



Indice

Resumen	1
Objetivos	3
Objetivo General	
Objetivos Específicos	
Introducción	4
Capítulo 1	
1. Modismos Cuencanos	5
1.1 Origen Geográfico y Social	
1.2 Folklore Lingüístico y Social del Modismo Cuencano	7
1.3. Obtención de los 3 modismos mas usados en al sociedad cuenca	
1.4. Modismo: ¡Que, Gara!	8
1.5. Modismo: ¡Noo... Chendo!	
1.6 Modismo: ¡Que, longo!	9
Capítulo 2	
2. Ilustración Tipográfica	10
2.1 Inicios y Referentes Históricos	
2.2 Ilustración Tipográfica Moderna	11
2.3 Análisis y clasificación de ilustraciones tipográficas en la actualidad	12
2.3.1 Ilustración tipográfica publicitaria	
2.3.2 Ilustración tipográfica socio- cultural	13
2.4 Ilustración tipográfica en la Urbe Cuencana	15
Capítulo 3	17
3. Cartel Tipográfico	
3.1 Generalidades	
3.2 Elementos Lingüísticos en el cartel tipográfico	18
3.3 Elementos tipográficos en el cartel	
3.3.1 Anatomía de las letras	19
3.3.2 Anchura del carácter y el Grueso del tipo	
3.4 Elementos de composición en el cartel	
3.4.1 Espacio	20
3.4.2 Estructura	21
3.4.3 Contraste	
Capítulo 4	23
4 Elaboración del Producto final	
4.1 Conceptualización del producto	
4.2 Proceso de Bosetaje y Concesion	
4.2.1 Creación de la Ilustración Tipografica para el modismo: “Que Gara”	27
4.2.3 Creación de la Ilustración Tipográfica para el modismo: “Que Longo”.	
4.2.4 Creación de la Ilustración Tipográfica para el modismo: “Noo. Chendo”.	29
Conclusiones	31
Anexos	32
Bibliografía	34

Resumen

Ilustración Tipográfica basada en Modismos Cuencanos

En el campo del diseño gráfico, la ilustración tipográfica ha sabido mantener hasta el día de hoy esa característica de expresividad y fuerza tanto así que se la utiliza como una forma de expresión social y también de expresión artística, y eso tal vez se deba a la perfecta acoplacion de las 2 artes que la conforman y que creo firmemente que todavía no hemos logrado comprenderla en su totalidad solo que resulta para la mayoría perfecto ya que eso nos dice que todavía tenemos mucho camino que recorre y explorar en este bello arte que nos brinda posibilidades infinitas.

Es por eso que el presente proyecto fusionara la ilustración tipográfica con los modismos más representativos de los cuencanos, para esto primero se realizara una investigación minuciosa del origen los modismos con el fin de que la gente pueda conocer desde su origen hasta su actual uso, y como han ido cambiando con el transcurso del tiempo.

Toda esta investigación es importante realizarla ya que el “cantar” cuencano es la característica más importante por la cual se nos puede reconocer y por otra parte encierra mucha riqueza cultural que vamos heredando a nuestras futuras generaciones.



Yo, Juan Gabriel Inga Pizarro, 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.

Juan Gabriel Inga Pizarro, certifica que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.



Gabriel Inga
010418631-7



Objetivos

Objetivo General

Estudiar la ilustración tipográfica como herramienta de diseño gráfico.

Objetivos Específicos

Investigar sobre el origen y adaptación de los 3 modismos más acentuados por la ciudadanía cuencana.

Tener un acercamiento a la ilustración tipográfica en la actualidad.

Estudiar los elementos de composición gráfica presentes en un cartel tipográfico.

Generar una serie de 3 ilustraciones tipográficas con los modismos más utilizados.



Introducción

En el primer capítulo abordaremos el origen de los 3 modismos más acentuados en la ciudadanía cuencana, estudiaremos desde su origen geográfico hasta su origen en la sociedad, también veremos como estos han ido evolucionando y porque los jóvenes los utilizan tanto.

Después en el segundo capítulo haremos un breve recuento del inicio de la ilustración tipográfica hasta llegar a hacer un análisis crítico y conceptual de cómo estos se han realizado. También haremos un análisis de la ilustración tipográfica en la urbe cuencana con el fin de poder sacar sus elementos más comunes.

Luego en el tercer capítulo abordaremos los elementos de composición mas importantes en el cartel tipográfico desde el punto de diseño gráfico y analizaremos cada uno de estos, también estudiaremos la partes para la creación de una tipografía.

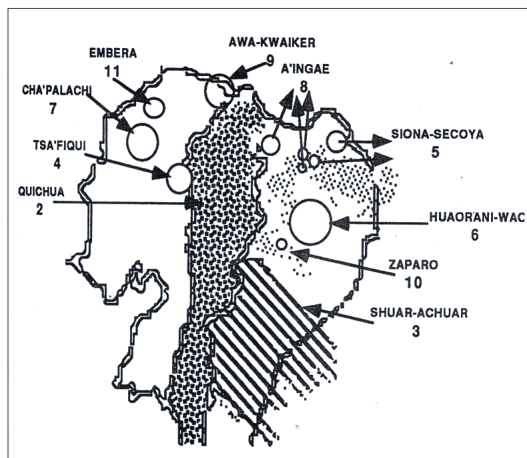
Finalmente en el cuarto capítulo se detallara los pasos realizados para la concreción de los 3 ilustraciones tipográficas, también se detallara la concreción final y el porqué de los elementos escogidos para su concepción.



Capítulo I

1 Modismos Cuencanos

1.1 Origen Geográfico y Social



¹ Lenguas indígenas en el Ecuador Continental

“El modo especial que tienen las gentes de una región determinada para pronunciar las palabras con un acento característico y un ritmo fonético propio de ellos permite descubrir fácilmente la procedencia regional de la persona”²

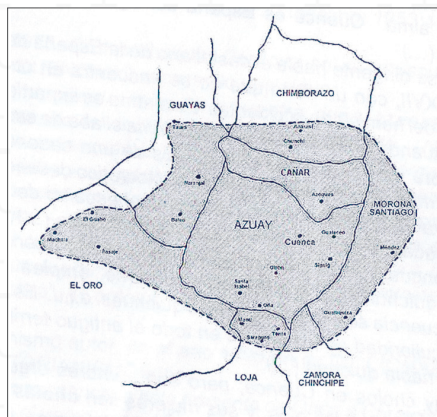
Una de las características que marcan a la sociedad Azuaya pero sobre todo la cuencana es su particular “cantado o canto” al momento de hablar, las misma que tiene sus orígenes en las primeras civilizaciones que decidieron acentuarse y hacer del Azuay su hogar.

Después de los españoles llegaron los Cañaris los cuales y como muestra el grafico 1, son los que dominaban la lengua del Quichua en toda la región de la sierra, y es desde aquí donde comenzara la herencia de nuestro particular “cantado”, pero hay que entender que no solo en la sierra o donde estaban los Cañaris existe esa particular forma de habla sino que como cita el Dr. Oswaldo Encalada en su libro “El Cantado Cuencano: “Se canta en todas las lenguas y los dialectos, porque en todos ellos existe una línea melódica que acompaña a la articulación de los fonemas”, es decir que el resto de regiones y países existe ese estilo peculiar que nos encasillan en una determina cultura, si cultura, ya que el lenguaje es una de las bases piramidales con los que se puede determinar a una sociedad o civilización.

