

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

**ANÁLISIS SEMÁNTICO-SINTÁCTICO DE LAS PIEZAS DEL
“MUSEO ALFONSO ESCOBAR”. APLICACIÓN EN UN
PROGRAMA DE IMAGEN CORPORATIVA.**

TESIS DE GRADO

PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

PRESENTADO POR:

DANIELA FRANCISCA ABDO LÓPEZ

JOSÉ ALEJANDRO HIDALGO ORDOÑEZ

RIOBAMBA-ECUADOR

AGRADECIMIENTO.

A Dios quien nos ha guiado durante toda la vida y nos ha dado la tenacidad y las fuerzas para seguir con nuestros proyectos.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo principalmente a la Escuela de Diseño Gráfico y a todas la personas que trabajan en la misma, dentro de ellos especialmente a la Dis. Mónica Sandoval por creer en este proyecto y encaminarnos correctamente a lo largo de su proceso, de igual forma al Lic. Ramiro Santos por brindarnos su aporte preciso, y valiosas ideas.

A Don Alfonso y Don Enrique Escobar propietarios del museo por permitirnos el ingreso al mismo, especialmente al segundo por compartir con nosotros su valioso conocimiento que fue primordial para complementar la información obtenida en la teoría en lo que respecta a la arqueología Ecuatoriana.

A todas la personas que de alguna u otra forma han colaborado con nosotros para la culminación de esta etapa de manera especial a nuestras madres que han sido nuestro principal apoyo a lo largo de toda nuestra vida.

DEDICATORIA.

A mi madre Samia Abdo y a mi abuelita Susanita por ser mi pilar fundamental durante toda la vida, por darme su amor y apoyo incondicional y ser lo mejor y más profundo en mi vida, ellas que con su ejemplo de vida y valor me han ido forjando día a día demostrándome que a los obstáculos se los vence y a las metas se las cumple con tenacidad y perseverancia.

Daniela Abdo

A mis padres Miryam y Germán quienes han constituido un gran apoyo para la realización de todas mis metas sin ser esta la excepción. De igual manera a la memoria de mi abuelito Marco quien me inculcó la importancia de la lectura y la avidez de conocimiento y finalmente a mi abuelita Alicia que constituye una gran fortaleza para mí.

José Hidalgo.

RESPONSABILIDAD DEL AUTOR.

“Nosotros Daniela Francisca Abdo López y José Alejandro Hidalgo Ordoñez somos los responsables de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis y el patrimonio intelectual de la misma pertenecen a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo”.

INTRODUCCIÓN.

Con respecto a lo que se refiere a Identidad Corporativa aplicada a los museos de nuestro país, es poco lo que se puede ver, dado que la mayoría de museos en el país cuentan con identidades empresariales conformadas prácticamente solo por la marca y a veces ni eso, sin embargo existen ciertos museos que algo han hecho al respecto, y que al menos han buscado presentar ciertas aplicaciones de imagen corporativa, así mismo existen pocos museos, sobre todo los nuevos como es el caso del Museo del Agua en Quito, en los que se refuerza más el concepto que el público tenga sobre la entidad por medio de un adecuado sistema de identidad empresarial.

En otras partes del mundo, sobre todo en los países del primer mundo, todos los grandes museos poseen una Imagen Corporativa bien trabajada. Claro está que también testimonio histórico de las naciones en las que cada museo se encuentre; por tanto al momento de realizar un manual de Identidad corporativa para este tipo de museos se debe procurar no interferir mucho en el aspecto original del edificio

JUSTIFICACIÓN.

El análisis gráfico al que se someterán a las piezas del museo nos permitirán identificar los diversos módulos compositivos, tipologías, códigos cromáticos y semánticos usados en las piezas, de esta manera al combinar todos estos elementos y aplicarlos a un sistema de Imagen Empresarial lograremos adaptar los aspectos visuales de nuestras culturas ancestrales, a las tendencias y técnicas actuales dentro del Diseño Gráfico y las distintas disciplinas que integran la Imagen corporativa de una Empresa, logrando de esta manera que el Museo logre el conocimiento y reconocimiento del público dentro de la ciudad y la provincia. Logrando así un estilo visual bastante original similar a los usados por las culturas milenarias, pero que a su vez sea moderno, lo cual permitirá al museo llegar a las nuevas generaciones, contribuyendo así al rescate y realce de la identidad cultural de nuestra provincia.

El aporte que los resultados del análisis gráfico de las piezas, constituirá información útil para diseñadores gráficos, incluso podrían llegar a ser base de futuras propuestas de diseño relacionadas con el aspecto cultural e histórico de nuestro país provincia o ciudad.

El realizar el proyecto de Identidad Corporativa basado en las piezas del museo y su previo análisis ayudará a concientizar al diseñador acerca de las infinitas fuentes de inspiración que se pueden encontrar en los diversos aspectos de nuestra cultura, lo cual a más de rescatar y enfatizar el valor de dichos aspectos puede ayudar cambiar la tendencia actual sobre todo dentro de nuestra ciudad de basarse para un diseño solo en cosas que se ven comúnmente.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL.

Analizar el ámbito semántico sintáctico del “Museo Alfonso Escobar”.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Determinar los parámetros Sintácticos y Semánticos que permitirán el análisis de cada una de las piezas.
- Analizar una cantidad específica de piezas del museo y establecer características individuales y grupales de estas.
- Recaltar la importancia de los valores sintácticos y simbólicos del tipo de objetos analizados.
- Diseñar la Identidad Corporativa, basada en el análisis de la piezas y el documento digital que compile los resultados de dicho análisis.
- Diseñar el manual de Marca y las aplicaciones básicas y souvenirs de la misma.

HIPÓTESIS

El análisis gráfico de las piezas arqueológicas e históricas, del museo, será un material que permitirá crear una Imagen Corporativa con un alto nivel pragmático, sintáctico y semántico para el usuario del mismo.

ÍNDICE GENERAL

1.1. Museología.....	24
1.1.1. Museo.....	26
1.1.1.1. Evolución del concepto de museo.	26
1.1.1.2. Tipología de los museos.	29
1.1.1.3. Funcionamiento de un museo.	31
1.1.1.3.1. Funcionamiento en relación al espacio físico.....	31
1.1.1.3.2. Funcionamiento en relación a la institución.	32
1.2. Arqueología.	33
1.2.1. Pieza arqueológica.	34
1.2.2. Arqueología ecuatoriana.	34
1.2.2.1. Principales culturas ecuatorianas identificadas por periodos.	34
1.2.2.1.1. Período pre cerámico.	34
1.2.2.1.1.1. La sociedad paleo india.....	34
1.2.2.1.1.2. La sociedad arcaica.....	35
1.2.2.1.2. Período formativo.	36
1.2.2.1.3. Período de desarrollo regional.	39
1.2.2.1.4. Período de integración.	41
1.2.2.1.5. Período inca.	45
1.3. Identidad corporativa.	46
1.3.1. Principios para el diseño de programas de identidad.....	47
1.3.1.1. Principio simbólico.	47
1.3.1.2. Principio estructural.....	48
1.3.1.3. Principio sinérgico.	48
1.3.1.4. Principio de universalidad.	49
1.3.2. Planificación de programas de identidad corporativa.....	51
1.3.3. Elaboración del manual de identidad corporativa.....	53
1.3.3.1. Presentación.	53
1.3.3.2. Introducción.....	53
1.3.3.3. Objetivos del programa.....	53

1.3.3.4. Vocabulario.....	54
1.3.3.5. Los signos de identidad.....	54
1.3.3.6. Logotipo.....	54
1.3.3.7. Simbolo.....	54
1.3.3.8. Identificador.....	54
1.3.3.9. Gama cromatica.....	54
1.3.3.10. Uso de colores.....	54
1.3.3.11. La estructura visual de la identidad.....	55
1.3.3.12. Tipografia corporativa.....	55
1.3.3.13. Sistema modular de diseño.....	55
1.3.3.14. Formatos.....	55
1.3.3.15. Compaginación.....	55
1.3.3.16. Aplicaciones.....	55
1.3.17. Impresos.....	55
1.3.3.18. Publicaciones.....	56
1.3.3.19. Anuncios, carteles, cine y television.....	56
1.3.3.20. Envase etiquetas y embalajes.....	56
1.3.3.21. Material punto de venta.....	56
1.3.3.22. Material de exposiciones.....	56
1.3.3.23. Material de promocion.....	56
1.3.3.24. Señalizaciones.....	56
1.3.3.25. Decoración publicitaria de vehiculos.....	56
1.4. Semántica.....	56
1.4.1. Expresiones semánticas.....	57
1.4.1.1. Variantes semánticas.....	57
1.4.1.2. Las constantes semánticas.....	58
1.4.1.2.1. Tipos de significantes.....	58
1.4.1.3. El significado semántico.....	59
1.4.2. Leyes compositivas.....	61
1.4.2.1. Simetría axial.....	61
1.4.2.2. Simetría radial.....	61

1.4.2.3. Ley de la balanza.	61
1.4.2.4. Ley de composición de masas.	61
1.4.2.5. Uniformidad de masas.	62
1.4.2.6. Sección aurea.	62
1.4.3. Abstracción.	62
1.4.3.1. Abstracción orgánica.	63
1.4.3.2. Abstracción inorgánica.	63
1.5. Sintáctica.	63
1.5.1. Áreas sintácticas de los gráficos.	64
1.5.2. Las estructuras sintácticas.	64
1.5.3. Valores sintácticos de la expresión visual.	65
1.5.4. Los procedimientos de estructuración sintáctica.	65
1.5.4.1. Los procedimientos sistemáticos.	66
1.5.4.2. Los procedimientos asistemáticos.	66
1.5.5. El espacio tridimensional.	67
1.5.6. La composición gráfica.	68
1.5.6.1. Composición dinámica.	69
1.5.6.2. Retícula compositiva.	70
1.5.6.2.1. Tipos de retícula.	71
1.5.6.2.1.1. Retícula de una columna.	71
1.5.6.2.1. Retículas de 2 y 4 columnas.	72
1.5.6.2.1.2. Retículas de 3 y 6 columnas.	72
1.5.6.2.1.4. Retículas de 5 y 7 columnas.	72
1.5.6.3. Categorías compositivas.	72
1.5.6.3.1. Dirección.	72
1.5.6.3.2. Ritmo.	72
1.5.6.3.2.1. Ritmo continuo.	73
1.5.6.3.2.2. Ritmo simple alterno.	73
1.5.6.3.2.3. Ritmo compuesto alterno.	73
1.5.6.3.2.4. Ritmo creciente y decreciente.	73
1.5.6.3.3. Equilibrio.	73

1.5.6.3.3.1. Equilibrio formal o simétrico.....	74
1.5.6.3.3.2. Equilibrio informal o asimétrico.....	74
1.5.6.3.4. Simetría.....	74
1.5.6.3.4.1. Simetría especular.....	75
1.5.6.3.4.2. Simetría matemática.....	75
1.5.6.3.4.3. Simetría reflejada o axial.....	75
1.5.6.3.4.4. Simetría rotativa.....	75
1.5.6.3.4.5. Simetría dilatada.....	75
1.5.6.3.5. Textura.....	75
1.5.6.3.6. Movimiento.....	75
1.5.6.3.8. Escala.....	76
1.5.6.3.9. Proporción.....	76
1.5.6.4. Técnicas visuales.....	77
1.5.6.4.1. Equilibrio - inestabilidad.....	78
1.5.6.4.2. Simetría - asimetría.....	78
1.5.6.4.3. Regularidad - irregularidad.....	79
1.5.6.4.4. Simplicidad – complejidad.....	79
1.5.6.4.5. Unidad – fragmentación.....	80
1.5.6.4.6. Economía - profusión.....	80
1.5.6.4.7. Reticencia - exageración.....	81
1.5.6.4.8. Predictibilidad - espontaneidad.....	81
1.5.6.4.9. Actividad - pasividad.....	82
1.5.6.4.10. Sutileza - audacia.....	82
1.5.6.4.11. Neutralidad - acento.....	83
1.5.6.4.9.12. Transparencia - opacidad.....	83
1.5.6.4.13. Coherencia - variación.....	84
1.5.6.4.14. Realismo - distorsión.....	84
1.5.6.4.15. Plana - profunda.....	85
1.5.6.4.16. Singularidad – yuxtaposición.....	85
1.5.6.4.17. Secuencialidad – aleatoriedad.....	86
1.5.6.4.18. Agudeza – difusividad.....	86

1.5.6.4.19. Continuidad – episodicidad.	87
2. Análisis de similares.	¡Error! Marcador no definido.
2.1. Introducción a la semiótica del diseño andino precolombino.	88
2.2.2. Introducción.	89
2.1.2. La semiótica del diseño andino.	91
2.1.2.1. El lenguaje.	91
2.1.2.2. La composición.	92
2.1.2.3. El simbolismo.	93
2.1.2.4. La imagen cosmológica andina.	94
2.1.2.5. Semiótica figurativa.	97
2.1.3. Composición simbólica en el diseño andino.	99
2.1.3.1. La iconología geométrica.	99
2.1.3.2. El trazado armónico.	99
2.1.3.2.1. Proporciones armónicas.	100
2.1.3.2.1.1. Proporciones estáticas.	100
2.1.3.2.1.2. proporciones dinámicas.	102
2.1.3.3. La composición modular.	104
2.1.3.3.1. Leyes de la formación de la composición modular.	105
2.1.3.3.1.1. Factores espaciales.	105
2.1.3.3.1.2. Factores iconográficos.	106
2.1.3.4. La geometría figurativa.	106
2.1.4. Leyes de formación del diseño.	106
2.1.4.1. El factor simbólico.	107
2.1.4.2. El factor funcional.	107
2.1.4.3. El factor estilístico.	108
2.1.5. Iconología geométrica.	109
2.1.5.1. Estructuras de ordenamiento.	109
2.1.5.1.1. La unidad.	109
2.1.5.1.2. La dualidad.	110
2.1.5.1.3. La cuatripartición.	111
2.1.5.1.4. La tripartición.	112

2.1.5.2. Estructuras de formación.	112
2.1.5.2.1. La diagonal (“qhata”).	112
2.1.5.2.2. La espiral (“pachacuti”).	114
2.1.5.3. Estructuras de síntesis.	115
2.1.5.3.1. La escalera y espiral.	115
2.1.5.3.2. La cruz cuadrada.	116
2.1.5.3.3. Signos complejos.	117
2.2. Imagen y diseño cañari a través de su historia.	119
2.2.1. El diseño andino.	119
2.2.2. Panorama histórico de la región cañari.	120
2.2.2.1. El período proto cañari.	120
2.2.2.1.1. El paleolítico (8000-4000 a.c.)	120
2.2.2.1.2. El neolítico, formativo medio y tardío (4000-500 a.c.)	121
2.2.2.1.3. El desarrollo regional (500 a.c-500/1.100 d.c.)	122
2.2.2.2. El período cañari.	123
2.2.2.2.1. Integración (500/1100-1470 d.c.)	123
2.2.3. Los cañaris en el tawantinsuyo.	124
2.2.4. La guerra civil y la caída de Tomebamba.	124
2.2.5. Estudio iconográfico del diseño cañari.	125
2.2.6. La biodiversidad andina.	125
2.2.6.1. El naturalismo.	125
2.2.6.2. El hombre y la sociedad.	127
2.2.7. La cosmovisión cañari.	129
2.2.8. Imágenes gráficas.	131
2.2.9. Aplicaciones en nuestra época.	132
2.2.9.1. Fajas.	133
2.2.9.2. Bordados.	134
2.2.10. Conclusión.	135
3. Estudio de las piezas.	¡Error! Marcador no definido.
3.1. Clasificación de las piezas.	136
3.1.1. Tipos de piezas existentes en el museo.	136

3.1.2. Culturas a las que pertenecen las piezas del museo.....	137
3.2. Selección de las piezas a analizar.	138
3.2.1. Cálculo de la cantidad de piezas.	139
3.2.1.1. Método usado para realizar el cálculo.	139
3.2.1.2. Realización del cálculo.	144
3.3. Análisis de las piezas seleccionadas.	145
3.3.1. Fichas de las piezas.....	150
3.3.2. Conclusiones de los datos recopilados en las fichas de análisis.....	208
3.3.2.1. Zona de datos generales.	208
3.3.2.2. Zona de aspectos gráficos de la pieza.....	212
4.1. Introducción.....	¡Error! Marcador no definido.
4.1.1. Definición de focus group.....	251
4.1.1.1. Utilización del focus group.....	251
4.1.1.2. Aplicación el focus group.....	252
4.1.1.2.1. Condiciones para su utilización.	252
4.1.1.2.2. Etapas de preparación del focus group.	253
4.1.1.2.3. Desarrollo de un focus group.....	253
4.1.1.2.4. Restitución de una sesión de focus group.....	254
4.1.1.2.5. Recursos necesarios.	254
4.1.1.2.6. Ventajas y límites.....	255
4.1.1.2.6.1. Ventajas	255
4.1.1.2.6.2. Límites	256
4.1.1.3. Sondeo del focus group.....	256
4.1.1.3.1. Determinación de los miembros del focus group.	256
4.1.1.3.2. Entrevistas y encuestas realizadas al focus group.	257
4.1.1.3.2.1. Resultados de la encuesta de preferencias realizadas en la escuela cinco de junio	257
4.1.1.3.2.2. Resultados de la encuesta de preferencias realizadas en la unidad educativa santo tomas apostol riobamba.....	268
5.1. Bocetos.....	279
5.2. Bocetos preseleccionados.	282

5.3. Selección del identificador definitivo.....	283
5.3.1. Encuesta aplicada.....	283
5.3.2. Tabulación de las encuestas.....	285
5.3.2.1. Grupo de 8 a 11 años.....	285
5.3.2.2. Grupo de 12 a 16 años.....	290
5.3.2.3. Identificador definitivo.....	295
5.4. Creación de la identidad corporativa del museo.....	296
5.4.1. Manual de marca.....	297
5.4.2. Aplicaciones de marca creadas.....	320
5.4.2.1. Aplicaciones de papelería.....	320
5.4.2.2. Aplicaciones en souvenirs.....	329

ÍNDICE DE IMÁGENES.

Imagen I. 1. Equilibrio-Inestabilidad.....	78
Imagen I. 2. Gráfico Simetría – Asimetría.....	79
Imagen I. 3. Gráfico Regularidad-Irregularidad.....	79
Imagen I. 4. Gráfico Simplicidad-Complejidad.....	80
Imagen I. 5. Gráfico Unidad-Fragmentación.....	80
Imagen I. 6. Gráfico Economía-Profusión.....	81
Imagen I. 7. Gráfico Reticencia-Exageración.....	81
Imagen I. 8. Gráfico Predicibilidad-Espontaneidad.....	82
Imagen I. 9. Actividad-Pasividad.....	82
Imagen I. 10. Gráfico Sutileza-Audacia.....	83
Imagen I. 11. Gráfico Neutralidad-Acento.....	83
Imagen I. 12. Gráfico Transparencia-Opacidad.....	84
Imagen I. 13. Gráfico Coherencia-Variación.....	84
Imagen I. 14. Gráfico Realismo-Distorsión.....	85
Imagen I. 15. Gráfico Plana-Profunda.....	85
Imagen I. 16. Gráfico Singularidad-Yuxtaposición.....	86
Imagen I. 17. Gráfico Secuencialidad-Aleatoriedad.....	86
Imagen I. 18. Gráfico Agudeza-Difusividad.....	87
Imagen I. 19. Gráfico Continuidad-Episodicidad.....	87
Imagen II. 20. Gráfico Continuidad-Episodicidad.....	93
Imagen II. 21. Simbolismo: a) Naturalista, b) Mítico, c) Compositivo de un mismo elemento.....	94
Imagen II. 22. Dibujo de la transcripción de la Imagen del Altar Mayor del Templo Coricancha.....	96
Imagen II. 23. Distribución de los elementos básicos de la imagen.....	97
Imagen II. 24. Mallas de construcción del trazo armónico binario.....	101

Imagen II. 25. Mallas de construcción del trazo armónico terciario.	102
Imagen II. 26. Ejemplos sencillos de signos Mochica que usan mallas de trazo binario y terciario.	102
Imagen II. 27. Trazados armónicos dinámicos.	104
Imagen II. 28. Ejemplo de composición modular.	106
Imagen II. 29. Signo Hélice.	112
Imagen II. 30. Signos: a)Diagonal, b)Diagonales, c)Triángulo, d)Rombo, e) Escalonado.	113
Imagen II. 31. Representaciones Tiahuanaco de los signos: a) Espiral Doble, b) Doble espiral.	115
Imagen II. 32. Representaciones del signo Escalera y Espiral.	116
Imagen II. 33. Signo de la cruz cuadrada.	117
Imagen II. 34. Representaciones de algunos signos complejos.	118
Imagen II. 35. Representaciones animales: Cangrejo, Pelicano, Guacamayas, Murciélago.	125
Imagen II. 36. Representación el Hombre y la Sociedad: Hombre-Mujer y Hombre y su entorno natural.	127
Imagen II. 37. Representación Arete en oro; procedencia Pectete, Cultura Tacalzhapa.	128
Imagen II. 38. Representación vida día tras día como Pareja.	129
Imagen II. 39. Representación: Espíritus Guardianes, Recuerdo de la presencia de los Ancestros.	130
Imagen II. 40. Simbología hallada en botella con asa de estribo procedencia: El Descanso, Cultura Narrío.	131
Imagen II. 41. Detalle de decoraciones, Cultura Tacalzhapa.	132
Imagen II. 42. Detalle de decoraciones, Cultura Tacalzhapa.	132
Imagen II. 43. Placa, Cultura Tacalzhapa.	133
Imagen II. 44. Aplicación Actual: Fajas-Animales Andinos.	134
Imagen II. 45. Aplicación Actual: Fajas-Cruces.	134

Imagen II. 46. Aplicación Actual: Bordado-Remate de polleras.....	135
Imagen III. 47. Paso 1	140
Imagen III. 48. Paso 2.....	140
Imagen III. 49. Paso 3.....	141
Imagen III. 50. Paso 4.....	142
Imagen III. 51. Paso 5	143
Imagen III. 52. Paso 6.....	143
Imagen III. 53. Paso 7.....	144
Imagen III. 54. Explicación gráfica del cálculo realizado.	145
Imagen III. 55. Estructura de la ficha de análisis.....	146
Imagen III. 56. Lista de movimientos y cantidad de repeticiones de cada uno.	219
Imagen III. 57. Aplicaciones de la pieza 8.	230
Imagen III. 58. Aplicaciones de la pieza 12.	231
Imagen III. 59. Aplicaciones de la pieza 32.	231
Imagen III. 60. Aplicaciones de la pieza 47.	232
Imagen IV. 61. Encuesta 1, Resultados Escuela Pregunta 2.....	259
Imagen IV. 62. Encuesta 1, Resultados Escuela Pregunta 2.....	259
Imagen IV. 63. Encuesta 1, Resultados Escuela Pregunta 3.....	260
Imagen IV. 64. Encuesta 1, Resultados Escuela Pregunta 4.....	261
Imagen IV. 65. Encuesta 1, Resultados Escuela Pregunta 5.....	262
Imagen IV. 66. Encuesta 1, Resultados Escuela Pregunta 6.....	263
Imagen IV. 67. Encuesta 1, Resultados Escuela Pregunta 7.....	264
Imagen IV. 68. Encuesta 1, Gráfico Pregunta 8.	265
Imagen IV. 69. Encuesta 1, Resultados Escuela Pregunta 8.....	265
Imagen IV. 70. Encuesta 1, Resultados Colegio Pregunta 2.	269
Imagen IV. 71. Encuesta 1, Resultados Colegio Pregunta 2.	270

Imagen IV. 72. Encuesta 1, Resultados Colegio Pregunta 3.	271
Imagen IV. 73. Encuesta 1, Resultados Colegio Pregunta 4.	272
Imagen IV. 74. Encuesta 1, Resultados Colegio Pregunta 5.	273
Imagen IV. 75. Encuesta 1, Resultados Colegio Pregunta 6.	274
Imagen IV. 76. Encuesta 1, Resultados Colegio Pregunta 7.	275
Imagen IV. 77. Encuesta 1, Resultados Colegio Pregunta 8.	276
Imagen V. 78. Propuesta 1 con sus diversas variantes.	280
Imagen V. 79. Propuesta 2 con sus diversas variantes.	280
Imagen V. 80. Propuesta 3 con sus diversas variantes.	281
Imagen V. 81. Propuesta 4 con sus diversas variantes.	281
Imagen V. 82. Propuesta 3 con sus diversas variantes.	281
Imagen V. 83. Propuesta preseleccionadas.....	282
Imagen V. 84. Hoja con las propuestas de marca mostradas al Focus Group.	284
Imagen V. 85. Encuesta 2, Resultados Escuela Pregunta 1.....	285
Imagen V. 86. Encuesta 2, Resultados Escuela Pregunta 2.....	287
Imagen V. 87. Encuesta 2, Resultados Escuela Pregunta 3.....	288
Imagen V. 88. Encuesta 2, Resultados Escuela Pregunta 4.....	289
Imagen V. 89. Encuesta 2, Resultados Escuela Pregunta 1.....	291
Imagen V. 90. Encuesta 2, Resultados Escuela Pregunta 2.....	292
Imagen V. 91. Encuesta 2, Resultados Escuela Pregunta 3.....	293
Imagen V. 92. Encuesta 2, Resultados Escuela Pregunta 4.....	294
Imagen V. 93. Marca definitiva.....	296
Imagen V. 94. Hoja Tipo.....	322
Imagen V. 95. Sobre de Carta.....	323
Imagen V. 96. Tarjeta de Presentación.....	324
Imagen V. 97. Tarjeta de la empresa.....	325

Imagen V. 98. Carnet para Empleados	325
Imagen V. 99. Entradas Convencionales.....	326
Imagen V. 100. Entradas coleccionables para niños y jóvenes.....	327
Imagen V. 101. Carilla de colección.....	328
Imagen V. 102. Separador para libros.....	331
Imagen V. 103. Cartilla de adhesivos.....	332
Imagen V. 104. Mousepad.....	333
Imagen V. 105. Colgantes para celular.....	334
Imagen V. 106. Pulseras.....	335
Imagen V. 107. Cuaderno.....	336
Imagen V. 108. Llaveros.....	337
Imagen V. 109. Tazas.....	338
Imagen V. 110. Gorras.....	339
Imagen V. 111. Camisetas	340

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla I.I. Ejemplo función Sinérgica de los Signos de Identidad.....	51
Tabla I.II. Ejemplo Universalidad Ubicuidad de los Signos de Identidad.....	53
Tabla III.III. Ficha 1.....	152
Tabla III.IV. Ficha 2a.....	153
Tabla III.V. Ficha 2b.....	154
Tabla III.VI. Ficha 2c.....	155
Tabla III.VII. Ficha 3.....	156
Tabla III.VIII. Ficha 4.....	157
Tabla III.IX. Ficha 5.....	158
Tabla III.X. Ficha6.....	159
Tabla III.XI. Ficha 7a.....	160
Tabla III.XII. Ficha7b.....	161
Tabla III.XIII. Ficha 7c.....	162
Tabla III.XIV. Ficha8.....	163
Tabla III.XV. Ficha9a.....	164
Tabla III.XVI. Ficha 9b.....	165
Tabla III.XVII. Ficha10a.....	166
Tabla III.XVIII. Ficha10b.....	167
Tabla III.XIX. Ficha10c.....	168
Tabla III.XX. Ficha1 1a.....	169

Tabla III.XXI. Ficha 11b.....	170
Tabla III.XXII. Ficha12.....	171
Tabla III.XXIII. Ficha 13.....	172
Tabla III.XXIV. Ficha14.....	173
Tabla III.XXV. Ficha 15.....	174
Tabla III.XXVI. Ficha16.....	175
Tabla III.XXVII. Ficha 17.....	176
Tabla III.XXVIII. Ficha 18.....	177
Tabla III.XXIX. Ficha 19.....	178
Tabla III.XXX. Ficha 20.....	179
Tabla III.XXXI. Ficha21.....	180
Tabla III.XXXII. Ficha 22.....	181
Tabla III.XXXII. Ficha 23.....	182
Tabla III.XXXIV. Ficha24.....	183
Tabla III.XXXV. Ficha 25.....	184
Tabla III.XXXVI. Ficha 26.....	185
Tabla III.XXXVII. Ficha 27.....	186
Tabla III.XXXVIII. Ficha28.....	187
Tabla III.XXXIX. Ficha 29.....	188
Tabla III.XL. Ficha 30.....	189
Tabla III.XLI. Ficha 31.....	190

Tabla III.XLII. Ficha 32.....	191
Tabla III.XLIII. Ficha33.....	192
Tabla III.XLIV. Ficha34.....	193
III.XLV. Ficha 35.....	194
Tabla III.XLVI. Ficha 36a.....	195
III.XLVII. Ficha36b.....	196
III.XLVIII. Ficha 37.....	197
Tabla III.XLIX. Ficha38.....	198
III.L. Ficha 39.....	199
Tabla III.LI. Ficha40.....	200
Tabla III.LII. Ficha41.....	201
Tabla III.LIII. Ficha 42.....	202
Tabla III.LIV. Ficha 43.....	203
Tabla III.LV. Ficha 44.....	204
Tabla III.LVI. Ficha 45.....	205
Tabla III.LVII. Ficha46.....	206
Tabla III.LXIII. Ficha47.....	207
Tabla III.LIX. Ficha 48.....	208
Tabla III.LX. Pieza.....	210
Tabla III.LXI.Cultura.....	211
Tabla III.LXII. Período.....	211

Tabla III.LXIII. Tipo de objeto.....	212
Tabla III.LXIV.Grupo.....	212
Tabla III.LXV. Material.....	213
Tabla III.LXVI.Técnica.....	213
Tabla III.LXVII. Signo(s), Significado(s).....	214
Tabla III.LXVIII. Simbolismo utilizado.....	216
Tabla III.LXIX. Trazos.....	217
Tabla III.LXX. Proporción.....	217
Tabla III.LXXI. Textura.....	218
Tabla III.LXXII. Simetría.....	219
Tabla III.LXXIV. Equilibrio.....	220
Tabla III.LXXV. Técnicas Visuales.....	221
Tabla III.LXXVI. Cromática.....	222
Tabla IV.LXXVII. Recursos para un focus group.....	232
Tabla V.LXXVIII. Cambios sugeridos por los alumnos de la escuela 5 de junio.....	267
Tabla V.LXXIX Cambios sugeridos por los alumnos de la Unidad Educativa Santo Tomás Apóstol Riobamba.....	273

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.

1.1. MUSEOLOGÍA.

La Museología es una ciencia normativa que estudia los museos y analiza ciertos aspectos de los mismos, tales como su historia, su influencia en la sociedad, las técnicas de conservación y catalogación.

El origen de esta ciencia se da a partir de la capacidad del hombre de estructurar su historia a través de los tiempos, así como de la necesidad de conservar los bienes que constituyen vestigios de dicha historia.

El primer ejemplo de Museología podría ser a fines del siglo XIX cuando el Museo de Historia Natural de Londres empezó a exhibir sus objetos ordenados científicamente, gracias a las clasificaciones de Carlos Linneo; un científico, naturalista, botánico y zoólogo sueco, al cual también se conoce como uno de los padres de la ecología.

En la actualidad la Museología confronta al hombre con su realidad, orígenes e Historia, por medio de elementos tridimensionales, representativos y simbólicos por lo general clasificados cronológicamente. También cabe destacar que en la actualidad esta ciencia

trabaja conjuntamente con las ciencias de la comunicación y la informática logrando así brindar información sobre el museo a sus usuarios de una manera lúdica y efectiva.

Entre los principales elementos de estudio que esta ciencia analiza tenemos a los siguientes:

- ***El Público.***- En un inicio los museos estaban orientados hacia el público de las clases más altas, sea cual sea el estado donde dichos museos se encuentren, sin embargo y tomando la finalidad de dar a conocer a la gente datos históricos acerca de su realidad, los museos de hoy en día buscan llegar a un público lo más amplio posible. Es por ello que es importante para un museo obtener la mayor información posible acerca de la gente que habita el sector donde se ubica, así como los posibles visitantes, para de esta manera buscar la forma de llegar a la mayor cantidad de gente posible.
- ***La Planificación.***- Esta busca plantear objetivos claros y bien definidos para el museo, en pos de lograr el buen funcionamiento del mismo como institución cultural. Dichos objetivos vienen marcados por la política cultural del sector al que pertenece cada museo, así como de las intenciones que tenga el equipo gestor del mismo. Dentro de la planificación, la museología analiza aspectos como la adquisición y conservación de obras de arte, la disposición física de las obras, la difusión educativa de la colección o el análisis de la relación público-museo, entre otros aspectos.
- ***El Contnente.***- Analiza la estructura arquitectónica dentro de la cual funciona un museo, la Museología busca establecer ciertas formas de usar la misma, puesto que dependiendo de que si el edificio sea de vieja o nueva planta se pueden definir ciertas formas de disposición de las piezas o incluso adecuaciones en el espacio físico, claro está el modo de proceder será distinto en cada uno de los tipos de edificios mencionados.
- ***El Contenido.***- Este se refiere a todos los elementos que forman parte de la colección del museo, elementos que generalmente no se limitan a la muestra que se encuentra en exposición. La intervención de la museología en el contenido de un museo se da en función a organizar de una manera coherente todos los elementos que van a ser parte de la muestra expuesta; buscando que cada pieza

tenga su valor propio dentro de la exposición, sin perder pertenencia con respecto al grupo de piezas expuesto.

1.1.1. MUSEO.

Resumiendo la definición de museo según el Consejo Internacional de Museos (ICOM) se puede definir como museo a una institución pública o privada permanentemente abierta al público, dedicada a adquirir, conservar, investigar, comunicar y exponer distintos tipos de colecciones que tengan algún valor cultural, estas son exhibidas con propósitos de estudio, educación o deleite. ¹ Resumen de la definición de museo según el Consejo Internacional de Museos (ICOM)

Colecciones similares a las exhibidas en los museos de la actualidad han existido desde la Antigüedad, como por ejemplo, algunas personas de la aristocracia en Grecia y en Roma coleccionaban objetos valiosos y obras de arte que exhibían en los jardines de sus casas, a todos los visitantes del hogar. Fue en la época del Renacimiento cuando se dio el nombre de "museo" a los edificios expresamente dedicados a la exhibición de colecciones de carácter cultural sea cual sea su finalidad.

En la actualidad un museo es una institución que existe en todas partes del mundo, pero que tiene ciertas características en los países considerados potencias, en donde los museos de cierta manera forman parte de la vida cotidiana. Y en países considerados tercermundistas los museos son instituciones que buscan hacerse un lugar dentro de la rutina del público de la localidad a la que pertenecen.

1.1.1.1. EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE MUSEO.

A partir de finales del siglo XVIII cuando se creó el primer museo con carácter público, la museología busca analizar el concepto de museo como un concepto que desde su origen se ha ido desarrollando hasta la actualidad.

El origen de los museos es un hecho que se podría afirmar que se dio a raíz de dos hechos culturales importantes: el coleccionismo y la Ilustración.

- *El coleccionismo*: Algunos pretenden situar sus orígenes en el momento del saqueo de Babilonia por los Elamitas en el Antiguo Oriente, quienes trasladaron

a su ciudad los objetos más valiosos, exponiéndolos posteriormente, este hecho se suscitó en el año 1176 A.C. En Europa el Coleccionismo alcanzó su auge con las monarquías absolutas. De hecho, paralelamente al coleccionismo estatal de las monarquías, se empieza desarrollar el Coleccionismo privado. Este fenómeno llegó a tener sus mejores exponentes en países como Holanda y Gran Bretaña. Esta tendencia a realizar y exhibir colecciones sobre todo de modo privado comienza también a tomar forma en América, dando origen así a los primeros museos en el continente, hecho que fue posible principalmente gracias al coleccionismo privado.

- *La Ilustración:* Fue un movimiento cultural europeo que se desarrolló desde principios del siglo XVIII hasta el inicio de la Revolución francesa, principalmente en Francia e Inglaterra. Este movimiento debe su nombre a su declarada finalidad de disipar las tinieblas de la humanidad mediante las luces de la razón. Es mediante este afán de promover la razón y conocimiento que aparecen los primeros museos como una de las principales herramientas usadas para alcanzar dicha finalidad. Es así como en el año 1793 tiene lugar la creación, con carácter público, del museo del Louvre, el cuál serviría como modelo a seguir para el desarrollo de otros importantes museos de Europa.

A lo largo de la historia y conjuntamente con el concepto de museo han evolucionado también los objetivos del mismo como institución. Por ejemplo en la antigüedad uno de los principales objetivos que perseguía un museo era el de incrementar las colecciones, así como la guarda y custodia de las mismas con el fin de que puedan ser contempladas por el público, sin que este siga siendo un importante objetivo hoy en día uno de los principales fines que persiguen los museos es el de lograr manejar de manera didáctica y dinámica las exposiciones para lograr brindar al público un servicio eficaz.

Es así como los museos fueron evolucionando, pasando de ser simplemente lugares que mostraban colecciones de gente o instituciones adineradas a convertirse en lugares de investigación y estudio, es por esto que es muy común que todos los o en la mayoría exista un conservador, este puede ser Museólogo, científico o simplemente una persona que tenga un amplio conocimiento sobre el museo, pues es el encargado de mantener en

buen estado las piezas, y en muchos casos de brindar información sobre las mismas al público visitante.

En los últimos años los la mayoría de museos e instituciones encargadas de los mismos se han enfocado en centrar la labor del museo como servicio público. Es así como el museo se está convirtiendo en un medio de comunicación de masas.

Las primeras definiciones oficiales de museo aparecieron durante el siglo pasado, y fueron emitidas por el Comité Internacional de Museos o ICOM creado en 1946, en los estatutos de 1947 esta entidad consta la primera definición de muse, que es la misma que se expuso en este documento (ver II.I.I). El año de 1974 el ICOM da una nueva definición en sus estatutos, en el título 2, artículo 3, afirma que el Museo es una “Institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad que adquiere, conserva, comunica y presenta con fines de estudio, educación y deleite testimonios materiales del hombre y su medio”. En su artículo 4 incluye dentro de esta definición los siguientes elementos:

- a) Los Institutos de conservación y galerías de exposición dependientes de Archivos y Bibliotecas.
- b) Los lugares y monumentos arqueológicos, etnográficos y naturales y los sitios y monumentos históricos, teniendo la naturaleza de un nuevo museo por sus actividades de adquisición, conservación y comunicación.
- e) Las Instituciones que presentan especímenes vivientes tales como los jardines botánicos y zoológicos, acuarios, vivarios, etcétera.

En 1983, la decimocuarta Asamblea General del ICOM, que se celebró en Londres el 1 y 2 de agosto, añade al artículo anterior lo siguiente:

- d) Los parques naturales, los arqueológicos e históricos.
- e) Los centros científicos y planetarios.

Esta definición de 1974 amplía el concepto de Museo, incluyendo ya no solo a bienes muebles sino también a bienes inmuebles. Entre los bienes muebles incluye todos los testimonios de la vida cultural, que tengan un significado religioso, político o social. Es

de este modo como se han creado museos que responden a diversas motivaciones, por ejemplo museos con finalidades educativas, científicas o lúdicas, dentro de un extenso número de finalidades que puede tener un museo.

En la transformación de los museos desde espacios destinados a las clases nobles, hasta ser espacios culturales abiertos a todo público, los diversos museos han alternado entre exposiciones permanentes y temporales, siendo las temporales las de más aceptación, y estando las salas casi desiertas durante las permanentes. Es así como dentro de la evolución de los museos y su concepto, uno de los aspectos que más debe ser tomado en cuenta es la búsqueda de métodos que permitan a un museo llegar al público de tal manera que las visitas al mismo sean frecuentes.

1.1.1.2. TIPOLOGÍA DE LOS MUSEOS.

La clasificación de museos es de utilidad para efectos organizativos y estadísticos. Para lograr definir a que tipo pertenece cada museo resulta útil tomar en cuenta los siguientes criterios:

- Titularidad
- Ámbito geográfico de cobertura de las colecciones.
- Contenido temático de las colecciones.

A continuación se muestra algunos de los tipos de museo que se pueden definir.

Museos de arte.- Se los conoce también como Galerías de arte, es un espacio para la exhibición y promoción del arte, principalmente arte visual, reúne obras aisladas conjunto de obras a las que reconoce en primer término un valor artístico, pero cuyo valor científico no es desdeñable. Se basan en la historia del arte. Pueden subdividirse en museos de pintura (galerías), de escultura, de artes aplicadas.

Aparte de exponer sus colecciones propias, este tipo de museo suele realizar eventualmente exposiciones temporales, a las cuales se las puede denominar individuales si presentan obras de un mismo artista o colectivas si presentan uno o varios obras de diversos artistas.

Museos de Historia Natural y Ciencias Naturales.- Este tipo de museos suele exhibir especímenes o muestras obtenidos de la naturaleza. Se dedican a varias disciplinas, tales

como la botánica, geología, mineralogía, zoología, paleontología, entre otras en estos museos a varias disciplinas, botánica, geología, mineralogía, zoología, paleontología, la investigación y enseñanza desempeñan el papel más importante.

Museos de Etnografía y Folklore.- Este tipo de museos se dedica a recolectar, conservar elementos culturales pre-industriales que pueden ser contemporáneos o pertenecientes a un pasado más o menos reciente.

Museos de Historia y Arqueología.- A este grupo pertenecen los museos cuyas colecciones han sido concebidas y presentadas dentro de una perspectiva histórica. Pueden ser especializados en ciertos aspectos tales como localidades, épocas, civilizaciones u otros aspectos culturales, o pueden ser un poco más generales, como es el caso del museo a analizar en el presente documento.

Entre los museos de históricos más especializados en hallazgos arqueológicos se encuentran los llamados “Museos de Antigüedades”. Este tipo de museo nos muestra la evolución histórica y cultural de nuestra sociedad destacando características que la hacen única y singular, mediante la exposición de hallazgos clasificados por épocas, maquetas de los sitios donde dichos hallazgos fueron encontrados y una fototeca de cada lugar. Algunos suelen tener su propia Biblioteca a disposición de estudiosos e investigadores.

Dos tipos más de museo histórico son las “Casas Históricas”, que son edificios de interés cultural por acontecimientos históricos importantes que se hayan suscitado en los mismos, y los denominados “Museos Vivientes”, que son sitios en donde un grupo de personas recrea hechos históricos.

Museos de las ciencias y de las técnicas.- Estos giran en torno a los logros científicos y su historia. Un ejemplo de este tipo podrían ser los planetarios, e incluso se podría incluir al relativamente nuevo “Museo del Agua” de la ciudad de Quito, en el cuál mediante herramientas multimediáticas de interacción se transmiten conocimientos sobre el agua al público que visita la institución.

Existe otra clase de museo que debido a las características de su desarrollo está considerado como parte de este grupo y que a su vez forma parte de cualquiera de los

otros tipos de museo que brevemente se ha analizado, se trata de los museos virtuales, los cuales en su mayoría se encuentran en el sitio web de ciertos museos sean estos del tipo que sean, y contienen galerías de imágenes del contenido del museo así como información de dicho contenido.

Museos de tipo “Site Museum”.- Son todos aquellos lugares, sean en espacios al aire o en espacios arquitectónicos, que por algún motivo de interés público son objeto de visita de la gente, y funcionan de manera similar o igual a la de un museo común, estos sitios pueden estar clasificados dentro de cualquiera de los tipos expuestos anteriormente. Un ejemplo de estos museos puede ser las ya mencionadas “Casas Históricas”.

1.1.1.3. FUNCIONAMIENTO DE UN MUSEO.

1.1.1.3.1. FUNCIONAMIENTO EN RELACIÓN AL ESPACIO FÍSICO.

En lo que concierne a la ambientación, la arquitectura de un museo debe ser sobria con respecto a las piezas exhibidas, para evitar que el continente destaque más que el contenido, de este modo el espacio físico brinda a las piezas condiciones óptimas para su conservación y apreciación. Desde el punto de vista del espacio físico existen tres características indispensables que pueden optimizar o entorpecer el funcionamiento del mismo, estas son:

La accesibilidad.- Se refiere a que todos los visitantes, sobre todos aquellos con capacidades especiales puedan tener acceso al museo y a los objetos expuestos en este, esto quiere decir, que debe existir una proporción entre lo estético y lo funcional, lo cual representa un reto cuando se trata de un edificio antiguo, sin embargo, al realizar los estudios y análisis necesarios se puede lograr buenos resultados.

Se debe buscar que el Espacio Físico tenga accesibilidad a la mayor cantidad posible de gente con capacidades especiales pertenecientes al público que desee visitarlo. Con este fin, se puede tomar en cuenta ciertas alternativas dependiendo de la capacidad económica de cada museo, tales como delimitar de distintas maneras todas las zonas del museo, por ejemplo mediante manejo de texturas en el piso para gente con ceguera o deficiencia visual, relaciones cromáticas y simbólicas para gente que no lee, y cualquier método que permita el desenvolvimiento dentro del edificio a las personas de capacidades especiales. Se deben buscar maneras de que la gente no vidente o con

deficiencias visuales pueda interactuar con el contenido, para esto resulta muy conveniente la disposición de audio guías en caso de que el museo no pueda disponer de guías que ayuden a esta clase de público, e incluso manejar la posibilidad de permitir a este público interactuar con las piezas en medida que esto sea posible, o de la misma manera permitirle la interacción con maquetas que le den una idea sobre los objetos que se exhiben, también resulta muy práctico mostrar en las distintas dependencias planos esquemáticos en altorrelieve, sistema braille y buen contraste visual, para facilitar el reconocimiento de los espacios y su distribución. Claro está que estas no son todas las alternativas, todo dependerá de la creatividad y los recursos con los que disponga el equipo gestor del museo.

La seguridad.- Una parte importante del buen funcionamiento de un museo viene a ser el que el espacio físico de por sí y ayudado por mecanismos diversos ayude a dar un buen resguardo a las colecciones. Los mecanismos de los que cada museo se valga dependerán del presupuesto con el que este cuente, sin embargo por más mínimos que sean los recursos disponibles se debe procurar instalar un sistema mínimo de seguridad que de un buen resguardo a las piezas.

Expectativas de futuro.- El edificio en cuanto a su diseño debe ser inacabado, técnica, funcional y estéticamente. Inacabado significa a que nos brinde versatilidad para realizar modificaciones al momento en que se presente la necesidad de realizarlas. Esto representa un reto grande si se trata de un museo que se está construyendo recién, y mucho más si el museo está ya funcionando en un edificio antiguo, en este caso aparte de tomar en cuenta la funcionalidad y estética del lugar se debe cuidar no afectar mucho el aspecto original del edificio pues se trata de patrimonio, sin embargo llegará un momento en que una adecuación sea necesaria, y se debe buscar soluciones que no mermen en la calidad de patrimonio del edificio y que al contrario, lo fortalezcan como tal.

1.1.1.3.2. FUNCIONAMIENTO EN RELACIÓN A LA INSTITUCIÓN.

Sin importar el tipo de museo ni cual sea su disciplina básica, lo esencial es que cada uno en su campo de acción desarrolle actividades que lo conviertan en centro activo, y útil para la sociedad. A esto se llama proyección cultural. Para llevar a cabo esto, primeramente debe formar personal competente, que aplique en la práctica los

conocimientos teóricos que haya adquirido durante su capacitación. Cada museo debe adaptarse continuamente al dinamismo y ajuste cultural de la sociedad, aplicando según su presupuesto lo permita, los recursos que en la actualidad la ciencia y la tecnología brindan, de este modo se convierte también en una institución dinámica lo cual permite llegar de un modo más eficaz al público así como brindar un mejor servicio.

Una misión muy importante del museo, es contribuir a concientizar a la población sobre la importancia de la valoración del patrimonio cultural por medio de sus exhibiciones, las piezas que conformen la colección exhibida deben poseer un cierto valor cultural, que ayude a cumplir la misión mencionada. El museo debe ser un lugar que incentive la investigación dentro del público que lo visite, esto se puede lograr mediante la comunicación visual y el diseño gráfico.

El museo deberá estar orientado a cumplir con 3 objetivos básicos:

- El desarrollo global de la población y la comunidad, recurriendo a todos aquellos organismos que se apoyan en una continuidad cultural (el patrimonio), y sobre una formación concreta (la exposición) y la memorización de los datos y objetos expuestos.
- Recibir la misión de reflejar la totalidad del entorno y del desarrollo de nuestra historia.
- Utilizar un lenguaje claro, reunido de modo tal que se perciban las relaciones entre los objetos y su contexto, o que sean comunicados únicamente por su contenido de información, sin caer en la comunicación abstracta, basándose solo en la exposición del objeto mismo o utilizando medios de apoyo.

1.2. ARQUEOLOGÍA.

Es una disciplina científica que estudia los restos de las civilizaciones primitivas y todo lo que a ellos se refiere, con el fin de poder estudiar la vida y costumbre de los pueblos que los originaron y establecer su historia. Para esto divide a la historia en períodos, para de esta manera poder analizar específicamente lapsos determinados de tiempo a los que puedan pertenecer los restos a estudiar.

1.2.1. PIEZA ARQUEOLÓGICA.

Se trata de un objeto que por su antigüedad se constituye en testimonio de la vida humana ya desaparecida, es decir de las culturas y civilizaciones antiguas. Existen dentro de cada pieza arqueológica rasgos que permiten asociarla con una cultura o civilización en especial, por esto el conocer al menos las características visuales específicas de las culturas a las cuales pertenecen las piezas a estudiar en el presente proyecto, es de gran ayuda para agilizar el proceso de análisis.

1.2.2. ARQUEOLOGÍA ECUATORIANA.

Dentro del territorio ecuatoriano la arqueología ha podido documentar con cierta amplitud, la forma de vida de las civilizaciones más antiguas dentro del mismo, de hecho, en la actualidad se puede establecer mediante cierta evidencia, la edad cultural y las múltiples corrientes del hombre Ecuatorial-andino, que al igual que la mayoría de civilizaciones antiguas enfocó su vida cotidiana en dos pilares fundamentales, lo material y lo espiritual, dando un carácter muy peculiar a su modo de ver, y a la forma de expresarlo.

1.2.2.1. PRINCIPALES CULTURAS ECUATORIANAS IDENTIFICADAS POR PERIODOS.

1.2.2.1.1. PERÍODO PRE CERÁMICO.

Este período transcurre en el lapso comprendido entre los años 11000 y 4000 A.C. Los grupos humanos de este periodo se movilizaban de manera cíclica dentro de una zona delimitada en la cual habitaban cuevas o chozas hechas de ramas o pieles de animales, pero dentro de todo el territorio que recorrían se pueden determinar ciertas zonas usadas como campamentos o talleres de manera repetida durante largos lapsos de tiempo, por tanto en este periodo no nos referiremos a culturas sino a sociedades, y de los diversos campamentos o talleres que utilizaron.

1.2.2.1.1.1. LA SOCIEDAD PALEO INDIA.

Esta sociedad se caracteriza por que su actividad era netamente de caza y recolección, por tanto la mayoría de hallazgos sobre esta sociedad consiste en armas y utensilios

usados para los menesteres mencionados. Los vestigios de dicha sociedad se encontraron en el callejón interandino, específicamente en los siguientes lugares:

- ***El Inga (11000 - 4000 A.C.)***- Es una campamento-taller en el cerro Ilaló al este de Quito, en el cual se ha encontrado gran cantidad de instrumentos hechos en piedra, y todos estos eran armas usadas para la caza y artefactos utilizados en el proceso que se daba a las presas recolectadas, tales como cuchillos para trozar la carne y romper huesos, o raspadores para sacar pieles y romper huesos, y una diversidad de herramientas usadas en procesos similares, e incluso artefactos para realizar grabaciones sencillas. Las principales materias primas usadas eran el basalto y piedras.

Chobsi (9000 - 6500 A.C.)- Es una cueva usada como campamento base por los cazadores y recolectores de la sociedad paleo india cerca a la actual población de Sigsig en la provincia del Azuay. Esta cueva contiene vestigios de presencia humana en repetidas ocasiones consistentes en fragmentos de utensilios de roca y hueso, de igual manera se encuentran restos de comida, consistentes en huesos de animales de caza, la materia prima de los artefactos hallados es muy variada: Rocas metamórficas, piezas de obsidiana. Los objetos que destacan son al igual que en el inga armas y artefactos para procesar las presas.

1.2.2.1.1.2. LA SOCIEDAD ARCAICA.

Se trata de los primeros grupos humanos identificados que ocuparon la zona del litoral ecuatoriano, los hallazgos relacionados con estos grupos se realizaron en el extremo occidental de la península de Santa Elena. En la forma de vida de este grupo destaca la mayor incidencia de cacería de presas de fácil movilidad, y mayor dependencia de productos animales minerales y vegetales de abundancia local estacional. Lo cual permitió que esta sociedad pueda permanecer periodos de tiempo más largo en un mismo sitio, esto facilitó que la estructura social pueda ser más compleja puesto que la cantidad de miembros era mayor, esto sirvió de influencia para que se pueda instaurar cierta organización social y espiritual. Existen aproximadamente 35 sitios arqueológicos que contienen vestigios de esta sociedad identificados con el nombre de Las Vegas ubicados en terrenos altos cercanos al océano o en los valles fluviales de la zona.

