



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

ANÁLISIS DEL PATRIMONIO INTANGIBLE DE LA PARROQUIA
ALAUSÍ, PARA EL DESARROLLO DE ILUSTRACIONES
APLICADAS A SOUVENIRS CON EL PROPÓSITO DEL RESCATE
CULTURAL

Trabajo de titulación presentado para optar al grado académico de:

INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO

AUTORES: VARGAS GUERRERO PABLO JAVIER

FLORES ACOSTA MARJORIE SOCORRO

TUTOR: ING. ANDRÉS RODRÍGUEZ

Riobamba-Ecuador

2016

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ESCUELA DE INGENIERIA EN SISTEMAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de investigación: “ANÁLISIS DEL PATRIMONIO INTANGIBLE DE LA PARROQUIA ALAUSÍ, PARA EL DESARROLLO DE ILUSTRACIONES APLICADAS A SOUVENIRS CON EL PROPÓSITO DEL RESCATE CULTURAL”, es de responsabilidad de los señores Vargas Guerrero Pablo Javier y Flores Acosta Marjorie Socorro, trabajo que ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal; quedando autorizada su presentación.

Dr. Miguel Tasambay S. PhD

DECANO

Dis. Mónica Sandoval

**DIRECTORA DE ESCUELA
DE DISEÑO GRÁFICO**

Ing. Andrés Rodríguez

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

Lic. Pepita Alarcón

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DOCUMENTALISTA

SISBIB ESPOCH

“Nosotros, Pablo Javier Vargas Guerrero y Marjorie Socorro Flores Acosta somos responsables de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en este Trabajo de Titulación y del patrimonio intelectual. Trabajo que pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo”

Pablo Javier Vargas Guerrero

Marjorie Socorro Flores Acosta

DEDICATORIA

A nuestros padres, porque creyeron en nosotros y nos impulsaron para salir adelante en base a su ejemplo, otorgándonos valores dignos de superación y entrega, y hoy podemos dar gracias a ustedes y a Dios por alcanzar una meta más en nuestras vidas, logro alcanzado en base a esfuerzo, entrega y disciplina; de nuestra carrera dependeremos para lograr realizar nuevas metas con mayor esmero y con mayor esfuerzo, es su ejemplo vivimos...

AGRADECIMIENTO

Nuestra gratitud, principalmente está dirigida a Dios por habernos dado la vida y la capacidad de culminar la carrera.

A nuestros padres y hermanos que nos acompañaron a lo largo del camino, brindándonos el impulso necesario para continuar, entregándonos momentos de ánimo y lo que estuviera a su alcance mediante consejos, orientación y fraternidad.

A los docentes y amigos que nos han acompañado durante los años de carrera, motivándonos con sus experiencias y logros, poniendo expectativas y trazando objetivos, todo esto a través de su profesionalismo ético, su entrega en las aulas y su inmensa capacidad de compartir y guiar.

TABLA DE CONTENIDO

	Páginas
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvi
RESUMEN.....	xvii
SUMMARY.....	xviii
INTRODUCCION.....	1
CAPITULO I	
1. MÁRCO TEÓRICO.....	7
1.1 Definición de Patrimonio.....	7
1.1.1 Patrimonio Cultural.....	8
<i>1.1.1.1 Patrimonio Cultural Tangible o Material.....</i>	<i>9</i>
<i>1.1.1.2 Patrimonio Cultural Intangible o Inmaterial.....</i>	<i>10</i>
1.2 Cantón Alausí.....	12
1.2.1 Símbolos del Cantón Alausí.....	13
1.2.2 División Política.....	15
1.2.3 Características Demográficas.....	15
1.3 Parroquia Alausí.....	19
1.3.1 Nacionalidad Indígena de la Parroquia Alausí.....	20
<i>1.3.1.1 Nizag.....</i>	<i>20</i>
1.3.2 Patrimonio Intangible de la parroquia Alausí.....	22
1.3.3 Relatos e historias de los bienes patrimoniales de la parroquia Alausí.....	23
<i>1.3.3.1 La corrida de toros, fiesta de San Judas Tadeo el Gonzo.....</i>	<i>23</i>
<i>1.3.3.2 El Arranche de las gallinas.....</i>	<i>24</i>
<i>1.3.3.3 El juego de las cintas.....</i>	<i>24</i>
<i>1.3.3.4 Mollejas asadas.....</i>	<i>25</i>
<i>1.3.3.5 La comida en el día de los difuntos.....</i>	<i>25</i>
<i>1.3.3.6 Corina Silva.....</i>	<i>26</i>

<i>1.3.3.7 La banda Municipal.....</i>	26
<i>1.3.3.8 Toponimia de Alausí.....</i>	27
<i>1.3.3.9 Los toros en las fiestas de San Pedro en Alausí.....</i>	27
<i>1.3.3.10 Desfile de la alegría.....</i>	28
<i>1.3.3.11 La noche de los castillos.....</i>	28
<i>1.3.3.12 Los toros.....</i>	29
<i>1.3.3.13 Relatos de la construcción del ferrocarril.....</i>	29
<i>1.3.3.14 Leyenda de Eloy Alfaro en Alausí.....</i>	30
<i>1.3.3.15 Shigras.....</i>	30
<i>1.3.3.16 Zamarros.....</i>	31
<i>1.3.3.17 Las faldas.....</i>	31
<i>1.3.3.18 Tradiciones Orales de la nariz del diablo.....</i>	32
<i>1.3.3.19 Carrera de coches de madera.....</i>	32
<i>1.3.3.20 Elaboración de los coches de madera.....</i>	33
<i>1.3.3.21 Las ollas encantadas.....</i>	34
<i>1.3.3.22 La viga encebada en Alausí.....</i>	35
<i>1.3.3.23 Elaboración de la viga encebada.....</i>	36
<i>1.3.3.24 Torneo de cintas a caballo.....</i>	36
<i>1.3.3.25 La ganada de la plaza.....</i>	37
<i>1.3.3.26 Alausí un emporio de trabajo en la época ferroviaria.....</i>	38
<i>1.3.3.27 Elaboración del quesillo en Alausí.....</i>	39
<i>1.3.3.28 Alimentos tradicionales de las comunidades indígenas de Alausí.....</i>	40
<i>1.3.3.29 Fiesta de San Jerónimo de Huaylla Chico.....</i>	40
<i>1.3.3.30 Preparación de la chica de Jora en Huaylla Chico.....</i>	41
<i>1.3.3.31 La talabartería en Alausí.....</i>	41
<i>1.3.3.32 Confección del zamarro en Alausí.....</i>	42
<i>1.3.3.33 Elaboración de la montura en Alausí.....</i>	42
<i>1.3.3.34 Elaboración de la tortilla de papa.....</i>	43
<i>1.3.3.35 Receta del hornado de Alausí.....</i>	43
<i>1.3.3.36 Receta del choclomote con cuero.....</i>	44
<i>1.3.3.37 Infusión de manzanilla.....</i>	44
<i>1.3.3.38 Preparación del chapo.....</i>	45
<i>1.3.3.39 Infusión de llantén.....</i>	45
1.3.4 Nivel de sensibilidad de los bienes patrimoniales.....	46

1.3.5 Clasificación según los parámetros universales de la UNESCO	47
1.3.5.1 Tradiciones y expresiones orales.....	47
1.3.5.2 Artes del espectáculo.....	47
1.3.5.3 Usos sociales, rituales y actos festivos.....	47
1.3.5.4 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.....	48
1.3.5.5 Técnicas artesanales tradicionales.....	48
1.4 Marketing	49
1.4.1 Segmentación de mercados	49
1.4.1.1 Factores que influyen sobre el comportamiento del consumidor.....	49
1.4.1.2 Beneficios de la segmentación de mercados.....	50
1.4.1.3 Tipos de segmentación de mercados.....	50
1.4.1.4 Criterios de la segmentación de mercados.....	52
1.5 Los adolescentes	53
1.5.1 Desarrollo psicológico	53
1.5.2 Desarrollo cognitivo	53
1.5.3 Desarrollo afectivo	53
1.5.4 Desarrollo de la personalidad	54
1.5.4.1 Afirmación del SI mismo.....	54
1.5.4.2 Desarrollo de la identidad.....	54
1.5.1.3 Tendencia grupal.....	55
1.5.4.4 Contradicciones sucesivas en las manifestaciones conductuales.....	55
1.5.4.5 Necesidad de seguridad, comprensión y confianza.....	55
1.6 Elementos Compositivos	56
1.6.1 Bocetos	56
1.6.2 Estructura y Módulo	58
1.6.2.1 Estructura.....	58
1.6.2.2 Módulo.....	60
1.6.3 Tipografía	62
1.6.3.1 Romanas o Serif.....	63
1.6.3.2 Palo seco o San Serif.....	64
1.6.3.3 Rotuladas.....	65
1.6.3.4 Decorativas.....	66
1.6.4 El color	67
1.6.4.1 Colores cálidos y fríos.....	68

1.6.4.2	Colores primarios, secundarios y terciarios.....	68
1.6.4.3	Colores análogos, complementarios y triada.....	70
1.6.4.4	Tedrática , complementarios SPLIT, esquema cuadrado.....	70
1.6.4.5	Clasificación de lo grupo de colores.....	71
1.7	La ilustración.....	73
1.7.1	Definición de ilustración.....	73
1.7.1.1	Función de la Ilustración.....	75
1.7.1.2	Clasificación de la Ilustración.....	75
1.7.2	Tipos de Ilustración.....	78
1.7.2.1	Electro.....	78
1.7.2.2	Surrealista.....	78
1.7.2.3	Doodle.....	79
1.7.2.4	Manga.....	79
1.7.2.5	Complementaria.....	80
1.7.2.6	Realista.....	80
1.7.3	Estilos.....	81
1.7.4	Técnicas.....	82
1.8	Souvenirs.....	87
1.8.1	Tipología de los souvenirs para adolescentes.....	89

CAPITULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	90
2.1	Tipo de Investigación.....	90
2.2	Tipo de muestreo.....	91
2.3	Tamaño de la población.....	91
2.4	Muestra.....	92
2.4.1	Unidad de Observación.....	92
2.4.2	Cálculo de la muestra.....	92
2.4.3	Tipo de muestreo.....	93
2.5	Operacionalización de las variables.....	94
2.6	Instrumentos para la recolección de información.....	95
2.6.1	Selección de instrumentos de investigación (encuesta, entrevista, observación, etc.)...	95

2.6.2	Modelo de Instrumento de Investigación	95
2.6.2.1	Ficha de observación.....	95
2.6.2.2	Encuesta.....	95
2.6.2.3	Ficha bibliográfica.....	96
2.6.2.4	Entrevista.....	96
2.7	Marco Metodológico del Diseño	97
2.7.1	Análisis de la información.....	97
2.7.2	Metodología para diseñar.....	98
2.7.2.1	Problematización.....	98
2.7.2.2	Análisis del patrimonio en riesgo.....	99

CAPITULO III

3.	PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	103
3.1	Información básica de los encuestados.....	103
3.2	Información sobre el nivel de conocimiento del Patrimonio.....	105
3.3	Información sobre el diseño: souvenirs, elementos del diseño, tipo de ilustración...	108
3.3.1	Souvenirs.....	108
3.3.2	Elementos del diseño.....	109
3.3.2.1	Color.....	109
3.3.2.2	Tipografía.....	110
3.3.3	Tipo de Ilustración.....	112
3.4	Intereses personales.....	113

CAPITULO IV

4.	PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA	115
4.1	Desarrollo de la propuesta.....	116
4.2	Desarrollo creativo.....	117
4.3	Etiqueta.....	125
4.3.1	Características técnicas, diagramación y diseño de la etiqueta.....	125
4.4	Manual de normas técnicas sobre el manejo de las ilustraciones.....	127

4.4.1 Estructura del manual	127
4.4.1.1 <i>Presentación</i>	127
4.4.1.2 <i>Souvenirs</i>	129
4.4.1.3 <i>Normativas generales</i>	132
4.5 Composición final, ejemplo	133
4.6 Ilustraciones finales	134
CONCLUSIONES	138
RECOMENDACIONES	139
GLOSARIO	
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

INDICE DE TABLAS

Tabla 1-1	Población por área, según provincia, cantón y parroquia del empadronamiento 2010.....	16
Tabla 2-1	Crecimiento poblacional desde el año 2001 hasta el 2010 del cantón Alausí.....	17
Tabla 3-1	Tasa de tendencia de crecimiento poblacional desde el año 2001 hasta el 2025 del cantón Alausí.....	18
Tabla 4-1	Patrimonios Intangibles inventariados en la parroquia Alausí, según decreto de emergencia al patrimonio cultural del INPC.....	22
Tabla 5-1	Nivel de sensibilidad y descripción de los Patrimonios intangibles de la parroquia Alausí, según el decreto de emergencia al patrimonio.....	46
Tabla 6-1	Factores que influyen sobre el comportamiento del consumidor.....	50
Tabla 7-1	Criterios de segmentación de mercados.....	71
Tabla 8-1	Clasificación y ejemplos de los tipos de boceto.....	57
Tabla 9-1	Clasificación tipográfica primaria de los tipos Romanos.....	63
Tabla 10-1	Clasificación tipográfica primaria de los tipos de Palo seco.....	64
Tabla 11-1	Clasificación tipográfica primaria de los tipos Rotulados.....	65
Tabla 12-1	Clasificación tipográfica primaria de los tipos Decorativos }.....	66
Tabla 13-1	Souvenirs según la pirámide de Abram Maslow que va con el público objetivo..	89
Tabla 1-2	Población por grupos de edad de la parroquia Alausí.....	91
Tabla 2-2	Operacionalización de las variables dentro del tema de estudio.....	94
Tabla 3-2	Nivel de sensibilidad de los patrimonios intangibles de la parroquia Alausí.....	97
Tabla 4-2	Análisis previo para el desarrollo de las ilustraciones, destacado lo más esencial para denotar en las ilustraciones.....	100
Tabla 1-4	Bienes patrimoniales representados en las ilustraciones.....	116
Tabla 2-4	Desarrollo de las ilustraciones.....	119
Tabla 3-4	Souvenirs, Tradiciones y expresiones orales.....	129
Tabla 4-4	Souvenirs. Artes del espectáculo.....	130
Tabla 5-4	Souvenirs, Usos sociales, rituales y actos festivos.....	130
Tabla 6-4	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.....	131
Tabla 7-4	Técnicas tradicionales artesanales.....	131
Tabla 8-4	Conglomerado de ilustraciones finales.....	134

INDICE DE FIGURAS

Figura 1-1	Escudo GADM Alausí, provincia de Chimborazo – Ecuador.....	12
Figura 2-1	Bandera del cantón Alausí, provincia de Chimborazo – Ecuador.....	13
Figura 3-1	Mapa base del cantón Alausí.....	13
Figura 4-1	Indígenas de Nizag.....	20
Figura 5-1	Corrida de toros, fiesta de San Judas Tadeo en Gonzo.....	23
Figura 6-1	El Arranche de las gallinas.....	24
Figura 7-1	El juego de las cintas.....	24
Figura 8-1	Mollejas asadas.....	25
Figura 9-1	La comida en el día de difuntos.....	25
Figura 10-1	Corina Silva.....	26
Figura 11-1	La banda Municipal.....	26
Figura 12-1	Toponimia de Alausí.....	27
Figura 13-1	Los toros en las fiestas de pueblo de San Pedro en Alausí.....	27
Figura 14-1	Desfile de la alegría.....	28
Figura 15-1	La noche de los castillos.....	28
Figura 16-1	Los toros.....	29
Figura 17-1	Relatos de la construcción del ferrocarril.....	29
Figura 18-1	Monumento a Eloy Alfaro en Alausí.....	30
Figura 19-1	Shigras.....	30
Figura 20-1	Los zamarros.....	31
Figura 21-1	Las faldas.....	31
Figura 22-1	Viajando en tren.....	32
Figura 23-1	Carrera de coches de madera.....	32
Figura 24-1	Elaboración de los coches de madera.....	33
Figura 25-1	Las ollas encantadas.....	34
Figura 26-1	La viga encebada en Alausí.....	35
Figura 27-1	Madera de caña.....	36
Figura 28-1	Torneo de cintas a caballo.....	36
Figura 29-1	La ganada de la plaza.....	37
Figura 30-1	Estación del tren.....	38

Figura 31-1	Quesillo.....	39
Figura 32-1	Tubérculos.....	40
Figura 33-1	Fiesta de San Jerónimo.....	40
Figura 34-1	Chica de Jora.....	41
Figura 35-1	Talabartería en Alausí.....	41
Figura 36-1	Confección del zamarro.....	42
Figura 37-1	Elaboración de la montura en Alausí.....	42
Figura 38-1	Tortilla de papa.....	43
Figura 39-1	Plato de hornado.....	43
Figura 40-1	Plato de choclomote con cuero.....	44
Figura 41-1	Manzanilla.....	44
Figura 42-1	Chapo.....	45
Figura 43-1	Té de llantén.....	45
Figura 44-1	Boceto, dibujo manga.....	56
Figura 45-1	Boceto, dibujo elefante.....	57
Figura 46-1	Boceto, dibujo manga.....	57
Figura 47-1	Boceto videojuego.....	57
Figura 48-1	Círculo cromático de Oswald.....	67
Figura 49-1	Colores cálidos y fríos.....	68
Figura 50-1	Colores primarios.....	68
Figura 51-1	Colores secundarios.....	69
Figura 52-1	Colores terciarios.....	69
Figura 53-1	Colores análogos, complementario y tiradica.....	70
Figura 54-1	Tedriática, complementaria de SPLIT, esquema cuadrado.....	70
Figura 55-1	Colores apagados o sucios y los colores pastel.....	71
Figura 56-1	Blanco, negro y gama de grises.....	71
Figura 57-1	Colores brillantes.....	72
Figura 58-1	Colores fosforescentes.....	72
Figura 59-1	Ilustración surrealista.....	73
Figura 60-1	Ilustración redundante.....	74
Figura 61-1	Ilustración decorativa.....	74
Figura 62-1	Ilustración complementaria.....	75
Figura 63-1	Ilustración publicitaria.....	76
Figura 64-1	Ilustración narrativa.....	76

Figura 65-1	Ilustración narrativa, ilustración de la mano.....	77
Figura 66-1	Ilustración técnica, cámara fotográfica CANON.....	77
Figura 67-1	Ilustración estilo electro.....	78
Figura 68-1	Ilustración estilo surrealista.....	78
Figura 69-1	Ilustración estilo doodler.....	79
Figura 70-1	Ilustración estilo manga.....	79
Figura 71-1	Ilustración estilo burtoniano o complementaria.....	80
Figura 72-1	Ilustración estilo realista.....	80
Figura 73-1	Estilos de ilustración.....	81
Figura 74-1	Técnica de carboncillo.....	82
Figura 75-1	Técnica de lápiz grafito.....	82
Figura 76-1	Técnica de lápiz a color.....	83
Figura 77-1	Técnica con pasteles duros.....	83
Figura 78-1	Técnica con pasteles grasos.....	84
Figura 79-1	Técnica con pasteles ceras.....	84
Figura 80-1	Técnica con acuarela.....	85
Figura 81-1	Técnica con tempera.....	85
Figura 82-1	Técnica con oleo.....	86
Figura 83-1	Técnica mixta.....	87
Figura 84-1	Técnica digital.....	87
Figura 1-4	Diseño de la etiqueta para los souvenirs.....	126
Figura 2-4	Manual de manejo de las ilustraciones.....	128
Figura 3-4	Páginas de inicio.....	128
Figura 4-4	Descripción del ámbito y presentación de las ilustraciones.....	128
Figura 5-4	Descripción de las ilustraciones, aspectos del diseño, aplicación y composición final.....	129
Figura 6-4	Normativas de diseño.....	132
Figura 7-4	Composición final de las ilustraciones.....	133

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-1	Número de mujeres y hombres del cantón Alausí.....	15
Gráfico 2-1	Número de hombre y mujeres ubicados en la zona urbana y rural del cantón Alausí.....	16
Gráfico 3-1	Decrecimiento poblacional desde el año 1990 hasta el 2001 del cantón Alausí..	17
Gráfico 1-3	Porcentaje del género de encuestados.....	104
Gráfico 2-3	Porcentaje de edades de los encuestados.....	104
Gráfico 3-3	Nivel de conocimiento sobre el patrimonio por parte de los encuestados.....	105
Gráfico 4-3	Motivos por los cuales se desconoce sobre el patrimonio.....	106
Gráfico 5-3	Nivel de interés por la conservación del patrimonio.....	107
Gráfico 6-3	Colores de preferencia.....	109
Gráfico 7-3	Selección primaria de los tipos.....	110
Gráfico 8-3	Selección de la tipografía Rotulada.....	111
Gráfico 9-3	Selección del tipo de Ilustración.....	112
Gráfico 10-3	Actividades favoritas de los adolescentes de Alauí.....	113
Gráfico 11-3	Lugares más visitados por los adolescentes en Alausí.....	133
Gráfico 12-3	Redes sociales más usadas por los adolescentes.....	133

RESUMEN

Analizar el patrimonio intangible de la parroquia Alausí, mediante la investigación de las características más representativas, para el desarrollo de ilustraciones aplicadas a souvenirs para apoyar el rescate cultural, dirigido a jóvenes de 14 a 17 años. Se analizó toda la información recogida en diferentes fuentes como fichas, libros, publicaciones, revistas, etc.; para conocer cuáles son los bienes considerados patrimonios intangibles, con el fin de determinar el nivel de riesgo en el que se encuentran, se trabajó con los 19 patrimonios que están en alto riesgo de sensibilidad en la memoria de los alauseños, factor que se consideró en el trabajo de diseño. Se estudió el grupo objetivo de la parroquia Alausí, 108 personas que fueron el resultado de una muestra representativa de la población de adolescentes entre 14 y 17 años para conocer sus preferencias y determinar las causas de la falta de interés sobre el patrimonio cultural intangible y así neutralizar este efecto en el grupo a través de las ilustraciones. Una de las metodologías de diseño implementadas fue el trabajo realizado in situ, para reconocer el problema e involucrarse con él, de esta forma se observó la amplia gama de posibilidades que ofrece el ámbito cultural; mediante la aplicación de encuestas y entrevistas se confirmó que los adolescentes son sensibles al cambio y con un espíritu motivador, que ayuda a la promoción, uso y difusión de las ilustraciones a través de los souvenirs como: camisetas, estuches de celulares, naipes, cuadernos, billeteras, que fueron el resultado del trabajo de investigación y también los preferidos por los adolescentes según lo arrojado en la cuantificación de los datos en las encuestas, se determinó el estilo gráfico doodler como el más apropiado y de mayor preferencia para la aplicación en los souvenirs, según el 30% de la muestra. Se concluye que el público responde a imágenes y conceptos que tengan un sentido cultural, el cual les permite conocer y apreciar sobre su historia, patrimonio e identidad. Se recomienda para este segmento de mercado la utilización de imágenes relacionadas a su cultura y elementos que cusen interés para usarlos como un medio para la transmisión de mensajes.

Palabras clave: <DISEÑO GRÁFICO> <ILUSTRACIONES DIGITALES> <SOUVENIR>
<PATRIMONIO INTANGIBLE> <RESCATE CULTURAL> < ALAUSÍ (PARROQUIA)>

SUMMARY

The main purpose of this study is to conduct an analysis of the intangible heritage from Alausí, by researching the most representative characteristics for the development of illustrations applied to souvenirs to support the cultural rescue; addressed to young people between 14-17 years old. All the collected data coming from several sources as: records, books, journals, magazines, were analysed in order to know which goods are considered as intangible, which was useful to determine the level of risk in which these goods are enclosed. The study was carried on by using 19 vulnerable patrimonies remaining in the memory of the inhabitants from Alausí, factor that was considered in the design work. The target group from Alausí was taken under study where 108 individuals resulting in a representative sample formed by adolescents ranging between 14-17 years old to get information about their preferences and determine the causes for the lack of interest in the cultural immaterial heritage thus, counteract this effect in the group by means of the illustrations. One of the design methodologies applied was the work performed in situ, to figure out the problem and get involved with it, so that it was possible to visualize the wide range of possibilities offered by the cultural scope, after, having conducted surveys and interviews it was concluded that teenagers are sensitive to change as well as a motivating spirit, which helps the promotion, use and diffusion of illustrations through souvenirs such as shirts, cases of cell phones, cards, notebooks, wallets, which resulted as the most preferred by teenagers after research work, and surveys tabulation process, also another finding demonstrated that the graphic style doodler was the most appropriate and of higher preference for its application the souvenirs, according to 30% of the sample. It is concluded that the audience responds to images and concepts that portrait a cultural sense, which allows them to get involved and appreciate their history, heritage and identity. It is recommended for this market segment to use images related to their culture as well as elements causing interest to be used as a means for transmitting messages

Key words: <Graphic design> <Digital illustrations> <souvenir> <Intangible heritage> <Cultural recovery> <Alausí>

INTRODUCCIÓN

El aspecto cultural en la actualidad es un motivo de estudio muy importante y lleno de posibilidades, con la atención prestada al rescate de la cultura y con el fin de mantener viva la identidad particular de los pueblos se propone un tema lleno de particularidades y de descubrimientos interesantes y enriquecedores a nivel académico y personal.

El tema en cuestión desemboca en ilustraciones aplicadas a souvenirs, trabajo arduamente desarrollado durante un periodo de tiempo que nos permitió redescubrir aspectos de la cultura alauseña bastante interesantes y nuevos, y con el mismo interés tratar de reflejarlos en el trabajo final.

Este trabajo fue analizado y metódicamente desarrollado para alcanzar un fin sencillo y profundo; el llegar a los adolescentes con una propuesta innovadora requirió de la investigación y del conocimiento amplio del tema de estudio, aspectos que son sintetizados y ampliamente explicados en los capítulos siguientes.

Es así que con el entusiasmo y la recompensa de un trabajado realizado a conciencia invitamos a los lectores a descubrir aspectos de la cultura, del diseño y de la composición para el desarrollo del presente trabajo.

Planteamiento del problema

Antecedentes

Según el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2014, la parroquia Alausí cuenta con un amplio inventario de bienes patrimoniales culturales intangibles. La importancia de rescatar y repotenciar los patrimonios culturales intangibles viene de la mano de la necesidad de comunicar y preservar la cultura a la que pertenece y la historia que guarda cada una de estas heredades.

Al promover al Ecuador como una potencia turística se debe dar particular importancia a la historia que forma parte de la identidad nacional, el habitante local debe valorar lo que le rodea para que el turista pueda apreciarlo de la misma forma y llevarse al país y sus particularidades como un sitio al cual quiere regresar.

El patrimonio Cultural, según Ximena Taday, de la Dirección de Turismo del Municipio de Alausí, explicó que esta denominación es “por sus tradiciones, costumbres, gastronomía, artesanías, vestimentas, etnias, historia y leyendas” (Telégrafo, 2012, <http://www.ppelverdadero.com.ec/mi-pais/item/alausi-la-ciudad-andina-de-los-cinco-patrimonios.html>).

Según EGAÑA en 2011, menciona que el rescate del Patrimonio y de la Identidad Nacional ha sido uno de los fuertes del régimen actual, es así que se ha creado “Estrategias de salvaguardia para el patrimonio material e inmaterial”, organizado por la regiones.

Alausí cuenta con un registro inventariado del patrimonio intangible, mas trabajos gráficos formales no se han realizado con el propósito de exponer los patrimonios intangibles de la parroquia con fines publicitarios y turísticos; se cuenta con información asilada en blogs, videos caseros, afiches que no responden a composiciones formales del diseño gráfico.

Se pretende diseñar ilustraciones para souvenir dirigido a adolescentes de la parroquia, con mensajes y elementos del diseño que ayude a generar un sentido de pertenencia y de conservación, para que sean ellos quienes promuevan la cultura y la identidad con el fin de que estos bienes históricos intangibles, puedan ser apreciados por personas locales y extranjeras.

Formulación del problema

“El patrimonio comprende los bienes tangibles e intangibles heredados de los antepasados, el ambiente donde se vive, los campos, ciudades y pueblos; las tradiciones y creencias que se comparten; los valores y religiosidad; la forma de ver el mundo y adaptarse a él”. (Garrido, 2000, p. 2)

En base a lo mencionado se señala que el patrimonio intangible es importante porque muestra la relación que existe entre la gente con la historia, sus legados ancestrales y sus particularidades culturales, formando de esta manera lo que denominamos identidad, y es en base a esto que se puede ofrecer algo diferente porque la identidad nos hace únicos.

Es necesario mencionar que son considerados patrimonio cultural intangible: el lenguaje, literatura, música y danza, juegos y deportes, tradiciones culinarias, los rituales y mitologías, conocimientos y usos relacionados con el universo, los conocimientos técnicos relacionados con la artesanía y los espacios culturales se encuentran entre las muchas formas de patrimonio inmaterial.

Sin embargo a pesar de la riqueza patrimonial intangible que existente en la parroquia Alausí, los jóvenes, que constituyen más de la mitad de la población local, han dejado de recrear y revitalizar el patrimonio, así como se ha identificado su insensibilización sobre la importancia de su cultura y de los demás pueblos.

Es importante para ellos y para las generaciones futuras que el patrimonio inmaterial sea protegido. La participación activa en la conservación del patrimonio vivo no sólo es una manera de afirmar su identidad individual sino también contribuye al bienestar colectivo, además de crear nuevas oportunidades para su desarrollo.

Sistematización del problema

¿Es importante el rescate del patrimonio intangible de la parroquia Alausí?

¿Cuál es la importancia que han dado las autoridades hacia la preservación del patrimonio intangible?

¿Qué tanto conocen los jóvenes el patrimonio intangible de la parroquia Alausí?

¿Existe interés por parte de los jóvenes hacia el cuidado del patrimonio intangible?

¿Las ilustraciones ayudarán al rescate del patrimonio intangible para los jóvenes?

¿Cómo llegará el mensaje a los jóvenes sobre el rescate del patrimonio intangible?

¿Cómo beneficiará este proyecto a la parroquia Alausí?

JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Justificación teórica

El rescate del patrimonio inmaterial de la parroquia Alausí radica su importancia en la juventud alauseña que en la actualidad ha ido perdiendo el interés por conocer la herencia de sus antepasados, conscientes de esto se busca recuperar la identidad que el patrimonio intangible brinda.

También busca defender su protección, reconocimiento y divulgación mediante el diseño de ilustraciones aplicadas a souvenirs, con el fin de promover de una manera más directa el mensaje de conservación.

En la misma constitución se expresa el deber de proteger y conservar el patrimonio, manifestado en los siguientes artículos: “*Art. 276*, numeral 7.- Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar y preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural” (Constitución de la República del Ecuador, 2008, p.136.).

Y “*Art 380*, numeral 1.- Velar, mediante políticas permanentes, por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del patrimonio cultural tangible e intangible de la riqueza histórica, artística, lingüística y arqueológica, de la memoria colectiva y del conjunto de valores y manifestaciones que configuran la identidad plurinacional, pluricultural y multiétnica del Ecuador”. (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pp.171-172.).

Justificación aplicativa

Una forma eficiente de llegar a los jóvenes es a través de lo que a este grupo más le interese, es decir usar elementos, composiciones, colores, tipografías y demás elementos gráficos con los que ellos se sientan identificados.

Generar el interés sobre el tema en cuestión con el fin de mantener vivas las raíces que hacen diferente a una comunidad de otra y que son aparcamiento para formar una llamada “Identidad Nacional”, identidad que se va formando de las particularidades que cada ciudad aporta al engrandecimiento común.

Las ilustraciones que representan el patrimonio intangible son una forma de transportar y promover cultura, de dar a conocer historia, y generar la preservación de la que se habla.

Resumir la investigación sobre el patrimonio intangible de la parroquia Alausí mediante las ilustraciones aplicadas en los souvenir será la culminación de un proceso que desemboque en un cambio de actitud en los pobladores y en el grupo que se determinó para la aplicación del trabajo.

OBJETIVOS

Objetivo General

Analizar el patrimonio intangible de la parroquia Alausí, mediante la investigación de las características más representativas, para el desarrollo de ilustraciones aplicadas a souvenirs con el fin de apoyar el rescate cultural, dirigido a jóvenes de 14 a 17 años.

Objetivos Específicos

- Investigar sobre el patrimonio intangible de la parroquia Alausí determinando lo más representativo.
- Realizar un estudio sobre el público objetivo
- Determinar los tipos de ilustraciones y souvenirs más adecuadas al público objetivo.
- Planificar el desarrollo de propuestas
- Realizar los diseños de ilustraciones para aplicarlos a los souvenirs

CAPÍTULO I

1. MÁRCO TEÓRICO

1.1 Definición de patrimonio

“El patrimonio es cobijo y soporte de la dignidad y la identidad de todas y todos. El patrimonio es un espejo, un andamiaje que le da soporte, material y espiritual, a nuestro proyecto de fundar una sociedad humana, soberana, sustentable e incluyente.” (Nuestro Patrimonio, Revista del Ministerio Coordinador del Patrimonio, 2011, p.2).