¹. MAYA, Ruth, Ecuador Plural: Palabras y Textos , Proyecto EBI, Ecuador, pág.5

². RAMIREZ S, Carlos, Folclore Lingüístico, Núcleo del Azuay de la casa ecuatoriana, 1994, N 12, pág.114.

La otra zona es particularmente en la provincia de Loja donde según recopilaciones propias la frase más usada es “Tas-Tás”⁴, “Compadre, nos vamos de chupa”, pero en Loja decidieron a diferencia de Quito conservar la LL, y también guardan rasgos principales con los cuencanos por ejemplo hablar con diminutivos, espárete un ratito, aquisito mismo, etc.



Y la última zona es la de la del influjo azuayo la que va desde el Sur del Chimborazo, Cañar, Azuay, y parte de El Oro, en estas zonas la gente que “cantaba” eran las que conformaban las clases populares, que normalmente eran de menor instrucción, estas clases populares son los primeros en hacer como suya, el cantado, es decir es desde aquí donde proviene la sustitución de las letras y la clásica y ya conocida “R rielada ya la S sonora”⁶, ejemplo: “perrsho” en ves de perro, “trrshes” en vez de tres.

Otra característica notable es nuestra acentuación. “Con solo oír una palabra y está originalmente monosilábica se puede descubrir al hablante cuencano. El sí por ejemplo, llano y sencillo se vuelve en el hablante cuencano sí-ii; yo, es yó-oo; que no es que sino qué-ee”⁷. Es una más de la características que están inmersas en el habla cantado del cuencano.

⁷. CORDOVA, Joaquín, *El Canto Cuencano*, Don Bosco, Ecuador, 1995, pág. 221.



Capítulo I

1.2 Folklore Lingüístico y Social del Modismo Cuencano

“Un modismo es una expresión fija cuyo significado no puede deducirse de las palabras que la componen. Se trata de una costumbre lingüística que permite condensar una idea en pocas palabras y transmitir dicho concepto a todos aquellos que comparten una misma lengua.”⁸

“Como modismo se deben incluir las formas de hablar particulares de ciertos lugares.”⁹

Entonces podríamos decir que un modismo es el resultado de la lengua popular empleada por el común de sus habitantes para expresarse en su vida cotidiana, y que éste habla popular no se encuentra en las expresiones cultas sino que su riqueza lingüística se halla en la creación de nuevas palabras, expresiones, frases y hasta nuevas formas de dialogar.

Cabe anotar que en la Cuenca de 1970, después del asentamiento cañari y con la llegada de los españoles dejaron una nueva civilización y que la gran parte eran campesinos de nivel medio y campesinos de nivel alto que posteriormente se convertirían en hacendados y gente culta, así mismo se dividieron las formas de comunicarse y expresarse surgiendo enseguida el habla de nivel “culto-urbano” y el “popular-urbano”.

Por ahora nos enfocaremos en el popular-urbano ya que este tipo de habla se derivó del quichua, lengua que dominaban la mayoría de los cañaris y que se fusionó con los españoles.

1.3 Obtención de los 3 modismos mas usados en la sociedad cuencana

Para descubrir el uso de los 3 modismos más utilizados por la sociedad decidí realizar una pequeña encuesta a personas con edades entre 15 y 25 años ya que me inquieta saber que modismos son los que más utilizan e investigar también si estas tienen un origen etimológico y como se los usa en la actualidad.

Para realizar este objetivo se realizó una pequeña encuesta a estas personas donde se les pregunto lo siguiente:

¿Cuál crees tú que es el o los modismos que más es utilizado o es más popular entre la sociedad cuencana?

¿Cuál es el o los modismos que tú utilizas más y en que situaciones lo utilizas?

¿Conoces tú la raíz u origen de los modismos q acabas de mencionar?

Todas estas preguntas se las estructuraron para obtener recursos y datos verídicos con el fin de poder pasmar en las ilustraciones tipográficas.

Para obtener aun datos más concretos decidí sacar n muestra poblacional entre estas edades basándome en la siguiente formula estadística.

$$n = \frac{(N)Z'(p)(q)}{d'(N-1)+Z(p)(q)}$$

N= tamaño de poblacion

Z= nivel de confianza (dato que viene por standar 1.96)

p= probabilidad de fracaso (dato que viene por standar 0.05)

q= probabilidad de exito (dato que viene por standar 1.96)

d= precisión (error maximo admisible viene por standar 0.03)

Según el censo realizado en noviembre del 2011 en el Cuenca hay 505.585 habitantes de los cuales 13.84 % corresponde al 70.000 personas que comprenden edades entre 15 y 30 años, “dato sacado de la página www.inec.gob.ec/estadísticas”, ahora bien si remplazamos los valores la formula nos quedaría así:

⁸. www.wordreference.com/definicion/modismo.

⁹. RAMIREZ S, Carlos, Folklore Lingüístico, Núcleo del Azuay de la casa ecuatoriana, 1994, N 12, pág.211.



Capítulo I

$$n = \frac{70,000 * (1,96)^2 * 0,05 * 0,95}{(0,03)^3 (70,000 - 1) + (1,96 * 0,05 * 0,95)} = 52,5$$

siendo 52 el numero de encuestados a realizar.

1.4 Modismo: ¡Que, Gara!

“El modismo se basa en una formula lineal que se desgastan con extrema rapidez, de allí la necesidad de irlos renovando para mantener con fuerza la carga de superlatividad o de hipérbole”.¹⁰

Lo que el Dr. Oswaldo Encalada nos quiere comunicar es que todo modismo contiene un ciclo de crecimiento veloz que es inevitable evadir, es decir, todo modismo por más popular que éste suene pasa por 2 etapas, la primera, un modismo está en su inicio generado o creado con reglas lingüísticas que terminan casi en seguida desgastándose o que pasan de moda, proceso que no dura más de un par de meses, es entonces cuando inmediatamente esta misma palabra pasa a la 2 y última etapa en la que por la necesidad de irlo renovando adquiere un nuevo significado y cuyo significado comienza a ser enriquecido con el ingenio y popularismo de la sociedad. Cabe recalcar que solo los modismos más aceptados por la sociedad en su primera etapa pasan a la segunda, y estos son los que encontramos hoy en día.

“GARA: macho, sobre todo cuando se refiere a animales como el cuy o el perro. Valiente, animoso, bonito, que tiene gracia, que es supremo.”¹¹

La palabra Gara viene del vocabulario quichua pero que como ya lo mencioné anteriormente fue un modismo que fue aceptado en su primera etapa y que hoy en día es unas de las más características en el modismo cuencano. Pero en qué momento se originó y como fue adoptado por la sociedad cuencana.