- ***Las Vegas (8800 - 4600.)***.- Entre los objetos hallados en los sitios arqueológicos destacan herramientas de horticultura tales como picos hechos con caracolas de mar. En el lugar denominado por los arqueólogos con las siglas OGSE-80 se encuentra el campamento base más importante hallado en la zona, en dicho campamento se han encontrado los restos de aproximadamente 190 individuos, restos datados hacia 6000 A.C. junto a las tumbas de este campamento se han encontrado objetos que consistían de conchas caracolas o dientes de animales, y en ciertas ocasiones artefactos hechos con esos materiales, se presume que estas piezas tenían significados espirituales. Aparte sobresalen conjuntos de piedras redondeadas que se interpreta eran piedras shamánicas de uso ritual; existen también conchas recortadas y perforadas para elaborar cuentas de collar y adornos. También se destacan herramientas como hachas pulidas confeccionadas en andesita y otras rocas duras -probablemente eran utilizadas para labrar madera y arar el terreno de cultivo- y algunos objetos de hueso con un extremo terminado en unta, los cuales se presume eran anzuelos o puntas de proyectiles para la caza.

1.2.2.1.2. PERÍODO FORMATIVO.

Corresponde a la etapa entre los años 4000 a 300 A.C. en este período se produce un nuevo estilo de vida marcado por la producción de alimentos, es decir la consolidación de la agricultura, la cual había tenido ciertos antecedentes en la sociedad arcaica del periodo pre cerámico, así como la crianza de animales. Estos hechos permitieron que los grupos humanos puedan establecerse en sitios determinados, lo cual impulsó el desarrollo de sociedades más complejas, a la par del desarrollo de nuevas actividades como la alfarería, dando forma así a la manufacturación y uso de recipientes y otros artefactos hechos en arcilla mayoritariamente, pero también en otras materias primas. Como las culturas más destacadas de este periodo podemos mencionar las siguientes:

- ***Valdivia (3800 - 1500 A.C.)***.- Esta civilización sentó las bases en el territorio ecuatoriano de la civilización, urbanismo y arte principalmente, destacando sobre todo la cerámica y las representaciones hechas mediante la misma, así como también piezas talladas en piedra, las características estilísticas vienen marcadas por una gran capacidad de abstracción geométrica combinada con el

constante culto al cosmos, y principalmente a la fertilidad. También se ha logrado determinar que iniciaron el desarrollo del telar y el teñido. Como principales vestigios de esta cultura se encuentran figuras de cerámica tallada, tallados realizados en piedra, y gran diversidad de recipientes (ollas, cuencos, platos, cantos), el estilo de decoración ira evolucionando a medida que perfeccionan la técnica y evoluciona su cosmovisión, la cual se ve marcada principalmente por el culto a la fertilidad, la naturaleza y el cosmos.

- ***Machalilla (1600 - 800 A.C.)***.- Esta cultura viene a ser una consecuencia evolutiva de Valdivia. Esta nueva cultura se basa en los aspectos básicos de Valdivia a los cuales se incorporan nuevos elementos que la hacen ser reconocida como una nueva manifestación cultural, incluso llega a ser de gran influencia en el desarrollo artístico de muchas otras culturas dentro del actual territorio de nuestro país. Los hallazgos pertenecientes a esta cultura consisten en cerámicas muy similares a las de Valdivia, con la diferenciación en el estilo de decoración, el cual dentro de Machalilla se destaca por la mayor presencia de tonalidades negras y líneas grabadas acentuadas mediante el uso de pigmento, así mismo aparecen nuevos tipos de recipientes como las botellas, también existe gran cantidad de vasijas con forma humana y con decoraciones de animales. Se han hallado también recipientes de base anular, pequeñas cajas llamadas lliptas y cuentas de collar con decoraciones geométricas incisas, todo esto elaborado en cerámica. Existen también como testimonio de esta cultura figurillas de arcilla que en su mayoría representan a la figura femenina al igual que Valdivia, sin embargo las proporciones son más grotescas y los acabados más descuidados, y generalmente están desnudas y con los rasgos sexuales más evidenciados. A parte de este tipo de piezas se encontró cráneos deformados, los cuales constituyen símbolos de estética en la época así como de estatus, puesto que este proceso estaba reservado solo para personas importantes.
- ***Cerro Narrío (2000 A.C. - 400 D.C.)***.- Se desarrolla en la parte sur-andina del Ecuador, más específicamente en las actuales provincias de Cañar y Azuay. Como hallazgos más importantes de Cerro Narrío existen vasijas, algunas decoradas con la figura de serpientes, existen colgantes que representan personajes míticos hechos en concha *Spondylus*. En el cerro de Narrío del cual

toma el nombre esta cultura se encuentran algunos de los hallazgos más importantes de esta cultura, dicho cerro se halla en el valle del Cañar, a orillas del río Quillohuac. Aquí se encontraron collares pectorales y orejeras tubulares hechos de spondylus, también hay colgantes circulares hechos de madre perla y piedra caliza, existen también objetos hechos en hueso como espátulas, cucharas, colgantes de collar y artefactos para la manufactura textil como agujas y separadores de urdimbre.

- **Cotocollao (1800 - 350 A.C.)**.- Se asentó en el callejón interandino de las actuales provincias de Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua, y en las estribaciones exteriores de los andes del norte de Pichincha. De esta cultura se han encontrado cráneos deformados, y uno de estos se encontraba incrustado en el borde de un recipiente de piedra y se presume puede ser un trofeo o un objeto ceremonial, así mismo se hallaron muchos recipientes de piedra trabajados muy minuciosamente, de carácter único en las culturas del Ecuador aborigen. También existen objetos de cerámica en su mayoría vasijas y objetos de adorno. También existen objetos que formaban parte del ajuar funerario, tales como orejeras y bezotes de obsidiana y cristal de cuarzo, y cuentas de piedra.
- **Chorrera (1000 - 100 A.C.)**.- Se ubicó en la costa, principalmente en la península de Santa Elena y en la parte baja de la cuenca del río Guayas, e incluso en ciertos valles de la sierra ecuatoriana. Como principales hallazgos de esta cultura se tienen adornos y amuletos hechos en concha Spondylus y caracolas usadas en rituales y como silbatos. En cuanto a la cerámica, la mayoría las piezas halladas expanden la temática hasta antes de esta cultura conocida, pues muchas se salen de lo meramente utilitario al ser representaciones de la naturaleza, entre las representaciones más concurrentes se encuentran animales terrestres, aves y frutos plasmados en botellas y botellas silbato, también existen representaciones en cerámica de figura humana, generalmente mercaderes y canasteros, este tipo de piezas tiene huellas de haber sido trabajadas en base a moldes en su parte frontal y manualmente en la parte posterior, también se destacan figurillas humanas usadas como silbatos u ocarinas usados presuntamente en las ceremonias religiosas y shamánicas. Hay también representaciones en cerámica de las viviendas, cabe destacar que en todas las

piezas cerámicas de la chorrera destaca como característica principal el especial cuidado puesto en los detalles.

1.2.2.1.3. PERÍODO DE DESARROLLO REGIONAL.

Abarca la época comprendida entre los años 300 A.C. y 400 D.C. Las sociedades de este período se caracterizan por estar estratificadas y por la importancia dada a los aspectos político y religioso, sobre todo el religioso, el cual se convirtió en el eje sobre el cual se levantaba la estructura social de los pueblos, en la cual destacaban a parte de los emperadores, los chamanes quienes eran los mediadores entre los dioses y el pueblo. En esta etapa se alcanzó grandes niveles de especialización del trabajo, es decir, existieron grupos de personas dedicados a ciertas actividades específicas. También se alcanzó un gran desarrollo marítimo, lo cual posibilitó que haya más contacto con las culturas mesoamericanas, esto provocaría que ciertas culturas como la Jama-Coaque y La Tolita adopten un estilo decorativo muy similar al usado por las culturas mesoamericanas. Del mismo modo destaca el gran desarrollo que alcanzó la metalurgia sobre todo en la cultura La Tolita. Las culturas más relevantes de este periodo determinadas por los arqueólogos son las siguientes:

- ***Bahía (500 A.C. - 650 D.C.)***- Ubicada en la parte centro-sur de la actual provincia de Manabí, desde Bahía de Caraquez hasta el límite con la provincia del Guayas, esta cultura trabajaba y comercializaba mucho el Spondylus, y también eran grandes conocedores de técnicas de navegación marítima. Entre los hallazgos más importantes de esta cultura tenemos botellas normales y botellas silbato con representaciones de tipo escultórico, de personajes de los rangos más importantes y de divinidades, en cuanto a estilo la cerámica de esta cultura se considera una continuación de la perteneciente a la cultura Chorrera, se encuentran también varias piezas cerámicas como recipientes o simples figurillas en las que destaca la presencia de la serpiente en manos de individuos, así como gran cantidad de adornos de carácter ritual, y esculturas de gran tamaño llamadas gigantes que representan hombres en posición de loto y mujeres sentadas con las piernas extendidas, todos estos en actitud de mascar coca. Otras piezas de gran relevancia son los llamados litófonos, que son piedras

musicales elaboradas en andesita y basalto de distintos tamaños, que eran usadas en rituales y festividades.

- ***Jama-Coaque (350 A.C. - 1532 D.C.)***.- Se ubicó en la parte norte de la provincia de Manabí y la parte sur de la provincia de Esmeraldas, en el sector comprendido entre la ensenada de la Bahía de Caraquez al sur, Santo Domingo de los Tsáchilas al interior y al norte el antiguo cabo de San Francisco ubicado cerca de la actual ciudad de Esmeraldas. En San Isidro, ubicado en el valle del río Jama, se ha identificado un centro ceremonial y administrativo de la cultura, por la cuidadosa manufacturación de las piezas de cerámica de esta cultura se presume que existían personas y grupos de personas dedicados exclusivamente al desarrollo de esta actividad que estaba al servicio de las familias más poderosas, en la cual destacan hallazgos como figurillas representativas de animales y figura humana hechas en molde y con finalizados a mano, como detalles en pastillaje y pintura post cocción.
- ***Guangala (100 A.C - 800 D.C.)***.- Ocupó la zona de Guayaquil y la península de Santa Elena continuando hacia el norte en la franja costera y en las cordilleras Chongón-Colonche en guayas, y Paján en Manabí. Entre los hallazgos importantes de esta cultura están piezas cerámicas entre las que destacan ocarinas con formas humanas, y recipientes decorados generalmente con pintura de tres colores, mayoritariamente amarillo como fondo y colores oscuros y rojos, y en casi todas las piezas usaban decoración geométrica. De esta cultura se han hallado piezas de cobre como anzuelos, anillos y pequeños artefactos en forma de estrellas con cinco puntas y un orificio central de uso desconocido. Se han encontrado también puntas de proyectil hechas en piedra de horsteno gris o marrón. También existen piezas llamadas cajas de llipta, las cuales eran hechas en caracolas y tenían la finalidad de almacenar hojas de coca
- ***La Tolita (600 A.C. - 400 D.C.)***.- Ocupó un territorio comprendido entre el río Saija en Colombia y el río San Mateo en Ecuador, en Colombia a esta cultura se le da el nombre de Tumaco. El lugar donde más investigaciones se ha realizado acerca de la Tolita es la isla del mismo nombre. Se han encontrado en los mencionados sectores muchos adornos corporales metálicos, de tipo ritual hechos principalmente en oro; también existen millares de enterramientos con

cantidades de objetos ceremoniales situados junto a los cuerpos. Se encuentran otro tipo de ajuar funerario los cuales pertenecen a las etapas finales de la existencia de esta cultura que se caracterizaba por que las piezas de cerámica halladas son menos refinadas y hechas en molde, en la Isla la Tolita se han hallado gran cantidad de objetos de carácter santuario hechos en hueso, oro y piedra, así como enterramientos. Se han hallado montículos artificiales en los que se asentaban diversos templos los cuales tenían una metodología específica de construcción así como un gran valor simbólico debido a su ubicación orientada de este a oeste la cual simula el movimiento del sol. Otras representaciones de cerámica son la de las divinidades, en su mayoría animales; así como las esculturas antrozoomorfas que son representaciones humanizadas de las deidades animales. Hay piezas de obsidiana denominadas espejos, que eran placas circulares de esta piedra muy pulidas y que brindaban reflejo, estos objetos eran de carácter ritual. Existen también piezas hechas en una aleación de platino con partículas de oro en polvo. Y maquetas hechas en arcilla de las distintas viviendas que se construían.

- ***Cosanga (1600 A.C. - 1532 D.C.)***.- Se asentó en los valles de Misahuallí, Jondachi y Quijos en la actual provincia de Napo. Hay muchos vestigios cerámicos de esta cultura, los cuales se caracterizan por ser muy estilizados y de fino espesor en sus paredes, destacan las ollas con representaciones de rostros humanos en su parte frontal.

1.2.2.1.4. PERÍODO DE INTEGRACIÓN.

Este periodo transcurrió en el lapso de tiempo comprendido entre los años 400 y 1500 D.C. en la sierra que fue cuando los pueblos de este sector se integraron al imperio Inca, y en la costa hasta el 1532 D.C. cuando llegó la colonia española, dado que en este sector no hubo gran influencia Inca. Las sociedades de este periodo fueron altamente jerarquizadas, las presidía un líder llamado cacique, y mediante mecanismos de alianza crearon grandes confederaciones. En este periodo destacan las siguientes culturas:

- ***Manteño - Huancavilca (500 - 1532 D.C.)***.- Se ubicó entre la Bahía de Caraquez y el Golfo de Guayaquil e incluía al sur la isla Puná y la faja costanera

de la actual provincia de El Oro. Existen de esta cultura muchos restos orfebres como cuencos, cinceles hachas y pectorales con caras felinas o humanas repujadas, todo esto trabajado en plata y mayoritariamente en cobre. Hay también evidencias de que existió gran producción de telares, tales como torteros muy detallados, los cuales eran usados para hilar. Los restos de las ciudades demuestran una organización por barrios en cada uno de los cuales habitaban gente de determinados oficios. Los templos estaban orientados hacia el noroeste, que es donde nace el sol, y sus paredes estaban adornadas con paredes de oro y plata. En los sitios públicos de esta cultura se encontraron sillas de piedra con asientos en U esculpidas a partir de una roca sólida con diseños de felinos o figuras humanas. También hay columnas lapidarias y estelas hechas en piedra que representan culto a la fertilidad así como esculturas del tamaño de una persona. En cuanto a la cerámica manteña – huancavilca de las piezas halladas se puede destacar como una característica principal es el tono negro grisáceo a través del uso de fuego reducido, las piezas más elaboradas son los incensarios, con representaciones de personajes de gran jerarquía o animales míticos.

- ***Milagro - Quevedo (400 - 1532 D.C.)***.- Se asentó desde el golfo de Guayaquil hasta la actual ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas. Se han hallado enterramientos individuales, los que se constituían de dos o más vasijas sin fondo exceptuando la del fondo, dentro de estas se hallable al cuerpo con un ajuar constituido por piezas de gran valor hechas en cerámica, cobre, oro y plata, hachas de piedra y telas, entre la cerámica de ofrenda sobresalen piezas con decoración hecha en pastillaje con motivos antropomorfos y zoomorfos, estos objetos estaban relacionados con rituales shamánicos, otras piezas cerámicas destacadas son platos, ollas, trípodes, compoteras y vasijas grandes las cuales se decoraban con incisiones y pintura en negativo. Los vestigios orfebres consisten piezas de oro y sobre todo cobre, entre los que se hallan cinceles, agujas, pinzas depilatorias e insignias, y destacan artefactos llamados hachas moneda usadas para intercambios y para ofrendas fúnebres.
- ***Pasto (700 - 1500 D.C.)***.- Habitó la zona interandina entre el río Chota – Mira en Carchi, extendiéndose hasta la cuenca del río Guáitara en actual territorio

colombiano. Se han hallado muchas piezas de cerámica con decorado en negativo, algunas de estas han sido halladas en tumbas subterráneas en las cuales se acompañaba a los cuerpos con este tipo de piezas conteniendo productos comestibles, también hay figurillas cerámicas con formas humanas en actitud de mascar coca, estas piezas solían estar acompañadas de mantas de algodón y lana de llama, y piezas de oro ataviando el cadáver tales como colgantes de orejera o narigueras pezoneras, cuentas de collar colgantes y máscaras con motivos geométricos o zoomorfos, entre otros, así como cuentas marinas y caracolas

- ***Caranqui (700 - 1500 D.C.)***.- Se asentaron en la actual provincia de Imbabura y al norte de la provincia de Pichincha, entre los Ríos Chota - Mira al norte y Guayllabamba al sur. En el sector actualmente llamado Cochasquí se ha hallado un centro ceremonial compuesto de 15 pirámides de las cuales nueve tenían rampa de acceso, junto a estas 30 montículos funerarios, la pirámide central constituye el monumento más grande del complejo arqueológico y dotado de un graderío y una gran rampa de acceso, en tanto que los montículos funerarios constituían edificaciones de forma circular que servían como monumentos a difuntos importantes los cuales eran sepultados en dichas edificaciones.
- ***Chaupicruz/Quitú (100 - 500 D.C.)***.- Esta cultura se situó en la meseta de Quito, el primer sitio donde se hallaron vestigios de esta cultura es la antigua hacienda Chaupicruz, a la cual le debe el nombre esta cultura. Entre los hallazgos más importantes relacionados con esta cultura constan las sepulturas de pozo profundo con gran cantidad de ofrendas funerarias, algunas de estas tumbas estaban conectadas entre sí por medio de canales y puertas falsas, que permitían trasladarse de unas a otras. El ajuar funerario consistía de bienes exóticos como oro, láminas de cobre dorado, esmeraldas, ganchos de propulsor, recipientes, espátulas de hueso, así como impresiones de plumas en el óxido de los metales, y esqueletos de aves, gorros y ponchos hechos con cuentas de concha *Spondylus* y plaquetas de madreperla. Cerca de la quebrada de Rumipamba se han hallado restos de arquitectura en piedra tales como muros formados por lajas colocadas verticalmente y con caras planas y en algunas de estas se ha podido determinar que se trataban de talleres textiles.

- ***Puruhá (300 – 1500 D.C.)***.- Esta sociedad estuvo asentada principalmente en el territorio de la actual provincia de Chimborazo. Se ha determinado la existencia de tres principales centros de poder ubicados en los actuales sectores de Punín, Yaruquíes y Guano. Los vestigios de esta cultura constituyen en cuanto a cerámica objetos como ollas globulares, pucos hemisféricos, cántaros antropomorfos, y trípodes, la ornamentación de estas piezas suele ser grabada o en negativo. En guano es donde se han hallado los mejores ejemplares de cerámica y la mayoría de piezas se encontraba asentada sobre piedras lajas que les servían de base. En otros sectores se han hallado objetos metálicos, principalmente prendedores de ropa , orejeras, narigueras, agujas, diademas, coronas, adornos de tocado, pectorales circulares, muñequeras cascabeles y bastones de mando, todo esto confeccionado en plata, oro o cobre dorado.
- ***Cañari (400 – 1500 D.C.)***.- Este pueblo ocupó el territorio de las actuales provincias de Cañar y Azuay. Entre los hallazgos más importantes relacionados con la cultura está hachas de cobre con diseños de guacamayas halladas en una tumba en Guapán. En cuanto a la cerámica, a las piezas halladas se las puede clasificar en dos corrientes básicas, Cashaloma y Tacalshapa, la primera tiene gran influencia Puruhá, y en la etapa del imperio Inca es muy influenciada por su cerámica, las piezas más destacadas son compoteras altas, vasos con cuerno de venado, botellas la mayoría de estas estaban decoradas con colores rojos y blancos acompañados de motivos incisos. Por su lado la cerámica Tacalshapa no tiene mayor influencia incaica, y sus formas consisten en botellas de cuerpo circular aplanadas en su contorno, con cuello y presencia de rostros humanos en relieve, como decoración se usa pintura negativa e incisos con motivos geométricos.
- ***Napo (1200 - 1532 D.C.)***.- Fue una sociedad asentada en los alrededores del río napo y sus afluentes, ocupando parte de las actuales provincias de Sucumbíos, Orellana, Napo y Pastaza, en la Amazonía ecuatoriana. Se han hallado objetos usados para moler granos, y rayadores. El instrumental lítico de esta cultura que se ha hallado está constituido básicamente de hachas, cinceles, punzones, y martillos. En cuanto a la cerámica, esta es mucho más elaborada y tiende a tener formas cuadrangulares con lados cóncavos, cuya decoración combinaba excisos

y pintura policroma. Los recipientes más comunes eran los cuencos y las urnas funerarias, que solían llevar representaciones de personas con los atavíos comunes de la cultura Napo, dentro de muchas urnas ocasionalmente se hallaron osamentas humanas pintadas de color rojo, lo cual tenía un fin ritual.

1.2.2.1.5. PERÍODO INCA.

Este período viene marcado por la conquista de las sociedades de la sierra ecuatoriana realizado por el imperio Inca. De esta etapa se han encontrado fortalezas llamadas pucaraes, estas estaban situadas en todos los sitios donde hubo resistencia a la conquista, principalmente en la zona central y septentrional de la sierra ecuatoriana, en la zona austral de la sierra se encuentran edificios civiles y ceremoniales, puesto que la conquista de este territorio no supuso gran cantidad de esfuerzo debido a la débil organización política de las culturas que habitaban este sector. En los pucaraes los hallazgos más comunes eran armas y cerámica netamente Inca, así como pocas piezas de cerámica local. Este tipo de construcciones son los vestigios de presencia Inca más comunes dentro del territorio ecuatoriano contabilizándose más de cincuenta, se componían de murallas de piedra concéntricas y fosos defensivos, dentro de las murallas habían viviendas para los soldados y bodegas de alimento y armas, el complejo más importante de este tipo de edificaciones se halla en el cerro de Pambamarca cerca de Quito, dentro de esta agrupación destaca Quitoloma, ubicado en una loma cercana a la actual población de El Quinche, esta constituye la fortaleza Inca más grande en territorio ecuatoriano. Después de la conquista, el imperio Inca estableció ciudades y redes viales para consolidar su dominio y facilitar la comunicación dentro del nuevo territorio. En la actual ciudad de Cuenca se hallaron las ruinas de pumapungo/pumapunku que constituía el centro ceremonial más importante de la ciudad Inca de Tomebamba. En el actual Ingapirca se hallaba Hatun Kañar en donde las actuales ruinas de Ingapirca constituyen un templo erigido en honor a la deidad del sol. A lo largo de los caminos que comunicaban a las ciudades del imperio se hallaron edificaciones destinadas al alojamiento de viajeros, algunas de estas estaban dotadas de depósitos para armas, ropa y alimentos. A distancias más cortas se encontraban chozas pequeñas llamadas chaskiwasi, donde habitaban los chaskis o chasquis quienes eran los

encargados de llevar mensajes al siguiente chaskiwasi sucesivamente hasta que el mensaje llegue a la ciudad destinataria del mensaje, se ha determinado que el atavío de estos mensajeros estaba constituido por una concha Spondylus que llevaban en la cabeza, una bocina de caracola que llevaban para anticipar de su presencia al mensajero que debía relevarlo, y una porra que en su extremo superior llevaba una pieza metálica en forma de estrella que se usaba para defenderse de cualquier peligro que se pueda encontrar en el camino. Se han hallado objetos llamados quipus que consisten de cuerdas y nudos los cuales constituyen un sistema de escritura.

1.3. IDENTIDAD CORPORATIVA.

El diseño de identidad ya no se limita a la marca, y pasa así a constituir una disciplina más compleja y más completa, en la que intervendrán de manera decisiva, el management, la investigación social y el marketing. He aquí la identidad corporativa que empezó a desarrollarse a mediados del siglo XX como una disciplina del diseño.

El enorme desarrollo de la tecnología de comunicaciones, con la imprenta, el cine y la televisión sobre todo, la explosión de los medios de masas; el sistema competitivo de la economía de mercado; la superproducción industrial y el desarrollo de las sociedades de consumo, han transformado radicalmente las circunstancias precedentes del marcaje y de la marca como una práctica “elemental”, hacia una información más completa sistemática y especular de la identidad visual.

La empresa es ahora, más que productora de bienes, emisora de comunicaciones.

Más que “firmar” o “marcar” necesita disponer de un sistema organizado de sus signos de identidad, lo cual es parte de una estrategia y de una política de comunicación. La identidad visual rebasa el soporte material del producto o del objeto y conquista un campo inusitado: el de las telecomunicaciones. Asimismo sobrepasa la función inmediata del marcaje, para convertirse en una auténtica estrategia institucional y comercial.

La identidad deberá manifestarse ahora corporativamente. Diversificarse en muy diferentes soportes. Difundirse hasta la ubicuidad, y resistir la competencia y el desgaste temporal. Deberá crearse, pues un sistema de formas, figuras, colores y ante todo un

concepto, que transporten ideas, impresiones psicológicas y una alta capacidad de memorización, acerca de la personalidad de la empresa.

El paso del grafismo de marcas y logotipos al de diseñar la identidad corporativamente, comporta una alta especialización y un trabajo interdisciplinar. Las claves para este nuevo planteamiento estarán en la misma idea de transmitir la identidad por símbolos y para ello, de diseñar un auténtico “programa”.

Las diferencias que van de diseñar marcas gráficas y logotipos, a diseñar programas de identidad, son mucho más profundas y complejas de lo que puede parecer a simple vista, a pesar de que la gente sigue viendo marcas y logotipos. El paso de una a otra disciplina es el abismo que va de diseñar un signo, único y finito en sí mismo, a diseñar un sistema complejo, no solo de signos, sino de estructuras paradigmáticas de estos signos y su combinatoria normalizada.

El diseño de programas de identidad no significa que se anule la marca. No la anula sino que la amplía. Muchas de las grandes marcas antiguas se han renovado progresivamente para poder incorporarse a programas de identidad se trata en estos casos de optimizar un elemento de partida y desarrollar, a partir de aquí, el programa de identidad. Lo que interesa poner de manifiesto, es la frontera conceptual y técnica que existe entre hacerse identificar por un signo, una marca o por todo un sistema organizado de signos y estructuras visuales-identidad corporativa.

1.3.1. PRINCIPIOS PARA EL DISEÑO DE PROGRAMAS DE IDENTIDAD.

La disciplina de la identidad corporativa por medios estrictamente visuales, supone un conjunto de elementos intelectuales o técnicas mentales y otro conjunto de elementos instrumentales o técnicas materiales. Entrando pues en el terreno conceptual, y precisamente en la práctica de la traducción icónica de la identidad, que es el objeto del diseñador, determinaremos ahora los postulados de base:

1.3.1.1. PRINCIPIO SIMBÓLICO.

Que constituye el universo de los signos y símbolos. El principio consistirá en visualizar la identidad por símbolos: símbolos icónicos, símbolos lingüísticos, símbolos

cromáticos. Hay que tomar en cuenta las potencialidades de estos ya que si es cierto que una imagen vale por mil palabras, un símbolo vale por mil imágenes.

1.3.1.2. PRINCIPIO ESTRUCTURAL.

Cada uno de estos signos y el conjunto, deberán funcionar en el “todo” organizado de la identidad. Se lo denomina también principio gestáltico, sustenta la idea de estructura. La idea de estructura aparece en dos niveles congruentes pero claramente diferenciados:

- El de la estructura formal de cada uno de los símbolos de identidad por separado, su configuración visual breve y pregnante (símbolo gráfico, logotipo).
- El de la estructura del sistema de la identidad visual, que comprende las leyes de combinación de los elementos gráficos precedentes y la normalización que los constituye precisamente en “sistema”.

El principio estructural se fundamenta en el hecho de que el sistema de la identidad visual se sostiene sobre una serie de elementos esencialmente invariantes o constantes.

Los invariantes se oponen, por definición, a lo que es variable, a lo que cambia. Por esto un programa de identidad será a la vez flexible, pero sin que lo que en él es variable enmascare o deforme lo que es estable, ni a la inversa. Esto permitirá percibir a la identidad corporativa como una organización estable- una estructura memorizable, aun cuando cada elemento del sistema, o cada mensaje, sea percibido por separado.

1.3.1.3. PRINCIPIO SINÉRGICO.

La sinergia es un concepto activo y fructífero, que se opone al de la inercia (la rutina de hacer estériles los sistemas).

La estructura de la identidad corporativa tiene dos grandes niveles: 1 el nivel de la organización de los signos simples de identidad (logotipo, símbolo y gama cromática) constituyendo un todo inseparable y significativo y 2 el nivel de los elementos complementarios de la unidad (concepto gráfico, ilustraciones, formatos, tipografías adicionales, etc.). Ambos se extienden al conjunto de los mensajes emitidos y contribuyen a definir el estilo visual de la empresa.

En el primer nivel, el logotipo es función del código lingüístico; el símbolo del código icónico; el color del código cromático. Juntos constituyen un súper –código de la identidad, el cual opera en diferentes registros de la percepción y de la memoria, esta es una acción sinérgica, de movimiento, de actividad, de lograr un elemento grafico que no se quede en sí mismo, ni tampoco abarque una sola área.

El cuadro a continuación, nos muestra un ejemplo de la función sinérgica de los signos de identidad, considerados en el nivel de la percepción de los individuos, aquí se pone de manifiesto la profunda interacción que existe en el interior del sistema de identidad y sus diferentes modos de acción.

SIGNOS DE IDENTIDAD	NATURALEZA	CUALIDAD	FUNCION	NIVEL
Logotipo	Lingüístico	Denotativo	Designación	Semántico
	Gráfico	Connotativo	Referente	Estético
Símbolo	Gráfico	Connotativo	Referente	Estético
	Sígnico	Connotativo	Impacto	Sensación
Cromatismo	Sígnico	Connotativo	Impacto	Sensación
	Físico	Abstracto	Seducción	Señalético

Tabla I.I. Ejemplo función Sinérgica de los Signos de Identidad. Fuente: www.astraph.com

De esta misma manera deberían actuar todos los elementos gráficos diseñados dentro de un programa de identidad.

1.3.1.4. PRINCIPIO DE UNIVERSALIDAD.

Hay que diseñar la identidad bajo una concepción universalista.

Este principio presenta tres vertientes:

- **LA UNIVERSALIDAD TEMPORAL.**- Un programa de identidad corporativa está hecha para durar (temporalidad) y, por lo tanto debe estar sujeto a modas pasajeras.

- **LA UNIVERSALIDAD ESPACIAL.-** Está hecho para expandirse (Espacialidad) y para estar en muchos soportes o media simultáneamente (Ubicuidad).
- **LA UNIVERSALIDAD PSICOLÓGICA.-** Está hecho para ser asimilado por un número indefinido, pero siempre importante de individuos, a veces correspondientes a diferentes países y culturas (psicología).

Esta ausencia de limitaciones, ofrece un campo de libertad aparentemente muy abierto pero más que un campo de libertad es un conjunto de obligaciones, puesto que cada tema abierto, tiene sus contrapartidas que hay que considerar:

- El tiempo desgasta el mensaje repetido.
- La difusión quema y lo que esta anticuado, o en desuso esta en relación directa con aquella.
- La ubicuidad, que equivale a saturación, virtualmente cansa.

Este conjunto de tensiones entre el desgaste y la renovación acumulativa, requiere que el diseñador establezca mecanismos de equilibrio, el mismo que se debe lograr con el manejo eficaz de los principios simbólico, signico, estructural y sinérgico, ya que no se debe olvidar que el tiempo es capaz de revalorizar los programas de identidad corporativa bien diseñados e implantados; la DIFUSION re impregna el recuerdo; la DIVERSIFICACION que implica la ubicuidad, renueva la fuerza de la identidad, aspectos positivos a aplicar.

A continuación un ejemplo de la universalidad existente en cuanto a la ubicuidad de los signos de identidad en los diferentes soportes técnicos que se realizan dentro de la identidad corporativa:

SOPORTES FISICOS MAS FRECUENTES	SIGNOS DE IDENTIDAD				
	NOMBRE	LOGOTIPO	SIMBOLO	GAMA CROMATICA	SISTEM A DE DISEÑO
Rótulos exteriores de oficinas	si	si	si	si	si

Ambientación interior de oficinas	no	no	si	si	si
Uniformes	no	no	si	si	no
Catálogos de productos	si	si	si	si	si
Publicación en prensa diaria	si	si	si	no	si

Tabla I.II. Ejemplo Universalidad Ubicuidad de los Signos de Identidad. Fuente: www.astraph.com

1.3.2. PLANIFICACIÓN DE PROGRAMAS DE IDENTIDAD CORPORATIVA.

Planificar implica organizar el conjunto de las tareas de diseño a partir de la obtención de las informaciones de base. Diseñar los signos y el sistema de identidad; así como determinar sus normas de aplicación.

De este modo, el trabajo puramente grafico alcanza su plena dimensión de “design”.

Vamos a desarrollar a continuación el proceso íntegro de las tareas que se tienen que desarrollar en el diseño de la identidad corporativa. El proceso organizativo de diseño debe contemplar los siguientes pasos:

- El equipo del diseñador gráfico establecerá una serie de reuniones e intercambiará unos determinados documentos e informaciones con alta dirección de la empresa. La cual establecerá las orientaciones pertinentes acerca de cómo la empresa se ve a sí misma, cuáles son sus objetivos institucionales y cómo se proyecta en el tiempo en otras palabras, la auto-imagen de la compañía y su proyecto de futuro.
- Simultáneamente, el diseñador recabara del servicio de marketing los datos relativos a: programa de fabricación, de productos o servicios, posicionamiento, objetivos comerciales y otros datos básicos de la política del marketing. Por otro lado obtendrá las informaciones pertinentes sobre datos objetivos, cuantitativos y cualitativos del mercado, la empresa y la competencia.

- Reunidas estas informaciones 1 y 2 el diseñador recabara los datos externos procedentes de otras fuentes de investigación. El diseñador deberá considerar “unilaterales”, y relativamente subjetivas, las informaciones que ha recibido directamente de la empresa en 1 y 2, y es por ello que precisara de otras fuentes “neutrales” de información. Estos datos a menudo ya obran en poder de la empresa, como resultado de los estudios que regularmente solicita a los gabinetes de investigación. Sin embargo, es frecuente tener que llevar a cabo investigaciones específicas que el diseñador indicará.

- Al tener en sus manos toda la información requerida, estará en condiciones de formular unos objetivos del programa.
- Hasta este nivel de conceptualización del trabajo gráfico, se hablara de cómo se pueden visualizar los atributos de la identidad, esto es, como se los podrá simbolizar.
- Se procederá entonces a la fase de análisis del material de comunicación existente.

Este análisis permite localizar en primer lugar el grado de consistencia con que los signos visuales de la identidad- maracas, símbolos, colores, tipografía- han sido aplicados a través del tiempo, detectar su pregnancia, su evolución y sus cambios. (Este estudio se lo hace cuando estamos hablando de un rediseño).

El otro punto seria el trabajar en una imagen para una empresa nueva, en este caso deberíamos establecer un “inventario” de elementos con que la empresa se comunicaría de manera óptima con su público.

- Con la información ya adquirida se procede al paso siguiente que consiste en el desarrollo grafico del proyecto seleccionado definitivamente, que constituirá en el diseño de:
Logo, aplicaciones básicas (papelería básica), promocionales y otros (a ser diseñados a niveles posteriores).

1.3.3. ELABORACIÓN DEL MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA.

Los contenidos de los manuales de normas varían según la problemática, características y objetivos de cada empresa.

En el manual se hallaran perfectamente explicadas todas las soluciones fundamentales a la cuestiones de la personalidad gráfica de la empresa, de sus comunicaciones visuales y audiovisuales. De este modo, cualquier duda está resuelta de antemano. El manual será a su vez, estricto y flexible, de tal modo que nunca la falta de rigor pueda debilitar la pregnancia de la identidad, pero tampoco el exceso de rigidez pueda asfixiar la creatividad.

Los contenidos del manual vienen determinados, por supuesto, por el plan que se ha trazado para crear y desarrollar el programa, por todo el conjunto de caracteres que se han ido determinando precedentemente. Y también por las peculiaridades de la empresa en materia de comunicación. El manual abarcará todos los elementos básicos del sistema de la identidad, desde la explicación de cómo han sido creados los signos de identidad de la empresa y por qué, hasta el modo correcto de reproducirlos y aplicarlos a los diferentes soportes.

He aquí el modelo de un guion de contenido, que se da a efectos orientativos solamente. Por supuesto que este modelo puede desarrollarse dando lugar a una ampliación del número de capítulos según determinen las necesidades de comunicación en cada caso concreto. Es obvio que, conforme a estas exigencias, el diseñador deberá establecer el guion específico de contenido.

1.3.3.1. PRESENTACIÓN.

Se refiere a la explicación de lo que significa el manual de identidad corporativa para la empresa, así como los créditos de su diseño.

1.3.3.2. INTRODUCCIÓN.

Se debe presentar una información breve sobre la empresa, pueden ser datos de: historia, visión, producción, etc.

1.3.3.3. OBJETIVOS DEL PROGRAMA.

Se debe anotar también cuales son los propósitos de ejecución del programa.

1.3.3.4. VOCABULARIO.

En el manual se deben utilizar términos técnicos de diseño, estos pueden no ser conocidos por otros profesionales, y uno de los objetivos al diseñar un manual debes ser, que éste documento sea legible para todos.

1.3.3.5. LOS SIGNOS DE IDENTIDAD.

Debe explicarse el significado del identificador visual, es decir, conceptualmente cual es la relación existente entre el grafico, texto y cromática con la empresa.

1.3.3.6. LOGOTIPO.

Determinar el nombre de la familia tipográfica utilizada en el identificador

1.3.3.7. SIMBOLO.

Explicar el proceso de graficación.

1.3.3.8. IDENTIFICADOR.

En este punto se debe imprimir a full color el logo, para que sea apreciado en su totalidad.

1.3.3.9. GAMA CROMATICA.

Este paso constituye más que todo una explicación tecnológica ya debe establecer los componentes cromáticos del logo, tanto en el modo CMYK, en el modo RGB y en los códigos Pantone, de cada uno de los tonos que forman el identificador, tanto de la tipografía como la del icono.

1.3.3.10. USO DE COLORES.

Se debe explicar cromáticamente cuales van a ser las normas de uso del logo, como:

- Impresión en blanco y negro del identificador
- Impresión en escala de grises
- Fondos que se deben usar para el logo
- Fondos que no se deben usar

- Colores con los que se podría combinar el logo como en el caso de que se requiera definir una cromática para el diseño interior del mobiliario de la empresa.

1.3.3.11. LA ESTRUCTURA VISUAL DE LA IDENTIDAD.

Conocido también como el Factor X o Proporcionalidad, aquí se debe definir como se construirá proporcionalmente el logo, es decir se explicara el proceso de diagramación y graficación.

Es necesario de igual forma determinar los tamaños mínimos en los que se imprimirá el logo, y de ser necesario explicar los cambios posibles cuando el logo sea impreso en un tamaño menor a 2 cm.

1.3.3.12. TIPOGRAFIA CORPORATIVA.

No solo debe establecerse el nombre de la familia tipográfica que tiene el logo, sino proponer unas tres familias que sean afines y que se las deba utilizar en aplicaciones posteriores como un anuncio en el periódico o un tríptico etc.

1.3.3.13. SISTEMA MODULAR DE DISEÑO.

Es necesario definir las características del sistema tipológico que se pretende aplicar, es decir determinar cuáles van a ser los elementos gráficos y cromáticos que se deberán mantener constantes en el sistema.

1.3.3.14. FORMATOS.

Se definirán los formatos de papelería que utilizará la empresa.

1.3.3.15. COMPAGINACIÓN.

Se determinará el tipo de diagramación a utilizarse en las páginas.

1.3.3.16. APLICACIONES.

Constará del resultado de diseño en la papelería básica.

1.3.17. IMPRESOS.

De existir se definirá el diseño de dípticos, trípticos, catálogos, etc.

1.3.3.18. PUBLICACIONES.

Es necesario definir cuál será el diseño de una publicación por ejemplo en el periódico.

1.3.3.19. ANUNCIOS, CARTELES, CINE Y TELEVISION.

Se refiere a la forma en la que se desarrollará una campaña publicitaria.

1.3.3.20. ENVASE ETIQUETAS Y EMBALAJES.

De ser una empresa que requiera el Packaging, para sus productos se deberán establecer los parámetros de diseño industrial, diseño gráfico de todos los envases.

1.3.3.21. MATERIAL PUNTO DE VENTA.

Se diseñarán también los objetos colocados en puntos de venta o distribución, como: anaqueles, refrigeradoras, portaobjetos, etc.

1.3.3.22. MATERIAL DE EXPOSICIONES.

Diseñar stands para eventos o ferias, así como todo el material promocional y publicitario que estos requieren.

1.3.3.23. MATERIAL DE PROMOCION.

Se refiere al diseño de objetos promocionales, como: camisetas, llaveros, esferos, etc.

1.3.3.24. SEÑALIZACIONES.

De requerirse un programa de señalización para la edificación, en el manual se deben establecer las normas cromáticas, formales y técnicas de dicho programa.

1.3.3.25. DECORACIÓN PUBLICITARIA DE VEHICULOS.

Se debe establecer el diseño de los impresos en los vehículos.

1.4. SEMÁNTICA .

La semántica es el estudio de la relación entre los gráficos y el significado implícito de acuerdo con la función que realizan. Tiene su origen en el vocablo griego sema que significa signo; de ahí se deriva el concepto de semaio que en español se traduce como significar. En un principio este concepto se tomaba más bien como el sentido que se le daba a las palabras y se consideraba que al cambiar el sentido de la palabra se efectuaba un

cambio semántico, según fue establecido por el gramático Pierre Guiraud. En nuestros días, el término semántica se aplica a todos los signos y símbolos que son portadores de un mensaje, de esta manera se establece la relación gráfico-significado

La meta principal de la dimensión semántica es el análisis de los conceptos involucrados en el significado: ¿qué?, ¿con qué?, y ¿para qué? Además debe controlar metodológicamente la gestación formal o figurativa de los elementos gráficos con el fin de que sean precisos en su motivación, denotación y significado.

1.4.1. EXPRESIONES SEMÁNTICAS.

Realizar un gráfico sobre la base de las premisas semánticas del diseño, implica obtener una gran variedad de posibilidades como solución a determinado problema; cada una de las posibilidades representa una variante de la expresión semántica.

Todas las soluciones son aceptables, pero ¿cuál es la más adecuada dentro de esa gran variedad?, ¿cuál de ellas cumplirá acertadamente con la función que se le ha encomendado?, ¿cuál expresa mejor su significado?

Ante dichas interrogantes se debe proceder de acuerdo con la experiencia y conocimiento de las normas establecidas sobre las funciones reales del aspecto semántico.

1.4.1.1. VARIANTES SEMÁNTICAS.

Las variantes semánticas, de acuerdo con su aspecto figurativo, se clasifican dentro de dos grupos principales:

- **De motivación analógica.** - La primera representa la denotación gráfica o imagen de un sujeto real, conocido dentro del ámbito en el cual se usará y que puede tener la forma de una persona, de un objeto o de un animal. Esta imagen es, por tanto, de tipo icónico y recibe nominalmente el nombre de pictograma. Esta imagen icónica puede abstraerse formalmente, pero nunca debe perder su configuración característica. Un ejemplo tradicional lo constituye la figura de una flecha, pues conforme transcurre el tiempo se ha simplificado y estilizado, pero sin que pierda su carácter de flecha y su sentido de orientación

- ***De motivación homológica.-*** es la representación gráfica de una forma convencional, su configuración puede ser abstracta o geométrica y denota, por consiguiente, formas irreales de invención humana. Estas formas homológicas tienen un significado arbitrario; como el caso de cualquier letra del alfabeto o los diversos tipos de señalamientos urbanos.

1.4.1.2. LAS CONSTANTES SEMÁNTICAS.

La semántica integra tres partes importantes para su estudio: a) el significante; b) el significado; y, c) la función.

El significante puede ser cualquier gráfico; y se considera como el elemento portador de un concepto.

El significado es el mensaje que contiene un significante; éste debe expresarse en forma clara y fácil, pero también debe traer consigo una serie de connotaciones que complementarán en forma subjetiva el mensaje.

La función es el objetivo para el cual fue diseñado el significante: para señalar, informar, identificar, controlar, etcétera.

A estos tres elementos se les conoce como constantes semánticas, pues siempre trabajan en forma integral y no pueden separarse una de otra; lo cual significa que permanecerán de manera implícita dentro del consorcio funcional del significante.

1.4.1.2.1. TIPOS DE SIGNIFICANTES.

Los significantes se clasifican de acuerdo al tipo de motivación gráfica que denoten y de la función que desempeñen:

- ***Significante icónico.-*** Es el que denota un simple sujeto y tiene un significado directo. Un ejemplo tradicional es la representación gráfica de una manzana y cuyo significado es manzana.
- **Significante simbólico.** - Estos significantes representan una forma real y conocida, pero tiene un significado convencional.

Dentro de este grupo se han clasificado tres tipos principales: los de tipo característico, los de tipo abstracto y los de tipo común o universal.

Los de tipo característico son aquellos cuya motivación gráfica denota una figura que recuerda, en cierto modo, la función que desarrolla la empresa que representa. Este tipo de significantes generalmente son identidades corporativas. Un ejemplo es la figura de la cabeza de un cocinero, que viene a ser la identidad de un lugar donde sirven comidas; por ejemplo, un restaurante.

Los de tipo abstracto tienen un significado completamente arbitrario y son los de formas inventadas, sean denotaciones geométricas, formas abstractas no figurativas o tal vez trazados a base de líneas. Un ejemplo clásico es cualquier letra del alfabeto romano, también muchas señales de tránsito, (el símbolo de prohibido estacionarse); algunas identidades corporativas diseñadas bajo bases erróneas que representan figuras asombrosamente abstractas y, en general, todos los símbolos técnicos.

Los significantes universales son también llamados símbolos comunes, por ser mundialmente conocidos. Estos significantes denotan objetos, personas o animales, pero su significado es altamente simbólico y convencional e implica una serie de connotaciones muy complejas. En este grupo se encuentra la cruz del cristianismo, el corazón del amor y del afecto, o la calavera, símbolo de peligro y de muerte.

1.4.1.3. EL SIGNIFICADO SEMÁNTICO.

El significado de un símbolo está relacionado con el mismo símbolo bajo dos aspectos diversos, pero con un objetivo encaminado hacia el mismo fin.

Estos dos se refieren en primer lugar, desde el punto de vista del diseño gráfico, a la relación que tiene el símbolo con un significado particular en el momento en que el símbolo es creado por el diseñador, quien parte desde un enfoque diferente del usuario del símbolo. El diseñador toma como premisa un significado al que se le debe dar "forma gráfica". En el segundo caso, el usuario parte de la contemplación de un símbolo del que debe extraer un significado.

El significado que tendrá una forma gráfica debe considerarse dentro de los principios fundamentales de la semántica de los gráficos, con el fin de relacionar en forma objetiva el binomio significado-significante. A este primer significado se le llamará significado semántico para diferenciarlo del significado que aparece posteriormente durante el aspecto pragmático, en el cual el significante estará relacionado con el usuario o intérprete, quien extrae el mensaje portado por el gráfico, que recibirá el nombre del significado pragmático.

En el momento de la creatividad de una configuración gráfica para un concepto o mensaje especial, el diseñador deberá tomar en cuenta los dos sentidos del significado que tendrá el significante gráfico.

Por otro lado, en cada uno de los dos sentidos del significado general del significante, se encuentran otros dos aspectos señalados por Ferdinand de Saussure, los cuales son complementarios en la función de significar: "Cada unidad lingüística es bipartita y comporta dos aspectos, uno sensible y otro inteligible".

Este concepto es perfectamente aplicable a cualquier elemento gráfico, en el que se expresen los dos sentidos; uno sensible relacionado con la forma diseñada en sí que es lo primero que se capta visualmente, y otro que tiene el significado que se intuye como aspecto inteligible; es decir, el mensaje que porta intrínsecamente el significante gráfico.

Remitámonos al ejemplo clásico de la figura de una taza de café que se usa como señalamiento para indicarnos la existencia de una cafetería; de esta figura podemos obtener los dos aspectos antes mencionados: primero; su aspecto sensible u objetivo es la propia figura de la taza; segundo; su aspecto inteligible o subjetivo es el significado pragmático de la figura en cuestión que nos indica la existencia de la cafetería.

El diseñador gráfico debe considerar estos aspectos que son importantes para obtener un mensaje correcto, ya que una figura inapropiada puede cambiar fundamentalmente el significado pretendido. Cuando ya se tiene el significante gráfico y se plantea mejorar su aspecto sensible, debe pensarse cuidadosamente cualquier cambio formal de la figura.

Existe un axioma semántico fundamental que indica lo siguiente:

Todo cambio en la disposición de las partes de una figura, cambia en cada vez el significado de la misma. Por tanto, todo signifiante constituye una representación gráfica que involucra los dos aspectos considerados por De Saussure como una unidad psíquica de dos caras.

1.4.2. LEYES COMPOSITIVAS.

Las leyes compositivas han ido variando con el tiempo, y desde las normas estrictas de periodos como el Románico, se ha llegado en la actualidad a una mayor libertad compositiva. No obstante, todas las leyes de la composición siguen siendo válidas y son utilizadas en mayor o menor medida.

1.4.2.1. SIMETRÍA AXIAL.

Los elementos se distribuyen a ambos lados de un eje imaginario situado en la mitad del soporte. El peso de los elementos debe ser el mismo para que dé el equilibrio buscado.

1.4.2.2. SIMETRÍA RADIAL.

En la simetría radial existen varios ejes, todos ellos parten de un punto situado en el centro de la obra, y las figuras representadas están regularmente dispuestas en relación a cada uno de los ejes.

1.4.2.3. LEY DE LA BALANZA.

El esquema compositivo resultante es semejante a la figura de una balanza de cuyos extremos penden dos platillos. El fiel de la balanza está situado en la mitad del cuadro, y es en este espacio central donde se representa la figura de mayor jerarquía e importancia.

1.4.2.4. LEY DE COMPOSICIÓN DE MASAS.

No se basa en la simetría, sino que se fundamenta en el equilibrio de los pesos visuales. El color, el tamaño y la posición de las formas son factores que posibilitan la creación de un equilibrio asimétrico.

1.4.2.5. UNIFORMIDAD DE MASAS.

Cuando la obra está formada por un conjunto de elementos iguales (homogeneidad). La igualdad de los elementos no implica que tengan la misma forma, el mismo color, o idéntica textura. La composición constituye un todo uniforme. No existe jerarquía en las formas, todas tienen la misma categoría e importancia.

1.4.2.6. SECCIÓN AUREA.

Es una fórmula matemática que permite dividir un todo en partes proporcionalmente armónicas de gran belleza y elegancia visual. Puede utilizarse en diversos trazados geométricos, como la división de un segmento en dos partes desiguales, la construcción de rectángulos áureos, trazado de triángulos áureos, etc.

Los griegos utilizaban la sección áurea no sólo en sus pinturas sino también en sus construcciones arquitectónicas. Esta ley se ha seguido empleando a lo largo de la historia del arte con mayor o menor consideración según épocas.

1.4.3. ABSTRACCIÓN.

Dentro del Diseño Gráfico es la representación simplificada de ideas, conceptos, pensamientos y sentimientos en donde la función de la imagen es restituir la impresión visual de algo real, con menor grado de realidad reproductiva. Su uso puede ser útil para la creación de marcas, o de íconos dentro de sistemas visuales o señaléticos, otro uso es para la creación de módulos compositivos.

Por lo general una abstracción se caracteriza, por la utilización de pocos elementos para representar un objeto real, por la minimización de los detalles y simplificación en los trazos, y eventual ruptura de las proporciones originales. En ciertos casos la abstracción de una imagen real se realiza en base a la utilización de figuras geométricas y variaciones de estas.

Un método muy efectivo para lograr una abstracción es realizarla en distintos niveles, esto se hace a partir de la imagen original, a la cual se le omiten detalles que no se consideren necesarios para identificarla con la abstracción, dando como resultado una

nueva imagen que se somete nuevamente al mismo proceso, hasta lograr el nivel de simplificación deseado.

Es necesario diferenciar una abstracción de una forma abstracta, la cual es una forma que no tiene comparación posible con un objeto existente, debido a que es un producto de la imaginación, por tanto el uso de este tipo de formas es más común dentro del arte que del Diseño.

1.4.3.1. ABSTRACCIÓN ORGÁNICA.

Es la representación simplificada de seres vivos y objetos inanimados orgánicos, es decir los que se hallan en la naturaleza.

