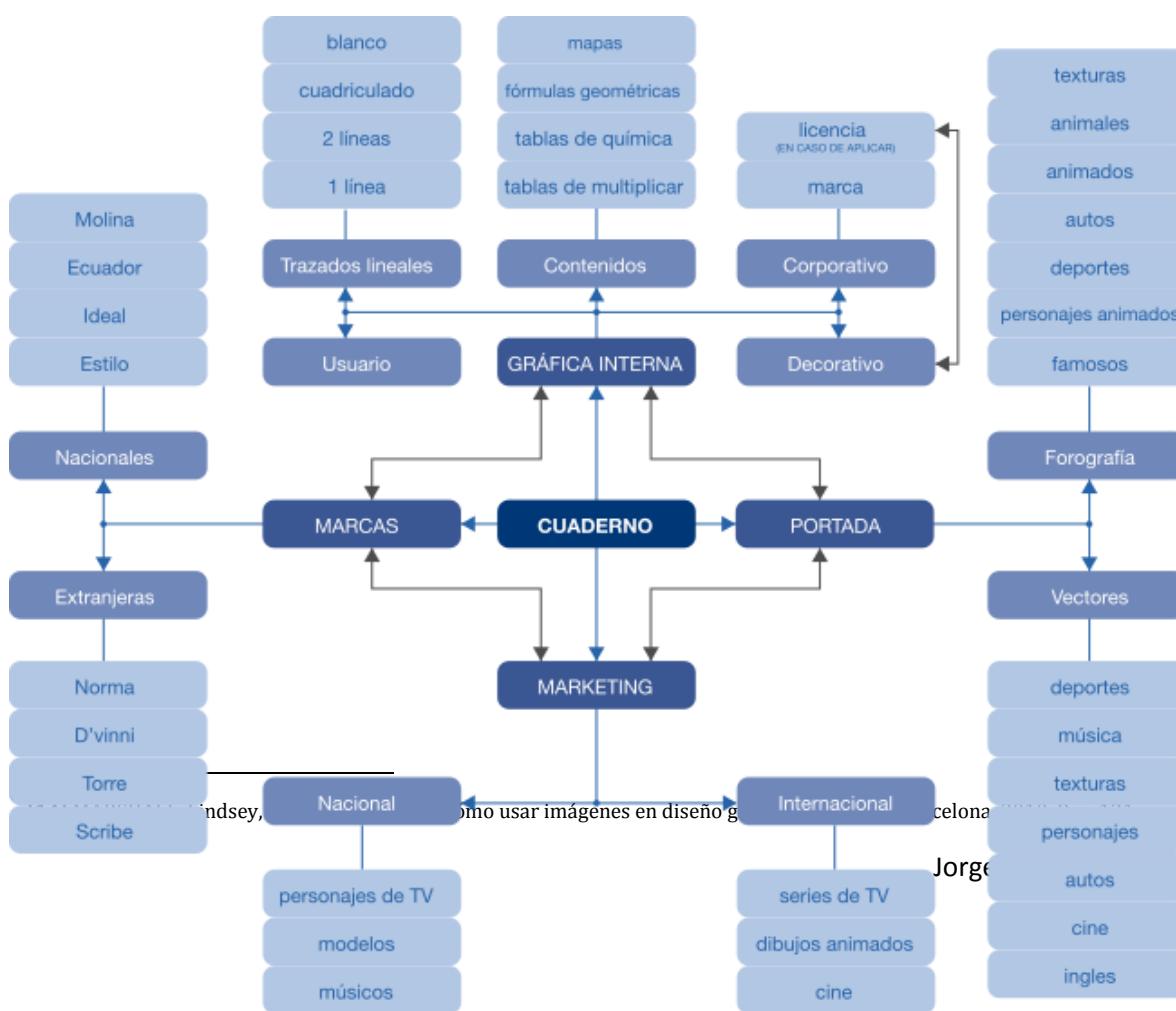
* [13] Libros, tipos y diseño editorial. Telde: Defharo. <<http://defharo.com/diseño-editorial/diseno-maquetacion-libros>>
[Consulta: 15 de junio de 2012]

resultan muy cautivadores dentro del público infantil. Una de las grandes virtudes del vector, es el color, que permite brindar matices bastante cálidos y llamativos, la cromática es fundamental para lograr una buena recepción por parte de este público meta, Marshall indica: “*el color puede marcar la diferencia en la forma de comunicar el mensaje*”,^{[14]•} por esta razón, se considera a esta técnica gráfica como la más idónea en la aplicación para este proyecto.

Aunque pueda parecer contrapuesto, la intención no es copiar a la gráfica extranjera, sino, tener claro la idea que se debe lograr un acabado visual que tenga las facultades de competir –no comercialmente- visualmente con los productos actuales del mercado, de no, es posible que el infante termine rechazando el producto que se plantea con ese proyecto.

II.4 Análisis de los cuadernos actuales en el mercado local

En el siguiente mapa conceptual que se presenta, se plantea algunos temas que se relacionan con el cuaderno, y los subtemas que se desglosan del mismo.