“En los principios de siglo se usaba en cuenca la palabra canela como expresión de sobresaliente. ¡Esto es canela! Luego vino regio (relativo a la realeza), chévere, bestial (originalmente relativo a las bestias), bacán y por ultimo gara (para expresar que alguna cosa le agrada mucho).”¹²

A este último modismo “GARA”, en los últimos años la sociedad cuencana le ha añadido la conjunción de valor expletivo, la cual se emplea como refuerzo de afirmaciones y negaciones o como cierto introductor discursivo, ejemplo: que sí, QUE GARA.

Cabe anotar que los modismos garisima, garota son derivados de gara.

1.5 Modismo: ¡No, Chendo!

“CHENDO: palabra que significa mentiroso, sirve para decir que algo es mentira”.¹³

“Chendo nace de una mala pronunciación de diciendo, pronunciado así: dishendo, lo cual señala su origen infantil. Con la eliminación de la primera sílaba queda shendo y luego chendo.”¹⁴

En mis encuestas realizadas a la sociedad cuencana todos concordaron con los significados anteriormente citados pero la gente en verdad desconoce de dónde se originó la palabra “chendo”, además otro sinónimo que arrojaron las encuestas y que tranquilamente se podría sustituir chendo por “decir”, ejemplo: ¡ya diíe..que tra-

¹⁰. ENCALADA, Oswaldo, Las Maravillas de una Lengua Viva, Núcleo del Azuay, 2001, N 24, pág.157

^{11, 13}. CORDERO, Alfonso, Léxico de Vulgarismos Azuayos, Casa de la cultura Ecuatoriana, Cuenca, 1957.

^{12, 14} ENCALADA, Oswaldo, Las Maravillas de una Lengua Viva, Núcleo del Azuay, 2001, N 24, pág.158



Capítulo I

baja!, lo cual significa que no en realidad no trabaja, o el aún más rebuscado, ¡disquedice que se ha comprado un carro!, significa que la persona que le conto a otra que se va a comprar un carro, esta mintiendo.

Como sucedió con la palabra gara a “que gara”, pues chendo no es la excepción y la sociedad cuencana sobre todo los jóvenes le agregaron el adverbio de negación “No” pero muy a su estilo que sería “Noo..”, es decir el modismo final sería “Nooo, chendo”, ejemplo: “oye guambra cierto que aplazaron la fecha de exposición, ¡qué!...¡NOOO, CHENDO!”.

En este modismo hay sus derivados, chendiar, chandazo, que significan lo mismo.

1.6 Modismo: ¡Que, longo!

“LONGO: (Del quichua lungu), adjetivo ecuatoriano que significa, muchacho indígena”¹⁵

Este significado al principio se utilizaba para referirse de manera despectiva y como insulto hacia los jóvenes indígenas que trabajan la tierra. Esta primera forma despectiva se originó en Quito cuando los cabildos tenían a su merced mano de obra indígena para ese entonces el modo de trato todavía era el de un esclavo.

Ya para los 70 la palabra longo comenzaba a tener un nuevo significado, se utilizaba por los propios indígenas que ya era pasaron a ser campesinos, comenzaron a utilizar la frase: ¡que lindo longo!, (un sinónimo más próximo sería ¡que lindo cholo!), esta frase se usaba para referirse de manera ya cariñosa a los jóvenes que eran hábiles en un determinado oficio.

Gracias al comercio de esa época la frase llegó al Azuay, respectivamente en cuenca los habitantes adoptaron con buenos ojos este último significado y lo pasaron a su dialecto es decir los cuencanos remplazaron el longo por cholo quedando así: “que lindo cholo, y también “ese es mi cholito”, cuyo significado en sí, era el mismo que se usaba para referirse de manera cariñosa a los jóvenes trabajadores.

Ya para finales de los 90 la juventud cuencana comenzó a tener un gran pronunciamiento, buscaban nuevas formas de expresarse así que retomaron la palabra “longo” para darle un nuevo y superlativo significado. Se comenzó a usar la palabra “longo” para referirse a los jóvenes que todavía no adquirían lo último de la moda en cuanto a la vestimenta se refiere, para después pasar a otros gustos como la música.

Es decir por la calles se escuchaba entre los jóvenes: “míralo míralo que.. longo, como se viste ese man”. Otro significado también que en la actualidad se le ha dado es para calificar a los mismos amigos que no comparten gustos similares. Ejemplo de situación: cuando a un amigo le suena su celular con un rintong de un género de música que solo a él le gusta y a los demás amigos no, exclamando ellos de inmediato: ¡que..longooo!

Este modismo tiene sus derivados, longaso, longuito, que significan lo mismo.

Entonces podemos decir que, sea cual sea la cultura a investigar siempre encontraremos que su lengua se a partido de sus herencias ancestrales como grafismos y los primeros intentos de escritura “tipografías o símbolos” y que con el pasar del tiempo su riqueza cultural aumenta.

¹⁵. www.significadode.org/longo



Capítulo II

2 Ilustración Tipográfica

2.1 Inicios y Referentes Históricos



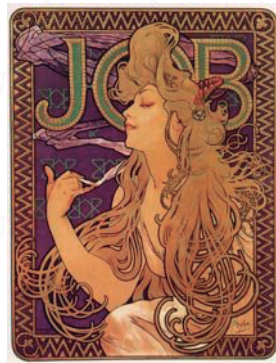
¹⁷ William Blake. Urizen, del Libro de Urizen

“Entre la Ilustración y la tipografía existe una barrera muy delgada que la separa, la cual estoy dispuesto a romper todos los días con cada uno de mis trabajos.” ¹⁶

William Blake en Inglaterra para el siglo XIII, fue uno de los principales ilustradores y desarrollo sus propias superficies de impresión empleando un método de agua-fuerte en relieve, sin embargo, el grabado en madera conservó su importancia principalmente en la nueva industria de las revistas ilustradas, que fue prosperando alrededor de los años de las décadas del 30 y la década del 40 del mismo siglo.

Ya para inicios del siglo XIX Alphonse Mucha fue uno de los artistas más fuertemente expresivos creando el arte y la técnica del cartel moderno.

En 1894 recibiría el encargo de la actriz Sara Bernhard, como anuncio para la comedia Gismonda, de Sardou. La exótica ornamentación bizantina y el sutil uso de color le reportarían éxito inmediato hasta el extremo de que a partir de allí solo se dedicaría a la realización de carteles.



¹⁸ Alphonse Mucha - Job

¹⁶. TROCHUT, Alex, More is More, Arts Grafiques Orient, 2011.