1.4.3.2. ABSTRACCIÓN INORGÁNICA.

Es la representación simplificada de objetos inanimados que no son parte de la naturaleza, es decir de objetos creados por el hombre. Este tipo de abstracciones así como las orgánicas pueden tener los mismos tipos de aplicación que se han explicado anteriormente.

1.5. SINTÁCTICA.

La sintáctica es el estudio de la relación de los significantes entre sí y la relación que guardan con su propia estructura. De acuerdo con estos dos aspectos perfectamente diferenciados, se ha hecho una división en el estudio de la sintáctica para su mejor comprensión y aprovechamiento:

- ***La estructura formal.-*** Estudio de los elementos visuales que integran la figura o forma de los significantes.
- ***La estructura relacional.-*** Es el estudio de las relaciones que hay entre los significantes, como parte de un sistema de comunicación.

1.5.1. ÁREAS SINTÁCTICAS DE LOS GRÁFICOS.

Al quedar dentro del ámbito del diseño gráfico, las dos áreas de estudio de la sintáctica generan a su vez dos importantes campos de estudio que actúan como complemento de los ya mencionados. Estas dos nuevas áreas son las siguientes:

- ***La estructura armónica.***- Es el estudio de la estética y sus leyes de percepción, donde su objetivo principal es la estructuración armónica de las formas.
- ***Sistemas visuales de comunicación.***- Es el estudio del funcionamiento de las normas de visibilidad. Su objetivo principal está dirigido a la normalización en el uso adecuado de los sistemas de información gráfica.

Dentro del primer campo se estudian las disciplinas del diseño que rigen la armonía visual de los significantes gráficos para facilitar, en primera instancia, una adecuada percepción de la forma y, en segundo lugar, para obtener un aspecto estético que cautive las miradas de las personas e impacte sensiblemente su mente.

En la segunda área de estudio se examinan todos los aspectos que intervienen para relacionar unos significantes con otros en forma adecuada y lógica, con el propósito de mejorar la acción significativa que hay en cada uno de ellos para obtener un mensaje más completo.

1.5.2. LAS ESTRUCTURAS SINTÁCTICAS.

El concepto de estructura es equivalente a la combinación de varios elementos que se integran para dar forma tangible (gráficamente) a una idea o concepto, bajo una finalidad predeterminada.

Susan Langer coincide también con este concepto, pero lo complementa al indicar que una forma gráfica en un sentido abstracto equivale a una estructura o a una articulación de un todo, que resulta de la relación entre factores mutuamente dependientes; es decir, que no es solamente la unión de las partes de una forma, sino también el modo como estos elementos se unen.

Cada lenguaje tiene sus propias reglas de estructuración y sus propias limitaciones con las cuales conforma cadenas de signos o símbolos para lograr un mensaje coherente.

En diseño gráfico, una estructura de comunicación visual es el conjunto de elementos gráficos que se conjugan para configurar una imagen lógica o coherente; pero tales elementos deben

estar dispuestos en forma determinada para lograr también un todo armónico que exprese un mensaje único. Susan Langer hace hincapié en el concepto de forma lógica como un elemento vital en la comunicación visual, tomándola como parte esencial de la función de expresarse.

1.5.3. VALORES SINTÁCTICOS DE LA EXPRESIÓN VISUAL.

Los valores expresivos de la sintáctica son aquellos elementos que se manejan dentro de un contexto visual, con el fin de obtener una imagen armónica. Lograr adecuarlos a la problemática del diseño es la parte medular de las soluciones que se obtengan. Saber emplearlos significa alcanzar resultados que irán dentro del rango entre lo bueno y lo excelente.

Los valores expresivos de la sintáctica son los siguientes:

- ***El punto.***- Es la unidad mínima de expresión.
- ***La línea.***- Es la sucesión de puntos, que a su vez integran una parte estructural de la forma.
- ***El contorno.***- Es la integración total de la forma.
- ***La dirección.***- Es el factor de canalización del movimiento visual.
- ***El tono.***- Es la graduación controlada de la luz.
- ***El color.***- Es el elemento emotivo de la expresión visual.
- ***La textura.***- Las texturas son de dos tipos: a) ópticas, que expresan el carácter superficial de los elementos bidimensionales; b) apticas, que es el carácter superficial de los materiales.
- ***La proporción.***- Es la relación adecuada, en escala, del contorno de una forma.
- ***La dimensión.***- Es el tamaño adecuado de una figura en relación con otra.
- ***El movimiento.***- Es el dinamismo que hay en la expresión gráfica de una forma.

1.5.4. LOS PROCEDIMIENTOS DE ESTRUCTURACIÓN SINTÁCTICA.

El sistema está conformado por el conjunto de procedimientos mediante los cuales se realiza una estructuración sintáctica. Hay dos tipos de procedimientos de estructuración sintáctica, que se indican a continuación.

1.5.4.1. LOS PROCEDIMIENTOS SISTEMÁTICOS.

Los procedimientos sistemáticos son los que integran un sistema mediante el cual se establece una comunicación estable y constante con base en símbolos.

Un ejemplo tradicional corresponde a los sistemas de señalamientos de una ciudad, los cuales conforman códigos simbólicos perfectamente definidos y de uso común a nivel internacional. Los procedimientos sistemáticos conforman estructuras visuales, mismas que a su vez están conformadas por elementos gráficos que tienen un significado particular y preciso y que se combinan de un modo preestablecido para brindar una interpretación congruente. A este tipo de integración de significantes se le da el nombre de estructura sistemática. Un ejemplo puede aclararnos este concepto. Una señal que prohíbe fumar está estructurada por un círculo rojo, una barra oblicua del mismo color y la figura blanca de un cigarro humeante tras la barra. La falta de cualquiera de estos tres elementos o un cambio de color alterará el significado del gráfico.

1.5.4.2. LOS PROCEDIMIENTOS ASISTEMÁTICOS.

Son los que integran sistemas de comunicación que utilizan figuras, signos y símbolos, pero que carecen de un significado preestablecido y dependerán estrictamente de la forma en que se utilicen. Por lo tanto, dichos sistemas son inestables e inconstantes. Esto acontece normalmente con significantes estructurados por una diversidad de elementos gráficos; por ejemplo, con los carteles en donde puede variar el color sin alterar significativamente su mensaje, así como la alteración del orden, tamaño y ubicación de los signos tipográficos; se puede cambiar también el tipo de composición y, por ende, su atractivo visual, pero nominalmente conservará el mismo mensaje. Las estructuras conformadas dentro de este sistema reciben el nombre de estructuras asistemáticas.

También dentro del grupo anterior están las llamadas estructuras asistemáticas independientes, denominadas así por estar integradas por elementos gráficos que funcionan independientemente unos de otros y en consecuencia, la omisión de cualquiera de ellos o el cambio de ubicación de los mismos no alteran en absoluto el significado de los significantes que permanecen inalterables. Tomemos, por ejemplo, un sistema estructurado por señalamientos cuyos símbolos indiquen la ubicación de diversos servicios, como los que se ven habitualmente en un aeropuerto o en una terminal de autobuses foráneos: un teléfono, un

elevador o el servicio de taxis y una flecha que indica hacia dónde se encuentran dichos servicios. Si quitamos la figura del teléfono, no se altera en absoluto el significado de los pictogramas restantes, puesto que la flecha seguirá indicando hacia dónde se encuentran el elevador y la estación de taxis.

Todos los códigos de señalamientos y en general todos los códigos lógicos, quedan integrados dentro de estos dos grupos de estructuras de sistemas.

1.5.5. EL ESPACIO TRIDIMENSIONAL.

Los valores sintácticos de la expresión visual, en el caso de los gráficos, están siempre contenidos dentro de un espacio bidimensional, carente de cualquier proyección volumétrica, creando siempre superficies planas. Nominalmente, una superficie está limitada visualmente dentro de ciertos parámetros, los cuales son establecidos a priori por la función que determina el tipo de gráfico de que se trate.

Sin embargo, esta delimitación será dada en dimensiones perpendiculares establecidas, ya que el espacio gráfico normalmente será rectangular debido a la forma típica del papel; salirse de esa norma resulta una idea incongruente.

Una superficie de mayor o menor tamaño establecerá en primer término el campo visual, superficie plana donde debe ser trazada una imagen. Dentro de ese campo visual ejercerán su influencia las fuerzas de atracción visual, que en forma completamente subjetiva actúan sobre dicha superficie.

Antes de empezar a utilizar el lenguaje visual para la comunicación de un mensaje concreto, hay que aprender la mayor variedad posible de las sensaciones espaciales inherentes en las relaciones de las fuerzas que actúan en la superficie gráfica. La acumulación de esas variadas experiencias constituye la parte más importante del adiestramiento para la expresión visual.

Las fuerzas que actúan en el campo visual son capaces de hacernos actuar involuntariamente; ellas evitan que un significante se sienta "flotando" en una superficie, ya que "jalan" al significante hacia un lugar concreto dentro de varias posibilidades, generalmente hacia el centro natural del espacio o hacia las esquinas o ángulos que

conforman los bordes del papel. Estas fuerzas actúan en forma natural y generalmente lo hacen en contra de las personas que no han adquirido una disciplina en la creación de gráficos. Éste es uno de los problemas más difíciles de resolver cuando no se tiene una verdadera conciencia de su importancia.

1.5.6. LA COMPOSICIÓN GRÁFICA.

Colocar un significante dentro de un campo visual tomando en cuenta las fuerzas que actúan en él puede encerrar dos posibilidades de resultados diametralmente opuestos en la expresión sensitiva del significante, que se diferenciarán por la forma en que queden ubicados dentro del espacio bidimensional. La diferencia estriba en colocar algo sobre algo simplemente o integrar algo dentro de algo. El concepto poner sugiere la posibilidad de adaptar algo que no corresponde a una superficie determinada, con el fin de conseguir un resultado provisional. Por otro lado en cambio, el concepto integrar sugiere la posibilidad de dar forma adecuada a un todo para obtener un funcionamiento definitivo. Sintácticamente, el concepto de integrar varios elementos para lograr un significado sensible, implica la función de componer visualmente, varios elementos gráficos sobre un campo visual. Por otro lado el concepto de componer da origen al término de composición visual utilizado normalmente en todo proceso de diseño para indicar que el desarrollo compositivo está regido por las normas que controlan la correcta aplicación de los valores de la expresión visual, para alcanzar un todo armónico.

En la composición visual también debe tomarse en consideración el peso de los elementos gráficos que se utilicen, puesto que este valor de la expresión gráfica puede desequilibrar toda la composición. El equilibrio gráfico actúa aquí de la misma manera que una balanza, con la diferencia de que el peso visual es del orden geométrico y se refleja en áreas o superficies. Un elemento gráfico pesado está considerado como el que tiene más área o está más grueso en su trazo, por lo cual el equilibrio gráfico estará regido por las sumas de superficies que en determinado momento se acumulen a cada lado de los ejes de composición que dividen en cuatro sectores el campo visual.

Además, todos los elementos gráficos que intervienen en la composición deben guardar también una relación de equilibrio con su propio campo visual, porque debe haber una proporción matemática entre figura y fondo. Por tanto, la figura no debe ser demasiado

pequeña ni demasiado grande; deberá estar repartida en partes proporcionales; es decir, casi iguales.

1.5.6.1. COMPOSICIÓN DINÁMICA.

Los cánones de la composición moderna se han orientado desde el primer cuarto de siglo, hace más de setenta años, hacia el logro de gráficos con base en una composición dinámica. Una de las tesis sustentadas por la Bauhaus, en Weimar, Alemania, era precisamente la composición dinámica en todos los géneros del diseño. En el campo de los gráficos este concepto fue desarrollado principalmente por Herbert Bayery Joost Schmidt, durante el periodo comprendido entre 1920 y 1932.

La dinámica visual se expresa sintácticamente en un equilibrio asimétrico, en cambio la simetría, gran logro medieval, está basada en un equilibrio estático sobre un eje central, por lo tanto: la composición asimétrica es dinámica y la composición simétrica es estática.

La sintáctica refiere la relación de un elemento gráfico con otro en la formación de una estructura visual, como se ha visto, pero esa relación estructural puede ser compositivamente estática o dinámica, todo dependerá de la expresión visual que se pretenda. La relación estática de un elemento gráfico con otro no es deseable, puesto que provocará una monotonía visual que se sale del contexto a que está habituado el hombre actual. En cambio una relación de tipo dinámica es deseable siempre que sea posible, pues evitará que la composición gráfica se vea rígida por falta de movimiento.

La posibilidad de una estructura sintáctica dinámica es adecuada siempre en diseño editorial: carteles, folletos, libros y en todo tipo de portadas. En el caso de los señalamientos y símbolos gráficos, la composición dependerá de los objetos denotados.

La dinámica visual es natural por estar de acuerdo con cuanto nos rodea, que a decir de Gyorgy Kepes: "El ojo del espectador es guiado con una certeza infalible a las normas esenciales y a sus relaciones. La interacción de las formas básicas posee un vigoroso dinamismo basado en las nítidas relaciones plásticas (estéticas) de colores, formas y líneas, alrededor de un eje diagonal".

1.5.6.2. RETÍCULA COMPOSITIVA.

Es una estructura en dos dimensiones hecha de líneas verticales y horizontales utilizada para estructurar el contenido, sirve como una armazón para organizar textos, imágenes o videos de una forma racional y fácil de visualizar. Se constituye en una herramienta muy útil que nos puede asegurar mayor equilibrio en nuestra composición al momento de diseñar.

Sus orígenes se remontan a los pintores antiguos, los cuales se basaban en la proporción divina o áurea, dentro del diseño fue después de la segunda guerra mundial cuando se empezaron a utilizar retículas, el diseñador suizo Müller-Brockmann con su libro Grid systems in graphic design fue quién ayudó a propagar el uso de la retícula primero en Europa y luego en Norte América.

A mediados de los años 70's la enseñanza de las retículas se volvió estándar en Europa, Norte América y Latinoamérica, en los años 80 se creó un movimiento en contra de la retícula porque pensaban que limitaba a los diseñadores y su creatividad, lo veían como una camisa de fuerza de la cual querían liberarse.

Sin embargo en la actualidad ha existido un renovado interés por las retículas, principalmente por parte de los diseñadores web, puesto que su implementación en diseños en html y css, facilita la estructuración del diseño, y la ubicación de los elementos necesarios dentro del mismo.

Todos los trabajos de maquetación, deben llevar una guía a través de una estructura estudiada y de tamaños fijos. Para ello usamos, la retícula compositiva, que consiste en una guía en los elementos de la maquetación en papel, con la finalidad de conseguir, un orden y estética. Las retículas se subdividen a su vez en superficies bidimensionales o tridimensionales, en campos más pequeños en forma de una reja.

La retícula compositiva, se puede definir como una plantilla, muy útil, cuando necesitamos componer un documento con muchas páginas, que tenga un orden, que sea claro y legible.

Un problema que el uso de retículas plantea al diseñador radica en encontrar el equilibrio entre el orden que impone la estructura reticular, y la necesidad de evitar la monotonía. Sin embargo una vez logrado este equilibrio por medio del adecuado uso de una retícula, esta impone orden, uniformidad y coherencia, lo que logra que la lectura se efectúe con mayor rapidez, se visualicen los contenidos a distancias más lejanas y se retenga con más facilidad en nuestra memoria la información que estamos recibiendo. Puesto que una página con retícula transmite estructura y una cierta mecánica, frente a algo desordenado, desestructurado o caótico.

1.5.6.2.1. TIPOS DE RETÍCULA.

La simplicidad se vuelve cada vez más difícil de lograr a medida que aumenta el número de elementos que pueden colocarse en una página. Este problema se resuelva mediante el agrupamiento de elementos que guardan relación entre sí, y esto se lo realiza por medio de la reticulación, la cual requiere de una cuidadosa planeación preliminar en función a la cantidad de elementos que se debe usar en la composición gráfica, lo cual nos permite escoger entre los distintos tipos de retícula, sin embargo antes de detallarlos, es necesario numerar los elementos que conforman una retícula:

- Márgenes (superior, inferior, laterales.).
- Columnas.
- Espacio entre columnas (medianil).
- Filas.
- Ejes dentro de la columna, que dividen en espacios iguales a la misma.

Estos elementos se adaptan a los diferentes formatos, y a las diferentes aplicaciones que se les puede dar. La clasificación de las retículas se realiza de acuerdo al número de columnas que estas tengan.

1.5.6.2.1.1. RETÍCULA DE UNA COLUMNA.

Es innegable de que el área de diseño puede dividir en tantas columnas como quiera. Sin embargo, no hay que pasar por alto que las columnas se utilizan sobre todo para el texto y que por lo tanto, siempre debe tener en cuenta la funcionalidad de la anchura de las mismas.

De esta manera se ve la importancia que tiene el diseño de una gama de retículas, en forma de composición esquemática, antes de empezar el proyecto de diseño propiamente dicho.

1.5.6.2.1. RETÍCULAS DE 2 Y 4 COLUMNAS.

Es una retícula muy utilizada por los diseñadores, ya que les permite componer una distribución equilibrada, aunque en alguna ocasión, puedan surgir algunas composiciones demasiado simétricas.

1.5.6.2.1.2. RETÍCULAS DE 3 Y 6 COLUMNAS.

Habitualmente se considera esta retícula como la más acertada para el diseño de los folletos publicitarios. Proporciona columnas anchas y muy legibles, y además se tiene la opción, que la de tres columnas se puede subdividir a su vez en 6 columnas.

1.5.6.2.1.4. RETÍCULAS DE 5 Y 7 COLUMNAS.

Por otra parte las retículas de un número impar de columnas como 5 o 7 o incluso una doble página con un número impar de columnas encarado con un número par de ellas, darían un estilo diferente al concepto global, dando más dinámica a la composición.

1.5.6.3. CATEGORÍAS COMPOSITIVAS.

1.5.6.3.1. DIRECCIÓN.

La dirección de una forma depende como está relacionada con el observador, y con la orientación que dicha forma con respecto al marco que la contiene o con otras formas cercanas.

La más pregnante es la dirección vertical.

1.5.6.3.2. RITMO.

Es la forma secuencial en la que se combinan entre si los distintos elementos de una composición, esta categoría se encuentra comúnmente dentro de las composiciones modulares. Dentro de los principales tipos de ritmos podemos identificar los siguientes:

- **Ritmo lineal.**- Se forma por medio de las combinaciones entre líneas rectas y curvas.

- **Ritmo formal.-** Se logra por medio de la alternancia entre las formas a utilizar dentro de la composición.
- **Ritmo cromático.-** Se consigue alternando colores, recurriendo al grado de saturación y a la facultad de distinguir entre fríos y cálidos.

A cualquiera de estos ritmos se los puede a su vez clasificar dentro de los siguientes géneros, los cuales pueden ser combinados entre ellos para obtener más diversidad dentro de la composición rítmica

1.5.6.3.2.1. RITMO CONTINUO.

Se denomina así al ritmo en el cuál se reitera sucesivamente una misma forma.

1.5.6.3.2.2. RITMO SIMPLE ALTERNO.

Se logra repitiendo sucesivamente la misma forma, dándole a cada una de sus repeticiones, una variante posicional o de orientación con respecto al plano., se debe tomar en cuenta que para que haya ritmo es necesario que las alternancias posicionales se den bajo un orden determinado.

1.5.6.3.2.3. RITMO COMPUESTO ALTERNO.

Se conforma mediante la repetición alternada y secuencial de dos o más formas, entre dichas formas suele haber un espacio que las separa una de otras, a este espacio se denomina intervalo.

1.5.6.3.2.4. RITMO CRECIENTE Y DECRECIENTE.

Se da por las variaciones de tamaño de las formas, si el tamaño aumenta se denomina creciente, y decreciente si el tamaño disminuye, esto se considera según la orientación de lectura que se utilice en el entorno dentro del cual se debe presentar la composición.

1.5.6.3.3. EQUILIBRIO.

El equilibrio consiste en lograr distribuir todos los elementos del diseño de tal manera que en todos los sectores del plano sobre el que se diseñe exista un adecuado peso visual. Existen dos tipos de equilibrio visual.

El equilibrio no implica que para lograrlo, los pesos visuales de los elementos deban ser idénticos entre sí, solo es necesario distribuir bien el peso visual de cada elemento, esto se logra por medio de variantes dimensionales cromáticas o posicionales. Del modo en que se distribuyan los elementos y sus pesos visuales se originan las dos clases de equilibrio.

1.5.6.3.3.1. EQUILIBRIO FORMAL O SIMÉTRICO.

Es aquel que se da a partir de un centro óptico, a partir del cual se distribuyen de igual manera los pesos a ambos lados de la composición en base a la simetría; al utilizar este tipo de equilibrio se consigue una disposición armónica de todos los elementos, sin embargo la composición resultante es un tanto estática.

1.5.6.3.3.2. EQUILIBRIO INFORMAL O ASIMÉTRICO.

Este tipo de equilibrio posee más fuerza gráfica, se basa en una asimetría intencionada, y se logra contrastando los pesos visuales por medio de variaciones de tamaño, color o forma.

1.5.6.3.4. SIMETRÍA.

La simetría, es la disposición de las distintas partes de un todo de forma ordenada y con mutua correspondencia, que genera una forma proporcionada y equilibrada.

Una figura se denomina simétrica si existe una recta tal que tomada como eje de simetría transforma a la figura en ella misma.

Hay figuras que tienen varios ejes de simetría. Por ejemplo, un rectángulo tiene dos, un cuadrado cuatro y un círculo infinito (cualquier recta que pasa por su centro es eje de simetría).

La simetría en cierta manera, da sensación de orden y alivia la tensión; la asimetría hace lo contrario, crea agitación y tensión, pero puede conseguir que una imagen no sea monótona.

1.5.6.3.4.1. SIMETRÍA ESPECULAR.

Se trata de toda simetría en la que a ambos lados del eje en cualquier sentido en que esté el mismo, los elementos son idénticos y tienen posiciones iguales de manera reflejado con respecto a los objetos del otro lado del eje.

1.5.6.3.4.2. SIMETRÍA MATEMÁTICA.

Se evidencia el uso matemático con respecto a la armonía de posición de una forma de acuerdo a un eje ubicado en la mitad de la forma.

1.5.6.3.4.3. SIMETRÍA REFLEJADA O AXIAL.

En este tipo de simetría se representa la armonía de posición de dos formas con respecto a un eje que está ubicada fuera de la forma.

1.5.6.3.4.4. SIMETRÍA ROTATIVA.

Se forma por medio de la armonía de las posiciones de las formas con respecto a un punto fuera de ellas.

1.5.6.3.4.5. SIMETRÍA DILATADA.

Es la simetría por dilatación de la aplicación de una forma.

1.5.6.3.5. TEXTURA.

La textura se refiere a las cercanías en la superficie de una forma. Puede ser plana y puede atraer tanto al sentido del tacto como a la vista.

1.5.6.3.6. MOVIMIENTO.

Es uno de los elementos visuales que implica y dota de más fuerza. Realmente solo está implícito en ciertos elementos, aunque existen técnicas capaces de engañar el ojo. La impresión de movimiento en aquellas expresiones visuales estáticas es más difícil de conseguir, pero termina derivando de nuestra experiencia de movimiento de la realidad.

1.1.1.1.1. TAMAÑO.

Es la magnitud de la forma, puede ser real o aparente, mayor o menor dimensión de una cosa.

La interpretación del tamaño, más que de las demás dimensiones de la forma, varía sorprendentemente según las culturas y los países.

En occidente, la pequeñez se percibe como falta de talla humana, sin embargo en el oriente, lo grande se suele percibir como raro y aparatoso.

1.5.6.3.8. ESCALA.

Es la relación proporcional entre objetos, en una representación del mismo. Todos los elementos visuales tienen capacidad para modificarse unos a otros, este proceso se llama escala: el color es brillante o apagado en yuxtaposición con otros valores, asimismo no puede existir lo grande sin lo pequeño. Pero incluso cuando establecemos lo grande sin lo pequeño. Pero incluso cuando establecemos lo grande a través de lo pequeño, se puede cambiar toda la escala con la introducción de otra modificación visual, por ejemplo en relación con el campo visual o el entorno.

La escala se utiliza en planos y mapas para la representación de una medición proporcional real.

1.5.6.3.9. PROPORCIÓN.

La proporción es la relación entre dos partes de un todo, y este es un concepto, que no podemos olvidar a la hora de diseñar.

Recuerde siempre que el diseño debe ser un todo en el que no falle ningún elemento.

Lo primero que debemos establecer es, que parte del área de diseño deben ocupar los elementos, y por el contrario, que espacios quedarán ausentes de elementos.

Una vez determinadas las áreas de diseño que vamos a ocupar con las líneas (títulos, textos.) y las formas (fotografías, ilustraciones, gráficos.), podemos combinar estos elementos dentro de un mismo espacio para crear composiciones alternativas.

La proporción es una importante variante que influye en el modo en el que percibimos las cosas.

Las formas angulares, alargadas y las formas oblongas (dominantes en el período barroco) amplían el campo de visión, con lo que dan la impresión de captar más una

escena particular, creando una estética dominante. Las formas angulares cortas dan la impresión de ser más tímidas y humildes.

Con las formas redondeadas, la proporción y la simetría suelen combinarse, puesto que las formas perfectamente circulares también son simétricas. Por lo que las formas circulares parecen ser menos potentes que las formas oblongas, pero crean impresiones de armonía que resuenan con suavidad y perfección.

Evidentemente el tamaño de un elemento en relación con el resto de los elementos que coloquemos en el espacio gráfico también tendrá diferentes significados. Las formas grandes, altas o anchas, suelen ser percibidas como potentes o fuertes, mientras que las formas pequeñas, cortas o finas, nos parecen delicadas y débiles.

1.5.6.4. TÉCNICAS VISUALES.

Constituyen una amplia paleta de medios para la expresión visual del contenido, se presentan en forma de dipolos, es decir, por medio de dos conceptos contrarios y complementarios a la vez.

Los conceptos que formen parte de cada dipolo pueden ser concebidos dentro de la composición, bien individualmente o juntos como contraposición, por medio del uso de los distintos elementos de la imagen; e incluso pueden ser usados en combinación con otras técnicas visuales. Una buena forma de utilizar estas contraposiciones es considerando grados de matiz similares a los de un degradado tonal, es decir, no usar solo los extremos de la contraposición si no niveles intermedios de representarla, de este modo se logra que exprese adecuadamente la contrariedad y complementariedad existente entre las técnicas que componen cada dipolo.

Por la gran relación y cantidad de similitudes que existen entre varias técnicas, resulta imposible definir la totalidad de técnicas existentes, ni la definición exacta de cada una de ellas, es así que la definición y uso que cada compositor de estas, va en función primordialmente a la interpretación que el autor de la composición de a las mencionadas reglas.

Las principales pares de técnicas que se pueden establecer son:

1.5.6.4.1. EQUILIBRIO - INESTABILIDAD.

El equilibrio se basa en el funcionamiento de la percepción humana y en la necesidad de equilibrio, que se manifiesta tanto en el diseño como en la reacción ante una declaración visual, este se basa en un centro de gravedad situado en el medio de dos pesos visuales, que mediante el uso adecuado de leyes y categorías compositivas, se ven similares entre sí. Su opuesto es la inestabilidad, caracterizada por la ausencia de equilibrio, la cual logra composiciones de carácter muy provocativo.

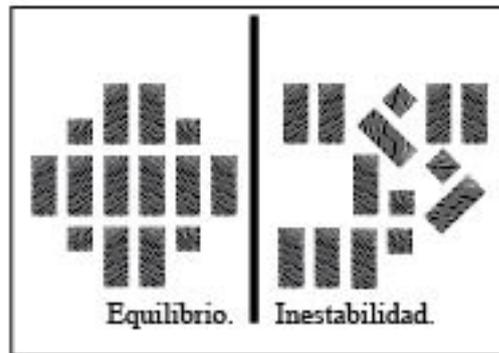


Imagen I. 1. Equilibrio-Inestabilidad.

Fuente:scribd.com/doc/técnicas visuales

1.5.6.4.2. SIMETRÍA - ASIMETRÍA.

Estas se basan en las dos formas de representar el equilibrio: La simetría que es cuando en el equilibrio se puede establecer un eje invisible a cuyos lados las imágenes son iguales o similares y se disponen a manera de reflejo. Su opuesto, la asimetría, logra el equilibrio de los pesos visuales por medio de la correcta disposición de elementos y pesos visuales, sin disponerlos en torno a un eje.

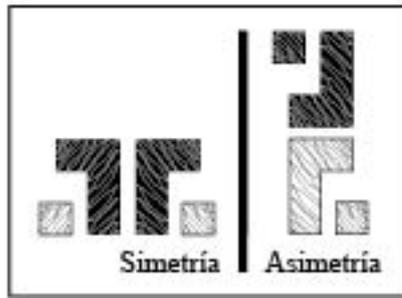


Imagen I. 2. Gráfico Simetría – Asimetría.

Fuente: scribd.com/doc/técnicas visuales

1.5.6.4.3. REGULARIDAD - IRREGULARIDAD.

La regularidad consiste en dar uniformidad a los elementos de la composición, y lograr un orden basado en un principio o método, y sin realizar variaciones respecto a este. Su opuesto, la irregularidad busca destacar lo inesperado, y no se ajusta a ningún plan predecible.



Imagen I. 3. Gráfico Regularidad-Irregularidad.

Fuente: scribd.com/doc/técnicas visuales

1.5.6.4.4. SIMPLICIDAD – COMPLEJIDAD.

La simplicidad representa el orden como la presencia de unidades simples y elementales, es decir tiene carácter muy directo. Su opuesto es la Complejidad, que busca el orden mediante unidades más elaboradas dentro de la composición, dando un carácter más extenso y detallado, y a la vez más difícil de descifrar instantáneamente.

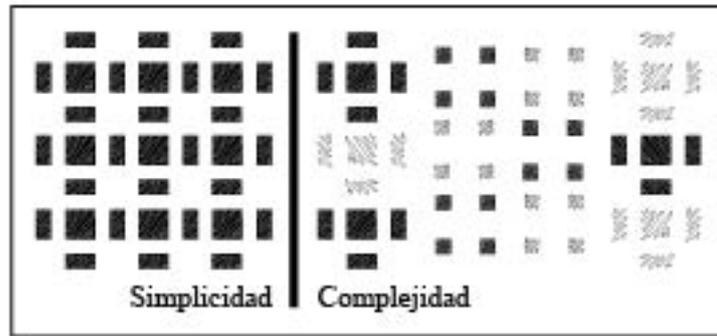


Imagen I. 4. Gráfico Simplicidad-Complejidad

Fuente: scribd.com/doc/técnicas visuales

1.5.6.4.5. UNIDAD – FRAGMENTACIÓN.

La unidad se trata de lograr que los elementos de la composición sean parte de una totalidad, es decir que todos los signos combinados conformen una especie de nuevo signo más grande. El contrario de esta es la fragmentación, que logra que los elementos se dispongan de manera independiente, pero que tengan relación entre sí dentro del significado de la composición.

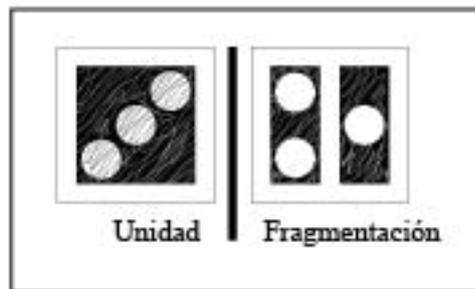


Imagen I. 5. Gráfico Unidad-Fragmentación.

Fuente: scribd.com/doc/técnicas visuales

1.5.6.4.6. ECONOMÍA - PROFUSIÓN.

La economía se trata de componer con unidades mínimas para transmitir el mensaje. Su oposición es la profusión, la cual tiende a incluir adiciones al diseño básico para hacerlo más extenso.

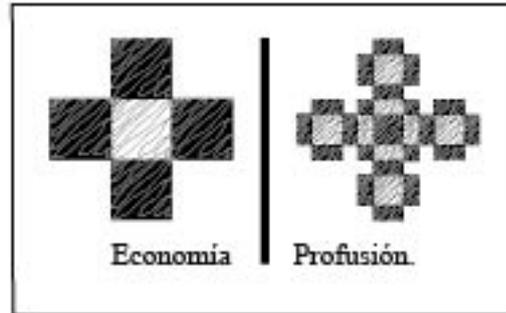


Imagen I. 6. Gráfico Economía-Profusión.

Fuente:scribd.com/doc/técnicas visuales

1.5.6.4.7. RETICENCIA - EXAGERACIÓN.

La reticencia busca transmitir el mensaje completo con la mínima utilización posible de elementos, y provocar una gran reacción en el receptor. La exageración por su parte expresa la idea original con añadidos, para intensificarla.

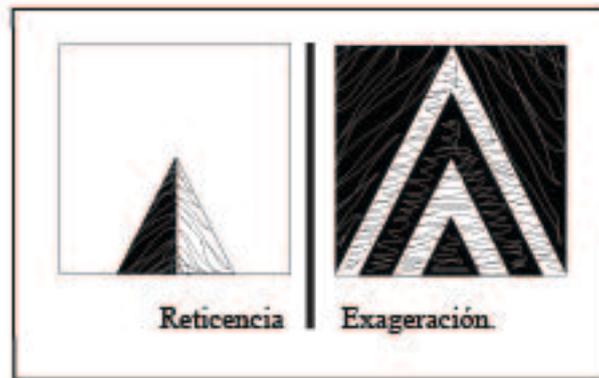


Imagen I. 7. Gráfico Reticencia-Exageración.

Fuente:scribd.com/doc/técnicas visuales

1.5.6.4.8. PREDICTIBILIDAD - ESPONTANEIDAD.

La predictibilidad utiliza un orden muy convencional, que mediante la experiencia, observación o razón o la observación, y principalmente mediante el uso más mínimo posible de elementos, permite al observador prever de antemano lo que será el mensaje total. Por otro lado se le opone la espontaneidad, que se caracteriza por una aparente

carencia de plan compositivo, sin embargo esta técnica puede lograr efectos muy emotivos e impulsivos.



Imagen I. 8. Gráfico Predicitibilidad-Espontaneidad.

Fuente:scribd.com/doc/técnicas visuales

1.5.6.4.9. ACTIVIDAD - PASIVIDAD.

La actividad busca reflejar movimiento dentro de una composición, mediante la representación o sugestión de este. Su opuesto la pasividad, en cambio refleja una composición estática, logrando así un equilibrio bastante sobrio y moderado.

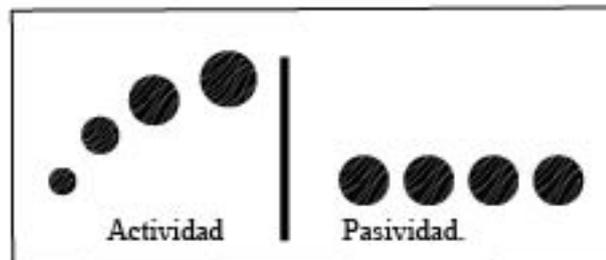


Imagen I. 9. Actividad-Pasividad.

Fuente:scribd.com/doc/técnicas visuales

1.5.6.4.10. SUTILEZA - AUDACIA.

La sutileza busca una distinción muy afinada es decir no muy obvia. Por su parte, su opuesto la audacia, destaca el mensaje de manera muy obvia.

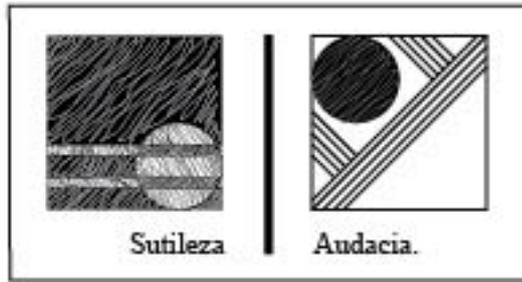


Imagen I. 10. Gráfico Sutileza-Audacia.

Fuente:scribd.com/doc/técnicas visuales

1.5.6.4.11. NEUTRALIDAD - ACENTO.

La neutralidad consiste en dar a la composición, un tono poco provocador mediante los elementos, es decir que estos no desentonen unos de otros. Por su parte el acento consiste en destacar ciertos aspectos o elementos de la composición mediante la asignación a estos de ciertas características que los destaquen.



Imagen I. 11. Gráfico Neutralidad-Acento.

Fuente:scribd.com/doc/técnicas visuales

1.5.6.4.9.12. TRANSPARENCIA - OPACIDAD.

La transparencia implica algún elemento a través del cual se puede ver, o algún elemento que denote este hecho. Su opuesto la opacidad, implica que hay elementos que impiden ver en totalidad los que están tras este.

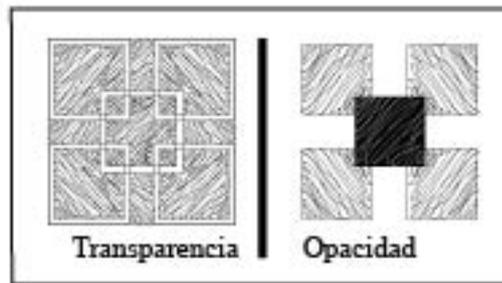


Imagen I. 12. Gráfico Transparencia-Opacidad.

Fuente:scribd.com/doc/técnicas visuales

1.5.6.4.13. COHERENCIA - VARIACIÓN.

La coherencia se caracteriza por la uniformidad de las unidades que componen la composición. En cambio la variación permite dar a la composición más diversidad de elementos, pero estos deben estar en función a uno dominante.

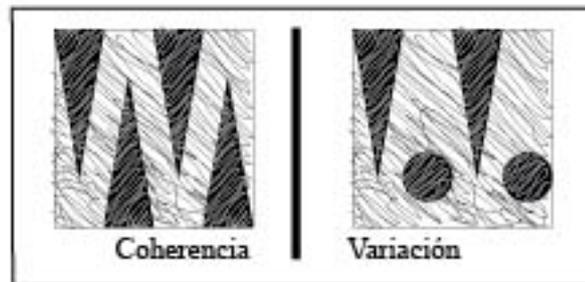


Imagen I. 13. Gráfico Coherencia-Variación.

Fuente:scribd.com/doc/técnicas visuales

1.5.6.4.14. REALISMO - DISTORSIÓN.

El realismo trata de reproducir una imagen lo más similar posible a como el ojo ve la real, en diseño se usa para esto técnicas artísticas y fotografía. La distorsión se basa en variar las imágenes realistas, para modificar de este modo su contexto.



Imagen I. 14. Gráfico Realismo-Distorsión.

Fuente:scribd.com/doc/técnicas visuales

1.5.6.4.15. PLANA - PROFUNDA.

Plana se denomina a toda composición carente de perspectiva, al contrario profundo se denomina a aquellas composiciones en que se nota claramente uso de perspectiva.

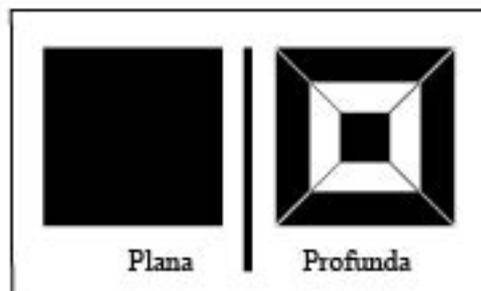


Imagen I. 15. Gráfico Plana-Profunda.

Fuente:scribd.com/doc/técnicas visuales

1.5.6.4.16. SINGULARIDAD – YUXTAPOSICIÓN.

La singularidad concentra la composición en un tema aislado e independiente, transmitiendo un énfasis específico. Por otro lado, la Yuxtaposición expresa la interacción entre mínimo dos estímulos visuales.

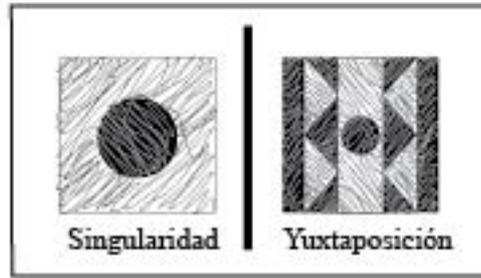


Imagen I. 16. Gráfico Singularidad-Yuxtaposición.

Fuente:scribd.com/doc/técnicas visuales

1.5.6.4.17. SECUENCIALIDAD – ALEATORIEDAD.

La secuencialidad presenta rítmica y ordenadamente los elementos. Por su parte la aleatoriedad da a la composición la apariencia de falta de un plan de composición, y da la sensación que la disposición de los elementos es accidental.

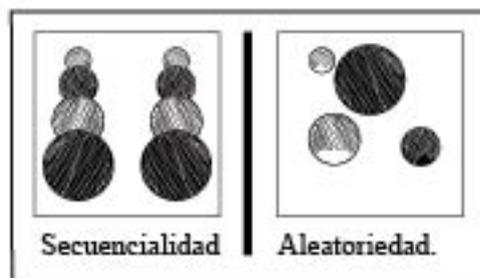


Imagen I. 17. Gráfico Secuencialidad-Aleatoriedad.

Fuente:scribd.com/doc/técnicas visuales

1.5.6.4.18. AGUDEZA – DIFUSIVIDAD.

La agudeza usa un contorno muy simple y preciso en la composición, de tal manera que el mensaje final es muy claro, y resulta fácil de interpretar. La Difusividad por lo contrario, busca dar a la composición más ambiente y emocionalidad.



Imagen I. 18. Gráfico Agudeza-Difusividad.

Fuente:scribd.com/doc/técnicas visuales

1.5.6.4.19. CONTINUIDAD – EPISODICIDAD.

La continuidad se trata de una serie de elementos visuales que se ven conectados entre sí por su apariencia y significancia. Su contrario la Episodicidad, está formada por elementos que no tienen ninguna conexión entre sí, o con conexiones muy débiles, destacando el valor individual de cada elemento sin desentonar con el significado global de la composición.

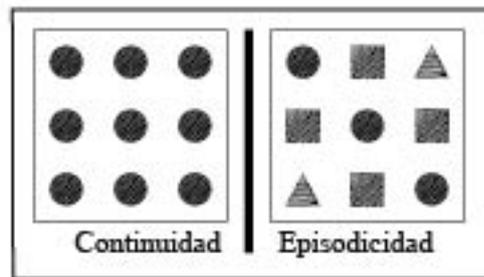


Imagen I. 19. Gráfico Continuidad-Episodicidad.

Fuente:scribd.com/doc/técnicas visuales

CAPÍTULO II:

ESTUDIO DE ANÁLISIS SIMILARES.

En este capítulo se incluyen resúmenes de análisis similares al que se pretende someter a las piezas del Museo Nacional Alfonso Escobar León, dichos resúmenes son realizados por los suscriptores del presente documento, con la finalidad de obtener información y pautas que nos guíen hacia una correcta realización del análisis de las piezas que conforman la colección del museo.

2.1. INTRODUCCIÓN A LA SEMIÓTICA DEL DISEÑO ANDINO PRECOLOMBINO.

El autor de este documento es Zadir Milla Euribe, de nacionalidad peruana, un estudioso de la cultura precolombina latinoamericana, sobre todo de la cultura Inca y las culturas consideradas antecesoras de esta.

Esta obra trata los procedimientos simbólicos y compositivos que tomaron parte en la creación de la iconografía de los pueblos andinos precolombinos. Mediante el análisis de 300 gráficos, el autor explica el simbolismo usado por los pueblos pan-andinos para expresar su cosmovisión. Al exponer conceptos acompañados de gráficos que los sustenten, se puede evidenciar las estructuras y leyes armónicas e iconológicas que regían la composición; la cual era muy simbólica; resolviendo así los códigos

fundamentales del diseño precolombino mediante una serie de esquemas de ordenamiento y trazado geométrico y proporcional del espacio y la forma. Por tanto esta obra supone una base para la interpretación simbólica del arte andino, una guía para reconstrucción de diseños y clasificación iconográfica, y para la aplicación de los principios que regían el diseño andino dentro del diseño de la época actual.

2.2.2. INTRODUCCIÓN.

El arte es una forma de conocimiento usada por el hombre para expresar su forma de concebir el mundo y la vida, constituyéndose en una síntesis de la totalidad de su cultura, la cual viene a ser un producto de los conocimientos adquiridos por los grupos humanos combinados con las creaciones de cada grupo. Por su parte el diseño busca que la forma de los objetos se adapte a la función para la cual estos fueron concebidos.

Toda forma de expresión involucra un lenguaje, que sirve como instrumento de aprehensión y comprensión de la realidad, y compromete la visión del sujeto que emite tal forma de expresión. De este modo el lenguaje usado es el encargado de dar coherencia a las ideas expresadas así como de delimitar las formas conceptuales y expresivas. Todo lenguaje se constituye de símbolos, los cuales expresan directa o indirectamente las concepciones propias de un individuo o grupo de individuos. Los símbolos no se generan aislados, forman parte de sistemas iconológicos ordenados, es decir que es necesario combinar cada símbolo con los demás que forman parte del sistema para representar un significado coherente, cabe destacar también que es para su comprensión se debe partir de una concepción general del tiempo y el espacio en que fueron concebidos.

El arte ha sido desde hace siglos atrás el principal medio de comunicación, integración y transmisión cultural usado por el hombre andino, y es de permanente presencia en objetos rituales, lo cual evidencia que su concepción tenía gran carácter social, y a pesar de la gran diversidad de culturas y formas de expresión que existieron en la zona andina de Latinoamérica, existe cierto hilo lógico que permite relacionar unas con otras. Una posible explicación a este hecho, sería la existencia de un conocimiento común basado en el firmamento del hemisferio austral, lo cual sería la causal de la similitud de símbolos adoptados por cada cultura de este hemisferio. Esto podría implicar la existencia de escuelas y medios de enseñanza para la formación de arquitectos,

diseñadores, artistas y artesanos, entre otros tipos de personas especializadas, requeridos para la comunicación en la época.

La repetición de cierta simbología sustancial en la región pan-andina, podría fundamentar la teoría de que las imágenes encontradas en los principales templos tendrían la función de transmitir los conocimientos a los aprendices que los visitaban, logrando transmitir estos conocimientos a varias generaciones.

Las sociedades andinas precolombinas basaban su organización en una economía fundamentalmente agrícola, lo que conllevó a se desarrolle una astronomía que ayude a identificar claramente las estaciones y ciclos naturales como consecuencia de la observación del movimientos de los cuerpos celestes, hecho que permitió establecer leyes de armonía y correspondencia entre los fenómenos del cielo y la tierra, generando las concepciones del ordenamiento cósmico. La interpretación cultural de estas concepciones dio como resultado la cosmovisión andina y todas las entidades que de esta participan.

En el arte andino siempre estuvo reflejada la cosmovisión de estos pueblos, tanto en piezas pequeñas como en la construcción de templos y otras obras de gran escala. Incluso se ve reflejado en la disposición de dichas edificaciones, la cual generalmente emula a manera de espejo la disposición de ciertos cuerpos celestes en el firmamento.

El estudio del arte precolombino se enfocado desde el punto de vista de diversas especialidades lo cual nos permite una visión más amplia sobre el tema. La arqueología permite establecer en que lapso de tiempo fue originado, la Antropología estudia su entorno socio-cultural, la historia lo analiza como una fuente de información documentada, la Estética observa sus manifestaciones creativas, la Semiótica del Arte estudia el significado socio cultural de los símbolos, y la Semiótica del Diseño se encarga de estudiar y el proceso constructivo de los símbolos.

La semiótica del diseño relaciona la estética de las proporciones con la Simbología del Arte, descubriendo un sistema iconológico totalizante, que conjuga arte, ciencia y filosofía dentro de un lenguaje geométrico de síntesis, comprendido como un manejo armónico de la medida para representar los símbolos.

2.1.2. LA SEMIÓTICA DEL DISEÑO ANDINO.

La Semiótica del Diseño es una disciplina de la Estética que tiene como objetivo definir los aspectos simbólicos que intervienen en los procesos constructivos del diseño. Dentro del Diseño Andino observa los fenómenos que se presentan en el contexto cultural en que el arte es concebido; valiéndose de disciplinas como la Arqueología, la Historia o la Antropología, obtiene la información básica y la fuente teórica que le permita identificar a un objeto como parte de un proceso de desarrollo cultural general o específico.

Guía su análisis en dos causas principales: El conocimiento de los conceptos que toman parte en la creación de los símbolos, y el manejo de los procedimientos de diseño que dan origen a un objeto.

Para esto recurre a la Semiología de las Artes Visuales, la cual estudia comparativamente origen, formación e interpretación de los símbolos y los lenguajes, de esta manera establece las leyes de su sintaxis y su semántica; la Estética ayuda a determinar los valores conceptuales compositivos y estilísticos del objeto artístico en relación a las condicionantes de su creación.

La Semiótica del Diseño Andino tiene como objeto de estudios las manifestaciones del Arte Precolombino, centrándose en su aspecto conceptual, para lo cual se centra en tres aspectos:

2.1.2.1. EL LENGUAJE.

Es un vehículo de comunicación, que siempre está conformado por un conjunto de signos y símbolos, estructurado a partir de una sintaxis mediante la cual organiza el **discurso visual** en base a los aspectos denotativos que interfieren en este, y a una semántica que confiere el significado a una imagen, es decir el aspecto connotativo del discurso visual.

Dentro del Arte y Diseño Andino existen tres niveles de lenguaje:

- ***El Lenguaje Visual.***- Representa los aspectos morfológicos y sintácticos de un objeto, es decir la forma de representación usada para dar forma al objeto.
- ***El Lenguaje Plástico.***- Viene determinado por el carácter estilístico de los objetos, el cual puede ser abstracto o figurativo.

- ***El Lenguaje simbólico.***- Se trata de las correspondencias entre signo, significado y contenido, lo cual determina el carácter representativo, interpretativo o creativo de un objeto.

La decodificación de los valores lingüísticos de cada nivel de lenguaje, tiene la finalidad de explicar cada uno de ellos para facilitar la comprensión de estos como parte de un solo mensaje.

2.1.2.2. LA COMPOSICIÓN.

El manejo de la composición por parte de las culturas andinas se debe al carácter de síntesis que caracteriza a su pensamiento. Esta viene a ser una forma de ordenamiento del espacio, dentro del cual se conjugan los aspectos visuales, plásticos y simbólicos de un objeto, de esto resulta la Composición Simbólica que es una forma muy particular de sintaxis.

Dentro de esta Composición Simbólica las existen determinadas combinaciones de formas geométricas, llamadas Estructuras Iconológicas, estas rigen los principios de organización de los elementos compositivos dentro del plano básico.

Estas estructuras forman parte de un Código General dentro del cual ordenan los valores sintácticos del espacio y la forma de un objeto, a la vez rigen los siguientes aspectos básicos de la estructura:

- ***La Estructura de Orden.***- Mediante esta se establece las distribuciones y correspondencias simétricas que organizan los elementos dentro del diseño.
- ***La Estructura Proporcional.***- Permite definir las relaciones de medidas de la retícula de trazado, la cual sirve de soporte a todos los elementos compositivos dentro de un diseño.
- ***La Estructura Formal.***- Está representada en la serie de signos geométricos que participan en la expresión compositiva del carácter semántico de la pieza de arte.

Por lo tanto, se puede definir el aspecto compositivo de la Semiótica del Diseño Andino como una forma de lenguaje interior que complementa y da sentido a formas exteriores más evidentes dentro del diseño.

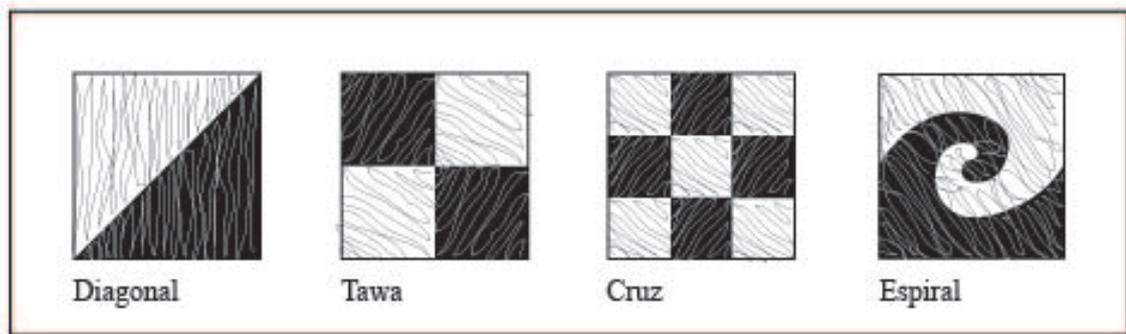


Imagen II. 20. Gráfico Continuidad-Episodicidad.

Fuente: Libro Introducción a la Semiótica del Diseño Andino Precolombino-Zadir Milla.

