

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (18)



CARRERA DE INGENIERIA EN DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL (16)

TEMA: (12) de aquí en adelante

“COMIC INTERACTIVO ELOY ALFARO”

Trabajo de Graduación previo a la obtención del título de Ingeniera en Diseño Gráfico

AUTOR:

Frank Michael López Cartagena

TUTORES:

Dra. Lida Sandoval G., MBA

Ing. Darío Arboleda

Quito - Ecuador

2012

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación certifico:

Que el Trabajo de Graduación "COMIC INTERACTIVO ELOY ALFARO", presentado por Frank Michael López Cartagena, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Grado, que se designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Quito, agosto 2012

TUTORES

Dra. Lida Sandoval G., MBA

C.C 130435116-4

Ing. Darío Arboleda

C.C.171490723-3

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

AUTORÍA DE TESIS

La abajo firmante, en calidad de estudiante de la Carrera de Diseño Gráfico, declaro que los contenidos de este Trabajo de Graduación, requisito previo a la obtención del Grado de Ingeniera en Diseño Gráfico, son absolutamente originales, auténticos y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, agosto del 2012

Frank Michael López Cartagena

CC: 1715556492

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado, aprueban la tesis de graduación de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Tecnológica "ISRAEL" para títulos de pregrado.

Quito, agosto del 2012

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

PRESIDENTE

MIEMBRO 1

MIEMBRO 2

DEDICATORIA

A la humanidad, en especial a la sociedad ecuatoriana que sea una fuente de conocimiento acerca de la historia de épocas de valentía y patriotismo.

Frank

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Tecnológica

Israel y todos sus docentes por la oportunidad de aprender los conocimientos utilizados en este proyecto.

Frank

ÍNDICE GENERAL

	Página
A.- PRELIMINARES	
Portada.....	i
Aprobación del Tutor.....	ii
Autoría de Tesis.....	iii
Aprobación del Tribunal de Grado.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice General de Contenidos.....	vii
Resumen.....	xi
Abstract.....	xii
B.- CONTENIDOS	
<u>1. INTRODUCCIÓN</u>	1
1.1 Tema.....	2
1.2 Problema Planteado.....	2
1.3 Justificación.....	3
1.4 Objetivos	6
1.5 Metodología.....	7
1.6 Premisas	10
<u>2. MARCO TEORICO</u>	
2.1 Diseño Grafico.....	12
2.1.1 Historia del Diseño Gráfico.....	12
2.1.2 Fundamentos del diseño.....	14

2.1.3 La Semiótica	15
2.1.4 Las Tipografías.....	16
2.1.5 La Comunicación Visual.....	16
2.1.5.1 La Retorica Visual	17
2.1.5.2 Las nuevas tecnologías de la	18
Información y la comunicación	
2.2 Diseño Multimedia.....	20
2.2.1 Características de la multimedia.....	20
2.2.2 Tipos de información multimedia.....	21
2.3 Diseño Web.....	23
2.3.1 Conceptos básicos de internet.....	23
2.3.1.1 Pagina web y Sitio Web.....	23
2.3.1.2 Navegador web o Web Browser	24
2.3.1.3 HTML (Hiper Text Markup Language)..	25
2.3.1.4 Hipervínculo o Enlace.....	25
2.3.1.5 CSS (Cascading style sheets).....	25
2.3.1.6 Interactividad.....	26
2.3.1.7 Accesibilidad.....	26
2.4 Diseño de Comics.....	28
2.4.1 Trascendencia del comic.....	28
2.4.2 Terminología básica en el comic	29
2.4.2.1 Cartoon.....	29
2.4.2.2 Caricatura política	29
2.4.2.3 Comic-book	29
2.4.2.4 Pagina o plancha	30
2.4.2.5 Plano	30
2.4.2.6 Serie	30
2.4.2.7 Viñeta.....	30

2.4.2.8 Globos de Texto.....	31
2.4.2.9 Onomatopeya.....	31
2.4.3 Tipos de Comics.....	31
2.4.3.1 Comic Americano	31
2.4.3.2 Comic Europeo.....	32
2.4.3.3 Comic Japonés.....	33
2.4.4 Web Comics.....	34
2.4.5 El Comic en el Ecuador.....	35
2.5 La Historia del Ecuador.....	37
2.5.1 La Vida de General Eloy Alfaro.....	37
2.5.2 Obras de Eloy Alfaro	39

3. ETAPAS DE INVESTIGACIÓN

3.1 Problema de la investigación	41
3.2 Justificación de la investigación.....	41
3.3 Propuesta.....	41
3.4 Determinación del Publico Objetivo	42
3.5 Objetivo de la investigación.....	44
3.6 Determinación de los instrumentos de investigación....	44
3.7 Selección de la muestra.....	45
3.7.1 Aplicación de la muestra.....	46
3.8 Análisis e interpretación de los resultados	46

4. FUNDAMENTACIÓN DEL PRODUCTO

4.1 Objetivo del producto.....	48
4.2 Conceptos	48

4.3 Línea creativa.....	48
4.3.1 Características comunicacionales	49
4.3.1.1 Informativo	49
4.3.1.2 Identificativo.....	49
4.3.1.3 Estética	49
4.4 Proceso del producto	50
4.5 Análisis de contenidos	51
4.5.1 Logotipo.....	51
4.5.1.1 Justificación conceptual	51
4.5.1.2 Justificación gráfica.....	51
4.5.1.3 Justificación cromática.....	52
4.5.1.4 Evolución del Logotipo.....	52
4.5.2 Creación e ilustración de personajes.....	53
4.5.2.1 Ficha de personajes.....	55
4.5.3 Animación de personajes	55
4.5.4 Diseño de fondos y escenas.....	56
4.5.5 Diseño y edición de audios	58
4.5.6 Diseño de interfaz y menús	58
4.5.6.1 Menú principal.....	58
4.5.6.2 Menú del comic.....	59
4.5.6.3 Material extra.....	59
4.5.6.4 Créditos.....	60
4.5.6.5 Artes	60
4.5.7 Diseño del empaque	60
4.6 Estructura del producto.....	64
4.6.1 Accesibilidad	64
4.6.2 Tipografías.....	64
4.6.3 Cromática.....	65

4.6.4 Guion multimedia.....	67
5. PRESUPUESTO	72
5.1 Presupuesto del producto.....	73
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	74
7. BIBLIOGRAFÍA.....	75
8. ANEXOS	77

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TEMA:

“COMIC INTERACTIVO ELOY ALFARO”

AUTOR

Frank Michael López Cartagena

TUTORES

Dra. Lida Sandoval G., MBA

Ing. Darío Arboleda

RESUMEN

El siguiente proyecto trata de las bases de fundamentación que se ha utilizado para la realización del producto multimedia. Son conocimientos aprendidos a lo largo de 5 años de formación académica.

El proyecto tiene la finalidad de contar una historia poco conocida o conocida a medias por la sociedad ecuatoriana acerca de un héroe que cambió la nación. Siendo esta una historia para el pueblo, el pueblo deberá tener acceso fácil a ella, y que más fácil acceso que un medio ampliamente utilizado a diario en nuestras tareas laborales, el internet.

Espero que el proyecto sea de agrado como lo fue realizarlo y que no sea el fin de una serie que contemplaría la valentía y coraje del Ecuador y sus incontables historias que llevaron a conformar tan gloriosa nación.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

GRAPHIC DESIGN CAREER

TOPIC:

"INTERACTIVE COMIC, ELOY ALFARO"

AUTHOR

Frank Michael López Cartagena

TUTORES

Dra. Lida Sandoval G., MBA

Ing. Darío Arboleda

ABSTRACT

The following project deals with the basic foundation that supports the creation of this multimedia product. Knowledge that has been acquired and learned throughout 5 years of academic formation.

This project aims to tell a story not well known or known to an average to the Ecuadorian society of a hero that changed the nation.

Since it's a story for the people, the people must have easy access to it, and what easier access than an extensively used medium in our daily tasks, the Internet.

I hope the project will be satisfyingly received as it was realizing it and for it not to be the end of a series that would contemplate the bravery and courage of Ecuador and

their countless stories that conform such a glorious nation.

INTRODUCCIÓN

La historia nos enseña lecciones e inspira ideas. Los personajes que dejaron su historia y sus hazañas, influyen en el pensamiento de las personas de hoy, más que todo en los jóvenes y adolescentes. Y ya que la juventud de ahora utiliza nuevas formas y tecnologías para obtener información y comunicarse, hay la necesidad de generar un producto multimedia, como medio interactivo para mantener viva la imagen de *Eloy Alfaro*.

Este personaje es considerado un héroe de la nación, y sus obras han contribuido al desarrollo del Ecuador. Además la inserción de la educación laica y la libertad de expresión en el país.

En base a la figura y la trascendencia de este personaje, se ha visto la oportunidad de plasmarlo en un medio interactivo por el grado de interés de los jóvenes y adolescentes y de esta forma brindar opciones a los interesados sobre su historia.

1.1 Tema:

Creación de un comic interactivo, del personaje histórico “Eloy Alfaro”, dirigido a los jóvenes y adolescentes, en la ciudad de Quito.

1.2 Problema Planteado

Desde la primaria se enseña que los sucesos históricos son parte de la formación integral del ser humano, el conocer acerca de los personajes que han construido la historia de los pueblos es importante para identificar los orígenes de su cultura. En la actualidad, el conocimiento de la historia de cada lugar no es considerado por la juventud como algo importante, lo que se debe a su falta de interés, inserción de costumbres foráneas, poca motivación de los docentes de educación básica en enseñar historia a sus estudiantes y la inserción de nuevas tecnologías lúdicas poco o nada afines a rescates históricos. Antecedente que corrobora el dicho popular **“quien no conoce la historia está destinado a repetirla”**.

Esta falta de interés en los jóvenes, se debe a la facilidad de acceder a nuevas tecnologías y medios de comunicación como son los juegos electrónicos y programas televisivos, que no rescatan la historia nacional e influyen en el pensamiento de niños/as y jóvenes con realidades foráneas y ficticias.

Otro síntoma es la falta de medios interactivos para la enseñanza de la historia y la dificultad de acceso por parte de los docentes. Ligado a lo expuesto, el poco interés por la lectura y los malos hábitos lectores, son evidencias de la inadecuada transferencia histórica y su influencia en el desarrollo de la identidad cultural como competencia en los estudiantes.

El problema identificado es **el desinterés, desconocimiento o desmotivación debido a la falta de medios interactivos que promuevan el rescate de aportes dados por personajes de la historia en el hilo de la cultura nacional.**

1.3 Justificación

El comic en el mundo es una tendencia que ha tenido grandes auges en donde los más notables son Estados Unidos, Japón, y algunos países europeos como Italia, Alemania, España, entre otros. En donde, se han establecido la cultura del comic como parte de la vida cotidiana.

En Estados Unidos existen empresas o casas de comics que lanzan tomos de historietas cada mes. “Las más renombradas son *Marvel Comic* con series como Spiderman, Hulk, X-Men; *DC comics* con Superman, Batman, Teen Titans, y *DarkHorse comics* con series como *StarWars* y *Hellboy*”.¹

En Japón la cultura del comic o manga como se la denomina se ha incorporado en mucho aspectos de la vida diaria de sus habitantes. Desde productos tecnológicos hasta productos higiénicos o de consumo masivo, utilizan los personajes de manga en publicidades, rótulos, revistas de variedades, programas de televisión, etc.

En Latino América, el comic ha evolucionado en una forma regional en donde en algunos países se le ha dado más importancia. A través de los tiempos han surgido grandes iconos representativos de la cultura popular; siendo los más reconocidos a “*Mafalda* de Argentina del autor Quino con sus temáticas polémicas y *Condorito* de Chile del autor Pepo con su humor sano”.²

En el Ecuador, la cultura del comic o personas que son aficionadas a éste tipo de lectura es limitada, lo que determina que son pocas las personas que

¹ “<http://marvel.com>” y “<http://www.dccomics.com/dccomics/>” 01-09-2010

² http://www.todohistorietas.com.ar/historia_latinoamerica.htm 01-09-2010

compran los comic en tiendas de revistas o videos. Se debe a que los costos de los comic son altos y la distribución no es constante, además de que la producción de comics nacionales es escasa. “Aunque hubo intentos en el pasado con la *Revista XOX Comics* en los años 90, que no puedo sustentarse por la poca venta y costos altos de producción. Además que tenemos a *Panfleto* como primer personaje de un autor ecuatoriano que apareció a principios de los años 80.”³

En la actualidad, existen algunas organizaciones que incentivan la lectura del comic como el Club Ichiban (Quito) y una pequeña distribuidora llamada Punto Comic. Y estas han hecho intentos por insertar la cultura del comic en la juventud ecuatoriana, mediante eventos, proyecciones, conferencias, concursos, ventas de ejemplares y otras mercancías.