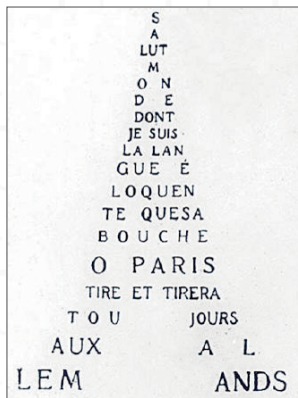
¹⁷. www.ilupub.blogspot.com

¹⁸. www.alphonsemucha.com



Capítulo II

2.2 Ilustración Tipográfica Moderna



¹⁹ Guillaume Apollinaire

A principios del siglo XX, Guillaume Apollinaire (escritor francés), desarrollo el verso libre creando “caligramas”, en las cuales se representa la imagen del discurso dibujándola con sus propias palabras

En la década de los '60 se dio lugar una revolución tipográfica como nunca había sucedido. El texto se convirtió en dibujos, líneas sugerentes, sinuosas, que hacían en algunos casos que la lectura fuera imposible. Se utilizaron extrañas y psicodélicas distorsiones en la tipografía, rompieron la mayoría de las leyes tipográficas establecidas. A pesar de su ilegibilidad, tenían una

gran fuerza comunicativa. Estas ilustraciones tipográficas denominadas carteles se las concebían principalmente para para conciertos y festivales de rock donde los artistas realizaron auténticas obras de arte.

La ilustración se emplea en diversos medios y para múltiples usos como la publicidad, la ilustración científica, literaria y dentro de ésta la caricatura, la historieta, entre otras funciones.

Es difícil hacer “arte” y lo es más todavía, si el único recurso es la tipografía, generando así un gran impacto visual. Tanto ilustraciones como carteles realizados en base a un sistema de repetición, agrupación, y manipulación de la tipografía merecen todo el reconocimiento. Siempre es bueno ver qué pasa en el mundo del diseño y ver que hacen otros diseñadores y artistas.

Es por eso que ahora haremos un análisis de proyectos a nivel global y a nivel de la urbe cuencana con el fin de saber que guardan en común dichos trabajos, que posterior mente me ayudara para la concepción y concreción de mi proyecto.



²⁰ Guillaume Apollinaire

¹⁹. www.guillaumeapollinaire.com

²⁰. www.guillaumeapollinaire.com



Capítulo II

2.3 Análisis y clasificación de ilustraciones tipográficas en la actualidad

2.3.1 Ilustración tipográfica publicitaria

Alex Trochut: El diseñador barcelonés entre sus clientes están Rollin Stong, Nike, WarnerBros, Universal Recuerdos, Convers, CocaCola, etc.

El maneja un concepto en la que las ilustraciones se transforman en tipografías, y viceversa, para crear composiciones de gran energía comunicativa y capacidad de evocación, como es el caso de la publicidad de ESPN, donde la ilustración tipográfica posee un gran impacto visual.

“Para lograr que el mensaje llegara “los próximos talentos”, decidí que la tipografía debía interactuar con las fotos ya preseleccionadas, también debía poseer características de movimiento y sobre todo mucho expresividad, esto se ve reflejado en cada foto la cual la letra x se acopla reforzando la idea que tiene cada deporte”²¹.



²² Revista ESPN magazine

Esta es la cubierta de oro laminado del disco de los Rolling Stone, la ilustración tipográfica se basó en el título del nuevo disco, y esta tan bien lograda que parece como si fuera de oro mismo, las líneas orgánicas y continuas demuestran la solidez de la agrupación, aportando además un aire elegancia y simpleza. Además los colores funcionan bien en el negro, y hace que los ‘brillantes’ destaquen también.



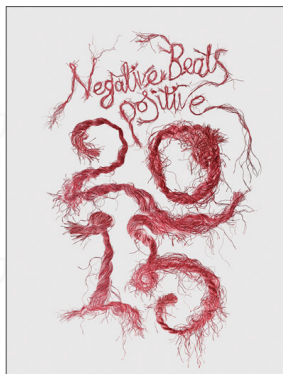
²³ Ilustración tipográfica para los Rolling Stones

²¹. TROCHUT, Alex, More is More, Arts Grafiques Orient, 2011.

²², ²³. w www.alextrochut.com



Capítulo II



²⁴ Campaña contra el sida para la compañía RED

Craig Ward: originario de Inglaterra, trabajó como director de diseño en Wired, Nike, BMW, Elle. Ahora tiene un estudio llamando, Las palabras son imágenes. Él está fascinado por el concepto de palabra como de imagen y continuamente explora nuevas técnicas y métodos con los que transmiten más sentido en los titulares y textos.

“He creado esta imagen y video que lo acompaña con Ian Wright en promover el trabajo de la organización contra el sida (RED) para el Día Mundial del SIDA de este año.”

Latido negativo, positivo, en la ilustración tipográfica de este cartel se puede apreciar muy detalladamente la idea que el autor quería transmitir, se puede ver que el tratamiento tipográfico posee características muy representativas, ya que se asemeja a la a las venas de nuestro organismo reforzándolo aún más con la representación del corazón que se puede ver en el cero. Todo se esto se refuerza con el color elegido “rojo” y al tener la tipografía mucho detalle pues se equilibra con la simpleza del fondo que posee un degradado que transmite la idea de concientización.

2.3.2 Ilustración tipográfica socio- cultural

Luke lucas: Luke Lucas, Diseñador freelance, ilustrador, director de arte y amante de los juegos tipográficos radicando en Australia.

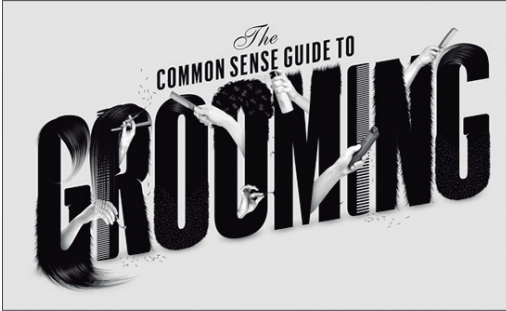
“En la mayoría de mis obras me encanta que la misma palabra, el paso o una carta, incluso puede ser tratada en montón de maneras diferentes y encarnan significados completamente diferentes ... Eso ya través de sutilezas, como un ligero cambio en el grosor de línea, el alargamiento de la cola o el arco que utiliza, una carta puede ir desde contemporáneo a lo tradicional o la alegría a la tristeza de un solo golpe.”²⁵

²⁴ [www.behance.net/gallery/\(RED\)-Negative-Beats-Positive/873425](http://www.behance.net/gallery/(RED)-Negative-Beats-Positive/873425)

²⁵ www.lukelucas.com/About



Capítulo II



²⁶ La revista Esquire Masculina

"Este fue un título para el tratamiento de una sección de aseo en la revista Esquire Masculina de Estados Unidos estilo de la revista. La idea era crear un tipo de ilustración y algunos otros elementos gráficos peludas. Parte de la misión era desarrollar la ilustración de su serie san serif condensada en algo que era más dinámica y en relación con el tema."²⁷



²⁸ La revista Esquire Masculina

"Este trabajo es iniciativa para un colectivo de arte, la idea era en qué manera mediante ilustración tipográfica puedes expresarte, y bueno este es mi resultado, debo decir que lo concebí así porque me encanta dar discurso."²⁹

²⁶ www.lukelucas.com/Esquire-Magazine-Grooming

²⁷ www.lukelucas.com/Esquire-Magazine-Grooming

^{28, 29} www.behance.net/gallery/Tongue-Twisting-Type/185714



Capítulo II

2.4 Ilustración tipográfica en la Urbe Cuencana

Gracias a la investigación de campo que se realizó para recolectar datos sobre la ilustración tipográfica en la ciudad se pudo concluir que actualmente no existen diseñadores, ilustradores o tipógrafos que se dediquen de lleno a la esta rama gráfica, pero se pudo realizar una registro fotográfico de los “graffitis con tendencia a la tipografía”, que más podemos encontrar en la ciudad.