2.1.2.3. EL SIMBOLISMO.

La Iconografía del arte Precolombino está comprendida básicamente por tres tipos de imágenes, las que se reconocen del mundo real, las imaginarias, y las que proceden del razonamiento calculador. Aunque no existen límites muy definidos entre estas tres clases de representaciones, las distintas combinaciones de todas estas, constituyen representaciones de la concepción del mundo que el Hombre Andino tenía, esta concepción se la puede tratar en tres niveles de comprensión:

- **La Cosmovisión.-** Esta observa el entorno natural y social, y se representa por medio de Iconografía Naturalista. La convivencia entre personas, animales y plantas era un motivo común de las representaciones relacionadas con este nivel.
- **La Cosmogonía.-** Explica los orígenes y poderes de las entidades naturales, interpreta las concepciones de carácter mítico, lo cual se explica mediante valores de correspondencia y relaciones de **analogía** entre lo que pertenece al mundo real y lo imaginario.
- **La Cosmología.-** Expresa los conceptos de orden, número y ritmo, representando mediante un Todo y sus Partes las diversas concepciones del espacio, cada parte del todo depende de las demás para el significado total. Se manifiesta en la Iconología Geométrica y en la composición simbólica del diseño representando mediante una abstracción geométrica, las leyes de Ordenamiento Universal.

Cosmovisión, Cosmogonía y Cosmología constituyen respectivamente los planos de significación de los símbolos usados para la representación del simbolismo naturalista, el mítico y el compositivo o de abstracción geométrica como una respuesta estética de la forma al contenido del mensaje.

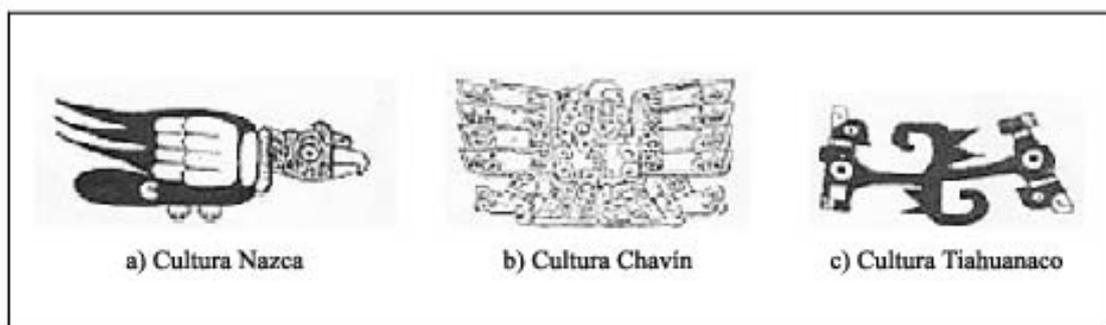


Imagen II. 21. Simbolismo: a) Naturalista, b) Mítico, c) Compositivo de un mismo elemento

Fuente: Libro Introducción a la Semiótica del Diseño Andino Precolombino-Zadir Milla.

2.1.2.4. LA IMAGEN COSMOLÓGICA ANDINA.

Se trata de una imagen del altar mayor del Templo de Coricancha en el Cusco, mediante la transcripción de este dibujo realizada por el cronista Aymara Yamqui Pachacuti Salcamayhua se ha podido determinar que este comprende el conjunto de concepciones que estructuran el orden universal, y constituye la lógica de la cual deviene el sentido de todas las representaciones del pensamiento cultural andino

El contenido de esta imagen está expresado simultáneamente en los tres niveles de comprensión tratados en el simbolismo, los que se combinan dentro del significado total de la imagen.

Mediante analogías simbólicas todos los íconos se relacionan entre sí, representando dentro de la imagen a los tres mundos que conformaban la cosmovisión andina (Hanan Pacha o mundo de arriba, Kay Pacha o mundo de Aquí, y Ucku Pacha o mundo de adentro), y a la dualidad manifestada en los seres que habitan cada uno de estos mundos.

El concepto de dualidad se lo representa mediante la forma de la cruz que aparece en la parte superior, el eje mayor de la cruz representa tres puntos (los tres mundos), y el eje

menor se intersecta con el mayor mediante dos puntos laterales (la dualidad de cada mundo). En analogía con esta cruz se ubica en su parte inferior la representación de Wiracocha Pachayachachic que es el ordenador del universo, se lo representa por medio de una elipse alargada que está conformada por 3 círculos imaginarios, y a cuyos lados se representa la dualidad por medio de la imagen del sol y la luna a sus lados.

Otro símbolo de gran importancia dentro de la imagen es la Chacana, representada formalmente por la constelación de la cruz del sur, y sus diagonales, las cuales connotan el valor de origen del sistema iconológico, la chacana es considerada el centro mítico del universo, por esta razón se encuentra en el centro de la imagen.

Debajo de la chacana se encuentra un esquema cuadrículado llamado Collca Pata, que adquiere dos significados, el uno es la representación de la distribuciones de los cultivos en la tierra, y el otro está relacionado con las estructuras geométricas, representando la retícula de construcción que sirve de base a los elementos de todo diseño.

A estos tres símbolos principales de la imagen se suman otros que son representaciones de la forma que toman en los tres mundos las serpientes míticas Yacumama que representa el agua, y Sachamama que representa la fertilidad.

Los símbolos que representan a Yacumama son el rayo y el lucero de la tarde como formas tomadas por esta serpiente en el mundo de arriba, en el mundo de aquí está representado por el río el cual también representa a Yacuncay en el mundo de adentro debido a su forma ondulada que se asocia con la serpiente. La representación de la serpiente también es la representación de Sachamama en el mundo de adentro, en el mundo del aquí está representada por el árbol y un animal atraído por este, y en el mundo de arriba está representada por el arcoíris.

Otros símbolos que forman parte de la composición son las otras representaciones de la dualidad, tales como el verano y el invierno, Mama Pacha (tierra) y Mama Cocha (agua), hombre y mujer. La imagen se completa con la representación de ojos mirando arriba los cuales son el resultado de la abstracción de la figura de sacerdotes y astrónomos.

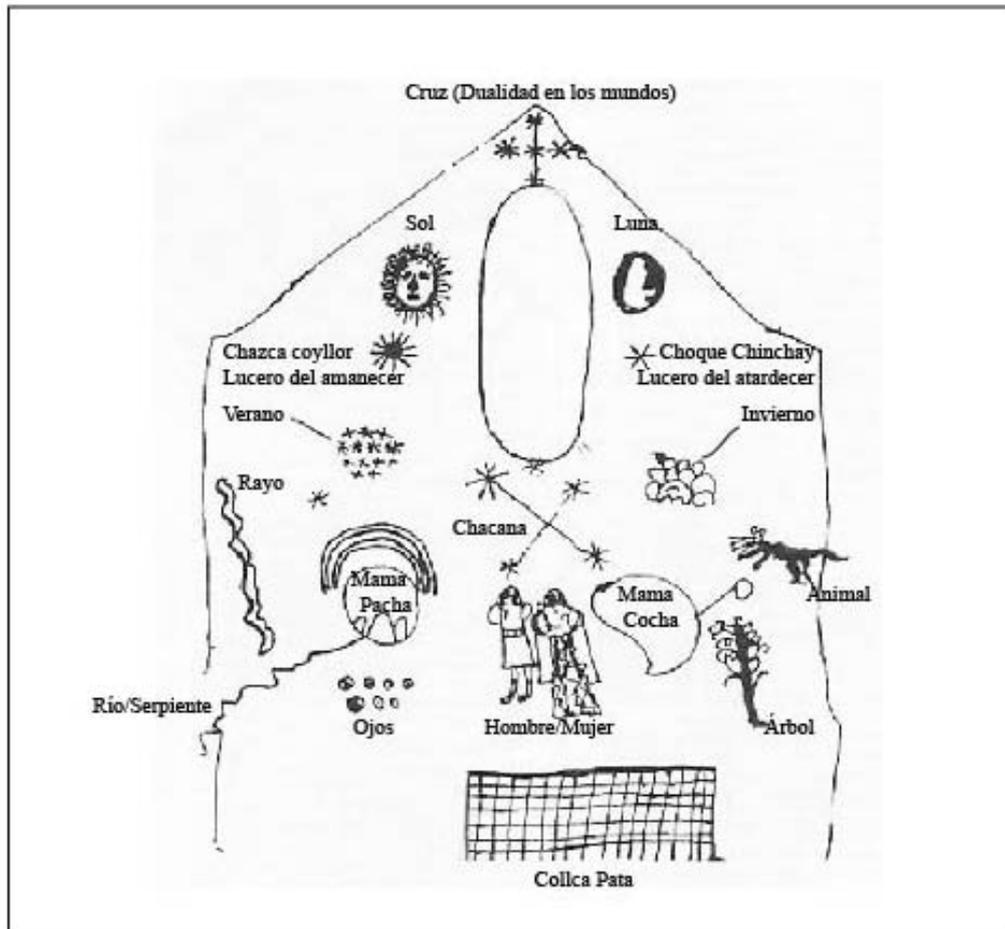


Imagen II. 22. Dibujo de la transcripción de la Imagen del Altar Mayor del Templo Coricancha

Fuente: Libro Introducción a la Semiótica del Diseño Andino Precolombino-Zadir Milla.

Dentro de la imagen se puede notar que los símbolos se encuentran distribuidos a tres grupos básicos, los cuales están distribuidos en forma de cruz, hecho que reitera el valor de esta figura como principio rector de la composición no solo en esta imagen sino en todas las expresiones culturales andinas.

El primer grupo se encuentra formado por la cruz de estrellas ubicada en la parte superior, el segundo grupo se conforma de las representaciones de Wiracocha Pachayachachic (Elipse, sol y luna), y el tercer grupo es el conjunto formado por La chacana como punto superior, el hombre la dualidad Hombre/Mujer como punto central, Mama Pacha y Mama Cocha como puntos laterales, y la Collca Pata como punto inferior.

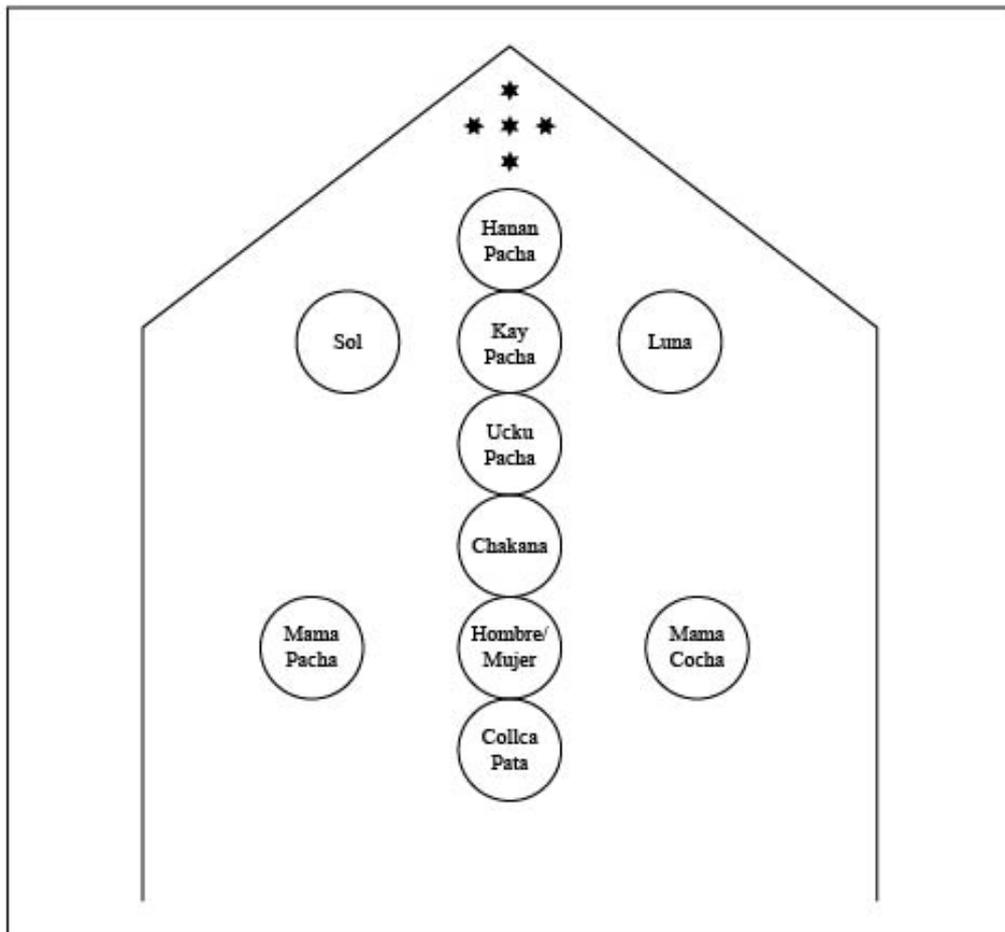


Imagen II. 23. Distribución de los elementos básicos de la imagen.

Fuente: Libro Introducción a la Semiótica del Diseño Andino Precolombino-Zadir Milla.

2.1.2.5. SEMIÓTICA FIGURATIVA.

En la Iconología figurativa del Diseño Andino, los signos representan un significado determinado a partir de deducciones lógicas, las cuales se basan principalmente en la

analogía, esta mediante la relación de dos hechos o proposiciones entre los que hay cierta similitud o punto en común, permite otorgar a una forma, un significado adicional al que tiene. Esto implica que cada forma representada, representa un sentido figurativo y un sentido interior correspondiente a otro plano, el cual se devela mediante claves semióticas, provenientes de las concepciones de La Composición Simbólica Andina.

En la simbología figurativa andina existe una línea de continuidad marcada por el Personaje de los Cetros; el cual es una representación de los sacerdotes y astrónomos; las connotaciones de este personaje se resuelven por medio del lenguaje iconológico geométrico figurativo de la imagen, asociándolo con el signo del jaguar, que representa el poder del mundo de aquí, con la serpiente que es una entidad relacionante de los mundos de arriba y adentro, y con el cóndor, ser cuyo vuelo le confiere una visión desde el mundo de arriba.

La sintaxis simbólica desarrolló un proceso de síntesis de esta imagen que culminó en el signo de una cabeza mirando a lo alto, o un ojo con la pupila hasta arriba, este último signo es denominado Pallar, y está relacionado con una posible forma de escritura.

El signo cabeza es la figuración del cuadrado, y sobre este se diseñaron la serie de iconografías mencionadas, claro está que dependiendo de cada cultura, las representaciones varían, sin embargo existen grandes similitudes entre la representaciones que las diversas culturas realizan de cada signo.

Otras formaciones relacionadas al signo cabeza, por ejemplo existen representaciones de dualidad que se expresan mediante una cabeza con dos rostros. De aquí sale el concepto de Bipartición.

De la misma forma, el concepto de Tripartición se expresa mediante analogías espaciales y figurativas, en las que los significados de las formas animales corresponden a los planos de su existencia (la representación que tienen dentro de los tres mundos), creando seres zoomorfos basados en la tripartición de los planos.

2.1.3. COMPOSICIÓN SIMBÓLICA EN EL DISEÑO ANDINO.

A medida que se profundiza en el estudio del Arte Precolombino, se puede distinguir una serie de constantes estructurales en la composición, la diversidad de estas resulta de la formación de un número limitado de esquemas principales.

Debido al carácter tradicional y religioso, se puede deducir que la constante presencia de la geometría simbólica dentro del arte precolombino responde a una forma de ritualización iconológica de la imagen del Mundo, es así que las concepciones del Orden se vieron expresadas mediante signos, utilizando cuatro tipos de códigos:

2.1.3.1. LA ICONOLOGÍA GEOMÉTRICA.

Esta expresa los concepto espaciales de la cosmología andina, mediante una serie de signos geométricos. Dentro de estos signos se puede identificar dos grupos principales. El primer grupo integra a los signos que corresponden a las estructuras de orden y proporcionalidad del plano como forma de representar la unidad, la dualidad, la tripartición y las variantes de cada una. El otro grupo mencionado incluye a los signos que representan la definición de las formas, como el cuadrado, la diagonal, el triángulo, el escalonado, las cruces y las espirales. El conjunto de signos que componen la Iconología Geométrica, constituye un sistema estructurado a partir de leyes de formación basadas en el signo de la cruz cuadrada. Dentro de los signos geométricos se puede distinguir tres formas como estructuras básicas, estas son el cuadrado la diagonal y la espiral, siendo todas las demás estructuras, derivaciones de estas tres.

2.1.3.2. EL TRAZADO ARMÓNICO.

Para lograr el ordenamiento armónico del espacio dentro del diseño, se desarrollaron formas de organización rítmica de los trazos simétricos usando procedimientos de construcción proporcional del diseño, esto tiene la finalidad de lograr proporciones armónicas y relaciones simbólicas entre las partes, se busca también el equilibrio en las diferencias y movimiento en lo permanente. Sus sistemas de creación potencializan la capacidad compositiva y creativa del diseño, convirtiéndose en un lenguaje de composición oculta.

2.1.3.2.1. PROPORCIONES ARMÓNICAS.

Estas se determinan por medio de una figura inscrita dentro de otra como principio formativo general. En la geometría Simbólica Andina, toda ley de formación armónica tiene su inicio en un cuadrado, y de este se derivan las construcciones en el rectángulo o en el círculo.

2.1.3.2.1.1. PROPORCIONES ESTÁTICAS.

La equipartición de un cuadrado un rectángulo o un círculo define la modulación estática del espacio, esto da lugar a la cuadrícula o red de construcción, dentro de la cual se determina específicamente cada ley de formación armónica.

Las series de proporciones estáticas y dinámicas tienen origen en dos leyes formativas, estas son la bipartición y la tripartición. La serie proporcional estática del diseño andino presenta las siguientes relaciones de medidas entre los lados de los espacios cuadrados y rectangulares:

1/1: La unidad.

1/2: La bipartición.

1/3: La tripartición.

1/5: La bipartición entre la tripartición.

2/2: La cuatripartición.

2/3: La dualidad en la tripartición.

2/4: La cuatripartición en la bipartición.

2/6: La cuatripartición en la tripartición.

3/3: La tripartición en la tripartición.

7/7: la tripartición entre la cuatripartición.

8/3= 16/6= 18/7: La síntesis proporcional equivalente al cuadrado de la proporción aurea.

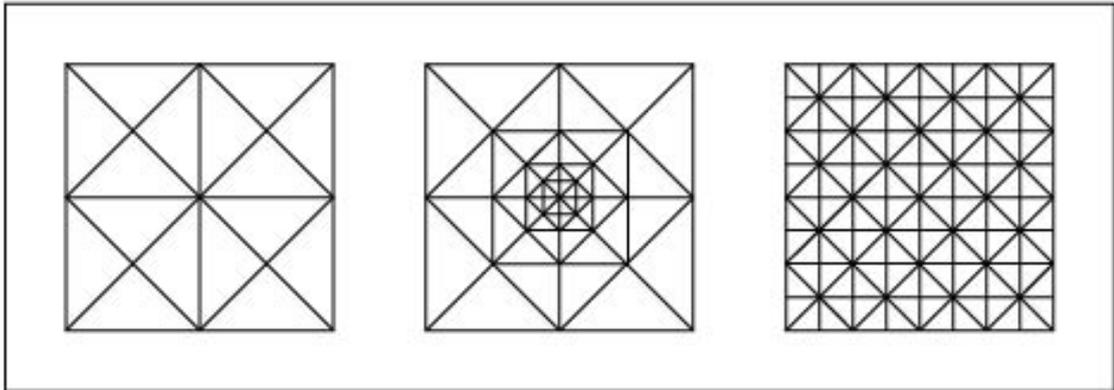


Imagen II. 24. Mallas de construcción del trazo armónico binario.

Fuente: Libro Introducción a la Semiótica del Diseño Andino Precolombino-Zadir Milla.

Además de esta serie existen otras relaciones que son formas derivadas de las que se acaba de presentar. La equipartición de la circunferencia se relaciona con la ley de formación dinámica de la cruz cuadrada, y se puede segmentar esta forma en 3.4.5 partes y todas sus series de múltiplos dando lugar a los polígonos correspondientes.

Las leyes de formación armónica del diseño andino se basan en la combinación de trazos ortogonales y diagonales en base a los cuales se ordenan las particiones del espacio.

- **La bipartición.-** Se genera por la alternancia de rombos y cuadrados que se interiorizan sucesivamente. La proyección lineal de estas figuras forma la malla de construcción binaria
- **La tripartición.-** Resulta del juego de las diagonales del cuadrado con las diagonales del rectángulo comprendido por cada mitad del cuadrado, de los cruces de estas líneas se originan los puntos de trazo de las ortogonales respectivas.

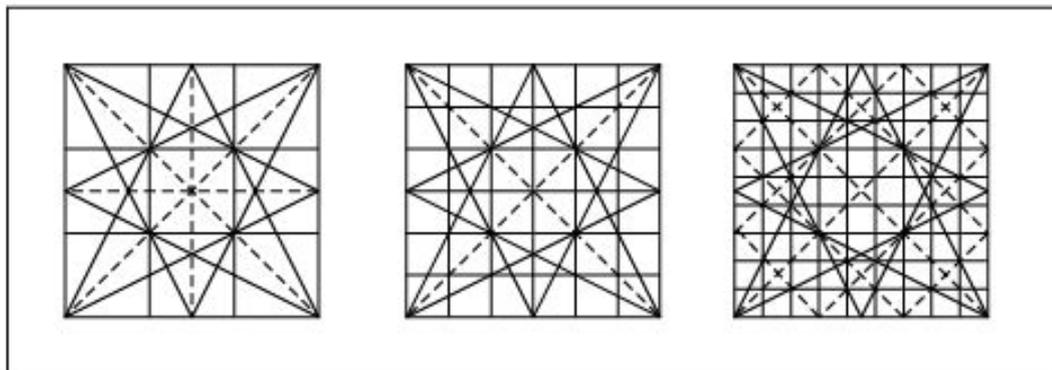


Imagen II. 25. Mallas de construcción del trazo armónico terciario.

Fuente: Libro Introducción a la Semiótica del Diseño Andino Precolombino-Zadir Milla.

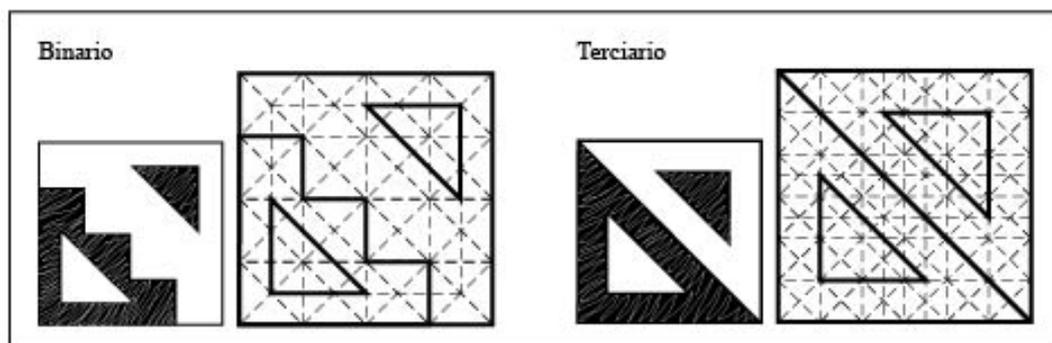


Imagen II. 26. Ejemplos sencillos de signos Mochica que usan mallas de trazo binario y terciario.

Fuente: Libro Introducción a la Semiótica del Diseño Andino Precolombino-Zadir Milla.

2.1.3.2.1.2. PROPORCIONES DINÁMICAS.

La modulación rítmica del espacio de diseño se da a partir del trazado de partes de medidas diferentes pero que están relacionadas proporcionalmente entre sí mediante una misma razón armónica, la que constituye el término unificador de la **euritmia** del diseño.

Esto da origen a formas de proporción semejante, las cuales constituyen los módulos, cuyos **cánones dinámicos** proceden de las progresiones internas o externas de las diagonales sucesivas de un cuadrado original.

Este cuadrado, en el Diseño Andino se ve representado generalmente figurativamente por medio de una cabeza, lo cual permite ubicar la unidad a partir de la cual se desarrolla la formación armónica dentro de una composición, a partir de los principios de la geometría simbólica.

En la serie de trazados armónicos andinos se encuentran los siguientes:

$\sqrt{2}$: Rectángulo resultante de la progresión de la diagonal del cuadrado.

$\sqrt{10}$: Rectángulo resultante de la progresión de la diagonal del rectángulo 1/3.

ϕ (phi): Rectángulo Áureo

$\phi^2 = \phi + 1$: Rectángulo Áureo al cuadrado.

Serie $\sqrt{2}, \sqrt{3}, \sqrt{4}, \sqrt{5} \dots$: Rectángulos resultantes del giro de la diagonal, tomando como centro a la esquina del cuadrado original.

Serie $\sqrt{2}, 2, 2\sqrt{2}, 4 \dots$: Corresponde al sistema armónico de cuadrados pertenecientes a la formación de la cruz cuadrada.

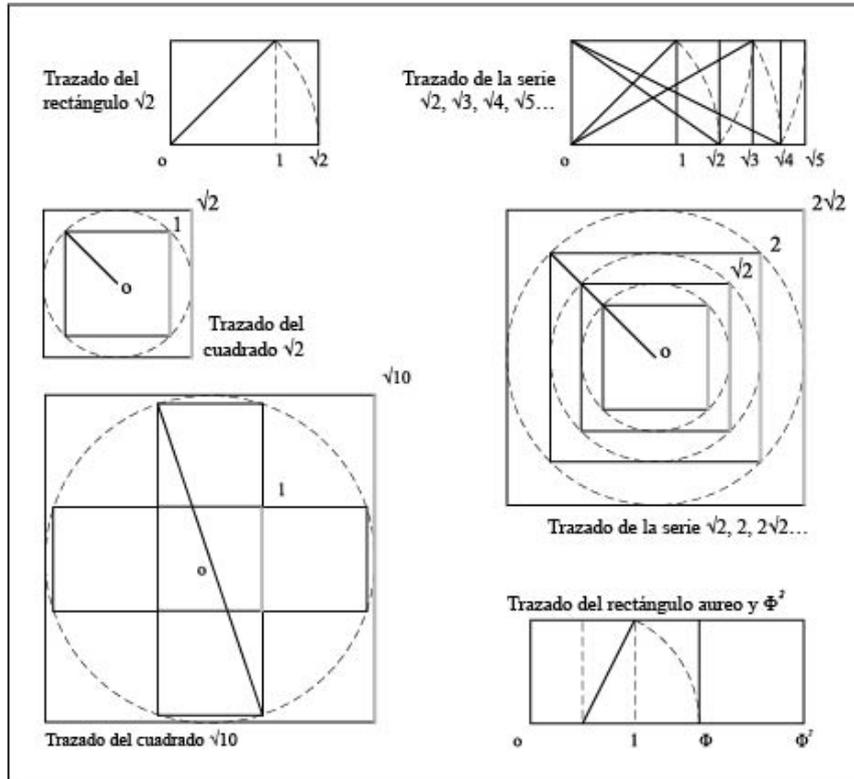


Imagen II. 27. Trazados armónicos dinámicos.

Fuente: Libro Introducción a la Semiótica del Diseño Andino Precolombino-Zadir Milla.

2.1.3.3. LA COMPOSICIÓN MODULAR.

Se trata del uso dentro de un diseño de motivos que requieren repetición, a estos motivos se los denomina **módulos**, el origen de este tipo de composición propició el desarrollo de una serie de principios geométricos para la composición de secuencias. La combinación de órdenes y **ritmos** iconográficos genera variables simbólicas que sustentan el significado de la composición.

La geometría simbólica determina tanto la construcción de los módulos como el ordenamiento simétrico y las correspondencias cromáticas de los mismos, creando una relación forma – color dentro del diseño. Dentro de este tipo de composición se pueden observar estructuras simétricas para ordenar el color, las cuales están superpuestas a las simetrías gráficas modulares.

Existen cuatro valores cromáticos primarios basados en el principio de dualidad estos son el blanco y el negro, y el amarillo y el azul, los que representan la dualidad claro y oscuro y la dualidad frío calor respectivamente. La distribución de los colores en los planos compositivos modulares puede organizarse en función a la correspondencia entre la cantidad de colores y espacios, y al esquema simétrico presente en cada diseño.

El simbolismo cromático parte de la relación Día/Blanco, Noche/Negro, Amanecer/Amarillo, Atardecer/Rojo.

2.1.3.3.1. LEYES DE LA FORMACIÓN DE LA COMPOSICIÓN MODULAR.

Las series modulares que se presentan en el Diseño Andino, se clasifican según el conjunto de factores que determinan su composición. El módulo, que constituye la unidad espacial, se combina a partir de leyes de formación definidas como esquemas simétricos que ordenan y distribuyen los espacios, las formas y sus valoraciones basándose en los principios del sistema iconológico.

Estos principios organizan los factores espaciales e iconográficos, clasificándolos dentro de los siguientes géneros.

2.1.3.3.1.1. FACTORES ESPACIALES.

- **Factor Funcional.-** Determinado por la estructura bidimensional o tridimensional sobre la que se desarrolla el diseño.
- **Factor Distributivo.-** Se trata de la estructura de ubicación de los módulos, para esto se usa tres formas de simetría.
 - **Banda modular.-** Se trata de simetrías continuas o alternas dispuestas en línea recta.
 - **Trama modular.-** Son simetrías continuas o alternas, dispuestas en redes cruzadas o diagonales.
 - **Gnomón modular.-** Utiliza simetrías internas **concéntricas** o **excéntricas**.
- **Factor Posicional.-** Definido por la posición del sentido del módulo, apareciendo en sus repeticiones de manera reflejada o rotada.

2.1.3.3.1.2. FACTORES ICONOGRÁFICOS.

- **Factor Formal.-** Determinado por el carácter homogéneo o Heterogéneo de los signos modulares.
- **Factor Estructural.-** Formado por los esquemas que ordenan la composición a manera de simetrías simples o complejas.

El modo en que se combinen los factores presentados da como origen a los distintos estilos dentro de la Composición Modular Andina.

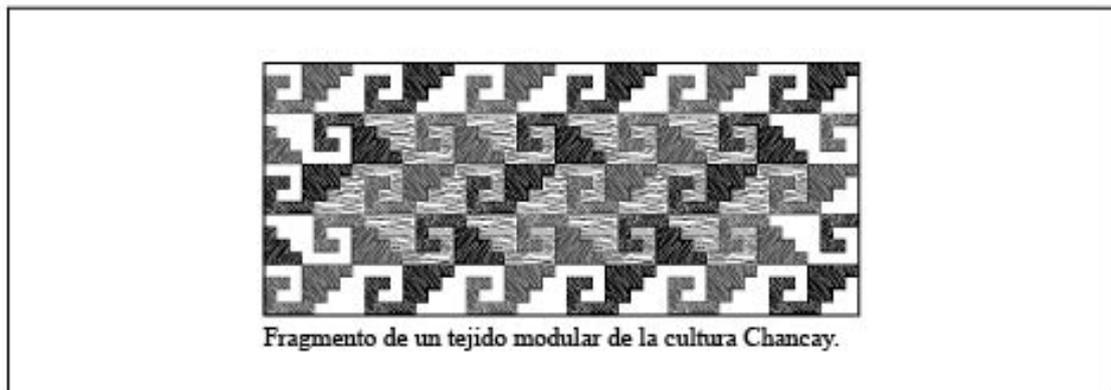


Imagen II. 28. Ejemplo de composición modular.

Fuente: Libro Introducción a la Semiótica del Diseño Andino Precolombino-Zadir Milla.

2.1.3.4. LA GEOMETRÍA FIGURATIVA.

Resulta de la representación de formas naturales por medio de la geometría simbólica como método de abstracción y síntesis figurativa. Esta forma de uso de la geometría simbólica crea correspondencias entre signos geométricos y figurativos, que a medida que se estudian se van volviendo convencionales.

2.1.4. LEYES DE FORMACIÓN DEL DISEÑO.

Una ley de formación es el conjunto de pautas de construcción del diseño, y de factores que participan en el proceso creativo de un motivo, definiendo así patrones estilísticos y compositivos que identifican y confieren sentido a las representaciones artísticas.

Dentro del Diseño Andino, estas leyes se determinan a partir de tres factores estéticos.

2.1.4.1. EL FACTOR SIMBÓLICO.

Las formas en las que se presenta el simbolismo dentro del Diseño Andino se sustentan en una lógica de ordenamiento de los procesos compositivos a partir del Principio de la Dualidad, es debido a este principio, que a esta lógica se le adjudica un carácter dialéctico, puesto que la Lógica Dialéctica define un concepto mediante la contraposición frente al concepto contrario a este.

La Lógica Dialéctica está determinada por un conjunto de leyes, las cuales en el Diseño Andino se las puede encontrar bajo la forma de estructuras y procesos compositivos, los cuales tienen su origen en la dualidad, principalmente la dualidad por oposición y complementariedad, como forma de reciprocidad.

La presencia de este tipo de dualidad da lugar a los tres valores que se maneja en las leyes de formación: El valor positivo inicial, el valor por oposición iconológica, y el valor por complementariedad iconológica. Esto posibilita líneas de formación alternativa dentro del proceso de diseño, las cuales representan al valor original mediante un ícono y sus valores de oposición y complementariedad mediante variaciones de cualquier tipo realizadas sobre dicho ícono. La serie de variaciones realizadas forma parte de un proceso de interpretaciones mediante el cual se expresa simbólicamente el conocimiento del universo. Lo que implica que el diseño es una expresión del conocimiento místico del hombre andino, mediante la cual se devela la manera en que está conformado el universo, representando por medio de sistemas y unidades armónicamente relacionados entre sí, la armonía entre el todo y sus partes.

2.1.4.2. EL FACTOR FUNCIONAL.

Generado el uso de las estructuras iconográficas con motivación simbólica y estética, el manejo de los mismos en el campo artístico dio lugar al desarrollo de técnicas para el trazado armónico sobre varios materiales de soporte, a partir de dos géneros de trazado.

El primer género se constituye de puntos definidos por una retícula, la cual es la base del diseño modular, aplicado mayoritariamente en tejidos, textiles cerámicos y paredes. Se ha deducido que lo que sustentó metodológica y conceptualmente el diseño modular

, fue el uso de telares y el uso de este tipo de retícula, incluso pudo haber sido el soporte material para el estudio de los valores del Diseño Geométrico.

El segundo género es un sistema de progresiones proporcionales a partir de las diagonales sucesivas de un cuadrado inicial que son las representaciones gráficas de valores matemáticos como radicales y potencias que son las formas de la simetría dinámica. La mayor aplicación de este tipo de trazo era en el plano arquitectónico y en grabados líticos. El posible origen de esta técnica podría ser la astronomía, debido a la intención del hombre andino de alinear el movimiento de los astros con puntos en la geografía y en la arquitectura de templos y observatorios astronómicos.

El instrumental necesario para este trazado lo constituye una cuerda que hace la función de compás y **escantillón** con medidas marcadas por medio de nudos, tensionada esta cuerda se usaba como regla y permitía también un trazo de 45°.

A partir de estos dos métodos de trazos que se sustentan en los conceptos de simetría estática y dinámica, es que se realizaron las expresiones del Diseño Andino.

2.1.4.3. EL FACTOR ESTILÍSTICO.

Si bien el diseño de la mayoría de culturas andinas responde a un lenguaje y principio de razonamiento común, cada una de estas confiere a la expresión artística un carácter estilístico propio, el cual facilita asociar a los objetos con una cultura determinada.

A pesar de existir similitudes entre las expresiones plásticas de casi todas las culturas andinas precolombinas, cada una tiene características precisas que permiten identificarlas, por tanto a parte de las leyes de creación del diseño comunes, cada cultura es susceptible a un análisis que permita determinar las leyes específicas de creación de cada una de ellas.

Dichas leyes están conformadas por el tipo de lenguaje visual en uso, las características de definición morfológica, y por las formas de síntesis figurativa.

2.1.5. ICONOLOGÍA GEOMÉTRICA.

El conjunto de signos perteneciente a este código simbólico corresponde según sus características a un determinado tipo de estructura iconológica. Se identifican tres géneros principales de estructuras:

- ***Estructuras de ordenamiento.***- Definen las cualidades del plano básico como espacio simbólico, y posibilitan la distribución de los signos interiores. Las principales son el espacio unitario, la dualidad, la tripartición y la cuatripartición, además existen otras que de una u otra manera derivan de las mencionadas.
- ***Estructuras de formación.***- Grafican el tema iconográfico, concediéndole sentido significativo o descriptivo a la imagen iconológica. Dentro de estas se puede determinar dos tipos de lenguajes, el estrictamente geométrico, y el geométrico figurativo. Las principales estructuras geométricas son el cuadrado, la diagonal el triángulo, el rombo, las diagonales, las espirales, la cruz y el escalonado, de las cuales devienen series de estructuras complejas, derivadas y dobles.
- ***Estructuras de síntesis.***- Son signos que se combinan para dar origen a estructuras más complejas que sintetizan un signo final. Entre las principales estructuras de este tipo se encuentran el signo doble escalera-espiral y el signo complejo cruz cuadrada. El manejo de este tipo de estructuras implica un conocimiento causal y un reconocimiento de los fundamentos gráficos del Diseño Andino.

2.1.5.1. ESTRUCTURAS DE ORDENAMIENTO.

2.1.5.1.1. LA UNIDAD.

En el simbolismo Andino se denomina al concepto de unidad como Pacha, palabra Quechua que se traduce como mundo, plano, o espacio-tiempo.

Iconológicamente este concepto es representado mediante el cuadrado, mediante el cual se determinan los procesos constructivos de los rectángulos, es decir que en el Diseño

Andino todo rectángulo es una representación gráfica de operaciones matemáticas obtenidas a partir de la Unidad.

La estructura iconológica (cuadrado), se interrelaciona con la estructura cuadrículada, la cual constituye una retícula de construcción proporcional, al combinar ambas se crean simetrías de organización que son la base para la formación de signos complejos y composiciones modulares, esto se logra en base a un cuadrado base del cual se originan las distintas medidas que forman submódulos, módulos y supermódulos dentro de una composición.

Dentro de las composiciones figurativas el cuadrado se lo representa mediante la cabeza, la cual es la medida central, que genera las medidas proporcionales dentro del diseño.

- ***Módulo y Gnomón geométrico en el Diseño Andino.***- El concepto de Unidad implica una relación del todo y las partes, esto crea órdenes internos en los cuales los espacios se jerarquizan formando series de unidades que son representaciones de la visión andina del universo dentro del diseño. Este sentido de jerarquía y escala de unidades se formaliza por medio de las concepciones de Módulo Geométrico y Gnomón Geométrico. El Módulo expresa toda subdivisión geométrica manifestada como espacio unitario en las simetrías de repetición dentro de las formas de diseño. El Gnomón es la manifestación de una figura resultante de la superposición de dos figuras iguales o similares de medidas distintas pero proporcionales.

2.1.5.1.2. LA DUALIDAD.

Las concepciones de la dualidad se sintetizan en el término Hanan-Urin que se traduce como Arriba-Abajo, lo que expresa los dos polos de la unidad, en sentido general.

Como principio lógico, una dualidad se ordena en pares de opuestos y de complementarios, generados a partir de una estructura inicial. Geométricamente, al igual que el cuadrado, se ordena en pares perpendiculares y diagonales, formando cruces.

La oposición manifiesta el encuentro de géneros y sentidos contrarios, inversos o contrastados, o la negación de una forma dada.

La complementariedad pertenece a un orden integrador, es el equilibrio natural entre los polos de la unidad o las partes del todo.

En el ordenamiento de los planos coexisten los pares opuestos y complementarios, por su sentido y movimiento. La relación arriba-abajo se representa iconológicamente mediante un rectángulo formado por dos cuadrados superpuestos verticalmente (proporción 1/2), y denotativamente está representada por una serpiente bicéfala.

En el diseño modular, la dualidad se manifiesta por medio de simetrías de alternancia, inversión y reflexión, interiorización-exteriorización, estas se relacionan con la espiral y la **espiral de crecimiento dialéctico**.

A parte de la serpiente bicéfala, otra forma de representación figurativa de la dualidad es mediante el trazo de cabezas de frente y de perfil, o de animales aéreos y terrestres.

2.1.5.1.3. LA CUATRIpartición.

Dentro del plano representa la paridad de la dualidad, se ordena en un cuadrado dividido en cuatro partes iguales por medio de perpendiculares llamado Tawa. Resulta de las estructuras cuadrado y cruz, y se compone simétricamente bajo la estructura de las diagonales cruzadas.

El elemento centro, es un elemento del ícono tawa, que se constituye en un eje de distribución compositiva, siendo el cruce de las diagonales, y el punto básico de referencia para la aplicación de las leyes formativas de esta estructura. Este elemento está connotado en el signo hélice.

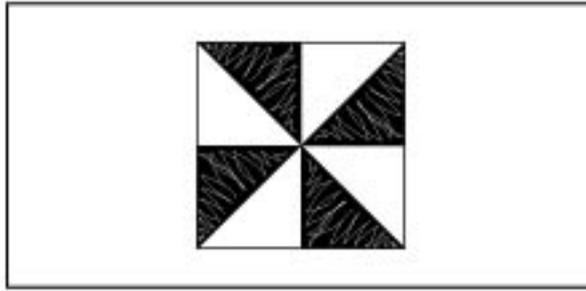


Imagen II. 29. Signo Hélice.

Fuente: Libro Introducción a la Semiótica del Diseño Andino Precolombino-Zadir Milla.

2.1.5.1.4. LA TRIPARTICIÓN.

Su concepto espacial deviene de la dualidad ordenada a partir de un centro. El principio dentro de la cosmología andina se expresa como la concepción del universo ordenado en tres planos de existencia: los mundos de arriba, aquí y adentro, representados por una elipse alargada conformada por tres círculos imaginarios alineados verticalmente, o por un rectángulo conformado por tres cuadrados.

Este orden espacial es motivo compositivo en expresiones iconológicas, tanto geométricas como figurativas, usado para representar la concepción del principio ordenador del universo (Wiracocha Pachayachachic).

Este simbolismo adoptó diversas figuras mitológicas alrededor del territorio andino, ya sea como la forma de un personaje antropomorfo, o representaciones zoomorfas de especies de cada mundo (ave, felino, pez o serpiente).

2.1.5.2. ESTRUCTURAS DE FORMACIÓN.

2.1.5.2.1. LA DIAGONAL (“QHATA”).

- ***El signo de La Diagonal.***- Es de principal importancia en el Diseño Andino, puesto que representa la fuerza del movimiento.

Dentro del cuadrado, la diagonal denota la unión de los extremos y la división de las partes en función a las tensiones de sus esquinas. A partir de este principio se

representa gráficamente las operaciones de división y multiplicación geométricas de los módulos unitarios.

Como forma de representación del principio de dualidad, motivó signos diversos tales como los escalonados, serpientes bicéfalas o formas con diagonales intermedias que solo asocian unas esquinas con otras sin unir las.

- **El signo de Las Diagonales.-** Este se asocia complementariamente con el signo tawa, expresando así el concepto Tinkuy que es el encuentro de los extremos en el centro. Este signo es una paridad diagonal que manifiesta el sentido de reflexión e inversión simétricas.

Figurativamente este signo adoptó diversas formas, pero la principal era la de los brazos cruzados, cuya presencia se distingue en culturas de diversas épocas de la etapa precolombina andina

- **El signo Triángulo.-** Dentro del Diseño Andino se lo presentaba dentro de un rectángulo, como uno de los valores del signo diagonal. Su serie modular dio origen a diversos motivos simétricos.
- **El Signo Rombo (Puytu).-** Expresa por inversión al cuadrado y a las diagonales, con los cuales se alterna estructuralmente en los procesos de formación compositiva. Al ser su forma cuadrada, su representación figurativa es también la cabeza.
- **Los signos escalonados.-** Representan la expresión de los esquemas diagonales definidos como parte de una estructura cuadriculada, lo cual les confiere magnitud. El símbolo de escalonado representa el concepto de ascensión, por lo cual se lo representa con aterrazados, pirámides escalonadas y cruces cuadradas, respectivamente asociados a la diagonal el cuadrado y el rombo.

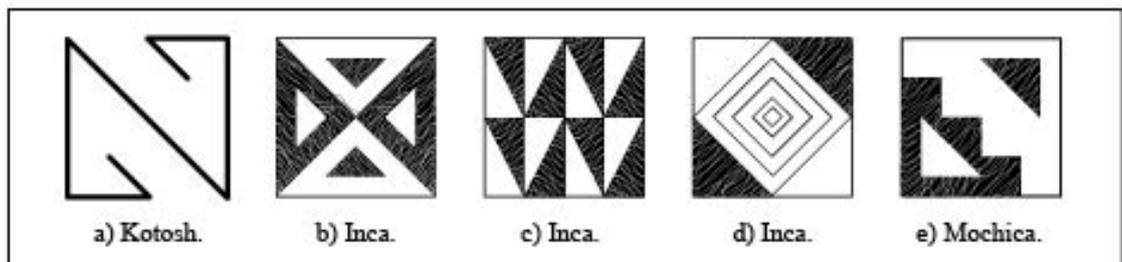


Imagen II. 30. Signos: a)Diagonal, b)Diagonales, c)Triángulo, d)Rombo, e) Escalonado.

Fuente: Libro Introducción a la Semiótica del Diseño Andino Precolombino-Zadir Milla.

2.1.5.2.2. LA ESPIRAL (“PACHACUTI”).

El signo Espiral expresa el concepto Pachacuti de la cosmovisión andina, que indica la noción de ciclo (retorno al mismo principio, y crecimiento por etapas de desarrollo). Se presenta como una línea de crecimiento rotatorio que tiene origen en un centro, con caracteres estilísticos cuadrados, circulares y triangulares como representación geométrica, y figurativamente tiene representaciones como serpientes, olas, cabezas y colas, entre otros.

Una extensión de su principio dentro de la simetría modular, se manifiesta como el crecimiento progresivo y armónico de Gnomones geométricos concéntricos, este proceso es llamado espiral dialéctica.

Esta estructura combinada con el principio de paridad, genera dos tipos de conformaciones iconológicas, que corresponde a las cualidades de oposición y complementarias de la dualidad.

- ***El signo de la Espiral Doble.-*** Míticamente se lo simboliza en la serpiente bicéfala, se forma de dos espirales que divergen en direcciones opuestas, compartiendo un cuerpo común. Su concepto expresa la dualidad dentro de la unidad, y eventualmente expresa la trivalencia, por medio de su centro y las cabezas.

Dentro del simbolismo mítico la serpiente bicéfala es la entidad que une los mundos de arriba y abajo, por ende integra los polos de toda dualidad. Esta concepción se representa dentro de la composición modular por medio de simetrías de inversión y alternancia.

- ***El signo de la Doble Espiral.-*** Figurativamente se lo representa con serpientes entrelazadas, expresa la convergencia de dos fuerzas hacia un mismo centro, denotando el movimiento de la dualidad hacia la unidad.

Morfológicamente presenta tres variables formativas genéricas: con las formas convergentes presentadas por separado, juntas por una misma línea, o con un centro común.

Dentro de las series modulares, esta estructura forma tramas que alternan valores cromáticos contrastados, creando movimientos diagonales y horizontales,

pudiendo adoptar en las cabezas, la forma figurativa de aves, peces y otros animales de las cosmovisiones de cada región en particular.

Las leyes de formación de la Espiral Doble y la Doble espiral, se encadenan alternadamente en las composiciones modulares, este hecho es una representación de la relación que ambos signos tienen con el principio de dualidad.

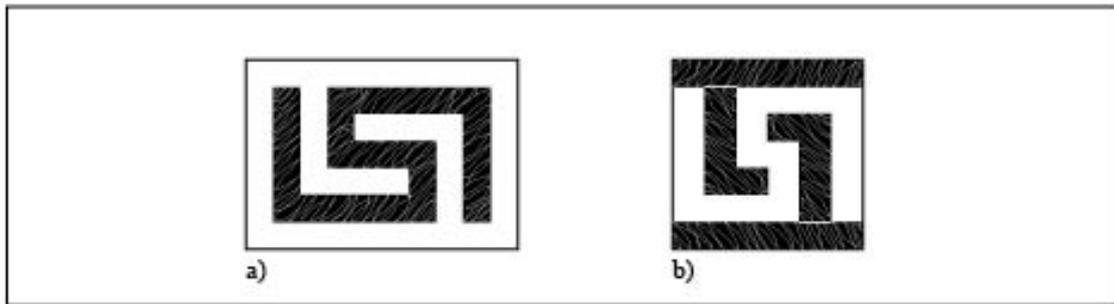


Imagen II. 31. Representaciones Tiahuanaco de los signos: a) Espiral Doble, b) Doble espiral.

Fuente: Libro Introducción a la Semiótica del Diseño Andino Precolombino-Zadir Milla.

2.1.5.3. ESTRUCTURAS DE SINTESIS.

2.1.5.3.1. LA ESCALERA Y ESPIRAL.

Es un signo doble compuesto por el par Escalera y Espiral, es quizá el signo de este tipo con mayor trascendencia, puesto que expresa el concepto de la unidad dentro de la dualidad, manifestado en los principios del cuadrado y el círculo en movimiento, generando la ascensión y el crecimiento.

Este movimiento por desplazamiento o desarrollo, está relacionado con los conceptos de tiempo y espacio, los cuales constituyen dos dimensiones de percepción de la dualidad, y como expresión de la dualidad cósmica.

Las variantes formativas de su expresión iconográfica comprenden todas las variantes de cada signo independiente combinadas entre sí. El carácter estilístico del lenguaje visual suele ser una condicionante para la interpretación gráfica del signo.

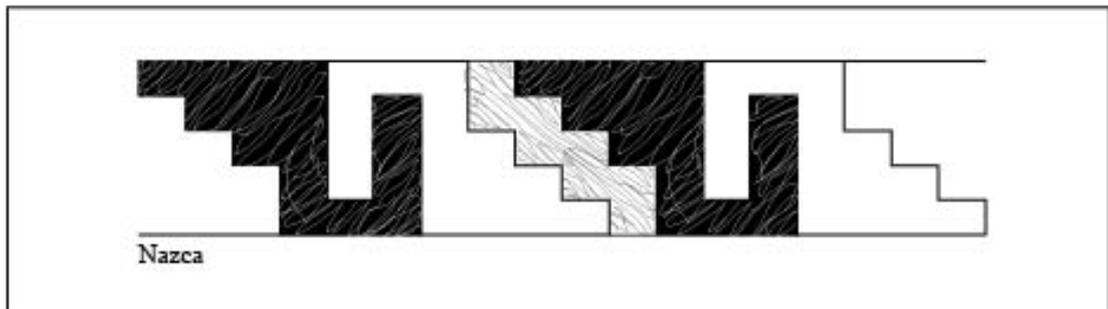


Imagen II. 32. Representaciones del signo Escalera y Espiral.

Fuente: Libro Introducción a la Semiótica del Diseño Andino Precolombino-Zadir Milla.

2.1.5.3.2. LA CRUZ CUADRADA.

Este símbolo comprende la síntesis del sistema de leyes de formación armónica y de composición simbólica dentro del sistema iconológico geométrico del Diseño Andino. Simbólicamente conjuga los planos de significación que ordenan las connotaciones geométricas míticas y naturalistas del Pensamiento Andino.

En su morfología encierra todos los principios estructurales identificados en la iconología geométrica andina, de tal manera que en cada variable de formación y estilística que se presente de este signo, se enfatiza de cierto modo uno u otro esquema iconológico. De manera general este signo está representado por una cruz escalonada con el centro marcado como una representación de eje de cuatripartición.

El significado propio de este signo se expresa geoméricamente como el proceso de cuadratura de la circunferencia, y su ley de formación proviene del crecimiento concéntrico de un cuadrado por medio del giro de sus diagonales, trazos sobre los cuales se superpone el de la cruz, inscrito en el rombo que está circunscrito en el círculo que se pretende cuadrar.

El simbolismo que de esta estructura, se encuentra manifestado en la Ley Dialéctica de unidad de los contrarios.

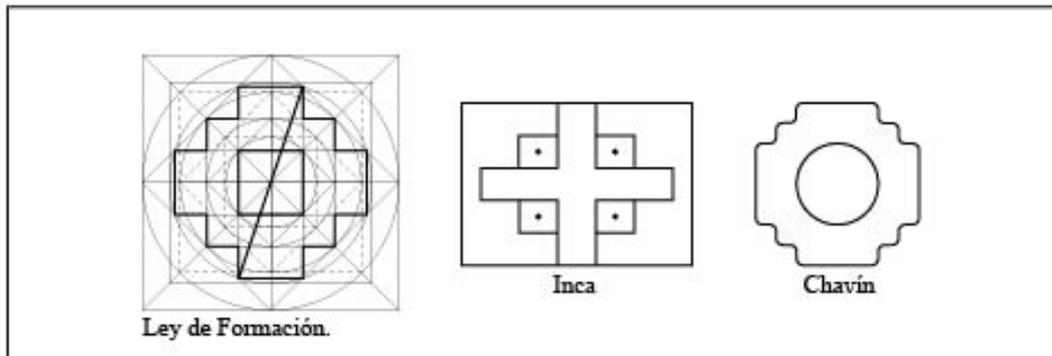


Imagen II. 33. Signo de la cruz cuadrada.