El patrimonio es lo que nos identifica como sociedad, lo que nos distingue y nos da relevancia a nivel mundial por todas las particularidades que presenta cada región, es así que la belleza y la diversidad se conjuga como un tejido donde cada célula es importante y facilita la integración de la nación porque en cada una de ellas se concentra historia, herencia, tradición e identidad.

La herencia es lo que debe prevalecer en todos los ámbitos posibles, es lo que se debe cuidar porque así como nos fue otorgada se debe entregar en mejores condiciones y con mayores preceptos de conservación y de pertenencia, esto actualmente es un motivo turístico y obviamente económico

Por esta razón el estado a través de distintos organismos pretende conservar y potenciar este patrimonio en todos sus espectros y denominaciones, en la actualidad y con la necesidad de comunicar la importancia que tiene el patrimonio, los comunicadores visuales impulsan mensajes e imágenes a la sociedad para que sea esta la custodia y guardiana del patrimonio que le rodea.

“El patrimonio es el pan y la sal de cada día; el alimento que nos permite nutrir nuestro sentido de pertenencia dentro del ejercicio de la diversidad y la interculturalidad. Además es sustento del desarrollo social y económico del país y un elemento que fortalece las identidades ciudadanas con sus entornos ambientales y culturales.” (Nuestro Patrimonio, Revista del Ministerio Coordinador del Patrimonio, 2011, p.2)

La palabra patrimonio viene del latín patrimonium, “que se refiere a aquello que se ha recibido por línea paterna.” (WordPress, 2008, <http://www.significados.com/patrimonio/>).

Tomando en cuenta la procedencia del el término entendemos que patrimonio es una heredad, proveniente desde antiguas generaciones y que se va proyectando a subsistir en el futuro sin perder sus singularidades.

La forma más objetiva de prevalecer es la adaptación al ámbito actual en el que se desarrolle la sociedad, es decir que evolucione e interactúe con ella, es claro que los gustos y percepciones cambian conforme el tiempo, es por eso que se debe mantener en permanecía campañas que promuevan el interés hacia el patrimonio para que las generaciones venideras conozcan y se identifiquen con la realidad de su herencia.

El patrimonio tiene un sinnúmero de denominaciones que permiten estudiarlo de forma más específica, es así que tenemos los siguientes patrimonios, según la UNESCO:

- Natural, se refiere a todas las reservas, parques y biosferas.
- Cultural, tiene un espectro más amplio y se divide en:
 - Tangible, todo lo físico y palpable
 - Mueble, referente a manuscritos, Obras de arte y artesanías, Grabaciones. Etc.
 - Inmueble, referente a Monumentos, Sitios arquitectónicos, Paisajes culturales, Etc.
 - Intangible, donde se ubica el lenguaje, costumbres, religiones, leyendas, mitos, música.

Según el INPC (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2013.)

- Mueble: Objetos con valor histórico, artístico, científico o industrial, evidencia de la capacidad e inventiva del hombre.
- Inmueble: Edificaciones, conjuntos urbanos, espacios públicos, con valor histórico, estético, tipológico y técnico constructivo.
- Inmaterial: Manifestaciones y expresiones culturales, cuyos saberes, conocimientos, técnicas y prácticas han sido transmitidos de generación en generación.
- Documental: Manuscritos, impresos, audiovisuales, fotografías, que contribuyen al conocimiento de una sociedad.
- Arqueológico: Vestigios materiales que nos permiten conocer acerca de las sociedades del pasado en el actual territorio del ecuatoriano.

1.1.1 Patrimonio Cultural

Según José Luis García, 1998, son motivos muy distintos los que definen al patrimonio cultural, este término es una salvaguardia de la cultura porque contempla motivos como: antigüedad, vigencia, naturaleza, etc.

La cultura es el patrimonio total que se pretende cuidar y hacer prevalecer visto que cada cultura antropológicamente hablando es distinta y tiene sus particularidades en cuyo caso el hablar de un patrimonio es limitante puesto que la cultura es el todo lo que envuelve a la sociedad y se re potencializa en los ámbitos que se la incluye.

Es decir una campaña publicitaria responde de mejor manera cuando evoca signos y símbolos que hacen referencia a la cultura del grupo objetivo al que se lo propone.

La cultura no es un hecho comercial porque se deformaría, el punto de vista de la perdurabilidad es hacerla que a pesar de la interculturalidad no pierda sus características y es ahí donde los artífices de lo mencionado deben ser los principales actores del cuidado de “su cultura”, como parroquia, cantón y nación

Definición Patrimonio Cultural de la Unesco

“El Patrimonio Cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas.” (Definición elaborada por la Conferencia Mundial de la UNESCO sobre el Patrimonio Cultural, celebrada en México en el año 1982).

El concepto de patrimonio cultural es subjetivo y dinámico, por ende sujeto a cambios y no depende de los objetos o bienes sino de los valores que la sociedad en general les atribuyen en su particularidad y en cada momento de la historia y es la sociedad la que determinan qué bienes son los que hay que proteger y conservar para la posteridad, esto bien de la mano de la comunicación que permite conocer cuáles son y en general preservarlo todos.

“La visión restringida, singular, antigua, monumental y artística del patrimonio del siglo XIX será superada durante el siglo XX con la incorporación del concepto de valor cultural. Todas aquellas entidades materiales e inmateriales significativas y testimoniales de las distintas culturas, sin establecer límites temporales ni artísticos, considerando así las entidades de carácter tradicional, industrial, inmaterial, contemporáneo, subacuático o los paisajes culturales como garantes de un importante valor patrimonial.”(Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, 2005).

Como se ha visto el patrimonio cultural es un aspecto muy amplio sobre lo que es importante y perdurable para la sociedad, dentro de este concepto tenemos dos espectros que definen de una forma más especializada al patrimonio como razón de estudio.

El patrimonio se define en dos grandes grupos como son: el patrimonio tangible e intangible. Cada uno de ellos con diferencias bien marcadas que analizaremos a continuación.

1.1.1.1 Patrimonio Cultural Tangible o Material

“El Patrimonio Cultural Material es la herencia cultural propia del pasado de una comunidad que poseen un especial interés histórico, artístico, arquitectónico, urbano, arqueológico.” (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2015.).

Clasificación del Patrimonio Material:

- **Bienes Arqueológicos:** Sitios, piezas y colecciones arqueológicas.
- **Bienes Muebles:** Pinturas, esculturas, retablos, murales, textiles. Orfebrería, filatelia, numismática, piezas etnográficas, patrimonio fílmico y documental, etc.
- **Bienes Inmuebles:** Arquitectura civil, religiosa, vernácula, funeraria, plazas, caminos, etc.

Es lo más visible y potencializado con respecto al patrimonio, es básicamente lo que nos rodea y que lo se preserva porque los patrimonios materiales guardan en ellos historia, leyendas y demás, ambos patrimonios están obligatoriamente conjugados.

Alausí es el cantón y la parroquia, es una ciudad patrimonial en sí y dentro de ella esta lo intangible, y nuestra razón de estudio, por eso no se puede deslindar lo uno del otro y es importante hacerlo denotar, el país y su riqueza material es importante porque es la puerta de entrada a lo inmaterial.

Como conocer San Francisco en Quito y no saber la leyenda de su construcción, la información quedaría incompleta o se perdería el misticismo que le da lo inmaterial que viene a ser la esencia de lo tangible, en palabras más sencillas sería como quitarle el alma a un cuerpo se vería disfuncional o poco interesante.

Un patrimonio Material es la tarjeta de invitación, porque en la composición de un afiche colocamos en su máximo esplendor la iglesia o el monumento más atrayente de una ciudad y en su interior está la esencia de esa arquitectura o paisaje, porque ahí vive la cultura de la localidad en particular, sus costumbres, su gastronomía, etc.

Y es lo que quedará en la mente del visitante y así mismo también será lo que la persona local promueva y preserve.

1.1.1.2 Patrimonio Cultural Intangible Inmaterial

“El patrimonio cultural inmaterial comprende los usos, representaciones, conocimientos, técnicas, tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestras futuras generaciones.” (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2015.).

“El patrimonio cultural inmaterial, crisol de la diversidad cultural y garante del desarrollo sostenible...” (La Salvaguardia de la Cultura Tradicional y Popular UNESCO, 1989, p.1.)

Ámbitos de Patrimonio Inmaterial:

- Tradiciones y expresiones orales.
- Artes del espectáculo.
- Usos sociales, rituales y actos festivos.
- Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.
- Técnicas artesanales tradicionales.

Se entiende por “patrimonio cultural inmaterial” los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su propio patrimonio cultural.

El patrimonio cultural inmaterial, se transmite de generación en generación, y por este hecho está sujeto a cambios, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y con la historia, le infunde un sentimiento de identidad y continuidad, esto debe promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana.

Es deber de todos los involucrados con la comunidad así como autoridades el preservar estos bienes debemos tener en cuenta que el patrimonio cultural inmaterial que es compatible con los instrumentos internacionales de derechos humanos existentes y con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible.

Como ya se ha mencionado el “Patrimonio Cultural Inmaterial” es la esencia de una comunidad, de un pueblo y sumándolos todos de una nación, así Ecuador es la suma de muchos patrimonios con particulares características que enriquecen a la mencionada Interculturalidad.

Aspectos tan simples como una comida típica, o una artesanía conforman lo conocido como patrimonio de una localidad, esto se ve amenazado por múltiples razones socioculturales, motivo por el cual distintos organismos nacionales e internacionales procuran leyes y ordenanzas que permitan la conservación y la participación de la ciudadanía como entes fundamentales de la conservación y promoción del patrimonio

Puntos específicos se derivan de este tema como por ejemplo, el turismo sostenible en donde la comunidad participa de forma activa en la promoción de todos los aspectos de la vida diaria haciendo al turista parte del diario vivir, rompiendo una monotonía de visita; en el campo visual los estudios icónicos y gráficos permiten tener una mayor identificación con códigos visuales, tipografías y demás elementos de la composición gráfica, actualmente y por interés gubernamental.

El patrimonio ha entrado desde el 21 de diciembre del 2007 en un proceso denominado “Emergencia al Sector de Patrimonio Cultural”, donde el estado desembolsó 33 millones de dólares para emprender la tarea de rescate del patrimonio donde se contempló lo siguiente:

- Dotación de seguridad a los bienes en riesgo
- Creación del sistema Nacional de Gestión de los Bienes Culturales
- Difusión y Sensibilización ciudadana para valorar el patrimonio

De esta manera y con la organización establecida se emprendió un levantamiento de inventarios organizados de los bienes de cada localidad, rescatando así un sin número de aspectos culturales que responden a un patrimonio heredado,

Se apoyó el estudio y análisis en personas especializadas con grupos multidisciplinarios de arquitectos, restauradores, historiadores, arqueólogos, antropólogos, ingenieros, abogadas y administrativo-financieros.

Así mismo la UNESCO decreto lo siguiente haciendo que la comunidad se el ente principal de la conservación:

“En el marco de sus actividades de salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, cada Estado tratará de lograr una participación lo más amplia posible de las comunidades, los grupos y, si procede, los individuos que crean, mantienen y transmiten ese patrimonio y de asociarlos activamente a la gestión del mismo.”(Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, 2003, p.6).

1.2 Cantón Alausí

1.2.1 Símbolos del Cantón Alausí



Figura 1-1. Escudo GADM Alausí,
Provincia de Chimborazo, Ecuador.

Fuente: (<https://commons.wikimedia.org>)



Figura 2-1. Bandera del cantón Alausí, Provincia de Chimborazo, Ecuador.

Fuente: (<https://commons.wikimedia.org>, 2011)

- **Geografía**

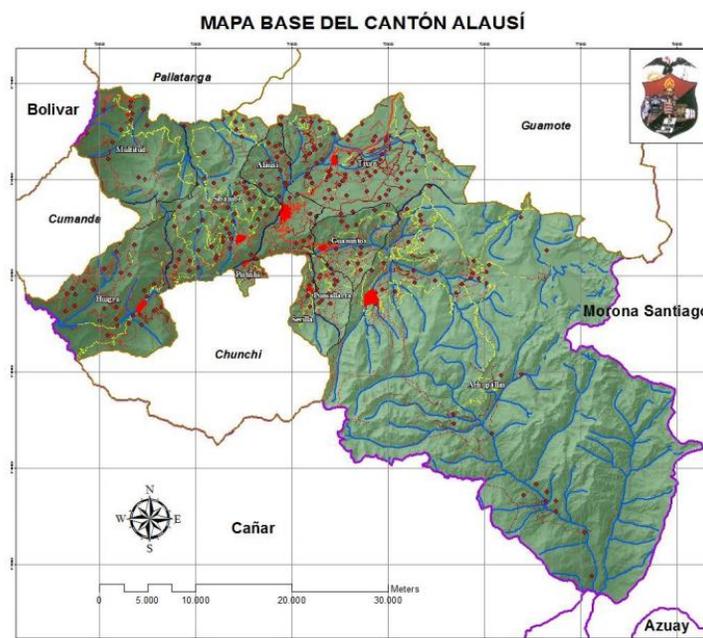


Figura 3-1. Mapa base del cantón Alausí

Fuente: (<http://app.sni.gob.ec/> , 2005)

“Limita al norte con los Cantones de Pallatanga y Guamote, y la Provincia de Bolívar; al sur con las Provincias de Azuay, Cañar y Morona Santiago y el Cantón Chunchi; al este con la Provincia de Morona Santiago y Sevilla de Oro; y al oeste con la Provincia de Bolívar y el Cantón Cumandá como se muestra en el mapa.” (Fernando Vera, 2014).

Descripción

El Cantón Alausí pertenece a la provincia de Chimborazo y está ubicado a 97 km de la ciudad de Riobamba. Nos cuenta el libro (Chimborazo y sus Cantones, 2005, p. 40). Que la medida de su superficie es de 1643,7 Km². Ubicado en una altitud de 2374 m.s.n.m.

Dentro de la revista (Ecuador Destino Turístico. Publicación Revista Vistazo Fascículo 8, 2004, p. 10) determina que:

“Alausí está situado en la hoya Chanchan, es un cantón muy extenso y rico; accidentado y montañoso, cruzado por varias quebradas profundas, además de valles subtropicales, páramos, depresiones inmensas por las que descienden pequeños pero caudalosos ríos. En todo el cantón encontramos múltiples y particulares microclimas que le permitan una diversidad interesante.”

- **Características Climáticas**

Páramo con temperatura de 3 a 20 °C, hasta el subtropical con temperatura de 18 a 20 °C, humedad relativa del 70% y una temperatura media de 15,6 °C. Obtenido de (Chimborazo y sus Cantones, 2005, p 40).

- **Topónimos**

Alusí o Alausí

Según la revista (Memorias Alauseñas N° 05, 2000, p7). Informa que:

“Alausí, nombre prehistórico de la actual población de Alausí y cuya definición es, según Hernando Italiano, “cosa de gran estima y querida” ignorándose el idioma con el cual la hizo. J. Jijón y Caamaño escribe: “Alausí : casa de gran estima y querida”. Monseñor Haro opina: “LAUSI: Leo-si: si parece también españolización de shi, o si, luna en Mochica; Leo es culebra en Cañari. De manera que los Lausíes serían: “Adoradores de la culebra y la luna (o quillacos en Quechua)””; Lo cual concuerda con toda la alfarería prehistórica de la región que ostenta dibujos ofídicos y con las colinas adoratorios dedicados a la luna”

1.2.2 División Política

El manual de información cultural, educativa, turística, industrial, comercial, agrícola y ganadera de la república del Ecuador I, 1980 Las parroquias pertenecientes del cantón Alausí son 10: una urbana Alausí (Matríz) y 9 parroquias rurales: Achupallas, Guasuntos, Huigra, Multitud, Pistishí, Pumallacta, Sevilla, Sibambe y Tixán.

1.2.3 Características demográficas

En el año 2010 se realizó un censo de población y vivienda en el Ecuador, 2010, el cual arrojó el siguiente resultado: en Alausí existen 44.089 habitantes. Mientras que en www.sin.gob.ec nos dice que la totalidad de habitantes del cantón Alausí representa el 9.61% del total de la provincia de Chimborazo y que del 100% de pobladores del cantón el 48.06% (21.188 habitantes) son hombres y 51.94% (22.901 habitantes) son mujeres.

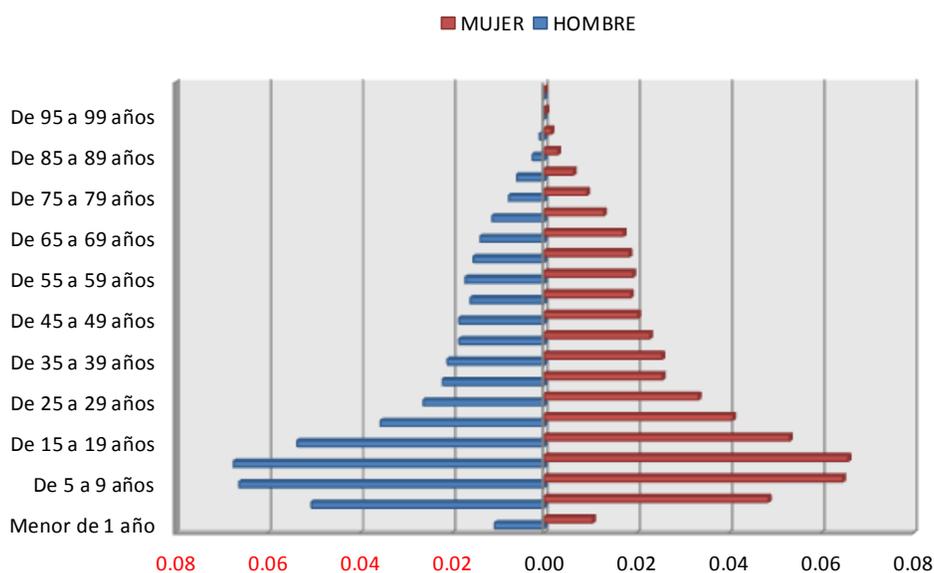


Gráfico 1-1. Número de Mujeres y Hombres del Cantón Alausí.

Fuente: (<http://app.sni.gob.ec>, 2010)

Tabla 1-1: Población por área, según provincia, cantón y parroquia de empadronamiento 2010

CHIMBORAZO	ALAUSI	PARROQUIA	URBANO	RURAL	Total
		ACHUPALLAS	-	10.529	10.529
		ALAUSI	6.330	3.880	10.210
		GUASUNTOS	-	2.413	2.413
		HUIGRA	-	2.352	2.352
		MULTITUD	-	2.084	2.084
		PISTISHI (NARIZ DEL DIABLO)	-	345	345
		PUMALLACTA (PUMALLACTA)	-	905	905
		SEVILLA	-	803	803
		SIBAMBE	-	3.869	3.869
		TIXAN	-	10.579	10.579
		Total	6.330	37.759	44.089

Fuente: Censo de población y vivienda, INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC) (CPV-2010).

Elaborado por: Unidad de procesamiento de la dirección de estudios analíticos estadísticos (desae) – inec.

En el territorio, la población es notablemente rural debido a la vocación agrícola, ubicándose así el 14.35% en la cabecera parroquial Alausí, y el porcentaje restante (85.65%) en la zona rural.

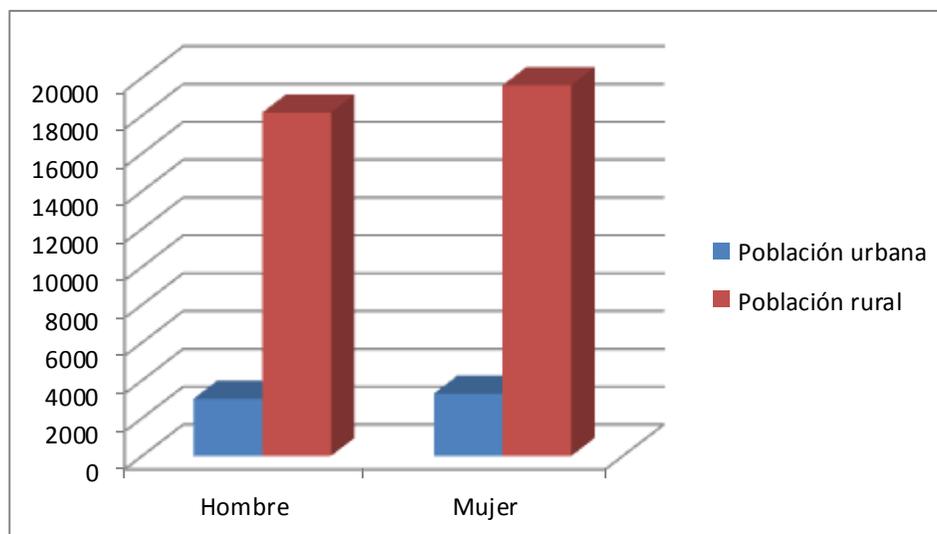


Gráfico 2-1. Número de habitantes hombres y mujeres ubicados en la zona urbana y rural del Cantón Alausí.

Fuente: <http://app.sni.gob.ec>. 2010)

En el año 1990, la población cantonal era de 48.685 habitantes, por razones migratorias, para el año 2001 la población es de 44.089 habitantes, disminuyendo el 12% de habitantes a nivel cantonal.

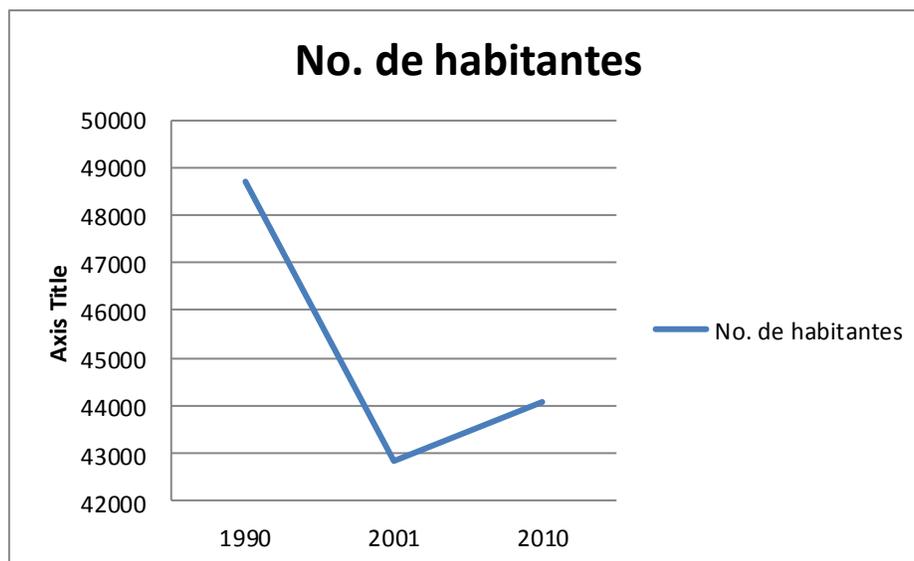


Gráfico 3-1. De crecimiento poblacional desde el año 1990 hasta el 2001 del Cantón Alausí.

Fuente: <http://app.sni.gob.ec>, 2010)

Tabla 2-1. Crecimiento poblacional desde el año 2001 hasta el 2010 del Cantón Alausí

PARROQUIAS	HABITANTES 2001		HABITANTES 2010	
	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER
Alausí	106.855	106.995	118.491	120.694
Achupallas	2.156	1.690	2.258	1.917
Guasuntos	9.162	8.537	10.527	10.252
Huigra	683	466	815	718
Mulitud	1.591	1.335	1.682	1.562
Pistishi	388	315	391	345
Pumallacta	1.109	1.124	1.141	1.138
Sevilla	620	580	721	666
Sibambe	467	456	511	492
Tixán	294	294	248	224

Fuente: CNPV 2010.

Elaborado por: Equipo PDOT Alausí

Teniendo los datos censales del año 2001 y 2011, se elabora una comparación para sacar la tasa tendencial de crecimiento y poder obtener los estimados de población para los diferentes quinquenios hasta el año 2025.

Tabla 3-1. Tasa tendencial de crecimiento poblacional desde el año 2001 hasta el 2025 del Cantón Alausí.

PARROQUIAS	AÑO 2001	AÑO 2010	AÑO 2015	AÑO 2020	AÑO 2025
Alausí	9000	10210	10951	11746	12599
Achupallas	10327	10529	10643	10758	10874
Guasuntos	2687	2413	2273	2141	2017
Huigra	2698	2352	2179	2019	1871
Mulitud	2334	2084	1957	1838	1725
Pistishi	303	345	371	399	428
Pumallacta	1083	905	819	741	671
Sevilla	845	803	781	759	738
Sibambe	4341	3869	3629	3404	3194
Tixán	9205	10579	11429	12347	13340
	42823	44089	45032	46153	47457

Fuente: CNPV 2010.

Elaborado por: Equipo PDOT Alausí

Nos dice el SISTEMA DE ASENTAMIENTOS HUMANOS en el enlace <http://app.sni.gob.ec> que: El 100% de los habitantes del cantón tienen acceso al agua de diferentes formas, el 45,99% de la población del cantón dispone de agua tomada de red pública, el 8.86% la toma de pozos, el 42.87% de vertientes o acequias, el 0.08% de carros repartidores y el 2.20% de otras formas como agua lluvia.

Según los datos censales 2011, conocemos que el 85.46% de la población accede del servicio de energía eléctrica, el 14.21% no cuenta con el servicio y el 0.15% y 0.17% tienen generador de luz o se aprovisionan energía eléctrica de otras formas.

1.3 Parroquia Alausí

Se considerada uno de las primeras población en la Real Audiencia de Quito, denotando así su trascendencia e importancia a nivel nacional. (Cesar Pinos Espinoza, 2013.)

Alausí Matriz parroquia urbana del cantón y también cabecera cantonal, en donde reside el 23.16% de la población total del cantón, al ser la zona urbana la influencia cultural externa es más fuerte, y con el fenómeno de las comunicaciones se desconoce más del entorno próximo que del resto de las culturas.

Considerando que los jóvenes son un grupo altamente influenciable se puede apoyar en ellos la investigación para conocer cuál es el interés por el patrimonio y cuál es el conocimiento general sobre el tema, y determinar el nivel de riesgo de determinados patrimonios, como se ha mencionado “Alausí” significa “casa de gran estima y muy querida” (Julio Castillo Jácome, 1942, p.333).

Las calles empedradas y su paisaje rodeado por montañas le dan una nostálgica belleza donde el mestizaje se conjuga con las comunidades indígenas nativas de la parroquia como: Llactapamba, Conventillo, Chivatuz, Shushilcon, Nizag, Casual, Aypud, Guñag y Matriz Alausí.

Esta mezcla de culturas permite que se conjugue lo mejor de cada una para obtener lo que denominamos “patrimonio de la parroquia” y que viene a ser denotado a nivel cantonal, celebraciones importante tienen la aprobación y la participación de la comunidad pero dimensiones diferentes como determinada acción dentro de una celebración son las que pierden importancia por la falta de interés del público joven o por la falta de transmisión por parte del público adulto.

Los fenómenos sociales que aun causan estragos en todas las comunidades es la migración y la falta de empleo local razón por la cual la PEA (población económicamente activa), sale de su entorno y deja las prácticas de festividades y demás en un segundo plano, al irse repitiendo este fenómeno en cada individuo de la población el nivel de riesgo va aumentando.

1.3.1 Nacionalidad indígena de la parroquia Alausí

Gran parte de la herencia que se menciona son los saberes heredados por las comunidades indígenas que interactúan con las culturas hispanas y se adaptan al entorno del medio en el que se desarrollan, es así que la parroquia se torna en un ente ejecutor de cultura que re potencializa a la ciudad entera.

En la cabecera cantonal es visible un crisol de culturas y es notable la influencia de culturas en un modo de vida y en características únicas de cada región es así que en Alausí matriz, encontramos las siguientes nacionalidades:

- Lactapamba
- Conventillo
- Chivatuz
- Shushilcon
- Casual
- Nizag
- Guñag
- Aypud

Siendo Nizag la única comunidad indígena que tiene la parroquia de Alausí dentro del su perfil geográfico, según la Sra. Emilia Vascones, Bibliotecaria del Fondo de Salvamento.

Y de Nizag presentamos la siguiente información:

1.3.1.1 Nizag



Figura 4-1. Indígenas de Nizag.

Fuente: (<http://www.hoteleuropa.com.ec/tours-actividades/>, 2012)

Los comuneros de Nizag se identifican como bravos defensores de su cultura y territorios de vida, pareciera que por esta comunidad no ha pasado otras culturas de conquista u opresión, sus pobladores pertenecen a la nacionalidad kichwa de la región central del país, cuenta con 370 familias.

La actividad agrícola de Nizag incluye la siembra de papas, habas, mellocos, trigo, cebada, guabas, naranjas, limones, aguacates, caña de azúcar, entre otros.

La comunidad está ubicada junto a la antigua estación del tren más difícil del mundo en Sibambe y su historia ligada con la historia del tren y la nariz del diablo es uno de los sitios turísticos y atrayentes de la provincia de Chimborazo, que con la maravilla de sus maravillosos paisajes y su cultura celosamente guardada durante siglos, hace que su viaje sea realmente inolvidable.

El Turismo Comunitario en la comunidad “NIZAG” es operado por el personal local, quienes a más de ser cultores del agro y excelentes ganaderos, son creadores de maravillosos y coloridos diseños artesanales en fibra de cabuya, se confeccionan así shigras, collares, pulseras, sombreros en este material. Sus 22 socios en coordinación directa con la comunidad desarrollan el turismo de gestión comunitaria en todo su territorio.

Los ingresos generados por los servicios turísticos son reinvertidos en los proyectos productivos de la comunidad como: educación, salud, capacitación y otras prioridades, un cierto porcentaje se destinan a la promoción y comercialización del producto turístico.

La comunidad durante siglos ha mantenido la soberanía alimentaria, sus productos son cultivados orgánicamente. Seguir manteniendo su patrimonio natural y cultural es su objetivo primordial.

1.3.2 Patrimonio intangible de la parroquia Alausí

Tabla 4-1. Patrimonios Intangibles inventariados en la parroquia Alausí, según el decreto de emergencia al patrimonio cultural del INPC.