La principal razón del siguiente proyecto es rescatar el interés por la historia de los jóvenes mediante un soporte digital interactivo para los docentes de educación básica como apoyo didáctico y medio de motivación a sus estudiantes por conocer los orígenes del país.

Se comprobó que métodos audiovisuales dan mejores frutos en la educación y facilitan el entendimiento de temas complejos o de poco interés para los estudiantes. Es importante el conocer las raíces y como las circunstancias o eventos de la historia cambian la forma de vivir y pensar del ser humano.

³ http://www.todohistorietas.com.ar/historia_latinoamerica.htm 01-09-2010

1.4. Objetivos

1.4.1 Objetivos General

Crear un producto audiovisual en un formato de comic interactivo que exponga una faceta de la vida del personaje histórico ecuatoriano Eloy Alfaro, para generar el interés de los jóvenes y adolescentes en ampliar su conocimiento general del tema.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Sustentar la información teórica y tecnológica acerca de los conceptos, teorías y tendencias del diseño gráfico en el comic y de la vida del personaje más célebre del Ecuador, el General Eloy Alfaro.
- Determinar la factibilidad de un Comic Interactivo que rescate a Eloy Alfaro como personaje motivador de aprendizajes de la historia en niños y niñas de educación básica y de identidad cultural para jóvenes.
- Diseñar un producto demostrativo en donde se represente la biografía de Eloy Alfaro, con el uso de programas de diseño y animación 2D.

1.5 Metodología

Para la creación de un producto interactivo que promueva el interés de jóvenes y adolescentes en la vida de un personaje histórico del Ecuador se requiere, investigar e indagar la información mediante diversos métodos, técnicas e instrumentos de investigación que se describen a continuación:

1.5.1 Métodos

Los métodos a utilizar para la realización de la investigación son el método cualitativo- cuantitativo, método exploratorio y método de análisis y síntesis.

1.5.1.2 Método Cualitativo - cuantitativo

Para la realización del proyecto de investigación se utilizará un método cualitativo de etnometodología para el estudio del efecto que tendrá los comics web en la población. De esta forma determinaremos otras preferencias en cuanto a las temáticas de interés del target.

La presente investigación además es de carácter cuantitativa porque arroja datos estadísticos que permiten una interpretación de la realidad, y es cualitativo ya que averigua acerca de las preferencias de un potencial lector.

1.5.1.3 Método Exploratorio

El método exploratorio permitirá definir la aceptación que tendrá el producto propuesto en el mercado. Se indagaron las preferencias del target que nos ayudaran a un mejor desarrollo del producto para adaptarlo a la expectativa del público.

1.5.1.3 Método de análisis y síntesis

Se utilizará el método de análisis y síntesis en la determinación del problema y el método de análisis exclusivamente para la recopilación del marco teórico. A reunir toda la información acerca de los temas a poner en práctica en el campo, se podrá realizar un resumen de contenidos que respaldará la investigación.

1.5.2 Técnicas e Instrumentos de investigación

Técnicas metodológicas a emplearse definirán las acciones a tomar para lograr este estudio. Se realizaran encuestas y un análisis a los contenidos de investigación, análisis documental, y conversaciones con expertos para determinar la factibilidad del proyecto. En cuanto a las encuestas se realizaron 150 ejemplares donde se puede encontrar la ficha técnica correspondiente en el *anexo # 02*.

Los instrumentos a utilizar serán: el cuestionario para encuestas, entrevistas y las fichas bibliográficas con un registro de imágenes ya que el producto final es más visual que algo textual.

Los soportes técnicos a utilizar son los programas y uso de equipos aprendidos a lo largo de la formación académica. Para la creación del boceto del comic se utiliza herramientas y concepto aprendidos en los primeros semestres de dibujo figurativo. Los cuales serán llevados al computador para un tratamiento de imagen y color, en el cual los programa a utilizar será del Adobe Illustrator CS3 y Adobe Photoshop CS3.

Una vez hecha un arreglo y limpieza de la imagen se la traspasa a insertar elementos de multimedia como la animación 2D y efectos de sonido. Para esto se empleara el Adobe Flash CS3.

El Grupo objetivo seleccionado será de jóvenes entre los 15 – 19 años de una posibilidad económica media a media alta, y que tenga un acceso a internet.

1.5.3 Fuentes de Información

Básicamente la información para el siguiente proyecto se obtendrá utilizando las dos clases de fuentes, primaria y secundaria.

1.5.3.1 Fuente de información primaria

Se logrará la información primaria a partir de los datos recopilados de las encuestas realizadas, y del focus group. Al ya tener las encuestas se obtendrán los resultados mediante la tabulación para la visualización y compresión de estos representados en porcentajes del total.

1.5.3.2 Fuente de información secundaria

La fuente secundaria se obtendrá a partir de la investigación bibliográfica de los libros referentes a los comics, libros de historia, revista de comics y del internet. Esto nos brinda un sustento teórico de todo lo aplicarse en el proyecto.

1.6 Premisas

En el presente proyecto, se quiere cumplir con los objetivos expuestos, para lograr así cumplir con la meta propuesta.

Relatar visualmente la vida de un personaje significativo de la historia ecuatoriana, como lo es el General. Eloy Alfaro Delgado, para su mejor recepción e interpretación.

La información recopilada acerca de los conceptos del diseño y diseño en el comic es la adecuada para llevar a cabo esta investigación.

Los datos que se obtendrá de la realización de encuestas y el focus group ayudarán a entender y determinar la factibilidad del proyecto.

El producto propuesto demostrará la historia del personaje para su visualización en un formato multimedia, utilizando un estilo propio.

CAPITULO 1

MARCO TEÓRICO

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Diseño Gráfico

El diseño como muchos lo ven es idear, crear, ingeniar, generar nuevas ideas, proponer algo distinto, es dibujar, graficar, representar con imágenes palabras, es comunicar nuestras ideas hacia un público, mostrar lo que se puede generar, impactar, fundar una conciencia de la realidad, es cambiar el mundo con un pensamiento.

También es conocido como comunicación visual, pues crea mensajes visuales que son canalizados a través de varios medios de comunicación. *“El diseño es más una interdisciplina que una disciplina”* (Frascara, 2004: p.17), pues se interrelaciona con varias ramas del conocimiento. El diseño es muchas cosas pero en general lo que quiere lograr es la comunicación entre los seres humanos.

El diseño gráfico es una rama del diseño que se encarga de comunicar un mensaje a través de imágenes, textos, animaciones, fotografías, vectores, gráficos, todo lo que se puede visualizar y captar con los ojos.

2.1.1 Historia del Diseño Gráfico

El diseño gráfico en la evolución fue altamente influenciado por muchas tendencias tales como el cine, la música, pintura, política, religión, entre otras. No existía la profesión de diseñador gráfico, y lo que se conoce como diseño era realizado por rotulistas o miembros de gremios de impresores.

El diseño gráfico en sí comenzó con la composición e impresión de elementos artísticos y mecánicos, y la diferenciación del diseño de tipos, a mediados del siglo XVI. Las primeras impresiones que se produjeron con grabados de madera hasta la introducción de tipos móviles metálicos en el siglo XV. Al paso del tiempo hacia el siglo XIX, el diseño gráfico se fue introduciendo en distintas áreas como el empaque, presentación,

*exposición y la publicidad en donde se estableció como una profesión.*⁴
(Bridgewater, 1992: 12)

El diseño moderno ha sido influenciado por varios movimientos artísticos, siendo los más importantes en resaltar el *Arts and Craft*, el *Art Nouveau*, y la *Bauhaus*.

*El primero fue fundado por William Morris en el 1884, el cual consistía en la realización de impresiones de objetos realizados manualmente. Cabe resaltar que esta tendencia surgió en respuesta a la creciente era industrial, en donde se profesaba una filosofía socialista y un tanto medieval de Morris en donde afirmada que los productos deberían hacerse a mano, "por el pueblo y para el pueblo".*⁵ (Bridgewater, 1992: 13)

El siguiente, el *Art Nouveau*, fue un movimiento de diseño decorativo que surgió en París en el año 1895, a partir de los diseños estilizados de Morris. Las figuras características de este estilo son las curvas y flotantes, como olas y tallos de flores.

Por último el movimiento *Bauhaus*, fundado por Walter Gropius en el año 1919. La *Bauhaus* y sus representantes establecieron bases y principios fundamentales que fueron utilizados a lo largo de siglo XX en todos los aspectos del diseño. Lázlo Moholy-Nagy, pintor, fotógrafo y profesor de la *Bauhaus*, planteó la filosofía a seguir de la escuela, la unificación de arte, industria y tecnología. Además de la ideología donde la tipografía debería ser clara comunicación de una forma vivida, así se creando su propia tipografía. Herbert Bayer, diseñador y fotógrafo austriaco, propuso la suspensión del uso de mayúsculas con el fin de representar el sonido tipográficamente además del diseño de varias tipografías san-serif geométricas. Jan Tschichold, tipógrafo y escritor suizo, estableció el uso de la simplicidad, contraste y uso de colores primarios, además de la combinación de tipografía y fotografía que en esa época era poco común.

⁴ BRIDGEWATER, Peter, *Introducción al Diseño Gráfico*, 1era edición, Edit. Trillas, 1992, p.12

⁵ BRIDGEWATER, Peter, *Introducción al Diseño Gráfico*, 1era edición, Edit. Trillas, 1992, p.13

Después de la Bauhaus, el papel del diseñador fue ganando más aceptación en terrenos americanos debido a la gran producción y publicidad, y se vio en la necesidad de la creación de diseñadores más especializados.

Así como en la Bauhaus, hubo sus personajes que direccionaron el avance del diseño moderno. Eric Gill artista y tipógrafo, diseñó la tipografía Gill Sans y Perpetua. Stanley Morrison, diseñador de la Times New Roman. Adrian Frutiger, quien diseñó la fuente Universal.

Lester Beall inició la idea de la inserción de la imagen corporativa para una compañía creando unidad visual por medio de uso de colores corporativos y logotipos. Paul Rand quien utilizando los principios de la Bauhaus, los utilizó en la publicidad popular y diseño de logotipos para crear una tendencia americana hacia el minimalismo europeo de la época.

Los consiguientes avances que tuvo el diseño se debe al desarrollo tecnológico en cuanto a impresión y computación. La impresión en papel continuo conocido como offset, una impresión litográfica sobre papel, la cual entra a través desde un rollo o bobina y la composición visual por ordenador, han cambiando la forma en que diseñadores trabajan. Con todos los avances, la nueva tecnología solo sirve para ampliar los parámetros con los cuales se pueden diseñar, pero aún así, un diseñador nunca puede obviar el hecho del proceso de diseño.

2.1.2 Fundamentos del diseño

En el diseño se toman en cuenta elementos básicos que forman toda composición, estos son: el punto, la línea y el plano. El punto se lo visualiza como el elemento más pequeño donde por medio de la asociación de estos puede causar efectos visuales tales como las texturas. La línea, vista como una sucesión de puntos continuos puede tener varias formas curvilíneas, rectas, entrecortadas; pero la unión de líneas crea los planos que se conocen ampliamente; la elipse, cuadrado, rectángulo, círculo, etc.