³⁰. Graffiti encontrado en la Av. 12 de abril

Primero debemos anotar que como se trata de un graffiti, este se encuentran en el ámbito de expresionismo social por decirlo de alguna manera.

En el primer caso se aprecia que el mensaje fonológico “uanbra” llega progresivamente, mientras que el mensaje gráfico o morfológico no se apega mucho a lo que el primero transmite. Claro también habría que recurrir al creador y preguntar cuál fue su concepto y por qué el fin de esa concreción.

³⁰. Registro Fotográfico del Graffiti en la ciudad de Cuenca.



Capítulo II



³¹ Graffiti encontrado en la Av. 12 de abril

En este ultimo caso, la tipografía ocupa un tercio de la composicion lo que normalmente ayudaria llevar el mensaje rapidamente, pero en este caso el tipo es muy debil morfologicamnete y si bien no se ve mal su convrecion no ayuda mucho a su comunicaci3n.

Por otra parte habria que que reguntarse que es lo que su creador quiera recalcar



³² Graffiti encontrado en la Av. 12 de abril

mas, el aspecto comunicativo o el estetico.

Entonces podemos concluir que, los pocos acercamientos de la ilustraci3n tipogr3fica que se encuentran en la urbe cuencana en comparaci3n con los que existen a nivel mundial no se alejan mucho el uno del otro, y que adem3s la lingüística y la tipografía se encuentran inmersas casi en todas las ramas gráficas, lo cual nos plantea que en el campo de la tipografía aún nos queda mucho camino para descubrir y recorrer.

³¹. Registro Fotogr3fico del Graffiti en la ciudad de Cuenca.

³². Registro Fotogr3fico del Graffiti en la ciudad de Cuenca.



Capítulo III

3. Cartel Tipográfico

3.1 Generalidades

“Creo firmemente que la ilustración tipográfica y el cartel nacieron al mismo tiempo es por eso que ambos se sustentan el uno del otro, inseparables.”³³.

El cartel se deriva del termino francés “affiche” y “poster” es el termino original en inglés, a diferencia del aviso o anuncio, se caracteriza por ser “publico o de espacio público”.

En tanto el aviso o anuncio es un elemento no muy atractivo que necesariamente necesita que el espectador se detenga ante el para leer su mensaje, mientras que el cartel demuestra toda su fuerza a distancia, es decir el cartel posee tanto impacto que “a décadas de los 80 paso de ser publicitario a utilizarse 100 % como medio social comunicativo.

Existen 2 tipos de carteles tipográficos: el formativo y el informativo.

El formativo: se utiliza como un medio para apoyar el establecimiento de hábitos de higiene, salud, limpieza, seguridad, orden, etc. También se usa para apoyar actitudes de confianza, actividad, esfuerzo, conciencia, etc.

El informativo: se utiliza como medio para comunicar conferencias, aspectos sociales, y también es muy flexible en su uso para expresar ideas de una manera más libre, llegando a ser artística en la mayoría de los casos, es por eso que este tipo de cartel puede ser representado sólo con texto, para lo cual se recomienda letras grandes sobre fondo de color contrastante. Los textos deberán proporcionar sólo la información indispensable.

Este último tipo de cartel nos servirá como soporte para realizar la concreción de las ilustraciones tipográficas basadas en los 3 modismos cuencanos.

Ahora bien, es importante decir que a lo largo de la investigación no se pudo encontrar una serie de pasos específicos a seguir para crear un cartel tipográfico, pero existen algunos elementos de diseño tipográfico que en un cartel deben tomarse en cuenta, es por eso que a continuación se tratara cada uno de esos elementos con el fin de tener una base sólida sobre la cual se pueda concretar las ilustraciones tipográficas.

3.2 Elementos Lingüísticos en el cartel tipográfico

“Toda actividad relacionada con la comunicación requiere un sistema de transmitir ideas y para que esta actividad prospere, el sistema debe resultar comprensible para el lector.”³⁴

Como explica Saussure, los símbolos lingüísticos (tipográficos) son abstractos y sus formas, totalmente arbitrarias e “infundamentadas”. No existe una conexión necesaria entre el significado de una palabra y su estructura fonológica, debido a ello requieren por parte del lector una interpretación, imprescindible apoyada en la semántica para que sea eficaz.

³³. MARTINEZ, Gloria, Carteles Tipográficos 1990 2207, EASD, Valencia, 2007

³⁴. JURY, David, Que es la tipografía, GG, Barcelona, 2006, pag 72.



Capítulo III

Semántica no es más que “la manera en que manipulamos el lenguaje para que tenga sentido”, es decir que el diseñador o tipógrafo empleara elementos como la yuxtaposición, las distinciones jerárquicas, la morfología de los tipos, hasta experiencias vivenciales q guardamos todos en común para asegurarse de que comprendamos el mensaje que se trata de comunicar en las palabras.

A todo esto se le suman otros aspectos que hay q tener presentes en el cartel tipográfico como la lingüística que es conjunto de reglas gramaticales y de estructuración que van desde una palabra hasta un texto completo y la visual la cual se refiere la parte de concreción de los tipos, su parte morfológica.

“Algunos argumentan que si el tipógrafo se ciñe rígidamente a las reglas preestablecidas se obtendrá resultados lugar a la conformidades y resultados impersonales al momento de la comunicación Las reglas, sin embargo, son todo menos rígidas; consisten más bien en opiniones”.³⁵

3.3 Elementos tipográficos en el cartel

3.3.1 Anatomía de las letras



36. Anatomía de las letras

Altura X: Altura de las letras de caja baja, las letras minúsculas, excluyendo los ascendentes y los descendentes.

Anillo: Es el asta curva cerrada que forman las letras “b, p y o”.

Ascendente: Asta que contiene la letra de caja baja y que sobresale por encima de la altura x, tales como las letras “b, d y k”.

Asta: Rasgo principal de la letra que la define como su forma o parte mas esencial.

Asta transversal: Rasgo horizontal de las letras “A, H, f o t”.

Brazo: Parte terminal que se proyecta horizontalmente o hacia arriba y que no se encuentra incluida dentro del carácter, tal como se pronuncia en la letra “E, K y L”.

Cola: Asta oblicua colgante que forman algunas letras, tales como la “R o K”.

Descendente: Asta de la letra de caja baja que se encuentra por debajo de la línea de base, como ocurre con la letra “p y g”.

Oreja: Es la terminación o terminal que se le añade a algunas letras tales como “g, o y r”.

Rebaba: Es el espacio que existe entre el carácter y el borde del mismo.

Serif, remate o gracia: Es el trazo o termina de un asta, brazo o cola.

³⁵. JURY, David, Que es la tipografía, GG, Barcelona, 2006, pag 72.