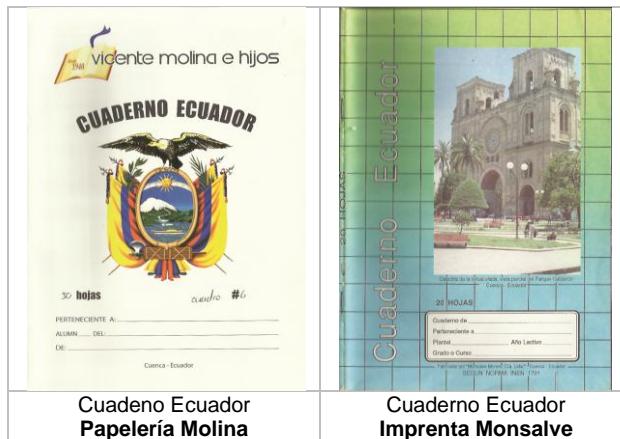




En el desarrollo de este análisis, se verán reflejados argumentos e hipótesis que se han venido planteando desde el inicio de este proyecto. Las marcas actuales manejan conceptos comerciales en la forma concebir este producto, lo que permite encontrar ciertas generalidades en los cuadernos del mercado local, estableciendo temáticas que los relacionan entre sí y donde se evidencian las similitudes entre sus propuestas. Entonces, si se toma como eje de análisis al cuaderno como producto, este se puede desglosar de la siguiente forma:

Marcas

Las siguientes marcas son las más comunes que se puede encontrar en el mercado local, se las ha dividido en nacionales y extranjeras; cabe recalcar que las marcas Ecuador y Molina(también llamado Ecuador) –que son del mercado local- se alejan de la temática comercial que se ha venido tratando, Molina es un producto que se enfoca en un trazado especial de sus hojas, así lo asegura su propietaria;^[15] en cambio, cuaderno Ecuador fue lanzado hace varios años, y los productos vigentes son los que han quedado de tirajes pasados. De la siguiente manera, nacionales: Estilo, Ideal, Ecuador, Molina. Extrajeras: Norma, D'vinni, Torre, Scribe.

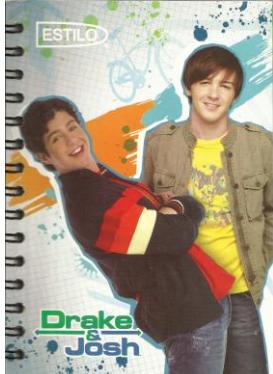


Marketing

* [15] MOLINA, Carmen. Entrevista realizada el 3 de abril en Cuenca. Entrevistador: Jorge Salinas Alba

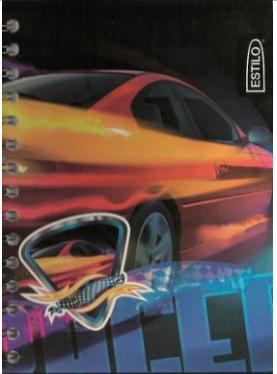
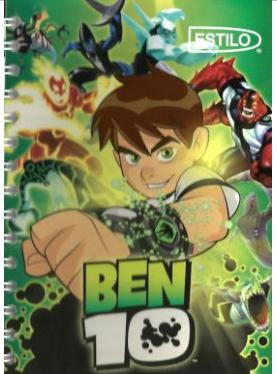


Como ya se argumentó, el cuaderno es utilizado como instrumento comercial de contenidos de temporada, es decir, lo que la farándula, cine o televisión producen. Así también se tiene la parte nacional: personajes de TV, modelos, músicos. Y la publicidad internacional: cine, dibujos animados, series de TV.

		
serie internacional de TV	equipo ecuatoriano de fútbol	modelo nacional

Portada

De igual forma, la portada de estos producto no tienen fundamentos conceptuales, por lo general son contenidos de relleno, o sino, se aplican licencias publicitarias. También se las puede dividir en dos categorías (aunque en casos se las fusiona), están las fotografías: personajes famosos, personajes animados, deportes, autos, animales, texturas, otros; y en vectores: deportes, música, texturas, abstractos, personajes, autos, cine, inglés(frases, palabras).

		
fotografías de animales	vector de autos	personajes animados de TV

Gráfica interna

Dentro de la gráfica interna se puede encontrar varias secciones, tales como la parte corporativa: marca, licencia publicitaria (en caso de aplicar); usuario: datos personales, horarios de clase, directorios; contenidos: tablas de multiplicar, tablas de química, formulas geométricas, mapas (estos contenidos hay marcas que lo ubican en la contraportada); trazados lineales: 1 línea, 2 líneas, cuadriculado, en



blanco(para dibujo); decorativos: stickers, adhesivos (por lo general esta sección está ligada a la licencia publicitaria).