De acuerdo con Adrian Frutiger, *“toda expresión lineal se deriva de un conjunto de puntos en movimiento”*, nos indica que un punto por si solo tiende más a un carácter estático mientras que la línea es más dinámica.⁶

*Los contrastes son otro punto de tomarse en cuenta en los fundamentos básico. Existen 2 clases de contrastes en el diseño principalmente. El contraste entre formas y el contraste de colores. En contraste de colores también denominado contraste cromático puede clasificarse en varias categorías. Desde contraste de colores luminosos – oscuros, contrastes de colores frío- cálidos, hasta contrastes en cuanto a la cantidad de cierto color.*⁷

2.1.3 La Semiótica

La semiótica es conocida como la teoría de los signos, y constituye la base de la comunicación visual. La semiótica estudia la sintaxis, la semántica y la pragmática. La sintaxis es la relación que existe entre el signo y la forma de ésta. La pragmática es la relación entre emisor y receptor, y la semántica busca los significados de los signos.

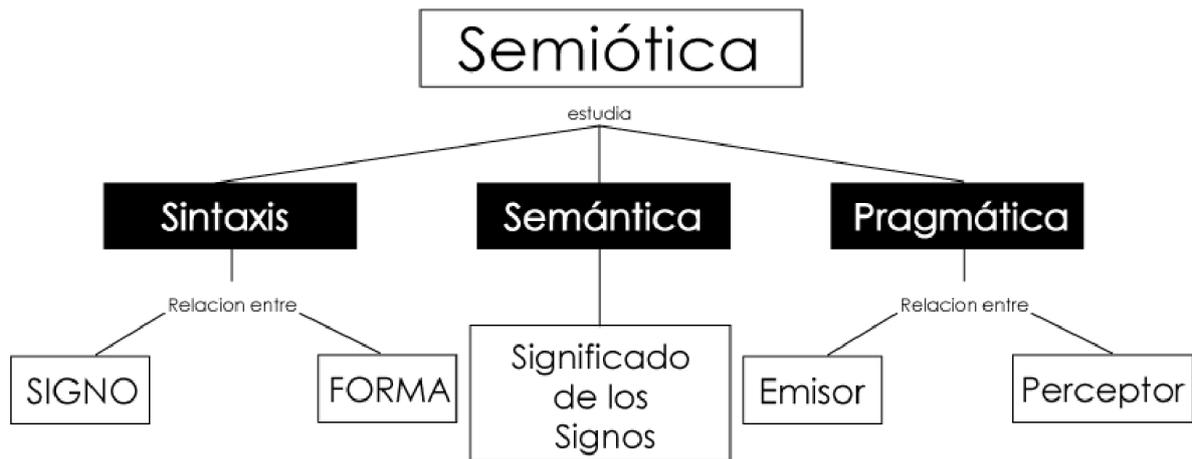
De Acuerdo a Saussure, el signo lingüístico es aquel que *“une un concepto con una imagen acústica”*, por lo tanto se considera que un signo visual conlleva con él una interpretación de una imagen de la realidad.⁸

Existen variadas formas de signos, tales como las expresiones faciales, gestos, imágenes, luces, marcas, vestuario, arquitectura, etc. Los signos se crean a partir de elementos básicos del diseño como la forma, el color, tamaño, textura, disposición, movimiento, y dirección.

⁶ Frutiger, *Signs and Symbols*, 1998

⁷ ITTEN, Johannes, *El Arte del Color*, Edit. Noriega, 2005, p.45

⁸ SERRANO, Sebastián, *La semiótica: una introducción a la teoría de los signos*, Edit. Montesinos, 1981, p.30



De los signos se originan los símbolos, que son la representación de cosas, de una idea abstracta o un proceso, que se puede traducir e interpretar de una forma racional. Para decir, de una forma psicológica, el símbolo constituye un significado el cual se interpreta dependiendo de la situación, el tiempo, o la región.

2.1.4 Las Tipografía

La tipografía se la podría ver como la representación gráfica del lenguaje. Es el oficio que trata el tema de las letras, números y símbolos de un texto impreso (ya sea sobre un medio físico o electrónico), tales como su diseño, su forma, su tamaño y las relaciones visuales que se establecen entre ellos. Además la tipografía se la ve de una forma creativa como si se tratara de una metáfora visual, donde el texto no sólo tiene una funcionalidad lingüística, y donde a veces, se representa de forma gráfica, como si se tratara de una imagen.

2.1.5 La Comunicación Visual

Es un proceso de elaboración de función y recepción de mensajes visuales. La cual es determinada por algunas partes que son el emisor, receptor, mensaje, código y canal. Estos son las bases de la comunicación ya que si faltara alguno no habría una comunicación entre dos entes o más. Como lo indica, se refiere

a la comunicación mediante el uso de un campo visual siendo: las imágenes, fotografías, videos, publicidades BTL⁹, páginas webs, comics, entre otras.

2.1.5.1 La Retórica Visual

Una parte esencial de la comunicación es la retórica visual, con el objetivo de persuadir mediante el lenguaje, la retórica debe cumplir con algunos aspectos o argumentos para una clara comunicación, siendo éstos los éticos, emocionales y racionales.

Para ello existen figuras retóricas que considerar cuando se diagrama todo arte, las que se mencionan a continuación:

Acentuación – cuando el objeto de interés se presenta fuertemente y contrastado con respecto al resto de la composición.

Anacoluto – Supone una imagen imposible que rompe con las reglas sintácticas

Hipérbole – Es la exageración para hacer más evidente el resalte de un objeto o argumento.

Metáfora – es una analogía entre lo que se ve y se intenta significar.

Metonimia – es la sustitución que se da entre lo que se muestra y el significado debido a una relación casual, espacial o temporal.

Sinécdote – es un caso particular de la metonimia en donde se sustituye un todo por una parte.

Personificación – dotar de características humanas a un objeto inanimado.

Juego visual – es el equivalente visual de un juego de palabras.

(Fuente: www.infovis.net/revista/2003/num121.htm - 05/03/2004)

⁹ *Below the Line* o bajo la línea, publicidades no convencionales.

2.1.5.2 Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son un conjunto de servicios, redes, software y dispositivos que tienen como fin la mejora de la calidad de vida de las personas dentro de un entorno, y que se integran a un sistema de información interconectado.

Se encargan del diseño, desarrollo, fomento, mantenimiento y administración de la información por medio de sistemas informáticos, para información, comunicación o ambos. Esto incluye todos los sistemas informáticos no solamente las computadoras, éstas son sólo un medio más, el más versátil, pero no el único; también las redes de telecomunicaciones, telemática, los teléfonos celulares, la televisión, la radio, los periódicos digitales, faxes, dispositivos portátiles, entre otras. Todas esas herramientas electrónicas de primera mano son de carácter determinante en la vida de todo profesional o persona en general.¹⁰

Las TIC son el conjunto de dos áreas, la primera representada por las tradicionales Tecnologías de la Comunicación (TC) que son principalmente la radio, televisión y telefonía convencional, y por las Tecnologías de la información (TI) caracterizadas por la digitalización de sus contenidos, como los correo electrónicos (email), páginas web, teléfonos celulares y muchos más.



¹⁰ Fuente: www.tics.org

*Las TIC son herramientas teórico conceptuales, soportes y canales que procesan, almacenan, sintetizan, recuperan y presentan información de la forma más variada. Los soportes han evolucionado en el transcurso del tiempo, desde el telégrafo óptico, hasta el computador y el Internet. El uso de las TIC representa una variación notable en la sociedad y a la larga un cambio en la educación, en las relaciones interpersonales y en la forma de difundir y generar conocimientos.*¹¹

¹¹ **Fuente:** www.tics.org

2.2 Diseño Multimedia

Multimedia es un término que se aplica a cualquier objeto que usa simultáneamente diferentes formas de contenido informativo como texto, sonido, imágenes, animación y video para informar o seducir al usuario. Es un medio muy utilizado en nuestra época pues por medio de ella nos facilita el intercambio de información y creación de nuevas formas de comunicación.

En la producción multimedia compete el conocimiento de varias áreas visuales y sonoras y el manejo adecuado de éstas. Así creado una composición que sea atractiva y útil a la vez. Cuando se habla de multimedia también se habla de interactividad, en donde el usuario tiene un cierto grado de control sobre las acciones y contenidos que visualiza.

El concepto de multimedia es tan antiguo como la comunicación humana. Utilizando las aptitudes similares que se experimentan al tener contacto con un ser humano, La multimedia intenta representar fielmente esta interacción, por ejemplo; el habla es un medio auditivo de transmitir un mensaje; la escritura sirve para comunicar un mensaje escrito; la vista nos permite visualizar los objetos tal como un video nos muestra alguna animación.

2.2.2 Características de la multimedia

Las presentaciones multimedia pueden ser proyectadas en un escenario, ser, transmitidas vía internet, o ser representadas por un dispositivo local usando un medio conocido como reproductor multimedia. Como ejemplos se tiene a una conferencia interactiva, un espectáculo de láser, juegos en red, o un disco musical con contenidos extras visualizados por medio de un ordenador. Como ejemplo de reproductores existe el Window media player, Winamp o Quicktime como los más conocidos. Otra característica que comparten algunos medios de producción multimedia es la inter-conectividad entre ellos.

2.2.2 Tipos de información multimedia

Para el diseñador, la multimedia le permite ampliar su gama de herramientas que tiene a su disposición para comunicar su mensaje. Es importante el conocer esas y sus diversos usos y características para elaborar un mejor diseño de multimedia. A continuación se presenta un listado de los diferentes tipos de información multimedia:

2.2.2.1 Texto

Conjunto de caracteres que componen un documento sin formatear, formateado, lineal e hipertexto. El texto se utiliza para la escritura básica del lenguaje HTML. Mediante el texto se logra transmitir un mensaje por escrito. Uno de los textos más comunes y utilizados extensivamente son los emails y mensajes de texto.

2.2.2.2 Gráficos

Se utilizan para representar a esquemas, planos, dibujos vectoriales los cuales pueden ser utilizados como medio a otras imágenes o páginas. Son representaciones que ayudan a entender un mensaje con más claridad.

2.2.2.3 Imágenes

Son documentos formados por pixeles. Pueden generarse por una copia de un entorno (escaneado, fotografía digital) y tienden a ser pesados en cuanto a tamaño. Los formatos más comunes de imágenes son .jpg¹² o .bmp¹³.

¹² Joint Picture Graphic (siglas del extensión del archivo de imagen)

¹³ Bit Map Picture (siglas del extensión del archivo de imagen)

2.2.2.4 Animación

Es la presentación de una serie de gráficos por segundo que genera en el espectador la sensación de movimiento. La animación ha permitido la observación de un sin número de fenómenos y avances como en el reconocimiento del espacio bidimensional y tridimensional.

2.2.2.5 Vídeo

Es la presentación de un número de imágenes por segundo, que crean en el observador la sensación de movimiento. Pueden ser sintetizadas o captadas. Las imágenes tiene una secuencia que ayuda al espectador a entender y visualizar el movimiento de objetos u personas.

2.2.2.6 Sonido

Es todo lo que se escucha como la música, efectos sonoros, voces de personas, ruidos u otros sonidos. El sonido es un elemento esencial en toda realización, pues gracias a esta se crea un ambiente sonoro o ayuda a la narrativa. El sonido tiene una importancia igual a la de la imagen, ambos son necesarios para una buena producción audiovisual.

2.3 Diseño Web

Es una actividad que consiste en la planificación, diseño e implementación de sitios web o páginas web. Es uno de los aspectos de producción de medio digitales. Son objetos que usualmente contienen documentos, archivos visuales o sonoros, recursos, herramientas, datos estadísticos o incluso programas interactivos. Todo encaminado a la creación de un sitio web, que formará parte de la gran red mundial, la World Wide Web.

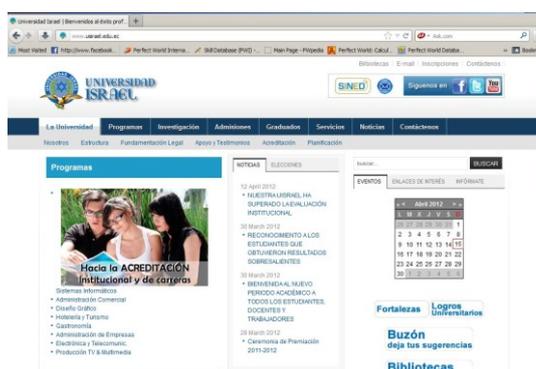
Aunque la web esté cambiando y creciendo a diario es importante no ignorar los fundamentos y conceptos que hacen posible su correcto funcionamiento e interactividad con el usuario.