Fuente: Libro Introducción a la Semiótica del Diseño Andino Precolombino-Zadir Milla.

2.1.5.3.3. SIGNOS COMPLEJOS.

A estos signos también se lo conoce como estructuras de síntesis, puesto que se sus representaciones sintetizan la conjugación de dos o más principios iconológicos, dentro de uno nuevo que los combina, esta conjugación, algunas veces da como resultado variaciones de otros signos, estas variaciones vienen a ser formas de síntesis del principio iconológico a partir del que se obtienen.

La Composición Simbólica del Diseño Andino, constituye un lenguaje de ordenamiento y expresión, que como resultado de la sintaxis de las leyes de formación, da origen al desarrollo de conceptos iconológicos. En las mencionadas leyes se concatenan las estructuras signícas secuencial y simultáneamente, dando lugar a creación de estructuras complejas.

Esta superposición de leyes de formación constituye el factor de síntesis de este tipo de signos, los cuales se dividen tres géneros:

- **Signos dobles.-** Formados por dos signos diferentes y complementarios, entre los cuales interviene una tercera estructura que los integra y armoniza compositivamente.

- **Signos derivados.**- Constituyen una variante de un signo original, por lo general este tipo de símbolo suele ser la representación de un símbolo de jerarquía mayor por medio de variables constructivas asociadas a otro símbolo de menor importancia.
- **Signos complejos.**- Este tipo de signos resulta de la superposición de estructuras compositivas diferentes, y constituyen la síntesis de las leyes de formación que se encuentran superpuestas, cuya presencia se marca en los límites de los espacios que conforman las figuras representadas en el diseño. Por medio de estos signos se da origen a más de un mensaje iconológico simultáneo dentro de una sola imagen.

Entre las series de signos complejos que forman parte de la Composición Simbólica, se incluye la iconografía figurativa presente en los grabados líticos, estas expresiones compositivas ostentan un doble plano de significación, el que se puede ver representado, y el que se encuentra connotado en el aspecto de la iconología geométrica a manera texto simbólico; también están comprendidos los signos y composiciones modulares que forman parte del diseño textil, puesto que dentro de estos se combinan los diversos esquemas compositivos.

Otro ejemplo claro, e incluso sintetizado de signos complejos, se constituye por los signos tocapu, estos son ideogramas encerrados en un espacio cuadrado, que combinan irregularmente toda la serie de estructuras iconológicas, lo cual hace presumir que estos se tratan de un código semántico correspondiente a un sistema de escritura ideográfica o silábica.

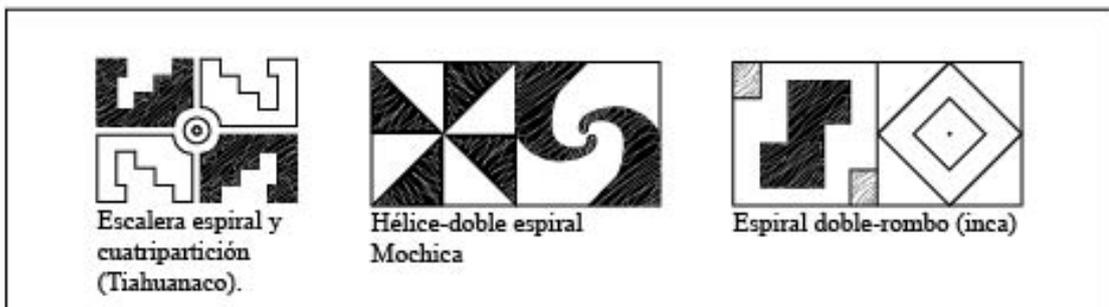


Imagen II. 34. Representaciones de algunos signos complejos.

Fuente: Libro Introducción a la Semiótica del Diseño Andino Precolombino-Zadir Milla.

2.2. IMAGEN Y DISEÑO CAÑARI A TRAVÉS DE SU HISTORIA

La línea curva y la recta resumen el universo de las representaciones graficas mediante las cuales se ha edificado la estructura del lenguaje social. Este proceso no es concepto ni creación humana, es mas como un sistema existente en la naturaleza que ha sido acogido según los intereses, grupo social y de cada individuo según su desarrollo cultural.

Así la creación del arte de acuerdo a los recursos medios e intereses de cada época con la que han ido diseñando una serie de signos y símbolos, a los que al realizar un estudio previo han ayudado al entendimiento del desarrollo de los pueblos, además de la decodificación de experiencias vividas a lo largo de milenios las mismas que encontramos impresas en todas las dimensiones de la producción humana.

De esta forma se acepta el testimonio de la escritura como una forma importante en que se pudo documentar el pasado al igual que el arte, la arquitectura y cuanta obra que venga como una necesidad de supervivencia y nos proyecten su historia.

2.2.1. EL DISEÑO ANDINO

Pocos espacios geográficos como el andino posee una biodiversidad tan amplia, dentro del cual varios pueblos han ido ocupando diferentes espacios, en este panorama era normal que se generen diversas realidades culturales que han ido evolucionando a través del tiempo respondiendo a las necesidades particulares, esto explica también las diferentes formas artísticas de expresión de cada región. En este caso nos vamos a enfocar en la región cañari y su identidad artística.

Para ello empezaremos con los inicios del arte, con un conjunto de datos que indican que su primera producción fueron instrumentos de supervivencia precaria principalmente caza y pesca, en lo que refiere a pintura rupestre existen muy pocos testimonios provenientes especialmente del desierto peruano hace 10000 años en cuanto a su contenido habían varias similitudes en lo simbólico con varias realizadas en el periodo paleolítico de Europa, Asia o África.

Para el nuevo periodo de expresión artística hay que esperar la revolución neolítica hace 6000 años en el ecuador. En la costa central ecuatoriana en la cultura Valdivia se

inventa la cerámica y los textiles fabricados en telar, de esto se deben esperar 2000 años para que esto sea aceptado en los Andes centrales. De aquí comenzaría el camino de las expresiones plásticas complejas.

En la zona austral del Ecuador la cultura Cañari se ponen en circulación diferentes influencias y tendencias que en el ámbito de las expresiones artísticas, reproducen lo que ocurre en la economía.

2.2.2. PANORAMA HISTORICO DE LA REGION CAÑARI

2.2.2.1. EL PERIODO PROTO CAÑARI

2.2.2.1.1. El Paleolítico (8000-4000 A.C.)

Hace más de 10.000 años al inicio del decline de los efectos de la glaciación de Wisconsin, se notó la presencia de varios grupos de sociedades de cazadores y recolectores que habían migrado de América del Norte y se movían con gran Libertad. Este periodo fue conocido como Paleolítico, Pre cerámico o Paleo indio y representó un proceso de evolución social, marcado por el lento pero continuo desplazamiento de individuos. En el Austro Ecuatoriano se hallan huellas de este poblamiento en Chobsi.

Las principales fuentes de subsistencia durante el periodo Paleolítico fue la caza, pesca y recolección de frutos silvestres dentro de la dieta se incluyeron algunas plantas cultivadas por las mujeres. El uso de plantas como medicina, veneno y otros usos era parte del manejo medioambiental.

Con esto la supervivencia estaba basada en el conocimiento y oportunidades de cada territorio.

Los cazadores y recolectores se organizaban en grupos no mayores a 200 personas. El Shaman tenía a su cargo varias actividades, era sacerdote, curandero y el que depositaba los poderes que garantizaban la salud, también se le atribuía el éxito de la caza, a este le seguían los cazadores mientras que las mujeres se hacían cargo del área domestica.

El comportamiento y conocimiento del humano Paleolítico se basaba en el orden de la naturaleza, las fuerzas que actuaban sobre el clima, los animales, la vida y la muerte. Así que las ceremonias para la caza, prácticas funerarias, las curas u otras formas de

organización grupal eran organizadas con una compleja lectura de signos y símbolos que representaban el rito, para ello buscaban o diseñaban espacios considerados sagrados que ayudaban a la efectividad del mismo.

En cuanto a la cultura material de estas sociedades la producción estaba destinada a objetos para la caza, pesca y faenamiento de animales como raederas, punzones, raspadores, puntas de proyectil, cuchillos y utensilios similares, estas piezas estaban elaboradas en piedra, hueso, madera entre otros materiales.

2.2.2.1.2. El Neolítico, Formativo Medio y Tardío (4000-500 A.C.)

En la costa como en la amazonia hubo un temprano desarrollo agrícola basado en el maíz en la primera (3.500 A.C.) y de yuca en la segunda (2.750 A.C.). Sin embargo en el Austro siendo poseedora de una propia biodiversidad se inició más tarde (2.000 A.C.) con cultivos de papa, quinua y otras plantas además de adaptar cultivos de la costa.

Las sociedades se fueron transformando en grupos existentes y surgieron las sociedades sedentarias organizadas en aldeas, su base económica sostenida por la agricultura con el surgimiento de las aldeas.

Se produjo una división del espacio construido y organizaban aparte las tierras de cultivo, la división estaba basada en definir áreas de actividad sacerdotal y mando, artesanales y de vivienda, y agrícola, mientras que los espacios externos como territorios de caza, pesca y obtención de productos como zonas de intercambio entre otra permanecieron abiertos.

Los primeros grupos neolíticos del Austro basaron su desarrollo además de la potencialidad de su medio ambiente, en la relación interétnica con diversos pueblos intercambiando así numerosos productos como conchas marinas, algodón, coca y productos manufacturados como la cerámica.

Con el Neolítico se vivió un fuerte crecimiento demográfico y económico. La agricultura, el comercio, la elaboración de textiles por telar, la alfarería, etc. Jerarquizaron a los individuos, los sacerdotes tenían el control político de las aldeas, en la biodiversidad se implementó el intercambio complementario de productos.

Los poblados mejor representados en esta época se hallan en Narrío, Chaullabamba, Pirincay, Villa Jubones y Putushío.

En lo referente a la producción manual se destacan la alfarería y los trabajos de textiles, sin embargo fue la cerámica el material que permitió las mejores expresiones del pensamiento y la realidad social neolítica, ya que además de los altos niveles alcanzados en su producción muchas piezas se destinaban a ser parte de los rituales así que sirvió como intermediario entre la vida cotidiana y espiritual de los pueblos.

2.2.2.1.3. El Desarrollo Regional (500 a.C-500/1.100 D.C.)

En materia agrícola el uso de plantas domesticadas y mejores tecnologías tuvieron gran éxito, expandiendo así las fronteras además de obtener un crecimiento demográfico.

Se consolidó el periodo de los Desarrollos Regionales, aquí empezó la definición de territorios étnicos.

La agricultura fue de la mano con el comercio, esto aumentó el volumen de mercancías en circulación. Las rutas principalmente fluviales tuvieron un impacto sobre las relaciones de parentesco entre diferentes zonas ecológicas y culturales mediante el intercambio.

Con un nuevo orden económico se elevó el poder de las elites que además de manejar el aspecto ideológico y político comenzaron a tener control del conocimiento técnico y científico, empezaron la reubicación de aldeas donde algunas fueron utilizadas como centros ceremoniales además las utilizaban como lugares de intercambio comercial interétnico y regional.

Las manifestaciones culturales en la sierra austral tuvieron varios cambios, la cerámica por ejemplo, dejaron los diseños enfocados en la naturaleza, para considerar más al ser humano.

Los diseños se geometrizaron y se estandarizaron, principalmente recipientes grandes de almacenamiento, esto debido a los excedentes en la agricultura. Se trabajó en oro, y se introdujo el cobre el que ayudó en el mejoramiento de la calidad de herramientas como hachas.

En este período florecieron las provincias del Azuay y Cañar, principalmente los pueblos denominados Tacalshapa dividido en Tacalshapa I cuyo origen se remonta a los terminales del Formativo, Tacalshapa II donde comenzaron a utilizar en sus cerámicas técnicas como negativo o el “blanco sobre el rojo” Tacalshapa III fue la época en la que se perdió por completo la calidad de la cerámica, pero se incrementó su manera de producción.

2.2.2.2. EL PERIODO CAÑARI.

2.2.2.2.1. Integración (500/1100-1470 D.C.)

Hace aproximadamente 1.000 años se produjo una fuerte presión social ocasionada por el ascenso de los pueblos Asiáticos que buscaban nuevas tierras, a costa de los habitantes de la región, con esto se puso en marcha la transformación de bosques inclinados por terrenos agrícolas aterrazados.

Hubo un rápido crecimiento poblacional lo que ocasionó “saturación espacial” que comprendió incluso de áreas vinculadas con las rutas de comercio.

El crecimiento demográfico y la ampliación de tierras agrícolas tuvieron un impacto en el número de poblados, como consecuencia se observó un mapa multiregional. Donde surgieron rivalidades entre los ayllus, curacazgos y centros ceremoniales por el control de las rutas de comercio y las cuencas fluviales.

Los Ayllus dieron paso a los curacazgos se provocaron diversas alianzas que culminaron en la formación de los señoríos étnicos. Los enfrentamientos bélicos entre estas sociedades continuaron después del año 1000/1100 d.C.

El pasado que vivió la región sur del antiguo Ecuador hasta el año 1000/1100 D.C. es considerado como Proto-Cañari sólo a partir de esta fecha se ha denominado Cañari, cuya consolidación como estado regional se interrumpió por la llegada de los Incas, sin embargo se podría definir a este pueblo como de unidad cultural además de ir cimentando la unidad política con un extenso escenario físico.

El idioma y tratamiento del espacio fueron elementos de mayor cohesión entre los Cañaris. El manejo de territorios permite observar unidades físicas demarcadas por

cerros piramidales (pucaros o mullos), terrazas, campos de cultivo y poblados, los lugares de Culto eran canchones abiertos, montañas y fuentes de agua.

La producción artesanal, se mantuvo con carácter regional; desaparecido Tacalshapa III surgió una verdadera proliferación de estilos según la unidad territorial o señorial y muchas veces con más de una expresión como ocurrió en el valle de Cuenca, en donde simultáneamente se producía la cerámica Guapondelic y Molle. Al parecer la alfarería había perdido su rol protagónico, mientras que el material de expresión simbólica y de ritual fue destinado a un uso de carácter doméstico o a rituales familiares o menores, como parte de las ofrendas.

2.2.3. LOS CAÑARIS EN EL TAWANTINSUYO.

Los Cañaris no se doblegaron ante los Incas y utilizaron como estrategia aliarse con los señoríos de alrededor y el autoabastecimiento.

Los Incas tuvieron que trabajar mucho entre alianzas pacíficas y guerras para poder tomar ciertos sectores, pese a ello los Cañaris se mantuvieron independientes hasta que comenzó la conquista española.

Los Incas alcanzaron varias fronteras lo cual cambió la geografía política austral. A pesar de que los Cañaris se mantuvieron independientes, los Incas terminaron influyendo en el orden administrativo, orientando su producción de acuerdo a las necesidades del Tawantinsuyo, en ese momento deciden además construir una ciudad que se compare a la capital del imperio Incaico, construyendo así, la ciudad de Tomebamba duplicando la Arquitectura de la ciudad del Cuzco.

2.2.4. LA GUERRA CIVIL Y LA CAÍDA DE TOMBAMBA.

Pasaron más de 70 años desde que los Incas llegaron a los Andes septentrionales.

El rol de Tomebamba era la conducción del Imperio puesto que Huayna Capac había hecho de este su centro de residencia y operaciones.

Las alianzas políticas entre la élite militar y las étnias Cañaris, Puruhaes, Panzaleos, Quito-Caranquis y Cayambis fueron debilitando el poder Incaico. Al morir Huayna

Capac, Tomebamba fue el centro de disputas que terminaron cuando Atahualpa venció a Huáscar quien en su arremetida destruyó la ciudad.

2.2.5. ESTUDIO ICONOGRÁFICO DEL DISEÑO CAÑARI.

La iconografía no solo busca describir los motivos mediante la descomposición de sus elementos sino también clasificarlos y analizarlos a partir de los **arquetipos** que son las ideas que formaron el pensamiento filosófico Indígena.

El diseño se inspira en la Biodiversidad y Cosmovisión de la zona.

2.2.6. LA BIODIVERSIDAD ANDINA.

La biodiversidad incluye al ser humano dentro de los espacios naturales junto a los animales y las plantas en una forma interrelacionada.

2.2.6.1. El Naturalismo.

Para los Cañaris la naturaleza era muy importante teniendo como pensamiento, que de ella obtenían su alimentación, vivienda entre muchas otras cosas.

La importancia de la naturaleza era tal que la respetaban y veneraban representándola así en varias expresiones materiales como en cerámica, piedra, hueso, plata, oro, cobre y en sus tejidos, a este tipo de diseño inspirado en la naturaleza se lo denomina “Naturalismo”.

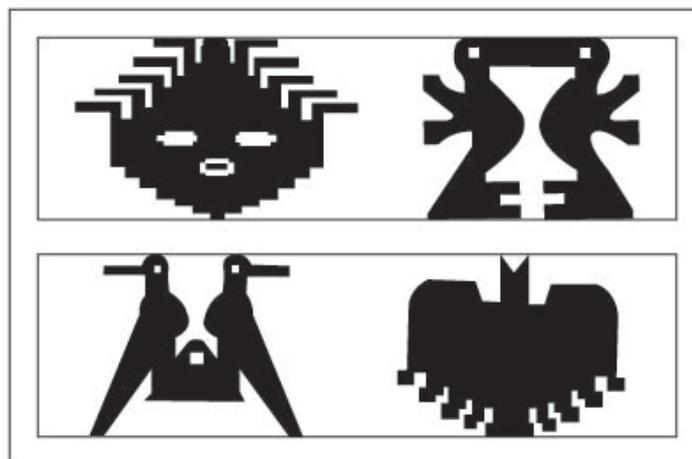


Imagen II. 35. Representaciones animales: Cangrejo, Pelicano, Guacamayas, Murciélago.

Fuente: Libro Una Historia con Futuro-Añañay Artesanías.

Otro material que utilizaban para realizar sus Diseños era la concha marina lo que muestra que tenían acceso y contacto con la región Costa, otro material de este tipo que utilizaban era madre perla que la empleaban al momento de hacer pendientes.

Dentro de algunos diseños se puede apreciar la coexistencia de dos formas artísticas una figurativa, que sigue fielmente a la forma con el uso de la línea curva, y la estilizada en forma de escalera, que constituye la base de la iconografía de las sociedades americanas.

En varios diseños provenientes de la época Tacalshapa (700-300 A.C.) estilo cerámico Proto-Cañari de finales del formativo Tardío realizaron representaciones donde no se podría afirmar si es una rana o una lagartija debido a la forma del tronco, que es una forma geométrica, típica de la iconografía indio-americana, ya que ambos animales estaban vinculados con ritos de fertilidad en tradiciones agrícolas.

Se encuentran lagartijas en piedras esculpidas en piedra, procedentes del periodo de integración, época Cañari Cashaloma (1000-1470 D.C.).

Reproducían varios motivos relacionados con la producción agrícola. La presencia de un animal yunga como el camaleón nos muestra el control vertical del territorio Cañari, mediante los pisos ecológicos de la cordillera donde se viajaba para realizar el trueque de productos de la sierra como el maíz y las papas por piñas, sal, pescado, concha etc., que eran productos de la costa.

En grabados trabajados sobre cerámica de la época inca-colonial y jarrones elaborados en la época colonial se puede captar motivos naturalistas que pueden llegar a ser considerados en la época actual como etnográficos, de hecho algunos de estos han sido tomados en cuenta en la vestimenta tradicional de la zona como polleras, blusas e incluso se han utilizado para baberos de niños.

En varios diseños de la producción artesanal se puede observar motivos típicamente Cañari con representaciones donde se mantiene la línea escalonada como en la mayoría de sus diseños.

2.2.6.2. El Hombre y La Sociedad.

Cuando el hombre pobló la tierra debió hacerlo en comunión con la naturaleza y toda la que esta abarca con esta unión comenzaron la creación de las sociedades.

Físicamente el ser humano se divide en hombre y mujer, igualmente este se divide en su origen natural y su formación social, en donde lo social es el territorio (el ayllu, la ciudad, el país), mientras que lo natural consiste en las ceremonias religiosas en la cual acercan su espíritu con los antepasados.

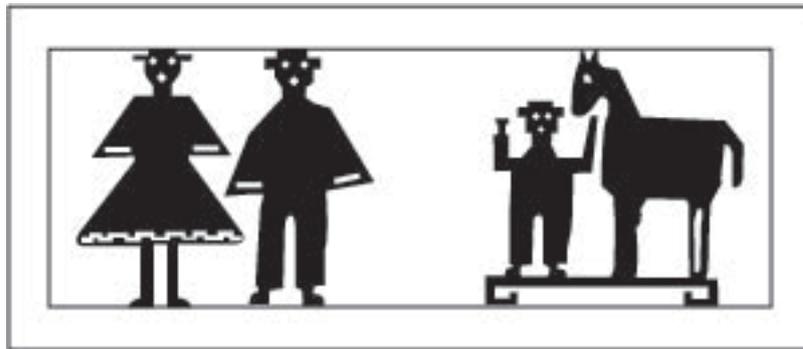


Imagen II. 36. Representación el Hombre y la Sociedad: Hombre-Mujer y Hombre y su entorno natural.

Fuente: Libro Una Historia con Futuro-Añañay Artesanías.

Las primeras representaciones físicas de los ancestros se dice que las encontrarían en la época Tacalshapa II (300 a.C-800 D.C.) y que consistían en varias, de las cuales han tomado los diseños para emplearlos en varios tejidos en la actualidad.

En lo que refiere a joyas de oro, plata y cobre los ancestros de la zona de Sigsig en la parte oriental de la provincia del Azuay se encontrarían varias muestras de que en esa época ya existiría la orfebrería y la alfarería con hallazgos de aretes, narigueras, “llautos” o coronas Cañaris, placas que llevaban en el pecho etc.



Imagen II. 37. Representación Arete en oro; procedencia Pectete, Cultura Tacalzhapa.

Fuente: Libro Una Historia con Futuro-Añañay Artesanías.

Importaban el cobre desde el norte del Perú a cambio de los “mullus” de concha Spondylus.

Varios arqueólogos peruanos han encontrado piezas de nuestra zona lo que nos habla de la amplia comercialización que había entre el sur del Ecuador y el norte del Perú en esa época.

Varios diseños de esa época han sido tomados para realizar los motivos especialmente de las fajas, de los cuales podemos ver la importancia que se le daba a la vida como pareja especialmente la unión sexual que estaba vinculada con la fertilidad, que era representada mediante animales apareándose. Además de los diseños mencionados se representa también a las comunidades representadas a partir del “ayllu” la forma de sociedad de esa época.

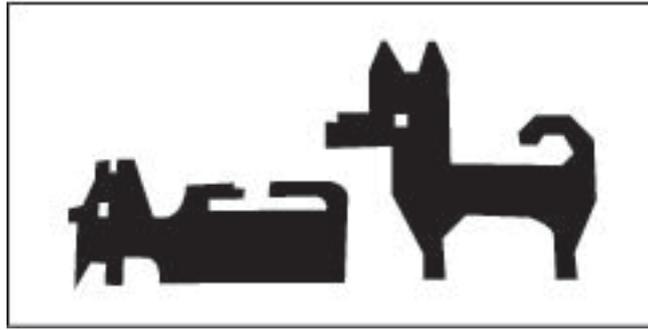


Imagen II. 38. Representación vida día tras día como Pareja.

Fuente: Libro Una Historia con Futuro-Añañay Artesanías.

2.2.7. LA COSMOVISION CAÑARI.

La cosmovisión es la forma de explicar y representar el mundo en que vivimos. Los ancestros eran agricultores domesticaron productos agrícolas que comemos hoy en día y animales como el cuy y la llama. Ellos entendían que a la tierra hay que tratarla con cariño y dedicación para ello desarrollaron un calendario agrícola que correspondía a los periodos de lluvia, sequia, heladas, engendramiento, germinación, maduración, ubicación de las estrellas y la muerte.

Nuestra cosmovisión organiza el territorio en dos partes, en la primera según el día que representa al hombre y la noche que corresponde a la mujer y la segunda a los sectores “Hanan” (lo alto) y “Urin” (lo bajo), a esta división en dos partes se la llama dualidad. De ahí viene una división que parte cada lado en dos. Formando 4 partes a la que se la conoce como “cuatripartición”. Dentro del arte ancestral existen muchos ejemplos de esta forma de representar el mundo.

El continente sudamericano está formado por 3 regiones naturales: costa, sierra y oriente.

La historia demuestra que desde mucho tiempo atrás utilizaban productos de cada zona complementariamente.

La geografía cañarí está poblada de valles, ríos y montañas. Durante la historia se aprendido aprovechar las tierras altas y bajas, mediante la explotación de productos complementarios.

Desde los ancestros se han acostumbrado a organizar el espacio productivo verticalmente en la cual tenían que subir para productos de la sierra y bajar para productos de la costa.

En esta cosmovisión existe también este recorrido con los espíritus de la naturaleza en el cielo, los seres humanos en la tierra y los ancestros muertos bajo la tierra, esta división en tres instancias se llama tripartición. En varios diseños se ilustran los tres mundos.

Actualmente en los territorios del austro, las comunidades descendientes de los Cañaris incluyen en sus diseños de las fajas, motivos en los cuales varios personajes conocidos en la actualidad por los relatos transmitidos generacionalmente como el chusa longo o los gagones que eran espíritus guardianes.

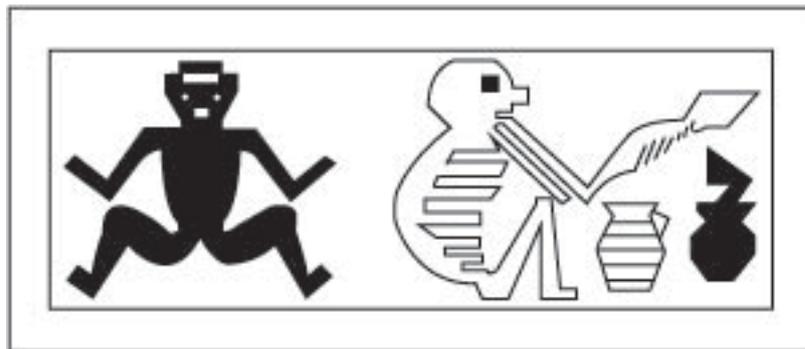


Imagen II. 39. Representación: Espíritus Guardianes, Recuerdo de la presencia de los Ancestros.

Fuente: Libro Una Historia con Futuro-Añañay Artesanías.

En la costa norte del Perú, los vecinos mochicas de los Cañaris tenían una iconografía similar lo que demuestra que se tenía una misma cosmovisión, como ejemplo tenemos el hombre pájaro conocido en la región austral desde los tiempos Tacalshapa II y que estuvo presente también durante la cultura Tiahuanaco en el Perú. Al hombre pájaro en la actualidad se lo relaciona con el baile del curiquingue, donde se usa vestimenta y movimiento que se asemeja con el mismo.

El hombre tigre o jaguar es otro elemento que aparece muy frecuentemente en la iconografía Cañari, de hecho es un personaje que estaba presente en los mitos y ritos de

toda América. En la naturaleza el felino (el gato, el tigre, el puma), era considerado el “rey” de los Andes, por lo que es lógico que lo hayan integrado a sus mitos de creación y ritos.

El diablo uma en las leyendas Cañaris está vinculado a los ritos de fertilidad, y es temido por las mujeres ya que siempre asoma con símbolos fálicos. Este es totalmente humano, sin embargo podría ser asociado al venado o al oso aunque esto es difícil de afirmar.

Se puede decir que existe una larga tradición de iconografía de los antepasados que viene desde por lo menos 2000 años A.C. y que quedan todavía en el inconsciente colectivo de los descendientes Cañaris por medio de cuentos, fiestas y arte.

2.2.8. IMÁGENES GRÁFICAS.

Según la forma y organización se ven dos grupos de motivos: los conclusos o cerrados y los abiertos, esta diferenciación es importante tanto por su concepción como para su aplicación.



Imagen II. 40. Simbología hallada en botella con asa de estribo procedencia: El Descanso, Cultura Narrío.

Fuente: Libro Una Historia con Futuro-Añañay Artesanías.

Los motivos abiertos están presentes en varios objetos de cerámica, especialmente botellas y vasijas de los periodos Tacalshapa, Cashaloma e Inca; y que se manifiestan en los bordados en nuestra época.

Los motivos cerrados en cambio están presentes en varios motivos prehispánicos de cerámica y joyería y en fajas e interpretaciones actuales.

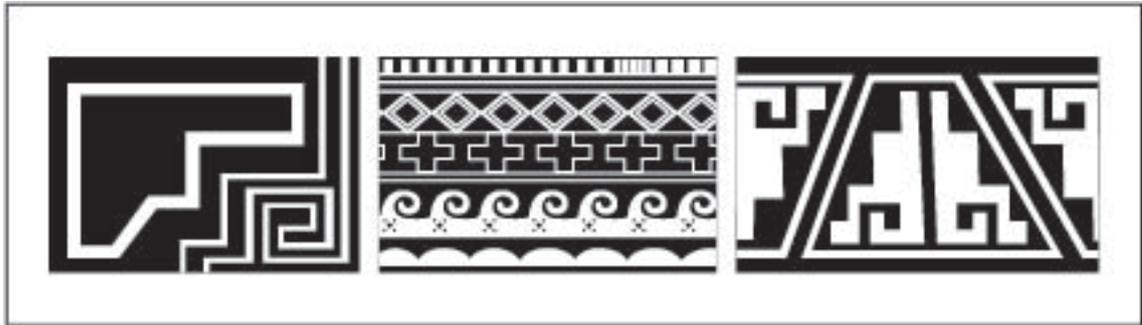


Imagen II. 41. Detalle de decoraciones, Cultura Tacalzhapa.

Fuente: Libro Una Historia con Futuro-Añañay Artesanías.

2.2.9. APLICACIONES EN NUESTRA ÉPOCA.

Muchos diseños realizados por los Cañaris se emplean en la actualidad para los motivos de varias artesanías y tejidos, estos últimos están vinculados sobre todo a las mujeres de la zona, entre ellos productos están las fajas y los bordados, de los cuales se explicaran a continuación.

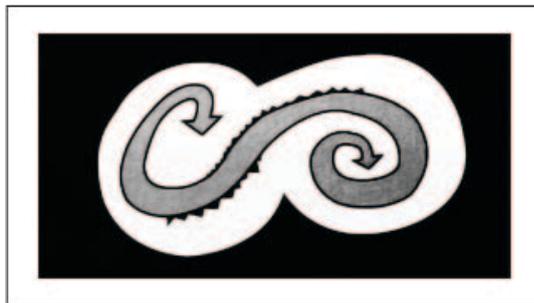


Imagen II. 42. Detalle de decoraciones, Cultura Tacalzhapa.

Fuente: Libro Una Historia con Futuro-Añañay Artesanías.



Imagen II. 43. Placa, Cultura Tacalzhapa.

Fuente: Libro Una Historia con Futuro-Aññay Artesanías.

2.2.9.1. FAJAS

En la indumentaria tradicional este accesorio es muy importante no solo por su función sino también por su valor estético y simbólico.

Este tejido es de doble cara y las figuras que se ven de un color en una cara se invierten de color al reverso. Su tejido es muy tupido y con hilos muy delgados lo que le da alta resistencia y mucha definición a los motivos.

Los colores utilizados en estas son brillantes y contrastantes, que se aprovechan para provocar el efecto fondo-figura.

La geometrización es otro factor que está presente en estos motivos puesto que la definición de las formas depende de la densidad del tejido.

Existen motivos que pueden dar dudas sobre su autenticidad, pero al ser elaborados y utilizados en el momento hay una cierta identificación y son considerados significativos para este trabajo.

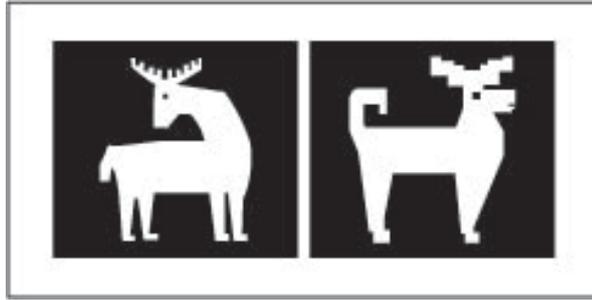


Imagen II. 44. Aplicación Actual: Fajas-Animales Andinos.

Fuente: Libro Una Historia con Futuro-Añañay Artesanías.

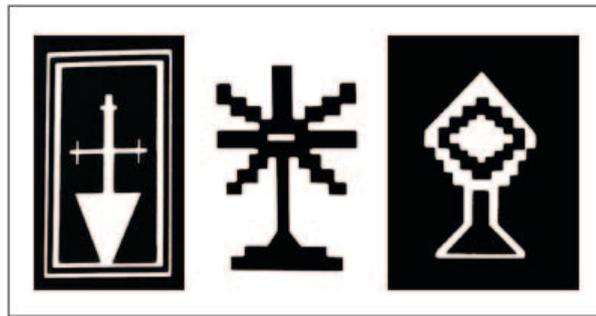


Imagen II. 45. Aplicación Actual: Fajas-Cruces.

Fuente: Libro Una Historia con Futuro-Añañay Artesanías.

2.2.9.2. BORDADOS.

El bordado es un elemento muy importante ya sea en vestimenta de hombre como de mujer.

En las camisas de los hombres se la ubica en los puños, en las medias mangas y en el cuello, en la lliglla va en todo el filo y en la pollera en el borde de todo el contorno inferior, los bordados también se usan en camisetas, baberos y panales de los bebés. El bordado de las polleras del cañar se caracteriza por utilizar una tela de color contrastante de fondo, de modo que no solo resulta más colorido sino tiene más fuerza por su textura, a esta técnica se la conoce como talqueado.

Los motivos que son más simples se utilizan como base de otros o son repetidos varias veces, como en el caso de los churucos, que casi siempre van de remate en los puños de las camisas de los hombres.

Los temas de los bordados tienen una clara influencia colonial, sin embargo, se nota en algunos motivos influencias prehispánicas como es el caso del churo y cierta flor que tiene la estructura de la serpiente.



Imagen II. 46. Aplicación Actual: Bordado-Remate de polleras.

Fuente: Libro Una Historia con Futuro-Añañay Artesanías.

2.2.10. CONCLUSIÓN

Se puede concluir que para la realización de diseños deberíamos buscar inspiración en nuestras leyendas, y recurrir a nuestros mayores puesto que ellos poseen la sabiduría de que brinda la experiencia y el conocimiento ancestral. De lo contrario nuestro pensamiento irá olvidando poco a poco lo que los antepasados construyeron siglo tras siglo con esfuerzo.

CAPÍTULO III.

ESTUDIO DE LAS PIEZAS.

Previo a la realización de este procedimiento se debe aclarar que debido a la gran cantidad de piezas existentes en el museo, el análisis fue aplicado a un grupo previamente seleccionado de piezas.

Es así que en este capítulo se realizó, en el siguiente orden, la clasificación, selección y estudio de los signos y aspectos gráficos de las piezas seleccionadas. Esto en base a los datos obtenidos tanto en el análisis teórico, como en el análisis de estudios similares, previamente realizados en el presente documento

3.1. CLASIFICACIÓN DE LAS PIEZAS.

Esta se efectuó en función a dos aspectos: El tipo al que pertenezca cada pieza, y la cultura a la que pertenezca.

3.1.1. TIPOS DE PIEZAS EXISTENTES EN EL MUSEO.

Esta tuvo el fin de agrupar las piezas en grupos de objetos con utilidades y características similares, no se usó un método específico para determinar cuantas piezas se analizarían por grupo, puesto que la prioridad al momento de la selección fue la cantidad de aspectos gráficos que cada pieza nos pueda brindar para el análisis, por lo

tanto se seleccionaron indistintamente del grupo al que pertenecen, sin embargo la agrupación de objetos con características entre si facilitó la observación de los que brindaban mayor cantidad de material gráfico.

Dentro de esta clasificación se puede diferenciar como grupos principales a los siguientes:

Armas.- Dentro de este grupo se incluyeron los objetos de caza y de combate.

Adornos.- En este grupo se encuentran los objetos de fin ornamental, ya sean para el cuerpo o para los entornos.

Estatuillas o Ídolos.- Este grupo contiene piezas, en su mayoría de pequeñas dimensiones, las cuales representan deidades y personajes de mitos.

Instrumentos musicales.- Se clasifican dentro de este grupo objetos cuya finalidad es emitir sonidos, y sus utilidades varían entre el llamado a rituales o la creación de música dentro de dichos rituales, o simplemente para recreación.

Recipientes.- Comprende a todos los objetos cuyo fin común es el de contener alimentos o líquidos, ya sea para el consumo o para otros fines como ritos o ceremonias. La mayor cantidad de piezas del museo pertenecen a este tipo, por tanto existe una variada sub clasificación dentro de este grupo

Utensilios.- A este grupo pertenecen los objetos considerados como herramientas para las diversas actividades cotidianas ajenas a los ritos y al combate.

3.1.2. CULTURAS A LAS QUE PERTENECEN LAS PIEZAS DEL MUSEO.

Esta clasificación se realizó una vez clasificadas las piezas por tipo, para dar prioridad al momento de la selección, a piezas pertenecientes a culturas de nuestro sector.

En el museo se pudo identificar piezas pertenecientes a algunas de las culturas estudiadas en el análisis teórico del presente documento y a otras que son derivaciones y combinaciones de las mismas, por tanto solo se mencionó los nombres de dichas culturas sin profundizar de ningún modo en ellas.

Las culturas identificadas como creadoras de las diversas piezas son las siguientes.

- **Cañari, Tacalshapa.**
- **Panzaleo.**
- **Inca.**
- **Jama Coaque.**
- **Bahía.**
- **Tolita.**
- **Manteño - Huancavilca.**
- **Valdivia.**
- **Capulí (Negativo del Carchi o Pasto).**
- **Confederación de tribus Caranqui – Cayambe – Otavalo.**
- **Milagro - Quevedo.**
- **Puruhá.**
- **Chimbo.-** Este nombre se ha dado a los vestigios hallados en la zona de la provincia de Bolívar puesto que no ha sido posible relacionarlos completamente con la cultura Puruhá ni otra de la zona. En la literatura de Arqueología Ecuatoriana investigada no existen datos de esta cultura por tanto no está incluida en la teoría del presente documento, sin embargo se ha podido presentar estos datos en base a los conocimientos compartidos por los propietarios del museo.

3.2. SELECCIÓN DE LAS PIEZAS A ANALIZAR.

Mediante un método que más adelante se explica, se seleccionó cierta cantidad de piezas, las cuales fueron sometidas a un análisis semántico y sintáctico mediante el cual se estableció las constantes y variables más importantes encontradas dentro de la simbología de las piezas, en base a las cuales se procedió a definir algunos de los aspectos a considerar para la creación del programa de identidad del museo.

Una vez determinada la cantidad de piezas a usar se seleccionó los objetos que mayor material de estudio brindaban, es decir, las piezas con mayor cantidad de símbolos y aspectos gráficos dentro de la exhibición del museo Alfonso Escobar León.

3.2.1. CÁLCULO DE LA CANTIDAD DE PIEZAS.

Para la selección de las piezas que se sometieron al análisis, fue necesario primero determinar la cantidad de piezas a analizar. En un inicio se pretendió calcular dicha cantidad mediante fórmulas de cálculo de muestra, puesto que este tipo de fórmula nos brinda cierto nivel de eficacia en el cálculo, con su respectivo margen de error, sin embargo el resultado al realizar los cálculos mediante las mencionadas fórmulas es una cantidad muy alta de piezas, lo cual dificultaba mucho el trabajo puesto que el análisis de cada pieza conllevó una considerable cantidad de tiempo.

A su vez el hecho de la existencia de una gran similitud de simbología entre una cultura y otra dentro del arte andino precolombino permitió prescindir del nivel de efectividad que las fórmulas de muestreo brindan, y por lo tanto resultó factible el uso de un método de cálculo menos formal.

Y tratándose de un documento realizado en base a culturas andinas, se consideró conveniente que la forma en que se realice el cálculo guarde cierta relación con el entorno en el que se desarrolla el presente proyecto.

3.2.1.1. MÉTODO USADO PARA REALIZAR EL CÁLCULO.

Es así que se estableció un método de cálculo basado en la construcción del símbolo de la cruz cuadrada, símbolo considerado como el más importante dentro de la simbología y cosmovisión de las culturas andinas, y cuya construcción corresponde al proceso gráfico de cuadratura de la circunferencia, por medio del cual se encuentra un cuadrado cuyo perímetro (suma de los lados) es igual al perímetro de la circunferencia en cuestión (distancia total comprendida por la línea que la delimita).

Por lo tanto para poder explicar el cálculo realizado, se procederá en primera instancia a explicar textual y gráficamente el mencionado proceso paso por paso, hasta finalmente llegar a expresar de la misma manera el cálculo realizado para determinar la cantidad de piezas a estudiar.

Paso 1.- Se partió del trazo de un cuadrado de origen denominado unitario (1) y su cuatripartición mediante diagonales, estas diagonales representan el valor numérico $\sqrt{2}$, y constituyen el diámetro de un círculo dentro del cual se inscribe el cuadrado originario.

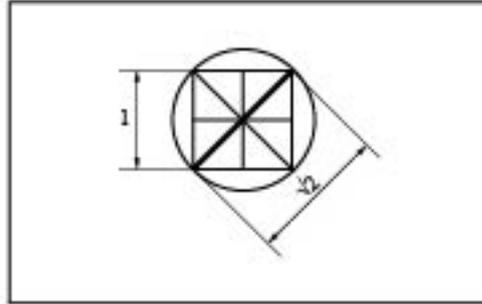


Imagen III. 47. Paso 1

Fuente: Libro Introducción a la semiótica del diseño andino precolombino-Zadir Milla.

Paso 2.- Se prolongaron las líneas de partición del cuadrado unitario, y se inscribió el círculo de diámetro $\sqrt{2}$ dentro de un cuadrado cuyo lado tiene el mismo valor, de la misma manera se prolongaron las diagonales originales hacia las esquinas del nuevo cuadrado obteniendo así el valor de 2. Al igual que se con el cuadrado unitario, se inscribió al cuadrado $\sqrt{2}$ en un círculo.

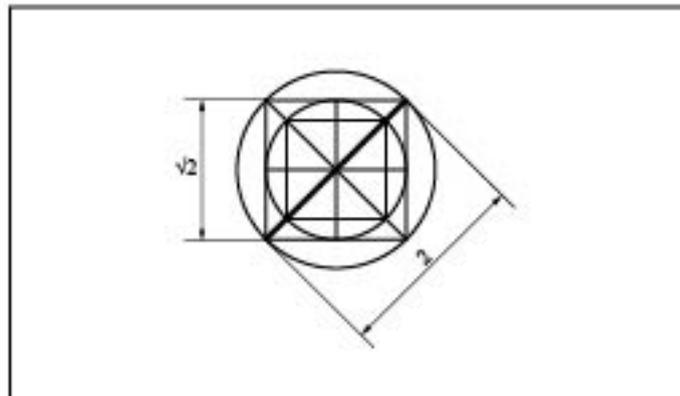


Imagen III. 48. Paso 2.

Fuente: Libro Introducción a la semiótica del diseño andino precolombino-Zadir Milla..

Paso 3.- Se repitió el proceso del paso anterior, obteniendo de este modo un nuevo cuadrado cuyo lado equivale a $2\sqrt{2}$ y su diagonal a 4 . Del mismo modo que los cuadrados 1 y $\sqrt{2}$ el cuadrado 2 se inscribió dentro de un círculo.

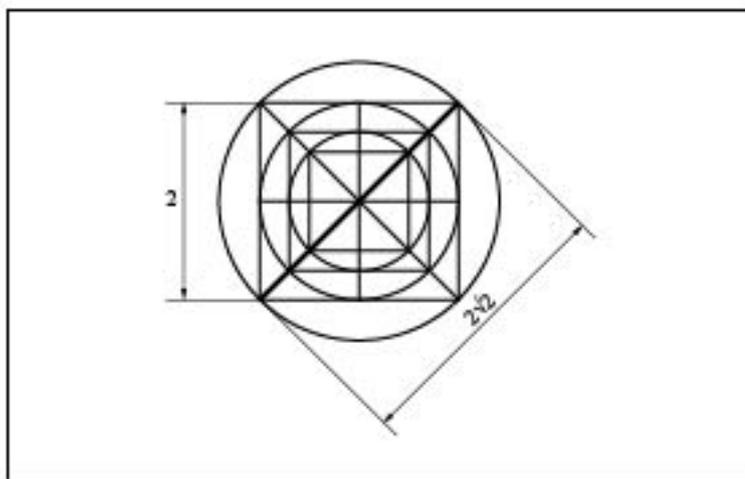


Imagen III. 49. Paso 3.

Fuente: Libro Introducción a la semiótica del diseño andino precolombino-Zadir Milla.

Paso 4.- Por última vez se repitió el procedimiento, obteniendo el cuadrado correspondiente al valor de $2\sqrt{2}$, cuya diagonal equivale a 4 y constituye el diámetro del círculo al cual posteriormente se le determinó el cuadrado del mismo perímetro. A dicho círculo se lo inscribe en un cuadrado de valor 4 para realizar la respectiva partición puesto que esas líneas son necesarias para el posterior cálculo.

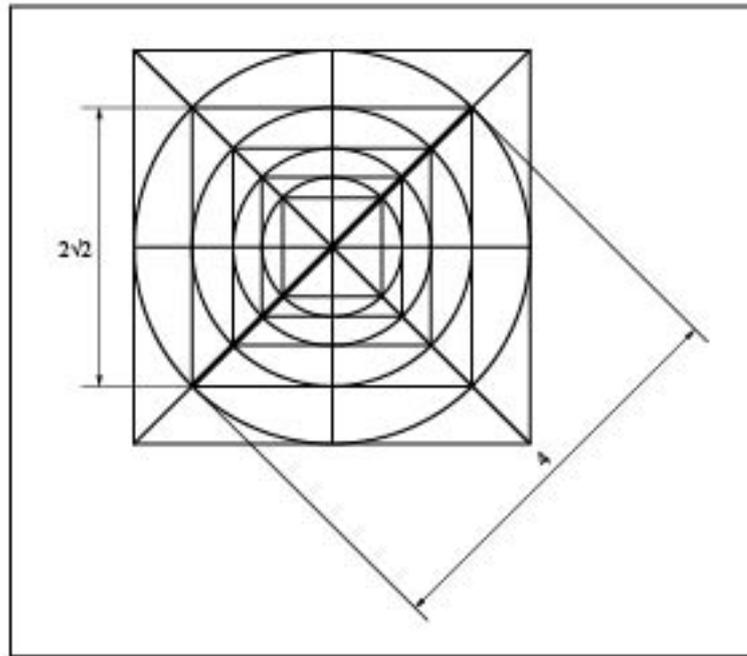


Imagen III. 50. Paso 4

Fuente: Libro Introducción a la semiótica del diseño andino precolombino-Zadir Milla.

Paso 5.- Se volvió a trazar el cuadrado unitario a cada lado del cuadrado original, se trazó la diagonal del rectángulo formado por el cuadrado original y los dos laterales o el superior e inferior, esta diagonal toma el valor de $\sqrt{10}$, y a su vez constituye el radio del círculo inscrito en el cuadrado cuyo perímetro es igual al del último círculo trazado mediante el proceso de rotación de diagonales, estos últimos trazos fueron representados en líneas cortadas.

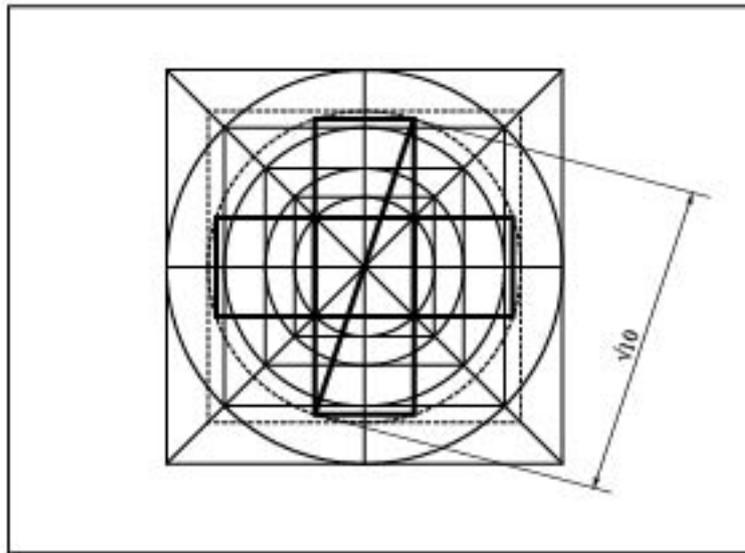


Imagen III. 51. Paso 5

Fuente: Libro Introducción a la semiótica del diseño andino precolombino-Zadir Milla.

Paso 6.- Se trazó la cruz combinando los cuadrados unitarios con el cuadrado de lado equivalente a 2. Generalmente se representa a la cruz con un círculo en el centro, este se obtiene inscribiéndolo en el cuadrado unitario original.

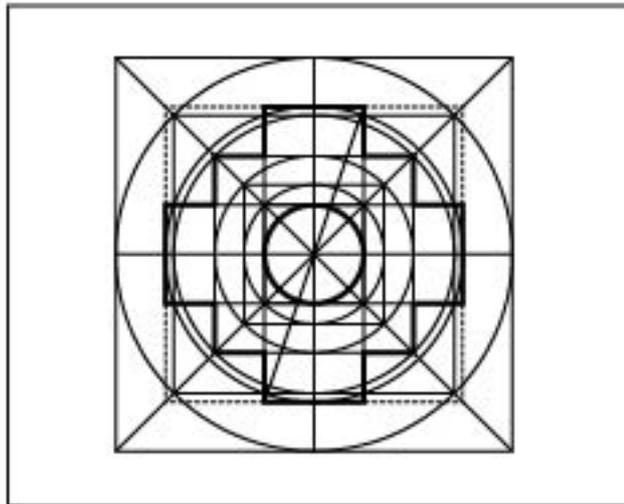


Imagen III. 52. Paso 6

Fuente: Libro Introducción a la semiótica del diseño andino precolombino-Zadir Milla.

Paso 7.- Finalmente se tomó como líneas de referencia para el cálculo a los 5 cuadrados unitarios, al cuadrado 2 y a las líneas de cuatripartición, obteniendo así la cruz dividida en su parte interna en 24 partes iguales, las cuales nos sirvieron de base para el cálculo a realizar.

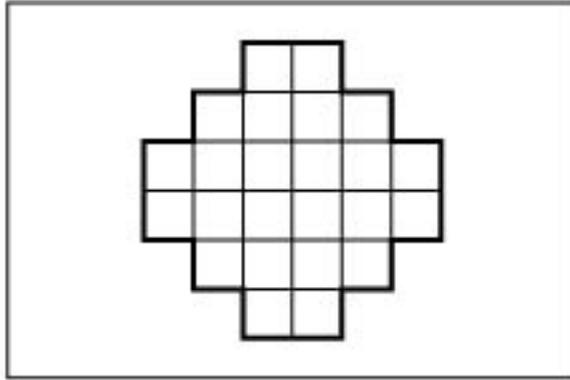


Imagen III. 53. Paso 7.

Fuente: Libro Introducción a la semiótica del diseño andino precolombino-Zadir Milla.

3.2.1.2. REALIZACIÓN DEL CÁLCULO.

Tomando como fundamento para este procedimiento se tomó el hecho de que el símbolo de la cruz cuadrada es un símbolo que resume y contiene las leyes formativas de los demás símbolos de las culturas andinas. Es así que al representar una totalidad icónica, a este signo se lo asoció con la totalidad de las piezas del museo.

De este modo le asignamos a la representación gráfica de la cruz la cantidad de 1141(T) la cual equivale al total de piezas pertenecientes al museo; y se asignó a un cuadrado cualquiera de los 24 definidos en el proceso de creación de la cruz, la cantidad de piezas a analizar (x).

Entonces al representar la cruz el total de piezas y estar dividida en 24 partes, una de las cuales es la cantidad a encontrar, definimos esta cantidad dividiendo el total de piezas (1141) para 24, obteniendo 47,5. Al tratarse de objetos materiales se redondeó la cantidad obtenida al inmediato superior, es decir 48, que fue el número de piezas que sometieron al análisis semántico y sintáctico.