Datos de Ubicación		Datos de Identificación		
Localidad	Grupo Cultural	Ámbito	Subambito	Nombre del bien
Alausí	Mestizo	Usos sociales, rituales y actos festivos	Celebraciones festivas	las corridas de toros fiestas de san judas tadeo en gonzol
Alausí	Mestizo	Artes del espectáculo	Juegos	El arranche de las gallinas
Alausí	Mestizo	Artes del espectáculo	Juegos	El juego de las cintas
Alausí	Mestizo	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	gastronomía	Mollejas asadas
Alausí	Mestizo	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas religiosas	La comida en el día de difuntos
Alausí	Mestizo	Tradiciones y expresiones orales	Personajes	Corina Silva
Alausí	Mestizo	Artes del espectáculo	Música	La banda municipal (composición)
Parque Central	Mestizo	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Toponimia	Toponimia de Alausí
Parque Central	Mestizo	Usos sociales, rituales y actos festivos	Ceremonias Religiosas	Los toros en las fiestas de San Pedro de Alausí
Parque Central	Mestizo	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas cívicas	Desfile de la alegría
Parque Central	Mestizo	Artes del espectáculo	Artes del espectáculo	La noche de castillos
Parque Central	Mestizo	Artes del espectáculo	Ares del espectáculo	Los toros
Parque Central	Mestizo	Tradiciones y expresiones orales	Cuentos de la tradición oral	Relato de la construcción del ferrocarril
Parque Central	Mestizo	Tradiciones y expresiones orales	Leyenda	Leyenda de Eloy Alfaro en Alausí
Parque Central	Mestizo	Técnicas artesanales tradicionales	Artesanías	Shigras
Parque Central	Mestizo	Usos sociales, rituales y actos festivos	vestimenta tradicional	Los samarros
Parque Central	Mestizo	Usos sociales, rituales y actos festivos	vestimentas tradicionales	Las faldas
Centro	Mestizo	Tradiciones y expresiones orales	cuentos de tradición oral	tradiciones orales de la Nariz del Diablo
Centro	Mestizo	Artes del espectáculo	Juegos	Carrera de carros de madera en Alausí
Centro	Mestizo	Técnicas artesanales tradicionales	Artesanía con uso práctico para el juego	Elaboración del carro de madera
Centro	Mestizo	Artes del espectáculo	Juegos	Las Ollas encantadas de los barrios de Alausí
Centro	Mestizo	Artes del espectáculo	Juegos populares	La viga encebada en Alausí
Centro	Mestizo	Técnicas artesanales tradicionales	Artesanía con uso práctico para el juego	Elaboración de la viga encebada en Alausí
Centro	Mestizo	Artes del espectáculo	Juegos populares	Torneo de Cintas a caballo
Centro	Mestizo	Artes del espectáculo	Espectáculo de cabalgata	La ganada de la plaza
Centro	Mestizo	Tradiciones y expresiones orales	Historia	Alausí, un emporio de trabajo en la época ferroviaria
Centro	indígena	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Alimentos y cocina	Elaboración del queso en Alausí
Centro	indígena	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Alimentos y cocina	Alimentos tradicionales de las comunidades indígenas de Alausí
Centro	indígena	Tradiciones y expresiones orales	Fiestas religiosas	Fiesta de San Jerónimo de Huaylla Chico
Centro	indígena	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Alimentos y cocina	Preparación de la chicha de Jora en Huaylla Chico
Centro	Mestizo	Técnicas artesanales tradicionales	Artesanía en talabartería	La talabartería en Alausí
Centro	Mestizo	Técnicas artesanales tradicionales	Artesanía en talabartería	Confección del samarro en Alausí
Centro	Mestizo	Técnicas artesanales tradicionales	Artesanía en talabartería	Elaboración de la montura en Alausí
Alausí	Mestizo	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Alimento y cocina "Gastronomía"	Receta de la tortilla de papa
Alausí	Mestizo	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Alimento y cocina "Gastronomía"	Receta del hornado de Alausí
Alausí	Mestizo	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Alimento y cocina "Gastronomía"	Receta de choclomote con cuero
Alausí	Mestizo	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Medicina tradicional	Infusión de Manzanilla
Alausí	Mestizo	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Alimento y cocina "Gastronomía"	Preparación del chapo
Alausí	Mestizo	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Medicina tradicional	Infusión de llantén

Fuente: Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura (INPC, 2008).

Elaborado por: El equipo del Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural, a cargo de la Arq. Olga Woolfson

1.3.3 Relatos e Historias de los bienes patrimoniales de la Parroquia Alausí

Según la comunidad la principal gestora de la conservación tenemos la siguiente información; cabe resaltar que estas personas enfrentan el diario vivir de una forma normal y sin alteraciones, son personas de oficios cotidianos con saberes importantes, lo destacable es la profunda importancia que tiene para ellos el tema de la conservación patrimonial, y respondieron a la entrevista de la siguiente forma:

1.3.3.1 Las corridas de toros, fiestas de san judas Tadeo en Gonzo



Figura 5-1. Corridas de toros, fiestas de San Judas Tadeo en Gonzo

Fuente: (<http://www.nuestramirada.org>, 2011)

Según nos cuenta el Sr. Edison Guamán Auqui, Músico de la banda municipal de Alausí (2008), las corridas se celebran el dos y tres de noviembre, se llevan a los toros por las calles de la localidad, hasta que llegan a la plaza, una vez en ella la gente torea a los animales.

Existe también la costumbre de algunas personas de arrojar gallinas al ruedo, esto en la perspectiva de que quien quiera llevárselas deberá arriesgarse y torear.

1.3.3.2 *El arranche de las gallinas*



Figura 6-1. El arranche de las gallinas

Fuente: (<http://www.repeatvids.com>, 2012)

Menciona también el Sr. Edison Guamán Auqui sobre esta tradición que se realiza también en las fiestas de san Judas Tadeo de Gonzo, en este juego participan alrededor de veinte jinetes, quienes, en un amplio espacio abierto, tienen que arrancharse una gallina que ha sido soltada previamente en el espacio. El objetivo del juego es quedarse con la gallina y entregarla viva a una especie de jurado, quien consigue hacerlo es el ganador y obtendrá algunos premios.

1.3.3.3 *El juego de las cintas*



Figura 7-1. El juego de las cintas

Fuente: (<http://chagras.squarespace.com/>, 2006)

Nos cuenta el Sr. Otra celebración que menciona Edison es que entre dos palos se coloca un cordel a unos tres metros de altura, de este cordel penden unas cintas las mismas que deberán ser atrapadas por los participantes, quienes montados a caballo intentarán atraparlas al pasar al galope.

En las cintas están grabados nombres de personas de la comunidad, y en el caso de que su cinta sea atrapada esa persona se compromete a dar premios y regalos para las fiestas que se celebrarán en el siguiente año.

1.3.3.4 *Mollejas asadas*



Figura 8-1. Mollejas asadas

Fuente: (<https://cookpad.com/es/buscar/mollejas>, 2010)

Según la Teresa Tanqueño que dice que las mollejas de pollo se traen de Cuenca. El plato consiste en asarlas al carbón, una vez aliñadas con bastante ajo, pimienta, cebollas y especias, se lo sirve con mote tierno, y a veces con mayonesa.

1.3.3.5 *La comida en el día de difuntos*



Figura 9-1. La comida en el día de difuntos

Fuente: (<http://elstimulo.com/bienmesabe/ecuador-dia-muertos/>, 2009)

Nos cuenta el Sr. Galo García, Investigador de la historia de Alausí que desde hace muchos años los indígenas de la zona tenían la costumbre de llevar alimentos al cementerio para consumirlos junto a las tumbas de sus seres queridos que han fallecido, Incluso conversan con ellos, y los alimentos que llevan son generalmente los que más gustaban a los difuntos.

Detrás de este acto ritual, está presente la creencia en la vida después de la muerte.

1.3.3.6 Corina Silva



Figura 10-1. Corina Silva

Fuente: biblioteca del Sr. Galo García

Menciona también el Sr. Galo García que: “el ferrocarril es lo que nos unió a los ecuatorianos y era la columna vertebral del país”, de ahí que paralizado el ferrocarril, paralizado el Ecuador, entonces la mayor parte de las obras que se han conseguido aquí en Alausí, la energía eléctrica, la carretera a Guayaquil, el agua potable se consiguió gracias al paro del ferrocarril, entonces los gobiernos enviaban a los carabineros para evitar los paros.

Corina Silva organizaba a grupos de mujeres para que se acostaran en los rieles y así impedir la llegada de los carabineros. Gracias a ella se consiguió muchas de los adelantos para Alausí.

1.3.3.7 La banda municipal



Figura 11-1. La banda municipal

Fuente: (<http://leyendasytradicionesandinas.blogspot.com>, 2010)

Menciona el Sr. Jorge Naranjo, coordinador de la banda municipal que esta banda está integrada por cuatro saxofones altos, un saxo tenor, dos clarinetes, cuatro trompetas, dos trombones, dos barítonos, cuatro percusionistas, una tuba.

1.3.3.8 Toponimia de Alausí



Figura 12-1. Toponimia de Alausí

Fuente: (<http://alausi.gob.ec/index.php/alausi-por-temas/cultura>, 2013)

La Sra. Lesli Yamuca nos proporciona los siguientes datos e historias: Dice que según investigaciones realizadas por el sacerdote Hernando Italiano, manifiesta que del dialecto Maya: Lousi, que significa (cosa de gran estima y querida).

1.3.3.9 Los toros en las fiestas de San Pedro de Alausí.



Figura 13-1. Los toros en las fiestas de San Pedro de Alausí

Fuente: (<http://www.online-instagram.com/tag/alausi/1035107197838145166>, 2012)

También menciona que una de las atracciones en las fiestas de San Pedro son las corridas de toros, coctel de hiel y sangre, licor, audacia, música y valor en derroches de gritos y alegrías. En la arena, una multitud aguarda la salida del encierro.

1.3.3.10 *Desfile de la alegría*



Figura 14-1. Desfile de la alegría

Fuente: (https://www.youtube.com/watch?v=ntEE_wxfgVI, 2012)

Nos cuenta también que desde tempranas horas del domingo de las fiestas de San Pedro los colegios, escuelas, comunidades, desfilan alegremente por el centro de la ciudad. Van disfrazados con trajes típicos danzando o cantando representando pasajes históricos. Flores desde los carros alegóricos elegantemente

1.3.3.11 *La noche de castillos*



Figura 15-1. La noche de castillos

Fuente: (<http://www.restaurantesanabria.es/sanabria/fiestas/>, 2013)

Además dice que en las vísperas de San Pedro la gente concurre al parque Simón Bolívar en donde se inicia una fiesta de luz y color cuando se quema el castillo con figuras especiales que representan lo auténtico de nuestro pueblo. Son las tres de la tarde del último sábado

1.3.3.12 *Los toros*



Figura 16-1. Los toros

Fuente: (<http://www.laprensa.com.ec/>, 2011)

Por último nos cuenta que el primer toro de la tarde, en su lomo lleva una colcha bordada y pintada a mano que será el trofeo para quien logre su mejor lance con capotes, pañuelos, sombreros o camisas. Lo toman por el rabo, por los cuernos y el animal eufórico enviste acosado por una cuadrilla de toreros. Los toreros buscan el peligro buscando enamorar a una dama de su gusto.

1.3.3.13 *Relato de la construcción del ferrocarril*

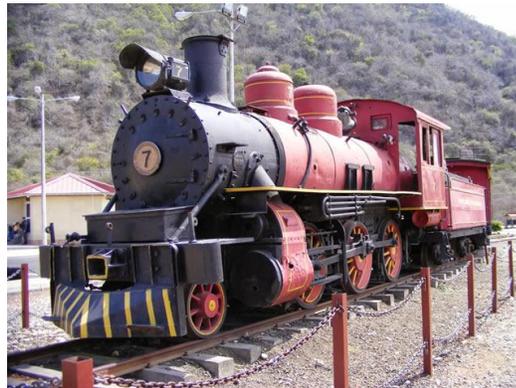


Figura 17-1. Relato de la construcción del ferrocarril

Fuente: (<http://www.chetoba.com.ar> , 2015)

Menciona la Lcda. Maira Inga (2008) Profesora en Alausí sobre el ferrocarril lo siguientes: más me concentraría yo lo que es el trabajo de Eloy Alfaro, esa obra grande, hermosa que tuvo, que trató de unir la sierra y la costa luego lo vio cristalizado. Algo que yo admiro de Eloy Alfaro es cuando H. Garmar consigue ya el trabajo”.

1.3.3.14 Leyenda de Eloy Alfaro en Alausí



Figura 18-1. Monumento a Alfaro en Alausí

Fuente: (<http://especiales.elcomercio.com>, 2010)

Además la Lcda. Maira Inga, nos cuenta que El 29 de enero 1912 Eloy Alfaro es asesinado pero un día antes pasa por aquí por Alausí en el tren ósea que contrición porque Eloy Alfaro construyó el ferrocarril y el mismo ferrocarril que él construye es el que le llevó a la hoguera bárbara en Quito.

1.3.3.15 Shigras



Figura 19-1. Shigras

Fuente: (<http://www.culturaypatrimonio.gob.ec>, 2012)

La señora Lesly Yamuca nos cuenta también sobre estas artesanías que son a base de cabuya que estas son elaboradas por las mujeres de la comunidad de Nizag éstas duran y se demoran en elaborar entre cuatro a cinco semanas las mujeres hacen con el propósito de no perder su tradición su cultura o sea es la manera de identificarse con las demás personas.

Las shigras tienen diferentes dibujos que son con los que se identifican las mujeres.

1.3.3.16 Zamarros



Figura 20-1. Los zamarros

Fuente: (<http://www.elcomercio.coml>, 2012)

Lesly nos da una reseña sobre esta prenda y dice que son hechos a base de cuero de borrego es una elegancia que ellos utilizan en ocasiones especiales o para salir al pueblo y el látigo les sirve para movilizar al ganado

1.3.3.17 Las faldas



Figura 21-1. Las faldas

Fuente: (<http://www.elcomercio.com>, 2013)

Una de las historias más particulares dice Lesly que las mujeres se ponen faldas unas sobre otras, dependiendo del número de hijos que han tenido, si han tenido tres hijos, por ejemplo, usan tres faldas, esto en algunos sectores, en otros utilizan varias por el frío

1.3.3.18 Tradiciones orales de la Nariz del Diablo



Figura 22-1. Viajando en tren

Fuente: (<http://www.millenniumtravel.com.ec/infoSheet.jsp?idproducto=MTMCT0003>, 2012)

El Sr. Cesar Augusto Silva, que funge como bodeguero de la estación nos cuenta las siguientes historias y dice que este es un cerro de roca prolongación de la cordillera del cerro Patarate que termina en la confluencia de los dos ríos que forman el río Chanchan.

Por aquel sitio se construyó el paso de la línea del ferrocarril, la estructura de los tres zigzag que corta todo lo que es la Nariz del Diablo fue hecho a mano con esclavos que fueron traídos de distintas partes del mundo.

Toma el nombre de nariz porque al ser divisada desde la parte del frente tiene el parecido de una nariz, y del diablo por la asociación que se tiene de ese lugar con lo malo debido a los hechos que ahí sucedieron como por ejemplo la matanza de los esclavos al hacerles volar con dinamita para no pagarles.

1.3.3.19 Carrera de carros de madera en Alausí



Figura 23-1. Carrera de carros de madera en Alausí

Fuente: (<https://www.youtube.com/watch?v=PkDVQnqgusU>, 2014)

Con aproximadamente unos 15 días o un mes antes de las fiestas se elaboraban los carros de madera, para la participación en la carrera siempre eran necesarias dos personas por carro, el uno maneja y el otro empuja, el premio mayor en ese entonces era diez sucres, que servía para compensar el costo de la madera y todo el proceso de elaboración, premio que además debía ser compartido entre los dos concursantes.

La carrera comenzaba desde la cima del cerro Patarate, la carretera era lastrada en tierra y terminaba en la avenida principal de Alausí (av. 5 de junio).

El recorrido era de aproximadamente unos 5 o 6 kilómetros, y la mayor parte era de bajada lo que no implicaba que los coches dejaban de atascarse en los obstáculos propios del camino. Sucedió que a veces el que ayudaba se resbalaba, se lastimaba las rodillas, los codos, y se tenía que cambiar el uno a conducir y el otro a empujar.

Unos concursantes desistían en el camino, normalmente estas carreras se las realizaba entre unas 15 a 20 parejas, ganaba el que menos tiempo utilizó en llegar a la meta.

1.3.3.20 Elaboración del carro de madera



Figura 24-1. Elaboración del carro de madera

Fuente: (<http://www.elcomercio.com/actualidad/quito/guia-armar-propio-coche-de.html>, 2012)

Lo principal es conseguir una adecuada madera, que sea resistente, la que se usaba en ese entonces era el capulí, y la sangre de drago, que era traída de la costa. Se acudía a los talleres de los carpinteros para que orientaran y prestaran las herramientas.

A serrucho se cortaba la madera y se le daba forma de círculo para el caso de las ruedas, y como el camino era solo lastrado se tenía la prolijidad de buscar los cauchos de las llantas, al caucho se les cortaba en tiras y con estas se le forraba en las llantas para que no se partan en el trajinar.

Para el coche eran necesarias tres ruedas, dos atrás una adelante, una tabla de aproximadamente un metro que servía de base y asiento, un palo que salía de la primera rueda que servía de timón, un pasador de hierro que sujetaba las ruedas y pernos para asegurar las partes indicadas.

1.3.3.21 Las Ollas encantadas de los barrios de Alausí



Figura 25-1. Las Ollas encantadas de los barrios de Alausí

Fuente: (https://www.youtube.com/watch?v=KAmWPuJ_0e4, 2010)

Se realiza principalmente en los barrios, se consiguen las ollas (posillo de barro) que son hechas de barro, en diferentes tamaños, algunos de quienes arman estas ollas tienen esa sal para divertir y las llenan a veces con ratas vivas, botellas con tinta, frutas, normalmente se las llena con dulces, galletas y pequeños juguetes, se cierra la olla se la adorna por fuera con papel brillante con cinta se la amarra, se coloca la tarjeta indicando de parte de quien.

En el barrio que se organiza algunas veces son los organizadores quienes ponen las ollas ya armadas y otras veces se pide a cada familia que colabore con una olla, una vez armada la olla se la ensarta en la cuerda que a su vez es templada atravesando la calle en una altura aproximada de un metro ochenta, este juego generalmente se lo realiza en la temporada de navidad.

A los participantes se les venda los ojos se les da tres vueltas y se les hace coger un palo que sirve para golpear contra la olla, (estos) tienen tres oportunidades para romper la olla y que puedan llevarse el premio siempre y cuando la olla quede trizada y no haya caído su contenido al suelo, pues caso contrario al caer en el suelo todas las personas presentes recogen del suelo a las ganadas los premios contenidos en las ollas.

1.3.3.22 *La viga encebada en Alausí*

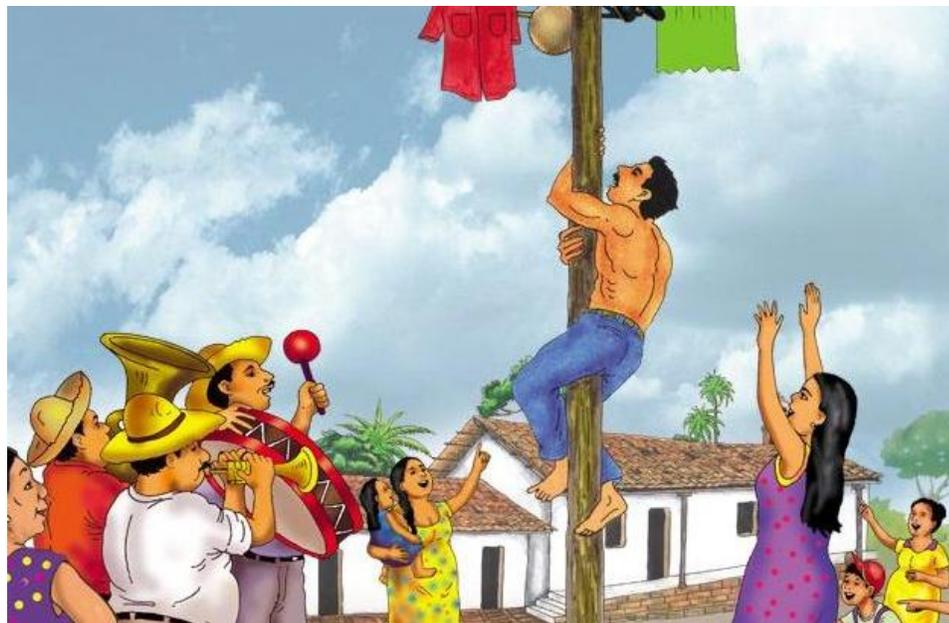


Figura 26-1. La viga encebada en Alausí

Fuente: (<http://www.soyasantacruz.com>, 2012)

Una vez instalada la viga encebada, el juego consiste en alcanzar todos los premios que esta ofrece en su cima, que son de variada índole, los participantes luchan por subir a la cima de la viga la misma que está cubierta de grasa, la cual le vuelve difícil de ser conquistada, sin embargo a veces se forman escaleras humanas para poder llegar y cuando lo logran se reparten los premios.

1.3.3.23 *Elaboración de la viga encebada en Alausí*



Figura 27-1. Madera de caña

Fuente: (<http://www.andes.info.ec>, 2013)

Se consigue una caña guadua que se la trae de la costa, se la lija se la limpia todos los nudillos que tiene la caña, se la empapa en grasa de carros, aceite quemado, hasta cebo, de tal manera que no se permita el fácil acceso, quedando encebada.

Se arma la viga con dos crucetas en la parte superior en forma de hélice, en la misma que se cuelgan los premios que ofrece dicha viga, que van desde botellas de licor, hasta dinero en efectivo. Una vez armada se procede a enterrarla en el suelo en una profundidad aproximada de uno veinte o uno cincuenta metros, para que resista el andamiaje, quedando libre en una altura de cinco a seis metros.

1.3.3.24 *Torneo de Cintas a caballo*



Figura 28-1. Torneo de Cintas a caballo

Fuente: (<https://bobadillaestacion.wordpress.com>, 2014)

Se coloca una cuerda de alambre que lleva unos pedazos de carrizos conocidos como canutos con una dimensión de aproximadamente diez a doce centímetros, la cuerda atraviesa la calle con una altura aproximada de unos dos o tres metros, en cada uno de estos carrizos se insertan unas quince o veinte cintas o corbatas

En el caso de las cintas son apropiadamente hechas con los colores típicos de del cantón que son rojo y verde, a la vez que traen impregnado la imagen del santo de los priostes, una vez envueltas en el tubino (carrizo) se le pasa en un alfiler y se le deja una pequeña argollita que es lo que se convierte en el atractivo.

Puesto que el juego consiste en que los jugadores que están montados a caballo vienen recorriendo la cuadra con un lápiz a la mano el mismo que al pasar por la cuerda deben insertarlo en la pequeña argollita de la cinta o de la corbata y estas se desprenden quedándose en el lápiz la que por ningún concepto debe caerse del lápiz a la vez que el jinete sigue su recorrido hasta el fin de la cuadra

1.3.3.25 La ganada de la plaza



Figura 29-1. La ganada de la plaza

Fuente: (https://www.youtube.com/watch?v=8ea4X4uv_mQ, 2011)

Bajan las comunidades de todas las diez parroquias, una vez que han sido invitados los jefes de las comunidades por los priostes de las fiestas.

En las comunidades se organizan alistan sus caballos con las mejores monturas, y adornos tanto para los caballos como para sus jinetes, una vez que llegan a la ciudad les recibe el comité de fiestas con su reina y la banda de música, volatería (juegos pirotécnicos).

La reina le entrega un cetro al organizador de las comunidades para que pueda entrar a la población, se convierte en una especie de autorización para poder entrar en el pueblo, comienza el desfile por las calles tradicionales del cantón, en símbolo de tributo de las comunidades al cantón y sus fiestas.

Luego del recorrido entran a la plaza que para entonces ya está lista con barreras, cerramiento, palcos esperando que se dé la apertura de la corrida de los toros, la misma que su suelo se encuentra en estado demasiado duro a pesar de ser lastrado, entonces entra todo ese caballaje que viene de la marcha para recorrer la plaza haciendo alegoría y gala de sus habilidades.

Dejan a su paso en suavizado el terreno para que sobre ese suelo ya en suavizado tenga lugar la corrida de toros con lo que se da el inicio de las fiestas.

1.3.3.26 Alausí, un emporio de trabajo en la época ferroviaria



Figura 30-1. Estación del tren en Alausí

Fuente: Biblioteca personal

Por último nos cuenta el Sr. César Augusto Silva que desde que se empezó la construcción de la obra más grande de la historia del Ecuador, (la vía del ferrocarril) Alausí por su posición geográficamente estratégica se convirtió en un emporio de trabajo lo señala don César, al recordar con nostalgia como en Alausí se tuvo que construir grandes bodegas para almacenar productos tanto de la costa como de la sierra.

El comercio que generaba trabajo, y las bodegas de la estación que además no son pequeñas siempre permanecían llenas, era un completo movimiento de trabajo, entraba y salía la carga todos los días, recuerda cuando él se hizo cargo de la bodega de la estación del tren, el veinte de mayo de mil novecientos setenta y ocho.

Recuerda que atendía trenes, vagones y locomotoras que iban y venían con transporte de carga de pasajeros, de encomiendas, la producción del pueblo en gran cantidad de lentejas, trigo, cebadas, vagones completos los andenes solían estar a full, se tenía que solicitar a la administración de la empresa para que les ubiquen más vagones, y existían tres desvíos.

Además que para las fiestas todos salían de las parroquias, y venían a festejar de distintos puntos del país como Cuenca, Guayaquil y Quito, todo esto dinamizaba la economía de aquel entonces, lo que a la vez determinó la presencia e influencia de guayaquileños en Alausí.

1.3.3.27 Elaboración del quesillo en Alausí



Figura 31-1. Quesillo

Fuente: (<http://www.visitaecuador.com>, 2011)

La señora Rosa Buñay, agricultura y reposo de historias nos cuenta que este platillo se elabora con cuatro o cinco litros de leche no se utiliza pastillas de cuajo, para esto se necesita algo natural como es la tripa de conejo, de un pedazo de la tripa que se llama cuajo se lava bien con agua sal, luego se le pone en un balde también con agua y sal, de esta agua se pone media taza y se cuaja rapidito, si se pone en la mañana ya está para la tarde.

No se utiliza molde solo se le pone en unos platos redondos y se va formando con la mano y queda duro y grandote. De los cinco litros solo sale uno grande y cuesta un dólar cincuenta, no es muy caro pero es más natural y saludable. El agua con la tripa de conejo dura casi dos meses, solo se va aumentando agua y sal cada vez que se va disminuyendo

1.3.3.28 Alimentos tradicionales de las comunidades indígenas de Alausí



Figura 32-1. Tuberculos

Fuente: (<http://villafruta.blogspot.com>, 2012)

Menciona también que en el campo se come puro, plantitas, nabo, cebolla habas, papas, col, mellocos, arvejas, arroz de cebada. El arroz de cebada se prepara de esta manera: se bota en el agua hervida el arroz con cebolla, nabo, col y granitos. También se hace de dulce.

1.3.3.29 Fiesta de San Jerónimo de Huaylla Chico



Figura 33-1. Fiesta de San Jerónimo

Fuente: (<http://www.eluniverso.com>, 2015)

Otra de las festividades importantes y un poco venida a menos según cuenta la Sra. Rosa Buñay es la de San Jerónimo es el patrono de la comuna de Huaylla Chico porque todos somos católicos.

Las fiestas se celebran a finales de agosto y parte de septiembre, hay toros, caballos, misas, bailes, con bandas, hay mucha comida pues pelan ganado y sobre todo reparten mucha chicha, pero poco a poco esto ya se va perdiendo porque a veces traen toros bravos y matan a las gentes y además mucha gente ha salido fuera del país y solo quedamos los mayores. Ya no se toma mucho y mejor estamos bien.

1.3.3.30 Preparación de la chicha de Jora en Huaylla Chico



Figura 34-1. Chicha de Jora

Fuente: (<http://lahora.com.ec> , 2012)

Por último nos cuenta sobre la preparación que para la chicha se deja crecer el maíz es decir que renazcan raíces, para luego moler y cernir se hace hervir el agua y se bota dos atados de dulce, y se deja madurar. Aquí por lo general sirven la chicha puro trago.

1.3.3.31 La talabartería en Alausí



Figura 35-1. La talabartería en Alausí

Fuente: (<https://www.youtube.com/watch?v=W3SLzEd0OP0>, 2012)

El Artesano Ángel Cama nos cuenta que su consiste en hacer artículos en cuero, monturas, carteras, correas y muchas cosas más, todo esto solo en cuero es muy demoroso y se trabaja solo cuando hay por obra o sino para vender. Cada uno de los artículos que confecciono requiere de diferentes técnicas artesanales que van desde el señalar con moldes el cuero, cortar, unir las piezas con pegas o cosidos y por último dar los acabados.

1.3.3.32 Confección del zamarro en Alausí



Figura 36-1. Confección del zamarro

Fuente: (<http://disfracesimperio.com>, 2011)

Otro de los oficios del Sr. Ángel Cama son los zamarros los que demoran de tres a cuatro días, se hace con moldes como para un pantalón, hay que trazar, cortar en figuras y luego a unir las piezas. Antes se lo hacía a mano hoy la máquina, (ésta) nos ayuda a sacar las piezas más rápido, para terminar se coloca broches, adornos, sellos y está listo.

1.3.3.33 Elaboración de la montura en Alausí



Figura 37-1. Elaboración de la montura

Fuente: (<http://www.euskalhorse.net>, 2014)

Por último menciona Ángel que se elabora solo a mano, hay que hacer un armazón de madera para lo cual también hay un molde para armar, se corta el cuero por piezas para luego unirlos cosiéndolos o pegándolos.

Para elaborar los dibujos y figuras que hacemos nosotros mismos, lo moldeamos a golpes con unos fierros que tienen figuras para monturas. Se utiliza herramientas como hilo para coser, pintura, remaches, pegas etc. la elaboración de monturas aún es buen negocio porque aquí hay haciendas con mucho ganado bravo, y sobre todo caballos.

La Sra. Rosita Yaucán, comerciante de la localidad nos cuenta las siguientes historias sobre estos bienes inmateriales de Alausí:

1.3.3.34 Receta de la tortilla de papa



Figura 38-1. Receta de la tortilla de papa

Fuente: (<http://www.recetatortilladepatas.com/>, 2013)

Se lava las papas, luego se pela y se pone a cocinar con agüita y sal, se prepara con la papita chola, solo cuando se saca las papas se aplasta con el macito de aplastar, se aplasta bien y se pone huevito y sal, manteca de color para que este media amarilla la papa, se desmenuza el quesillo sin sal luego se va formando las tortillas y se fríe con manteca de color en una paila gruesa (bronce)

1.3.3.35 Receta del hornado de Alausí



Figura 39-1. Plato de hornado

Fuente: (<http://www.ecuador-turistico.com>, 2015)

Se coge el puerco se lava bien, solo con agua hervida se le pela al puerco hasta que el puerco quede pelado, pelado.

Se abre y se aliña al puerco, el aliño contiene cerveza naranja orégano ajo sal cebolla blanca, pimienta se licua una sola se pone bastante sal para que se concentre hasta el hueso y ahí se coge, se aliña y se empieza untando todo con aliño desde la cabeza hasta las patas, eso se deja para el siguiente día en una lata para hornado y se horna en horno de leña por dos horas.

1.3.3.36 Receta de chochomote con cuero



Figura 40-1. Plato chochomote con cuero

Fuente: (<http://vivacatamayo.com.ec/cueros-con-yuca/>, 2014)

Se cocina desde las cuatro de la mañana el maíz seco sin pelar sin nada a toda llama se cocina hasta las siete de la mañana que esta el cuero listo, está el mote también entonces se sirve se pone encima el cuero con curtido de cebolla colorada con limón y tomate.

1.3.3.37 Infusión de Manzanilla



Figura 41-1. Manzanilla

Fuente: (<http://www.mecuroensalud.com/>, 2015)

La manzanilla es para el dolor del estómago, el agüita se hace hervir y cuando ya está hirviendo el agua se pone una ramita de manzanilla y se tapa, solamente tapada no hervida le saca y se toma el agüita sin azúcar sin nada así no más es el remedio.

1.3.3.38 Preparación del chapo



Figura 42-1. Chapo

Fuente: (<https://es.wikipedia.org>, 2013)

Se prepara en agua fría o caliente, se hace el chapo con machica, ya cuando el agua esta lista se pone azuquitar y se pone la máchica y se sigue mezclando hasta que quede espesita según el gusto, si le gusta aguada o bien seco, se prepara solo con agua o solo con leche, es un gran alimento dicen que sale el color a la cara.

1.3.3.39 Infusión de llantén



Figura 43-1. Infusión de llantén

Fuente: (<http://www.infusionesmedicinales.com>, 2012)

El llantén se hace con toda la raíz cuando está hirviendo por ejemplo pongamos dos litros de agua se le pone una rama entera de llantén con todo el tronquito, con toda la raíz, le tapa y le saca el llantén es una agüita verde le va tomando por tacitas, esa agua es buena para los riñones.

1.3.4 Nivel de sensibilidad de los bienes Patrimoniales

Tabla 5-1: Nivel de sensibilidad y descripción de los Patrimonios intangibles de la parroquia Alausí, según el decreto de emergencia al patrimonio.