Fuente de las imágenes: autor

Sistema gráfico

Por las imágenes presentadas en el análisis anterior, se pueden obtener las siguientes conclusiones sobre el sistema gráfico:

- La marcas en las portadas de los cuadernos por lo general se ubican en la parte superior, ya sea a la derecha o al izquierda; casi siempre en sentido horizontal, aunque en alguna ocasiones en una orientación vertical, dependiendo como se acople con la portada.
- El logotipo de la edición de la marca, el diseño, la posición y orientación de la misma varia bastante entre los productos de una propia marca, por lo común se ubica en la parte inferior de la portada.
- En la contraportada se aplican datos de la marca fabricante, en caso de tener licencia se aplica la gráfica respectiva.
- La parte gráfica interna tiende a ser generalizada entre todas las marcas, aunque se puede observar la falta de enfoque hacia la utilidad de esta sección; ya que las tablas de multiplicar se encuentran en cuadernos donde no tienen ningún aporte, como en los cuadernos con trazados de líneas, que son utilizados para otras asignaturas no matemáticas.

Capítulo III: PROCESO DE DISEÑO GRÁFICO DEL CUADERNO

Luego de los análisis y argumentaciones realizadas, el siguiente paso es, entrar en el proceso de diseño del producto final de este proyecto. Es necesario tomar en



cuenta varios de los parámetros que se han venido tratando durante el desarrollo del trabajo en cuestión, tales como: transmitir un mensaje coherente basado en el propio contexto, mostrar información más acorde y útil, presentar una estética gráfica sugestiva, todo esto siempre en función del usuario y alcanzar el cumplimiento de los objetivos. Para eso se planea seguir una serie de pasos que tratan cierto campos fundamentales, acordes a este proceso de diseño, para encaminen dichos procesos hacia la obtención de resultados óptimos.

III.1 Definición del Target

Aunque no se trata de una propuesta comercial, igual resulta elemental determinar, analizar y describir el público objetivo al que se planea beneficiar con este proyecto. Como se mencionó en un principio, esta propuesta va encamina a ser parte de los kits escolares entregados por parte del municipio de Zamora a los estudiantes de educación primaria del mismo cantón, es decir, niños y niñas que están en un rango de edad entre los 5 y 11 años de edad; ¿y cuáles son los aspectos que resaltan en las personas de esta edad? Según el ME (Ministerio de Educación) las personas en esta edad tienen una gran disponibilidad hacia el factor visual, “*la utilización de la vista en la exploración del mundo circundante está generalizada en todos los seres humanos; estas impresiones son mucho más persistentes que las del oído. Particularmente en los niños y adolescentes existe una gran avidez por los estímulos de la vía visual*”^[16]•, por ende, resulta de suma importancia aprovechar dicha avidez a las percepciones visuales para llegar a este público con un mensaje gráfico que aporte a la educación y el conocimiento.

Si bien, el contenido del producto en construcción, está estructurado para dirigirse a un público infantil, la información que contiene el mismo se puede considerar como de utilidad general, debido a que esta se basa en datos y acontecimientos que se han desarrollado en la misma sociedad zamorana.

III.2 Síntesis de la información

Para cumplir con los objetivos de este proyecto, es importante delimitar cuál sería la información más adecuada para formar el mensaje visual a transmitir; posiblemente, una de los principales proyecciones de Zamora, es la de ser un lugar turístico rodeado de entes naturales, pero, hay que recordar que el ideal de este proyecto, básicamente es el fortalecimiento de una herramienta didáctica, es decir, que parte educativa debe predominar; la información a elegirse –así sea de elementos turísticos- se la debe presentar con una intensión educativa y no turística, sin embargo, se debe considerar que hay temas que quizás no logren encajar como propuestas en este proceso, este es el caso del tema gastronómico, aunque es fundamental dentro de la identidad zamorana –como cualquier otro ente cultural- hay contenidos que son más oportunos, como las etnias culturales por ejemplo.

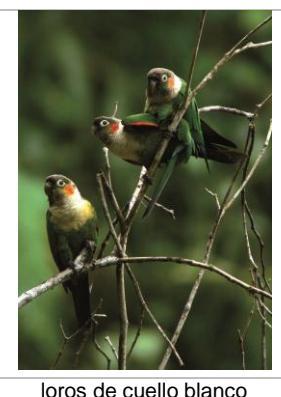
• [16] MINISTERIO DE EDUCACIÓN, *El material didáctico*, Talleres Gráficos Nacionales, Quito, Ecuador, 1949/Pag. 8.



En fin, hay muchos recursos para ser tomados en cuenta y catalogarlos como características del entorno socio-cultural de Zamora, pero, como se mencionó antes, se debe considerar los más acordes a la finalidad educativa que tiene este proyecto. Por esta razón, se plantea categorías que ayuden a clasificar a dichos elementos y recursos que identifican a este cantón. Así, de la siguiente manera:

Naturaleza

A pesar que este tema está muy ligado al factor turístico, no se lo puede omitir, debido a que en esta categoría se encasillan varios elementos que son parte de la identidad zamorana; aquí constan por ejemplo la fauna, flora y demás de recursos naturales (ríos, cascadas, etc.) que son parte del entorno natural de esta tierra. Como elemento representante de esta categoría se utilizará al *loro de cuello blanco* por ser esta, el ave símbolo de la ciudad.



loros de cuello blanco

Fuente de imagen: cabañas Copalinga

Arquitectura

Esta categoría se plantea con la intención de encajar a piezas arquitectónicas que tienen valiosos significados dentro de la intensidad de esta ciudad, si bien Zamora no se caracteriza por algún estilo arquitectónico en especial, la connotación de dichas piezas son de mucha importancia. Es el caso del llamado *reloj gigante*, que sin duda alguna, es uno de los íconos representativos de Zamora.