2.3.1 Conceptos básicos de internet

Existen varias terminologías para referirse a los elementos que se encuentran cuando se navega por el internet. El conocer sus significados y usos nos ayudará a comprender mejor este mundo electrónico además de las aplicaciones en donde el diseño de éstas es primordial.

2.3.1.1 Pagina web y Sitio Web

Son dos términos constantemente confundidos entre sí, pero cada uno tiene su significado. Cuando se habla de página web, se refiere a la única página en donde se encuentra información, imágenes o sonidos. En cambio el sitio web se refiere al contenido total que se encuentra almacenado dentro de un servidor.



Página Web de *La Universidad Israel*

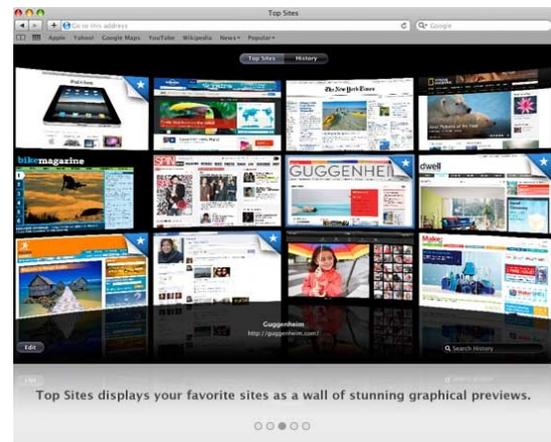
La pagina web principal o de inicio de un sitio se los conoce como portal. Y como tal el portal es la cara del sitio web, el cual debe generar presencia, comunicación, y transparencia.

2.3.1.2 Navegador web o Web Browser

Es el programa que permite visualizar la información que contiene una página web. Este navegador interpreta el código HTML escrita en la página web y lo muestra en la pantalla permitiendo al usuario interactuar con su contenido y navegar hacia otros lugares de él, mediante enlaces o hipervínculos.



Existen una variedad de navegadores web, cada uno con similitudes



y diferenciaciones. Por esta razón es importante conocer y comprobar la

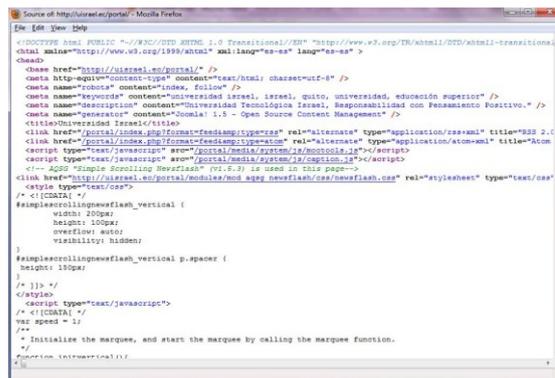
Navegador web **Mozilla Firefox** para Sistema Operativo Windows
Navegador web **Safari** para Sistema Operativo Mac

accesibilidad de un sitio en algunos de estos navegadores para asegurar una visualización correcta de la página. Entre los más conocidos tenemos a, Internet Explorer de Microsoft, Firefox de la corporación Mozilla, y Safari para la plataforma de Mac OSX¹⁴.

2.3.1.3 HTML (Hiper Text Markup Language)

¹⁴ Sistema operativo desarrollado por la Apple, Inc.

Es el nombre que recibe el texto que en la pantalla de una computadora conduce a su usuario a otro texto relacionado. La forma más habitual de hipertexto en documentos es la de hipervínculos o referencias cruzadas automáticas que van a otros documentos. Es en sí lo que se conoce como una página web.



```
<DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.html" mime="http://www.w3.org/1999/xhtml" xml:lang="es-es" lang="es-es" >
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
<meta name="robots" content="index, follow" />
<meta name="keywords" content="universidad israel, israel, quito, universidad, educación superior" />
<meta name="description" content="Universidad Tecnológica Israel, Responsabilidad con Pensamiento Positivo." />
<meta name="generator" content=" Joomla! 1.5 - Open Source Content Management" />
<title>Universidad Israel</title>
<link href="http://portal.uisrael.ec/portal/index.php?option=com_content&view=article" rel="alternate" type="application/rss+xml" title="RSS 2.0" />
<link href="http://portal.uisrael.ec/portal/index.php?option=com_content&view=article" rel="alternate" type="application/atom+xml" title="Atom" />
<script type="text/javascript" src="http://portal.uisrael.ec/system/js/mootools.js" />
<script type="text/javascript" src="http://portal.uisrael.ec/system/js/scrolling.js" />
<!-- AGO Simple Scrolling Marquee (V1.5.3) is used in this page -->
<link href="http://uisrael.ec/portal/modules/mod_ago_newflash/css/newflash.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
<style type="text/css">
/*  */
#simplescrollingnewflash_vertical {
width: 200px;
height: 100px;
overflow: auto;
visibility: hidden;
}
#simplescrollingnewflash_vertical p.space {
height: 100px;
}
/*  */
</style>
<script type="text/javascript">
/*  */
var speed = 1;
/*
* Initialize the marquee, and start the marquee by calling the marquee function.
*/
function intronmarquee()
{
</pre></div><div data-bbox="603 260 814 283" data-label="Caption"><p>Código HTML de una Página Web<br/>Fuente: <a href="http://uisrael.ec/portal/">http://uisrael.ec/portal/</a></p></div><div data-bbox="138 300 859 369" data-label="Text"><p>El concepto de hipertexto que fue instalado por Ted Nelson<sup>15</sup> en 1965, indica a elementos de texto o imágenes dentro de un espacio los cuales pueden ser accionados o activados para lograr una interacción con el usuario.</p></div><div data-bbox="138 400 423 418" data-label="Section-Header"><h3>2.3.1.4 Hipervínculo o Enlace</h3></div><div data-bbox="138 449 859 590" data-label="Text"><p>Es un elemento dentro del texto electrónico que nos permite hacer referencia a otra parte del texto o a otra página diferente. Los enlaces nos permiten navegar por un sitio en interactuar directamente con el ordenador. Un navegador web normalmente muestra un hiperenlace de alguna forma distintiva, por ejemplo en un color, letra o estilo diferente. El comportamiento y estilo de los enlaces se puede especificar utilizando lenguaje CSS.</p></div><div data-bbox="138 621 783 640" data-label="Section-Header"><h3>2.3.1.5 CSS (Cascading Style Sheets u hojas de estilo en cascada)</h3></div><div data-bbox="138 671 859 738" data-label="Text"><p>Las nuevas tecnologías han incorporado una serie de términos en el lenguaje usado en el diseño de las páginas web para tener un manejo más fácil y entendible por parte de diseñadores y webmasters.<sup>16</sup></p></div><div data-bbox="138 745 859 787" data-label="Text"><p>En tanto es importante definir el término de <b>Cascading Style Sheets CCS</b>, el mismo que se conceptualiza como:</p></div><div data-bbox="138 843 756 876" data-label="Footnote"><p><sup>15</sup> <b>Theodore Holm Nelson</b>, filósofo, sociólogo y pionero de la tecnología de la información estadounidense.</p></div><div data-bbox="138 877 564 893" data-label="Footnote"><p><sup>16</sup> Persona encargada del mantenimiento de una página web.</p></div><div data-bbox="486 895 511 910" data-label="Page-Footer"><p>39</p></div>
```

Es un lenguaje usado para definir la presentación de un documento estructurado escrito en HTML. La idea que se encuentra detrás del desarrollo de CSS es separar la estructura de un documento de su presentación. Aunque en el HTML hay atributos que permiten dar formato al texto, como color y tamaño, el CSS nos da un mejor control sobre el diseño de la página.¹⁷

2.3.1.6 Interactividad

Esto se puede resumir básicamente en accionar un comando y el recibir una respuesta. En otras palabras es el grado de relación que se da entre el hombre y ordenador. Este es un concepto considerablemente utilizado en la comunicación, en la informática, en diseño multimedia y en diseño industrial. Un ejemplo básico de interactividad es la comunicación humana.

Dentro de la comunicación, la interactividad se refiere al comportamiento recíproco del computador con el hombre sin tomar mucho en cuenta de otros aspectos de la máquina como su apariencia física y visual, la forma de sus procesos internos, o el significado de los signos que transmita.

2.3.1.7 Accesibilidad

El diseño web debe seguir unos requerimientos mínimos de accesibilidad para que sus sitios o aplicaciones puedan ser visitados por un mayor número de usuarios. El objetivo del diseño web es buscar una manera de mostrar el contenido de un sitio sin dificultades o dependencia de algún dispositivo de salida. Esto implica conocer cómo se deben utilizar cada una de los elementos permitidos en el HTML, es decir, hacer uso correcto de este lenguaje dentro de los estándares establecidos por la W3C (World Wide Web Consortium).

Reglas para un buen diseño web: (Fuente: www.w3.org/WAI)

- Presentación de la información sencilla, clara y rápida.
- Centrados en los aspectos esenciales.

¹⁷ VEEN, Jeffrey, *Arte y Ciencia del Diseño Web*, Ed. Prentice Hall, 2001, p.126

- Navegación Lógica y manejable.
- Un principio de diseño uniforme aplicado a todo el sitio.
- Tiempos de descarga aceptables para los usuarios y visualización correcta de todos los navegadores web principales.

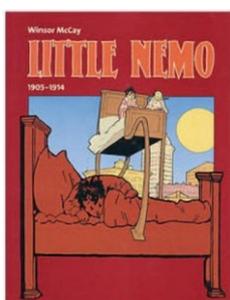
Reglas Básicas para lograr una accesibilidad total: (Fuente: www.w3.org/WAI)

- Creación mediante código (X)HTML.
- Separación estricta entre contenido y diseño.
- Uso de HTML exclusivamente para organizar y estructurar el contenido de la pagina.
- Uso del CSS para el diseño de la pagina.
- La página de inicio no debe estar sobre cargada de elementos, número de funciones manejables.
- Se incluye una alternativa textual para el contenido que no sea texto.
- La navegación no depende del dispositivo de entrada.
- Las tablas se usan solo para mostrar contenido de forma tabular, no para organizar el diseño.

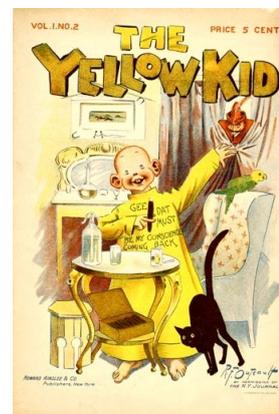
2.4 Diseño de Comics

2.4.1 Trascendencia del comic

El comic es un medio que ha surgido en la época de la revolución industrial, pero sus orígenes inician a la Europa del siglo XVIII. En donde surgió lo que se considero la caricatura. Esta siendo una representación ficticia de la realidad, causo un gran impacto en los lectores de la época pues estas eran consideradas como hojas volantes que trataban de temas varios como son la religión, la historia o asuntos políticos o militares.



En la época posterior surgió numerosas series como el *Pequeño Nemo* (izquierda) o *Yellow Kid*¹⁸ (derecha), siendo esta segunda una serie que causo mucha polémica entre los lectores ya que trataba mucho lo que era temas de reflexión interna o concientización. Pero que en la mayoría de los casos los comics strips¹⁹ servían de ocio y entretenimiento a una población carente de fe y esperanzas.



Ya que fue en la época entre las guerras mundiales en donde el comic pudo florecer. En una época en donde era necesario el mantener a la población en tranquilidad se creó los denominados súper hombre, o súper héroes, tal es el ejemplo del Capitán América, un hombre al cual se le doto de súper fuerza y grandes destrezas por el centro de investigación americana (CIA), para combatir la amenaza nazi.

Pero una vez pasados la época de guerras, el mundo del comic tomó un giro en los temas que se proponían, los cuales se adaptaban más a ser realista a los hechos de actualidad. Con la aparición de nuevas series de acción,

¹⁸ Little Nemo in Slumberland, creada por Winsor McCay (1905), Yellow Kid, por Richard F. Outcault (1894-95)

¹⁹ los *comic strips* son los denominados historietas semanales de los periódicos, por lo general publicados los domingo.

comedia, drama, terror, el comic ha tomado diversidad y se ha entrometido en los diferentes campos del interés humano.