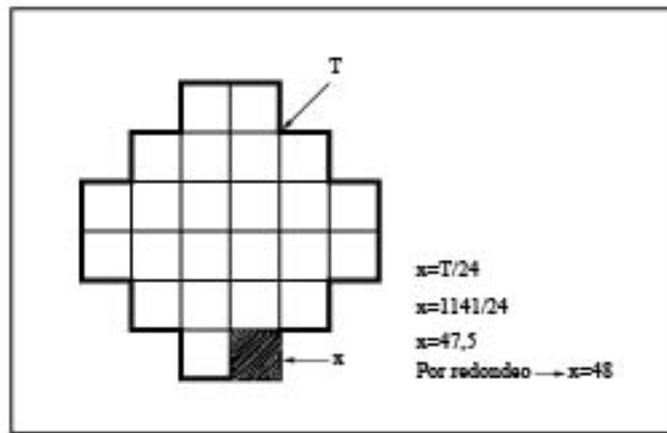


Imagen III. 54. Explicación gráfica del cálculo realizado.

Fuente: Libro Introducción a la semiótica del diseño andino precolombino-Zadir Milla.

Estas 48 piezas se encuentran repartidas entre los grupos mencionados en la clasificación de las piezas, cabe recalcar nuevamente que las clasificaciones por tipos y culturas se realizaron únicamente con el fin de facilitar la observación de aspectos gráficos y priorizar culturas de la zona respectivamente.

3.3. ANÁLISIS DE LAS PIEZAS SELECCIONADAS.

Una vez seleccionadas las piezas en base a los aspectos señalados anteriormente, y mediante el proceso explicado. Se procedió a realizar el análisis de los signos, y aspectos compositivos encontrados en cada una de estas.

Para facilitar esta tarea se creó una ficha de análisis, dentro de la cual se recopilaron los datos generales y gráficos contenidos en cada uno de los objetos museísticos, así como la representación gráfica de los símbolos observados, una representación personal de los signos más relevantes, y el dibujo del o de los perfiles de la pieza. A continuación se observa la gráfica de la estructura de la ficha, y debajo de la misma la explicación de dicha estructura.

The image shows a detailed analysis sheet for a ceramic piece, divided into several sections:

- a**: A photograph of a ceramic vessel with a handle.
- b**: Identification data including:
 - Pieza N: 5
 - Vista(s): Frontal
 - Materia: Arcilla
 - Cultura: Puruhá
 - Técnica: Cerámica, grabados incisos, modelados excisos.
 - Período: Integración
 - Tipo de Objeto: Ceremonial
 - Grupo: Recipientes
- c**: Symbols and modules found, showing a diagram of the vessel with vertical lines and triangles, labeled "Triángulo" and "Grupos de 3 líneas horizontales".
- d**: Aspects of the piece's graphic, including:
 - Signo(s)/Significado(s): Escalonada/acenso, dividida en 3 escalones/ los 3 mundos, Triángulo/movimiento, los 3 mundos, Grupos de 3 líneas/tripartición, los 3 mundos.
 - Simbolismo utilizado: Naturalista Geometría Simbólica Geometría Figurativa
 - Significante: Icónica Simbólica Abstracción: Orgánica Geométrica Mista
 - Tipo de trazo: Rectas mayoritariamente, curvas en menor medida.
 - Proporción: Estática Dinámica
 - Textura: Gráfica Material Arcilla moderadamente pulida
 - Composición modular: SI No Ritmo:
 - Simetría: SI No Tipo de Simetría: Axial Radial
 - Equilibrio: Simétrico Asimétrico No hay Movimiento: SI No
 - Técnica de composición Visual: Cromática. Tono/Simbolismo original/Simbolismo actual: Rojo (arcilla)/Atardecer, calor/Peligro, sangre.
 - Retícula compositiva: Hay No hay Características: Partición: 9/7 plano obtenido en base a la construcción del rectángulo $\sqrt{2}$, cuyo lado mayor se usa para hacer un cuadrado, en el cual se inscribió la silueta de la pieza, los símbolos se encuentran en el área del rectángulo $\sqrt{2}$.
 - Otros aspectos observados: El único módulo está dispuesto de tal modo que forma una simetría especular, denotando dualidad. La manera de trazar el plano es la primera observada que combina más de una sola estructura compositiva. La estructuración sintáctica es sistemática. Hay uso de la ley de la balanza, para así lograr el equilibrio simétrico en la zona del dibujo, la silueta en sí es asimétrica.
- e**: Representations suggested, showing a diagram of the vessel's silhouette with a diagonal line and a circular element, labeled "silueta" and "trazo".

Imagen III. 55. Estructura de la ficha de análisis.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

- a) **Zona de fotografía:** Aquí se encuentra una fotografía de la parte de la pieza que se está analizando, debido a que algunas piezas contienen imágenes en más de un sector, se usó en estos casos más de una ficha para su análisis.
- b) **Zona de identificación:** En esta se determina el número de la pieza analizada, y la vista analizada, vale aclarar que el orden en que se le asignó su número a cada pieza fue en función a su ubicación en el museo y a medida de que se fue observando las piezas para determinar las más idóneas para el proceso de análisis.
- c) **Datos generales:** En esta parte de la ficha se ubicaron los datos que contienen la información básica de la pieza tales como:

- **Pieza.-** Es el objeto en cuestión, es decir que pieza es, como ejemplo en el gráfico se usó un cuenco.

- **Cultura.-** Indica la cultura que confeccionó la pieza en análisis. Cabe recalcar que por preferencia, y principalmente por gozar de más presencia en el museo, las piezas seleccionadas fueron en mayor cantidad pertenecientes a la cultura Puruhá.

- **Período.-** Indica dentro de que período arqueológico se realizó la confección de la pieza. Valga recordar que los diversos períodos arqueológicos ya fueron expuestos en la parte teórica.

- **Tipo de objeto.-** Se refiere al tipo de uso que se daba a la pieza dentro de las comunidades.

- **Grupo.-** Indica a cuál de los grupos de piezas establecidos previamente pertenece cada pieza analizada.

- **Material.-** Especifica el material usado en la confección de la pieza.

- **Técnica.-** Indica la o las técnicas artesanales usadas para dar forma a la pieza estudiada.

d) Aspectos gráficos: En esta parte de la ficha es donde tuvo lugar la mayor parte del análisis, pues en esta se recopiló todos los elementos visuales contenidos en la pieza analizada, estos elementos fueron:

- **Signo(s)/ Significado(s).-** Indica en ese orden, el signo encontrado y su significado dentro de la composición, estos dos aspectos van separadas por una barra diagonal (/).

- **Simbolismo utilizado.-** Para identificar el simbolismo utilizado en la pieza se puede escoger entre 3 opciones; Naturalista, si los símbolos se ilustraron de manera orgánica, es decir con trazos flexibles y libres tratando de emular a la naturaleza; Geometría simbólica, si los símbolos fueron representados mediante figuras geométricas que adquieren un significado; Geometría figurativa, si se observó figuras geométricas y derivaciones de las mismas para representar cosas existentes en la naturaleza o creadas por el hombre.

- **Significante.-** En este espacio se debió seleccionar entre dos opciones; Icónica, si el significado de los signos representa exactamente a lo que se vio en la pieza; Simbólica, si el significado no es exactamente lo que se vio si no que el objeto representado connotó otro significado.

- **Abstracción.-** A cada pieza se le puede asignar cualquiera de las siguientes tres opciones; Orgánica, si la representación de las formas de cierta forma imitó los trazos o formas originales; Geométrica, si la abstracción se realizó en base a figuras geométricas y trazos de este tipo; Mixta si se combinó la orgánica y la geométrica.

- **Tipo de trazos.-** En este espacio se explicó en una línea de texto que líneas y trazos fueron los usados más recurrentemente en la composición.

- **Proporción.-** Identifica que tipo de proporción armónica de las tratadas en el capítulo de análisis similares (estática, dinámica) fue usada en el plano de la composición.

- **Textura.-** Consta de dos campos de selección; Gráfica, si la textura que tiene el objeto fue dada por medio de los trazos y técnicas de confección; Material, si la textura se determinó en base a las características del material de la pieza. Junto a estos campos de selección se encuentra una línea en la cual se explicó las texturas encontradas.

- **Composición Modular.-** Mediante esta campo de la ficha se indica si en la composición se encontraron o no módulos que la den forma.

- **Ritmo.-** En caso de existir composición modular, en el espacio designado al ritmo se graficó este mediante patrones similares a los módulos, la manera de presentarse el ritmo en cada uno de ellos, así como dimensiones del módulo expresadas como espacios de la retícula final, por ejemplo: Si el gráfico indica en el ancho medida 4 y en el alto medida 2, quiere decir que el módulo dentro de todo el plano, ocupa de ancho 4 espacios de la retícula total, y de altura 2 espacios.

- **Simetría.-** Aquí se da a conocer si en la pieza se encontró simetría o no, por medio de dos campos de selección (sí, no).

- **Tipo de simetría.-** Por medio de dos campos de selección se puede indicar si la simetría encontrada es Axial (en función a un eje), o Radial (en función a un centro), claro está si la pieza es simétrica.
- **Equilibrio.** Seleccionando una opción entre 3 campos se indicó si en la composición existe Equilibrio simétrico, Equilibrio asimétrico, o si no hay equilibrio.
- **Movimiento.-** Seleccionando sí o no, se definió si en la composición se encuentran elementos que denoten movimiento dentro del plano. Junto a los mencionados campos de selección se encuentra un área de dibujo en donde mediante flechas se explicó los movimientos encontrados.
- **Técnica visual.-** Aquí se explica por escrito que técnicas de composición visual se pudieron identificar dentro de la pieza analizada.
- **Cromática.-** Por escrito se indicó el color encontrado separado por una barra diagonal del significado que tenía para las culturas andinas, y finalmente separado por otra barra diagonal del significado que en la actualidad se otorga a dicho tono, en algunos casos los tonos encontrados son análogos de dos tonos principales, en ese caso se indicó con que tonos tiene analogía y los significados de dichos tonos.
- **Retícula compositiva.-** Mediante la selección entre dos opciones se indica si se usó o no retícula para componer.
- **Características.-** Por escrito se explica que plano se usó y de ser necesario se explica como se obtuvo el mismo, y luego se explica cuantas particiones se realizó al plano para obtener la retícula.

Cabe recalcar una vez más que los planos usados para representar las figuras fueron determinados por los autores del proyecto en base al estudio realizado al libro “Introducción a la semántica del Diseño Andino” de Zadir Milla, y la comparación de los planos estudiados en dicho análisis con los planos que se observa en las piezas.

Sin embargo no se puede dar por sentado que el plano determinado por nosotros fue en efecto el usado originalmente, debido a la antigüedad de las piezas solo se pudo suponer el uso de uno u otro plano pero eso no es algo que se pueda determinar a ciencia cierta.

- **Otros aspectos observados.**- Por escrito se mencionó otras leyes o categorías compositivas que no están tomados en cuenta en ninguno de los ítems mencionados, en ocasiones en este campo se explicaron algunas formas de interpretación personal del autor encargado de analizar determinada pieza, en cuanto a lo que a los signos y su uso se refiere.

e) **Representaciones gráficas:** Aquí se exhibieron gráficos de los signos encontrados en la pieza, de una representación sugerida por los autores del análisis basada en los signos más importantes o destacados, y el dibujo de la o las siluetas de la pieza.

3.3.1. FICHAS DE LAS PIEZAS.

En las siguientes páginas se expone las fichas de análisis de cada una de las 48 piezas seleccionadas para ser estudiadas, es necesario aclarar que algunas piezas por su gran contenido gráfico, requirieron de más de una ficha, cada ficha requerida para estos casos, indica que vista de la pieza es la que se está analizando.

3.3.2. CONCLUSIONES DE LOS DATOS RECOPIRADOS EN LAS FICHAS DE ANÁLISIS.

A continuación se presenta los datos recopilados mediante las fichas utilizadas para analizar cada pieza, dichos datos se organizaron en función a los ítems encontrados en las zonas de datos generales y aspectos gráficos, en todos los ítems que así requirieron se incluye después de presentar los datos obtenidos una conclusión o explicación del uso que se dio o se determinó que se pueda dar a los mismos al momento de realizar el diseño de la imagen corporativa.

3.3.2.1. ZONA DE DATOS GENERALES.

Referencia de análisis	Pieza	Cantidad	Posible uso de la información
Las distintas piezas y las veces que se repitieron dentro de la selección. Valga aclarar que las repeticiones no se refieren a la misma pieza usada varias veces, sino a cuantas veces se repitieron piezas similares, por ejemplo: cuantas vasijas hubo en la selección.	Plato trípode	2	En un inicio se pretendió usar la información obtenida sobre las piezas seleccionadas como referencia al momento de establecer los souvenirs que se va a diseñar o crear, pues según se defina el tipo de souvenirs mediante el análisis del público, sin embargo dicho análisis no fue muy compatible con las piezas que más se repiten en la selección (ollas, computeras ídolos, sellos).
	Oráculo	1	
	Computera	6	
	Cuenco	1	
	Jarra/ jarrón	2	
	Plato	1	
	Olla	7	
	Vasija	4	
	Vaso	1	
	Sello	6	
	Pinguyo	1	
	Estatuilla/ Ídolo	7	

	Adorno	1	
	Olla trípode	1	
	Cuenta de collar	4	
	Maza	1	
	Daga	1	
	Silbato	1	

Tabla III.LX. Pieza. Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Referencia de análisis	Cultura	Cantidad	Posible uso de la información
Se identifica las culturas autoras de las diversas piezas seleccionadas, y la cantidad de piezas seleccionadas pertenecientes a cada cultura.	Puruhá	17	Esta información se la pretendió usar para definir un estilo basado en la cultura con más presencia en la selección (Puruhá), y en base a los parámetros que el análisis del público objetivo nos arroje, sin embargo ni los objetos pertenecientes a la misma cultura se enfrascaban en una sola manera de representación de cada signo.
	Napo	3	
	Capulí (Negativo del Carchi)	4	
	Inca	1	
	Panzaleo	4	
	Jama Coaque	4	
	Cañari	3	
	Valdivia	1	
	Chimbo	1	
	Esmeraldas	1	
	Manteño	5	

	La tolita	3	
	Guangala	1	

Tabla III.LXI. Cultura. Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Referencia de análisis	Período	Cantidad
Se Indica la cantidad de piezas que se seleccionó por período arqueológico.	Integración	51
	Incaico	1

Tabla III.LXII. Período. Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Referencia de análisis	Tipo de objeto	Cantidad
Aquí se enumera los diversos tipos de objetos seleccionados y la cantidad de veces que se seleccionó de cada uno.	Ceremonial	6
	Ritual	16
	Doméstico	9
	Diversos usos	2
	Artesanal	6
	Desconocido	1
	Ornamental	6
	Bélica	2

Tabla III.LXIII. Tipo de objeto. Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Referencia de análisis	Grupo	Cantidad
Aquí se presenta los	Armas	2

grupos de clasificación de las piezas expuestos al inicio del capítulo, así como cuantas piezas se analizaron por cada grupo.	Adornos	7
	Estatuillas o Ídolos	7
	Instrumentos musicales	2
	Recipientes	24
	Utensilios	6

Tabla III.LXIV. Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Referencia de análisis	Material	Cantidad	Posible uso de la información
Aquí se indica la cantidad de piezas realizada con cada material encontrado.	Arcilla	34	Al igual que con las piezas más repetidas, esta información se pretendía ser usada para la realización de algún souvenir. Pero los resultados del sondeo del público no fueron compatibles con esta.
	Mármol	1	
	Hueso	5	
	Piedra	3	
	Piedra Caliza	1	
	Semillas	4	

Tabla III.LXV. Material. Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo

Referencia de análisis	Técnica	Cantidad	Posible uso de la información
Las diversas técnicas	Cerámica	31	Esta información se usó para

usadas, y la cantidad de piezas en las que se usa cada una. En muchas piezas se encontró más de una sola técnica, es por esto que en este ítem la sumatoria total de todas las piezas fue mayor a 48.	Pintura negativa	20	determinar ciertos souvenirs, basándose en el uso de estas técnicas o de unas similares a estas.
	Tallado	14	
	Modelados	14	
	Grabados	18	
	Pintura en seco	2	

Tabla III.LXVI. Técnica. Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

3.3.2.2. ZONA DE ASPECTOS GRÁFICOS DE LA PIEZA.

Referencia de análisis	Signo(s) Significado(s)	Cantidad	Uso de la información
Aquí constan los símbolos encontrados y las repeticiones en cada pieza de cada uno de dichos símbolos. Al igual que en el ítem anterior, en cada pieza se encuentra más de un símbolo así que la sumatoria total fue de más de 48.	Diagonal	29	De este ítem se usó las características principales de los símbolos más usados, y se los combinó con los datos obtenidos del público, para crear una gráfica para el museo basada en las vistas en las piezas, lo que permitió crear una Imagen corporativa pregnante y agradable para el público.
	Rombo	7	
	Doble rombo	6	
	Triple rombo	2	
	Cruz (normal o cuadrada)	8	
	Espiral Doble	10	
	Luna	3	
	Persona	16	
	Doble espiral	6	
Vasija	1		

	Escalonado	8	
	Grupos de 2 objetos	4	
	Arma y escudo	1	
	Círculo	10	
	Tierra	1	
	Triángulo	10	
	Grupos de 3 objetos	4	
	Malla Cuadrículada	9	
	Elipse	3	
	Mamífero terrestre	1	
	Cuadrado	3	
	Rectángulo	2	
	Símbolo de las diagonales	16	
	Espiral	11	
	Ave	1	
	Animales acuáticos	1	
	Serpiente	1	
	Grupo de 6	4	

	objetos		
	Grupo de 5 objetos	2	
	Rondador	1	

Tabla III.LXVII. Signo(s), Significado(s). Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Un dato muy importante sobre este ítem es que en muchas piezas, se encontró alguna forma de relación con el número cinco, ya sea como grupos de 5 objetos o mediante particiones en cinco o múltiplos de 5, sin embargo en la mayoría de fichas que contienen este caso no se incluye este dato puesto, que el significado de este aspecto gráfico no se conocía hasta poco antes de finalizar el análisis de las piezas, pues este dato no constaba en ningún libro ni en ninguna página de internet consultados, y debido a espacio en las fichas anteriormente realizadas es que este dato solo se incluyó en unas pocas de las últimas fichas, fue gracias a la amabilidad de la docente de la escuela, Arq. Ximena Idrobo, que se conoció las diversas alternantes del significado de este:

Entre las principales se encuentra a este número como una alusión a la cruz del sur, puesto a que en esta se destacan 5 puntos principales: las 4 estrellas y el cruce; otra razón de la importancia del 5 en la gráfica andina se debe a la observación que estas culturas realizaban de la naturaleza, pues en gran parte de plantas, las flores o las hojas, brotan en grupos de 5 pétalos o segmentos de hoja.

A parte se encuentran más datos acerca del número 5, pero debido a que estos son los más vinculados con el aspecto gráfico andino solo se incluyeron estos. Por todo lo dicho, es que este signo ya sea mediante agrupación de objetos o particiones fue uno de los más recurrentes para los autores del presente trabajo, debido a su gran representatividad y relevancia dentro de las piezas seleccionadas.

Referencia de análisis	Simbolismo Utilizado	Cantidad	Uso de la información

En este campo se determinó cual fue el tipo de simbolismo más usado en las piezas analizadas, del mismo modo que en los últimos ítems tratados, algunas piezas contienen más de uno así que la sumatoria total fue mayor a 48.	Naturalista	11	Esta información nos dio la pauta para el tipo de simbolismo que debíamos usar en la creación de la marca, es decir debía predominar la geometría simbólica.
	Geometría simbólica	38	
	Geometría figurativa	7	

Tabla III.LXVIII. Simbolismo utilizado. Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

- **Significante.-** En este ítem no se incluyeron las cifras de cada uno puesto que las piezas en su totalidad utilizan significativo simbólico, puesto que cada signo dentro de la gráfica andina, conlleva un significado aparte de lo que su aspecto denota, por ejemplo: El signo de la serpiente bicéfala es una representación del símbolo del espiral doble, y este a su vez representa la dualidad dentro de la unidad y trivalencia.

Referencia de análisis	Trazos	Cantidad	Uso de la información
El objetivo de este ítem fue determinar que trazos fueron más usados en general en las piezas analizadas. Teniendo dos grupos principales: los rectos (Diagonales, verticales, horizontales), y los curvos (arcos, espirales, círculos).	Rectos		Al momento de crear la marca y la gráfica de la misma se dio prioridad a los trazos más usados en el grupo de trazos rectos (diagonales, horizontales), y en los curvos (Circulares y arqueados), es decir estos fueron los predominantes dentro de la marca del museo.
	Diagonales	32	
	Horizontales	31	
	Verticales	25	
	Curvos		
	Arqueados	21	
	Espirales	9	

	Circulares	27	
--	------------	----	--

Tabla III.LXIX. Trazos. Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Referencia de análisis	Proporción	Cantidad	Uso de la información
Este ítem ayudó a identificar que tipo de proporción armónica (andina) fue la más utilizada para la composición entre todas las piezas seleccionadas, tomando como proporciones estáticas a todos los planos basados en cuadrados y fracciones de estos, por ejemplo un plano cuadrado, o un plano basado en sumar un cuadrado y su mitad; y los planos considerados de proporción dinámica son todos los mencionados en el resumen de la Introducción a la semiótica del diseño andino.	Estática	34	Debido a que la proporción más encontrada en las piezas es la estática, prevaleció la creación de la marca, vale recordar que los planos no se basaron solo en un cuadrado sino en sumas de cuadrados con sus fracciones o multiplicando su unidad, es decir juntando más de un cuadrado.
	Dinámica	14	

Tabla III.LXX. Proporción. Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Referencia de análisis	Textura	Cantidad	Uso de la información
Aquí se indica cual textura fue la más usada en las piezas, y	Gráfica	15	Estas texturas determinadas como las más predominantes (líneas cercanas, acabados
	Líneas cercanas		

las distintas especificadas, así como en cuantas piezas se encontró cada una. A las texturas se las clasificó en dos grupos básicos. Las texturas gráficas y las materiales.	Círculos adyacentes	1	mates, desgastados y otras) fueron representadas principalmente en algunas aplicaciones de la marca puesto que aplicar textura a un Identificador Visual le resta legibilidad al mismo.
	Material		
	Mate	15	
	Poroso o granulado	5	
	Pulido	12	
	Rugoso, áspero o desgastado	13	

Tabla III.LXXI. Textura. Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

- **Composición modular.**- Aquí se expuso la cantidad de piezas con y sin retícula compositiva, los ritmos no se pueden exponer si hay repetidos o no pero si se indicaron los puntos más comunes entre todos.

De todas las 48 piezas solo una no contiene módulos. La mayoría de ritmos son formales, es decir se repiten formas a manera de módulos, y generalmente los ritmos son continuos, sin embargo, se encuentra gran cantidad de ritmos en donde el movimiento del módulo se da en torno a un centro, este es un ritmo que resalta mucho.

Otra opción que se repite no tanto pero del mismo modo da mucho realce es el ritmo creciente y decreciente, es decir que el módulo cambie sus dimensiones a medida que avanza su movimiento, muchas veces en estos casos el movimiento es hacia afuera, y muchas hacia adentro de la misma figura.

Referencia de análisis	Simetría	Cantidad
En este campo especificó las cantidades de piezas en las que se observó simetría, y en las que no hay.	Si	45
	No	3

Tabla III.LXXII. Simetría. Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Referencia de análisis	Tipo de simetría	Cantidad	Conclusión del Ítem
Este ítem permitió determinar cuantas de las piezas usan simetría radial y cuantas usan simetría axial. La sumatoria de este ítem fue de menos de 48, puesto que se encontró 3 piezas que no poseen simetría.	Axial	30	Según estos datos, se procuró usar más la simetría axial, sin embargo, ya que la radial se presenta en un buen número, se la usó en ciertas ocasiones. Sobre todo dentro de las aplicaciones de la marca basadas en signos con simetría radial.
	Radial	15	

Tabla III.LXXIII. Tipo de Simetría. Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Referencia de análisis	Equilibrio	Cantidad
Aquí se determinó que clase de equilibrio hay en las piezas, o si no hay.	Simétrico	45
	Asimétrico	3

Tabla III.LXXIV. Equilibrio. Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

- **Movimiento.**- En todas las piezas se encontró por eso no se expone el conteo de cuales son las que poseen o no, pero en cambio se muestra un gráfico con la lista de movimientos que existen y sus repeticiones dentro de todas las piezas que forman parte de la selección analizada.

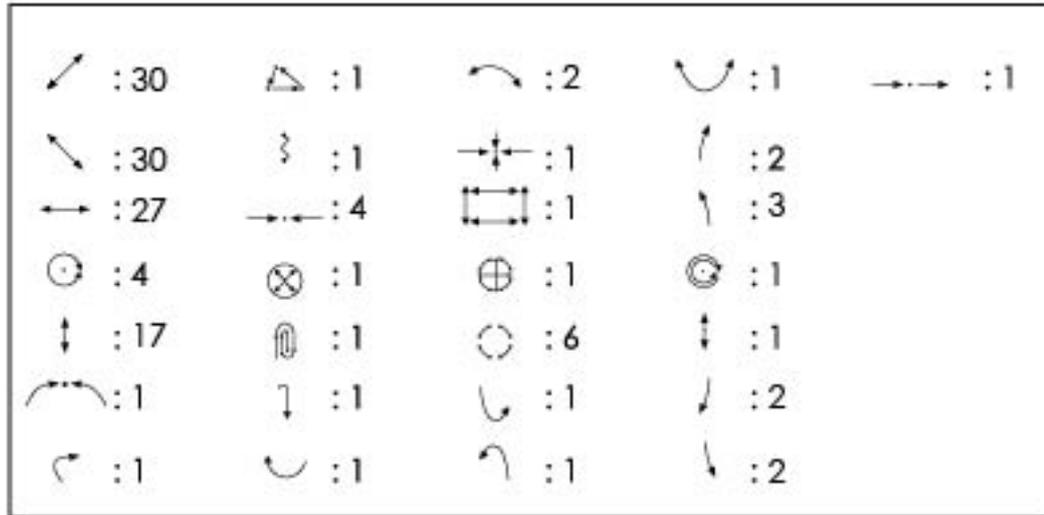


Imagen III. 56. Lista de movimientos y cantidad de repeticiones de cada uno.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Referencia de análisis	Técnicas Visuales	Cantidad	Uso de la información
Aquí se incluyó el listado de las técnicas usadas, y la cantidad de piezas que contiene a cada una de estas.	Equilibrio	37	Las técnicas más usadas se usaron dentro de la composición en las aplicaciones de la marca y en el documento recopilatorio del análisis
	Simetría	34	
	Simplicidad	10	
	Unidad	9	
	Coherencia	21	
	Continuidad	16	
	Acento	1	

	Exageración	2	
	Reticencia	2	
	Complejidad	7	
	Episodicidad	5	
	Fragmentación	5	
	Agudeza	3	
	Asimetría	4	
	Inestabilidad	3	
	Profusidad	4	
	Audacia	1	
	Acento	2	
	Realismo	2	

Tabla III.LXXV. Técnicas Visuales. Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Referencia de análisis	Cromática	Cantidad	Uso de la información
Contiene las tonalidades cromáticas que fueron encontradas y la cantidad de veces identificadas en las distintas piezas.	Amarillo	15	En cuanto a los tonos más, usados, en el más ideal de los casos, se combinaron los más encontrados en este análisis con los determinados en el sondeo para agregar la cromática al identificador.
	Rojo	26	
	Blanco	8	
	Gris	3	
	Negro	29	
	Marrón	2	

Tabla III.LXXVI. Cromática. Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

- **Retícula compositiva.**- Este aspecto se identificó en todas las piezas así que no se incluyeron las cifras, ni tampoco las particiones usadas, pues son muchas, y sin un patrón muy claro de relación de unas con otras, al menos, en base a la información que se pudo obtener.

Lo que si se ha podido definir es que las básicas (bipartición, tripartición, partición en 5) derivan de conceptos y elementos muy importantes dentro de la cosmovisión y la gráfica andina, tales como la dualidad (bipartición), la trivalencia (tripartición), la cruz del sur y la observación de la naturaleza (partición en 5); y por este hecho es que se decidió usar estas particiones y las combinaciones de estas dentro de la construcción de las retículas compositivas de los diferentes elementos del programa de Identidad Corporativa del museo.

- **Otros aspectos observados.**- En este ítem uno de los aspectos más recurrentes fue la especificación de que en todos los objetos que presentan simetría el equilibrio se logró mediante la ley de la balanza, y en los objetos sin simetría, el equilibrio se logra mediante ley de composición de masas. Otro tipo de información contenida fue la explicación del uso de los módulos, en todos los ritmos que no fueron muy específicos visualmente.

Así mismo uno de los usos más recurrentes de este ítem, fue la explicación al significado que los signos pueden tener en función al entorno que lo rodea, este dato debe ser muy tomado en cuenta, pues la reiteración de este caso no brinda la posibilidad de hacer que en las composiciones cada elemento dependa de los demás para desprender un significado claro, lo cual puede convertirse en una herramienta útil para dar versatilidad a las composiciones realizadas, principalmente en las aplicaciones, puesto que en la marca se tratará de ser lo más concisos posible en cuanto a la gráfica, por las razones demás conocidas (necesidad de simplicidad en el diseño, legibilidad)

- **Símbolos y módulos encontrados.**- La información visual arrojada por este ítem de las fichas se mostró como la colección de imágenes obtenidas por medio de la representación de cada pieza, el uso que se dará a este grupo de imágenes será como recursos visuales de la marca, según los gráficos cuyas formas y trazos sean fáciles de adaptar a las proporciones del Identificador visual que se realice.

En las siguientes páginas se encuentra la colección de imágenes obtenida de la representación de los símbolos y módulos de todas las piezas analizadas.

Como demostración de la versatilidad de los signos encontrados en las piezas, se escogió indistintamente 4 de piezas, y a sus signos se los utilizó en 3 aplicaciones concretas.



Imagen III. 57. Aplicaciones de la pieza 8.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.



Imagen III. 58. Aplicaciones de la pieza 12.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.



Imagen III. 59. Aplicaciones de la pieza 32.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.



Imagen III. 60. Aplicaciones de la pieza 47.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

- **Representaciones sugeridas.**- Al igual que para el ítem anterior, a continuación se presentó la colección de imágenes obtenida de este ítem, y de igual manera se usará como recurso gráfico para aplicaciones de Identidad corporativa a los gráficos que sean acoplables a la gráfica de la marca.

En las próximas páginas se observa las distintas imágenes creadas en base a las observadas.

- **Siluetas de las piezas.**- En las siguientes páginas se observa la silueta de cada una de las piezas.

CAPITULO IV:

ANÁLISIS DEL PÚBLICO OBJETIVO.

En lo correspondiente al estudio de mercado al tener conversaciones con el propietario se ha definido el público objetivo al que pretende dirigirse, teniendo esto definido se ha decidido realizar un focus group para identificar los gustos y preferencias del grupo de mercado hacia el cual el museo enfoca su labor. Para esto se seleccionó una Escuela y un Colegio de la Ciudad de Riobamba en base a los siguientes parámetros:

Mediante una lista proporcionada por la Dirección de Educación de la Provincia de Chimborazo se identificó todas las escuelas y colegios que se encuentren dentro del perímetro urbano de la ciudad, de Riobamba, de estas se seleccionó a la escuela 5 de Junio y al colegio en base a la mayor cantidad de alumnos y a un similar número de hombres y mujeres, dentro de la escuela se seleccionó los niveles de cuarto a séptimo año de básica , y dentro del colegio se trabajó con jóvenes de octavo año de educación básica a primero de bachillerato.

La lista de Escuelas y colegios se puede observar en el Anexo 1.

Estos grupos de cursos comprenden niños y jóvenes con edades de 9 años hasta 16 años, De los que se ha procurado tener información de tres mujeres y de tres hombres por curso haciendo un total de 48 personas encuestadas entre niñas, niños y jóvenes. Para la selección de los alumnos a entrevistar en cada curso se contó con la ayuda de los señores docentes de ambas instituciones.

La razón de la selección de este grupo de edad es que niños de menor edad, aún no tienen una capacidad muy desarrollada de decisión propia, y jóvenes mayores a la edad de 16 años ya tienen mucho más definidos sus gustos, es por esto que se consideró este rango de edades como idóneo, además es en los años finales de escuela y en los primeros de la secundaria, cuando más se imparte dentro del pensum de estudio, materias relacionadas con culturas precolombinas ecuatorianas, así que el museo puede ser un lugar de visita para escuelas y colegios que brinde un gran refuerzo en estos temas.

4.1.1. DEFINICIÓN DE FOCUS GROUP

Un focus group es un tipo de entrevista de grupo compuesto por personas con características comunes, es decir pertenecientes al mismo segmento de mercado, con la particularidad de que tienen alguna característica especial que los destaca del resto de miembros del segmento, se podría decir que son los integrantes más selectos del mismo.

La finalidad de un Focus Group es obtener información sobre las opiniones, actitudes y experiencias de sus miembros o incluso explicitar sus expectativas con respecto al tema sobre el que se les esté indagando. Se trata pues de un método de encuesta cualitativa rápida.

El focus group resulta interesante para la evaluación de proyectos o de programas, sobre todo para los estudios de terreno entre beneficiarios y actores intermedios. Utilizándolo al término de un programa para evaluar su impacto, permite comprender, analizar y diseccionar el fundamento de las opiniones expresadas por los participantes.

4.1.1.1. UTILIZACIÓN DEL FOCUS GROUP

El focus group es un medio para recopilar rápidamente información y puntos de vista.

Cuando agrupa a actores con posturas diferentes, permite al mismo tiempo la expresión y la explicación de los distintos puntos de vista, así como la profundización de sus opiniones.

En el marco de un análisis de impacto, el focus group se utiliza para identificar a los distintos grupos de actores implicados en la intervención y sus puntos de vista sobre un problema dado. El objetivo es descubrir los puntos de alejamiento entre un grupo con posiciones a priori homogéneas.

El focus group es la única herramienta a disposición del evaluador que sirve a la vez para analizar y para confrontar la información. Es una herramienta muy valiosa que ayuda a comprender la actitud de los participantes, su comprensión y su percepción de una intervención, lo que no sería posible partiendo de una base individual. La situación de grupo permite obtener diversos puntos de vista y percepciones estimulados por la interacción. Se ofrece a cada participante la posibilidad de justificar siempre lo que afirma.

4.1.1.2. APLICACIÓN EL FOCUS GROUP.

4.1.1.2.1. CONDICIONES PARA SU UTILIZACIÓN.

Antes de decidir organizar un focus group, el evaluador tiene que delimitar la problemática de la evaluación y seleccionar en ella alguna temática a la que pueda responder la herramienta.

Los recursos asignados a esta tarea dan una primera indicación de lo que puede intentar hacer el evaluador (poner en marcha uno o más focus group).

En el marco de la creación de la imagen de marca del Museo Alfonso Escobar león lo que se busca es determinar en un inicio, las convergencias y divergencias en cuanto a gustos entre os miembros del grupo, para obtener información que nos de pautas para la realización de una marca que esté acorde a los gustos del público seleccionado.

Las categorías de actores en los que se centrará la evaluación son una segunda indicación del tipo de focus group que se elegirá, dado que su composición depende de los objetivos que se persigan. Así, un objetivo de profundización requiere un grupo

socialmente homogéneo, en tanto que la confrontación pública de un tema sólo se puede hacer con un grupo en el que haya puntos de vista opuestos.

Es así que para el presente proyecto se seleccionó un público muy homogéneo en cuanto a gustos, incluso se puede hablar de dos subgrupos el primero de niños de 9 a 12 años, el segundo de jóvenes de 13 a 16, lo cuál nos da pautas para diseñar aplicaciones diferenciadas para cada sub grupo.

4.1.1.2.2. ETAPAS DE PREPARACIÓN DEL FOCUS GROUP.

- Determinar los tipos de focus group que serán útiles en las diferentes fases de la evaluación.
- Contratar a uno o más animadores locales.
- Identificar, dentro de las categorías de actores objetivo, los distintos grupos de interés en relación con la política evaluada.
- Seleccionar a los participantes.
- Elaborar la guía de animación.
- Planificar los focus groups.

4.1.1.2.3. DESARROLLO DE UN FOCUS GROUP

Los focus groups son conducidos por un animador que domine las temáticas y los objetivos de la evaluación, así como las técnicas de animación de grupo, y que hable el idioma de los participantes.

Si el evaluador no está cualificado en alguna de estas competencias, debe recurrir a un animador local que a su vez debe estar formado en el funcionamiento del focus group en el marco de la evaluación y en el tipo de animación.

A menudo resulta útil movilizar a ayudantes denominados personas recurso para ayudar al evaluador a seleccionar a los participantes y a identificar a los líderes del futuro grupo.

Además del animador, puede resultar muy útil un observador para tomar nota de las

reuniones.

Por cuestiones de tiempo y permisos en escuelas y colegios, no se pudo realizar sesiones muy extensas, esto fue compensado por medio de encuestas, es decir, se reunió a los grupos por edad se les dio una breve explicación del proyecto, y se les solicitó contestar las preguntas de la encuesta una vez establecida la situación.

4.1.1.2.4. RESTITUCIÓN DE UNA SESIÓN DE FOCUS GROUP.

Consiste en transcribir las actas de la sesión a partir de notas y de la grabación de la misma (si se ha previsto).

A falta de grabación, puede ser recomendable organizar una sesión de restitución para validar el contenido de la transcripción del focus group.

En el presente proyecto se realizó la restitución de la siguiente manera:

Una vez llenadas las encuestas por parte de los miembros de los grupos se procedió a tabular y presentar conclusiones para cada pregunta y conclusiones generales por sub grupo.

Las diferencias en el desarrollo de los dos focus groups de usuarios obligan a prestar especial atención a la selección de los participantes. Por ejemplo, el animador debe asegurarse de la presencia de líderes en el grupo que inciten a los participantes a tomar la palabra (aunque tendrá que controlar que esos líderes no impongan sus puntos de vista). Igualmente, deberá favorecer la motivación de los participantes yendo a verlos el día antes de la sesión.

4.1.1.2.5. RECURSOS NECESARIOS.

Recursos	Explicación
	Si los focus groups requieren la presencia de animadores locales, hay que organizar su

En tiempo	<p>contratación antes de que llegue el equipo de evaluación.</p> <p>Prever una sesión para presentar al animador la guía de animación.</p> <p>Preparar a los participantes el día antes de la sesión del focus group.</p> <p>La sesión deberá durar por lo menos media jornada.</p> <p>Prever una jornada para la transcripción de las actas en el caso de focus groups en lengua local.</p>
Humanos	<p>Movilizar a animadores locales en caso de organizar varios focus groups en un territorio muy extenso o en lengua local.</p> <p>Movilizar a personas «recurso» para la selección de participantes.</p>
Económicos	<p>Posibles pagos a los participantes.</p> <p>Remuneración de los animadores, costes eventuales de traducción.</p> <p>Costes relativos a la logística.</p>

Tabla IV.LXXVII. Recursos para un focus group. Fuente: www.rppnet.com.ar

4.1.1.2.6. VENTAJAS Y LÍMITES.

4.1.1.2.6.1. VENTAJAS

Permite ampliar la muestra de referencia.

Es muy útil para recopilar información entre grupos de beneficiarios, sobre todo para analizar el impacto percibido por estos últimos.

La dinámica de grupo incita a los participantes a profundizar, explicitar y justificar sus posturas.

Los costes de puesta en marcha pueden ser limitados. Se gana tiempo.

4.1.1.2.6.2. LÍMITES

La información recogida son de orden cualitativo.

En algunos contextos, la organización del focus group puede ser compleja desde el punto de vista logístico: identificación de grupos de beneficiarios, distancias que hay que cubrir, movilización de competencias nacionales y locales.

La expresión en público puede verse limitada por influencias de orden político o social o puede depender de la composición del grupo.

4.1.1.3. SONDEO DEL FOCUS GROUP.

Debido a horarios en la Escuela 5 de Junio y en el Colegio Salesiano de la ciudad de Riobamba, las entrevistas con los miembros del focus group fueron muy breves, y la indagación se la realizó por medio de una encuesta, la cual tiene como finalidad determinar preferencias del público, y debe ser aplicada a cada miembro del grupo.

4.1.1.3.1. DETERMINACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL FOCUS GROUP.

Una vez determinados la escuela y colegio en los que se iba a trabajar, se procedió a recorrer los cursos en orden de paralelos, por ejemplo:

En la Escuela 5 de Junio los cursos se encuentran divididos en paralelos del A al D, lo

cuál facilitó la selección de los paralelos pues se lo hizo en función a esta división y el orden en que esta se realiza.

Es así que para el cuarto nivel se entrevistó a alumnos pertenecientes al paralelo A, en quinto nivel se seleccionó el B, y se continuó con este sistema hasta llegar al final del grupo de estudiantes de escuela, en el colegio Salesiano se hizo lo mismo con la diferencia de que ahí solo habían 3 paralelos por curso.

En cada curso a donde se acudió, se solicitó a los docentes a cargo seleccionar 3 hombres y 3 mujeres en base al mejor desenvolvimiento en cuanto a sociabilizar, y al desempeño académico.

4.1.1.3.2. ENTREVISTAS Y ENCUESTAS REALIZADAS AL FOCUS GROUP.

Debido a los horarios y obligaciones en cada una de las instituciones visitadas, no fue posible realizar entrevistas muy prolongadas con los miembros de los grupos, es así que solamente se explicó brevemente el objetivo del proyecto y la finalidad de reunir el grupo, y para lograr obtener una información útil del público se realizó encuestas a los niños y jóvenes, con el fin de determinar gustos y preferencias en cuanto a museos y actividades en general.

La encuesta a aplicar a los miembros de los dos grupos de edad se la puede observar en el Anexo 2.

4.1.1.3.2.1. RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE PREFERENCIAS REALIZADAS EN LA ESCUELA CINCO DE JUNIO

Se realizó una serie de encuestas en la Escuela Cinco de Junio comprendiendo los grados de cuarto de Básica a Séptimo de Básica, a seis niños y niñas por cada curso. Las encuestas trataban de identificar los gustos y preferencias de nuestro público objetivo, de los cuales se pudo obtener los siguientes datos:

1. ¿Qué es para ti un museo?.

Dentro de esta pregunta debido a que es abierta a múltiples respuestas se realizo un resumen recogiendo los datos que tendían a repetirse mas y que tenían mayor concordancia con lo que pedía la pregunta.

4to de básica

Lugar donde exhiben arte, diseños estatuas trajes y objetos de nuestro entorno.

5to de básica

Lugar donde se guarda objetos antiguos muy costosos e importantes.

6to de básica

Lugar donde se encuentran los objetos, pinturas y obras de nuestros antepasados.

7mo de básica

Lugar donde podemos aprender de la antigüedad y conocer la historia de nuestros antepasados.

2. ¿Conoces algún museo en Riobamba?.



Imagen IV. 61. Encuesta 1, Resultados Escuela Pregunta 2.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

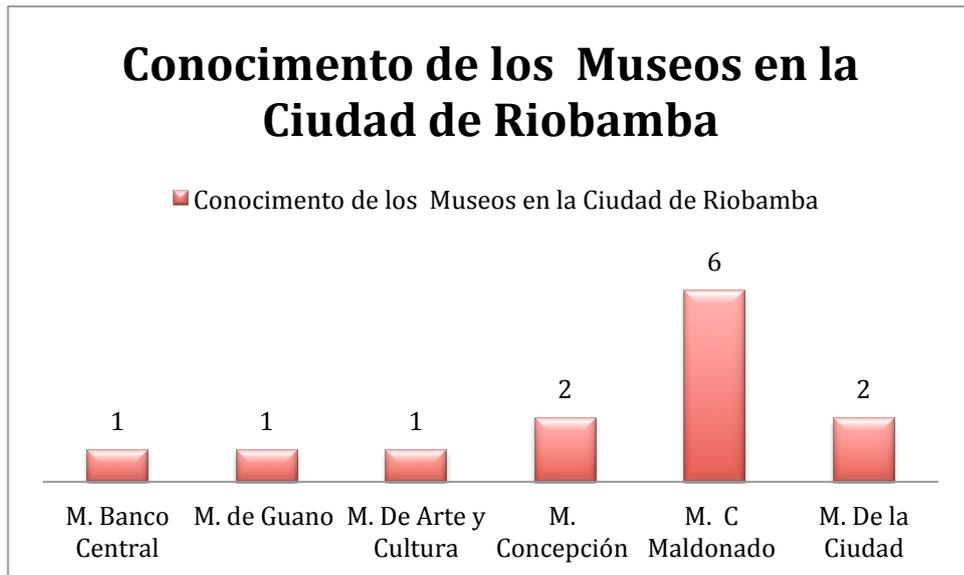


Imagen IV. 62. Encuesta 1, Resultados Escuela Pregunta 2.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Esta pregunta nos dió la idea de si el público objetivo tiene la imagen de lo que es un museo para al momento de la creación de la marca y las aplicaciones

Dentro del siguiente bloque de preguntas seleccionaremos las tres alternativas que mas le guste a nuestro publico objetivo de tal manera de tener una idea mas amplia acerca de lo que son sus gustos y preferencias lo que nos ayudara para la creación de la parte gráfica del Museo.

3. ¿Cuál o cuales de estos museos son los que más te gustan?



Imagen IV. 63. Encuesta 1, Resultados Escuela Pregunta 3.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

En lo que respecta a las preferencias del museo dentro del los estudiantes del colegio las tres alternativas más opcionadas son:

- Museo de la Concepción.
- Museo del Parque Maldonado.
- Museo de Arte y Cultura.

4. ¿Qué te gustaría observar dentro de un museo?

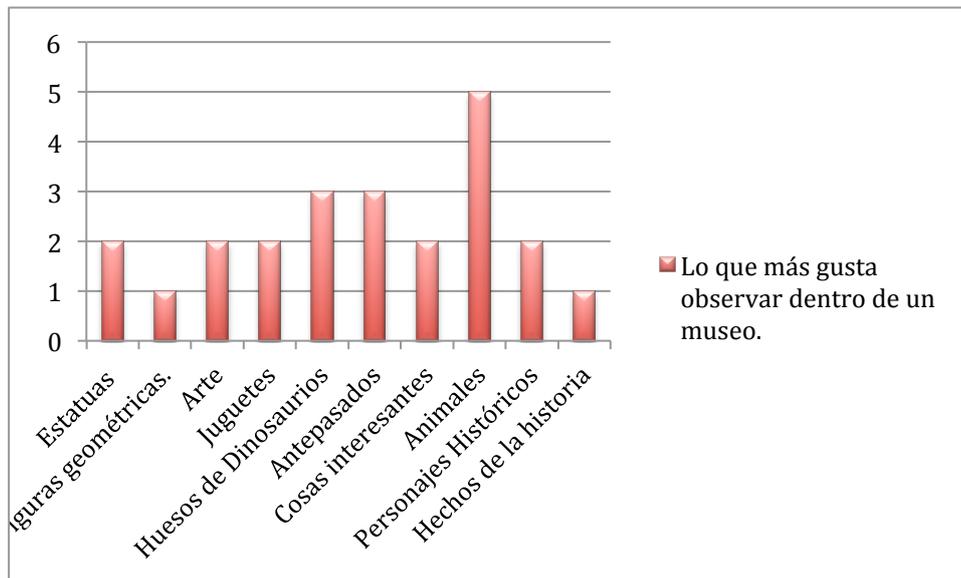


Imagen IV. 64. Encuesta 1, Resultados Escuela Pregunta 4.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Las tres constantes que más les gustaría observar dentro de un museo son:

- Animales
- Antepasados
- Huesos de Dinosaurios

5. ¿Qué clase de artículos te gustaría poder llevar como recuerdo de un museo?.

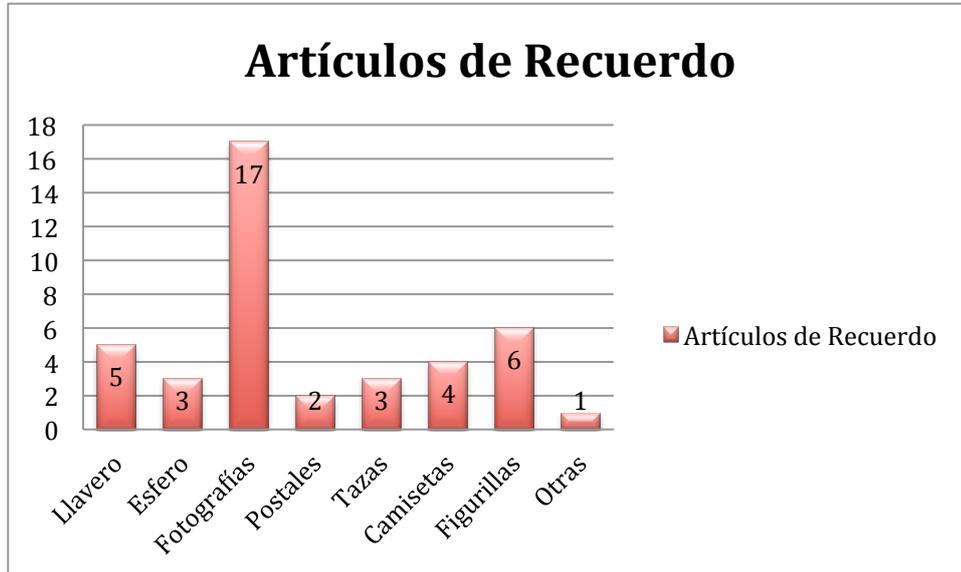


Imagen IV. 65. Encuesta 1, Resultados Escuela Pregunta 5.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Dentro de lo que son souvenirs o artículos de recuerdo las tres opciones que tuvieron mayor acogida fueron:

- Figurillas
- Fotografías
- Llaveros

Para esta pregunta se tomó en cuenta además cada una de las sugerencias que existieron por parte de los estudiantes, ya que la mayoría de estas nos parecieron muy acertadas, además de ayudar a identificarse de una mejor manera con el público objetivo.

6. Menciona tres colores con los que te identifiques mejor o más te guste.



Imagen IV. 66. Encuesta 1, Resultados Escuela Pregunta 6.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

En lo que tiene que ver a la gama cromática de mayor aceptación entre los estudiantes los colores más seleccionados fueron:

- Azul
- Amarillo
- Rojo

Estos fueron los que se seleccionaron más veces, sin embargo existieron varios colores que obtuvieron un buen número de preferencias de igual forma así que se procuró tomarlos en cuenta en la elaboración de los souvenirs a los que tenían mayor relación con los colores y formas de la marca.

7. Selecciona de la siguiente lista las 3 actividades que mas te gusta hacer en tu tiempo libre.

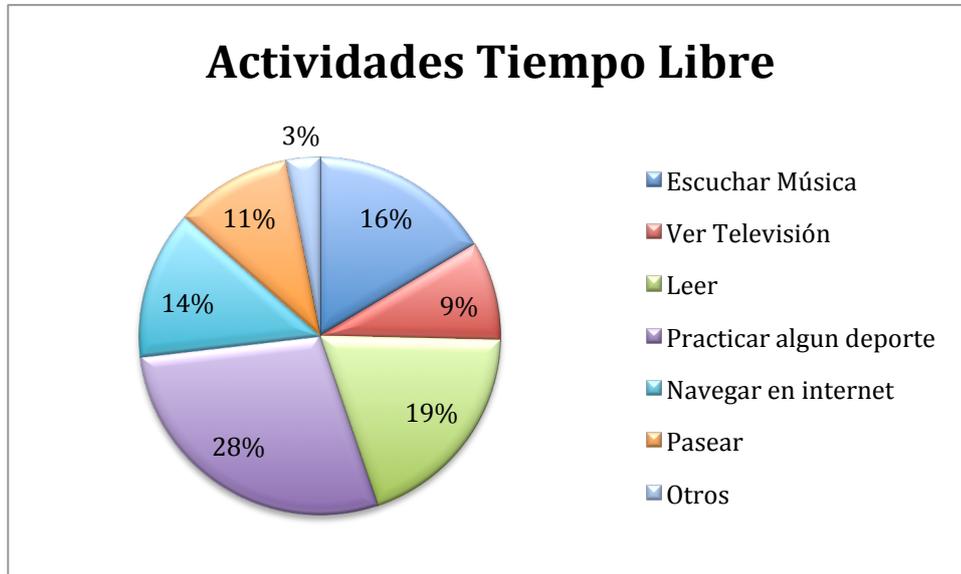


Imagen IV. 67. Encuesta 1, Resultados Escuela Pregunta 7.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Esta pregunta nos brindó la información e ideas de cómo poder llegar mejor a nuestro público objetivo, a lo que se obtuvo como preferencia a:

- Escuchar Música.
- Leer
- Practicar algún deporte.

8. De las figuras representadas indica encerrando en un círculo la que te parezca que mejor se ve.

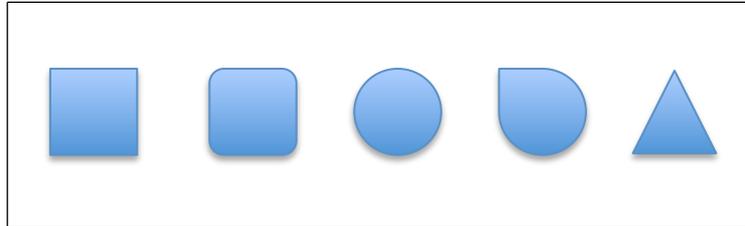


Imagen IV. 68. Encuesta 1, Gráfico Pregunta 8.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.