Bienes Patrimoniales	Sensibilidad al cambio	
Nombre del bien	Niveles	Descripción
las corridas de toros fiestas de san judas Tadeo en Gonzo	Media	Ha cambiado
El arranche de las gallinas	Media	Ya no participan tantas personas como antes
El juego de las cintas	Media	Ya no participan tantas personas como antes
Mollejas asadas	Alta	La informante es la única persona que prepara este plato
La comida en el día de difuntos	Media	Cada vez menos indígenas realizan estas prácticas, fundamentalmente a cuenta de su aculturización
Corina Silva		
La banda municipal (composición)	Alta	Por cuestiones de presupuesto la banda está en peligro de desaparecer
Toponimia de Alausí	Media	En la actualidad no se difunde los significados de los nombres de las ciudades
Los toros en las fiestas de San Pedro de Alausí	Media	Se debe difundir más la fiesta de San Pedro ya que el es el patrono de esta ciudad
Desfile de la alegría	Media	Se debe difundir más las fiestas y tenga la trascendencia necesaria que para esta comunidad
La noche de castillos	Media	La gente ya no participa tanto como antes
Los toros	Media	Se han dado cambios en la fiesta.
Relato de la construcción del ferrocarril	Media	pocos conocen a Eloy Alfaro
Leyenda de Eloy Alfaro en Alausí	Media	EL ferrocarril tiene una importante connotación en nuestra ciudad, aunque no todos conocen su historia
Shigras	Media	Debido a la implantación de la tecnología se puede perder nuestras artesanías.
Los zamarros	Alta	Han cambiado su vestimenta ya no tienen la importancia que antes tenía
Las faldas	Alta	por la introducción de las modas ha perdido la comunidad su vestimenta
tradiciones orales de la Nariz del Diablo	Media	no es conocida por muchos habitantes del sector que han perdido la memoria sobre los relatos
Carrera de carros de madera en Alausí	Media	Debido a que ya no existe un interés evidente en el juego por parte de los jóvenes de la localidad.
Elaboración del carro de madera	Alta	Dado que ya no elaboran los concursantes, ahora la mayor parte se mandan a hacer a una carpintería
Las Ollas encantadas de los barrios de Alausí	Media	Se practica en muy pocos barrios
La viga encebada en Alausí	Media	Se indica que se practica muy poco
Elaboración de la viga encebada en Alausí	Media	Al haberse dejado de jugar con mucha frecuencia su elaboración es cada vez menos conocida.
Torneo de Cintas a caballo	Media	Fundamentalmente por que los jóvenes no se involucran tanto en la actualidad
La ganada de la plaza	Media	Sobre todo por la migración y el poco interés de los jóvenes
Alausí, un emporio de trabajo en la época ferroviaria	Media	Solo conocen los mayores principalmente algunos jubilados ferroviarios
Elaboración del quesillo en Alausí	Alta	debido a que hoy se ocupa pastillas de cuajo para hacer el quesillo
Alimentos tradicionales de las comunidades indígenas de Alausí	Alta	La gente joven hoy se alimentan con otros productos
Fiesta de San Jerónimo de Huaylla Chico	Media	hay poco interés de jóvenes en hacer la fiesta pero todavía hay la fiesta
Preparación de la chicha de Jora en Huaylla Chico	Media	Poca gente todavía sabe la receta de la chicha de jora
La talabartería en Alausí	Baja	hay interés de los jóvenes en aprender el oficio
Confección del zamarro en Alausí	Baja	hay interés de los jóvenes en aprender el oficio
Elaboración de la montura en Alausí	Baja	todavía existe la necesidad de estos productos
Receta de la tortilla de papa	Baja	Es la comida tradicional, hay un buen nivel de consumo
Receta del hornado de Alausí	Baja	Es la comida tradicional, hay un buen nivel de consumo
Receta de choclomote con cuero	Baja	Es la comida tradicional, hay un buen nivel de consumo
Infusión de Manzanilla	Baja	Es una receta tradicional, sirve para la enfermedad
Preparación del chapo	Baja	Es una receta tradicional, sirve para la enfermedad
Infusión de llantén	Baja	Es una receta tradicional, sirve para la enfermedad

Fuente: Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura (INPC, 2008).

Elaborado por: El equipo del Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural, a cargo de la Arq. Olga Woolfson

1.3.5 Clasificación según los parámetros universales de la UNESCO

1.3.5.1 Tradiciones y expresiones orales.

- Corina Silva
- Relato de la construcción del ferrocarril
- Leyenda de Eloy Alfaro en Alausí
- Tradiciones orales de la Nariz del Diablo
- Alausí, un emporio de trabajo en la época ferroviaria
- Fiesta de San Jerónimo de Huaylla Chico

1.3.5.2 Artes del espectáculo:

- El arranche de las gallinas
- El juego de las cintas
- La banda municipal (composición)
- La noche de castillos
- Los toros
- Carrera de carros de madera en Alausí
- Las Ollas encantadas de los barrios de Alausí
- La viga encebada en Alausí
- Torneo de Cintas a caballo
- La ganada de la plaza

1.3.5.3 Usos sociales, rituales y actos festivos:

- Las corridas de toros fiestas de san judas Tadeo en Gonzo
- La comida en el día de difuntos
- Los toros en las fiestas de San Pedro de Alausí
- Desfile de la alegría
- Los zamarros
- Las faldas

1.3.5.4 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo:

- Mollejas asadas
- Toponimia de Alausí
- Elaboración del quesillo en Alausí
- Alimentos tradicionales de las comunidades indígenas de Alausí
- Preparación de la chicha de Jora en Huaylla Chico
- Receta de la tortilla de papa
- Receta del hornado de Alausí
- Receta de choclomote con cuero
- Infusión de Manzanilla
- Preparación del chapo
- Infusión de llantén

1.3.5.5 Técnicas artesanales tradicionales:

- Shigras
- Elaboración del carro de madera
- Elaboración de la viga encebada en Alausí
- La talabartería en Alausí
- Confección del zamarro en Alausí
- Elaboración de la montura en Alausí

1.4 Marketing

1.4.1 Segmentación de Mercado

“Divide y vencerás...” (Julio César)

Ruth González y Larry Medina, 2012, sostienen que el proceso de la segmentación de mercado divide al mercado general de un producto o servicio en subgrupos más pequeños e internamente homogéneos, lo que permite conocer mejor al grupo objetivo.

Apoya la moción del anterior párrafo el escrito de Ies Albero en <http://iesalbero.es/wiki/images/7/7f/Segmentaci%C3%B3nAdidas.pdf>. El cual nos dice que la segmentación de mercados nos permite enfocarnos correctamente en los consumidores. Menciona además que la segmentación de mercado debe las siguientes características:

- **Ser intrínsecamente homogéneos (similares):** el público objetivo debe tener características semejantes con relación a sus respuestas sobre las diferentes variables de segmentación del merca
- **Heterogéneos entre sí:** los consumidores de varios segmentos deben ser lo más distintos posible respecto a su respuesta probable ante las variables de la mezcla de marketing
- **Bastante grandes:** ya que de esta forma se pueden obtener resultados más confiables y el nivel de aceptación del público objetivo es más alto.
- **Operacionales:** Para diferenciar al consumidor y seleccionar las variables de segmentación de mercado es necesario incluir datos sobre la población para tomar decisiones concretas.

1.4.1.1 Factores que influyen sobre el comportamiento del consumidor

(Gary Armstrong et al, 2011, p.162) Determinan que cuando hablamos del comportamiento de compra del consumidor estamos hablando del comportamiento de compra de los consumidores finales: individuos y familias que adquieren productos y servicios para su consumo personal; También establece que en distintos lugares del mundo los consumidores son muy diferentes basándose en su cultura, gustos, nivel académico, entre otros.

(Gary Armstrong et al, 2011, p.163) Señalan que los consumidores adquieren productos o servicios influidos por las características culturales, sociales, personales y psicológicas mostradas en la siguiente figura. Resulta difícil que la mayoría de los responsables de marketing controlen estos factores sin embargo es necesario tenerlos presente.

Tabla 6-1. Factores que influyen sobre el comportamiento del consumidor.

Culturales	Sociales	Personales	Psicológicos	Comprador
Cultura	Grupos de referencia	Edad y etapa en el ciclo de vida	Motivación	
Subcultura	Familia	Profesión	Percepción	
		Situación económica	Aprendizaje	
Clase social	Roles y estatus	Estilo de vida	Creencia y actitudes	
		Personalidad y autoconcepto		

Fuente:(Introducción al marketing, 2011).

Elaborado por: Gary Amrstrong

2.3.1.1. Beneficios de la Segmentación de mercados

Ruth González y Larry Medina, 2012, p.47 quienes citan a (William J. Stanton, 2007, p.149) y (Salvador Mercado, 1997, p.79) Exponen varios puntos sobre los beneficios que trae segmentar el mercado como:

- El mercado se puede analizar más fácilmente
- Existen mejores posibilidades de hacer comparaciones con la competencia
- Al momento de conocer los segmentos, se aprecia mejor el mercado y sus características
- Se pueden hacer ajustes a los productos (innovaciones, atractivos, mejoramiento de calidad, etc)
- Permite la identificación de las necesidades de los clientes dentro de un sub-mercado y el diseño más eficaz de la mezcla de marketing para satisfacerlas.
- Las empresas de tamaño mediano pueden crecer más rápido si obtienen una posición sólida en los segmentos especializados del mercado.
- La empresa crea una oferta de producto o servicio más afinada y pone el precio apropiado para el público objetivo.
- La selección de canales de distribución y de comunicación se facilita mucho.
- La empresa enfrenta menos competidores en un segmento específico.
- Se generan nuevas oportunidades de crecimiento y la empresa obtiene una ventaja competitiva considerable

1.4.1.3 Tipos de segmentación de Mercado

Como bien lo define (William J. Stanton, 2007) Dividir un mercado en consumidores finales da como resultado segmentos numerosos y diversos para la mayoría de productos por esta razón es

necesario identificar algunas características de estos segmentos para dividirlos en grupos más específicos separándolos según diferentes segmentos como:

a) *Segmentación Geográfica* Subdivisión de mercados con base en su ubicación (las regiones, ciudades, países y pueblos donde vive y trabaja la gente). Posee características mensurables y accesibles.

b) Segmentación demográfica

Se utiliza con mucha frecuencia y está muy relacionada con la demanda y es relativamente fácil de medir. Entre las características demográficas más conocidas están: la edad, el género, el ingreso y la escolaridad.

c) Segmentación psicográfica

Consiste en examinar atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de una persona. Utilizando dimensiones de personalidad, características del estilo de vida y valores

d) Segmentación conductual

Se refiere al comportamiento relacionado con el producto, utiliza variables como los beneficios deseados de un producto y la tasa a la que el consumidor utiliza el producto

1.4.1.4 Criterios de segmentación de mercados

Tabla 7-1. Criterios de segmentación de mercados.

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTOS TÍPICOS DEL MERCADO
<u>Demográficos</u>	
Edad	6-10años, 10-15, 15-20. 20-25, etc.
Género	Masculino – Femenino
Estado Civil	Joven, soltero, casado, con hijos, divorciado, viudo
Clase social	Alta, Media, Baja.
Ocupación	Profesionista, oficinista, hogar...
Religión	Católica, Cristianismo, etc
Idioma	Castellano – Quichua
<u>Geográficos</u>	
Región	Costa, Sierra, Oriente, Insular
Zona	Urbana – Rural
Clima	Frío, Caliente, Cálido, Húmedo....
Zona	Urbana – Rural
<u>Psicográficos</u>	
Actividades	Estudio, trabajo
Intereses	Estudiar, trabajar, jugar, bailar...
Autoestima	Alta, Baja
Personalidad	Ambicioso, seguro de sí mismo, impulsivo
Yo	Ideal
Valores	Respeto, honestidad, responsabilidad
<u>Conductual</u>	
Beneficios	Depende del producto (precio, calidad, servicio)

Fuente:(Dirección de Marketing: teoría y práctica, 2006).

Elaborado por: Marjorie Flores A. y Pablo Vargas G. 2016

1.5 Los Adolescentes

Según J.J. Casas Rivero, M.J. Ceñal González Fierro (2005) dividen al período de la adolescencia en tres etapas: de (11 a 13 años), media (14 a 17 años) y tardía (18 a 21 años), tiempo durante el cual el ser humano alcanza la madurez física, psicológica y establece su identidad personal; a pesar de que esta etapa del ciclo de la vida es difícil los adolescentes y sus padres lo superan sin excesivas estridencias. La pubertad es el conjunto de cambios físicos y psicológicos.

1.5.1 Desarrollo psicológico

P.J. Ruiz Lázaro (2013) Afirma que la etapa de la adolescencia es importante en el crecimiento psicológico de una persona, ya que es el tiempo en donde se forja su carácter, y tiene una conciencia más sólida sobre su yo personal, se afirma su identidad sexual y se consolidan sus valores.

Es un período de búsqueda, de rebeldía, de no tener límites en ocasiones; es el lapso de tiempo en donde se sueña con grandes ideales en donde por un instante se siente estar en la cima del mundo y al momento siguiente sentirse menos que la nada, en una confusión total dentro de la cabeza; de pasar por alto las reglas y las ganas de ir en contra del mundo; hacer una revolución interna para poco a poco formar la personalidad.

1.5.2 Desarrollo cognitivo

P.J. Ruiz Lázaro (2013). También escribe que en la etapa de la adolescencia se desarrolla la manera de pensar de una manera más objetiva, poco a poco tiene más conciencia del tiempo y resuelve problemas sin que tenga que involucrarse emocionalmente en primera estancia, elabora teorías sobre sucesos, razona en base a hipótesis y deducciones llegando a conclusiones en base al propio razonamiento

Gradualmente domina su capacidad intelectual a fin de afirmar su personalidad de ahí la terquedad de defender sus afirmaciones aunque después le toque darse cuenta de su falsa argumentación.

1.5.3 Desarrollo afectivo

P.J. Ruiz Lázaro (2013). El adolescente es un coctel de emociones y sensaciones que gradualmente van formando parte de su interior y este se va haciéndose más consciente y busca la manera de tener el control de sus sentimientos.

Aunque en el pasado sus emociones pasaban por alto sin afectar el estado de ánimo del adolescente, ahora en esta edad estas emociones se hacen más profundas y amplias; en este punto influyen los cambios hormonales y racionales.

Es natural ver a un joven sensible hacia cualquier juicio emitido hacia él. Siempre está proclive a maximizar lo que viene de parte de los adultos, por este motivo se deben medir las palabras y gestos, por lo tanto su reacción se puede mal interpretar y crear confusiones y dejarlo solo sería un gran error cuando lo que más necesita es ser amado estimulado y animarlo.

Están en la constante búsqueda de su independencia, adaptación, el deseo de ser uno mismo y encajar en un grupo...

1.5.4 Desarrollo de la personalidad

1.5.4.1 Afirmación de SI mismo

P.J. Ruiz Lázaro (2013). Establece que para La adolescencia es clave para asegurar la personalidad de uno en donde se reflexiona sobre uno mismo y enfrenta cuatro problemas básicos: la familia, la sociedad y el amor pero sobre todo él mismo.

Las respuestas a las preguntas que el establece no las obtiene del exterior sino busca una solución personal. La lucha y la oposición para aseverar si personalidad surge de lo que siente cuando no se respeta su dignidad, no se le entiende o no le toman en serio por otro lado de una forma más superficial cuando la gente no acepta su manera de vestir, de peinarse, el modo de andar, de hablar su manera de actuar y sus costumbres.

1.5.4.2 Desarrollo de la identidad

P.J. Ruiz Lázaro (2013). También determina que los cambios fisiológicos, psicológicos y sociales significan un problema de identidad para el adolescente, para solucionarlo debe tener claros los tres siguientes puntos: a) parte sexual, comprender su naturaleza sexual, b) parte vocacional, c) parte ideológica, fundamentada en los valores, creencias e ideas.

En esta etapa el adolescente ya debe imaginarse cuál es el papel que quiere desarrollar en la sociedad durante la edad adulta, si no logra definirse, su carácter será inestable, débil y fácil de manipular.

1.5.4.3 Tendencia grupal

Según P.J. Ruiz Lázaro (2013). Los adolescentes buscan los grupos como un comportamiento de profesión y de defensa es una muralla invisible que les protege les hace sentirse seguros y les ayuda a elevar su autoestima ya que existe un gran nivel de identificación entre los integrantes que buscan estar con personas de similares características intrínsecas y superficiales.

El grupo crea lazos semejantes a los de una familia en donde su división es casi imposible, este fenómeno social tiene una importancia trascendental ya que pertenecer a un grupo es una preparación para la vida adulta de forma individual, ya que poco a poco la persona se separa del grupo y sume su rol de individuo adulto.

1.5.4.4 Contradicciones sucesivas en las manifestaciones conductuales

P.J. Ruiz Lázaro (2013). Establece que el carácter de los adolescentes está ligado a la acción, esta es la manera más natural de ver su expresión. No pueden seguir una línea rígida de conducta, se dice que la personalidad del adolescente es permeable. Sin embargo los adultos no tienen paciencia ante los cambios conductuales de los adolescentes.

1.5.4.5 Necesidad de seguridad, comprensión y confianza

P.J. Ruiz Lázaro (2013). Manifiesta que el adolescente necesita sentirse seguro y de un adulto responsable que le de bases firmes para que él pueda construir su personalidad. Quien se conoce empieza ya a dominarse. Desean tener a su lado a adultos sinceros y leales que sean capaces de contestar a sus preguntas y que les atiendan con cariño.

También desean que respeten sus actividades, palabras, ideas y problemas, como decía Mauricio Knobel :

“Solamente si el mundo adulto lo comprende adecuadamente y facilita su tarea evolutiva, el adolescente podrá desempeñarse correcta y satisfactoriamente, gozar de su identidad, de todas sus situaciones, aun de las que aparentemente tienen raíces patológicas, para elaborar una personalidad más sana y feliz. De lo contrario, siempre se proyectarán en el adolescente las ansiedades del adulto y se producirá ese colapso o crisis de enfrentamiento generacional, que dificulta el proceso evolutivo y no permite el goce real de la personalidad. (Mauricio Knobel citado en P.J. Ruiz Lázaro, 2013, file:///C:/Users/USER/Downloads/Psicologia_del_adiolcente_y_su_entorno.pdf) :

Los adultos deben ponerles límites sin que se sientan acorralados aconsejados pero no dominados, los adolescentes deben tomar sus propias iniciativas y ser responsables de sus acciones.

1.6 Elementos Compositivos

1.6.1 Bocetos

DABNER, David. “Diseño Gráfico”, Pág.20, enuncia que los bocetos “Es una forma de trasladar el mundo exterior y dar forma concreta a ideas abstractas”, en el diseño es un paso inicial indispensable, ya que permitirá expresar diversas ideas con unas cuantas líneas, formas y colores bien colocados en una hoja de papel, mismos que pueden convertirse en un buen respaldo cuando de decisiones se trata.



Figura: 44-1. Boceto, Dibujo Manga

Fuente: Pablo Vargas Guerrero, Biblioteca personal

“El boceto es un dibujo rápido y esquemático de las características principales de un dibujo, una ilustración o un diseño.”(German Bustos, 2015, <http://redgrafica.com/El-Boceto-una-propuesta-Grafica>).

Generalmente se usan papel, lápiz, esferos, o cualquier instrumento que imprima en un soporte, aunque también es posible actualmente que desde un comienzo se cree un archivo electrónico con la ayuda de tabla digitalizadora y lápiz óptico, la cuestión es empezar a cristalizar las primeras ideas para elegir alguna o fusionarlas todas en una sola.

El boceto no presta especial atención a los detalles y se centra en definir las líneas generales y la composición de una pieza gráfica.

Es un proceso de esquematización, que puede tomar varios intentos dependiendo las necesidades del resultado y ahí radica lo importante en hacer cantidad para lograr calidad. Es importante a la hora de hacer el boceto, la perspectiva, los trazos principales, la composición, el encuadre, estos elementos deben considerarse desde un inicio para que la idea lograda sea la mejor etc.

Existen programas gráficos como Illustrator y Photoshop de Adode o Photo Paint de Corel que permiten hacer bocetos en forma digital de forma directa, simulando mediante el lápiz óptico, condiciones de papeles o sustratos y herramientas de dibujo o escritura (lápiz, estilógrafo, carboncillo, acuarela, etc.). El boceto puede clasificarse en estas tres denominaciones

Tabla 8 – 1 Clasificación y ejemplos de los tipos de boceto

 <p>Figura 45-1. Boceto, Dibujo Elefante Fuente:(https://compuprofgrn.files.wordpress.com, 2013)</p>	<p>1.- Burdo: se refiere a las primeras líneas y trazos hechos para definir características principales del diseño o la ilustración. Tiene como principal objetivo definir una idea general sobre lo que se quiere hacer.</p>
 <p>Figura 46-1. Boceto, Dibujo Manga Fuente: (Pablo Vargas Guerrero, Biblioteca personal, 2014)</p>	<p>2.- Comprensivo: Es un tipo de boceto más detallado y con más información acerca de la distribución espacial de los elementos de la gráfica. Tiene en cuenta la posición de fotografías y textos e ilustraciones</p>
 <p>Figura 47-1. Boceto, videojuego Fuente: (http://img11.deviantart.net, 2012)</p>	<p>3.- Dummy: el boceto más elaborado que podemos hacer, define cada uno de los elementos visuales que compondrán la gráfica final. Es también llamado boceto de arte final. En este se pueden definir también colores, tipo de papel a utilizar, así como tipografías sugeridas.</p>

Fuente: Red Gráfica Latinoamericana (El Boceto una propuesta gráfica, 2015, <http://redgrafica.com/El-Boceto-una-propuesta-Gráfica>),

Elaborado por: Pablo Vargas G. y Marjorie Flores A. 2016

1.6.2 Estructura y módulo

1.6.2.1 Estructura

(Ximena Idrobo, 2006, p. 75) “Es la base para organizar la forma”, mientras que, W. Wong dice “...impone un orden y predetermina las relaciones internas de las formas en un diseño...” la estructura se hace visible en retículas, que son líneas que cortan el plano.

La retícula se puede construir de forma libre, basarnos en una norma geométrica, seguir leyes orgánicas, organizar un tejido cruzando líneas o unir varios planos. W. Wong señala las siguientes estructuras:

a) Tipos de estructura

a1. Estructura formal

Son líneas organizadas que aparecen de forma rígida. El plano queda dividido en partes iguales de forma rítmica en donde la forma da la sensación de regularidad.

a2. Estructura semiformal

Hay una irregularidad ligera. Se puede formar o no de líneas que definen la ubicación de los módulos.

a3. Estructura informal

No tiene líneas estructurales. La disposición de la red es libre e indefinida.

a4. Estructura inactiva

Formada por líneas guías que segmentan el espacio sin tocarlo y respetando la forma del módulo

a5. Estructura activa

La estructura divide al espacio dando lugar a la creación de micromódulos los módulos pueden ocupar el espacio de módulos continuos formando también macro módulos.

a6. Estructura invisible y visible

La estructura invisible se refiere a la ausencia de líneas en el plano sin dejar de dar la sensación de una red y la estructura visible es lo contrario.

a7. Estructura ortogonal y razones

Se define a la estructura ortogonal como la repetición del plano básico (cuadrado), es la retícula básica formada por la intersección perpendicular de líneas horizontales y verticales. Existen las siguientes variantes:

- **Por los planos:** También pueden ser planos rectangulares, hexagonales, etc.
- **Por el tipo de líneas:** Se puede hacer el uso de líneas curvadas onduladas, en zigzag, etc
- **Por la dirección:** Modificar la forma en distintos ángulos.
- **Por la subdivisión:** La división del plano siguiendo un esquema
- **Por el intervalo:** Se puede cambiar el patrón de las líneas y seguir el modelo de repetición.
- **Por anomalía:** Es posible alterar cierta zona de la retícula modificando la ubicación de los planos, dirección de las líneas o el intervalo.
- **Por gradación:** Modificación gradual del intervalo de líneas. Aumento o disminución de algo a lo largo de un eje.

1. Razones numéricas

Las razones numéricas más sencillas son 1:1, 1:2, 2:3, 3:4 son las que se pueden graficar con gran facilidad.

2. Serie de Fibonacci

Sumando uno y dos, los dos primeros números enteros, la suma es tres. La serie se construye agregando la suma de los dos números precedentes. Obteniendo así la serie 1-2-3-5-8-13-21-34-55-89. Ejemplo: Si empezamos con 2 y 5 tenemos que

$$\frac{5}{2} \frac{7}{5} \frac{12}{7} \frac{19}{12} \frac{31}{19}$$

a8. Estructuras por radiación

Es un cambio en la dirección de las líneas hacia un mismo eje. Existen diferentes tipos de radiación es radiación centrípeta cuando las líneas se unen en un mismo punto si las líneas salen de un mismo punto entonces la radiación se dice que es centípetra y es concéntrica cuando las líneas se ubican alrededor de un punto en común.

a9. Generación de sistemas proporcionales

Estos sistemas dan sustento a la composición, puesto que, tanto la estructura como el módulo están relacionados por la misma lógica geométrica entonces se concluye la proporción determina la lógica en la construcción de sistemas proporcionales.

1. Sistemas proporcionales armónicos estáticos

- Sistema proporcional armónico binario

Se trata de dividir en cuatro partes iguales al cuadrado, rectángulo o al círculo; obteniéndose como punto focal el centro.

- Sistema proporcional armónico terciario

Se logra trazando diagonales en el cuadrado (o cualquier módulo) más las diagonales del rectángulo de la mitad, cuyas intersecciones muestran los puntos del trazo de las respectivas ortogonales.

2. Proporciones dinámicas

Surgen del trazado de las diagonales de un plano y puede ser también de las perpendiculares con círculos y cuadrados dentro del plano.

1.6.2.2 Módulo

Es el elemento sígnico que se repite y se puede transformar en el proceso de diseño.

a) Factores espaciales del módulo

a1. Funcional

Determinado por la estructura bidimensional o tridimensional del objeto sobre el cual se desarrolla el diseño.

a2. Distributivo

El la posición de los módulos: a) en línea horizontal o vertical, b) en diagonal y c) redes concéntricas o excéntricas.

a3. Posicional

Se refiere a la posición del módulo de las siguientes maneras: a) forma repetida, b) reflejada, c) invertida.

b) Abstracción del módulo

Presentan la forma real y esencial del objeto. Abstraer es suprimir lo no esencial. Lo contrario del realismo es la abstracción, la misma que tiene diferentes niveles:

b1. Variaciones en la abstracción

Existen dos maneras de realizar abstracciones, la una es por la abstracción formal y la transformación sustancial del módulo. En el primer caso el módulo puede ser representado por: puntos, líneas, texturas y variaciones tonales en donde el contraste juega un papel importante.

Para el segundo caso las variantes de origen cualitativo son: ´

- ✓ **Unión:** cuando los módulos a+b entran en contacto y forman un nuevo y diferente módulo
- ✓ **Substracción:** Cuando un módulo se selecciona con otro y pierde una de sus partes.
- ✓ **Intersección:** Cuando dos módulos invisibles se relacionan entre sí y forman una parte visible.
- ✓ **Coincidencia:** Cuando los bordes de las formas se interrelacionan.
- ✓ **Adición:** Cuando añadimos elementos al módulo.

1.6.3 Tipografía

Como es claro dentro del estudio gráfico el uso de líneas, formas y de más elementos compositivos permiten evocar en el subconsciente del observador varias reacciones hacia un diseño o una marca, acompañado de colores, composiciones y retículas este efecto es más claro.

Entonces mencionaremos que un diseño debe llevar intrínseco conceptos como armonía, estética y equilibrio entre todos los elementos compositivos. La tipografía ha evolucionado desde el apareamiento de la imprenta de Gutenberg en 1440, donde se abandonaron los estilos góticos y manuales de la escritura de la época, popularizando la impresión mediante tipos móviles.

Uno de los primeros libros impresos en un manuscrito rezos católicos y posteriormente la Biblia Católica de la que se tiene mayor mención, obra realizada en 1950, métodos rudimentarios y mecánicos, mas este hecho contribuyo de una forma tal que la palabra escrita empezó a llega a la comunidad de forma más amplia, haciendo de las letras un hecho constante y asequible.

Más la palabra impresa o escrita siempre ha sido importante y no perderá importancia, el mensaje lingüístico es complementario y aun así muy necesario, en ocasiones se recuerda la canción y posteriormente a imagen, cuando decimos que la imagen vale más que mil palabras lo decimos de forma literal y el hecho esta decirlo eh ahí la importancia de la palabra

La tipografía no es solo un recurso gráfico es una ciencia establecida y tipificada con normativas que permiten ubicar a cada tipo dentro de una familia, es así que tenemos:

1.6.3.1 Romanas o Serif

Se refiere a la terminación de la letra y aun uso caligráfico menos estilizado, dejando remates no pronunciados, contrastes en el trazo y modulación en el trazo. Dentro de estas tenemos la siguiente

Tabla 9 –1 Clasificación tipográfica primaria de los tipos Romanos

Book Antiqua Garamond Palatino	Antiguas: Sus remates son discretos, su contraste es sutil y su modulación es pronunciada, cercana a al caligrafía. Son especialmente significativas por ejemplo la: Garamond, Casion, Century, Times New Roma.
GARAMOND BOOKMAN	Transición El mismo término que las agrupa indica que son caracteres de transición en la evolución de una familia a otra. Guarda los remates moderados de los caracteres antiguos como Garamond, pero adopta u contraste radical de los caracteres modernos como Bookman
Avant Garde	Mecanas Son un grupo asilado que no guara ninguna semejanza constructiva con el resto de los tipos romanos. No tiene modulación ni contraste. Solo guarda relación con los demás tipos con remates, por tener asiento. Los remates de las mecnas son la consecuencia de poner serifdel mismo grosor que el trazo del resto de la letra en caracteres de palo seco, como: Lubalin, Avant Garde.
Baltra	Incisas Las incisas son letras en la tradición romana más antigua, ligeramente contrastadas y de rasgo adelgazado ahusado. No se puede hablar de remates, pero sus pies abocinados siguieren, tal como ocurre son las con serif , una línea imaginaria de lectura, luego aunque no tengan remates, en esencia por construcción, no puede hablarse de tipos de palo seco.

Fuente: Material Didáctico De Diseño Editorial (EDG, 2012),

Elaborado por: Pablo Vargas G. y Marjorie Flores A., 2016.

1.6.3.2 Palo seco o San-Serif

Reducen el signo a su esquema esencial, con las mayúsculas se vuelve a las formas fenicias y griegas, las minúsculas están conformadas a base de líneas rectas y círculos unidos y reflejan la época en la que nacen, la industrialización y el funcionalismo. Las letras de palo seco también han sido llamadas Góticas, Egipcias, Sans Serif o Grotesque.

En nuestra clasificación denominamos a unos lineales sin modulación ya otros grotescos, dentro de estas tenemos la siguiente clasificación:

Tabla 10 –1 Clasificación tipográfica primaria de los tipo de Palo seco.

<p>Futura Helvética</p>	<p>Líneas sin modulación: Estos tipos tienen un grosor de trazo uniforme y no tienen contraste ni modulación. Su esencia es geométrica. Los caracteres son lineales sin modulación, admiten familias muy largas con números variantes. La legibilidad es muy mala en texto corrido, entre ellas tenemos: Avant Garde, Eras, Futura, Helvética.</p>
<p>Gill Sans</p>	<p>Grotescas Gill Sans es un grotesca de palo seco caracterizada porque el grosor del trazo y contraste son un poco perceptibles, es muy legible en texto corrido.</p>

U8

Fuente: Material Didáctico De Diseño Editorial (EDG, 2012),

Elaborado por: Pablo Vargas Guerrero y Marjorie Flores Acosta, 2016.

1.6.3.3. Rotuladas

Todos los tipos rotulados advierten más o menos claramente el instrumento y la mano que los creó, y la tradición caligráfica o cursiva en la que se inspiró el creador.

Tabla 11 – 1 Clasificación tipográfica primaria de los tipos Rotulados.

<p>ZapfEllipt BT <i>Bix Antique Script Hmk</i> American Classic <i>Commercial Script</i> American Typewriter <i>Zapf Chancery</i></p>	<p>Caligráficos Basados todos ellos en la mano que los creó, algunos, como Solomon, subdividen en caligráfica gótica, basada en la caligrafía cursiva utilizada en cancillerías y caligráfica latina, basada en la escritura de mano italiana o en la denominada letra inglesa. Con el tiempo la escritura caligráfica se hizo cada vez más decorativa. En la actualidad se utiliza en invitaciones a ceremonias o denominados acontecimientos, los caracteres se ha separado unos de otros como: American, Commercial Script, Cancellorca Script, etc...</p>
<p><i>Brush</i> <i>Mistral</i></p>	<p>Cursivos Válvula de escape de los diseñadores tipográficos modernos los que sueles reproducir escrituras a mano informales, más o menos libres. Estuvieron muy de moda en los años 50 y 60, y actualmente se detecta cierto resurgimiento, tenemos por ejemplo]: Brush, Chalk line, Freestyle Script</p>
<p>Old English Forte Grotisch. Gothic E</p>	<p>Góticos No es frecuente ni aconsejable el componer texto corrido con esos caracteres. El ojo contemporáneo no descifra con facilidad los angulosos rasgos de los tipos góticos. Manchan extraordinariamente la página, por su estructura densa, su composición apretada y su tradicional verticalidad. Por otro lado, y para acentuar más su legibilidad, no suele existir conexión entre las letras, así tenemos por ejemplo: Fraktur, Old English, Koch Fraktur</p>

Fuente: Material Didáctico De Diseño Editorial (EDG, 2012),

Elaborado por: Pablo Vargas G. y Marjorie Flores A., 2016.