reloj gigante, ubicado sobre la loma "el tejar"

Fuente de imagen: Eddy Salinas Alba



Etnias culturales

En Zamora habitan varias etnias culturales que a través del tiempo han aprendido a convivir unas con otras, es decir, se trata de un lugar pluricultural; con el paso del tiempo, Zamora ha ido acogiendo a ciertas culturas que se han hecho parte de ella, como es el caso de los saraguros y más recientemente a los afroecuatorianos, sin embargo, en las épocas antiguas, cuando este lugar se hizo conocer por sus fuentes de oro, comenzaron a llegar los mestizos, quienes se encontraron con la cultura shuar -primeros residentes de estas tierras- por esta razón esta última etnia es la elegida para formar parte de esta etapa de diseño de portadas.



Fuente de imagen: Eddy Salinas Alba

Historia

Esta categoría se plantea con la intención de difundir a personajes, datos y hechos trascendentales dentro de la historia de Zamora. Como es el caso sus fundadores, que muchas veces no pasan de los viejos libros de historia, en esta ocasión se tomará como referente a Alonso de Mercadillo, quién encabezó grupo de quienes promovieron la fundación de este cantón.



Fuente de imagen: www.diariocentinela.com.ec/463-anos-de-mistica-historia-y-tradicion/



Cívica

La parte cívica no puede quedar rezagada, por ser elementos simbólicos que representan muchos contenidos importantes, y que tienen un significado valioso tanto en la manera connotativa y denotativa. Esta sección se ubicará en las contraportadas internas y externas de los cuadernos, mostrando esta información de una manera más sobresaliente e interactiva, en este bloque constará el himno del cantón y sus respectivos autores, junto con el escudo y la bandera que son el grupo de los símbolos cantonales.



Fuentes de imágenes: www.zamora.gob.ec

Tomando en cuenta que, dentro de las categorías antes planteadas, pueden constar varios elementos más. Pero, mediante el presente, vale establecer que la clasificación de estos elementos pueden servir para que más adelante se utilice como base para plantear otras propuestas de portadas y contenidos gráficos, fuera de las que se presentaran en el proyecto actual.

III.3 Generación del concepto

A través de este proceso se busca establecer una idea clara para la concepción del producto final planteado como propósito.

Entonces, el concepto radica en la revalorización del cuaderno como herramienta didáctica que se vincula con los procesos de aprendizaje-enseñanza. Aprovechar la parte gráfica como plataforma comunicativa de un mensaje visual, pues representa a los entes sociales y culturales de los cuales el usuario es parte como integrante de una sociedad; en este caso la zamorana.

III.4 Formulación de la marca

Para el planteamiento de la marca se busca un nombre que se relacione estrechamente con historicidad del cantón, con la intención que involucre a todos sus entes representativos.



Según datos históricos, el primer nombre que tuvo esta ciudad fue “Zamora de los Alcaldes”, la cual, a su vez, era la capital de la Gobernación de Yaguarzongo, que finalmente terminó con el nombre actual, Zamora.

La palabra Yaguarzongo es de conocimiento general entre los habitantes de ese cantón y significa *orillas del Zamora*; entonces, de manera denotativa esta palabra resulta una buena opción para generar el nombre de la marca: “Yaguar” que resulta a manera de abstract tomando las dos primeras sílabas de la palabra en cuestión.

Una vez planteado el nombre de la marca, lo siguiente es empezar con la construcción visual de la misma. Esta marca, a nivel gráfico, debe representar ciertos valores y características que le brinden una apariencia atractiva en la cual se refleje la naturaleza y rasgos infantiles como la informalidad, el movimiento, la libertad; los mismos que se relacionan directamente con la identidad de la marca. A continuación se presenta los bocetos en la cual se busca plasmar las características antes mencionadas:

Bocetaje del isologo

Luego del proceso de bocetaje, se ha elegido la siguiente opción por cumplir una mayor afinidad hacia los valores y características que reflejan a la marca.



Digitalización y concreción del isologo

Durante el proceso de digitalización se hecho algunos ajustes de con la finalidad de dar al isologo una forma con mayor estabilidad, pero sin que el sentido inicial.



pierda

El isotipo que maneja esta marca es una pluma, la misma que tiene varios significados alusivos a la marca como tal. Esta pluma puede representar a la naturaleza y a las aves que son características innatas de Zamora como entes representativos; y por el lado occidental, esta puede emplearse como símbolo que representa a la escritura, el aprendizaje y el conocimiento; de igual manera, estos tienen una estrecha relación con esta marca.

Como se puede apreciar el boceto, la parte tipográfica es planteada con las características específicas para esta marca, es decir, que transmita movimiento y una mediada informalidad.