2.4.2 Terminología básica en el comic

Según la compilación de varios autores realizada en los textos Del Tebeo al Manga: una historia de comics, y El Dibujo Manga, se cree puntual describir brevemente los términos más usados dentro del diseño de comics, pues es importante conocer este tipo de lenguaje debido a la importancia y la relación directa con este proyecto.

2.4.2.1 Cartoon

Palabra que se da a los la caricaturas, chiste humorístico o dibujo animado dentro de una historieta o contexto. Usualmente utilizada por británicos y norteamericanos.

2.4.2.2 Caricatura política

Es un chiste gráfico cuyo tema o representado está íntimamente relacionado con la actual política de un país. Suelen representar una exageración de rasgos característicos de los personajes.

2.4.2.3 Comic-book

Es un cuadernillo de pocas hojas en un formato pequeño de 17 x 26 cm generalmente, que incluye una historia completa o fragmento de una serie más larga. El Comic-book nació en estados unidos inicialmente como tiras de prensa, las cuales posteriormente fueron ambientadas con nuevas historias, personajes, y tipos de géneros.

2.4.2.4 Pagina o plancha

Es la página de la historieta usualmente en sentido vertical en donde una acción puede empezar y terminar en esta misma o continuar en la siguiente obra. Esta por lo general se publicaba semanalmente en los periódicos.

2.4.2.5 Plano

Es el enmarcado visual de una viñeta en donde se representa una acción, tomando en cuenta la perspectiva del encuadre. Dependiendo del tamaño del encuadre es acorde con el detalle del dibujo y los objetos que componen el escenario. Existen distintos tipos de plano: plano detalle, primer plano, plano medio, plano americano, plano general, plano panorámico.

2.4.2.6 Serie

Se trata de una saga de aventuras o desaventuras de uno o varios personajes con un título que los identifica. Suelen llevar el nombre de uno o dos de los personajes.

2.4.2.7 Viñeta

Es el espacio que encierra en forma cuadrada, ovalada o similar, un dibujo que forma parte de una historieta. Para hablar de comic es necesario que existan varias viñetas dentro de una página pero también en ocasiones una viñeta puede ocupar una o dos páginas.

2.4.2.8 Globos de Texto

Son los espacios en donde se encierra el dialogo entre dos personajes, o narración de la historia. Sus variadas formas expresan distintos sentimientos o personalidades de los actores.

2.4.2.9 Onomatopeya

Es la representación gráfica de un sonido. Es muy utilizada en el mundo del comic para demostrar momentos de gran impacto, explosiones, movimientos o alguna transición en general.

2.4.3 Tipos de Comics

En el mundo es posible que existan una variedad de comics debido generalmente al lugar en donde éstos son producidos. Existen tres clases de comics en particular que son los más abundantes en el medio y que han establecido características que los diferencian.

2.4.3.1 Comic Americano

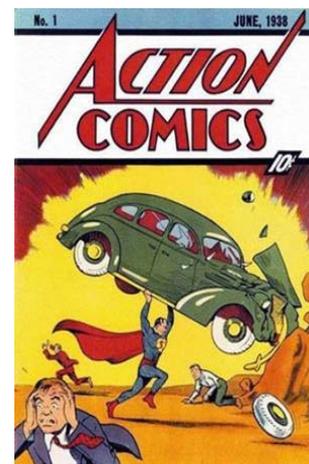


"Amazing Fantasy" N° 15, Agosto 1962, publicada por Marvel Comics

El comic americano se originó en los Estados Unidos de América alrededor de los años 30's, pero aunque este no sea originario de ese país le decimos "estilo americano" al que posee sus mismas características. Y en lo que más se destacan este tipo de comics es en el tratamiento de los superhéroes.

Lo más importante y lo que comúnmente se toma en cuenta en esta clasificación es más que todo, los creadores de un comic,

tales como los guionistas y los dibujantes, ya sean estos los pencilers²⁰ o inkers²¹; ya que se acredita y reconoce al autor o autores por su estilo gráfico.



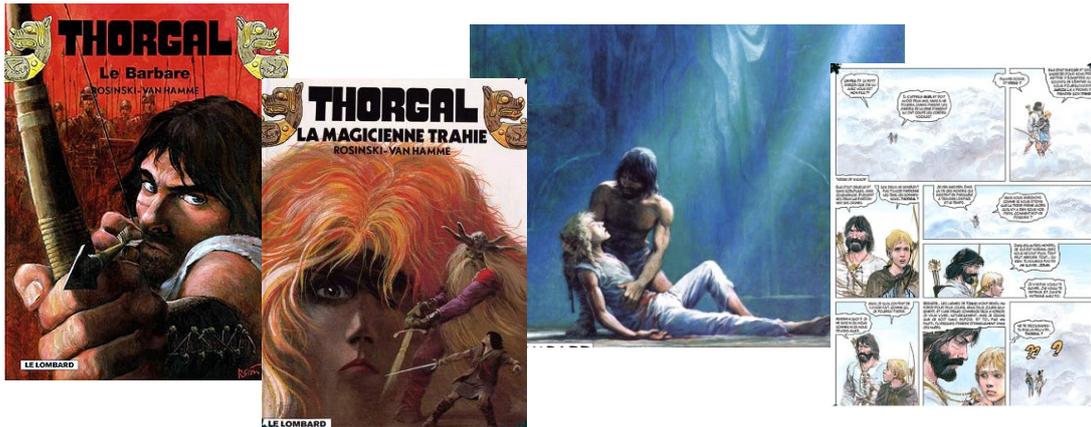
"Action Comics" N° 1, Junio 1938, publicada por DC Comics

²⁰ Personas encargadas de realizar el dibujo a lápiz en un comic.

²¹ Personas encargadas de entintar o del color del dibujo en un comic.

2.4.3.2 Comic Europeo

Lo que diferencia al comic americano es el detalle con que se maneja cada viñeta. Además de ser considerados obras de arte son más complicadas de elaborar, por lo que se publican un tomo cada mes o dos meses. En algunos ejemplares llevan rasgos y conceptos de pintura para dar un toque más realista al dibujo.



"*Thorgal*", Publicada por Lombard Editions, Francia

2.4.3.3 Comic Japonés

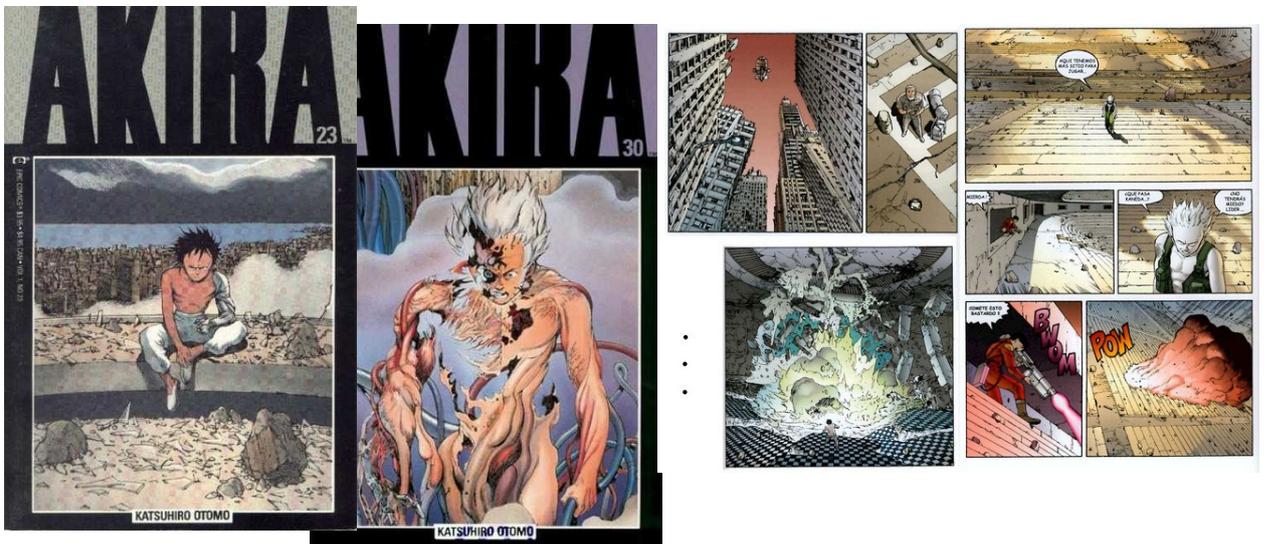
Son los que más existen, por lo que se publican tomos nuevos cada 15 días en Japón. Además de ser creadora de una subcultura en sí, los rasgos del dibujo son los más notorios y diferenciado de todos por los ojos agrandados y rostros redondos.

Una de la cosas de notarse en esta tipo de comic son las grandes producciones visuales de las historias seleccionadas o que han tenido gran éxito para ser convertidas a un formato denominado, Anime, originada de la palabra animación la cual indica un dibujo u objeto en movimiento. Además

esta clase de comic “*manga*”²² es dividida en una variedad de géneros que se publican, las cuales consisten de temáticas como:

- Shonen, comic para chicos
- Shojo, comics para chicas
- Kodomo, historias para niños
- Seinen, historias orientados a un público maduro
- Mecha, historias acerca de robots gigantes
- Yaoi y Yuri, comics de historias de amor para el publico homosexual y lesbiana.
- Ecchi, comics eróticos
- Hentai, comics pornográficos

Aunque por lo general un manga, lleva en sí, varios géneros y subgéneros lo que da más posibilidades a los “*mangaka*”²³ de crear una historia atractiva, consistente y en algunos casos innovadora.



“*Akira*” vol. 23, 30, realizada por Katsushiro Otomo, publicada por Kodansha, Japón 1990

²² Palabra japonesa utilizada para referirse a los comics, literalmente se traduce como “dibujo caprichoso”.

²³ Nombre que se da a los realizan mangas.

2.4.4 Web Comics

En estos últimos tiempos debido al gran desarrollo y alcance que ha tenido el internet, principalmente la transmisión de datos más acelerada debido a la banda ancha, los comics han hecho su aparición en línea. En esta modalidad, un web comic se puede visualizar en la pantalla directamente a través de una página web, lo que hace posible una edición más fácil.

Este nuevo formato ha dado a los artistas gráficos, una desconocida área de explorar en la elaboración de comics e historietas pues en este espacio virtual es como tener un lienzo infinito para experimentar, bocetar, o incluso escanear sus artes a mano. Comics que son realizados a mano, y luego transformados a una forma digital son los denominados e-comics, otro nombre por el cual se conoce a los web comics.

Otro aspecto que ha revolucionado la forma de hacer comics, es debido que no es necesario un editorial para publicar los comics en la web, lo que ha facilitado la producción de estos. Además de evitar problemas de censura, esto ha dado la posibilidad hasta incluso personas sin bases de diseño, edición, o incluso un buen dibujo, de publicar sus trabajos como una forma de pasatiempo.

Por lo general los web comics son realizados con un programa de animación por secuencia como en este caso el más usado es el Adobe Flash. Pero también existen los comics estáticos que pueden ser producidos un programa de edición de imágenes, como el Corel Draw, Adobe Photoshop, o incluso el Illustrator.

2.4.5 El Comic en el Ecuador

El comic en el Ecuador no ha tenido un desarrollo significativamente grande desde la aparición del primer comic en 1983, Panfleto creado por Iván Valero Delgado con una impresión de 5000 ejemplares. Posteriormente en el año 1989, se lanzó el segundo ejemplar dentro de la revista “*Secreciones del*

Mojigato”, con un tiraje de 1000 ejemplares. Esta revista fue una selección de historietas negras ecuatorianas recogiendo una serie de trabajos un poco inmaduros pero a la vez atrevidos para esa época.

En 1990, Eduardo Villacís publica 2 obras en la revista de rock Traffic, “*Dock Tirres*” y “*Las aventuras de la T mutante*”, 2 historietas llenas de humor, desarrollo de personajes y una buena elaboración de guiones. En 1991, Villacís junto a Edgar Castellanos y Wellington Ayllon (Wilo), crearon el primer proyecto serio y altamente elaborado llamado “*T.I.M.O*”, siglas del “*Transinfinite International Metafisic Organization*”, un compendio de obras fueron escritas y dibujadas por diversos autores que interactuaban y compartían un mismo mundo paralelo. Aunque este proyecto no llegó al papel por lo denso del material y sus contenidos debido a la inexperiencia de los editores y el miedo a involucrarse en una área la cual tenían poco conocimiento y experiencia.