1.6.3.4 Decorativas

No fueron concebidos como tipos de texto, sino para un uso esporádico y aislado. Intentar sistematizar o clasificar la gran variedad de caracteres decorativos resultaría arduo y, en cierta manera, inútil.

Tabla 12 – 1 Clasificación tipográfica primaria de los tipos Decorativos

<p>Croissant NEON LIGHTS Jokerman</p>	<p>Fantasía Tipos ornamentales excesivamente ordenados. No se adecúan en la composición de texto y su utilización se circunscribe a titulares cortos, como: Bombere, Block-Up, Buster, etc...</p>
<p>Caslon Antique Broadway Broadway Engraved BT</p>	<p>Época Desaconsejables por lo general para texto corrido, y que pretenden sugerir una época, una moda, una cultura. La simpatía entre movimientos o épocas y tipográficas se manifiesta en la realización de los rótulos de señalización de edificios y anuncios exteriores de tiendas. Algunas de estas letras, siempre usadas con cautela, resultan una ayuda inestimable para recrear ambientes o sugerir un determinando momento histórico, así como: Caslon Antique, Broadway, Peignot, Cabarga...</p>

Fuente: Material Didáctico De Diseño Editorial (EDG, 2012),

Elaborado por: Pablo Vargas G. y Marjorie Flores A. 2016

Conocer esta clasificación general es el primer gran paso para la selección del tipo: escoger entre una de estas, luego buscar dentro del grupo seleccionado características que permitan que aquel o aquellos rasgos que ayuden a afirmar la personalidad que se le quiere determinar a la publicación o al mensaje publicitario.

“La tipografía es el arte o la técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa. Comprende pues la realización de todo contenido en un texto” (Manual de Tipografía, 1993, p.8).

1.6.4 El Color

“El color está directamente relacionado con la luz”, (Ernst Gombrich,1997,p.14.). Argumenta Ximena Idrobo (2006, p.47) que los objetos poseen un atributo denominado color, el mismo que se percibe de la materia cuando hay la presencia de luz.

Hace referencia Ximena Idrobo (2006, p.47), al químico y filósofo alemán, Friedrich Wilhelm (1853-1932) para presentar el círculo cromático pigmentario el cual contiene doce diferentes tonos, los mismos que nacen de la mezcla de los colores primarios pigmentarios, este círculo cromático contiene a los colores: complementarios, análogos y triadas cromáticas.

Colores complementarios, análogos, triadas cromáticas y la división entre cálidos y fríos; son los colores que se pueden conseguir del círculo cromático de Ostwald.



Círculo Cromático

Figura 48-1. Círculo cromático de Ostwald.

Fuente: (Arte del Color Aproximación subjetiva y descripción objetiva del arte, 1992)

1.6.4.1. Colores cálidos y fríos

Los colores cálidos producen una sensación de alegría, actividad mientras que los colores fríos evocan calma. Según Johannes Itten (Pintor, diseñador, profesor y escritor Suizo. 1888-1967) dice que los colores cálidos activa la circulación mientras que los colores fríos la tranquilizan.

Colores Cálidos



Colores Fríos

Figura 49-1. Colores cálidos y fríos.

Fuente: (<http://www.punto geek.com>, 2012)

1.6.4.2 Colores primarios, secundarios y terciarios

a) Colores primarios

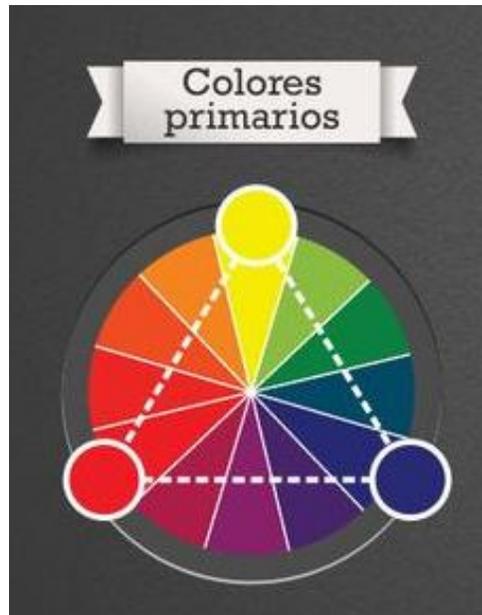


Figura 50 -1. Colores primarios

Fuente: (<http://www.punto geek.com>, 2012)

Son aquellos colores que no se pueden formar a partir de otro color como: amarillo, azul y rojo.

b) *Colores secundarios*

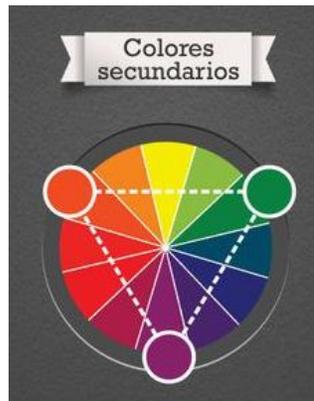


Figura 51-1. Colores secundarios

Fuente: (<http://www.punto geek.com/>, 2012)

Surgen de la combinación de dos colores primarios y son:

- Amarillo + rojo = anaranjado
- Amarillo + azul = verde
- Azul + rojo = violado

c) *Colores terciarios*

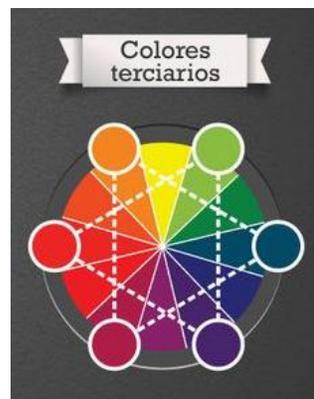


Figura 52-1. Colores terciarios

Fuente: (<http://www.punto geek.com/>, 2012)

(Johannes Itten, 1992,p.32) “*Los colores terciarios compuestos de la mezcla resultante de un color primario con un color secundario. Obtendremos los colores siguientes:*

- *amarillo y anaranjado = amarillo-anaranjado*
- *rojo y anaranjado = rojo- anaranjado*
- *rojo y violado = rojo-violado*
- *azul y violado = azul-violado*
- *azul y verde = azul-verde*
- *amarillo y verde = amarillo-verde.*

1.6.4.3 Colores análogos, complementarios y triádica



Figura 53-1. Colores análogos, complementarios y triádica

Fuente: (<http://www.puntogeek.com>, 2012)

1.6.4.4 Tetrática, complementarios Split, esquema cuadrado



Figura 54-1. Tetrática, complementarios Split y esquema cuadrado.

Fuente: (<http://www.puntogeek.com>, 2012)

1.6.4.5 Clasificación de los grupos de colores

a) Colores sucios y colores pastel



Figura 55-1. Colores apagados o sucios y los colores pastel

Fuente: (<http://www.desarrolloweb.com>, 2004)

Obtenidos cuando se aumenta o disminuye la luminosidad de todo el círculo cromático. Los colores apagados expresan oscuridad, muerte, seriedad, mientras que los pasteles sugieren luz, frescura y naturalidad.

b) Gama de grises

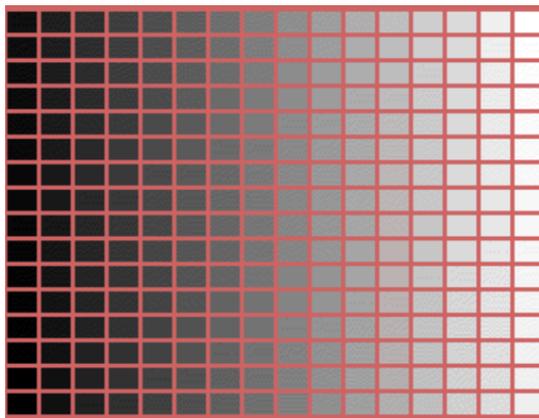


Figura 56-1. Blanco, negro y gama de grises.

Fuente: (<http://www.desarrolloweb.com/>, 2004)

Los monocromáticos y gama de grises son colores idóneos para expresar seriedad, ambigüedad, elegancia, aunque son por naturaleza colores algo tristes.

c) Colores brillantes

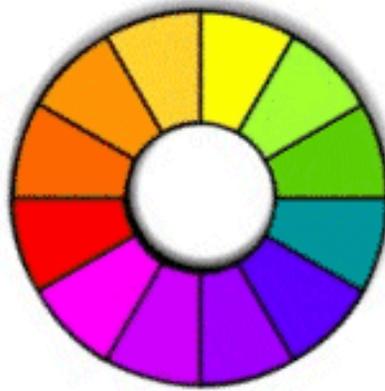


Figura 57-1. Colores brillantes.

Fuente: (<http://www.desarrolloweb.com>, 2004)

Este tipo de colores claros evocan limpieza, juventud, jovialidad, como ocurre con amarillos, verdes y naranjas, mientras que los oscuros inspiran seriedad, madurez, calma, como es el caso de los tonos rojos, azules y negros.

d) Colores fosforescentes



Figura 58-1. Colores fosforescentes

Fuente: (<http://www.ecured.cu>, 2016)

Este tipo de colores tienen una apariencia altamente brillante, luminosa y reflejan mucha luz. Su aplicación sobre el blanco aumenta su viveza. Se utiliza para decoración de escenarios, diseño de interiores y son ideales para estudiantes.

1.7 La Ilustración

1.7.1 Definición de Ilustración

Santiago González, 2013. Establece que la ilustración es crear un mensaje mediante un código visual partiendo de un código textual. Marco Chamorro, 2013 nos dice que ilustrar es escribir con un código diferente.

1.7.1.1 Función de la ilustración

a) *Presentar lo que no expresa el texto*

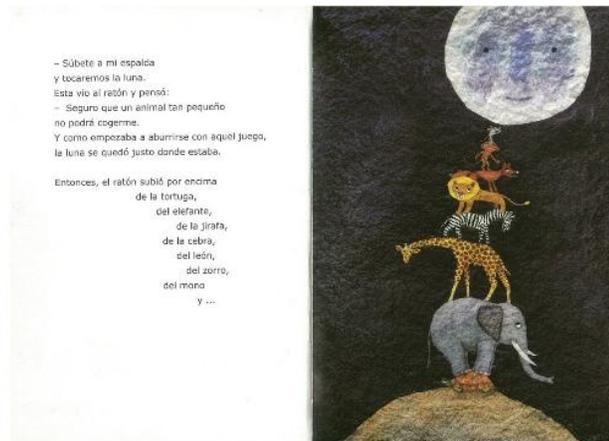


Figura 59-1. Ilustración Surrealista

Fuente: (<http://es.slideshare.net>, 2012)

Genera imágenes que pertenecen al espacio de lo intangible o de lo irreal

b) Repetir el contenido de las palabras



¿A qué sabe la luna?, Michael Grejniec

Figura 60-1. Ilustración redundante

Fuente: (<http://es.slideshare.net/> , 2011)

Esto le permite al lector entender mejor el contenido del texto, al mismo tiempo que traduce a imágenes lo que se lee, se dice que las personas buscan una imagen para afirmar lo que comprenden.

c) Adornar un escrito



Figura 61-1. Ilustración decorativa

Fuente:(<https://www.pinterest.com/>, 2013)

El escrito pasa a ser de un texto aburrido a un texto entretenido y llamativo

d) Enriquecer al observador



Figura 62-1. Ilustración complementaria

Fuente: (<http://elisabethwho.tumblr.com/>, 2012)

Lo hace creativo, favorece el entendimiento de otro forma de lenguaje. (Dra. Jackelin Verdugo C. y Mtr. Camila Z. Fernández de Córdova, 2013, <http://es.slideshare.net/videoconferenciasutpl/la-ilustracion-en-la-literatura-para-ninos-y-jovenes>) “Doble alfabetización”

1.7.1.2 Clasificación de la ilustración

a) Ilustración Conceptual

Nasheli González Hernández, 2015. Define a este tipo de ilustración como la imagen que representa ideas, en la mayoría de los casos abstractos, en vez de hechos concretos. Para lograr la ilustración conceptual no es importante contar con un argumento o texto.

Concuerda con Nasheli González la publicación de Arte y fotografía, Diseño, 2009, al decir que la representación de conceptos no se rige a datos, argumentos literarios o información, ya que es más una interpretación del ilustrador. Incluso quien ilustra tiene la libertad de usar su estilo personal.

b) Ilustración Publicitaria



Figura 63-1. Ilustración publicitaria para Coca-Cola.

Fuente: (<http://ilustradoresenelmundo.blogspot.com>, 2010)

Ilustrando ando escuela de arte Murcia, 2008 Plantea que la ilustración publicitaria busca atraer y llamar la atención sobre un producto o servicio, al momento que lo anuncia y presenta sus características. Por otra parte la publicación de *Arte y fotografía, Diseño*, 2009 Escribe que este tipo de ilustraciones están orientadas a mejorar o dar personalidad a un producto, servicio o marca comercial.

La principal característica de este tipo de ilustración es cautivar a primera vista independientemente del formato que se utilice (carteles, envases, spots publicitarios, entre otros)

c) Ilustración Narrativa

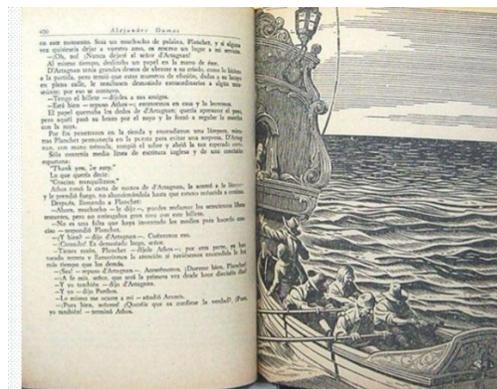


Figura 64-1. Ilustración narrativa de una novela

Fuente: (<http://es.slideshare.net>, 2012)

Presenta en imágenes un argumento, relatos, cómic, guiones, novelas, cómic, etc.

d) Ilustración Científica



Figura 65-1. Ilustración narrativa. Ilustración de la mano

Fuente: (https://www.pinterest.com/_/2011)

Nos dice Rocío Esparza, 2013. El objetivo de la ilustración científica es transmitir información científica, por esta razón las ilustraciones tienen muchos detalles que se pegan a la realidad; un ejemplo de este tipo de ilustración es el cuerpo humano para el estudio de anatomía en medicina.

El tipo de ilustración varía según las necesidades, puede ir desde un sencillo pero útil esquema, hasta uno muy complejo, rayando en el fotorrealismo del objeto de estudio, para hacer más clara su explicación. Aquí se muestra a la especie fuera de su entorno (paisaje), es decir lo contrario a la ilustración artística que nos busca un fondo en el cual se desarrolla una historia.

e) Ilustración Técnica



Figura 66-1. Ilustración técnica. Cámara fotográfica Canon.

Fuente: (<http://ilustrandoenlaescueladearte.blogspot.com>, 2013)

Jorge Cartes Sanhueza, 2010. Señala que este tipo de ilustración tiene como objetivo explicar la manera de armar y hacer funcionar el objeto. También se explica en la página Arte y fotografía, Diseño, 2009 que la ilustración técnica sirve para mostrar las partes internas y externas de un producto.

1.7.2 Tipos de ilustración para adolescentes.

1.7.2.1 Electro

La ilustración electro nace de las ideas del diseñador gráfico e ilustrador francés YoAz quien ha creado “Electro Animales” son coloridas ilustraciones semejantes a circuitos electrónicos de animales silvestres y donde plasma detallados primeros planos también de personajes de ciencia ficción y estrellas de música.



Figura 67-1. Ilustración estilo electro

Fuente: (<http://www.rexolucionvectorial.com> , 2013)

1.7.2.2 Surrealista

Las ilustraciones surrealistas son una mezcla entre la realidad y un mundo de ficción tienen un toque de colores suaves y composiciones llamativas.



Gráfico 68-1. Ilustración estilo surrealista

Fuente:(<http://www.actitudfem.com/> , 2012)

1.7.2.3 Doodle

Se entiende por doodle al dibujo o garabato de cualquier objeto ya sea este concreto o abstracto. En la actualidad este estilo de ilustración se usa en la metodología de la educación para estimular la creatividad ya que tiene un sinfín de posibilidades.

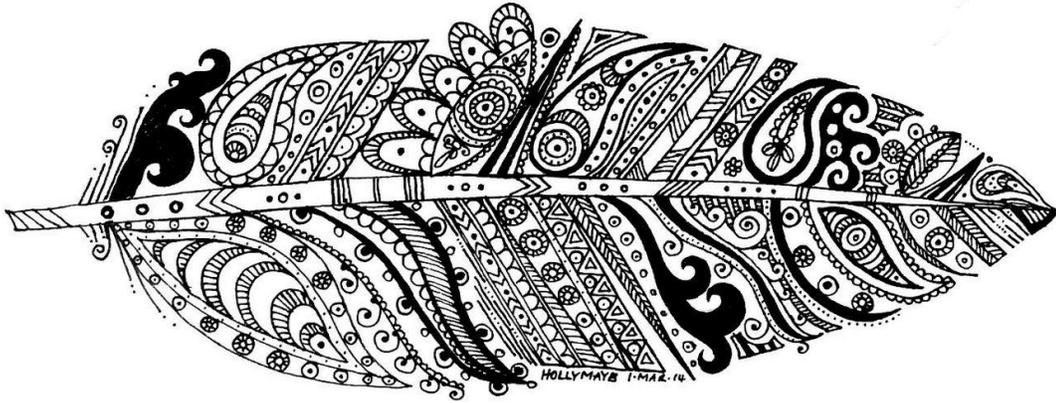


Figura 69-1. Ilustración estilo doodle

Fuente:(<http://www.zentangle.com>, 2014)

1.7.2.4 Manga

Se considera al manga al dibujo japonés plasmado en papel llamado el antecesor del anime el cual sale en televisión. Los personajes como las mujeres y hombres tienen rasgos casi humanos, las mujeres tienen unos ojos grandes de una gran belleza y peinados extravagantes mientras que los hombres destacan por su guapura.



Figura 70-1. Ilustración estilo manga

Fuente:(<http://www.ilustrados.com>, 2012)

1.7.2.5 Complementaria

Tim Burton cineasta e ilustrador exponente conocido del estilo complementario: estética expresionista, colores oscuros, variedad de texturas y luz crepuscular, sus ilustraciones reflejan melancolía y tienen una tenebrosa elegancia en su arte.

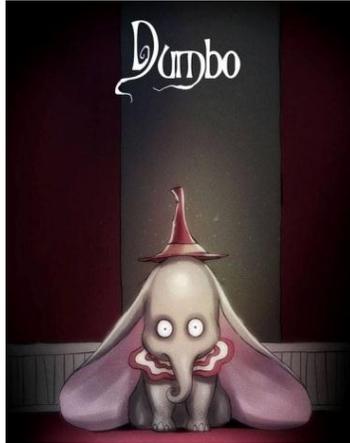


Figura 71-1. Ilustración estilo burtoniano - complementario

Fuente: (<http://www.thecult.es/la-era-de-la-ilustracion/tim-burton-bocetos-e-ilustraciones.html>, 2013)

1.7.2.6 Realista



Figura 72-1. Ilustración estilo realista

Fuente: Resultado de la investigación realizada del 11 al 12 de enero 2015

La ilustración realista parte de un modelo existente, este estilo de ilustración busca reflejar de la manera más pegada a la realidad lo que el ilustrador ve es así que toma muy en cuenta cada detalle y los colores a menos que busque dejar la imagen a propósito y según los fines para los que se requieran; en escala de grises, tonos sepia o blanco y negro.

1.7.3 Estilos

Existen varios estilos de ilustración, tantos como los estilos artísticos desde lo más antiguo hasta lo más contemporáneo entre ellos tenemos los siguientes

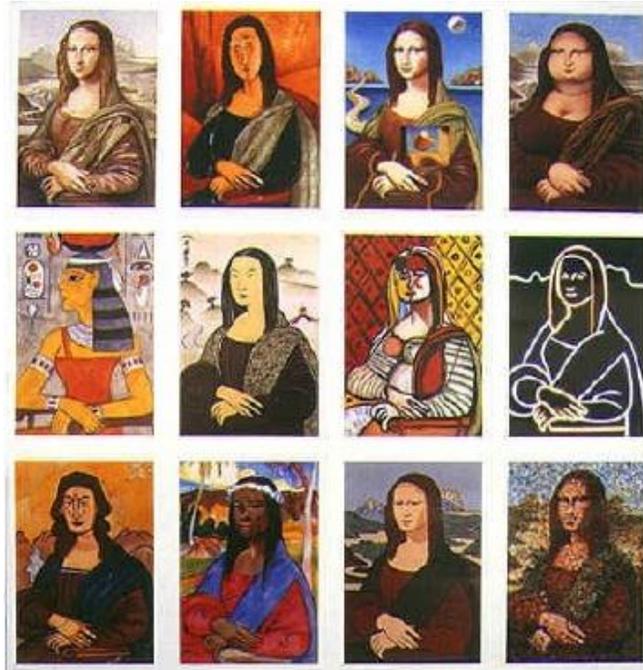


Figura 73-1. Estilos de ilustración

Fuente: (<http://es.slideshare.net>, 2011)

Primitivo, griego, renacimiento, modernismo, fauvismo, impresionismo, expresionismo, dadaísmo, surrealismo, minimalismo, etc. Actualmente la combinación de los estilos dan lugar a nuevos estilos como: ficción, manga, anime, fantasía, entre otros. Incluso se puede decir que cada ilustrador tiene su estilo personal.

Es importante tener clara la problemática que se pretende solucionar e identificar un adecuado concepto de diseño como: tradición, ecología, modernidad, ocio, entre otros. Posteriormente se selecciona un estilo y una técnica que se ajusten a las necesidades de diseño.

“Recuerda ... no hagas algo en máquina si quieres que se vea natural, y no hagas a mano lo que quieras que se vea perfecto, como en el caso de las tipografías”. (Aurora Alejandra Valdez Guzmán, 2009, http://es.slideshare.net/maestralejandrac11/ilustracin-v?qid=6a9e3382-0237-4098-b24d-8d9e6ca2beec&v=zf1&b&from_search=17)

1.7.4 Técnicas

a) Técnicas Secas

Utiliza pintura sólida, sin la necesidad de emplear diluyentes para su aplicación. Entre estas tenemos:

- **Carboncillo**

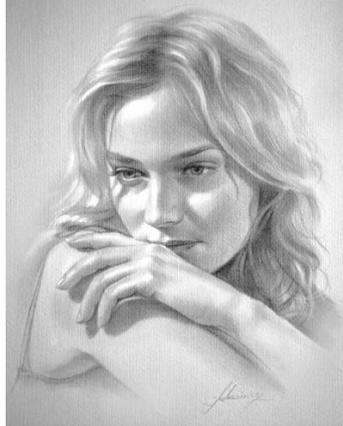


Figura 74-1. Técnica de carboncillo

Fuente: (https://www.pinterest.com/_ 2012)

“Es el carbón vegetal que se obtiene de la madera del bonetero, evónimo, sauce, nogal, tilo o romero. Se usa para dibujar” (Fotonostra, 2015, <http://www.fotonostra.com/glosario/carboncillo.htm>)

- **Lápiz de grafito**



Figura 75-1. Técnica lápiz de grafito

Fuente:(<https://www.pinterest.com>, 2011)

Sara Lasso, 2015. Nos dice que el grafito es carbono blando que tiene un tono gris, con un brillo metálico, surge mezclando grafito en polvo más arcilla molida y agua, la dureza de la mina es proporcional a la cantidad de arcilla que se coloque en la mezcla.

- ***Lápices de colores***

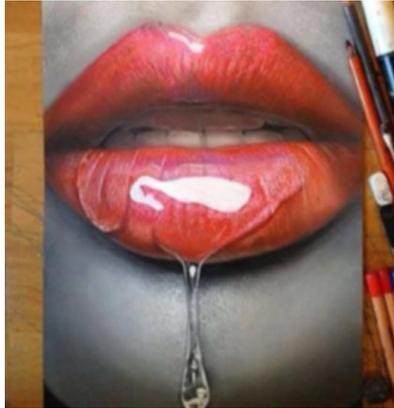


Figura 76-1. Lápices de color

Fuente: (http://webneel.com_2010)

Argumenta Barna Art, 2015 que los lápices de colores son fabricados de forma similar a los lápices de grafito excepto que las minas no se calientan en el horno para no romper los pigmentos. La mezcla está formada por pigmento, un relleno y un material aglutinante (colas y ceras).

- ***Pasteles (duros y blandos)***



Figura 77-1. Técnica con pasteles duros

Fuente: (http://www.ehow.com_2012)

Dice El Arte de Arantxa que los pasteles secos y en especial los blandos son extremadamente frágiles y delicados, se pueden romper con suma facilidad ya que este tipo de pintura es un conglomerado de pigmento en polvo con una mínima parte de tiza y goma arábica y al poseer poco aglutinante se quiebran fácilmente. El color se esparce delicadamente al pasar por encima el dedo.

- ***Pasteles al óleo (o pasteles grasos, o ceras blandas).***



Figura 78-1. Técnica con pasteles grasos

Fuente:(<http://www.josephinedcoyle.com>, 2012)

Son bastante grasos y tardan mucho tiempo en secarse. Latelier Canson, 2015, señala que no tienen una gama de colores para formar a partir de colores existentes, sin embargo tiene los tonos suficientes para satisfacer la creatividad. Están formados por pigmentos y aceites y su presentación es la de barra cilíndrica.

Existen dos maneras de utilizarlos:

- Se aplica directamente sobre el papel, para realizar trazados o zonas planas.
- Se coge el color del extremo de la barrita con un pincel humedecido con aguarrás o esencia de trementina.

- ***Ceras***



Figura 79-1. Técnica con pasteles ceras

Fuente: (<http://www.josephinedcoyle.com>, 2012)

Formadas por cera y pigmentos tienen forma de barra cilíndrica, no necesitan calentarse.

b.) Técnicas Húmedas

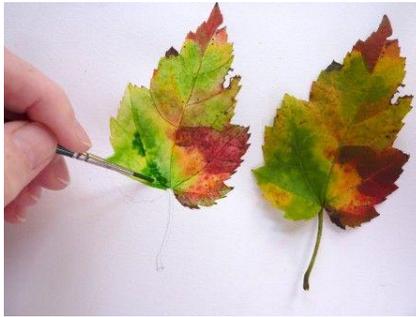


Figura 80-1. Técnica Acuarela

Fuente: (<http://vivianswiftblog.com0>, 2014)

Se dice que esta es una técnica de pintura líquida la cual se saca por la adición de pinturas secas en polvo mezclados con goma arábica. Esta técnica se diferencia de las demás por la transparencia de su gouache. No existe el color blanco porque lo da el blanco del papel.

▪ Témpera



Figura 81-1. Técnica con témpera

Fuente: (<http://www.eggtempera.com/>, 2012)

Este tipo de pintura consiste en usar pinturas mezcladas en agua. Semejante a la acuarela, su medio es la goma arábica, pero se diferencian en que en el gouache, aguada que es el color diluido en agua sola todos los colores contienen pigmento blanco que hace opaca la pintura. Los tonos aplicados son más densos, más pastosos y menos transparentes.

- El Óleo

Técnica que lo combinaban con la pintura al temple o al fresco.



Figura 82-1. Técnica con oleo

Fuente:(<http://www.liveinternet.ru>, 2012)

La palabra óleo viene del latín: “óleum”, que significa: aceite. Se sabe que el óleo se usaba para mezclar con otras sustancias y obtener un nuevo producto preciso para pintar, su uso se conoce desde tiempos antiguos. Se lo utiliza de preferencia sobre lienzo para no dañar el soporte y que el óleo se seque fácilmente.

c) Técnica Mixta



Figura 83-1. Técnica Mixta

Fuente: (<http://www.shockblast.net>, 2014)

Esta definición sería la mezcla de materiales y procedimientos distintos en unamisma obra .Los procedimientos que se ven mezclados con más frecuencia enun mismo soporte son el óleo y los acrílicos. Esta combinación quizás sea unade las técnicas mixtas más populares.

d) Técnica Digital



Figura 84-1. Técnica Digital

Fuente: (<https://www.pinterest.com> , 2012)

Se dice que la pintura digital imita formas, técnicas y estilos de la pintura convencional, utilizando diferente software, la imagen final se puede observar en cualquier computadora o dispositivo con pantalla digital, y también puede imprimir en soportes como papel, lona, etc. Generalmente se utilizan programas como: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Sketch book pro, Corel Paint etc.

1.8 Souvenirs

Proviene del vocablo francés SOUVENIR, y quiere decir, “objeto que sirve como recuerdo de la visita a algún lugar”, (WordPress, 2008, <http://definicion.de/souvenir/>).

Es una forma de llevar consigo un aparte de donde se estuvo, es decir que el hecho de salir de vista hacia algún lugar, nos mantiene en un estado de relajamiento, alegría, diversión, aprendizaje, disfrute en general, es así que el turista conoce e interactúa con la historia, las costumbres, las tradiciones, el modo de vida de la localidad y esta deja impregnado en el una fantasía de conocer o haber conocido un lugar fuera de su contexto habitual.

Un turista es habido de conocer, visitar y degustar, es ahí cuando los museos, iglesias, centros de diversión, estaciones y demás se convierten en lugares típicos de visita, por ejemplo y de forma muy denotativa un turista recordará la visita a la ciudad Mitad del Mundo.

Cuando en un recuerdo o souvenirs adquirido allí le recuerde de la visita al museo etnográfico o que se mantuvo jugando en la línea equinoccial mientras veía los bustos de los misioneros geodésico franceses, y recordará estos detalles junto a las vivencias que hay tuvo, esto se hará presente cuando el mire la miniatura del monumento a la mitad de mundo que adquirió.

Objeto q es utilizado para el embotellamiento de vinos y sangrías elaborados en la localidad, los cuales hábilmente y sin mucha ciencia saben que el turista desea recordar donde estuvo con lo más icónico. Eso es un souvenir un recuerdo que sirve de regalo, y de evidencia de la estadía de un nuevo lugar visitado.

No solo para los turistas es importante este hecho, también lo es para la localidad y para las personas que están diariamente en contacto con este motivo, el hecho de diseñar imágenes que el grupo identifique como suyo es importante porque, serán ellos los que compartan con el que no conoce el porqué de tal motivo en determinando objeto.

El souvenir no es tan importante en sí mismo sino la iconografía, el diseño o lo intrínseco que lleve, que dé a conocer un poco más sobre la localidad, es decir si estilizamos las festividades de “San Pedro, en Alausí”, en una ilustración identificable, dirá algo más de la localidad, y será como transportar cultura y vender un poco de los saberes a quien este habido de llevarlos consigo.

Debido a que los souvenirs resultan muy populares y comercialmente fáciles de realizar, su producción, venta y rédito da como resultante una importante fuente de ingresos.

Lo negativo es que no aporta identidad, porque el mismo labrado de determinado artículo lo podemos encontrar en Quito por ejemplo, y de esa forma no se logra el objetivo de mantener la identidad de una localidad porque habrá esta confusión, debemos recatar lo importante e identificable de cada localidad para que se transmita a quien lo lleva consigo.

El aparecimiento de los souvenir no tiene un origen preciso, se toma en cuenta la Odisea de Homero, cuando Ulises transportaba recuerdos de sus épicos viajes, o de los peregrinajes cristianos a tierra santa donde un habido comerciante lograba venderle una reliquia sagrada o algo similar más el hecho el en concreto según nos dice, Fernando Estévez González, “un souvenir contribuye a hacer tangibles las experiencias intangibles del viaje.”, (Fernando Estévez, 2009, <http://www.guayabero.net/expos/expo/efecto-souvenir.html>).