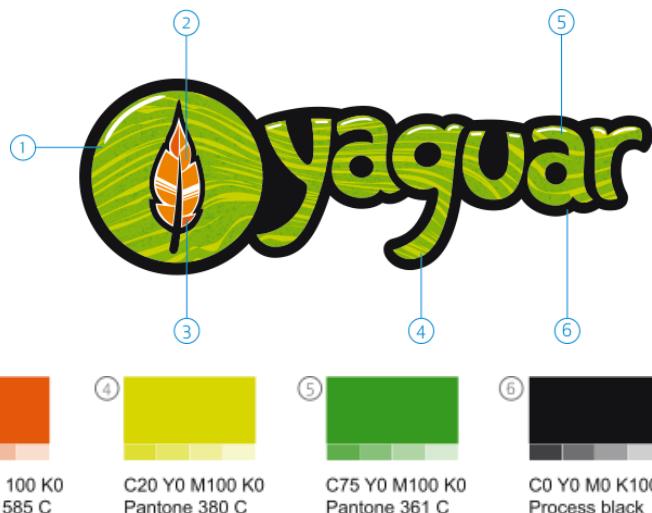
En la concreción visual se ha optado por agregar detalles lineales orgánicos sobre el espacio negativo del isologo, con la intención de que brindar un mayor realce al



sentido de naturaleza y dinamismo. También se concretó los detalles de la parte del isologo, para obtener una mayor visibilidad de la pluma.

Cromática

Los colores que se plantea en esta aplicación , responde a la finalidad del target anteriormente planteado, es decir, se busca colores cálidos y llamativos en tonos de alta saturación para lograr un aspecto sugestivo.



Todo esto sin descuidar la identidad del lugar donde se desenvuelve dicho publico meta (cantón Zamora), por esta razón , se establece una tonalidad de color verde como el color principal de la marca y este se conjuga con colores complementarios al mismo. Este isologo siempre estará sobre un fondo negro que se adapta a su misma forma.

Personaje de la marca

Como ya se ha venido mencionando, este proyecto tiene como objetivo servir como guía didáctica de determinados contenidos, por este motivo, se plantea la generación de un personaje que cumpla la función mediador entre el contenido establecido y el usuario, esto con la finalidad de captar de una mejor manera la atención del infante, para mostrar la información de una forma más dinámica y llamativa.

Este personaje debe relacionarse con el público objetivo y con el entorno cultural del mismo, por ende, la figura a plantearse es la de un niño llamado "Kayap" perteneciente a la cultura Shuar. Kayap estará presente en todo los contenidos gráficos de estos cuadernos en construcción, será titular de una portada y en las otras portadas acompañará a los otros personajes que se generen; en la parte interna, interactuará con la información que complementa a la portada.

Gestos y expresiones del personaje





Dentro de los contenidos gráficos, este personaje se presentará con varias expresiones, gestos y posiciones, mostrando siempre una actitud amigable y acorde a la situación en la que se encuentre. En la mitad de cada cuaderno, todas las expresiones y gestos de esta figura estarán disponible en stickers decorativos junto con el resto de personajes de la portadas.

III.5 Proceso de ilustración



La generación de las ilustraciones parte de la categorización de los elementos del entorno del cantón Zamora antes realizada, tal como se planteó, se hará una ilustración por cada categoría.

Las principales constantes de estas ilustraciones serán sus formas orgánicas ambiguas con una cromática cálida de alta saturación, siempre considerando el público al que está encaminado el proyecto. Es así como se inicia con el siguiente tema:

Cultura Shuar/ Etnias Culturales

La generación de esta ilustración está vinculada con la del personaje que forma parte de la marca. Esta será portada en la que este personaje será el titular. Así mismo, tomando como referencia la fotografía de un niño shuar, se adopta ciertas características del mismo tales como la sonrisa, el pintado de sus mejillas, el color de su piel y a partir de esto se ambienta a este niño en una situación en la que él acude a la escuela. La finalidad de esto es, relacionar al usuario de este producto con una cultura de su localidad y a su vez con la marca.



Loro de cuello blanco/ Naturaleza

Tomando como referencia la fotografía de esta ave la cual se la aprecia en su hábitat, en el boceto el loro está en una situación similar a la fotografía, parado sobre una rama con una actitud pacífica.





Reloj Gigante/ Arquitectura

A este elemento se lo representa tal cual es en la fotografía, con una ligera rotación en sus manecillas para que se pueda entender mejor; haciendo cambios del césped pero sin alterar su forma y basándose en su cromática original. Además se hacen ciertos ajustes en la concreción de su fondo con la intención de que la ilustración se adapte al sistema gráfico en cuestión.



Alonso de Mercadillo/ Historia

Las razones por las cuales se eligió este personaje ya se expusieron, en esta fase de ilustración a esta figura se le otorga un aspecto más moderno y fresco, puesto que, tal como se puede apreciar en el retrato original, en su vestimenta posee ciertos accesorios que le dan una apariencia bastante arcaica, lo cual lo hace lucir aburrido y desanimado.



Símbolos cantonales/ Cívica

Mediante la parte ilustrativa se intenta explicar el significado de estos símbolos. En el caso de la bandera, se busca informar del significado de sus colores; y en el caso del escudo, explicar lo que significa cada una de sus partes que lo conforman. Si bien el himno es complejo de ilustrar el significado de su letra, se mostrará los retratos de los autores del mismo.