Imagen IV. 69. Encuesta 1, Resultados Escuela Pregunta 8.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Los resultados de esta pregunta nos dieron la idea de los tipos de trazos con los que se identifican los estudiantes sobretodo el momento de la creación del isologo sacando mayor aceptación las figuras a,c y d.

Conclusiones

En lo que respecta a los resultados de las encuestas realizadas en la Escuela Cinco de Junio se obtuvo los siguientes resultados para la primera pregunta el 46% de los estudiantes no conoce o ha visitado algún museo mientras que el 54% si lo conoce o lo ha frecuentado con lo cual se pudo dar la idea de lo que es un museo en base al Museo Alfonso Escobar a los alumnos que no tienen la idea de lo que es uno mientras que a las personas que lo conocen, se sacó lo que más le gusta de estos para poder aplicarlo en el museo que Alfonso Escobar.

Para la segunda pregunta se pudo determinar que los museos más conocidos o frecuentados dentro del grupo son:

- El Museo del Colegio Maldonado.
- El Museo de la Concepción.
- El Museo de la Ciudad.

De lo cual se pudo deducir cuales son los tipos de museos que atraen más visitantes lo que se tomó como referencia las cosas más representativas de los mismos que los hacen más agradables para el público para mejorar esos aspectos en el Museo Alfonso Escobar León.

En la tercera pregunta los museos que más le gustan están:

- El Museo del Colegio Maldonado.
- El Museo de la Concepción.
- El Museo de Arte y Cultura.

En esta pregunta se logró establecer los museos que más les gusta a los estudiantes y al igual que la segunda pregunta esta nos sirvió para realizar un plan de mejoramiento del mismo, aplicando las cosas que suelen ser más interesantes de los museos seleccionados por el público.

Para la cuarta pregunta las cosas que más le gustan ver en un museo son:

- Animales.
- Huesos de Dinosaurios
- Antepasados.

Los resultados de esta pregunta fueron muy importantes a la hora de diseñar ya que si bien los objetos dentro del museo tienen una temática ya existente, esto nos dió la idea de los gustos de lo que esperan ver y lo pudimos aplicar en el diseño en todo lo que es imagen y sus diferentes souvenirs.

En la pregunta cinco los artículos de recuerdo que más les gustó como para su futura obtención fueron:

- Figurillas
- Fotografías.
- Llaveros.

Estos artículos fueron los que utilizaremos para las aplicaciones de la imagen, con excepción de las fotografías pues se debió dar prioridad a la gráfica del museo. Aparte de estos los estudiantes dieron algunas ideas que creemos muy importantes considerar como: pulseras, juguetes y figuras de lo que se observó en el recorrido.

Para la pregunta seis consultó los colores con los que más se identifican y les gustan a los miembros del grupo, el resultado obtenido fue que los tres colores que mayores resultados obtuvieron fueron el amarillo, el azul y el rojo estos colores fueron tomados en cuenta en el momento de realizar las marcas y aplicaciones fuera de estos colores se seleccionaron a otros colores que obtuvieron también un buen puntaje como el naranja, verde, rosado y violeta a estos colores se los tomó en cuenta para las diversas formas de uso del identificador. El motivo de tomar en cuenta también estos colores es que la pregunta referente a los colores era una pregunta abierta con la posible obtención de varias diferentes respuestas.

En la pregunta siete sobre las preferencias de las actividades las que obtuvieron mayor puntaje fueron:

- Practicar algún deporte.
- Leer.

- Escuchar Música.

Esto ayudó posteriormente para establecer souvenirs y aplicaciones que nos permitieran también atraer más al público al que el museo busca gustar.

De aquí se establecieron posibles aplicaciones a realizar basadas en las actividades: Cuadernos, separador de libros, termos, gorras y camisetas en cuanto a escuchar música se tiene la posibilidad de hacer audifonos.

En la pregunta ocho las formas que más estuvieron del agrado de los estudiantes fueron el cuadrado, el círculo y una combinación entre ambas decidiendo que las formas básicas de trazos suaves son los de mayor aprobación entre el público objetivo.

4.1.1.3.2.2. RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE PREFERENCIAS REALIZADAS EN LA UNIDAD EDUCATIVA SANTO TOMAS APOSTOL RIOBAMBA

Se realizó una serie de encuestas en el colegio **Santo Tomas Apóstol Riobamba** comprendiendo los cursos de Octavo de Básica a Primero de Bachillerato, a seis jóvenes hombres y mujeres por cada curso.

Las encuestas trataban de identificar los gustos y preferencias de nuestro público objetivo, de los cuales se pudo obtener los siguientes datos:

1. ¿Qué es para ti un museo?.

Dentro de esta pregunta debido a que es abierta a múltiples respuestas se realizó un resumen recogiendo los datos que tendían a repetirse más y que tenían mayor concordancia con lo que pedía la pregunta.

8vo de básica

Lugar que guarda objetos y características de la historia de nuestros antepasados donde podemos aprender más de ello.

9no de básica

Lugar de recreación que guarda objetos valiosos de nuestra historia, costumbres, cultura y arte.

10mo de básica

Lugar que guarda las reliquias que fueron parte de nuestra historia y nos ayuda a recordar y saber como vivíamos en el pasado.

1ro de bachillerato

Lugar que expone las obras y hechos que han sido trascendentales para nuestra ciudad y entorno.

2. ¿Conoces algún museo en Riobamba?.

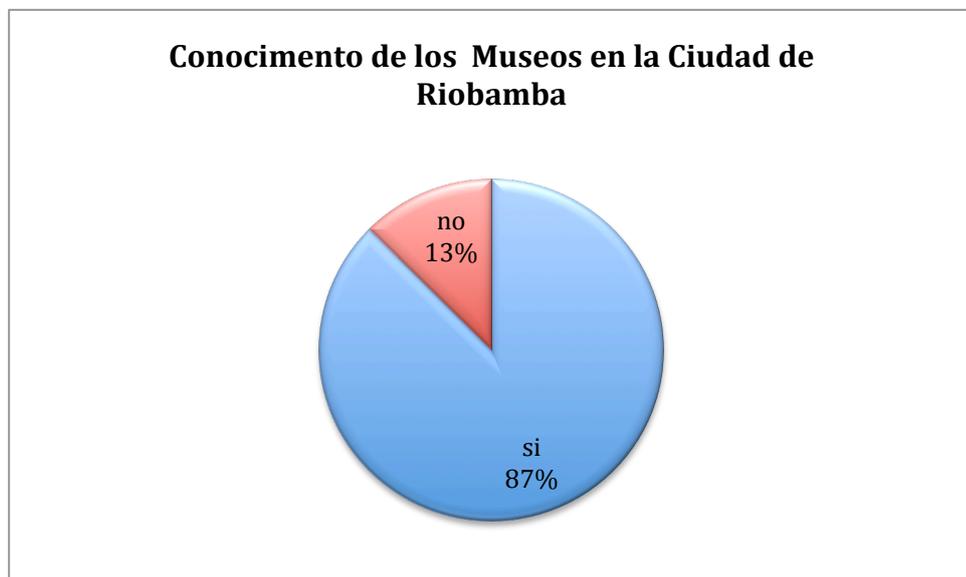


Imagen IV. 70. Encuesta 1, Resultados Colegio Pregunta 2.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

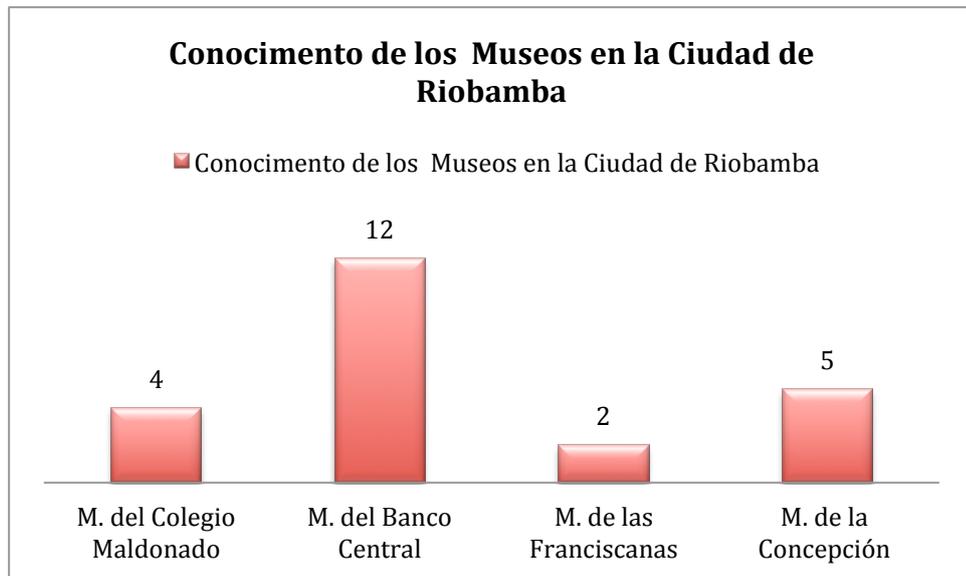


Imagen IV. 71. Encuesta 1, Resultados Colegio Pregunta 2.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Esta pregunta nos brindó la idea de si el público objetivo tiene la imagen de lo que es un museo para al momento de la creación de la marca y las aplicaciones.

Dentro del siguiente bloque de preguntas se seleccionó las tres alternativas que más le guste al público objetivo de tal manera de tener una idea más amplia acerca de lo que son sus gustos y preferencias lo que nos ayudó para la creación de la parte gráfica del Museo.

3. ¿Cuál o cuales de estos museos son los que más te gustan?



Imagen IV. 72. Encuesta 1, Resultados Colegio Pregunta 3.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

En lo que respecta a las preferencias del museo dentro del los estudiantes del colegio las tres alternativas más opcionadas fueron:

- Museo del Banco Central.
- Museo de Quito.
- Museo de la Concepcion.

4. ¿Qué te gustaría observar dentro de un museo?

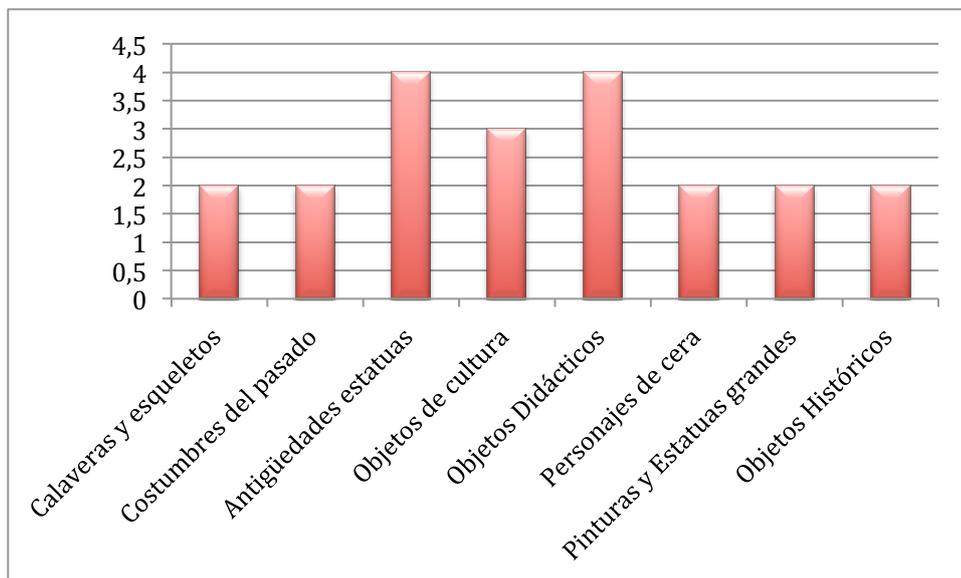


Imagen IV. 73. Encuesta 1, Resultados Colegio Pregunta 4.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Las tres constantes que más seleccionaron de lo que les gustaría observar dentro de un museo fueron:

- Antigüedades y estatuas
- Objetos didácticos
- Objetos que tengan que ver con la cultura.

5. ¿Qué clase de artículos te gustaría poder llevar como recuerdo de un museo?.

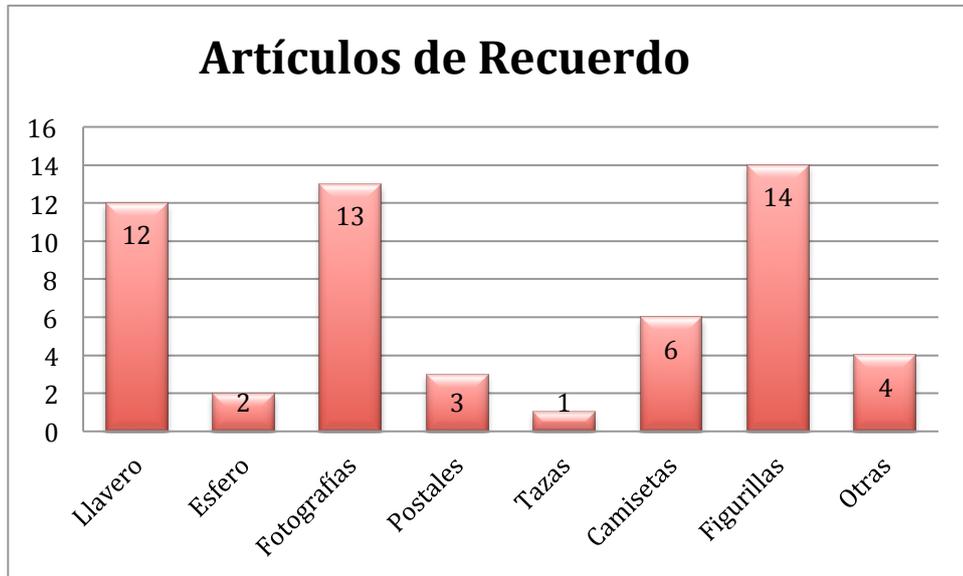


Imagen IV. 74. Encuesta 1, Resultados Colegio Pregunta 5.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Dentro de lo que son souvenirs o artículos de Recuerdo las tres opciones que tuvieron mayor acogida fueron:

- Figurillas
- Fotografías
- Llaveros

En esta pregunta se tomó muy en cuenta cada una de las sugerencias que existieron por parte de los estudiantes, ya que la mayoría de estas nos parecieron muy acertadas y eran totalmente acorde con el público objetivo.

6. Menciona tres colores con los que te identifiques mejor o más te guste.

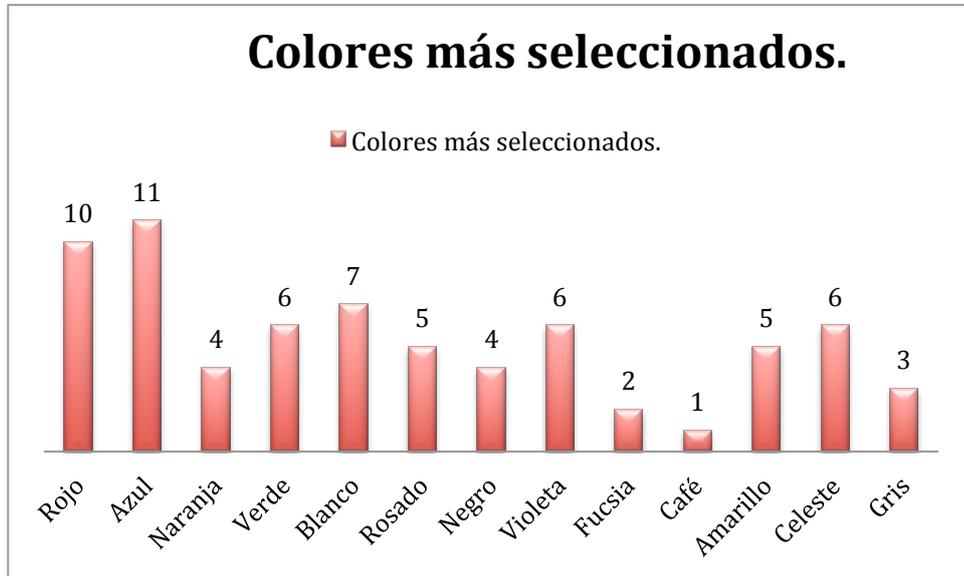


Imagen IV. 75. Encuesta 1, Resultados Colegio Pregunta 6.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

En lo que tiene que ver a la gama cromática de mayor aceptación entre los estudiantes fueron:

- Azul
- Rojo
- Blanco

Estos fueron los más escogidos, sin embargo existieron colores que fueron varias veces seleccionados de igual forma así que se procuró trabajar con estos en todo lo que respectaba a las aplicaciones de la marca.

7. Selecciona de la siguiente lista las 3 actividades que mas te gusta hacer en tu tiempo libre.

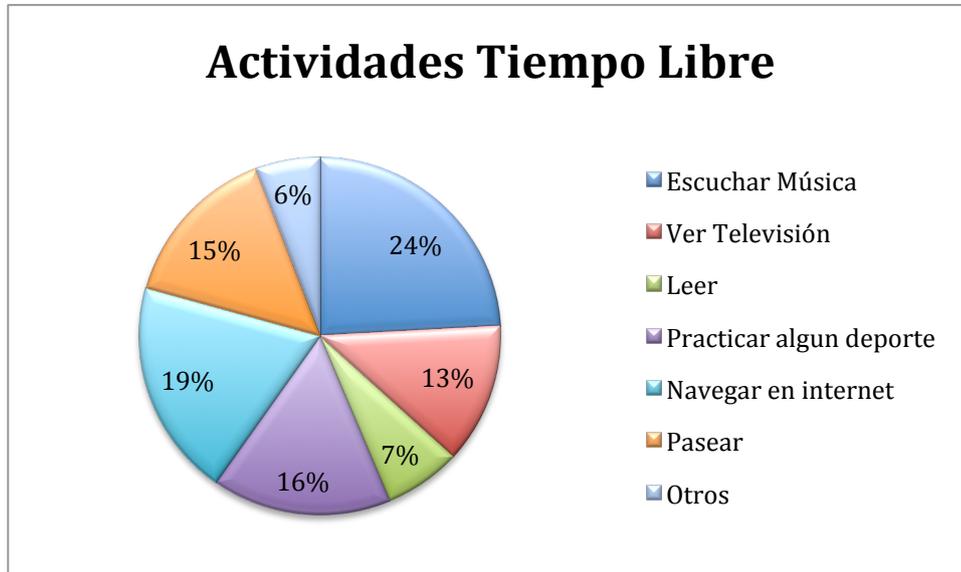


Imagen IV. 76. Encuesta 1, Resultados Colegio Pregunta 7.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Esta pregunta dió ideas de cómo poder llegar mejor a nuestro publico objetivo, a lo que se obtuvo como preferencia lo siguiente:

- Escuchar Música.
- Navegar por internet
- Practicar algún deporte.

8. De las figuras representadas indica encerrando en un círculo la que te parezca que mejor se ve.

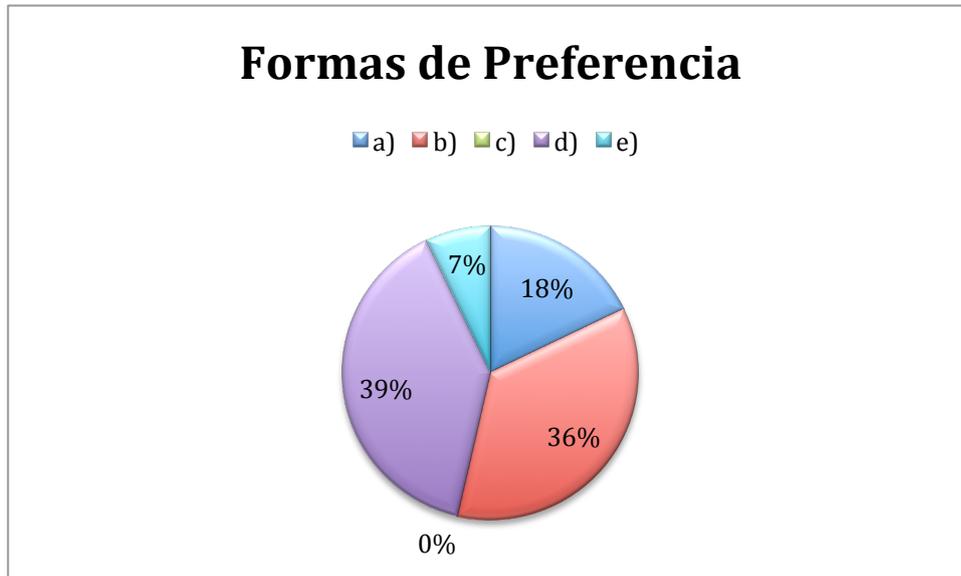


Imagen IV. 77. Encuesta 1, Resultados Colegio Pregunta 8.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Estas formas nos dieron una idea de los tipos de trazos que utilizamos al momento de la creación del isologo y la identidad puesto que con esta pregunta se estableció los tipos de trazos con los que más se identificaba el público objetivo.

Conclusiones

En lo que respecta a los resultados de las encuestas realizadas en la Unidad Educativa Santo Tomás Apostol Riobamba se obtuvieron los siguientes resultados

En la primera pregunta el 13% de los estudiantes no conoce o ha visitado algún museo mientras que el 87% si lo conoce o lo ha frecuentado con lo cual pudimos dar la idea de museo lo mas parecido basandonos en el Museo Alfonso Escobar a los alumnos que no saben lo que es un museo, mientras que de los que sí conocen su pudo sacar lo que más le gusta de estos para poder aplicarlo en lo que respecta a la marca del museo

Para la segunda pregunta tenemos que los museos que conocen o mas han frecuentado son:

- El Museo del Banco Central.
- El Museo de la Concepcion.
- El Museo del Colegio Maldonado.

De lo cual se pudo deducir cuales son los tipos de museos que atraen más visitantes tomando como referencia ciertas cosas de los mismos que los hacen más agradables para el público para mejorar esos aspectos en el Museo Alfonso Escobar León.

En la tercera pregunta los museos que más le gustan estan:

- El Museo del Banco Central.
- El Museo de la Concepción.
- El Museo de Quito

En esta pregunta se logró establecer los museos que más gustan a los estudiantes y al igual que la segunda pregunta la utilizamos para determinar la gráfica para el museo Alfonso Escobar.

Para la cuarta pregunta las cosas que más le gustan ver en un museo son:

- Antigüedades y estatuas
- Objetos Didácticos
- Cultura

Los resultados de esta pregunta fueron muy importantes a la hora de diseñar ya que si bien los objetos dentro del museo tienen una temática ya existente, esto da una proporción la idea de los gustos de lo que esperan ver y lo podemos aplicar en el diseño en todo lo que es imagen.

En la pregunta cinco los artículos de recuerdo que más les gustaría obtener son:

- Figurillas
- Fotografías.
- Llaveros.

Estos artículos fueron los que utilizaremos para las aplicaciones de la imagen, con excepción de las fotografías pues se debió dar prioridad a la gráfica del museo. Aparte de

estos los estudiantes dieron algunas ideas que creemos muy importantes considerar como: pulseras, juguetes y figuras de o que se observó en el recorrido.

Para la pregunta seis se dió a elegir los colores con los que mas se identifican y les gustan el resultado obtenido fue que los tres colores que mayores resultados obtuvieron fueron el azul, el rojo y el blanco estos colores seran tomados en cuenta en el momento de realizar las marcas y aplicaciones fuera de estos colores se seleccionaron a otros colores que obtuvieron también un buen puntaje como el amarillo, verde, rosado, celeste y violeta a estos colores se los tomara en cuenta en las que pueden ser la aplicaciones o souvenirs tomando en cuenta tambien los colores utilizados en el logotipo. El motivo de tomar en cuenta tambien estos colores es que la pregunta referente a los colores era un pregunta abierta con la posible obtencion de varias diferentes respuestas.

En la pregunta siete sobre las preferencias de las actividades las que obtuvieron mayor puntaje fueron:

- Practicar algun deporte.
- Navegar en internet.
- Escuchar Música.

Esto ayudó posteriormente para establecer souvenirs y aplicaciones que nos permitirán tambien atraer más al público al que el museo busca gustar.

De aquí se estableció posibles aplicaciones a realizar basadas en las actividades:

Termos, gorras y camisetas en cuanto a escuchar música se tiene la posibilidad de hacer audifonos colgantes para ipods, para lo de internet serian banners mouse pad.

En la pregunta ocho las formas que mas son del agrado de los estudiantes son el cuadrado, un cuadrado redondeado y una convinación entre ambas decidiendo que las formas básicas de trazos suaves son los de mayor aprobación entre el público objetivo.

CAPÍTULO V: CREACIÓN DE LA MARCA.

El previo análisis de las piezas y del público, dieron las pautas necesarias para poder desarrollar la marca, en base a los parámetros principales tanto de la gráfica de las piezas del museo como de los gustos del público. En este punto se presenta el reto de combinar ambas cosas en un identificador visual que permita representar claramente al museo y que al mismo tiempo sea de agrado del público objetivo.

5.1. BOCETOS.

Ya determinado lo que se busca con la marca el primer paso es la creación de diversas propuestas, para una previa selección de posibles identificadores, los cuales serán expuestos ante el mismo focus group al que se recurrió para sondear los gustos y actividades del público.

A continuación se presenta los diversos bocetos sugeridos y las distintas variantes aplicadas a cada uno



Imagen V. 78. Propuesta 1 con sus diversas variantes.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.



Imagen V. 79. Propuesta 2 con sus diversas variantes.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.



Imagen V. 80. Propuesta 3 con sus diversas variantes.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.



Imagen V. 81. Propuesta 4 con sus diversas variantes.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.



Imagen V. 82. Propuesta 3 con sus diversas variantes.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

5.2. BOCETOS PRESELECCIONADOS.

Por sugerencia de la tutora del presente proyecto, y en mutuo acuerdo entre la misma y los suscriptores se preseleccionó 5 posibles identificadores, los cuales serán expuestos ante el focus group previamente seleccionado, el primer boceto presentado es una combinación de dos diversas variantes de la misma propuesta. A continuación se muestra los 5 identificadores sugeridos para ser expuestos ante el público para su selección definitiva.



Imagen V. 83. Propuesta preseleccionadas.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

5.3. SELECCIÓN DEL IDENTIFICADOR DEFINITIVO.

Como ya se mencionó, los identificadores preseleccionados fueron expuestos ante el focus group, para determinar la preferencia que cada uno tiene y a su vez vislumbrar el que de más agrado sea dentro del público.

En cuanto a los individuos consultados en esta punto del proyecto se debe recalcar que por motivos de horarios en la escuela 5 de Junio, los alumnos de 7mo nivel de educación básica que habían sido seleccionados en primera instancia no pudieron ser parte del grupo esta ocasión, sin embargo se pudo recurrir a 6 alumnos del mismo año, pero de otro paralelo, lo mismo sucedió en el colegio Salesiano, donde se tuvo que seleccionar a diferentes alumnos de 10mo nivel de educación básica y 1ero de bachillerato. Sin embargo los parámetros de selección fueron los mismos, es decir se pidió a los profesores encargados que seleccionen a los más destacados, para de este modo garantizar más precisión en los resultados

5.3.1. ENCUESTA APLICADA.

Esta se la hizo de la siguiente manera, se utilizó dos hojas con los cinco bocetos elegidos para poner a conocimiento del focus group, estas hojas se las mostró a los grupos de seis personas por unos breves instantes para que observen y determinen el que más es del agrado de cada persona. Previo a la observación de las marcas se entregó la hoja de preguntas, una vez que cada niño o joven decidió su marca preferida se solicitó señalen en la primera pregunta la letra correspondiente a dicha marca, para entonces solicitar que analicen más detenidamente solo la marca que mas le gustó a cada uno por unos instantes más. Luego de esto se retiró las hojas que contienen las marcas para pedir que contesten el resto de preguntas, las cuales tienen el fin de determinar que tan fácil de memorizar resulta cada identificador visual propuesto, y que cambios le gustaría ver en estos al público. A continuación se muestra la imagen de la hoja mostrada, el modelo de la encuesta lo podemos observar en el Anexo 3.

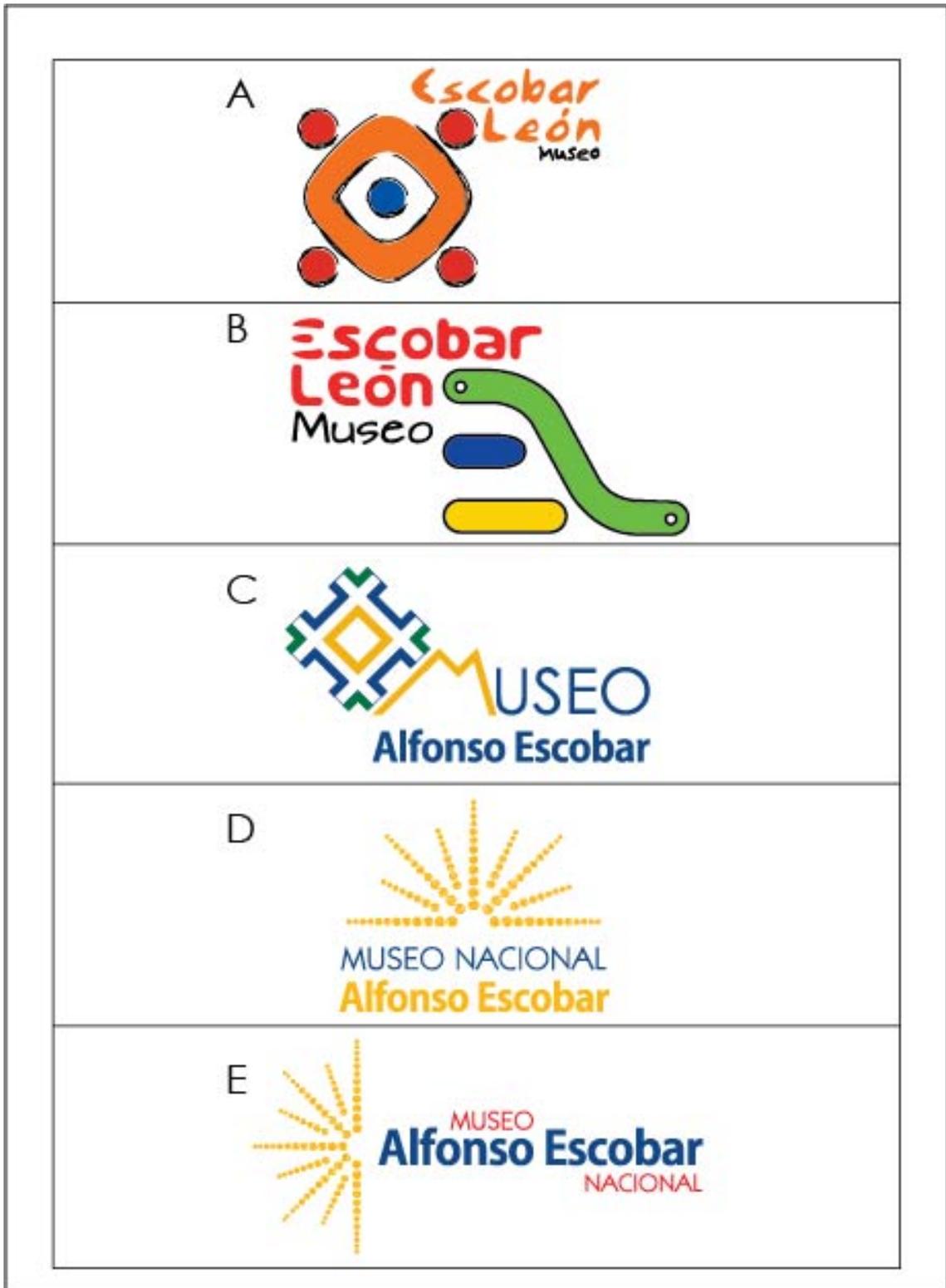


Imagen V. 84. Hoja con las propuestas de marca mostradas al Focus Group.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

5.3.2. TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS.

5.3.2.1. GRUPO DE 8 A 11 AÑOS.

A continuación se presenta las distintas preguntas de la encuesta, y la tabulación de cada una de ellas.

1. Cual de las marcas que viste te agradó más?

A(), B(), C(), D(), E().

Esta pregunta y la última son las únicas que se tabulará de manera cuantitativa, es decir, es la única que permite determinar una cantidad exacta de respuestas inclinadas hacia una opción en específico. En este caso la pregunta nos permite determinar cuál de las marcas propuestas es la que más gusto del grupo encuestado (en este caso focus group). Por tanto lo único que se hará para calificar esta pregunta es contabilizar cuantas veces fue seleccionado cada identificador.

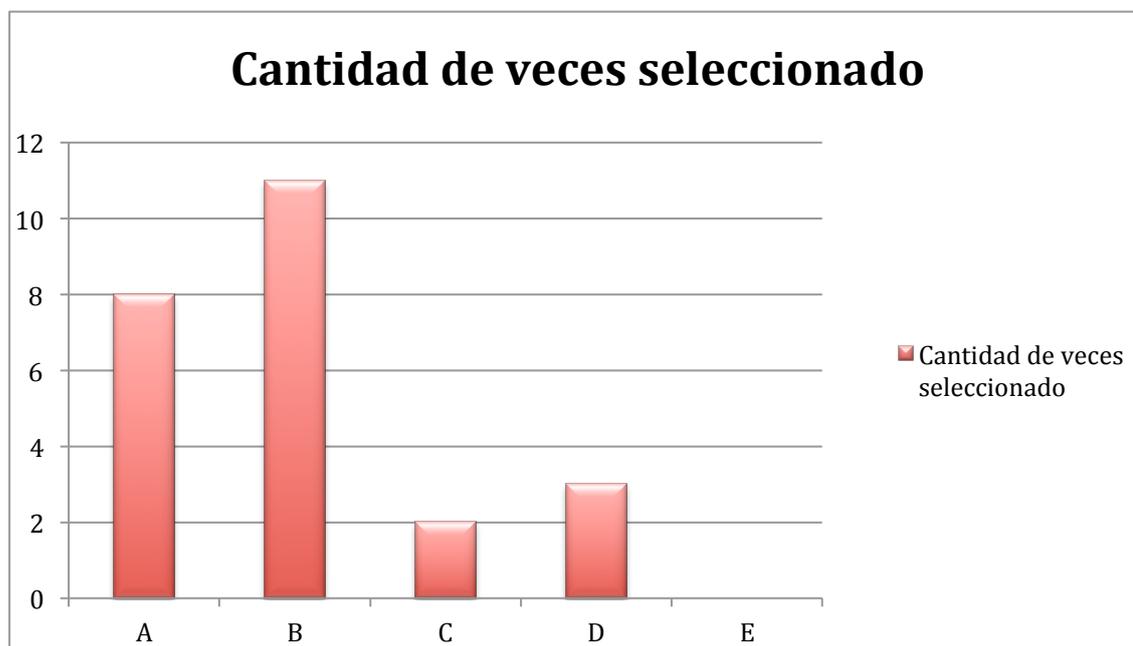


Imagen V. 85. Encuesta 2, Resultados Escuela Pregunta 1.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

De esta pregunta se destaca que la marca predilecta de este segmento es la marca B, lo cual nos da a saber que es la que mejor se acopla a los gustos de dicho segmento.

2. Que colores tiene la marca que escogiste.

Esta es la primera pregunta en la que se busca determinar que tan fácil de recordar resulta cada isologo presentado. Puesto a que es una pregunta abierta se tabulará de forma cualitativa, y a criterio personal de los autores, con cualitativo nos referimos a la aproximación que cada respuesta tiene con la cromática de el identificador seleccionado por cada miembro del grupo encuestado.

Es así que para esta y las siguientes preguntas se establecerán valores de calificación, estos serán los números comprendidos del 1 al 3, mientras más aproximada sea la respuesta a la cromática real de la marca analizada mayor será la calificación, y se sumará las calificaciones totales de cada marca, si la marca más seleccionada en la pregunta anterior tiene una calificación muy baja en estas preguntas, no será utilizada y se remplazará por la siguiente seleccionada con más calificación en estas preguntas abiertas.

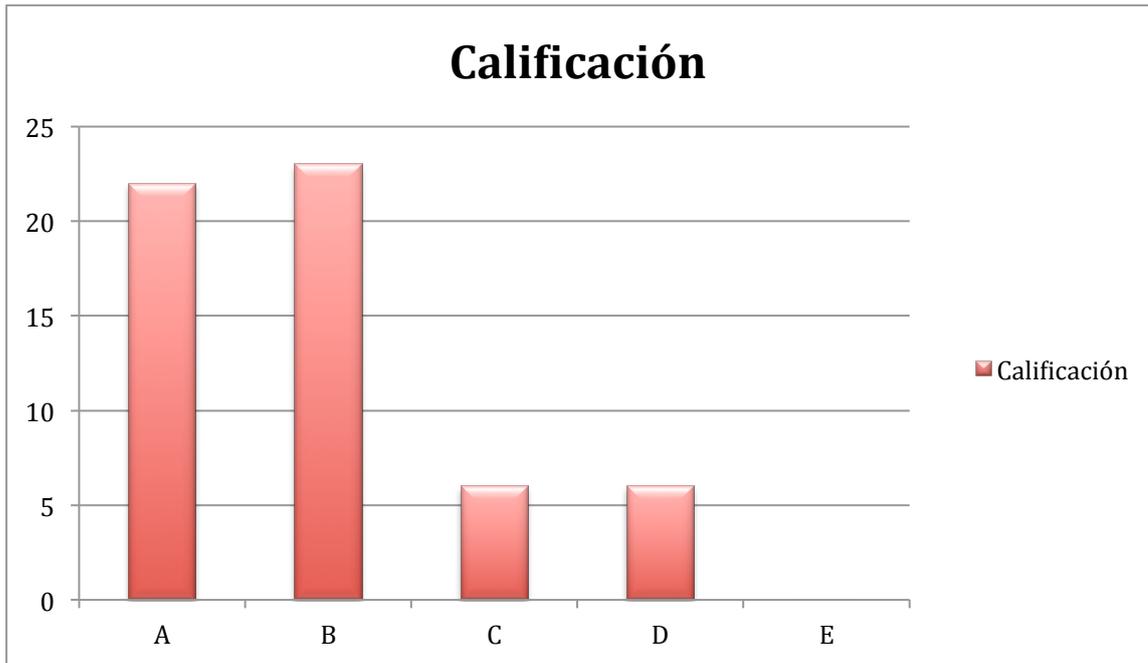


Imagen V. 86. Encuesta 2, Resultados Escuela Pregunta 2.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

En esta pregunta la marca B obtiene la mejor calificación, lo cuál representa que a más de ser la más acogida por el público, su cromática resulta fácil de recordar.

3. Realiza un gráfico de la marca que escogiste.

Al igual que la pregunta anterior, esta determina el grado de recordación, o pregnancia que tiene cada Isologo, esta vez en cuanto a los aspectos de forma de cada uno de estos, el pedir que se grafique la marca permite saber que tanto se recuerda las formas de esta, lo cuál nos facilita saber que tan fácil de recordar eso. El parámetro de valoración es el mismo de la pregunta dos, es decir mientras más similar a la marca real mayor el puntaje.

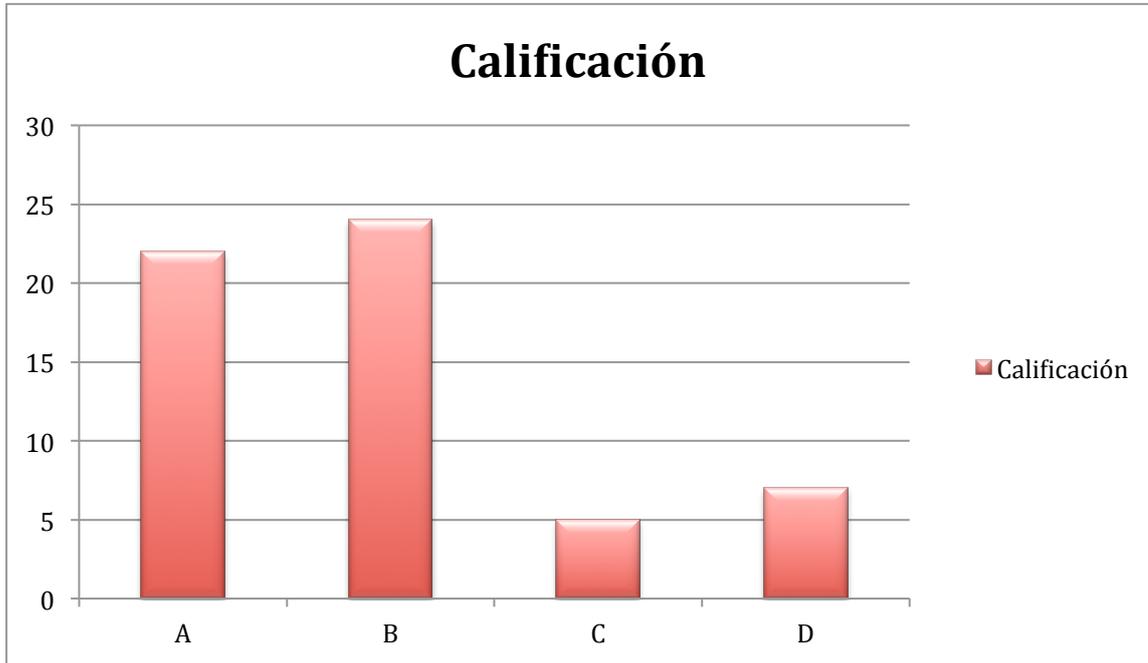


Imagen V. 87. Encuesta 2, Resultados Escuela Pregunta 3.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

La gran aproximación en los gráficos realizados de las dos primeras marcas nos dan a entender que formalmente son fáciles de recordar.

4. Le cambiarías algo a la marca que seleccionaste?

No ()

Si () de ser así que cambiarías? _____

En esta se puede contabilizar los si y no obtenidos por cada identificador, y además en las líneas incluidas alado del si, se puede obtener los posibles cambios a realizar en la marca, pero estos cambios serán aplicables solo si la mayoría de los integrantes del grupo piden el mismo cambio o cambios similares.

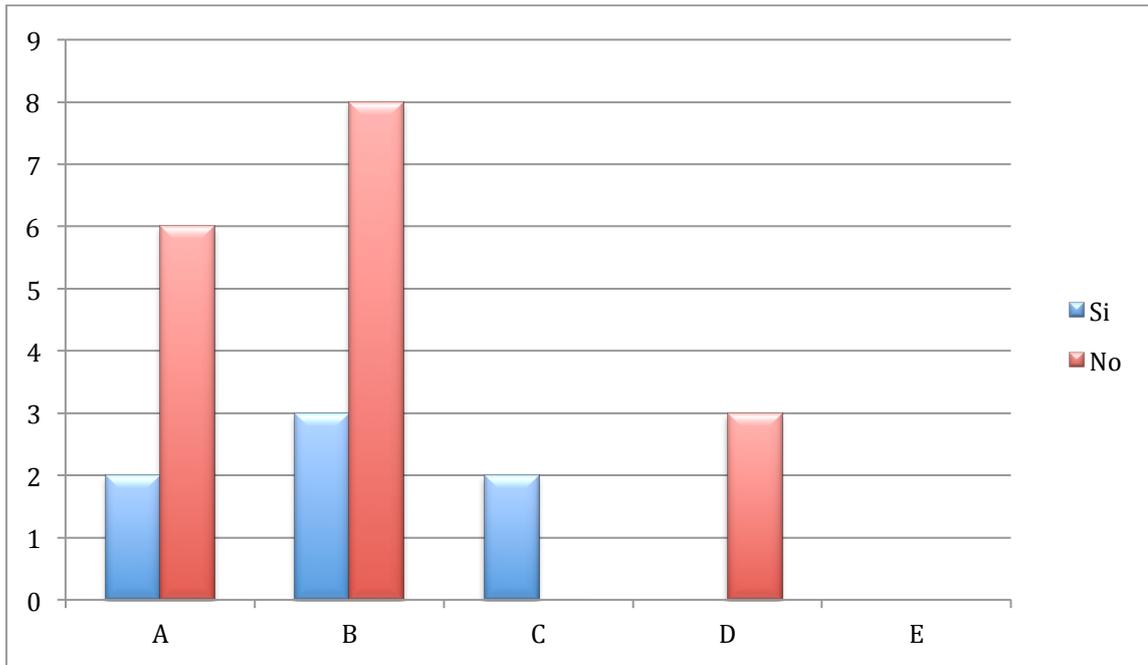


Imagen V. 88. Encuesta 2, Resultados Escuela Pregunta 4.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

En la siguiente tabla se encuentran los cambios sugeridos en cada marca, si son sugerencias mayoritarias se realizarán dichos cambios, caso contrario cada logo permanecerá exactamente igual.

Pieza	Cambio sugerido	Veces sugerido	Aplicable
A	Tipografía	1	No

	Cromática	1	No
	Textura	1	No
B	Similitud a animales	1	No
	Cromática	1	No
	Forma	1	No
C	Forma	2	Si
D	Ninguno		
E	Ninguno		

Tabla V.LXXIII. Cambios sugeridos por los alumnos de la escuela 5 de junio. Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Todos los cambios sugeridos en las marcas más seleccionadas fueron sugeridos una vez cada uno, por lo tanto asumimos que el resto de gente no los creyó necesarios, es así que estas marcas se mantienen iguales.

5.3.2.2. GRUPO DE 12 A 16 AÑOS.

1. Cual de las marcas que viste te agradó más?

A(), B(), C(), D(), E().

Esta pregunta y la última son las únicas que se tabulará de manera cuantitativa, es decir, es la única que permite determinar una cantidad exacta de respuestas inclinadas hacia una opción en específico. En este caso la pregunta nos permite determinar cuál de las marcas propuestas es la que más gusto del grupo encuestado (en este caso focus group). Por tanto lo único que se hará para calificar esta pregunta es contabilizar cuantas veces fue seleccionado cada identificador.

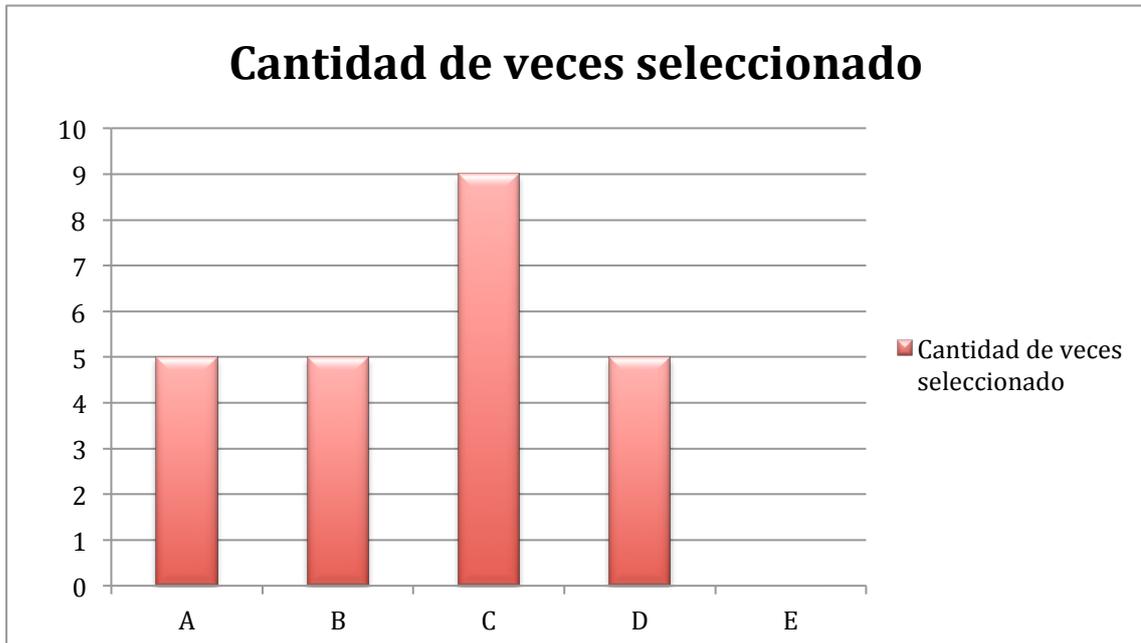


Imagen V. 89. Encuesta 2, Resultados Escuela Pregunta 1.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

La marca preferida de este segmento es la C, estos datos se sumarán con los del otro segmento para determinar el identificador a usar

2. Que colores tiene la marca que escogiste.

Esta es la primera pregunta en la que se busca determinar que tan fácil de recordar cada isologo presentado. Puesto a que es una pregunta abierta se tabulará de forma cualitativa, y a criterio personal de los autores, con cualitativo nos referimos a la aproximación que cada respuesta tiene con la cromática de el identificador seleccionado por cada miembro del grupo encuestado.

Es así que para esta y las siguientes preguntas se establecerán valores de calificación, estos serán los números comprendidos del 1 al 3, mientras más aproximada sea la respuesta a la cromática real de la marca analizada mayor será la calificación, y se sumará las calificaciones totales de cada marca, si la marca más seleccionada en la pregunta anterior tiene una calificación muy baja en estas preguntas, no será utilizada y se remplazará por la siguiente seleccionada con más calificación en estas preguntas abiertas.

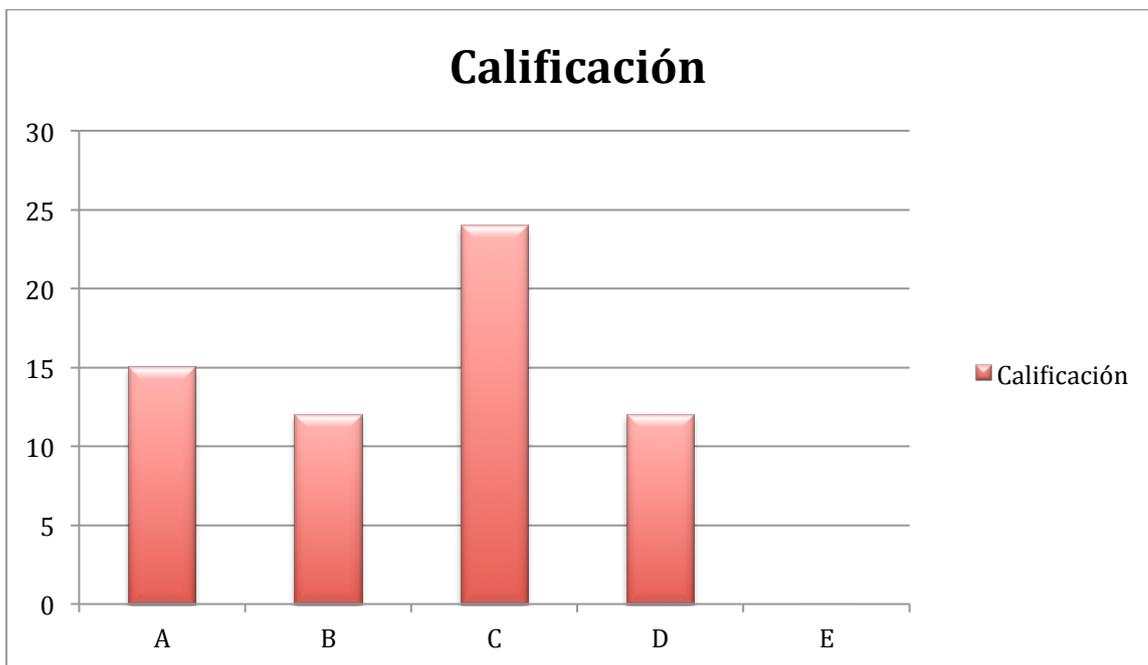


Imagen V. 90. Encuesta 2, Resultados Escuela Pregunta 2.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Del mismo modo la marca C obtiene un alto puntaje dando a entender que fue fácilmente recordada la cromática de esta propuesta.

3. Realiza un grafico de la marca que escogiste.

Al igual que la pregunta anterior, esta determina el grado de recordación, o pregnancia que tiene cada Isologo, esta vez en cuanto a los aspectos de forma de cada uno de estos, el pedir que se grafique la marca permite saber que tanto se recuerda las formas de esta, lo cuál nos facilita saber que tan fácil de recordar eso. El parámetro de valoración es el mismo de la pregunta dos, es decir mientras más similar a la marca real mayor el puntaje.