1.8.1 Tipología de los Souvenirs para adolescentes

Tabla 13– 1 Souvenirs según la pirámide de Abraham Maslow que va con el público objetivo

SOUVENIRS SEGÚN LA PIRÁMIDE DE ABRAHAM MASLOW QUE VA CON EL PÚBLICO OBJETIVO		
NIVELES	JERARQUÍA DE NECESIDADES	SOUVENIRS
PRIMER NIVEL Aspectos fisiológicos	<ul style="list-style-type: none"> - Necesidades de beber agua y alimentarse. - Necesidad de mantener la temperatura corporal - Necesidad de dormir, descansar 	<ul style="list-style-type: none"> - Vasos - Camisetas - Gorras - Vestidos
SEGUNDO NIVEL Aspectos de la seguridad de la persona	<ul style="list-style-type: none"> - Seguridad física y de salud - Seguridad de recursos - Seguridad familiar 	<ul style="list-style-type: none"> - Monedero - Billetera - Paraguas - Llavero
TERCER NIVEL Aspectos de afiliación a entornos en los cuales se sienta a gusto	<ul style="list-style-type: none"> - Actividades deportivas, culturales y recreativas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Juego de cartas - Pelota
CUARTO NIVEL Búsqueda del reconocimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Existe la necesidad de atención, aprecio, reconocimiento 	<ul style="list-style-type: none"> - Protector de celular - Aretes - Pulseras - Anillos
QUINTO NIVEL Autorrealización	<ul style="list-style-type: none"> - Necesidad de privacidad, sentido del humor, aceptación de sí mismo y de los demás, creativos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuadernos - Esferos - Mochilas - Bolsos - Flash memory

Fuente: (Estudio de rasgos identificativos de la cultura tsáchila y aplicación en un sistema de códigos gráficos Silvana Alexandra Rosero Yépez p. 83,EDG, 2009),

Elaborado por: Marjorie Flores A., Pablo Vargas G., 2016

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

Nuestra investigación será documentada de forma representativa denotando lo más importante que se está analizando, distintos estudios relativos al patrimonio ayudan a generar un concepto más estructurado sobre el tema, aun así todos los datos recolectados son ambiguos y están sujetos a interpretaciones, aclaraciones y hay puntos de vista que demuestran que la cantidad de información no siempre refleja calidad, es así que se trabajara bajo los siguientes estándares

2.1 Tipo de investigación

El siguiente proyecto se enmarca dentro de los siguientes tipos de investigación:

Cualitativa: teoría fundada y etnográfica, porque se pretende analizar los datos recogidos en diferentes fuentes como fichas, libros, publicaciones, revistas, etc.; para conocer los bienes considerados patrimonio intangible y determinar cuáles son los que se encuentran en riesgo y conocer el nivel de sensibilidad en el que están en la memoria de los alauseños, y así establecer en dónde enfatizar el trabajo de diseño. Destacando particularidades, características, y detalles que permitan reflejar en las ilustraciones la realidad del bien, adaptándolas a las necesidades y preferencias de los adolescentes.

Estudiar el grupo objetivo, y todo lo referente a su entorno es importante para poder generar un diseño con mayor efectividad y más atrayente para el grupo, también permite determinar las causas de la falta de interés sobre el patrimonio cultural intangible para neutralizar este efecto en el grupo a través de las ilustraciones aplicadas en los diferentes souvenirs, que deben adaptarse a los intereses del grupo, esto a través de las encuestas que arrojen resultados sobre lo planteado.

La aplicación de entrevistas y encuestas es una forma de palpar el problema de manera directa, conocer al grupo y saber su percepción sobre el fenómeno en cuestión ayuda a tener un conocimiento más amplio de como contrarrestar los efectos de la perdida de la identidad que involucra a los bienes patrimoniales, además la historia de los bienes en muchos caso es de efecto oral, y solo se aprende de ellos mediante historias que las transmiten personas de la localidad.

2.2 Tipo de muestreo

En este caso no es conveniente la realización de un censo sobre el número de adolescentes que hay en la parroquia de Alausí para la aplicación de las encuestas ya que la cantidad sería muy amplia y nos llevaría mucho tiempo la recolección y análisis de la información, por esta razón es necesario seleccionar una muestra representativa del público al cual queremos estudiar.

2.3 Tamaño de la población

Todo lo referente a la investigación es una población es así que los bienes considerados patrimonio intangible también se considera como población, así como también la población de estudio.

Población del Patrimonio Intangible de la parroquia Alausí: **39** elementos inventariados según el INPC, en el decreto de emergencia, de los cuales tomaremos para nuestro trabajo solo los que tienen un nivel de riesgo más alto, por la sensibilidad y cambio, resaltando elementos que evoquen el conocimiento o reconocimiento de estos elementos; teniendo así **30 patrimonios intangibles**.

Situación poblacional de la parroquia Alausí:

Hombres: **4935**

Mujeres: **5275**

Total: **10210**

Según el: Censo de población y vivienda (2010) del INEC.

La tasa de crecimiento poblacional para Ecuador fue determinada en 1.38% anual, es así que para Alausí a partir del 2010 con una población de 10210 habitantes se espera un aumento de 18.9%, dando como resultado 12599 habitantes, en la parroquia.

La población que nos compete analizar en el censo poblacional del 2010 fue determinada así:

Tabla 1 – 2 Población por grupos de edad de la parroquia Alausí.

Edad	Perfil Demográfico	Nº de habitantes	
De 10 a 14 años	Urbano	784	
	Rural	573	Total: 1357
De 15 a 19 años	Urbano	723	
	Rural	461	Total: 1184

Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: unidad de procesamiento-dirección de estudios analíticos estadísticos-Galo López

El rango de edad determinada en nuestro estudio está dentro del perfil urbano, considerando que las unidades académicas integran estudiantes tanto del perfil urbano como del rural, y que comprende un rango de 14 a 17 años, tenemos un resultado aproximado de: **981** habitantes en el 2010, proyectando con la tasa de crecimiento tendríamos una población aproximada de **1166** habitantes para el 2015.

2.4 Muestra

2.4.1 Unidad de Observación

- Nivel de riesgo de los diferentes patrimonios intangibles de la parroquia Alausí: 30 elementos
- Población de adolescentes dentro de los 14 a 17 años de edad de la parroquia Alausí.
- Tipos de souvenirs más llamativos para el grupo objetivo.

2.4.2 Cálculo de la muestra

Población: 1166 finita de adolescentes dentro del rango determinado.

Muestra:

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96.

e = Límite aceptable de error muestral.

$$n = \frac{1166 \cdot 0,5^2 \cdot 1,96^2}{(1166 - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

$$n = \frac{1119,8264}{(1165)0,09^2 + 0,5^2 1,96^2}$$

$$n = \frac{1119.8264}{9.4365 + 0.9604}$$

$$n = \frac{1119.8264}{10.3969}$$

$$n = 108$$

Muestra: 108 estudiantes de la parroquia Alausí, para las encuestas.

2.4.3 Tipo de muestro dentro de la muestra

Probabilístico: este método es en base a selecciones aleatorias o regidas al azar, los sujetos tienen la misma posibilidad de ser seleccionados o rechazados para la investigación. Esto lo hace un método fiable para la obtención de información que ayude a determinar que tanto conoce el grupo del fenómeno en cuestión porque no se espera una respuesta definida en ninguno de ellos.

Para la selección aleatoria se usará el método de muestro sistemático, y se procederá a trabajar en base a las listas para poder aplicar las encuestas en los diferentes cursos de los planteles educativos.

2.5 Operacionalización de las variables

Tabla 2 – 2 Operacionalización de las variables dentro del tema de estudio.

Variables	Categoría	Indicador	Método	Técnica	Instrumento	Parámetros
Patrimonio Intangible			<ul style="list-style-type: none"> • Lógico deductivo • El método histórico 	<ul style="list-style-type: none"> • Fichaje 	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha de síntesis 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre del patrimonio • Sensibilidad • Descripción • Significado • Importancia para la comunidad
Parroquia Alausí	<ul style="list-style-type: none"> • Geografía • División política • Características demográficas 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación en libros físicos y digitales • Investigación en sitio WEB 	<ul style="list-style-type: none"> • Lógico deductivo • El método histórico 	<ul style="list-style-type: none"> • Fichaje 	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha de síntesis 	<ul style="list-style-type: none"> • Historia • Situación actual: Geográfico, político, poblacional, publicitario
Ilustraciones	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de Ilustración • Clasificación de la ilustración • Función de la ilustración • Influencia de la ilustración en los jóvenes • Estilo • Técnica • Bocetos • Retículas • Tipografías • Colores 		<ul style="list-style-type: none"> • Lógico deductivo • El método histórico 	<ul style="list-style-type: none"> • Fichaje 	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha de síntesis 	<ul style="list-style-type: none"> • Historia • Situación actual: Geográfico, político, poblacional, publicitario
Souvenir	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de Souvenirs • Tipos de souvenirs • Selección de los souvenir • Especificaciones • Técnicas de impresión • Montaje 		<ul style="list-style-type: none"> • Lógico deductivo • El método histórico 	<ul style="list-style-type: none"> • Fichaje 	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha de síntesis 	<ul style="list-style-type: none"> • Historia • Situación actual: Geográfico, político, poblacional, publicitario

Elaborado por: Pablo Vargas Guerrero, Marjorie Flores Acosta, 2016.

2.6 Instrumentos para la recolección de información

2.6.1 Selección instrumentos de investigación (encuesta, entrevistas, observación, etc.)

Para realizar la investigación se vio la necesidad de la aplicación de encuestas para tener de una fuente directa la información de los adolescentes sobre sus gustos, los cuales se miden a través de la escala de likert considerando diferentes variables como: color, estilos de ilustración, género, tipografía.

Los tipos de souvenir se seleccionaron de acuerdo a la pirámide de necesidades de Maslow y lo que se pueda recabar para conocer que prefieren para la aplicación de la ilustración. La ilustración en si es el acabose de la investigación de lo más destacable e icónico que se pueda sintetizar con el fin de transmitir un mensaje a los adolescentes que a futuro serán los custodios de ese patrimonio que hoy se investiga.

Otra parte fundamental de la investigación es la de evaluar el riesgo de los diferentes patrimonios a través de la observación por medio de fichas de observación, y ayudando en investigaciones previas que impulsan organismos estatales con el fin de generar proyectos de este tipo, haciendo que al sociedad sea autogestora de la conservación; se pretende trabajar con los patrimonios que tengan mayor nivel de riesgo y que se identifiquen mejor con el grupo.

2.6.2 Instrumentos de investigación

2.6.2.1 Ficha de observación:

Este documento ayuda a registrar las visitas a l parroquia, para destacar particularidades sobre los patrimonios, la comunidad, el entorno del grupo, el nivel de sensibilidad sobre el fenómeno, conocer de primera mano los efectos de la perdida de la identidad respecto al patrimonio.(Véase en Anexo A)

2.6.2.2 Encuesta

Nos ayuda a conocer información en diferentes niveles, con preguntas que ayuden a determinar aspectos específicos de la investigación, se inicia con la información personal de los encuestados para conocer: edad, que corresponda al grupo objetivo, además del género para trabajar de forma aleatoria; el segundo nivel corresponde a los motivos por los cuales se pierde el conocimiento sobre el patrimonio, incluyendo factores que el encuestado considere para este fenómeno, la selección de los souvenirs corresponde a los intereses particulares de los adolescentes, los elementos del diseño también fueron considerados para determinar lo mejor para llegar al grupo.(Véase en Anexo B)

Se añaden los documentos de respaldo autorizando la aplicación de la encuesta de las Unidades Educativas “Ciudad de Alausí” y “Federico González Suárez”

2.6.2.3 Ficha bibliográfica

Para ayudarse en la investigación y como material de registro es necesario este documento, en varios de los lugares de investigación no es permitido usar el material fuera de las instituciones, con este motivo se diseñó la ficha. (Véase en Anexo C)

2.6.2.4 Entrevista

Este aspecto se maneja como una guía general para conocer historias y cosas relevantes sobre los patrimonios, las personas que colaboran con esta entrevista ayudan a encaminar y a dar una percepción más clara sobre los bienes patrimoniales y entender cómo se dio el origen del bien, como se llegó a posicionar en la mente de los alauseños, esta información fue fundamental en la descripción del bien. (Véase en Anexo D)

2.7 Marco Metodológico del Diseño

2.7.1 Análisis de la información

Con respecto al tema del patrimonio intangible la información recopilada permitió encontrar un total de treinta y nueve bienes patrimoniales (véase en “Tabla 4-1. Patrimonios intangibles inventariados en la parroquia Alausí, según el decreto de emergencia al patrimonio cultural del INPC.”), de los cuales se determinó trabajar con los que están en riesgo “medio” y “alto” y son los siguientes:

Tabla 3-2: Nivel de sensibilidad de los Patrimonios intangibles de la parroquia Alausí

Nombre del bien	Niveles de sensibilidad
las corridas de toros fiestas de san judas Tadeo en Gonzo	Media
El arranche de las gallinas	Media
El juego de las cintas	Media
Carrera de carros de madera en Alausí	Media
La comida en el día de difuntos	Media
Corina Silva	Media
Toponimia de Alausí	Media
Los toros en las fiestas de San Pedro de Alausí	Media
Desfile de la alegría	Media
La noche de castillos	Media
Los toros	Media
Relato de la construcción del ferrocarril	Media
Leyenda de Eloy Alfaro en Alausí	Media
Shigras	Media
tradiciones orales de la Nariz del Diablo	Media
Las Ollas encantadas de los barrios de Alausí	Media
La viga encebada en Alausí	Media
Elaboración de la viga encebada en Alausí	Media
Torneo de Cintas a caballo	Media
Fiesta de San Jerónimo de Huaylla Chico	Media
Alausí, un emporio de trabajo en la época ferroviaria	Media
La ganada de la plaza	Media
Preparación de la chicha de Jora en Huaylla Chico	Media
Los zamarros	Alta
Las faldas	Alta
Elaboración del carro de madera	Alta
La banda municipal (composición)	Alta
Elaboración del quesillo en Alausí	Alta
Mollejas asadas	Alta
Alimentos tradicionales de las comunidades indígenas de Alausí	Alta

Fuente: Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura (INPC, 2008).

Elaborado por: Pablo Vargas Guerrero, Marjorie Flores Acosta, 2016

Esto con el fin de mantener en la memoria de los adolescentes algunos de los bienes que están en peligro de perderse, su nivel de sensibilidad es medio y alto porque son los que por varias razones ya no son usados o recurrentes en la cotidianeidad de las personas de la parroquia

Diferentes son los motivos que llevan a estos cambios, el interés actual sobre la cultura y la pluriculturalidad hace de este tipo de proyectos importantes para mantener en la memoria colectiva lo que un día fue algo común en la vida de las personas.

Basándonos en el estilo proyectual de Gui Bonsiepe y en su metodología de diseño podemos decir que la información recabada es importante porque permite el desarrollo organizado de la idea, la creatividad no surge por si sola sienta sus bases en la información que se obtiene.

2.7.2 Metodología para diseñar

Se determinó trabajar bajo los siguientes lineamientos de Gui Bonsiepe.

Menciona Bonsiepe que “el diseño se debe de hacer desde los mismos lugares, en el contexto en el que se vive.” (Las siete columnas de diseño, 2012), con esto en mente entendemos que los problemas de cualquier índole en el nuestro caso el comunicacional debe ser entendido y resuelto en la comunidad, el aporte de las ilustraciones debe ser socializado y difundido con el fin de que cumpla el objetivo de la conservación de los bienes patrimoniales.

En la metodología proyectual de Bonsiepe denotaremos lo siguiente:

2.7.2.1 Problematización.

- **Problema**

Analizando los datos recabados en la investigación podemos determinar el nivel de conocimiento sobre el patrimonio intangible del cantón Alausí, las personas adultas están informadas y conocen sobre el tema, ya que fueron fuentes en la investigación; pero los adolescentes son un grupo vulnerable que necesita reforzar esta información que viene a ser parte de su identidad.

El problema es la falta de la identificación de los patrimonios intangibles, porque su conocimiento sobre el patrimonio no está en cero, tan solo que no hay una identificación sobre el tema del presente proyecto.

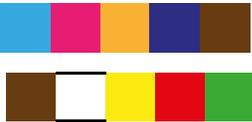
- *Solución*

La solución es la aplicación de ilustraciones en souvenirs, artículos que los jóvenes elijan, las ilustraciones y los artículos serán determinados en base a encuestas, así como los elementos del diseño, tipografía y color.

2.7.2.2 Análisis de los patrimonios en riesgo

Aquí iniciaremos destacando lo más importante con respecto a colores, formas, signos y significados; la siguiente matriz analizara desde este punto de vista los patrimonios en riesgo alto y medio:

Tabla 4-2: Análisis previo para el desarrollo de las ilustraciones, destacado lo más esencial para denotar en las ilustraciones

Ámbito	Bien patrimonial	Imagen	Lenguaje Visual	Cromática
Usos sociales, rituales y actos festivos	Las corridas de toros, fiestas en general.		<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión semántica: Representación de la alegría y la valentía del pueblo Alauseña. - Tipo de signo: Icono, la fuerza del toro y la alegría de su gente. - Abstracción :orgánica, con el fin de mantener las líneas naturales 	
Artes del espectáculo	El arranche de las gallinas		<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión semántica: Habilidad, valentía y audacia para mantener a la gallina viva, rodeado de otros jinetes - Tipo de signo: caballo, jinete y velocidad - Abstracción :orgánica, con el fin de mantener las líneas naturales 	
Artes del espectáculo	El juego de las cintas		<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión semántica: Habilidad, valentía y velocidad para hacerse de las cintas mientras se está rodeado de otros jinetes. - Tipo de signo: caballo, jinete y cintas - Abstracción :orgánica, con el fin de mantener las líneas naturales 	
Artes del espectáculo	Carrera y elaboración de carros de madera en Alausí		<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión semántica: Juego, diversión velocidad y adrenalina, al momento de bajar a máxima velocidad en un coche de madera. - Tipo de signo: coche de madera, alegría, casco - Abstracción :orgánica y geométrica, con el fin de mantener las líneas naturales 	
Usos sociales, rituales y actos festivos	La comida en el día de difuntos		<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión semántica: Respeto, veneración y luto, además de valores como solidaridad y familiaridad. - Tipo de signo: cruz, flores, actos mortuorios - Abstracción :orgánica, con el fin de mantener las líneas naturales 	
Tradiciones y expresiones orales	Corina Silva		<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión semántica: Respeto y valentía de la mujer alauseña, que lucha por el bien de su comunidad. - Tipo de signo: mujer - Abstracción :orgánica, con el fin de mantener las líneas naturales 	
Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Toponimia de Alausí		<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión semántica: Historia, tradición e identidad. - Tipo de signo: Alausí 	

Usos sociales, rituales y actos festivos	Desfile de la alegría		<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión semántica: La alegría de compartir las fiestas, demostración de las habilidades artísticas y cooperación de la comunidad - Tipo de signo: tradición, identidad, trajes típicos - Abstracción :orgánica, para destacar la naturalidad de lo tradicional 	 La cromática se expande a todos los colores posibles destacando colores de trajes típicos de la comunidad Nizag
Artes del espectáculo	La noche de castillos		<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión semántica: La alegría de compartir las fiestas, en la noche y el destello de los juegos pirotécnicos - Tipo de signo: castillo, el destello la explosión controlada - Abstracción :orgánica y para destacar la naturalidad de lo tradicional 	
Tradiciones y expresiones orales	Historias sobre el tren y las rutas ferroviarias en Alausí		<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión semántica: Trabajo, progreso, avance e integración, promesas con las que vivió Alausí durante la construcción y operación de tren. - Tipo de signo: rieles, tren, locomotora - Abstracción: geométrica para destacar lo más notable del tren y lo que lo rodea. 	
Artes del espectáculo	Las Ollas encantadas de los barrios de Alausí		<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión semántica: Diversión, entretenimiento y sorpresa para los niños de Alausí - Tipo de signo: olla, el garrote la alegría - Abstracción: orgánica, para destacar la naturalidad del bien 	
Tradiciones y expresiones orales	Leyendas sobre Eloy Alfaro		<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión semántica: Presidente que contribuyo enormemente con el desarrollo del cantón y la parroquia. - Tipo de signo: Eloy Alfaro - Abstracción: orgánica, para destacar la naturalidad del bien, dentro del tipo de ilustración a representar. 	
Técnicas artesanales tradicionales	Shigras		<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión semántica: Habilidad, destreza y tradición que elabora la mujer indígena alauseña. - Tipo de signo: forma concreta de la shigra. - Abstracción: orgánica, para destacar la naturalidad del bien. 	
Técnicas artesanales tradicionales	La viga encebada en Alausí y su elaboración.		<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión semántica: Valentía, diversión y astucia para hacerse con los premios en la cima de la vida encebada - Tipo de signo: la viga, y los premios - Abstracción: orgánica y geométrica, para destacar la naturalidad del bien. 	

Artes del espectáculo	La ganada de la plaza		<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión semántica: La destreza y valentía que se demuestra en la cabalgata para cumplir con este desafío. - Tipo de signo: la plaza 13 de nov. El jinete y el caballo. - Abstracción: orgánica y geométrica, para destacar la naturalidad del bien. 	
Tradiciones y expresiones orales	Fiesta de San Jerónimo de Huaylla Chico		<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión semántica: Festividad a honras de San Jerónimo, bailes, alegría y comida, que se va perdiendo por la falta de asistentes. - Tipo de signo: San Jerónimo, la alegría. - Abstracción: orgánica, para destacar la naturalidad del bien. 	
Usos sociales, rituales y actos festivos	Los samarros y su elaboración		<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión semántica: Ropa típica del serano, protege del frío y del ganado, traje usado para festividades importantes. - Tipo de signo: el samarro en sí. - Abstracción: orgánica, para destacar la naturalidad del bien. 	
Usos sociales, rituales y actos festivos	Las faldas		<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión semántica: Ropa típica de la mujer indígena de la parroquia. Usada en actos festivos importantes - Tipo de signo: la falda, y sus formas - Abstracción: orgánica, para destacar la naturalidad del bien. 	
Artes del espectáculo	La banda municipal		<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión semántica: Música, celebración y alegría que entona la música de nuestro país. - Tipo de signo: figuras musicales e instrumentos musicales de la banda. - Abstracción: orgánica, para destacar la naturalidad del bien. 	
Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Alimentos tradicionales de las comunidades indígenas de Alausí		<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión semántica: Alimentos varios, destacables pero no influyentes en la ilustración - Tipo de signo: humo, papas, queso (alimentos tradicionales de la sierra) - Abstracción: orgánica, para destacar la naturalidad del bien 	

Fuente: Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura (INPC, 2008).

Elaborado por: Marjorie Flores Acosta, Pablo Vargas Guerrero, 2016

CAPÍTULO III

3. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Con la información recolectada, tenemos un amplio espectro de datos que nos facilitan el desarrollo de las propuestas, esta información fue oficialmente adquirida en las Unidades Académicas Públicas de Alausí Matriz, mismas que son respaldadas con oficios de aceptación por parte de los señores rectores respectivos de cada unidad educativa (véase en anexos).

La primera parte de la investigación fue el uso de todo el material bibliográfico, documental, publicaciones y artículos de internet que ayudaron a una alta comprensión del tema, mismo que fue ampliamente desarrollado en capítulos y subcapítulos dentro del marco teórico.

La fase aplicativa de la investigación en donde expertos, estudiantes y miembros involucrados en el grupo ayudaron a la recolección de información de una forma fidedigna para entender que tanto conoce el público sobre el tema para de esta forma poder desarrollar las propuestas y conceptos que se presentaran las propuestas, en el capítulo siguiente tiene como objetivo demostrar estadísticamente los resultados de la aplicación de la investigación.

Para la representación e interpretación se presentan las siguientes gráficas, enmarcadas en los ítems de la encuesta realizadas a los adolescentes.

3.1 Información básica sobre los encuestados

La muestra representativa es de **108** personas, con un margen de error del **0.09%**, visto que la población era demasiado extensa se determinó este número para poder trabajar con un número de personas aún más manejable, este rango contemplo un total de **15** encuestas fallidas, documentos que fueron entregados en blanco, o de forma inentendible o ambiguos, también incompletas, es así que los elementos fallidos son:

Encuestas en blanco: 1

Encuestas marcadas de forma ambigua: 8

Encuestas incompletas: 6

Teniendo un total valido de 93 elementos sometidos a tabulación e interpretación. Como la investigación es aplicada para ambos géneros iniciaremos determinando el porcentaje de ambos dentro de la muestra:

Hombres: 49
Mujeres: 44

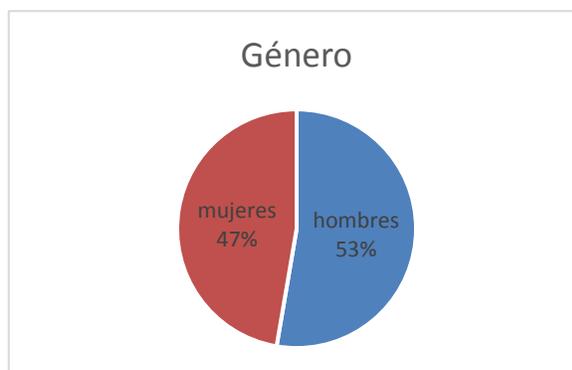


Gráfico 1-3. Porcentaje del género de encuestados

Fuente: Resultado de la investigación realizada del 11 al 12 de enero 2015

Como el muestra fue en marcada dentro de un estudio probabilístico se procuró hacer la aplicación lo más equitativa posible, es así que el número total de muestra representativa fue dividida para cada una de las unidades académicas, es así que para cada una se obtuvo un total de **54** elementos para cada estudiante.

Como nuestro rango de estudio contempla personas desde los 14 hasta los 17 años de edad, se dividió este número para cada uno de los niveles, visto que en este rango de edad se cursa desde el **décimo de educación básica** hasta el **tercero de bachillerato**, obteniendo un total aproximado de 14 encuestas por curso, los estratos de edad están dados así:

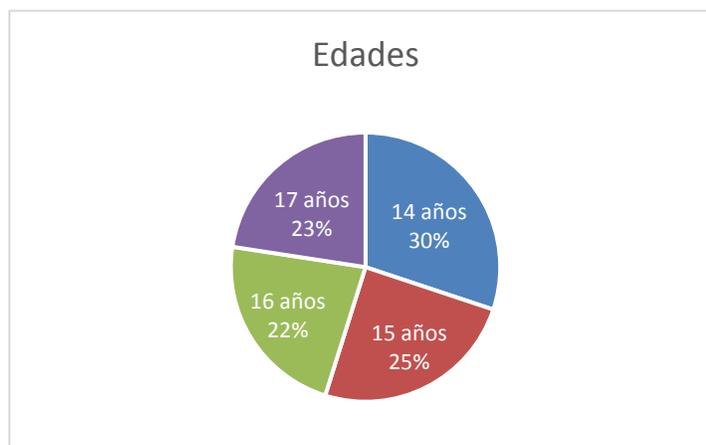


Gráfico 2-3. Porcentaje de edades de los encuestados

Fuente: Resultado de la investigación realizada del 11 al 12 de enero 2015

3.2 Información sobre el nivel de conocimiento del Patrimonio.

Es la base de la investigación y las preguntas fueron diseñadas dentro de la escala de lickert con preguntas complementarias que ayuden a determinar el nivel de conocimiento del patrimonio, el espectro de medición inicial está establecido en cinco niveles que van desde “nada – poco – algo – bastante y mucho”.

Esto nos ayudará a saber cuánto específicamente creen conocer los adolescentes, de forma complementaria se pide marcar una de las razones estudiadas por las cuales se pierde la identidad, adicional a esto se pidió mencionar patrimonios conocidos por ellos, para de esta forma determinar el nivel de sensibilidad sobre el patrimonio cultural intangible, es así que tenemos:

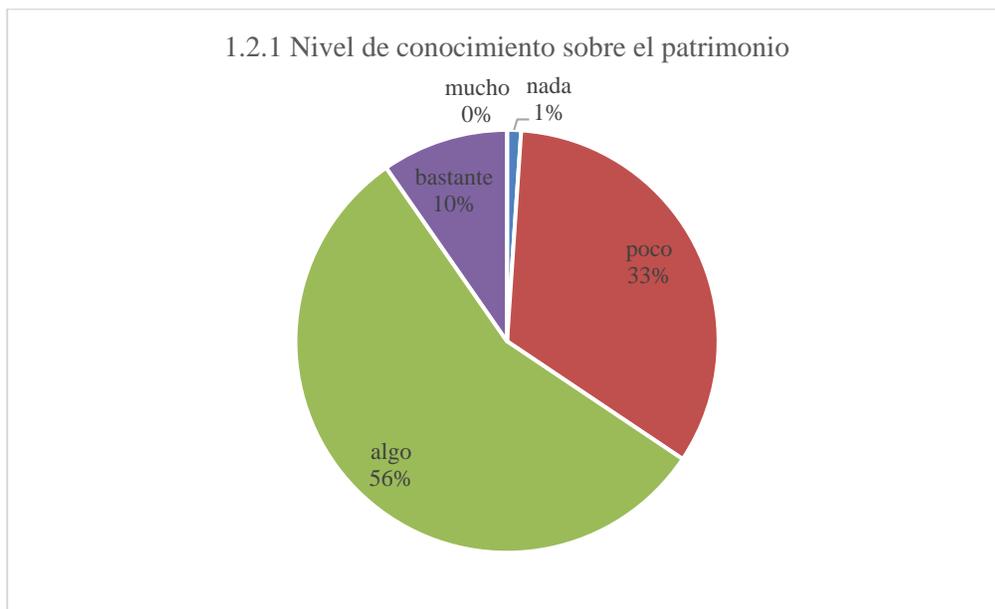


Gráfico 3-3. Nivel de conocimiento sobre el patrimonio por parte de los encuestados

Fuente: Resultado de la investigación realizada del 11 al 12 de enero 2015

Fue alentador en la investigación que el grupo tenía un conocimiento básico (56%) sobre la idea de patrimonio, de esta forma ya no se trabaja desde cero, es así que la responsabilidad sobre el diseño es más grande visto que tienen una idea más estructurada sobre el patrimonio y son entes más críticos sobre los futuros diseños.

La siguiente gráfica nos presenta los motivos por los cuales se considera la pérdida del interés sobre el patrimonio, se presentaron cuatro motivos:

- a) Falta de interés ■
- b) Pedida de la transferencia de información de padres a hijos ■
- c) No sentirse identificados ■
- d) Influencia de culturas externas ■

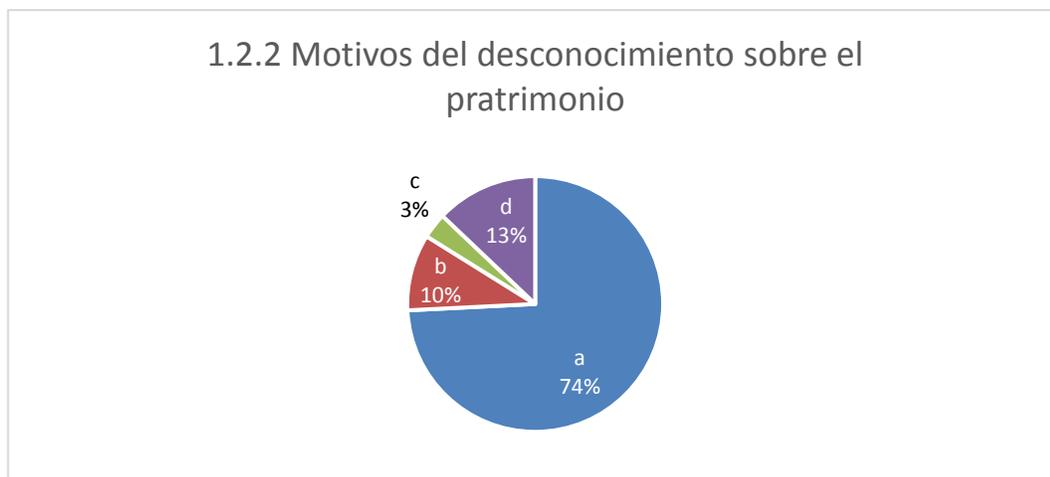


Gráfico 4-3. Motivos por los cuales se desconoce sobre el patrimonio

Fuente: Resultado de la investigación realizada del 11 al 12 de enero 2015

A continuación se presentan 5 de los patrimonios más conocidos por los adolescentes encuestados:

1.2.3 Patrimonios identificados por los adolescentes:

- Patrimonio natural: **25.29%** de los encuestados identifico lugares respecto a este patrimonio.
- Patrimonio ferroviario: **18.67%** de los adolescentes dieron una respuesta más unificada respecto a este patrimonio, es decir identificaron la estación como un bien material de la parroquia.
- Patrimonio cultural: **17.89%** de las respuestas tabuladas identifican celebraciones, tradiciones y demás ámbitos respecto al patrimonio cultural que nos compete en la investigación, esto dio a notar un nivel básico de conocimiento sobre este patrimonio.
- Patrimonio arquitectónico: **25.68%**, plazas, calles e icónicos denotativos de este aspecto del patrimonio fueron identificados por los encuestados.
- Patrimonio arqueológico: **12.45%**, nos dio respuestas que se enmarcan dentro de este ámbito del patrimonio.