Luego en 1992, J.D. Santivañez, publica por medio de empresa propia, una serie de 3 números llamada, “*Ficcionica*”. En 1993, Javier Bonilla publica “*Privatofalia*”, una obra crítica acerca de una temática política como es la privatización de empresas en países en vías de desarrollo. Después en septiembre de 1996, Wilo, con el apoyo de la casa de la cultura, publica su obra, “*La Linea, bestiario de una guerra*”, una obra donde recoge caricaturas, comics y grafittis que nacieron en tiempos de guerra.

En 1997 se crea la primera revista virtual secuencial ecuatoriana, el WEBO iniciada por Alfredo Chavez y Wilo. Y en marzo de 1998 aparece el primero número de la revista XOX que fue editada por Adn Montalvo, Carlos Sánchez, Jorge Gómez y Catalina Ayala con el fin de promover la tira en el medio.

Uno de los grandes causas para el limitado desarrollo del comic en el Ecuador ha sido la poca visión de los medios para ver una nueva fuente de opciones de comunicación. Además de los costo de realización y supervivencia de un comic son elevados es de esperar que una producción continua sea muy escasa, aún

si en los últimos años el interés por el género ha aumentado gracias a la formación de grupos que trabajan fuertemente para exhibir sus obras.²⁴

1er numero de
"Panfleto"
creado por Iván
Valero Delgado,
1983



1er numero de la
revista XOX, 1998



²⁴ Fuente: <http://www.edufuturo.com>

2.5 La Historia del General Eloy Alfaro

Este ensayo fue realizado por una recopilación de datos en las siguientes fuentes:

Dumar, *Eloy Alfaro, 100 facetas históricas*, 1995; Loor, *Eloy Alfaro*, 1982; Pareja, *La hoguera bárbara*, 2003.

2.5.1 Su Vida

José Eloy Alfaro Delgado nació en Montecristi, (Manabí) el 25 de junio de 1842. Su padre fue don Manuel Alfaro y González, republicano español que llegó al Ecuador en calidad de exiliado político; su madre doña María Natividad Delgado López.

José Eloy, recibió su instrucción primaria en su lugar natal, después de terminar se dedicó a ayudar a su padre en los negocios comerciales, durante su juventud se nutrió de las doctrinas que producen libertad y democracia, todo lo que olía a tiranía, hervía de odio y rencor su sangre por eso luchó contra García Moreno, Borrero, Veintemilla y Caamaño, y con enfáticas luchas conquistó el título de "Viejo Luchador".

Eloy Alfaro pasó por muchas y serias dificultades en la diversas campañas que emprendió, tendientes a combatir la tiranía, en estos combates gastó su fortuna adquirida en Panamá con la ayuda de su esposa de esa nacionalidad Ana Paredes Arosemena, de ese matrimonio nacieron nueve hijos: Bolívar, Esmeraldas, Colombia, Colón, Bolívar (segundo), Ana María, América, Olmedo y Colón Eloy; Rafael nació fuera del matrimonio.

Eloy Alfaro fue valeroso hasta la muerte; buscaba una transformación radical en su país. Su sangre rebelde y espíritu visionario le dieron un carácter férreo que lo distinguió en la acción liberal de la cual sigue siendo ejemplo inigualable. Desde muy joven participó en gestas rebeldes como en el Colorado; casi pierde la vida en el desastre del Alajuela. Participó en los combates de Montecristi,

Galta, San Mateo, Esmeraldas, Guayaquil, Jaramijó, Gatazo, Cuenca y Chasqui.

Eloy Alfaro fue un padre ejemplar, magnánimo con los amigos y desgraciados. Aunque sus estudios no fueron profundos, por su carácter logró superarse e imponerse a los demás con clara inteligencia.

En 1910 se verificaron las elecciones presidenciales. Alfaro apoyó la candidatura del Sr. Emilio Estrada, el cual resultó elegido en enero de 1911. Alfaro, antes de que Estrada se posesionara en el mando, quiso obligarle a que renunciara, para que los adictos a su gobierno le proclamen dictador.

Estrada negase rotundamente a las pretensiones de Alfaro. Entonces se principió a trabajar para que el Congreso declarara nulas las elecciones de Estrada. Pero el 11 de agosto de 1911, los cuarteles y el pueblo de Quito, con las armas en las manos, obligaron a Alfaro a dimitir el mando, como en efecto así sucedió.

En esta angustiosa situación, Alfaro tuvo que abandonar al Gabinete Presidencial y bajaba las gradas del Palacio, custodiado por el Intendente General de Policía, atemorizado de lo que sucedía, difamado por el pueblo que lo odiaba y lo pifiaba.

Los que le acompañaban tenían que sostenerle de los brazos por la impresión que había causado en él semejante reacción popular. El general Eloy Alfaro estuvo a punto de perder la vida, y puso salvarse asilándose en la Embajada de Chile.

El trastorno duró tres días y tres noches y desgraciadamente hubo que lamentar unas pocas víctimas. El Congreso aceptó la renuncia de Alfaro, y al siguiente día asumió la Presidencia de la República, el Presidente de la Cámara del Senado Dr. Carlos Freile Zaldumbide.

El 1 de septiembre de 1911 comenzó a ejercer la Presidencia de la República el Sr. Emilio Estrada, declarado ya legalmente electo. El General Alfaro pasó a Panamá, donde fijó su nueva residencia.

No obstante haber dejado una herencia de obras para el Ecuador, fue inmolado cruelmente el 28 de enero de 1912 en el parque El Ejido de Quito.

"La libertad no se implora de rodillas, se conquista en los campos de batalla"

Eloy Alfaro

2.5.2 Obras de Eloy Alfaro

Durante este primer período de la administración de Alfaro se firmó el "Contrato Harman", en virtud del cual quedaba asegurada la continuación rápida de los trabajos del ferrocarril Guayaquil a Quito, llegando hasta Colta, en este Período.

Eloy Alfaro también dio mucho impulso a la educación. El 1 de octubre de 1869 inaugura el colegio "Bolívar" de Tulcán, en 1907 la Escuela de Artes y Oficios, el 11 de junio de 1897 el Instituto Nacional "Mejía", el 20 de octubre de 1900 la Escuela de Bellas Artes de Quito, el 14 de febrero de 1901 el Colegio Normal Manuela Cañizares; el 25 de mayo de 1901 el Colegio Normal Juan Montalvo, el 110 de agosto de 1901 el Colegio Vicente Rocafuerte de Guayaquil y el Colegio Militar Eloy Alfaro.

Al momento de su primer mandato había una confusión acerca de quién iba a sustituirlo.

"No podemos perder con papelitos lo que hemos ganado con fusiles"

Eloy Alfaro

CAPITULO 2

ETAPAS DE INVESTIGACIÓN

3.1 Problema de la investigación

Para verificar el problema es esencial realizar una investigación de campo que defina los intereses y preferencias de los medios de comunicación visual para la adquisición de conocimientos de la historia de un determinado personaje en las edades promedio **de 15 a 19 años**, considerando que el hábito de la lectura de manera general se ha ido perdiendo por la influencia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

3.2 Justificación de la investigación

Para un adecuado proceso de investigación se ha decidido realizar una investigación por **muestreo aleatorio**, debido a la gran cantidad de personas dentro del público objetivo (zona urbana del Distrito Metropolitano de Quito) considerando que en un alto porcentaje las familias tienen un PC en sus hogares.

3.3 Propuesta

El producto final, es un **comic interactivo** que será expuesto mediante un CD multimedia de fácil acceso. Este comic comprenderá los instantes más importantes de la historia a contar, la vida del general Eloy Alfaro.

Se utilizó programas y los equipos aprendidos a lo largo de la formación académica. Para la creación del boceto del comic se utiliza herramientas y concepto aprendidos en los primeros semestres de dibujo figurativo.

3.4. Determinación del Público Objetivo

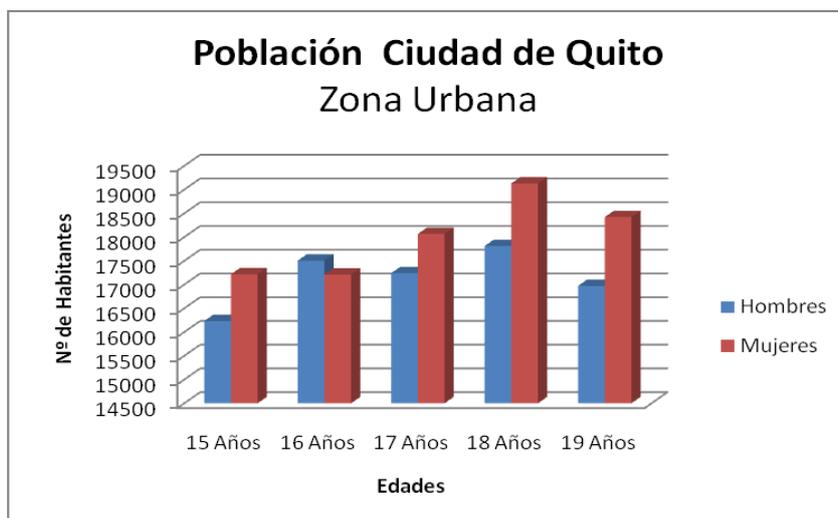
El público objetivo que permite identificar la problemática que justifica la creación de un Comic Interactivo como propuesta de solución al problema identificado se encuentra definido por el número de jóvenes de la zona urbana del Distrito Metropolitano de la Quito, el cual según datos proporcionados por el INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) en el último censo del 2001 se encuentran dentro de los rangos y cantidades mencionadas en el siguiente cuadro:

POBLACIÓN CANTÓN QUITO POR EDADES			
Parroquia Urbana			
EDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
15 Años	16233	17217	33450
16 Años	17505	17212	34717
17 Años	17240	18067	35307
18 Años	17812	19130	36942
19 Años	16973	18421	35394
TOTAL	85763	90047	175810

Cuadro N° 1

Fuente: www.inec.gov.ec/poblacionciudaddequito

Elaborado por: Frank Michael López C.



Como se evidencian en los datos proporcionados por el INEC, dan como resultado una mayor cantidad de población de género femenino, lo cual no incide en el desarrollo de la propuesta por cuanto puede ser usado por dos géneros. Por tanto, se puede definir que el público objetivo es de **175.810** jóvenes cuyas edades están dentro de los rangos de 15 a 19 años distribuidos en el Distrito Metropolitano de Quito.

POBLACIÓN CANTÓN QUITO

Rango de 15 a 19 Años

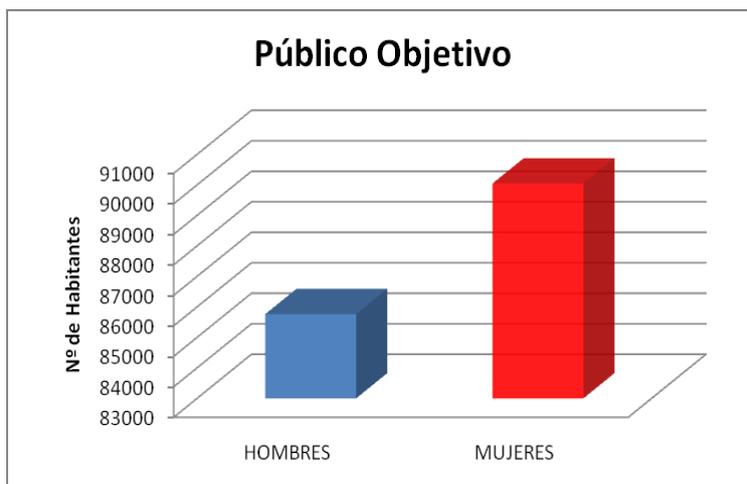
Parroquia Urbana

	Nº DE PERSONAS	PORCENTAJE
HOMBRES	85763	48,78
MUJERES	90047	51,22
TOTAL	175810	100

Cuadro N° 2

Fuente: www.inec.gov.ec/poblacionciudaddequito

Elaborado por: Frank Michael López C.