III.6 Diagramación y construcción del material editorial

Esta es la fase final en lo que concierne a la construcción del producto final para este proyecto, dentro de este tema se deberá tomar en cuenta varios aspectos, tales como: la tipografía, la cromática, las retículas y la disposición de los elementos; todos estos parámetros son de suma importancia para lograr los resultados más óptimos.

Cromática

A lo largo de este proyecto, en varias de las aplicaciones presentadas anteriormente, se ha venido recalculando la importancia de la utilización de una cromática que vaya acorde hacia el público meta. Y en este tema no es la excepción, puesto que, aquí comprende la parte visual del cuaderno con mayor dominio; por esta razón es importante establecer una paleta cromática que rija los aspectos de color que se manejaran en los diferentes cuadernos y ayude a reflejar los conceptos que se han venido tratando anteriormente.

Como se puede observar, los colores de la paleta planteada, responde a la de una cromática de colores cálidos y sus variaciones tonales, tal como se ha venido tratando en toda la cromática de este proyecto.



Tipografía

En las aplicaciones tipográficas para los contenidos gráficos de este proyecto, se plantea el uso de dos tipografías, una para títulos y otra para textos generales.

En los títulos se trabajará con GROBOLD, esta tipografía a pesar de que tiene bastante peso y fuerza, a su vez tiene ciertos rasgos de informalidad, lo que le brinda un aspecto adecuado para relacionarse con la temática infantil. A continuación se muestra la tipografía completa y algunas de sus aplicaciones conjugadas con la cromática antes planteada:



GROBOLD

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

**ALONSO DE
MERCADILLO**

**HIMNO
AL CANTÓN ZAMORA**

Él fue oriundo de
Zamora de España

En los textos de corrido, se optará por una tipografía con características de mayor legibilidad, ya que este es un aspecto de bastante consideración, el que no de problemas la hora de la lectura. La tipografía elegida es APEX NEW y algunas de sus variaciones, de igual forma, a continuación se muestra el abecedario aplicado dicha tipografía y algunas de sus versiones a emplearse en los respectivos textos.

APEX NEW BOOK

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

APEX NEW MEDIUM

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

APEX NEW BOLD

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

El reloj de Zamora se encuentra ubicado al sur este de la ciudad, en la loma denominada "El Tejar". Comprende un área de 1600 m²; la longitud del minitiero es de 14,67 m, en tanto que el horero tiene una longitud de 11,07 m.

CORO

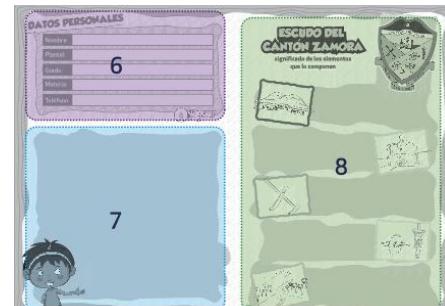
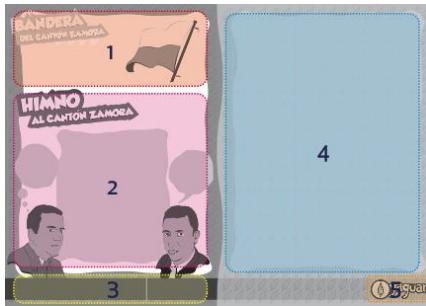
¡Zamoranos de piel brote el Himno optimista, vibrante y triunfal, de este pueblo, hundido en la noche, que hoy despierta a la luz auroral.

ESTROFA

Ya no somos los hijos lejanos que la patria tenía en olvido; ahora somos el pueblo querido y pagamos amor con amor. Y mañana serán nuestros hijos de virtud y de ciencia modelos, los que cumplen los blancos anhelos de ser gloria de nuestro Ecuador.

Estructura y distribución de los contenidos gráficos

En la siguiente gráfica, se plantea la ubicación de los contenidos gráficos, tanto externos como internos, esto con la finalidad de establecer un sistema que regirá a todos los cuadernos en construcción, considerando que habrá contenidos constantes y variantes.





- 1.- En esta área se ubicará información respectiva a la bandera del cantón y el significado de sus colores.
- 2.- Este sector está destinado para el himno al cantón, los retratos y datos alusivos de los autores del mismo.
- 3.- En la parte inferior se ubicará datos referenciales al proyecto y al producto.
- 4.- El contenido de esta sección será la parte más representativa del cuaderno; aquí se ubicará la ilustración correspondiente y su respectiva aplicación tipográfica. Este contenido será variante entre cada cuaderno.
- 5.- En la parte inferior de la portada siempre se situará la marca del producto.
- 6.- Este bloque es exclusivo para el usuario, aquí podrá escribir sus datos personales.
- 7.- En esta sección se ubicará información que se relaciona directamente con la ilustración de la portada (sección 4) aquí siempre deberá estar el personaje de la marca, el mismo que será partícipe del contenido de esta área.
- 8.- La contraportada interior está destinada para el escudo del cantón; aquí se desglosará y explicará el significado de cada uno de los elementos que componen este símbolo.