³⁶. www.unostiposduros.com/anatomia-de-la-letra/



Capítulo III

3.3.2 Anchura del carácter y el Grueso del tipo



37. Partes de una Letra

La anchura del carácter es la anchura visual real de cada letra concreta. El grueso del tipo, en cambio, incluye además el espacio variable que queda a izquierda y derecha de cada letra, este grueso es vital porque influye en la legibilidad de la tipografía.

3.4 Elementos de composición en el cartel

Cada proyecto a realizarse generalmente empieza con establecer el propósito de la comunicación, y también crear un marco conceptual, una vez que tengamos claro ambas cosas, los principios tipográficos y la naturaleza de la información proporcionarían las bases a partir de las cuales explorar diferentes enfoques visuales.

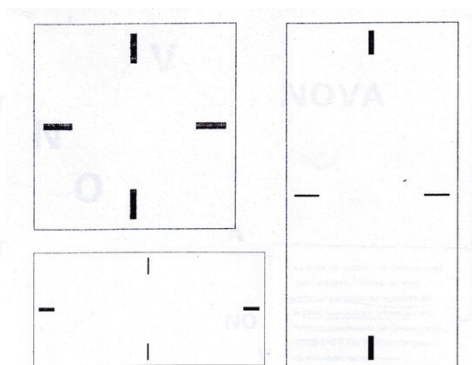
3.4.1 Espacio

En el espacio para el cartel los elementos tipográficos bidimensionales interactúan en una relación de figura y fondo, dependiendo de su ubicación en un espacio dado, unos mismos elementos asumirían aspectos visuales de peso y movimiento diferentes.

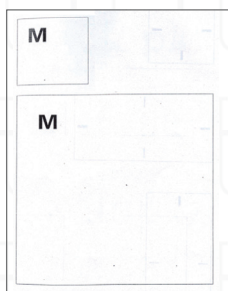
³⁷. KUNZ, William, Tipografía: Marco y Microestética, GG, Barcelona, 2002, pag.18



Capítulo III



38. Espacios



39. Espacios

Los espacios cuadrados, horizontales y verticales tienen cualidades visuales especiales. Estas cualidades pueden utilizarse para reforzar las propiedades semánticas de la comunicación. Un cuadrado es visualmente estable; el espacio horizontal y el vertical sugieren expansión.

En el espacio, el tamaño de los elementos se vuelve relativo: dos elementos idénticos tienen un aspecto diferente en función del tamaño del espacio donde se los ubica.

3.4.2 Estructura

El diseño tipográfico de carteles puede proceder de dos tipos de estructura la estructura visual ópticamente improvisada o bien una estructura predeterminada “sistemas de retículas”.

La estructura predeterminada la cual consiste en la generación de una retícula para jerarquizar los datos, se utiliza para afiches, o carteles en los cuales necesita ir diagramada mucha información.

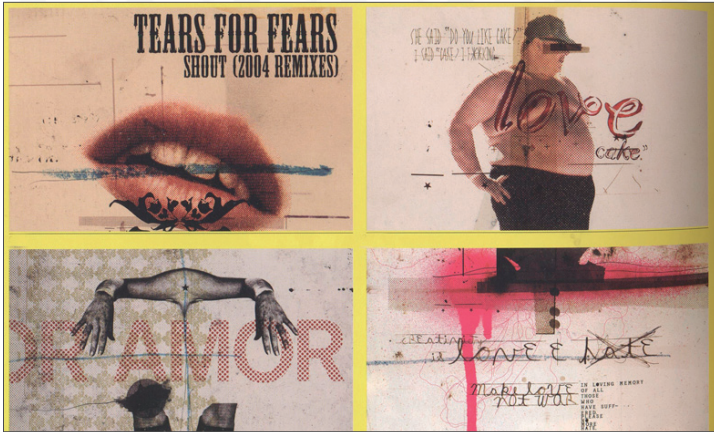
La estructura ópticamente improvisada resulta de disponer los elementos tipográficos de acuerdo con criterios estéticos, y puesto que no existen limitaciones para la disposición de un conjunto dado de elementos tipográficos la estructura visual es en esencia un sistema abierto pudiendo dar como resultado soluciones interesantes e insólitas

³⁸. KUNZ, William, Tipografía: Marco y Microestética, GG, Barcelona, 2002, pag.53

³⁹. KUNZ, William, Tipografía: Marco y Microestética, GG, Barcelona, 2002, pag.53



Capítulo III



⁴⁰. Diseño con tipografía

3.4.3 Contraste

LA	ON	SV
ax	ez	wb
lo	ye	si
Aa	Ee	Gg
Hh	Nn	Rr

El contraste más elemental es el que se da entre el tipo y el fondo. Cada letra es una composición de trazos verticales, horizontales, diagonales y curvos en contraste.

Los contrastes de forma, peso, y cuerpo son los más significativos en el diseño de carteles y en la tipografía.

Contraste de forma: el contraste de los trazos ascendentes y descendentes hace que los textos compuestos en caja baja sean visualmente más activos que los textos de caja alta.

⁴¹. Partes de una Letra

⁴⁰. HAWEY, Wilson, 1000 diseños con tipografía, GG, Barcelona, 2005, pag. 228-229

⁴¹. KUNZ, William, Tipografía: Marco y Microestética, GG, Barcelona, 2002, pag.82



Capítulo III

AA AA AA

AA AA

AA

Contraste de peso: cuando se establece este tipo de contraste entre 2 elementos, el espacio sobre el que se sitúan se convierte en un factor importante: si están separados por un espacio demasiado grande, ello impide la comparación entre ambos y por lo tanto el contraste será débil.

⁴². Contrastes

exploration
in communication

Size ratio 1:2 (6:12 pt)

exploration
in communication

Size ratio 3:5 (6:10 pt)

exploration
in communication

Size ratio 1:3 (6:18 pt)

exploration
in communication

Size ratio 3:7 (6:14 pt)

⁴³. Contraste de Cuerpo

Contraste cuerpo: este tipo de contraste se convierte en muchos casos en una decisión puramente visual.

Existen más elementos que pueden ver involucrados para la generación de un cartel pero los que acabamos de tocar son los que más me ayudaron en la generación netamente de la tipografía que irá íntimamente ligada con la concreción de las ilustraciones.

⁴². KUNZ, William, Tipografía: Marco y Microestética, GG, Barcelona, 2002, pag.82

⁴³. KUNZ, William, Tipografía: Marco y Microestética, GG, Barcelona, 2002, pag.84



Capítulo IV

4 Elaboración del Producto final

4.1 Conceptualización del producto

“Para cada proyecto, en primer lugar, hay que establecer el propósito de la comunicación, y también crear un marco conceptual. Una vez definido esto, los principios tipográficos y la naturaleza de la información proporcionaran las bases a partir de la cuales explorar diferentes enfoques visuales”⁴⁴.

Para esta primera etapa, la cual es la más importante antes de seguir con el bresetaje, y en base al resultado de los análisis de la investigación previamente realizada voy a enumerar los conceptos sobre los cuales mis ilustraciones tipográficas están asentadas.