De una forma complementaria para medir el nivel de interés se preguntó en un espectro de cinco niveles que tan de acuerdo están los adolescentes respecto al tema del patrimonio y sus respuestas dieron los siguientes resultados:

Niveles de interés:

- a) Muy de acuerdo ■
- b) De acuerdo ■
- c) Indiferente ■
- d) En desacuerdo ■
- e) Muy en desacuerdo ■

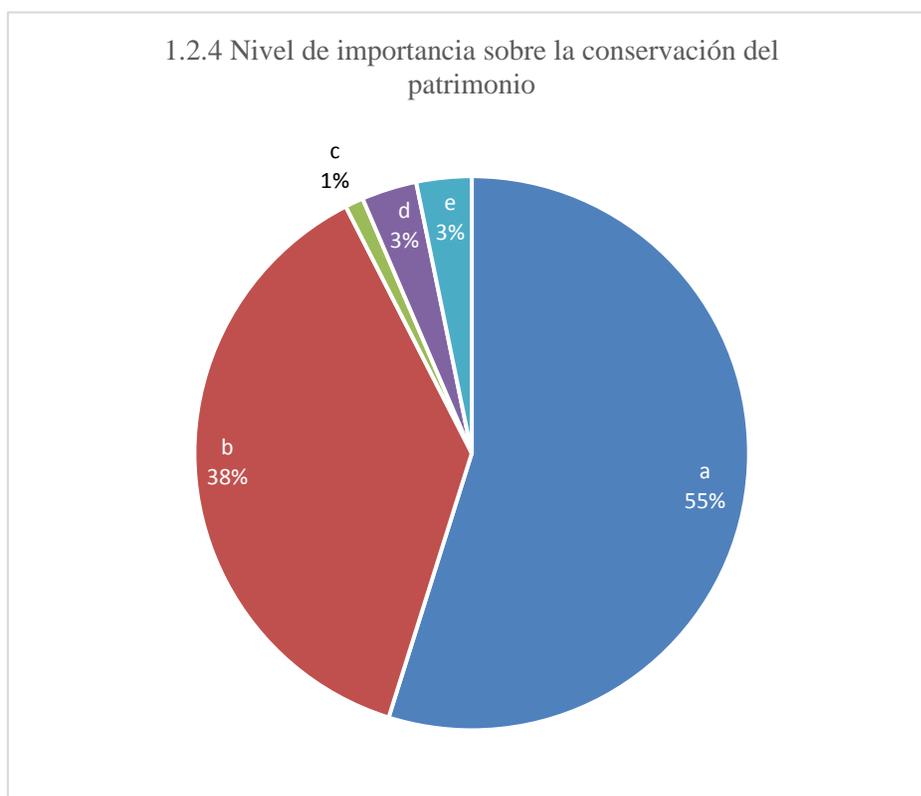


Gráfico 5-3. Nivel de interés por la conservación del patrimonio

Fuente: resultado de la investigación realizada del 11 al 12 de enero 2015

Se concluye de esta forma que hay un alto nivel de interés por la conservación del patrimonio, así como también que el entorno que rodea a la comunidad encuestada es identificado como patrimonio he ahí la responsabilidad de un diseño que mantenga presente los patrimonios que no son tan recurrentes en las respuestas con el fin de que sobrevivían a los diferentes cambios de época.

3.3. Información sobre el diseño, souvenirs, elementos del diseño y tipo de ilustración

3.3.1 Souvenirs

El siguiente ítem dentro de la pirámide de necesidades de MASLOW se determinó que tipo de artículos son los más deseados por el grupo, previamente se analizó que artículos ubicar en la encuesta y los valores porcentuales determinarán en que artículos se aplicará la ilustración es así que tenemos:

Primer nivel:

- Vasos: 15.05%
- Gorras: 17.20%
- Camisetas: **53.76%**
- Vestidos: 13.97%

Tercer nivel:

- Juego de cartas: **70.96%**
- Pelota: 29.03%

Segundo nivel:

- Monedero: 18.27%
- Billetera: **37.63%**
- Paraguas: 8.60%
- Llavero: 35.48%

Cuarto nivel:

- Protector de celular: **58.06%**
- Aretes: 11.82%
- Pulsera: 25.80%
- Anillo: 4.30%

Quinto nivel:

- Cuaderno: **31.18%**
- Mochila: 22.58%
- Esfero: 4.30%
- Bolso: 12.90%
- Flash memory: 29.03%

3.3.2 Elementos de diseño

En el siguiente ítem se establecieron dos preguntas, la primera da cinco opciones para seleccionar colores de preferencia y la segunda pide mencionar colores favoritos, los cuales nos ayudarán en la aplicación de elementos adicionales a la ilustración puesto que la ilustración lleva colores propios de cada festividad o lo más representativo, la primera pregunta está establecida en función a esto, solo que la gama y el tono varía para la preferencia del grupo

3.3.2.1 Color

Estudiando la personalidad de los adolescentes y las preferencias globales se determinaron los siguientes tonos de color:

- a) Pasteles ■
- b) Brillantes ■
- c) Oscuros ■
- d) Blanco y Negro ■
- e) Fosforescentes ■

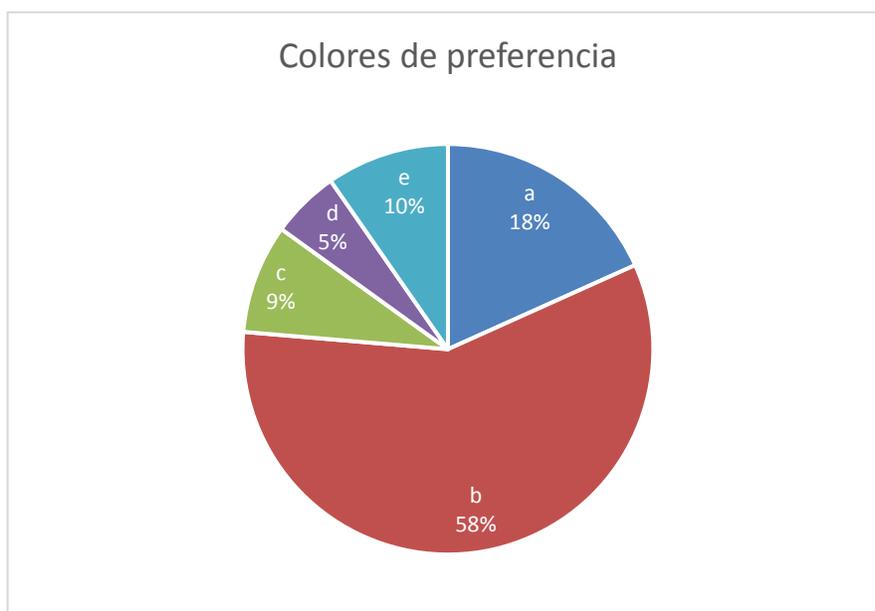


Gráfico 6-3. Colores de preferencia

Fuente: Resultado de la investigación realizada del 11 al 12 de enero 2015

Los colores favoritos del grupo entre hombres y mujeres son:

- Amarillo - Rosado
- Rojo - Blanco
- Verde - Azul
- Celeste - Naranja
- Morado - Negro

3.3.2.2 Tipografía

Se presentaron algunos moldes tipográficos entre los cuales hay convencionales, rotulados y demás que están dentro de la clasificación anteriormente mencionada, analizados previamente según el grupo de estudio y el diseño que se pretende realizar, es así que tenemos el siguiente resultado:

- a. Serif ■
- b. San serif ■
- c. Rotuladas ■
- d. Decorativas ■

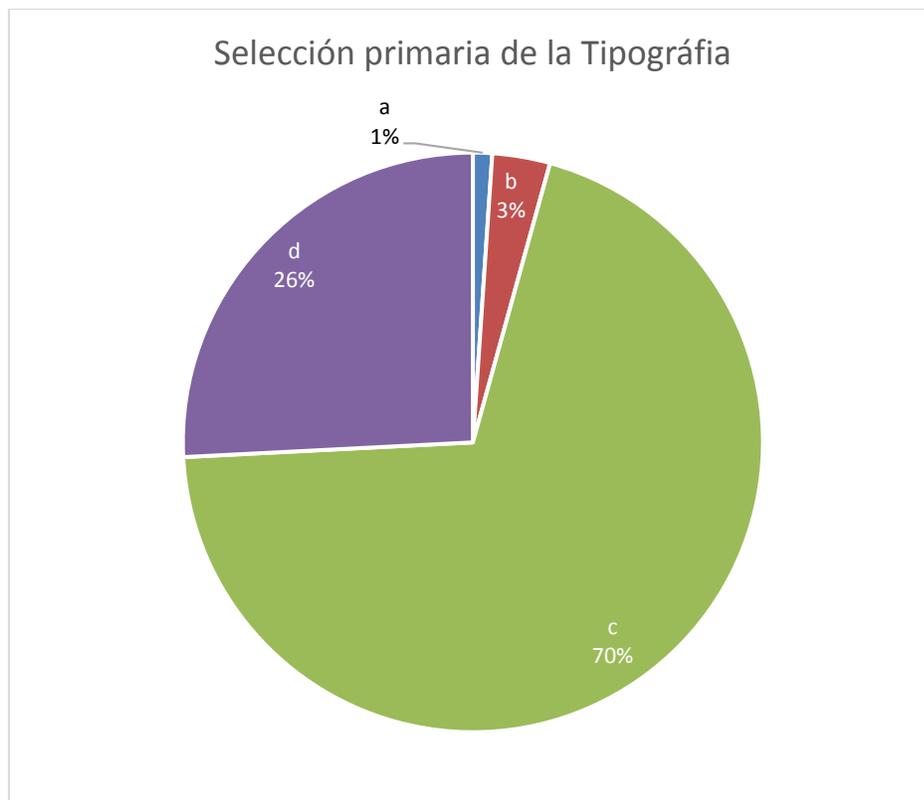


Gráfico 7-3. Selección primaria de los tipos

Fuente: Resultado de la investigación realizada del 11 al 12 de enero 2015

Dentro de las tipografías “rotuladas” y “decorativas” existen sub-clasificaciones donde se enmarcan tipos con distintos rasgos que los encuestados seleccionaron, mirando la gráfica anterior vemos que el 70% tiene tendencia por las rotuladas y el 26% tiene tendencia por las decorativas, a continuación mostramos dentro de las rotuladas cuál de ellas es la que generó mayor interés.

Como previamente se mencionó que en la familia de las “Rotuladas” tenemos sub-categorías véase cuál de ellas fue la que más impacto, o llamó la atención de los adolescentes, teniendo el siguiente resultado:

Rotuladas:

- a. Caligráficas ■
- b. Cursivas ■
- c. Góticas ■

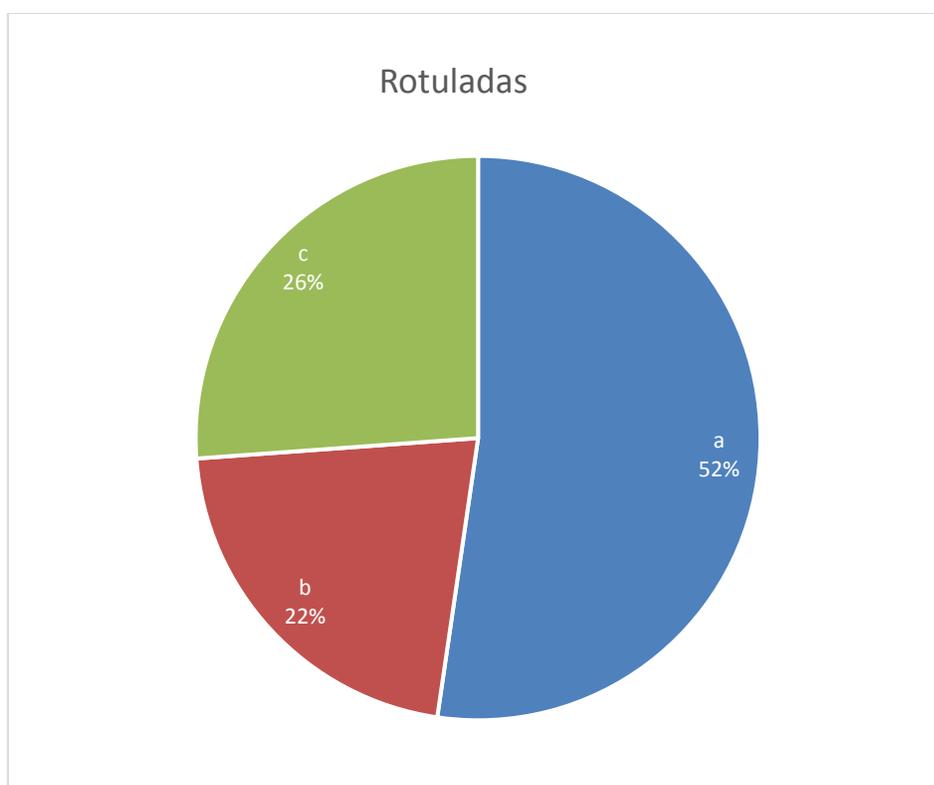


Gráfico 8-3. Selección de la tipografía rotulada

Fuente: Resultado de la investigación realizada del 11 al 12 de enero 2015

Visto que los adolescentes son generalmente personas dinámicas, activas y controversiales no es extraño esta selección en los ejemplos tipográficos presentados, son tipografías con movimiento y que sus rasgos pueden ajustarse a las necesidades de la ilustración.

3.3.3 Tipo de ilustración

Se presentó algunos tipos de ilustración de los cuales los adolescentes debían seleccionar, el que más les guste, o se identifiquen o el más llamativo, esta pregunta fue diseñada en base a los gustos del grupo y con ilustraciones que genere un nivel homogéneo de atención, de ahí la selección aleatoria para poder trabajar bajo un estilo uniforme en gustos.

- a. Surrealista ■
- b. Electro ■
- c. Doodler ■
- d. Complementaria □
- e. Manga ■
- f. Realista ■

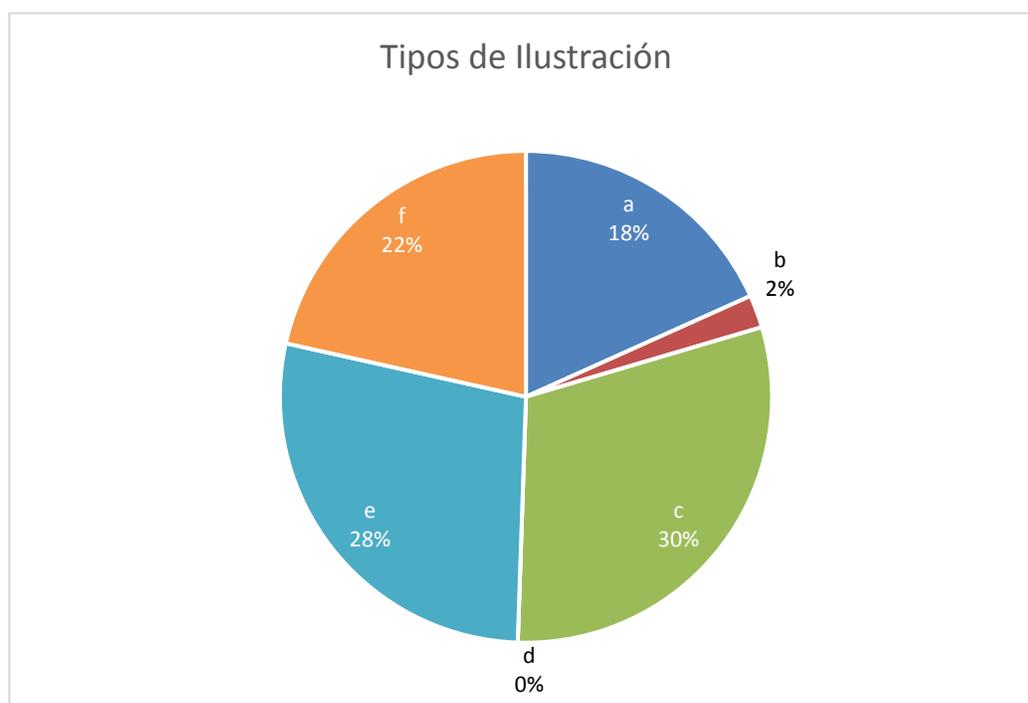


Gráfico 9-3. Selección del tipo de ilustración

Fuente: Resultado de la investigación realizada del 11 al 12 de enero 2015

3.4 Intereses personales

En este ítem con cuatro parámetros nos enfocamos en el estudio de la personalidad de los adolescentes, iniciamos con actividades de preferencia para ellos, tipo de música, redes sociales, etc., esta información ayudará en la difusión digital de las ilustraciones, también en una de las preguntas nos permite conocer que lugares de la parroquia Alausí son los más visitados por el grupo objetivo.

a) Actividades de las que disfruta el grupo

La siguiente gráfica nos muestra las tres actividades preferidas por el grupo:

Se establecieron tres categorías para enmarcar las respuestas y son por ejemplo:

Ocio, respectivo a música, televisión, internet. Etc.

Juegos y deportes, referente a actividades físicas y deportivas,

Estudios, referente a lecturas, deberes y actividades académicas.



Gráfico 10-3. Actividades favoritas de los adolescentes de Alausí

Fuente: Resultado de la investigación realizada del 11 al 12 de enero 2015

b) Lugares más visitados en la parroquia Alausí

Aquí nos permitimos preguntar los sitios más recorridos por los adolescentes, la siguiente gráfica nos muestra lo lugares más visitados:

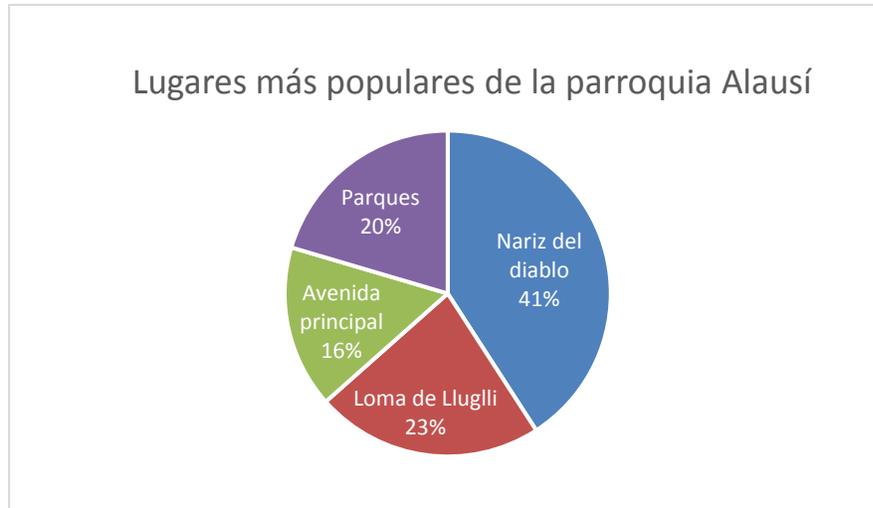


Gráfico 11-3. Lugares más visitados por los adolescentes en Alausí

Fuente: resultado de la investigación realizada del 11 al 12 de enero 2015

c) Música favorita

Por obvias razones la música de preferencia de los adolescentes es lo más sonado y actual como el reggaetón, electrónica y demás géneros actuales, a pesar de ello hay respuestas con música nacional, san juanitos, pasacalles, etc., este tipo de preguntas complementarias permiten saber que el grupo es sociable y de personalidad dispuestas al cambio.

d) Redes sociales más usadas.

Como se explicó anteriormente las redes sociales nos ayudarán para la difusión de las ilustraciones para casos como validación, aprobación y demás

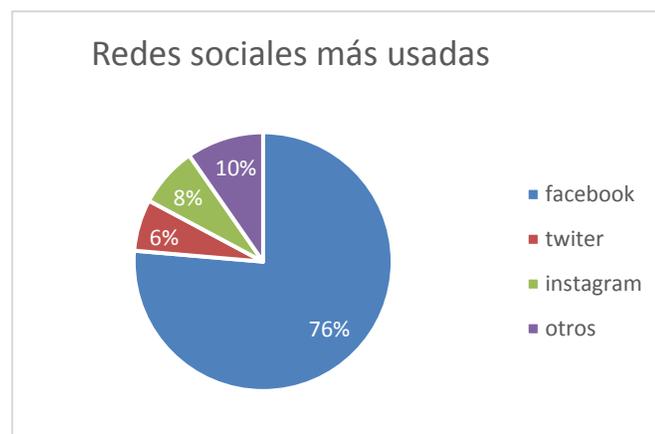


Gráfico 12-3. Redes sociales más usadas por los adolescentes

Fuente: resultado de la investigación realizada del 11 al 12 de enero 2015

CAPÍTULO IV

4. PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS

En el presente capítulo y como resultado de la investigación, análisis y sistematización de la información acerca del patrimonio intangible de la parroquia Alausí, fue posible realizar las ilustraciones que representan los bienes patrimoniales en riesgo.

Aplicando el estilo doodler, el más destacado por los adolescentes en la investigación el cual genera un nexo entre el elemento visual, táctil, semántico (mensaje) y el público objetivo (receptor), logrando un impacto y retención del mensaje en el grupo.

Dichas ilustraciones buscan representar el patrimonio de forma moderna, con calidad, que sean fáciles de decodificar, que contengan detalles visuales y colores que generen pertenencia y asociación a la cultura y sobre todo que sean pregnantes, de tal manera que el grupo sea cautivado por la esencia comunicativa de cada ilustración y de los elementos que la refuerzan.

Es importante para poder llegar a la presentación de las propuestas gráficas finales, mostrar previamente el proceso que se desarrolló para alcanzar este fin, denotando aspectos como: el desarrollo creativo, la implementación en los soportes y los parámetros técnicos que deben mantenerse para las ilustraciones en caso de su reproducción en soportes digitales o impresos.

Adicionalmente se presenta el diseño de una tarjeta informativa para describir el bien patrimonial ilustrado, mostrando su historia y sus características más relevantes, se presenta también la adaptación de la ilustración con un logotipo referente a la Toponimia de Alausí y el nombre del bien patrimonial. Aspectos importantes como forma y color son tomados de la realidad, y son adaptados a los gustos de los adolescentes según las encuestas realizadas a los mismos; más la presentación del uso de la cromática esquemática-convencional.

La cual se toma en cuenta para aplicar el color en ocasiones de manera arbitraria a elementos de la ilustración basándose en fotografías, o en elementos de la realidad de manera pura y saturada, para poder alcanzar los tonos brillantes que destacan en gustos.

Cabe recalcar que el estilo de ilustración doodle respecto a las alegorías que acompañan a la ilustración principal son las únicas que no llevarán color en la composición, no solo por evitar una saturación visual sino también por ser el estilo con mayor acogida por parte del grupo.

Estratégicamente sirve como un primer enganche que genera en los adolescentes atracción y busca dirigir su atención a la ilustración central a color, la cual refleja el bien patrimonial intangible que se pretende potenciar.

4.1 Desarrollo de las propuestas:

En la siguiente tabla mencionaremos los patrimonios que son objeto de la ilustración, destacando lo más notable de cada uno de los bienes.

Tabla 1-4: Bienes patrimoniales con la imagen más destacada para la ilustración

Nombre del bien	Imagen Destacada
1. Las corridas de toros	El toro – Abstracción de una plaza
2. El arranche de las gallinas	Caballo – Jinete - gallina
3. El juego de las cintas	Caballo – Jinete - cinta
4. Carrera de carros de madera en Alausí	Conductor – Coche
5. La comida en el día de difuntos	Personaje – Plato - Cruces
6. Corina Silva	Sra. Corina Silva
7. Toponimia de Alausí	Logotipo con el nombre y significado de Alausí
8. Desfile de la alegría	Hombre-Mujer (bailando)
9. La noche de castillos	Hombre - Juegos Pirotécnicos(vaca loca)
10. Eloy Alfaro y la construcción del ferrocarril	Ferrocarril – Eloy Alfaro
11. Las Ollas encantadas de los barrios de Alausí	Hombre - Ollas de barro
12. La viga encebada en Alausí	Hombre- Viga encebada- Premios
13. Fiesta de San JeróniMo de Huaylla Chico	Mujer – jarra de chica de Jora - vaso
14. La ganada de la plaza	Jinete - Caballo
15. Shigras	Mujer - Shigra
16. Los zamarros	Hombre – Zamarro
17. Las faldas	Mujer - Falda
18. La banda municipal (composición)	Personajes - Instrumentos
19. Gastronomía	Plato de mollejas

Fuente: Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura (INPC, 2008).

Elaborado por: Pablo Vargas Guerrero.

De la matriz de patrimonios en donde se comparan los diferentes niveles de sensibilidad al cambio, se dio relevancia y se realizó el diseño de aquellos que tenían un nivel de sensibilidad de desaparición de media y alta.

En la tabla anterior se mostró un total de **19 patrimonios**, sintetizados para la ilustración, es decir que no todos los bienes fueron ilustrados, debido a la semejanza de las festividades; por ejemplo en las “corridas de toros” se celebran tres al año con las mismas características, es así que de forma pertinente se muestra una sola ilustración para este fin.

Bienes como las “faldas”, son de detalle único es así que la ilustración trata de reflejarla de manera fidedigna basándose por supuesto en la información recabada en los gustos de los adolescentes, esta aclaración busca justificar el número de ilustraciones diseñadas.

La toponimia se refiere al estudio y significado del origen de los nombres, por esta razón la “Toponimia de Alausí” es ilustrada en un logotipo que acompañe y complemente a todas las ilustraciones con el fin de generar una marca que a su vez genere posicionamiento y retención del significado del nombre “Alausí”(casa de gran estima y muy querida).

4.2 Desarrollo Creativo

La creatividad bien fundamentada en la información da bastos resultados y posibilidades, una vez analizados los patrimonios y lo que se va a destacar se tiene más claro el diseño de la ilustración, el planteamiento de la imagen final y de la composición en general; por supuesto el diseño requiere de pasos e ideas que se complementan en el proceso creativo y para llegar a las ilustraciones finales se consideró lo siguiente:

Fotografías y observación

La observación y el registro fotográfico son importantes porque de la percepción de la realidad se toman datos que luego serán reflejados en las ilustraciones, la fotografía ayuda a que las imágenes sean permanentes para su posterior uso.

Bocetos

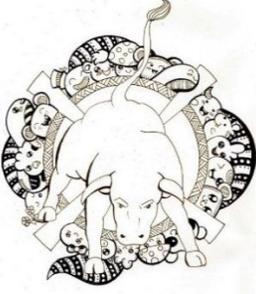
Por supuesto el proceso de bocetaje, es inicialmente un sin número de ideas que se van descartando y complementando, los trazos más sencillos pueden ser la idea final, que obviamente está sujeta a cambios y mejoras hasta poder ser plasmada en un soporte.

Arte final

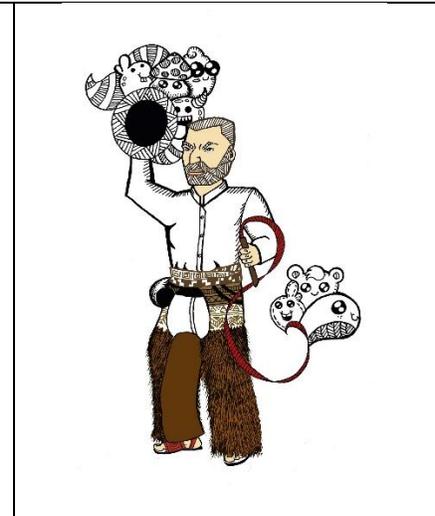
Una vez definida bien la idea y realizadas las correcciones necesarias con tal de que se adapten al tipo de ilustración definida en la investigación, se procedió a la digitalización y a la mejora de los bocetos, usando las ventajas de la tecnología y las mejoras de los programas de edición gráfica se lograron los siguientes resultados:

En la siguiente tabla se muestra el proceso de ilustración; la fotografía es un referente para el diseño, el boceto está sometido a mejoras y la presentación de la imagen final que es a donde se llegó con la ilustración y las preferencias del grupo.

Tabla 2-4: Desarrollo de las ilustraciones

Fotografía de referencia	Boceto	Arte final
USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS		
Las corridas de toros		
		
Desfile de la alegría		
		
La comida en el día de difuntos		
		

Los zamarros



Las faldas



ARTES DEL ESPECTÁCULO

El arranche de las gallinas



El juego de las cintas



Carrera de carros de madera en Alausí



La ganada de la plaza



La noche de castillos



La banda municipal



TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES

Corina Silva



Las Ollas encantadas de los barrios de Alausí



Eloy Alfaro y la construcción del ferrocarril



Fiesta de San Jerónimo de Huaylla Chico



CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO

Toponimia de Alausí



Alausí
Casa de gran estima y
muy querida



Gastronomía

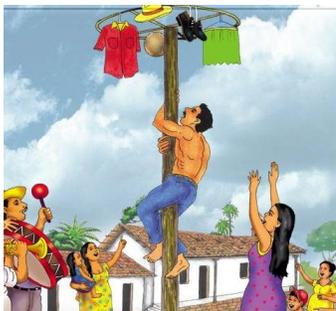


TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES

Shigras



La viga encebada en Alausí



Fuente: Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura (INPC, 2008).

Elaborado por: Marjorie Flores y Pablo Vargas Guerrero, 2016.

4.3 Etiqueta

Para la presentación de cada souvenir se diseñó una etiqueta la cual consta del nombre del patrimonio el ámbito al cual pertenece más una breve descripción del bien; información obtenida del Marco Teórico. 1.3.3 Relatos e Historias de los bienes patrimoniales de la Parroquia Alausí.

En el proceso de recolección de información se concluyó que los adolescentes tienen más del 50% de conocimiento acerca de lo que es “patrimonio” y se entendió adicionalmente que hay un elevado interés por conservarlo; sin embargo resulta complicado para el grupo nombrarlos o diferenciarlos.

Por este motivo es necesario diseñar etiquetas que acompañen a los souvenirs con una descripción breve del bien patrimonial que se ve reflejado en la ilustración, con el fin de transmitir información de una manera más completa, rápida, pregnante y dinámica.

Es una herramienta de apoyo al diseño y su objetivo es el de aumentar el nivel de conocimiento de los bienes patrimoniales intangibles de la parroquia Alausí, así también que los adolescentes se identifiquen con ellos los reconozcan y se apropien de ellos, manteniendo la identidad y los rasgos propios de esta cultura.

4.3.1 Características técnicas, diagramación y diseño de la etiqueta

Para el diseño de la etiqueta fue necesario tener conocimiento básico de diseño editorial para que la diagramación vaya acorde con la temática del trabajo de investigación que se busca transmitir y tener una alta calidad de comunicación. Los parámetros que se tomaron en cuenta son los siguientes:

► Características técnicas:

- Tipo de publicación: Etiqueta
- Tipo de formato: 5 cm* 10cm
- Tipo de papel: Cartón
- Tipo de impresión: láser full color
- Tipo de archivo: nativo Ilustrador *.ai.

► **Diagramación:**

- Número de caras: 2 lados, A y B imprimibles
- Sistema reticular: clásico (una columna)
- Tipo de márgenes: amplios en márgenes exteriores.
- Tipografía: Helvética, facilita la lectura.

► **Diseño de la etiqueta**

Para el diseño de las etiquetas se han utilizado colores brillantes e identificativos con respecto a cada ámbito patrimonial, destacando el uso de la Toponimia como logotipo identificador en el lado A de la etiqueta y en el lado B la historia del bien, esto dentro de una ilustración tipo mándala, que genere la atención necesaria para el consumidor.

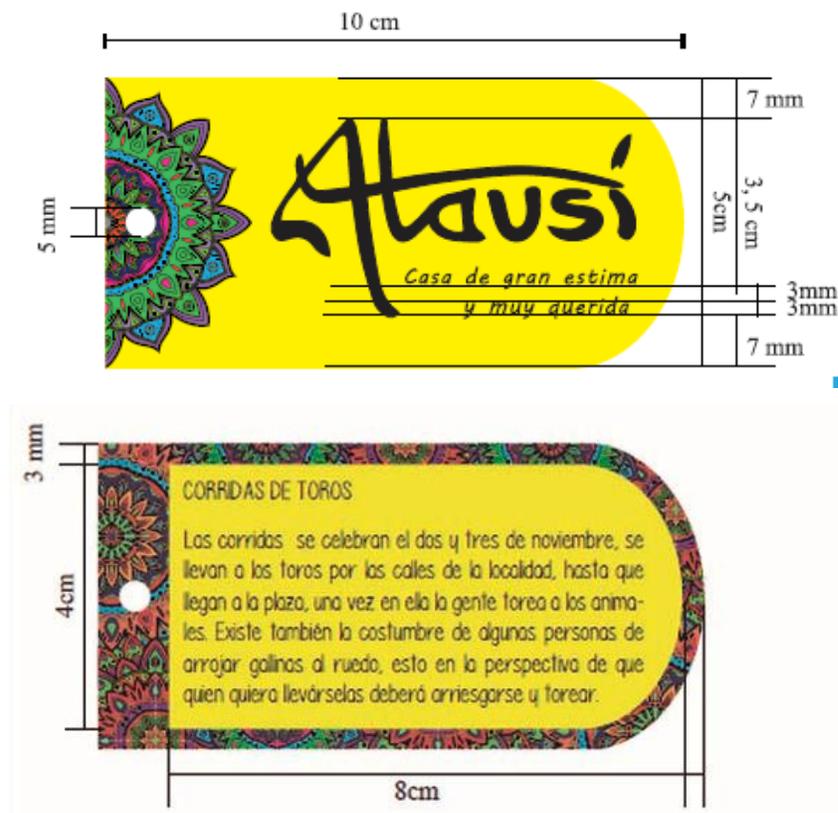


Figura 1-4. Diseño de la etiqueta para los souvenirs.