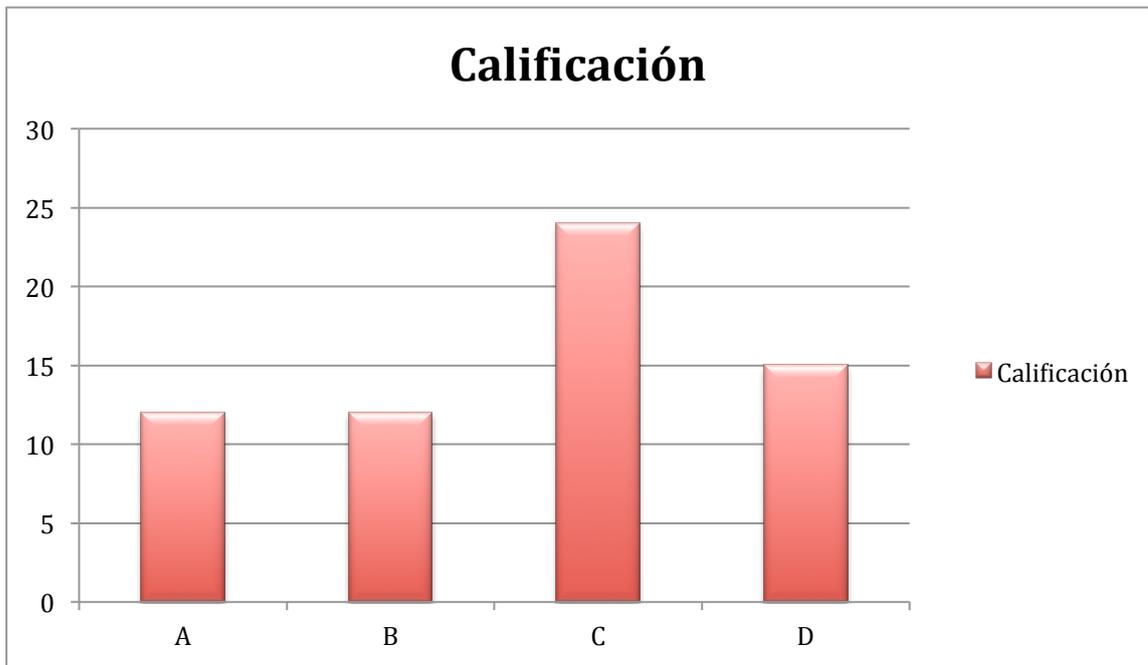


Imagen V. 91. Encuesta 2, Resultados Escuela Pregunta 3.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Los gráficos realizados de las marcas son bastante aproximados a la real, es así que podemos decir que son formalmente fáciles de recordar.

4. Le cambiarías algo a la marca que seleccionaste?

No ()

Si () de ser así que cambiarías? _____

En esta se puede contabilizar los si y no obtenidos por cada identificador, y además en las líneas incluidas alado del si, se puede obtener los posibles cambios a realizar en la marca, pero estos cambios serán aplicables solo si la mayoría de los integrantes del grupo piden el mismo cambio o cambios similares.

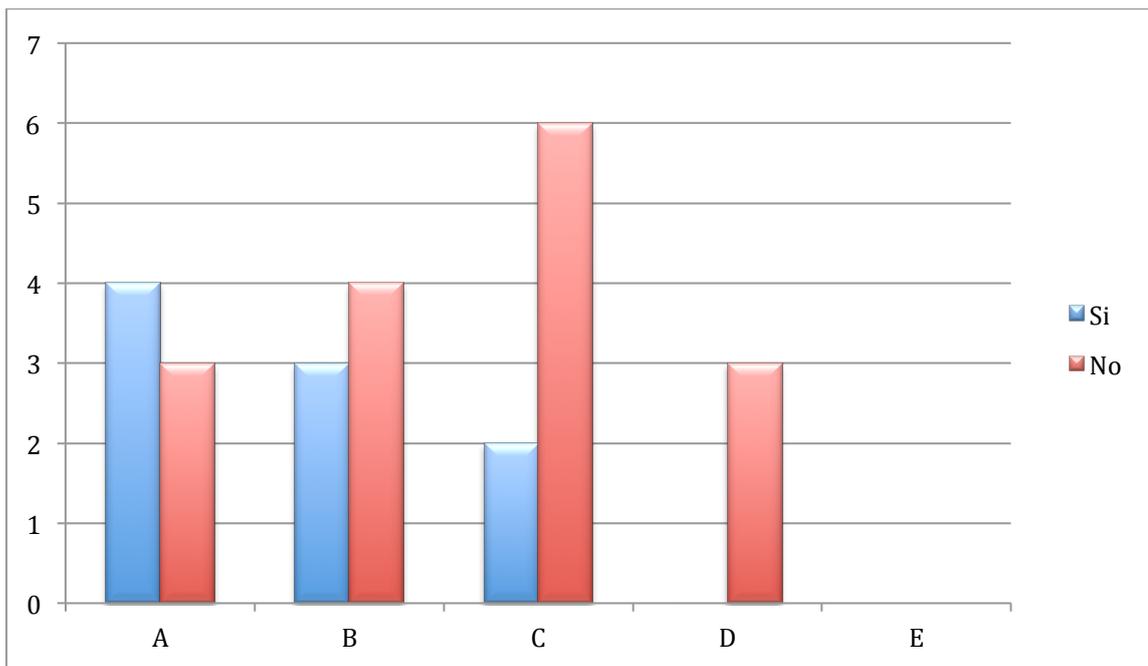


Imagen V. 92. Encuesta 2, Resultados Escuela Pregunta 4.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

En la siguiente tabla se encuentran los cambios sugeridos en cada marca, si son sugerencias mayoritarias se realizarán dichos cambios, caso contrario cada logo permanecerá exactamente igual.

Pieza	Cambio sugerido	Veces sugerido	Aplicable
A	Tipografía	2	No
	Cromática	4	No
	Textura	1	No
B	Tipografía	1	No
	Cromática	1	No
	Forma	1	Si
C	Forma	1	Si
D	Ninguno		
E	Ninguno		

Tabla V.LXXIX Cambios sugeridos por los alumnos de la Unidad Educativa Santo Tomás Apóstol Riobamba. Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

A la marca más seleccionada, se le sugirió cambios en la forma, es así que si queda seleccionada en los resultados globales estos cambios serán aplicados, si se diera el caso de que los cambios sugeridos fueran mayoritariamente pedidos.

5.3.2.3. IDENTIFICADOR DEFINITIVO.

Las dos marcas más seleccionadas y mejor calificadas son la B con 11 selecciones en el grupo de 8 a 11 años, 5 selecciones en el grupo de 12 a 16 años, y un total de 16

selecciones. Y la marca C con 2 selecciones en el grupo de 8 a 11 años y 9 selecciones en el grupo de 12 a 16 años con un total de 11 selecciones.

De este modo queda determinado como definitivo el identificador B, que fue el más seleccionado en el primer grupo y a pesar de no ser el más seleccionado en el segundo grupo tuvo una cantidad importante de selecciones en el mismo, y a su vez una buena calificación en las preguntas que determinaban pregnancia (2 y 3).

Por tanto, el identificador definitivo del museo es el mostrado a continuación.



Imagen V. 93. Marca definitiva.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Si bien como característica principal encontrada en el análisis de las piezas tenemos el uso de simetría en la composición, todas las piezas que usan asimetría destacan de manera especial, es así que este identificador se diseñó basándose en la asimetría para destacarlo, sin embargo en todos los diseños realizados en base a esta marca, se procurará hacer prevalecer la simetría dentro de la composición.

5.4. CREACIÓN DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA DEL MUSEO.

Se empezó por establecer por medio del manual de marca la manera de obtener el identificador, así como las maneras correctas y algunas incorrectas de uso del mismo, se ha usado solo un manual de marca pues un proyecto completo de identidad corporativa requiere de un sinnúmero de aplicaciones, de las cuales muchas requieren un estudio

especial, como es el caso de la señalética por mencionar ejemplos, por eso es que no se desarrolla un manual de aplicaciones, todas las aplicaciones sugeridas como parte de este proyecto se presentaran independientemente, sin ser incluidas en un manual.

5.4.1. MANUAL DE MARCA.

En las siguientes páginas se muestra el manual de marca, en donde se especifica la manera de crear la marca y las maneras correctas de dar uso de esta.

En este documento se mostrará únicamente los datos ya explicados debido a que una identidad corporativa en su totalidad conlleva un sin número de aplicaciones y estudios adicionales que forman parte de análisis que profundicen en otros aspectos ajenos a lo observado en el presente análisis expuesto.

Para dar un ejemplo una parte fundamental de una imagen corporativa es la señalética, la cual conlleva ciertos estudios muy profundos, complejos y que requieren una considerable cantidad de tiempo, es así que por motivos de la prioridad de la presente tesis no se los incluye.

5.4.2. APLICACIONES DE MARCA CREADAS.

En esta parte del proyecto se exponen las aplicaciones creadas para reforzar la marca. Se realizaron tres grupos principales de aplicaciones: aplicaciones de papelería, aplicaciones en souvenirs y aplicaciones diversas.

5.4.2.1. APLICACIONES DE PAPELERÍA.

Se creó los elementos de papelería que se consideraron más necesarios para las labores y requerimientos del museo. Es así que se realizaron las siguientes aplicaciones para este ítem.

- **Hoja tipo.-** Se la realizó en tamaño A4. Con la finalidad de ser soporte de cualquier documento escrito que la empresa deba emitir.

- **Sobre.-** Tiene la finalidad de contener cualquier documento que la empresa realice en la hoja tipo, al momento de transportarlo de un lugar a otro.

- **Tarjeta de presentación.-** Esta contiene en el anverso la marca junto a un signo de representación sugerida del análisis, y al reverso los datos para poder contactar al propietario y los datos básicos del museo.

- **Tarjeta de la empresa.-** Esta contiene en el anverso la marca junto a un signo de representación sugerida del análisis y los datos básicos del museo, y al reverso un croquis del lugar.

- **Carnet.-** Este se lo realizó para identificar al personal que esté encargado de guiar las visitas al museo, y al personal que trabaje en el museo en general.

- **Entradas.-** Se realizaron 4 para jóvenes y niños las cuales tienen un talonario coleccionable, con un fragmento de una imagen total, un talonario canjeable por la cartilla de colección y uno que se retira al momento de ingresar. A la par se realizó una entrada para adultos, una para turistas y una para adultos mayores y personas con capacidades especiales, estas entradas a excepción de la de turistas también tienen un talonario canjeable, pero no el que contiene el fragmento de la imagen.

Las entradas para adultos, adultos mayores y gente con capacidades especiales poseen símbolos de representaciones sugeridas pues estas personas están más relativamente al museo y pueden realizar más de una visita y acercarse más a la gráfica creada.

Y las entradas para turistas contienen una fotografía pues esta constituye un recuerdo más valioso para este público.

Los símbolos y fotografías incluidos en las diversas entradas pueden variar cuando se realice una aplicación más profunda de la identidad corporativa, de momento se incluye una sola por ejemplo.

- **Cartilla de colección.**- El fin de esta es que los jóvenes y niños puedan armar en esta una imagen formada por algunos de los símbolos obtenidos del análisis, dicha imagen se arma con los talonarios coleccionables, y se canjea con 2 talonarios canjeables. Al completar la imagen el joven o niño tiene derecho a seleccionar uno de los souvenirs que se determinen para esta finalidad. Este tipo de aplicación se ha realizado con el fin de satisfacer la petición del público de encontrar material didáctico en el museo, así como de llevar un juguete o juego de recuerdo.

La cartilla contiene unas breves líneas de explicación acerca de la imagen encontrada en la pieza y los signos que esta contiene.

Los talonarios canjeables se encuentran en todas las entradas, con la finalidad de fomentar la visita familiar al museo, lo cuál logra que en una sola visita familiar se pueda canjear una o más cartillas de colección.

Esta cartilla se realizó con la finalidad de buscar que los niños y jóvenes se interesen en realizar visitas frecuentes al museo, al mismo tiempo se busca motivar a los propietarios a renovar y rotar la exhibición del museo para de esta manera no perder la cantidad de visitas que esta aplicación puede brindar, el gran de piezas existentes en el mismo permite en un inicio rotar las piezas que se presenten al público, hasta que el museo logre recolectar un presupuesto adecuado para incrementar la colección o financiar exhibiciones temporales.

El signo representado en esta cartilla fue usado como un primer ejemplo, posteriormente en futuras aplicaciones de la marca se puede agregar más variedad en las cartillas,

aumentando la dimensión de la imagen a armar, logrando de esta manera que los niños y jóvenes obtengan mejores premios por cartilla llenada.

En las siguientes páginas se observa las imágenes con las aplicaciones de papelería que se han explicado.

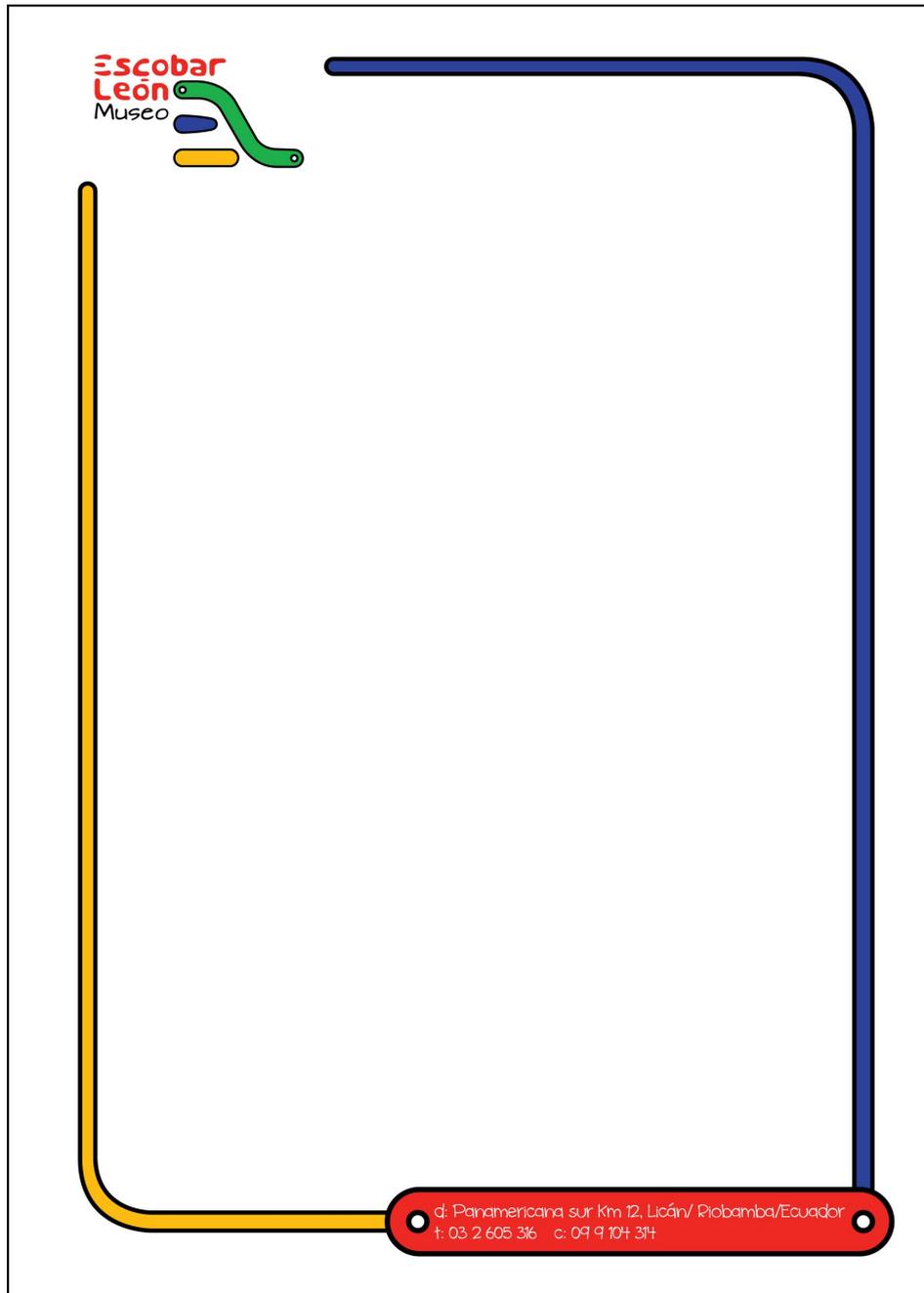


Imagen V. 94. Hoja Tipo.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

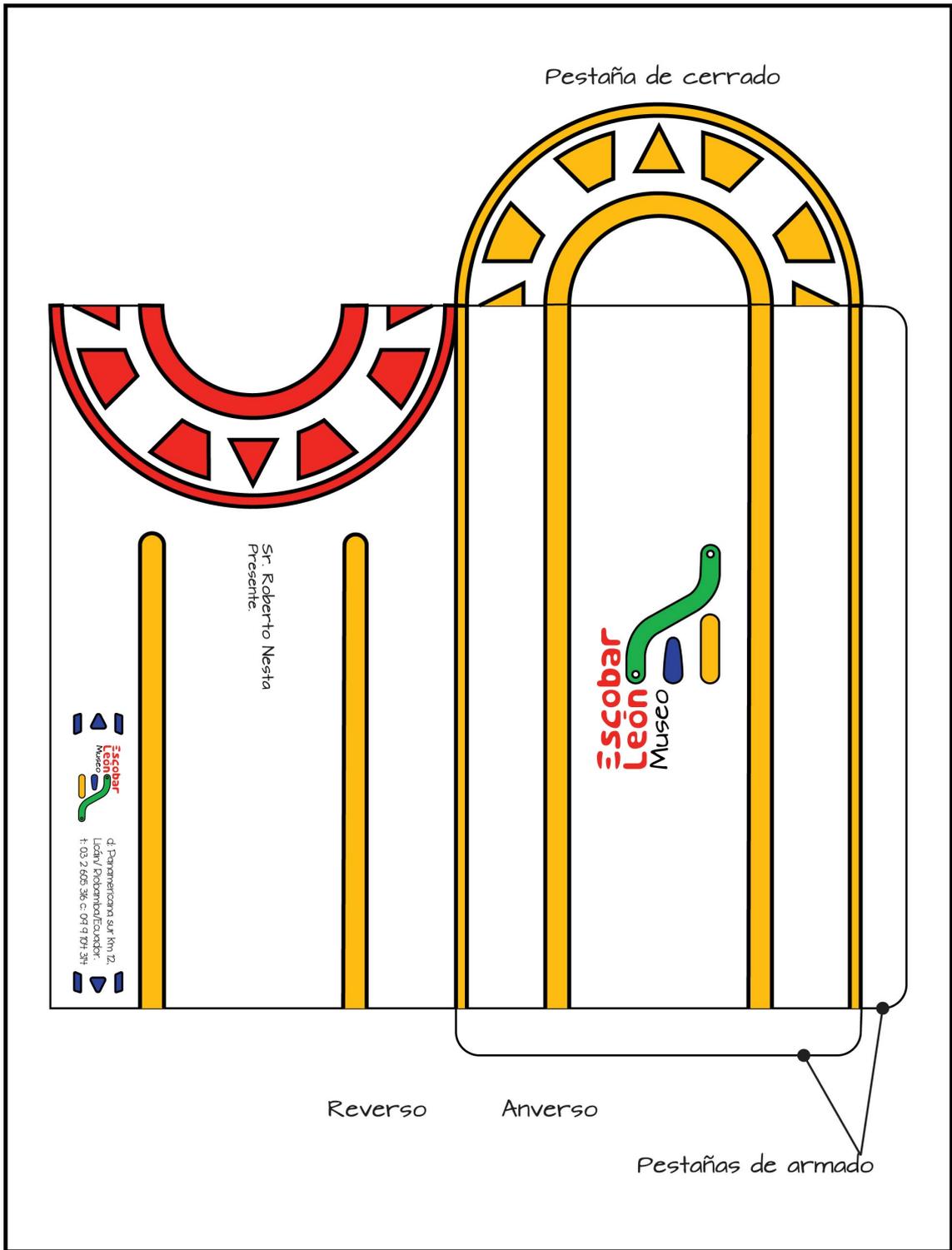


Imagen V .95. Sobre de Carta.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

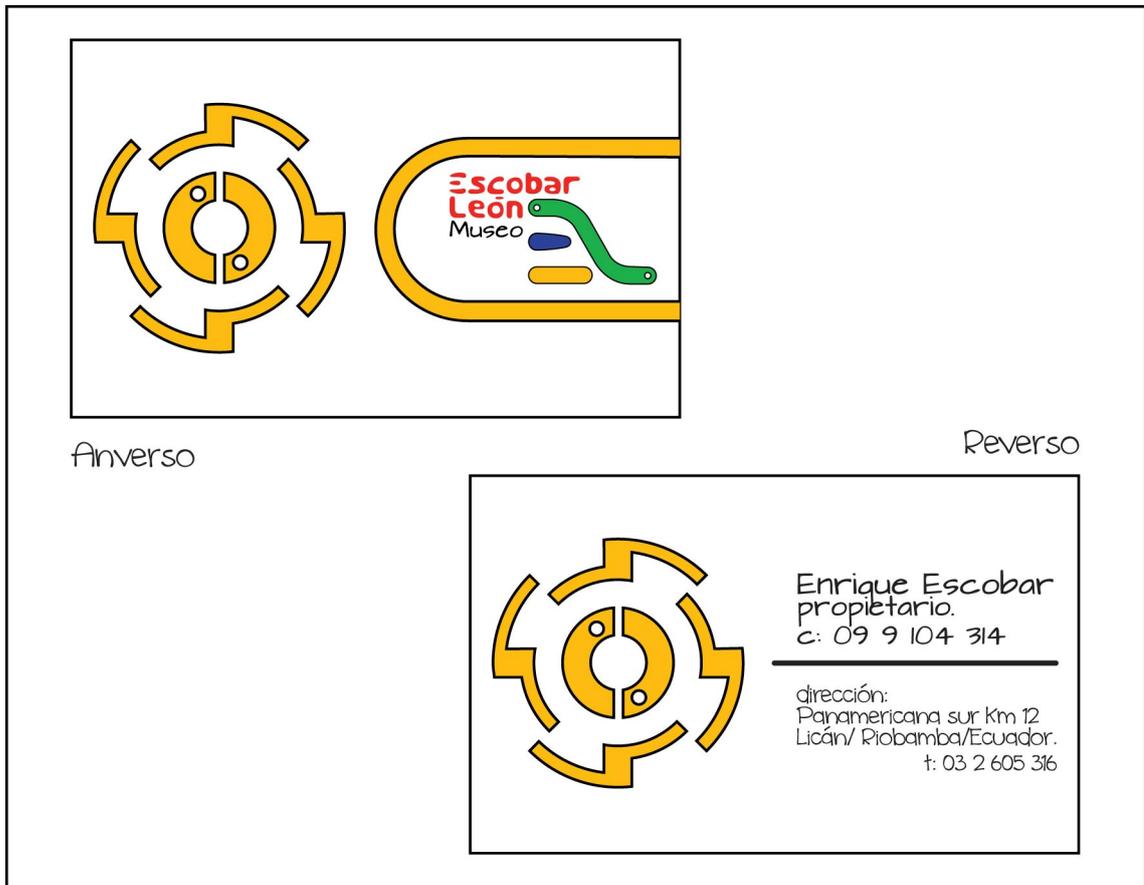


Imagen V. 96. Tarjeta de Presentación.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

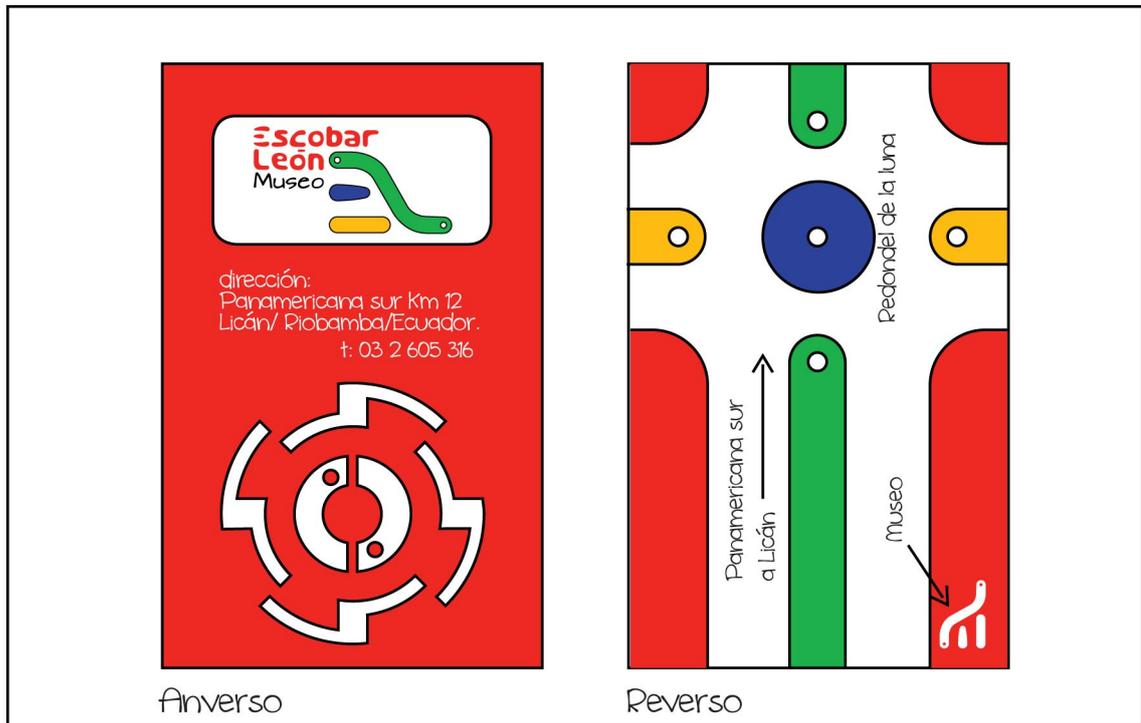


Imagen V. 97. Tarjeta de la empresa.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.



Imagen V. 98. Carnet para Empleados

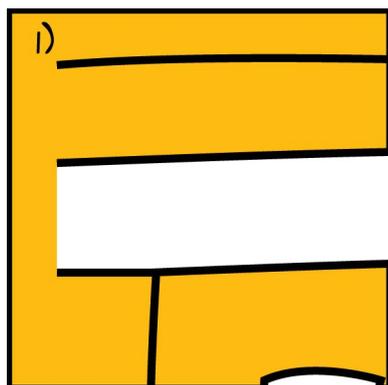
Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

 	<p>Talón canjeable</p> <ul style="list-style-type: none">- Junta 2.- Canjealos por una cartilla.- Firma con tus hijos y familiares jóvenes la figura que se ve en la entrada de menores con los talones grandes de las mismas- Cámbiala por un premio <p>"Visita el museo en familia"</p>	 Ingreso: Adultos Costo: \$ 1,00 N: 03961
 	<p>Talón canjeable</p> <ul style="list-style-type: none">- Junta 2.- Canjealos por una cartilla.- Firma con tus hijos y familiares jóvenes la figura que se ve en la entrada de menores con los talones grandes de las mismas- Cámbiala por un premio <p>"Visita el museo en familia"</p>	 Ingreso: 3era edad, capacidades especiales Costo: \$ 0,50 N: 03961
 	 Ingreso: Menores Costo: \$ 0,50 N: 03961	

Imagen V. 99. Entradas Convencionales.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

1)



Guarda el talón de la izquierda

Escobar León Museo

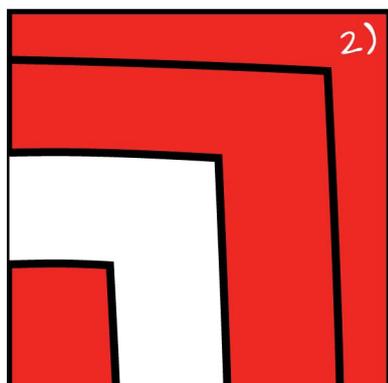
Talón canjeable

- Junta 2.
- Canjealos por una cartilla.
- Firma en la cartilla la figura que se ve arriba con los talones grandes de tus entradas.
- Cámbiala por un premio

Ingreso: Menores
Costo: \$ 0,50

N: 03961

2)



Guarda el talón de la izquierda

Escobar León Museo

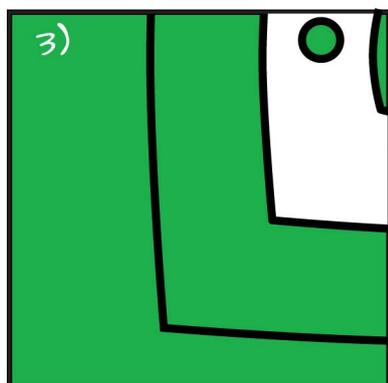
Talón canjeable

- Junta 2.
- Canjealos por una cartilla.
- Firma en la cartilla la figura que se ve arriba con los talones grandes de tus entradas.
- Cámbiala por un premio

Ingreso: Menores
Costo: \$ 0,50

N: 03961

3)



Guarda el talón de la izquierda

Escobar León Museo

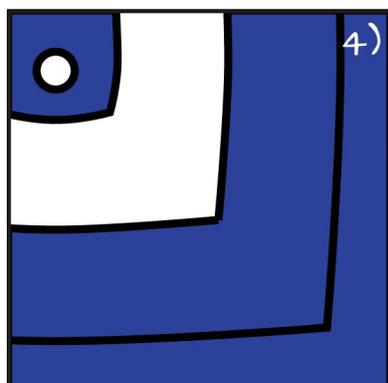
Talón canjeable

- Junta 2.
- Canjealos por una cartilla.
- Firma en la cartilla la figura que se ve arriba con los talones grandes de tus entradas.
- Cámbiala por un premio

Ingreso: Menores
Costo: \$ 0,50

N: 03961

4)



Guarda el talón de la izquierda

Escobar León Museo

Talón canjeable

- Junta 2.
- Canjealos por una cartilla.
- Firma en la cartilla la figura que se ve arriba con los talones grandes de tus entradas.
- Cámbiala por un premio

Ingreso: Menores
Costo: \$ 0,50

N: 03961

Imagen V. 100. Entradas coleccionables para niños y jóvenes.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

Cartilla coleccionable

Recuerda conservar el talonario izquierdo de tus entradas, y pegarlo en la parte que corresponda del gráfico que se observa en la parte derecha de esta cartilla. Una vez que completes los 4 talonarios puedes canjear el desprendible de esta cartilla por uno de los regalos en promoción.

El signo de la doble espiral

Es un signo usado por las culturas precolombinas del país y sudamérica para representar las dualidades de la naturaleza tales como: Día y noche, Frío y calor, Cielo y tierra, etc. Puede estar representado por dos espirales entrelazadas o por la ilustración de dos serpientes juntas, el que se observa en la imagen de la derecha está representada mediante una imagen estilizada de dos serpientes.

Escobar
León
Museo

cd: Panamericana sur Km 12,
Licán/ Piobamba/Ecuador.
t: 03 2 605 316 c: 09 9 104 314

Una vez llena la cartilla cambia este desprendible por un obsequio

Imagen V. 101. Carilla de colección.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

5.4.2.2. APLICACIONES EN SOUVENIRS.

Estas aplicaciones se realizaron con el fin de reforzar la marca y darle más pregnancia dentro del público, todas estas fueron hechas en base a la combinación de los resultados del análisis de las piezas, y del sondeo del público.

Tomando en cuenta los aspectos mencionados se diseñó las aplicaciones que a continuación se detallan:

- **Separadores de libros.-** La decisión de diseñar esta aplicación se tomó debido a que una de las actividades que más mencionaron los integrantes del focus group consultado fue la lectura.

- **Adhesivos.-** Esta aplicación fue una de las sugerencias más realizadas por el público, no constaba en la lista de souvenirs sugeridos en las encuestas, y muchas de las personas consultadas nos supieron hacer saber su interés en estos objetos.

- **Mouse pad.-** En el sondeo se descubrió que una de las actividades más comunes entre el público meta es la navegación en internet, es así que se creyó conveniente la creación de este artículo.

- **Colgantes de celular.-** Para el diseño de estos, se tomó en cuenta una sugerencia muy recurrente de objetos que no estaban en la lista mostrada en las encuestas, así como en el hecho de que las figurillas fueron una de las piezas más repetidas dentro de la selección de piezas analizadas. Es así que estos artículos son figurillas que representan a los signos sugeridos dentro del análisis.

- **Pulseras.-** Este tipo de artículos fue sugerido por gran parte de los niños y jóvenes encuestados, principalmente por los alumnos de secundaria, por eso se decidió realizar pulseras de cordón, con un dije que contiene representaciones sugeridas de los signos analizados.

- **Cuadernos.-** La decisión de realizar esta aplicación se la tomó por el hecho de que la totalidad o al menos la gran mayoría del público al cual se dirige el museo cursa estudios primarios o secundarios. Por tanto se realizaron cuadernos en cuyas pastas se ilustró algunos de los signos sugeridos.

- **Llaveros.-** Estos souvenirs fueron muy seleccionados de la lista presentada en la encuesta realizada, es así que se los realizó en combinación con dos de las técnicas más recurrentes en las piezas analizadas: Los moldeados en alto relieve y los grabados incisos. De este modo se diseñó llaveros con piezas en alto relieve, y llaveros con grabados.

- **Tazas.-** Del listado de souvenirs expuesto en la encuesta, fueron uno de los artículos con más acogida entre los encuestados. A parte de este hecho se puede considerar como un recipiente, los cuales pertenecen al grupo más encontrado en la selección de piezas analizadas.

- **Gorras.-** La mayoría de los jóvenes y niños encuestados gustan de practicar deportes al aire libre, lo cual no hizo determinar como un artículo muy útil una gorra. La realización de esta fue mediante serigrafía, técnica muy similar a la pintura negativa, la cual fue la más encontrada en las piezas estudiadas.

- **Camisetas.-** Estas también se las diseñaron en base a la actividad deportiva del público, al igual que las gorras usó serigrafía como relación con la pintura negativa.

En las siguientes páginas se exponen las imágenes de los souvenirs realizados.

En algunos casos la marca se ha reducido más de lo permitido en el manual de marca, pero esto fue debido a que muchas aplicaciones están a tamaño reducido, en las aplicaciones reales se usaron tamaños adecuados para el identificador.



Imagen V. 102. Separador para libros.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.



Imagen V. 103. Cartilla de adhesivos.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.



Imagen V. 104. Mousepad.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.



Imagen V. 105. Colgantes para celular.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.



Imagen V. 106. Pulseras.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.



Imagen V. 107. Cuaderno.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.



Imagen V. 108. Llaveros.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.



Imagen V. 109. Tazas.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.



Imagen V. 110. Gorras.

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.



Imagen V. 111. Camisetas

Fuente: Daniela Abdo, José Hidalgo.

CONCLUSIONES.

1. La manera de composición de las culturas andinas es muy coherente, por tanto es muy factible el poder adaptarla a trabajos de diseño gráfico, puesto que ambos buscan lo mismo, es decir tener coherencia en su composición.
2. La selección de las piezas con mejor contenido visual dentro del museo fue de gran ayuda para lograr una colección de signos que contenga a los más importantes representados en las piezas, lo cuál nos brinda una cantidad considerable de recursos aplicables en varias ramas de diseño.
3. Cada símbolo representado en las piezas tiene la finalidad de transmitir un significado, la mayoría de las veces este significado es grupal, es decir que el significado individual de cada símbolo se combina con los otros para transmitir una idea total. Es así que muchas veces nos toparemos con signos que no constan en ninguno de los análisis similares estudiados pero el contexto total nos permitirá determinar que significado tienen en la composición.
4. El público determinado por el dueño del museo resulta un público muy interesante para este tipo de empresas, pues es un público muy exigente en cuanto a sus gustos, lo cuál obliga a la empresa a buscar siempre una estrategia adecuada para llegar al mismo, así como a renovar constantemente su oferta, para no perder la preferencia.
5. La creación de la Imagen corporativa basada en el análisis realizado logró que la nueva gráfica obtenida recuerde a la andina, pero con características más acordes a las preferencias del segmento de mercado con el cuál trabajará el museo.

RECOMENDACIONES.

1. Cuando se realice un trabajo de diseño similar al presente, se debe procurar que los elementos de las composiciones guarden cierta relación y lógica entre si, de este modo se logrará una similitud muy buena con el diseño andino.
2. En todo estudio que guarde cierta similitud resulta muy recomendable observar y seleccionar, los elementos que mayor y más relevante material de análisis nos brinde, para de este modo lograr resultados más óptimos.
3. Para lograr originalidad en la creación de una gráfica basada en simbología andina es muy útil observar las diversas formas de representar cada símbolo puesto que prácticamente ninguna cultura representa los signos exactamente igual a otra. Por tanto la observación sugerida nos permitirá combinar diversas representaciones e incluso lograr nuevas representaciones muy estéticas.
4. La manera adecuada de lograr acoplar la gráfica andina a los estilos modernos de diseño es combinando los aspectos primordiales de esta con los aspectos más relevantes del público al cuál se dirige el diseño, de este modo logramos saber que aspectos de las gráfica andina pueden ser o no del agrado de la gente.
5. Al momento de crear una imagen corporativa basada en este análisis o en uno similar se debe procurar tener presente siempre los conceptos más relevantes de las simbologías tratadas, para lograr así dar un realce a dichos conceptos. Y se puede aprovechar que los significantes son generalmente simbólicos, lo cual nos permite transmitir ideas sin la necesidad de expresarlas textualmente.

RESUMEN

Análisis semántico y sintáctico de las piezas del Museo Alfonso Escobar, aplicación en un programa de imagen corporativa.

El método deductivo posibilitó descifrar los signos de cada pieza en base a los estudiados en la parte teórica. Para la obtención de las imágenes de las fichas utilizamos la cámara fotográfica fujifilm, dentro del desarrollo de la parte visual, el software de diseño usado fue Adobe Ilustrador, Adobe Photoshop, y Adobe Flash, para la edición de texto se usó Microsoft Word.

Se obtuvo información del público objetivo referente a sus gustos y preferencias, estos datos gráficos iniciales se combinaron con un sondeo realizado al público objetivo, esto permitió establecer parámetros para la creación de la marca del museo, de sus aplicaciones básicas y de aplicaciones en souvenirs, realizando así una imagen visual representativa del museo, y de alta pregnancia en el segmento de mercado.

Podemos concluir que la gráfica andina en general, tiene gran versatilidad para ser aplicada, y es fácil de acoplar a un proyecto de diseño gráfico, a la vez constituye una gran colección de recursos gráficos, y una manera de fomentar la valoración de nuestra historia.

Recomendamos Cuando se realice un trabajo de diseño similar al presente, se debe procurar que los elementos de las composiciones guarden cierta relación y lógica entre sí, de este modo se logrará una similitud muy buena con el diseño andino, para esto es recomendable observar y seleccionar, los elementos que mayor y más relevante material de análisis nos brinde, para de este modo lograr resultados más óptimos.

SUMMARY

Semantic and syntactic analysis of Museo Alfonso Escobar art pieces, corporate image program application.

Each art piece signs based on theory were decoded by using the Deductive Method. Fujifilm camera was used to get picture cards. Adobe Illustrator, Adobe Photoshop and Adobe Flash design software were used in the visual part. Microsoft Word was used to edit the text.

Information about likes and preferences was gotten from the target public. Initial graphic data were combined with a survey from the target public to determine the museum mark creation parameters, its basic and souvenir application. A visual museum image was gotten in the market.

It is concluded that the Andean picture is versatile to be applied and it fits easily with a graphic design project. In addition to this, it has a great graphic resource collection and it is good way of promoting Andean history appreciation.

It is recommended to look at and choose the most relevant analysis material so that the composition elements have a logical relationship among them when another design to this one is done. Thus, similarity with the Andean design will be gotten.

GLOSARIO

A continuación se definen algunas palabras contempladas en esta tesis para la fácil y rápida comprensión de los usuarios de este proyecto.

Discurso Visual.- Elementos visuales que combinados entre sí sirven para comunicar una idea.

Analogía.- Significa comparación o relación entre varias razones o conceptos; comparar o relacionar dos o más objetos o experiencias, apreciando y señalando características generales y particulares, generando razonamientos y conductas basándose en la existencia de las semejanzas entre unos y otros.

Euritmia.- Se conoce como euritmia al hecho de moverse de modo armonioso y buscando la belleza. Dentro del Diseño Gráfico se la puede definir como la armonía en la expresión del movimiento, y dentro del Diseño Andino es la armonía dentro del ritmo de la composición.

Cánones dinámicos.- Leyes que rigen la proporcionalidad de los módulos de una composición rítmica.

Módulo.- Un módulo es una parte de la composición modular que tiene su propio proceso de construcción y que dentro de un diseño se repite ya sea sin variar o con variaciones, sean estas cromáticas, proporcionales, posicionales o de cualquier tipo.

Ritmo.- Forma secuencial en la que se combinan entre sí los distintos módulos que forman una composición modular.

Simetría concéntrica.- Tipo de simetría en la que los elementos de la composición están dispuestos en torno a un centro fácilmente identificable.

Simetría excéntrica.- Tipo de simetría en la cual no se identifica un centro definido alrededor del cual estén dispuestos los elementos de la composición.

Escantillón.- Regla, plantilla o patrón que sirve para trazar las líneas y fijar las dimensiones según las cuales se han de labrar las piezas en diversos artes y oficios mecánicos.

Espiral de crecimiento dialéctico.- Es la simetría compuesta por la progresión armónica de gnomones geométricos concéntricos.

Arquetipo.- Representación que se considera modelo de cualquier manifestación de la realidad.

Maza.- Arma de piedra, de forma circular o estrellada, en cuyo centro tiene un orificio en el cual se introduce un garrote sujetado con amarres de fibras vegetales o tendones animales, esta arma se usaba tanto para cacería como para combate.

Souvenirs.- Recuerdos que se adquieren gratuitamente o pagando por ellos al visitar algún establecimiento.

Pinguyo.- Instrumento musical precolombino, similar a una flauta, principalmente usado en rituales y ceremonias.

Identidad corporativa.- Serie de aplicaciones visuales y audiovisuales que tienen como finalidad el reforzar la marca original, para crear un concepto sólido de esta dentro del público meta de la empresa.

Manual de identidad corporativa.- Documento que contiene la marca, y el modo en que se debe usar correctamente dentro de la identidad corporativa, también contiene ejemplos de aplicaciones esenciales del identificador visual.

Aplicaciones de identidad corporativa.- Este término se refiere a todo medio visual ya sea impreso y proyectado, que contiene como elemento principal a la marca, y cuyo objetivo es lograr que esta sea recordada por el público. Incluso los medios netamente auditivos pueden servir a este fin, pero van más ligados a una campaña publicitaria.

Marca o identificador visual.- Es un elemento gráfico indispensable para cualquier empresa, puesto que está encargado de representar lo que esta es, por medio de códigos visuales dispuestos con la finalidad de expresar con la mayor cabalidad posible todo lo que es parte del concepto que la empresa quiere dar de si misma hacia el público. En el

presente documento nos podemos referir a este como marca, identificador, isologo, o simplemente identificador.

Fonotipo.- Es el elemento del identificador que contiene al nombre de la empresa como una simple palabra, en este caso el fonotipo es Escobar León Museo.

Frase de posicionamiento.- Es una frase o palabra puesta justo al identificador, con el fin de especificar cierta característica de la empresa y de lograr facilitar la memorización del identificador.

Logotipo.- Elemento del identificador usado para expresar visualmente el fono tipo, es decir está comprendido por el texto formando el nombre de la empresa. Muchas veces puede ser el único componente visual de la marca.

Isotipo.- Es un elemento gráfico del identificador constituido por un ícono o signo, combinado con el logotipo y el fonotipo le da la forma total a la marca. Cuando una marca es correctamente usada durante cierto plazo logra gran pregnancia dentro de la gente, y muchas marcas optan por empezar a utilizar solamente el isotipo, logrando de este modo mayor rapidez para reconocer la marca en cualquier aplicación en la que esta forme parte.

Isologo.- Se trata de la presentación combinada del isotipo y el logotipo, este podría ser otro sustantivo para denominar a la marca.

Retícula.- Conjunto de líneas usadas como referencia para la construcción de los elementos gráficos del identificador visual.

Geometrización.- Es el proceso mediante el cual se encaja el identificador en la retícula y se le asigna valores a cada parte o elemento del mismo, cada uno de estos valores tiene relación proporcional uno con otro, y están tomadas como fracciones de la retícula.

Tipografía.- Esta comprende, los conocidos tipos de letras, es decir, un conjunto de símbolos relacionados gráficamente entre sí, y que representan valores alfanuméricos e incluso símbolos de puntuación y caracteres especiales.

Tipografía Corporativa.- Se trata de la o las tipografías usadas de modo vinculante, conjuntamente al identificador visual, estas se usarán en todos los documentos pertenecientes a la empresa dueña de la marca.

Cromática.- Este término se refiere al color, es así que cuando en este documento se hable de cromática, nos estaremos refiriendo al color y su uso dentro de la identidad visual del museo.

Tono cromático.- Un tono cromático no es más que un color específico, es así que cuando se mencione el término sabremos que se refiere a cierto color utilizado dentro del programa de identidad corporativa.

Colores corporativos.- Se refiere a cada uno de los tonos cromáticos usados dentro de la marca y sus aplicaciones. En ciertas ocasiones e puede hablar de este conjunto de colores como cromática corporativa.

Trivalencia.- Es uno de los conceptos principales de la cosmovisión andina de la trivalencia habla de un mundo da arriba dominado por los cuerpos celestiales y animales aéreos, un mundo de aquí dominado por el hombre y animales terrestres, y un mundo de abajo dominado por los animales reptiles y acuáticos, por los espíritus de los muertos y con las plantas como vínculo entre este mundo y el aquí.

Códigos cromáticos.- En cuanto al diseño esto se refiere al modo en que un ordenador procesa los colores y el uso que estos tengan.

Código Pantone.- Código cromático basado en un código dado por un número, este es usado principalmente para preparar colores para pintura, y se puede crear colores nuevos mezclando tintes de dos o más códigos Pantone.

Cuatricromía.- Código cromático usado principalmente cuando el documento diseñado está destinado a la impresión. Se forma en base a combinaciones por medio de porcentajes de cuatro tonos principales: Cyan (C), Magenta (M) Amarillo (Y), Negro (B). Funciona en base a los colores primarios pigmento.

Tricromía.- Código cromático usado cuando el documento está destinado a ser expuesto por medio de una pantalla funciona mezclando los colores primarios luz: Rojo (R), Verde (G), Azul (B).

Serifas.- Remates usados en ciertos tipos de letras, tal como las usadas en la Times New Roman que es una de las tipografías con serifas más usadas actualmente.

Gráfica.- Cuando en este manual se mencione el término se estará hablando de un conjunto de elementos visuales comunes entre sí. La gráfica del museo se refiere al conjunto de elementos visuales usados dentro de las piezas.

Recurso gráfico.- Signo, imagen o grupo de imágenes, que pueden ser utilizados como parte de un proyecto de diseño gráfico. En este documento cuando se use el término se estará hablando de signos o aspectos tomados del análisis de la gráfica del museo que serán adaptados a la marca para de este modo representar de mejor manera al museo.

BIBLIOGRAFÍA

ALVAREZ., C., SÁNCHEZ, J. Los Grandes Museos., Madrid-España., Editorial Dastin Export, 2002, p. 9-38

AÑAÑAY ARTESANÍAS. Una Historia con Futuro., Cuenca-Ecuador., Habitierra., 2000., p. 34-132

DONDIS., D. La Sintaxis de la Imagen., traducido del inglés por Beramendi J., Barcelona-España., Editorial Gustavo Gili., 1973., p. 53-145

ITURRALDE., P., Mogrovejo., P. Duales y Recíprocos., Quito-Ecuador., Pablo Iturralde., 2004., 135 p.

MILLA., Z. Introducción a la Semiótica del Diseño Andino Precolombino., Lima-Perú., Editorial Amaru Wayra., 1990., 89 p.

OCAMPO., E. Como reconocer el Arte Precolombino de América del sur., Barcelona-España., Editorial Tres torres/EDUNSA., 1999., p. 20-37

ONTANEDA., S. Las antiguas Sociedades Precolombinas del Ecuador ., Quito-Ecuador., Banco Central del Ecuador., 2010., p. 20-244

APLICACIONES DE IMAGEN CORPORATIVA EN MUSEOS

http://issuu.com/hervispichardo/docs/manual_de_identidad_corporativa

<http://issuu.com/danigm/docs/museoartenativo>

<http://www.mcu.es/museos/docs/MC/MES/Rev0/estatalesRev0.pdf>

<http://www.siliciox.net/museos.html?gclid=CL-Q6rTBw6gCFYg65Qodwk8sqA>

http://www.cybertesis.cl/tesis/uchile/2005/rodriguez_1/html/index-frames.html

<http://es.scribd.com/doc/23309811/8/EL-DISENO-GRAFICO-EN-MUSEOS-Y-EXPOSICIONES>

ARQUEOLOGÍA

<http://es.wikipedia.org/wiki/Arqueolog%C3%ADa>

ARQUEOLOGÍA ECUATORIANA

http://www.hocquenghem-anne-marie.com/amh/2_piura_loja/09_amh_red_vial_incaica_en_la_region_sur_del_ecuador.pdf

FOCUS GROUP

http://ec.europa.eu/europeaid/evaluation/methodology/examples/too_fcg_res_es.pdf

<http://www.rrppnet.com.ar/focusgroups.htm>

IDENTIDAD CORPORATIVA

<http://www.elblogdegerman.com/2010/01/05/el-concepto-y-la-importancia-de-la-identidad-corporativa-en-las-organizaciones/>

http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/disenio_identidad_corporativa.pdf

<http://html.rincondelvago.com/programas-de-identidad-corporativa.html>

LEYES COMPOSITIVAS

<http://pdf.rincondelvago.com/introduccion-al-diseno-grafico.html>

<http://umes-diseno1-2010.blogspot.com/2010/02/clase-6-las-leyes-de-la-composicion.html>

MUSEOLOGÍA

<http://es.wikipedia.org/wiki/Museolog%C3%ADa>

<http://www.monografias.com/trabajos52/museologia-museo/museologia-museo.shtml>

<http://arte.laguia2000.com/museos/los-conceptos-de-museologia-y-museografia-definicion-y-evolucion>

<http://www.buscador.iu.mx/leer-online/?t=evolucionde+los+museos+PDF&d=http://revistas.ucm.es/byd/11321873/articulos/RGID9292120085A.PDF>

RETÍCULAS

<http://www.neopixel.com.mx/articulos-neopixel/articulos-diseno-grafico/335-seccion-aurea-composicion.html>

<http://es.scribd.com/doc/19790769/Diseno-Editorial-Reticulas>

http://www.alzado.org/articulo.php?id_art=483

ANEXOS

ANEXO 1

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

ENCUESTA

Objetivo:

Esta encuesta tiene el fin de determinar gustos y preferencias de niños y adolescentes de Riobamba, con el fin de Diseñar la imagen de un museo en la ciudad, y ambientar este para que sea del agrado de todo niño y adolescente de la ciudad.

Instructivo:

Por favor lea cada pregunta detenidamente y realice lo que se le solicita en cada una de ellas con la mayor sinceridad posible, ya que esto nos ayudará para nuestra investigación de proyecto de tesis.

1. ¿Qué es para ti un museo?

2. ¿Conoces algún museo, dentro de la ciudad?

3. ¿Qué museos de la ciudad de Riobamba conoces?

4. De esos museos selecciona tres que hayan sido los que más te gustaron.

5. ¿Con qué identificas un museo ?

6. ¿Cada qué tiempo vas a un museo?

Mes. ()

3 meses. ()

6 meses. ()

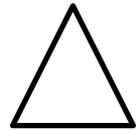
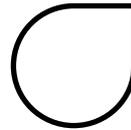
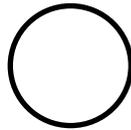
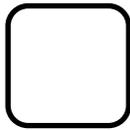
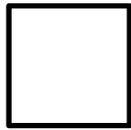
Año. ()

7. ¿Con qué colores identificas a un museo?

8. Mencione tres colores con los que te identifiques mejor o más te gusten.

9. Mencione las tres cosas que mas te gustan hacer en su tiempo libre.

10. De las figuras representadas indique con la que mas se identifique.



ANEXO 2

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMORAZO

FACULTAD DE INFORMATICA Y ELECTRÓNICA

ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO

DISEÑO DE LA MARCA

ENCUESTA

La presente encuesta tiene la finalidad de determinar cuál de las propuestas de marca realizadas para el Museo Alfonso Escobar León, será la utilizada para el programa de identidad corporativa.

-Instrucciones: Procura recordar lo mejor posible las imágenes que se te mostró, sobre todo la que más te haya gustado, luego responde con la mayor sinceridad posible las preguntas que se te harán con respecto a las imágenes.

1. Cual de las marcas que viste te agradó más?

A(), B(), C(), D(), E().

2. Que colores tiene la marca que escogiste.

3. Realiza un grafico de la marca que escogiste.

4. Le cambiarías algo a la marca que seleccionaste?

No ()

Si () de ser así que cambiarías? _____