Presentación final del producto





Capítulo IV: CONCLUSIONES & RECOMENDACIONES

Una vez finalizados todos los procesos de investigación, argumentación teórica y finalmente el diseño gráfico del producto final de proyecto, lo siguiente es dejar presente algunos aspectos y consideraciones que se han podido obtener para el desenlace de este ideal. También se hará constancia de algunas sugerencias a favor de los propósitos de esta profesión.

Conclusiones

Resulta lamentable ver cómo el diseño gráfico y profesiones afines, se han dejado manipular por las tácticas comerciales y han distorsionado la finalidad didáctica del cuaderno, como principal elemento en este proyecto.

No se debería subestimar el público meta al que está dirigido un producto, por mas afinidad que tenga el usuario con la marca; siempre se debería actualizar e innovar los contenidos. Como se ha demostrado en este proceso, muchos de los cuadernos actuales siguen conservando información generalizada que ya no tiene ningún aporte.

La educación visual puede resultar la opción más optima para transmitir datos e información de una manera más cautiva y entretenida, sobre todo para un público infantil.

El cuaderno es un medio editorial con mucha influencia social. Por esta razón, es importante considerar la intención de recuperar su aporte didáctico y social; la sociedad en general será la principal beneficiaria de esto.

Recomendaciones

La mayor sugerencia que se plantea es:

El diseño gráfico es muy importante en la generación de nuevas ideas y conceptos que se puedan aplicar dentro de una sociedad de manera útil. Dentro de la cátedras que se imparten dentro de la Escuela de Diseño, muchas veces se



enfocan hacia ese punto, generar ideas innovadoras y novedosas; pero no sólo debería ser así, es trascendental tomar encuentra que el diseño tiene una función social, por ende, se recomienda también enfocar los objetivos académicos hacia la busca de soluciones a los cientos de problemas gráficos palpables que están muy presentes dentro de nuestra sociedad.

ANEXOS

Roger Ycaza. Ilustrador

1. ¿Ud. que opina acerca de la temática antes mencionada que han venido tratando las portadas de estos productos?

Yo creo que la temática que manejan las tapas de cuadernos, ya sean para niños o jóvenes, funcionan, esto no significa que me guste lo que se encuentra por lo general en el mercado, pero a la final si la intención es vender pues se logra al 100%. En todo caso creo que se podría mejorar notablemente esta área con elementos y propuestas más cercanas a nuestra región, a nuestra cultura. Existe mucha creatividad entre diseñadores, ilustradores y artistas gráficos del medio que pueden aportar a dar otra visión sobre este tema.

2. ¿Cuánta importancia tiene la parte de la portada como presentación de un producto editorial, en este caso el cuaderno?

La portada o tapa del cuaderno, como la de un libro, es la cara que vende, lo primero que vemos para acercarnos a ese producto. Por eso su importancia es vital.

3. Según Ud. ¿cuáles serían los contenidos gráficos más apropiados para estos productos editoriales?

Creo que se debería desarrollar una línea donde la gente se vea identificada, hay muchas costumbres, mitos, leyendas que hacen rica nuestra cultura. Aprovechar también que somos un país multiétnico. No solo enfocarse a cierto mercado sino, en lo posible, tratar de unir todos los ámbitos sociales.

4. ¿Ud. cree que el mensaje de la ilustración puede influir en la personalidad o carácter de un individuo, sobre todo infantiles ó adolescentes?

Claro que influye, si la imagen es positiva el niño, joven o adulto tendrá esa sensación de tranquilidad, armonía, carácter, etc. Pero hay que tomar en cuenta que aquí ya abordamos un asunto importante: los gustos personales. Por ejemplo, un estudiante universitario se irá por temas más cercanos a sus intereses (moda, música, sexo), totalmente contrario a los intereses de un niño. En todo caso la imagen puede crear un vínculo positivo en la persona que va a adquirir este producto.

5. ¿Cuál debe ser el aporte social que debe transmitir la ilustración?

Hay que tomar muchos puntos en cuenta para desarrollar este aporte, creo que por acá viene lo más complejo a estudiar para lograr este objetivo. Igualdad, País, Sexo, Religión, Unión, Fortaleza, etc.

6. ¿Ud. cuál piensa que puede ser la consecuencia cuando al usuario se le impone un contenido editorial descontextualizado?

No creo que haya una consecuencia en este tema, no creo que exista esa imposición. Una persona compra un cuaderno porque lo necesita, en muchos de los casos lo forra y desaparece la imagen que existe en él. No sé si llegue a haber un punto negativo en esto.

7. ¿Hasta qué punto cree Ud. un cuaderno es el medio adecuado para difundir mensajes culturales?

Personalmente me parece un medio ideal. Todos los necesitamos en algún momento y nos mantenemos junto a ellos por mucho tiempo, se crea un lazo importante entre este producto y el individuo. Creo que es un medio perfecto para explotar, se pueden lograr cosas realmente interesantes no solo estética sino cultural y socialmente.

Entrevista realizada el 11 de abril en Cuenca. Entrevistador: Jorge Salinas Alba

Carmen Molina. Propietaria de la fabrica de cuadernos Molina.