3.5. Objetivo de la Investigación

El objetivo de la presente investigación es **determinar la necesidad de creación de un medio interactivo dinámico que despierte interés de los jóvenes por conocer parte de la historia de nuestro país**, por lo cual se ha tomado como referencia el personaje de Eloy Alfaro, por sus características y relevancia en el proceso histórico del Ecuador.

3.6. Determinación de los Instrumentos de Investigación

Para recopilar la información requerida se ha diseñado una encuesta (ver *anexo #01*) que se aplicará por muestreo en las diferentes tiendas de ventas del tipo de producto propuesto, pues en estos lugares encontramos los jóvenes que tienen esta preferencia de consumo.

3.7 Selección de la muestra

Para fundamentar el proceso de investigación se aplicará el método de Muestreo por probabilidades apropiado para muestras grandes, con la finalidad de seleccionar el universo en estudio de tal manera que cada muestra posible del mismo tamaño tenga igual probabilidad de ser seleccionada de la población en estudio.

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot P^2}{(N - 1) \cdot E^2 + z^2 \cdot P^2}$$

En donde:

- n = Tamaño de la muestra, o sea el número de unidades a determinarse.
- N = Universo o número de unidades en la población total.
- z = Varianza de la población respecto a las principales características que se van a representar (valor constante que equivale a 0.25).
- P = Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significación con el que se va a realizar el tratamiento de las estimaciones. (es un valor constante que se lo toma en relación al 95%, equivale a 1.96).
- N-1 = Es la corrección que se usa para muestras grandes mayores a 30.
- E = Límite aceptable de error muestral, (tomamos el 6%)

3.7.1. Aplicación de la Muestra

$$n = \frac{(175.810 * 0,0625) * 3,8416}{((175-809) * (0,0036)) + (0,0625 * 3,8416)}$$

$$n = \frac{42.212}{633,15}$$

n = 67 encuestas

La muestra obtenida será tomada en diferentes tiendas de ventas distribuidas de todo el Distrito Metropolitano de Quito, en los siguientes sectores:

- **Sector Norte**

Condado Shopping - Mr. Books
C.C. El Bosque – Video Box

- **Sector Centro**

Mall El Jardín – Mr. Books
C.C.I – Video Box
Quicentro Shopping – LibriMundi
Juan Leon Mera – LibriMundi

- **Sector Sur**

Vicentina – Club Ichiban

3.8 Análisis e interpretación de resultados

Se realizó una investigación para la determinación del acogimiento y factibilidad de la propuesta de diseño. El cual consiste en la elaboración de una encuesta a público objetivo directo, en los lugares de venta de productos comics impresos.

En general los resultados obtenidos indican que la mayoría de la población joven, un 69%, tiene acceso a una computadora con internet, lo cual facilitará la visualización del producto. Además se comprobó la falta de material digital para la exposición de historias y temas como el propuesto por el proyecto. De acuerdo con la investigación la propuesta de exponer material histórico en formato de un comic interactivo es la temática más preferido por el público.

Se proyecta un recibimiento positivo del producto, por lo que los jóvenes disfrutan de contenido multimedia, más aun si es un material que sirve para la ampliación del conocimiento general como es la historia de un personaje nacional. Un 72% de la población ansia ver la cultura del comic avance e evolución en el Ecuador, lo cual dará una buena impulsión de producto en el medio.

(Ver Anexo #03)

CAPITULO 3

FUNDAMENTACIÓN DEL PRODUCTO

4.1 OBJETIVO DEL PRODUCTO

Relatar la vida del personaje histórico ecuatoriano Eloy Alfaro, utilizando imágenes, sonidos y un estilo gráfico personalizado.

4.2 CONCEPTOS

Como la Investigación demostró, una de las temáticas más preferidas por la audiencia es la de la historia, nos servirá de sustento para afirmar que la creación de un comic interactivo es un soporte adecuado para la exhibición de este producto.

En la etapa de bocetaje se trabajará con los conceptos de diseño que se aplican en todo material de este tipo, como son las líneas, encuadres, contrastes de color, globos de textos, simbología y semiótica, onomatopeyas visuales, e coherencia de acciones.

El programa será elaborado con la ayuda del adobe flash. Al ser una extensión ampliamente usada para un objeto multimedia (swf), además de ser fácil de manejar por su tamaño comprimido que ayudará a la rápida carga de esta y ágil visualización del comic interactivo.

4.3 LÍNEA CREATIVA

El producto contará con una línea de diseños de los personajes y paisajes simplificados e ilustrados mediante el Adobe Illustrator. De esta forma se le dará un comic-look a las animaciones y la historieta.

4.3.1. Características Comunicacionales

4.3.1.1 Informativo

El producto intenta comunicar información al público objetivo, acerca del personaje Eloy Alfaro. La historia proporcionada cuenta un fragmento de su vida la cual puede ser poco conocida por el target, momentos y conflictos de su juventud.

4.3.1.2 Identificativo

El producto tiene carácter identificativo, siendo que se trata de un personaje nacional, el cual mucha gente lo reconoce claramente. Ya que tiene como propósito generar interés en el público en aprender más acerca de Eloy Alfaro y su historia.

4.3.1.3 Estética

El producto cuenta con un estilo propio de dibujo para su fácil identificación además para crear una norma para futuras ediciones. Los personajes son basados en representaciones reales e intentan mantener una similaridad, pero a la vez darles una vista única y tipo comic.

4.4 PROCESO DEL PRODUCTO

Se empezará con la creación de bocetos previos del comic con la utilización herramientas y conceptos aprendidos en los primeros semestres de dibujo figurativo. El estilo gráfico a utilizarse será uno personal del autor, en estilo anime, pero manteniendo una caracterización y rasgos ecuatorianos. Posteriormente estos serán llevados al computador para un tratamiento de imagen y color, en el cual los programas a utilizar serán del Adobe Illustrator CS3 y Adobe Photoshop CS3.

Una vez hecha un arreglo y limpieza de la imagen se la traspasa a insertar elementos de multimedia como la animación 2D y efectos de sonido. Para esto se usará el Adobe Flash CS3 y el Soundbooth CS3. El formato se asemejará a un libro de historietas la cual mientras vaya avanzando la historia la pantallas seguirá lo movimientos y cambio de viñetas, como si uno estuviese teniendo el comic y leyéndolo.

El producto se presentará mediante un menú de selección, el cual reproduce el comic. Este es realizado mediante el Adobe Flash CS3 y visualizado en el Adobe Flash Player. Finalmente se diseña el empaque de presentación y el CD.



4.5 ANÁLISIS DE CONTENIDOS

4.5.1 Logotipo

El logotipo comprende de 2 partes. En la parte superior se utilizo la tipografía *Rockwell Extra Bold* para el titulo principal



“Eloy Alfaro”. En la parte inferior el subtítulo “El Joven Guerrero” en tipografía *Gabriola*. Debajo de esta se encuentra una pañoleta roja.

4.5.1.1 Justificación Conceptual

La tipografía serif seleccionada para el titulo principal representa un carácter firme de la letra, además la inclinación hacia atrás le da una sensación épica como es vista en varios comics del genero de superhéroes.

El tipografía san-serif del título secundario va de acorde con lo que está escrito, el joven guerrero, siendo algo más suave y sutil. La pañoleta es una parte representativa de la vestimenta de los campesinos de Manabí y del pueblo de Montecristi, lugar de nacimiento de Eloy Alfaro.

4.5.1.2 Justificación Gráfica

El logotipo hace juego con la letra y la imagen para crear un símbolo que representa la línea de diseño. Cuenta con las proporciones adecuadas, justificación de caracteres y además conlleva en si un significado dentro de la gráfica.

4.5.1.3 Justificación Cromática

Los colores utilizados, el gris con degradado representa el metal de la espada de Eloy Alfaro. El color rojo de la pañoleta, la pasión de Alfaro frente la lucha por la libertad, además de ser un símbolo patrio entre la gente del cantón de Manabí.

4.5.1.4 Evolución del Logo

El logo es el primero y pasado directamente del borrador. Cuenta con una inclinación de 20 grados, y un subtítulo que se mantiene en otras opciones.

El logo sufre un cambio en donde el fondo es una silueta de un tren. El subtítulo también fue cambiado además de la tipografía.

El logo va adquiriendo una forma más solida y se incorpora un elemento gráfico dentro del texto.

Se rediseña el logo y se adiciona un imagotipo a su derecha, una estilización de la forma de Eloy Alfaro.

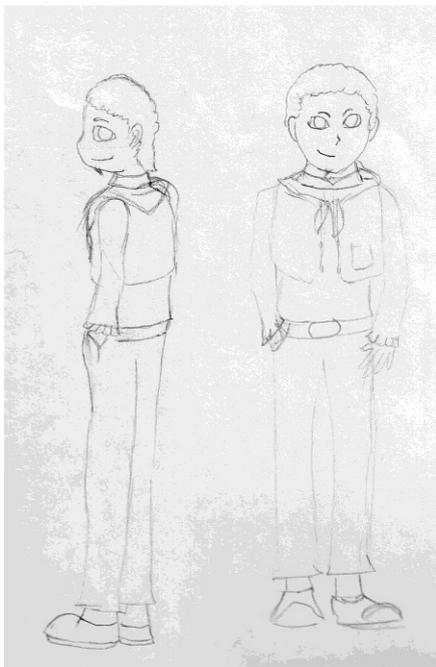
Finalmente se adquiere la forma definitiva del logo cambiando el subtítulo y la cromática para obtener una imagen más significativa.

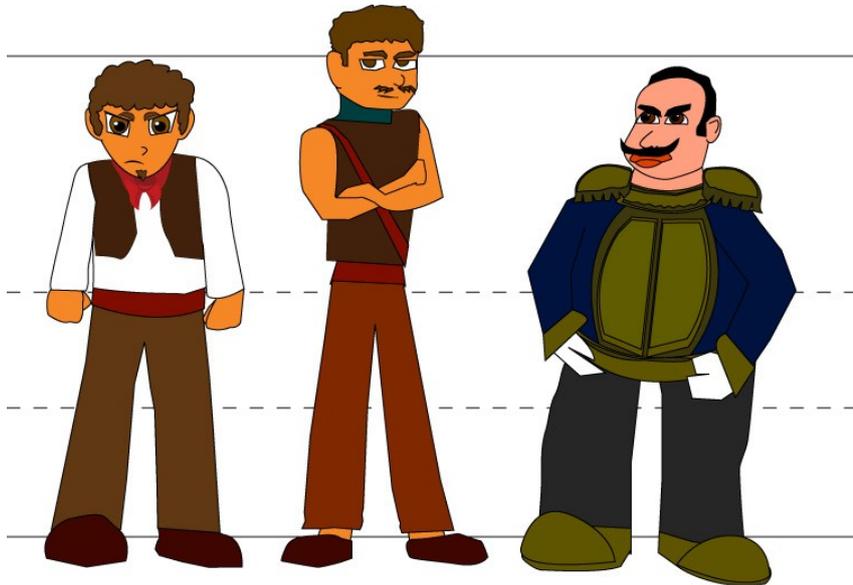


4.5.2 Creación e ilustración de personajes

Los personajes fueron creados a boceto en donde se los diseño con características propias. Posteriormente se los diseño en Adobe Illustrator CS3, utilizando una estructura esquelética simple. Seguidamente fueron dados su color adecuado para poder diferenciarlos de una manera mejor y darles una etnicidad más pronunciada. La cromática de la vestimenta va de acuerdo con los tonos y pigmentos utilizados en esa época.

Los personajes se asemejan con sus representaciones auténticas para dar un realismo a la historia. Los personajes cuentan con características físicas las cuales se los identifican, como un arma, una vestimenta o una expresión facial.