- En base al resultado del análisis de la investigación y la conceptualización del mismo en los carteles la ilustración tipográfica reflejara el significado o definición del modismo, mas no se usara el significado como uso actual, esto se lo manera así con el fin de quien pueda ver la ilustración pueda conocer otra perspectiva del modismo.
- Serán carteles en los cuales se apreciara mucho el tratamiento ilustrativo que se le hace a cada tipografía.
- Los carteles estarán diagramados sobre una composición estructural óptica y una reticular, en las cuales encontraremos la ilustración de los tipos como tal, y su significado o definición.
- Ya que los 3 modismos más aceptados en la ciudad son utilizados por los jóvenes los carteles se traducirán visualmente ellos, jugando con la morfología, color, textura etc.

4.2 Proceso de Bresetaje

4.2.1 Creación de la Ilustración Tipográfica para el modismo: “Que Gara”

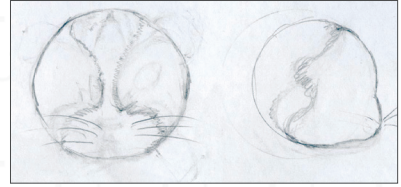
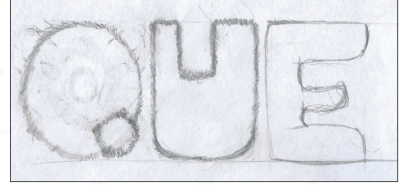
El resultado del análisis que fue recolectado previamente para este modismo dio como resultado las siguientes características importantes a tomar para el bresetaje.

Gara etimológicamente: viene para clasificar al cuy macho, entonces tanto la tipografía como la ilustración debían poseer estas cualidades más representativas del animal, su pelaje de color es cálidos y fríos, su peculiar forma que genera su pelaje en su cara, su dientes y barbas.

⁴⁴. KUNZ, William, Tipografía: Marco y Microestética, GG, Barcelona, 2002, pag.134



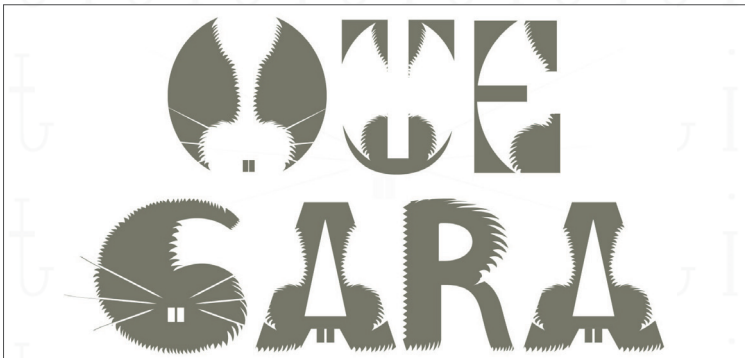
Capítulo IV



En estos intentos se decidió tratar la morfología de la tipografía haciendo que se asemeje mucho a la cara frontal del cuy y también conservando legibilidad, para esto se decidió que se sustrajera la cara sintetizada del cuy de todas los tipos.

Para lograr este objetivo la tipografía debía partir de sus formas básicas para que pueda haber una mayor zona de sustracción pero cuidando la lectura, además todos los tipos se diseñaron en caja alta para que el cartel pueda tener mayor impacto visual.

Boceto final



Esta tipografía es más sólida en la palabra gara esto se lo consibió para jugar mucho con los pesos visuales entre las 2 palabras, también se decidió agregar detalles como dientes y barbas pero que puedan verse como una solo composición.

También se decidió que para la creación de todas tipografías pudieran funcionar en blanco y negro con el fin de poder extender su aplicación a muchos mas soporte biendiendo así a la ilustración mas función.



Capítulo IV



GARA: Viene del quichua usado para referirse al cuy macho





Capítulo IV

En esta ilustración tipográfica encontramos los siguientes contenidos:

Como total el cartel posee un nivel de lectura bastante bueno, se puede leer muy bien a distancia, en el caso del texto que encontramos en la parte inferior, como ya lo mencione el primer requisito que debe tener un cartel es el de llamar la atención lo más rápido posible como es este el caso, una vez completada esta primera función automáticamente el espectador hace una acercamiento para ver a detalle, por qué fue que le llamo la atención y es en ese momento que el texto de la parte inferior puede ser leído, este sistema se empleó en los 3 carteles.

Una vez aclarado este persepcto se enumerara los elementos utilizados en el cartel.

- La ilustración a primera vista posee un gran impacto visual esto se logró gracias al tridimensionalidad total de la ilustración.
- La textura representada por los pelos se asemejan mucho a la de un cuy real y tambien sus colores terrosos que es el color mas comun con elcual se puede encontra a cualquier de estos animeles.
- Cada una de las letras en su contraforma poseen esa semejanza al del pelaje del cuy, este tratamiento se lo hizo en algunos casos como el de la U muy fuerte con el fin de que haya mucho peso visual.
- El fondo ayuda también a todos estos pesos visuales resalten ya que posee color muy suave y claro, permitiendo que el punto de enfoque se concentre en el la ilustracion.
- La retícula utilizada las mezcla de una estructura visual y una ordenada, en la cual podemos ver que la ilustración ocupa el 95 por ciento del cartel dejando el 5 por ciento para el texto.
- La malla comprende en 3 espacios horizontales, esto se lo hizo así para ganar legibilidad y peso en cada una de las letras, cabe recalcar que este modo de estructuración está presente en todos los 3 carteles.



Capítulo IV

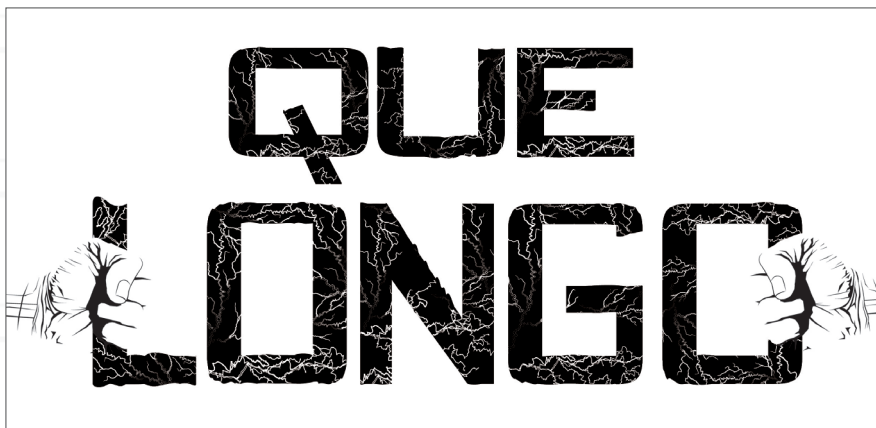
4.2.3 Creación de la Ilustración Tipográfica para el modismo: “Que Longo”.

Longo etimológicamente: del quichua lungus, que se utilizaba inicialmente para describir a los jóvenes trabajadores del campo.