¿Qué tan importante cree usted que es la portada en un cuaderno tipo estudiantil?

Para nosotros la portada es algo complementario del trabajo que realizamos, nosotros más nos centramos en la calidad del rayado y el armado de nuestro producto; es por eso que nuestro cuaderno es pedido en varias escuelas de la ciudad en especial para niños de 4 a 7 años de edad.

¿Qué piensa acerca de tener en el mercado cuadernos con portadas que representen la identidad del austro?

Es interesante la propuesta siempre y cuando se lo realice en el mercado local, porque si lo lanza a nivel nacional no se sabría cuanta gente tenga la voluntad de comprar un cuaderno con una portada de cuenca.

¿Estaría de acuerdo que estas portadas se basen en las costumbres y tradiciones del contexto?

Claro porque como cuencaos siempre debemos sentirnos orgullosos de nuestra gente y las costumbres de la misma.

¿Cree usted que las generaciones actuales acepten y adquieran este tipo de cuadernos?

Creo que si se le da un tratamiento gráfico adecuado hacia los jóvenes si puede adquirir un producto como ese.

¿Piensa que dichas ilustraciones deben tratarse por algún estilo o movimiento gráfico?

Pues más aya del estilo o técnica, yo creo que el producto debe verse muy bien para que el público se sienta atraido y adquiera el cuaderno.

Entrevista realizada el 3 de abril en Cuenca. Entrevistador: Jorge Salinas Alba



BIBLIOGRAFÍA.

Libros

HERNÁNDEZ, Myriam del Pilar. *Guía de diseño editorial para revistas de divulgación académica*. Universidad de Antioquia. Medellín, 2010.

WIGAN, Mark. Pensar visualmente. Gustavo Gili. Barcelona, 2007.

CHARLOTTE, Rivers. *Diseño de portadas y packing para CD*. Gustavo Gili, SL. Barcelona, 2006.

MARSHALL, Lindsey, MEACHEM, Lester. Cómo usar imágenes en diseño gráfico. Parramon. Barcelona, 2010.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, *El material didáctico*, Talleres Gráficos Nacionales, Quito, Ecuador, 1949.

CHÁVEZ, Norberto, El oficio de diseñar, Propuesta a la conciencia crítica de los que comienzan. Ediciones Gustavo Gili, Barcelona, España, 2001.

BENÍTEZ, Lylian – GARCÉS, Alicia, Culturas Ecuatorianas-Ayer y hoy, Ed. Abya Yala, Quito, Ecuador, 1986

WALLON, P. & DOMÍNGUEZ CRUZ, R. A. (1995). El dibujo del niño. Siglo Veintiuno

CABEZAS, Carlos, Análisis y características del dibujo infantil, www.publicatuslibros.com, Jaén, España, 2007

HELLER, Eva, Psicología del color, Gustavo Gili, Barcelona, 2004.

ZEEGEN, Lawrence, Principios de la ilustración, Gustavo Gili, Barcelona, 2006.

BERMEJO, Pedro, Dibujando cubiertas de libros, CEAC, S.A. Barcelona, Marzo 1969.

DREW, John & MOYER, Sara, Tratamiento del color, Blume, Barcelona, 2008.

Publicaciones en Internet

Hannah Montana y Ben 10 en cuadernos. Cuenca: El Tiempo <<http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/871>> [Consulta: 30 de marzo 2012]

Más de 800 diseños se imponen en la industria de los cuadernos. Guayaquil: El Universo <<http://www.eluniverso.com/2010/03/21/1/1356/mas-800-disenos-imponen-industria-cuadernos.html>> [Consulta: 9 de junio 2012]

La tendencia en cuadernos. Manabí: El Diario <<http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/31687>> [Consulta: 2 de junio 2012]

Cuadernos escolares. Madrid: FENERCOM <<http://www.fenercom.com/pages/aula/cuadernos-escolares-energia.html>> [Consulta: 5 de mayo 2012]



La historia de los cuadernos escolares. Madrid: Grafoesfera <<http://grafosfera.blogspot.com/2011/11/historia-de-los-cuadernos-escolares.html>> [Consulta: 3 de mayo 2012]

Diseño Editorial. Madrid: Design it's you <<http://designitsyou.wordpress.com/2008/02/12/diseno-editorial>> [Consulta: 15 de junio 2012]

Libros, tipos y diseño editorial. Telde: Defharo. <<http://defharo.com/diseño-editorial/diseno-maquetacion-libros>> [Consulta: 15 de junio de 2012]

ARTIGAS, Nelly. La importancia del material didáctico. Educar Chile. <<http://www.educarchile.cl/Portal.Base/Web/VerContenido.aspx?ID=100741>> [Consulta: Abril de 2011]

LARA, Daniel. La Transculturización. Criticarte. <<http://www.criticarte.com/Page/varios/DanielLara.Transculturiza.html>> [Consulta: Marzo de 2012]

Entrevistas

YCAZA, Roger. Entrevista realizada el 11 de abril en Cuenca. Entrevistador: Jorge Salinas Alba.

MOLINA, Carmen. Entrevista realizada el 3 de abril en Cuenca. Entrevistador: Jorge Salinas Alba.