Elaborado por : Marjorie Flores A., Pablo Vargas G., 2016.

4.4 Manual de normas técnicas sobre el manejo de las ilustraciones

El manejo de un manual de normas técnicas controla la calidad comunicativa al aplicar las ilustraciones en los diferentes soportes las cuales entran en contacto con el público objetivo y permitirán causar el efecto deseado en él.

El presente manual consta de puntos específicos que explican de forma gráfica y textual la manera correcta de manejar las ilustraciones:

4.4.1 Estructura del Manual

A continuación se presenta la organización del presente manual

4.4.1.1 Presentación

➤ Páginas preliminares

Es una introducción para que el lector conozca brevemente del contenido del documento

➤ Presentación

Describe el manual de manera general

➤ Objetivo

Define la meta que busca alcanzar el presente manual

➤ Nombre del patrimonio y el ámbito al que pertenece

Se escriben el ambiente o el campo en el que se encuentra el patrimonio

➤ Descripción de la ilustración

Se presentan los principales puntos que se deben tener en cuenta para el uso adecuado de las ilustraciones como son: tipografía, cromática, medidas proporcionales y significado.



Figura 2-4. Manual de manejo de las ilustraciones

Elaborado por : Marjorie Flores A., Pablo Vargas G., 2016.

Introducción

El presente manual tiene por propósito exponer el uso adecuado de las ilustraciones diseñadas para "El rescate del patrimonio intangible de la parroquia Alausi", que corresponde al tema del rubro de ilustración: "ANÁLISIS DEL PATRIMONIO INTANGIBLE DE LA PARROQUIA ALAUSI, PARA EL DESARROLLO DE ILUSTRACIONES APLICADAS A SOUVENIRS CON EL PROPÓSITO DEL RESCATE CULTURAL", en las páginas siguientes apreciaremos no solo las ilustraciones sino también un análisis estructural que corresponde a patrones de construcción analíticos de un diseño. Esto con el fin de no obviar las ilustraciones, logotipos, mensajes, tipografías, colores y demás elementos analizados para el desarrollo de las ilustraciones, la aplicación a los souvenirs en realidad, la calidad de las imágenes dan esta posibilidad ayudando a una mayor difusión por diferentes medios.

El trabajo de investigación permite el desarrollo de ilustraciones atractivas para todo público, en especial para nuestros grupos de mercado, que con los adelantos, el desarrollo técnico de las ilustraciones será marcado por el ámbito al que corresponden...

Este documento es la culminación del trabajo de titulación y aquí se expone para la posteridad lo desarrollado durante el proceso investigativo

Presentación		CONTENIDO																															
<p>Las páginas siguientes son el esfuerzo mancomunado de diseño, ilustración, implementación y seguimiento del desarrollo de las ilustraciones con el fin del rescate del patrimonio cultural intangible de Alausi, trabajo que fue desarrollado mediante la investigación in situ de cada uno de los aspectos que permitieron llegar a este fin, el manual consta con aspectos bastante básicos respecto a color, mantenimiento de los tamaños de las ilustraciones, ejemplificación de la aplicación en los souvenirs, la composición final, además de detalles en la tipografía y generalidades sobre el uso de las ilustraciones</p> <p>Los diseñadores Marjorie Flores Acosta y Pablo Vargas Guerrero, les agradecemos por el uso de presente manual, por apreciar las ilustraciones y por usar el trabajo como referente de ser caso...</p>		<table border="0"> <tr> <th style="text-align: left;">PÁGINAS</th> <th style="text-align: left;">TEMAS</th> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Presentación</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Objetivos</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Ámbitos</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Objetivo</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Contenido de Tems</td> </tr> <tr> <td></td> <td> Ilustración</td> </tr> <tr> <td></td> <td> Nombre del Bien Patrimonial</td> </tr> <tr> <td></td> <td> Nombre del ámbito</td> </tr> <tr> <td></td> <td> Creador</td> </tr> <tr> <td></td> <td> Área de Protección</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Diseño de Etiquetas</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Aplicación en Souvenirs</td> </tr> </table>	PÁGINAS	TEMAS	2	Presentación	2	Objetivos	2	Ámbitos	3	Objetivo	4	Contenido de Tems		Ilustración		Nombre del Bien Patrimonial		Nombre del ámbito		Creador		Área de Protección		Diseño de Etiquetas		Aplicación en Souvenirs	<table border="0"> <tr> <td>Reducción Minimo</td> </tr> <tr> <td>Reducción minima para apotes que tengan menos de 5 cm de ancho</td> </tr> <tr> <td>Aplicación sobre Fondos Permitidos</td> </tr> <tr> <td>Fondos No Permitidos</td> </tr> </table>	Reducción Minimo	Reducción minima para apotes que tengan menos de 5 cm de ancho	Aplicación sobre Fondos Permitidos	Fondos No Permitidos
PÁGINAS	TEMAS																																
2	Presentación																																
2	Objetivos																																
2	Ámbitos																																
3	Objetivo																																
4	Contenido de Tems																																
	Ilustración																																
	Nombre del Bien Patrimonial																																
	Nombre del ámbito																																
	Creador																																
	Área de Protección																																
	Diseño de Etiquetas																																
	Aplicación en Souvenirs																																
Reducción Minimo																																	
Reducción minima para apotes que tengan menos de 5 cm de ancho																																	
Aplicación sobre Fondos Permitidos																																	
Fondos No Permitidos																																	

Figura 3-4. Páginas de inicio

Elaborado por : Marjorie Flores A., Pablo Vargas G., 2016.

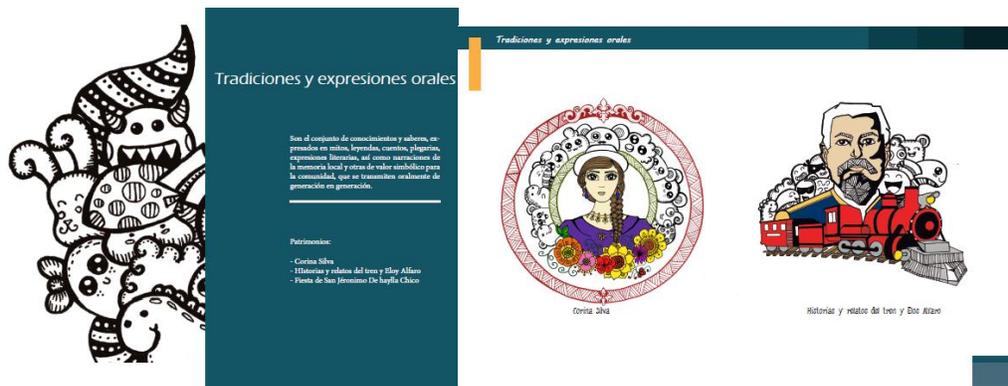


Figura 4-4. Descripción del ámbito y presentación de las ilustraciones

Elaborado por : Marjorie Flores A., Pablo Vargas G., 2016

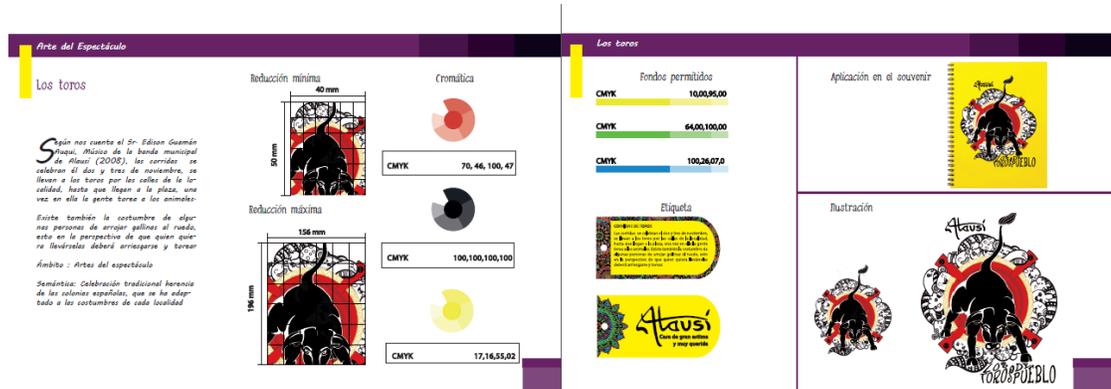


Figura 5-4. Descripción de la ilustración, aspectos del diseño, aplicación y composición final.

Elaborado por : Marjorie Flores A., Pablo Vargas G., 2016

4.4.1.2 Souvenirs

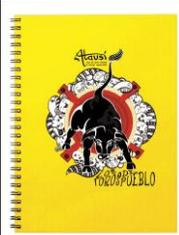
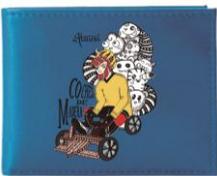
Se presentan los souvenirs más populares elegidos por los adolescentes encuestados de la parroquia Alausí acompañados de la etiqueta con su respectiva información, de la forma que se verán una vez aplicado el diseño.

Tabla 3-4: Souvenirs, Tradiciones y expresiones orales

Tradiciones y expresiones orales	
Eloy alfaro y relatos del tren	Corina Silva

Elaborado por: Marjorie Flores y Pablo Vargas Guerrero, 2016.

Tabla 4-4: Souvenirs, Artes del espectáculo

Artes del espectáculo				
<p>Arranche de las gallinas</p> 	<p>El juego de las cintas</p> 	<p>Las ollas encantadas</p> 	<p>La viga encebada</p> 	
<p>Los toros</p> 	<p>La ganada de la plaza</p> 	<p>Carrera de coche de madera</p> 	<p>La noche de loa castillos</p> 	<p>La banda municipal</p> 

Elaborado por: Marjorie Flores y Pablo Vargas Guerrero, 2016.

Tabla 5-4: Souvenirs, Usos sociales, rituales y actos festivos

Usos sociales, rituales y actos festivos	
<p>Comida en el día de difuntos</p> 	<p>Desfile de la alegría</p> 
<p>Los zamarros</p> 	<p>Las faldas</p> 

Elaborado por: Marjorie Flores y Pablo Vargas Guerrero, 2016.

Tabla 6-4: Souvenirs, Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	
Toponimia de Alausí	
	
Mollejas Asadas	La chicha
	

Elaborado por: Marjorie Flores y Pablo Vargas Guerrero, 2016.

Tabla 7-4: Souvenirs, Técnicas tradicionales artesanales

Técnicas tradicionales artesanales
Las shigras


Elaborado por: Marjorie Flores y Pablo Vargas Guerrero, 2016.

4.5 Composición final

El siguiente es un ejemplo de la composición final aplicando la Toponimia como logotipo, y el nombre del bien sumado a la ilustración:

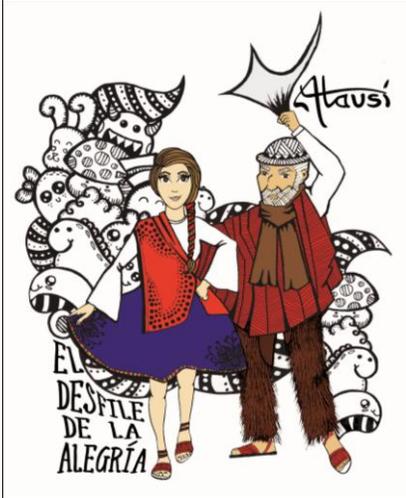


Figura 2-4. Composición final de la ilustración

Elaborado por: Marjorie Flores, Pablo Vargas G. 2016

4.6 Ilustraciones finales

Tabla 6-4: Conglomerado de ilustraciones finales

<p>Diseño para representar la toponimia de Alausí</p> 	
<p>Desfile de la alegría</p> 	<p>Comida en el día de los difuntos</p> 
<p>Las faldas</p> 	<p>Los zamarros</p> 

Los toros



El juego de las cintas



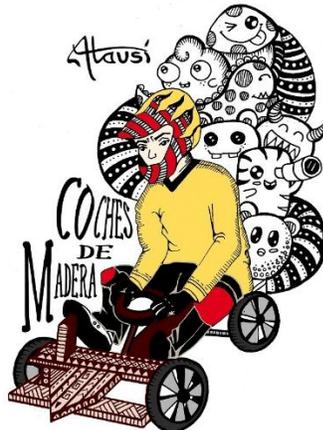
La noche de los castillos



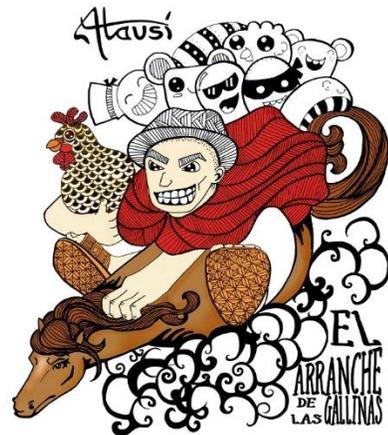
La banda municipal



tCarrera de coches de madera



El arranche de las gallinas



La ganada de la plaza



Las ollas encantadas



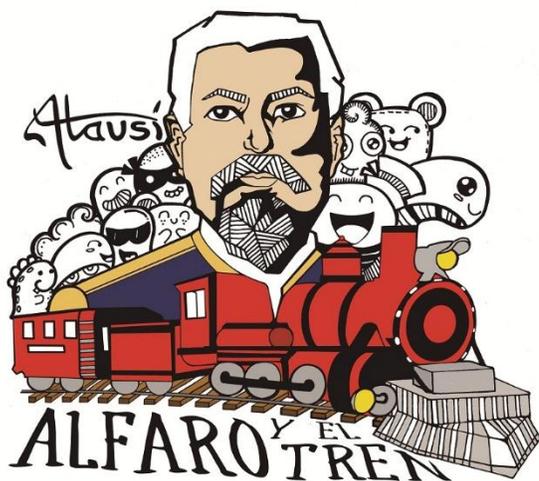
Palo encebado



Corina Silva



Relatos de el tren y Eloy Alfaro



Mollejas asadas



Las shigas



Palo encebado



Elaborado por: Marjorie Flores y Pablo Vargas Guerrero, 2016.

CONCLUSIONES

A través de la recopilación y análisis de la información incluyendo el proceso de diseño que se ha manejado en este proyecto se llegó a realizar un conjunto de ilustraciones que tienen relación con la cultura alauseña, para plasmarlos en souvenirs como el producto final. Concluyendo lo siguiente:

1.- El público responde a imágenes y conceptos que tengan un sentido cultural el cual les permite conocer y apreciar sobre su historia, patrimonio e identidad.

2.- Es importante la asociación de la información, de esta manera se proponen ideas más concretas y más ajustadas a la realidad, el conocimiento en si no es suficiente sin un análisis determinado, en este caso la aplicación del diseño en las ilustraciones, por eso analizar todos los puntos de vista del estudio es importante,

3.- El nivel de conocimiento sobre los bienes patrimoniales por parte del grupo objetivo es básico, de tal manera que resulta factible la aplicación de este tipo de proyectos para que se pueda reforzar la información que ya manejan, haciendo del tema patrimonial algo perdurable en la mente de los adolescentes.

4.- La segmentación del grupo de estudio ayuda a determinar características que aporten sustancialmente al diseño, son pasos que a priori a la investigación se deben considerar porque aportan conocimientos específicos de elementos del diseño y estilos que se manejarán.

5.- Gracias a la participación de los elementos del grupo se logró determinar que los tipos de ilustración y los colores ayudaron a generar un concepto juvenil y dinámico para el desarrollo de los artes y sus aplicaciones finales.

6.- Con la aplicación de las ilustraciones se obtiene un producto final que debe seguir siendo reforzado, el valor adicional es contar parte de la historia del bien que representa por medio de una etiqueta haciendo que el usuario conozca y aporte al conocimiento general sobre el patrimonio.

7.- Un Manual diagramado es una herramienta que contiene especificaciones técnicas que se deben tomar en cuenta para la correcta aplicación y reproducción de las ilustraciones, es importante este aspecto para futuras aplicaciones del estudio.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a partir de lo aprendido en la investigación lo siguiente:

1.- La utilización de imágenes e ideas como medio de transmisión de mensajes culturales, para generar pertenencia, e identificación sobre el tema.

2.- A pesar de la información hallada en libros físicos y electrónicos, blogs, revistas y páginas web de instituciones como el INPC, fue menester investigar más sobre nuestro tema acudiendo al cantón Alausí y entrevistar a personas mayores que puedan profundizar en diferentes ámbitos y describir hechos que no encontramos en las fuentes antes mencionadas

3.- Se recomienda dar prioridad a temas de investigación cultural, esto permite aprender de forma más directa sobre saberes y costumbres de cada localidad.

4.- Segmentar y trabajar con muestras representativas es importantes, ayuda a la investigación, permite el manejo de información más concreta y enfocada a lo que se necesita conocer.

5.- Contar con las instituciones que respondan a los grupos de edad, con el fin de obtener información fidedigna, siendo responsables con el trabajo ya que representamos a una institución con prestigio marcado.

6.- Es necesario que los souvenirs sean entregados con su respectiva etiqueta, la misma que tiene la función de incrementar el nivel de conocimiento del patrimonio intangible informando al público objetivo la reseña del bien que está ilustrado en el objeto adquirido.

7.- Al ser este, un trabajo investigativo se recomienda que si existe una implementación del mismo, se manejen las ilustraciones tomando en cuenta los parámetros técnicos presentes en el manual, expuestos por los autores de este trabajo y de preferencia se solicita que sea un diseñador quien lo manipule.

GLOSARIO

- Souvenir:** vocablo francés que quiere decir recuerdo sencillo.
- Doodle:** estilo de ilustración implementado por google, significa garabato
- Patrimonio:** procede del latín *patrimonium* y hace mención al conjunto de bienes que pertenecen a una persona, nación o cultura.
- Intangible:** que no se puede tocar, es parte de las memorias o la vivencia de una cultura.
- INPC:** Instituto Nacional del Patrimonio Cultural
- UNESCO:** Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
- INEC:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censo
- MARKETING:** concepto inglés, traducido al castellano como mercadeo o mercadotecnia. Se trata de la disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados

BIBLIOGRAFÍA

ALABÁN, Victor. *Chimborazo y sus Cantones*, Riobamba, Ideas punto, 2005. p.40.

ALBAN CAMPOS, Víctor et. al; *Diseño Gráfico*. Riobamba. Megabyte, 2009

ALBERO, Ies. *Segmentación de Mercados*, 2010. Disponible en:
<http://iesalbero.es/wiki/images/7/7f/Segmentaci%C3%B3nAdidas.pdf>

AMSTRONG, Gary & KOTLER, Philip; *Principios Del Marketing*. España. Pearson, 2008, pp. 5 - 13.

BONSIEPE, Gui. *Las siete columnas del diseño*. Alemania. 2012. Disponible en:
<http://www.farq.edu.uy/estetica-diseno-ii/files/2015/04/interfase-bonsiepe.pdf>

BOULLON, Roberto. *Ecoturismo y sistemas naturales urbanos. Colección Temas de Turismo*. Buenos Aires. 2010.

CASADO DÍAZ, Ana Casado Díaz & SELLERS RUBIO, Ricardo; *Dirección de Marketing: teoría y práctica*. Club Universitario, 2006, p.164

CASTILLO J., Julio; *La provincia de Chimborazo en 1942*, Quito, Progreso, 1942. pp. 333 - 378.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. *Sección Quinta – Cultura, Art. 380, numeral 1*. P.171-172.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. Régimen de Desarrollo, Capítulo primero. *Art.276, numeral 7*, p.136

COSTA, Joan; *Las variables expresivas del color en el diseño gráfico*. 1989, pp. 144-150

DABNER, David. *Diseño Gráfico*. Blume, 2008. p.20

EGAÑA, Manuel Simón; *Bienes y derechos reales*. Escilicer, 2011.

ESPOCH, *Manual de información cultural, educativa, turística, industrial, comercial, agrícola y ganadera de la República del Ecuador, tomo II*. Riobamba. Científica Latina Editores, 1980, pp. 422-426.

FONDO DE SALVAMENTO DEL PATRIMONIO; *Guía de bienes Culturales del Ecuador*. Quito. INPC, 2010.

GARCIA, Galo. “Nuestro Alausí”, *Memorias Alauseñas*, n°5(2000), (Alausí), p.7.

GARCÍA IDROVO, Galo; *El alma de la Matria Alauseña*, Alausí, Municipio de Alausí, 2004, pp.127 – 128.

GARCÍA IDROVO, Galo; *El ferrocarril más difícil del mundo*. Alausí. Crear, 2007, p. 127.

GARRIDO GRATERON, Mary Sol; *Bienes y derechos reales Derecho Civil III*. Caracas. USM, 2000, p.2.

GOMBRICH, Ernst Hans; et. al: *Historia del arte*. Debate. 1997. p.14.

GONZÁLEZ QUINTANILLA, Gabriela., & MEDNA, Larry. Análisis de medios de comunicación directa y su influencia en el grupo objetivo: 18 –22 años de Riobamba; aplicación campaña btl. (Tesis). (Ingeniería). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba – Marketing, 2012. Pp.46 – 47.

HELLER, Eva; *Psicología del color cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*, Gustavo Gili, 2004, p.21.

IDROBO Ximena; *Texto básico de diseño bidimensional*. Riobamba, ESPOCH-FIE-EDG, 2006, pp.67-69.

INEC. *Resultados del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador*, Ecuador, s/e, 2010. Disponible en: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/chimborazo.pdf>

INSTITUTO ANDALUZ DEL PATRIMONIO HISTÓRICO, *Que es Patrimonio Cultural*. España: Consejería de Cultura, 2005. Disponible en:
http://www.iaph.es/export/sites/default/galerias/patrimonio-cultural/documentos/gestion-informacion/que_es_patrimonio_cultural.pdf

INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN HISTÓRICA Y CULTURA POPULAR “NUEVO ALAUSÍ”; *Patrimonio Cultural, memoria local y ciudadana*, Alausí. Corporación Editora Nacional, 2011.

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL. *Sistema de información del Patrimonio Cultural*, Quito: Sipce, 2013. Disponible en:
<http://sipce.inpc.gob.ec:8080/IBPWeb/paginas/busquedaBienes/busquedaPrincipal.jsf>.

ITTEN, Johannes; *Arte del Color Aproximación subjetiva y descripción objetiva del arte*. Paris. Bouret 10. 1992, p.45.

ITTEN, Johannes; *El arte del color*. Paris, Limusa, 1992, p 65.

KUMAR, David & GEORGES Day; investigación de mercados, Barcelona. Limusa Wiley, 2001.

MERCADO, Salvador; *Mercadotecnia programada: principios y aplicaciones para orientar la empresa hacia el mercado*. Barcelona. Limusa. 1997, p 79.

MINGUET, Eva; *Illustration ON advertising – ilustración publicitaria*. Mansa, 2010.

MINISTERIO COORDINADOR DEL PATRIMONIO. “Somos la suma de Todos los Patrimonios”. *Nuestro patrimonio*, n°21(2011), (Ecuador) p.2.

MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO. *Patrimonio Cultural*. Ecuador: 2015. Disponible en: <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/patrimonio-cultural/>

PINOS ESPINOZA, Cesar, *Proyecto Clubes de comunicación estudiantil del Ecuador* [Blog]. Alausí: Cesar Pinos [Consulta: 9 de febrero 2013]. Disponible en:

<http://proyectoclubesdecomunicacion.blogspot.com/2013/02/alausi-historia-tradiciones-y-carnavales.html>

PP el verdadero – Diario el TELEGRAFO. *Con una diversidad de actos, esta localidad de Chimborazo festeja sus 188 años de cantonización y a su patrono San Pedro.* Alausí: Karly Torres, 30 de junio del 2012. Disponible en: <http://www.ppelverdadero.com.ec/mi-pais/item/alausi-la-ciudad-andina-de-los-cinco-patrimonios.html>

RIVERA, Ana. *Manual de Tipografía*, Riobamba, 2012. pp.6-12.

ROSERO, Silvana. Estudio de Rasgos identificativos de la cultura Tsáchila y aplicación en un sistema de códigos gráficos. (Tesis). (Licenciatura). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba – Diseño Gráfico, 2011

RUIZ, Lazaro; *Psicología del adolescente y su entorno.* Madrid, Mayo S.A., 2013, pp. 2-7.

SANCHÉZ, José; *Psicología de los grupos, teorías, procesos y aplicaciones, España.* MC Graw-hill, 2002, p.23.

SANTESMASES, Miguel; *Marketing conceptos y estrategias.* Barcelona, Pirámide, 2004.

SERRANO, Bolívar & Úrgiles, Fernando; *Alausí, lugar mágico.* Alausí. Edipcentro, 2013 p.3.

Suárez Carballo, Fernando. *Cosas visuales* [blog]. [Consulta: 14 septiembre 2010]. Disponible en: <http://www.cosasvisuales.com>

UNESCO. *Convención para la salvaguardia del Patrimonio Cultural inmaterial.* Paris: Misc, 2013. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540s.pdf>

UNESCO. *Definición elaborada por la Conferencia Mundial de la UNESCO sobre el Patrimonio Cultural.* México: Unesco, 1982. Disponible en: <http://museomaritimo.com/adimra/Actividades/Patrimonio%20Cultural/Definicion%20de%20la%20UNESCO%20M%E9xico%201982.doc>

UNESCO. *Historia de la Cultura y el Patrimonio* Paris: Michelle Chamaya, 1960, Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/culture/>

VALDEZ G., Aurora. *Ilustración: géneros, técnicas y estilos.* México, 2009. Disponible en:
http://es.slideshare.net/maestralejandrac11/ilustracin-v?qid=6a9e3382-0237-4098-b24d8d9e6ca2beec&v=qf1&b&from_search=17

VELASCO, Juan; *Historia del Reino de Quito en la América Meridional – historia natural.* Quito. Casa de la Cultura Ecuatoriana, 1977, p.51.

VELASCO, Juan; *Historia del Reino de Quito en la América Meridional – Historia Antigua.* Quito. Casa de la Cultura Ecuatoriana, 1978, p.84.

VELASCO, Juan; *Historia del Reino de Quito en la América Meridional – Historia Moderna,* Quito. Casa de la Cultura Ecuatoriana, 1979.

VERA, J. Fernando. et.al. *Descripción del Cantón Alausí,* Riobamba, 2014.

VISTAZO. “Ecuador Destino Turístico”. *Visitando Alausí,* n° 8(2004), (Ecuador) p.10.

WILLIAM J., Stanton & MICHAEL J., Etzel. *Beneficios de la segmentación de mercados* McGraw-Hill/Interamericana Editores, 2007. Disponible en:
<http://es.slideshare.net/juanvaldez981/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi>

WOOLFSON TOUMA, Olga; *fondo de salvamento del patrimonio cultural,* Ecuador, municipio del distrito metropolitano de Quito,2000. pp. 20 – 28.

WORDPRESS, *Definición Patrimonio.* Definición.DE, 2008. Disponible en:
<http://www.significados.com/patrimonio/>

ZAMBRANO, Ricardo; *Patrimonio de la Humanidad.* Ecuador. Libresa, 2006.

ANEXOS

Anexo A. Ficha de observación

Ficha de Síntesis:		Investigador:		N° 01
Tema de la investigación: _____				
Objetivo de la observación: _____				
Muestra: _____				
Unidades de Observación: _____				
Fecha: _____				
Nombre del patrimonio	Sensibilidad	Descripción	Significado	Importancia para la comunidad

Anexo B. Modelo de encuesta



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO



La presente encuesta ayudará a recolectar información que nos permitirá conocer:

- Motivos por la que los adolescentes pierden el interés sobre su cultura
- Gustos y preferencias en cuanto a las ilustraciones, colores y tipografías
- Preferencias en souvenirs

▪ **INFORMACIÓN PERSONAL**

Sexo: Hombre ____ Mujer ____ Edad: ____

1. INFORMACIÓN SOBRE PATRIMONIO

Marque con una X la opción que elija

Nada		Poco		Algo		Bastante		Mucho	
------	--	------	--	------	--	----------	--	-------	--

1.1.- ¿Cuánto sabe usted sobre Patrimonio?

1.2.- En caso de desconocer el significado de patrimonio, señale cuáles serían los motivos.

a. Falta de Información _____

b. Pérdida de transferencia de información de padres a hijos _____

c. No se sienten identificados _____

d. influencia de culturas externas _____

1.3.- Escriba 3 ejemplos de patrimonio que conozca de Alausí

a.) _____

b.) _____

c.) _____

1.4.- ¿Considera usted importante conservar el patrimonio?

Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Muy en desacuerdo
----------------	------------	-------------	------------	-------------------

2. INFORMACIÓN SOBRE DISEÑO

2.1.- Seleccione un objeto de cada nivel. ¿En cuál le gustaría aplicar el estampado y la ilustración?

SOUVENIRS SEGÚN LA PIRAMIDE DE ABRAHAM MASLOW QUE VAN CON EL PUBLICO OBJETIVO

Primer Nivel

Vasos____ Camisetas____ Gorras____ Vestidos____

Segundo Nivel

Monedero____ Billetera____ Paraguas____ Llaveró____

Tercer nivel

Juego de cartas____ Pelota____

Cuarto nivel

Protector de celular____ Aretes____ Pulseras ____ Anillos____

Quinto nivel

Cuadernos____ Esferos ____ Mochilas____ Bolsos____ Flash Memory____

2.2.- De la siguiente clasificación ¿Qué colores prefiere?

TONOS	DEMOSTRACIÓN
Pasteles	
Brillantes	
Oscuros	
Blanco y Negro	
Fosforescentes	

2.2.1.- Escriba los tres colores que más le guste.

a.) _____

b.) _____

c.) _____

2.3.- De las siguientes tipografías seleccione una que sea de su agrado

FAMILIAS TIPOGRÁFICAS	
<i>Signarita Anne</i>	<i>Carbon Blade</i>
Times New Roman	Arial
<i>Wasted</i>	<i>Bakery</i>
English Towne	Orial
TRASHCO	<i>Amnyk</i>

2.4.- Seleccione ¿Qué tipo de diseño le gusta más?



1. INTERESES PERSONALES

3.1.- Escriba dos actividades que le gusta realizar en su tiempo libre.

a.) _____

b.) _____

3.2.- ¿A qué lugar de Alausí le gusta ir a pasear?

3.3.-Escriba. ¿Qué tipo de música le gusta escuchar?

3.4.-Escriba. ¿Cuáles son las redes sociales que más usa?

Anexo C. Ficha bibliográfica

Autor: _____	Editorial: _____
Título: _____	Ciudad / País _____
Año: _____	Página: _____
Resumen:	

Observaciones adicionales:	

Anexo D. Entrevista

Objetivo: Con el propósito de conocer cuál es la percepción con respecto al tema del “patrimonio Intangible”, se pretende realizar la siguiente entrevista dirigida a las personas en general especialmente al público adulto, en primera etapa, para poder conocer cuáles bienes son considerados patrimonio, el nivel de sensibilidad y la historia que rodea a mencionado bien; para poder determinar qué es lo más importante según la comunidad y en donde podemos enfocar nuestra investigación.

Lineamientos de la entrevista:

Nombre del entrevistado _____

Lugar de trabajo u ocupación _____

¿Considera usted que la cultura Occidental ha influido en las culturas nativas locales?

¿Cuál es la importancia que tiene la conservación de las tradiciones locales?

¿Cuál es la importancia de declarar a Alausí como ciudad patrimonial?

¿Cuál es la trascendencia de Alausí para el país?

¿La Tradición más representativa que usted considere de la zona?

¿Considera usted que el gobierno y el estado hace lo suficiente por el tema del rescate cultural?

¿Cuál es la importancia de las artesanías en Alausí, su función, historia e importancia cultural?

¿Las historias de Alfaro por qué son importantes para la comunidad alauseña?

Anexo D. Fotografías de respaldo sobre el trabajo de investigación