El concepto que se manejó en el caso del modismo “Que longo”, fue el de asemejar al joven que trabajo el campo de una manera casi de protesta, por la marginación que se le ha dado a la gente del campo, es por eso que se diseño la tipografía quebrada, acción que es realizada por las ilustración de las manos que se ve como aplastan a las 2 ultimas letras. la tipografía.

Boceto final





Capítulo IV



- La ilustración guarda un impacto visual y ordenado esto se logró gracias a la bi y tridimensionalidad de toda la frase reflejados en la ilustración de las manos y la tipografía.

- Se concibió en la ilustración la idea de generar interactividad entre la ilustración de las manos y las 2 letras de longo, reforzando así la idea de fuerza que tienen los jóvenes del campo.

- En cuanto a la morfología de la tipografía se hizo estilo moderna y limpia para después tratarla a una manera rústica pero organizada para que guarde el concepto del carácter que tiene los jóvenes del campo.

- El color que se le dio a las letras, poseen características psicológicas, ya que generalmente el color azul y verde, se encuentran en mayor proporción en el campo, el verde de la naturaleza y el azul del cielo que generalmente se nota más ya que en el campo no hay construcciones muy elevadas.

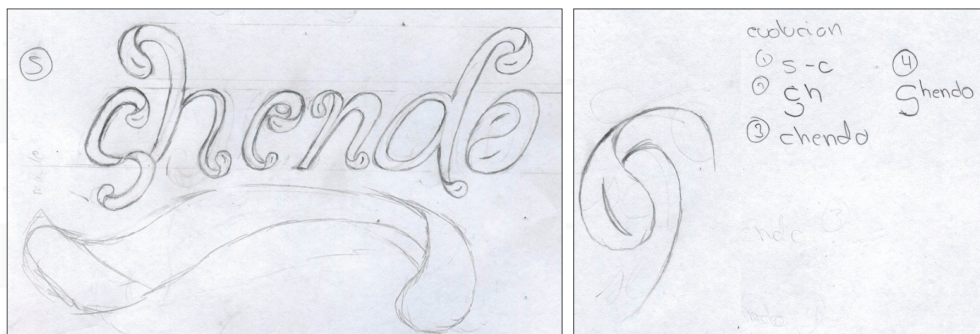


Capítulo IV

4.2.4 Creación de la Ilustración Tipográfica para el modismo: “Noo. Chendo”

Chendo modismo actual: palabra que significa mentiroso, sirve para decir que algo es mentira.

Chendo evolución lingüística: nace de una mala pronunciación de diciendo, pronunciado así: dishendo, lo cual señala su origen infantil. Con la eliminación de la primera sílaba queda shendo y luego chendo.



El concepto que se manejó en el caso del modismo “No Chendo”, como no se pudo encontrar el origen etimológico pero si el proceso evolutivo de como la palabra nació entonces se decidió en primer lugar dar a la tipografía mucha soltura y movimiento y que además se relacione con algo tangible como es la lengua pero de una forma no muy realista.

Entonces se procedió a dar también una intención muy leve de doble lectura de las palabras shendo y chendo, así que de esta manera se conceptualizó que la “S” este conformada por 2 “C” la una en su posición normal y la otra reflejada hacia abajo, por último se utilizó el concepto de lengua para darle terminaciones a todas las partes de la tipografía.

Boceto final





Capítulo IV



- En la ilustración se decidió darle mucha soltura a la tipografía que tenga movimiento pero siempre respetando la legibilidad de la frase.
- Se decidió darle fuerza a cada terminación de las letras y que cada una de estas se asemeje a una lengua muy imperactiva, tambien darle una actitud sugestiva de picardía.
- En cuanto a la morfología de la letra C se trabajo para que al momento de ser reflejada pudiera formar intensionalmen la letra S, guardando asi el concepto por el cual la palabra evoluciono de disiendo a chendo.
- El color que se le dio a las letras, va acompañada del concepto morfologico.
- Cada una de las letras son muy limpias y legibles completándose armoniosamente una con otra.
- El fondo posee un color y textura que conducen toda la atención hacia el centro de la ilustración.



Conclusiones

Hemos podido observar que la posibilidad de fusionar la ilustración tipográfica con un modismo y rescatar toda su riqueza cultural es muy que factible hasta incluso llevándola a posicionarse como un icono y que pase de ser un simple modismo y forma de hablar a una identificación gráfica para los cuencanos.

La manera en que estos 2 elementos se fusionan nos permite imaginar las infinitas posibilidades a las que podemos llegar y concretar.

A lo largo de esta investigación también pude darme cuenta de cuanta riqueza encierra nuestra lengua y también nuestra gráfica, dejándome una gran curiosidad y satisfacción, la misma que espero haber infundido en los que puedan adquirir este proyecto.



Anexos

Modelo de encuesta realizado a la sociedad cuencana con edades de entre 15 y 25 años, esta encuesta fue realizada en zonas de mayor concurrencia de la urbe.

El total de encuestados según una muestra sectorial fue de 52 personas, dandonos como resultado que los modismos que más usan la ciudadanía cuencana son:

"QUE GARA"
 "QUE LONGO"
 "NO CHENDO"

Además tambien nos dio como resultado otros en menor parte como son:

"Que arrecho"
 "Acolita"
 "Ya dice"
 "Vacan loco"
 "Esta del puctas"
 "No mames"

Esta encuesta sirvio mucho para poder hacer un breve analisis de la evolución de como los modismos "en espezifico los 3 primeros" han cambiado y como los jovenes han ido adaptando a su uso cotidiano como mosdismo actual.



Anexos

MODELO DE ENCUESTA

¿Cuál crees tú que es el o los modismos que más es utilizado o es más popular entre la sociedad cuencana?

¿Cuál es el o los modismos que tú utilizas más y en que situaciones lo utilizas?

¿Conoces tú la raíz u origen de los modismos q acabas de mencionar?



Bibliografía

MAYA, Ruth, Ecuador Plural: Palabras y Textos , Proyecto EBI, Ecuador.

RAMIREZ S, Carlos, Folclore Lingüístico, Núcleo del Azuay de la casa ecuatoriana, 1994, N 12.

ENCALADA, Oswaldo, El Cantado Cuencano, Núcleo del Azuay de la casa ecuatoriana, 2007, N 43.

CÓRDOVA, Joaquín, El Canto Cuencano, Don Bosco, Ecuador, 1995

TROCHUT, Alex, More is More, Arts Grafiques Orient, 2011.

JURY, David, Que es la tipografía, GG, Barcelona, 2006.

MARTINEZ, Gloria, Carteles Tipográficos 1990 2207, EASD, Valencia, 2007

KUNZ, William, Tipografía: Marco y Microestética, GG, Barcelona, 2002.

WEB

www.ilupub.blogspot.com

www.vivaloja.com/component/option,com_seyret/Itemid,215/task,videodirectlink/id,95/

www.wordreference.com/definicion/modismo.

www.wordreference.com/definicion/modismo

www.alphonsemuch.com

www.guillaumeapollinaire.com

www.lukelucas.com/About

www.lukelucas.com/Esquire-Magazine-Grooming

www.behance.net/gallery/Tongue-Twisting-Type/185714