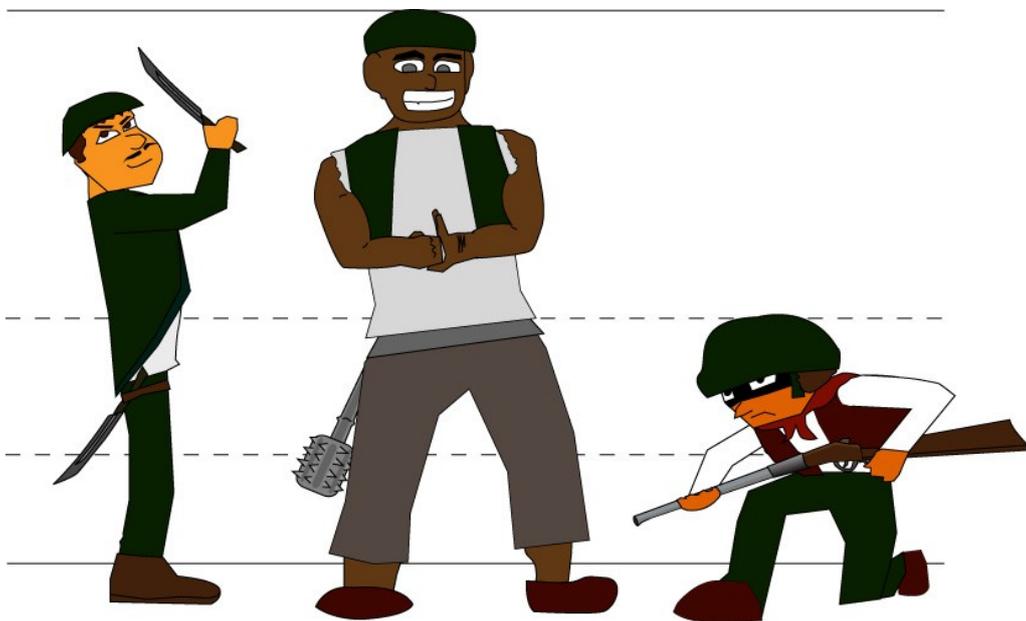


Eloy Alfaro

Medardo Alfaro

Gen. Salazar (Gordo)

La introducción de personajes secundarios como el soldado moreno o el francotirador, ayudan a dar una fluidez en el contar de la historia, además de proporcionar elementos extras para la trama.



Asesino

Moreno

Francotirador

4.5.2.1 Ficha de Personajes

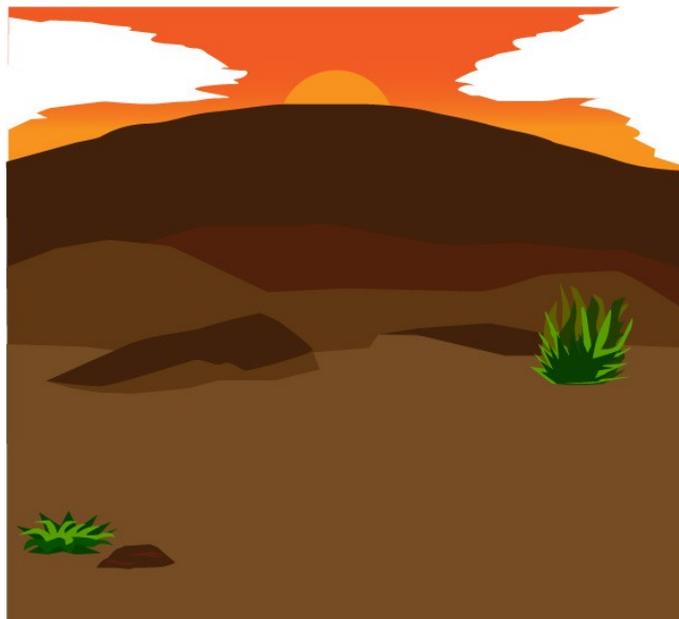
Personaje	Origen	Edad	Características	Arquetipo	Rasgo Físico	Objeto
Eloy Alfaro (Joven)	Montecristi, Ecuador (Manabí)	22	Fuerte Luchador / Rebelde Espiritu indomable Líder	Aventurero / Justiciero	Mirada Desafiante	Chaleco, Pañoleta Roja, Espada
Medardo Alfaro	Montecristi, Ecuador (Manabí)	24	Luchador / Seguidor	Soldado / Hermano	Mirada tranquila, Bigote suave	Chaleco, cinturón sobre su pecho, camisa sin mangas.
Gen. Salazar, El Gordo (Francisco Javier Salazar)	Guayaquil, Ecuador	42	Cobarde Malo Pesado	Villano / Bufón	Barriga Grande, Bigote	-
Moreno	Montecristi, Ecuador	28	Sonriente Agresivo	Soldado	Cuerpo Grande, Dientes Blancos	Garrote
Asesino	Montecristi, Ecuador	25	Sigiloso	Soldado	Bigote	Navajas
Francotirador	Montecristi, Ecuador	23	Silencioso Serio	Soldado	Mirada semi-ocultada Tamaño pequeño	Casco Rifle

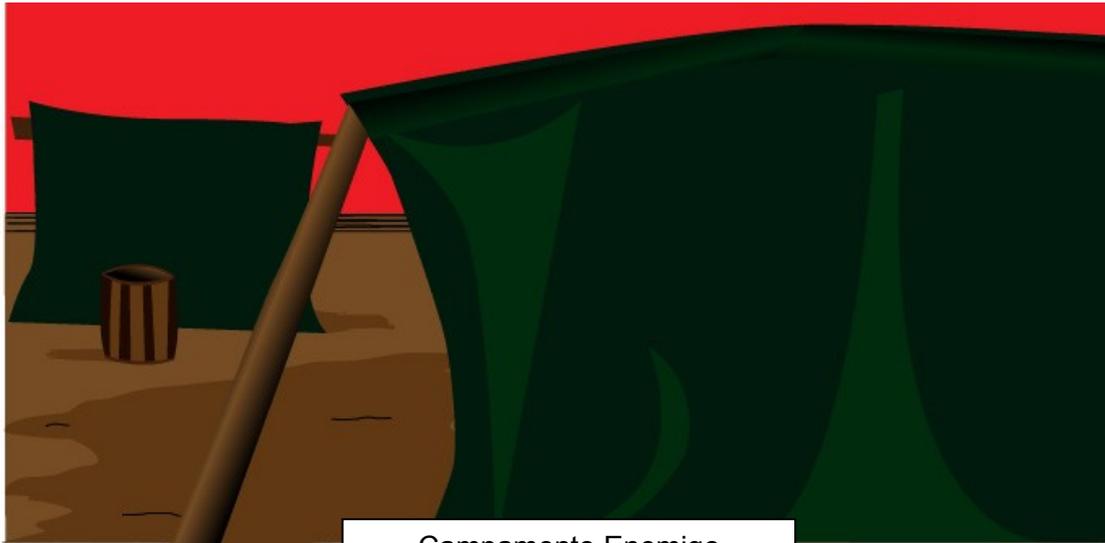
4.5.3 Animación de Personajes

La animación de escenas y personajes fueron realizados con Adobe Flash CS3, Action Script 2.0. Los elementos u objetos vectoriales utilizados fueron diseñados con Adobe Illustrator.

4.5.4 Diseño de fondos y escenas

Los fondos usados en el comic son ilustraciones de escenas, las cuales utilizan formas y figuras simplificadas. Las locaciones usadas son: la cárcel, el campamento de Alfaro, el campamento enemigo, y el campo de batalla. Cada escena conlleva una cromática representativa del lugar además de los elementos ambientales para su identificación clara.

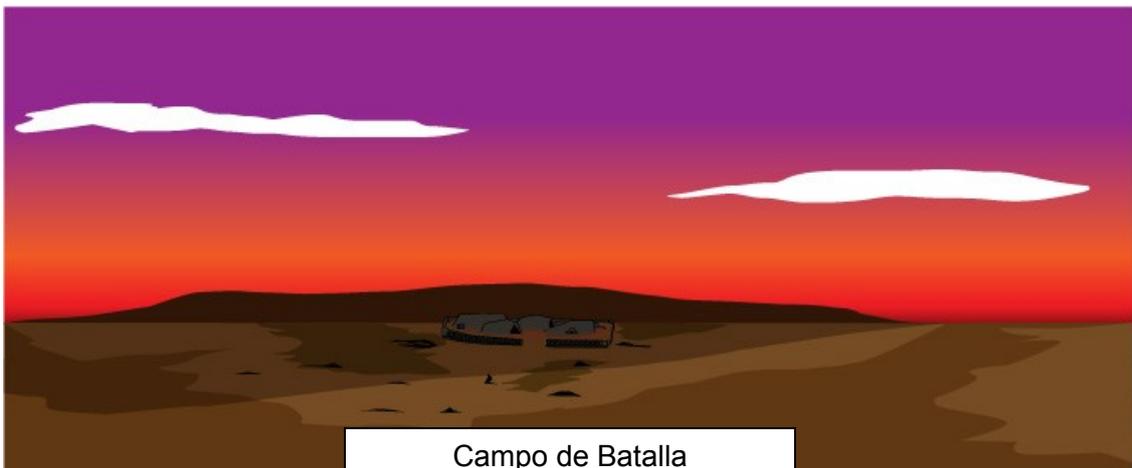




Campamento Enemigo



Tienda del Gen. Salazar



Campo de Batalla

4.5.5 Diseño y Edición de Audios

La música y sonidos empleados fueron adquiridos de sitios web de acceso y uso gratuito, *freeplaymusic.com* y *soundbible.com*. Sus condiciones de uso se limitan a la utilización de los audios para material o proyectos de educación, e institución superior. Las ediciones de los efectos de sonidos y las voces de grabación se realizaron en el programa Adobe Soundbooth CS3.

4.5.6 Diseño de interfaz y Menús

La interfaz o programa ejecutable que se utilizó es Adobe Flash Player. Tiene un formato de pantalla de 800 x 600 pixeles, en donde contará con un menú principal, menú de contenido extra y la opción de salir del programa.

4.5.6.1 Menú principal

El menú principal contendrá con las opciones de visualizar el comic, ver el material extra y salir del programa. Al hacer clic sobre una de estas opciones nos llevara a la sección correspondiente, y será el punto de regreso de los mismos.



El diseño empleado es la de un pergamino que se desenrolla para mostrar las siguientes partes del ejecutable. Además cuenta con elementos como ramas de hojas secas. Estos objetos hacen un significado a una sensación de antigüez. El botón de ingreso a la sección del comic utiliza la tipografía *Comic Script*, la cual sirve de elemento unificador con otras partes del ejecutable.

4.5.6.2 Menú del Comic



Al seleccionar el botón “comic”, este nos llevará a la sección donde se visualizara la animación. Los elementos en esta parte son el título encabezado del capítulo “Alma Rebelde”, la sección o área donde se cargara la animación, y el botón de regresar al menú principal.

El área de carga del comic es limitada dentro del formato principal con una proporción de 585 x 375 pixeles. El comic avanzará viñeta por viñeta a la vez. A lo que un cuadro o viñeta aparezca de un fade, los acciones pertenecientes a esa viñeta correrán o globos de textos de conversaciones aparecerán en la secuencia en los que se deberán leer además de su respectivo audio.

De esta manera se crea una secuencia de escenas las cuales contarán la historia de una forma fluida y continua. En ocasiones la viñeta será de mayor tamaño que el formato de pantalla, en donde se seguirá las acciones que trascurren en ellas con un efecto de zoom out hasta alcanzar una vista completa del recuadro.

4.5.6.3 Material extra

En esta sección se coloca el material extra que el usuario del programa podrá visualizar para su entretenimiento, como son bocetos del comic, artes conceptuales, ilustraciones, y los créditos. Lleva una animación continua de una vela encendida, y además emplea la misma gráfica en el fondo que el menú principal. La tipografía del encabezado es la misma que el botón para ingresar al comic y el color hace unidad con el botón de retorno.

4.5.6.4 Créditos

En donde se encuentra la lista de productores y colaboradores (artistas, dibujante, animadores, sonidista, actores de voz, etc.) que ayudaron en la creación del programa.

4.5.6.5 Artes

Aquí se visualiza artes conceptuales, bocetos, e ilustraciones de los personajes y escenarios usados dentro del comic animado.



4.5.7 Diseño de empaque

El empaque fue diseñado con el formato de comic americano 17 x 25,7cm (10,1 x 6,6 pulgadas). Es impresa sobre papel Marfil lisa. Cuenta con un tiro y retiro. Dentro del primero encontramos la portada y contraportada.

En la portada se identifican cinco elementos. El logotipo que ocupa todo el ancho de la parte superior. El título del comic en la parte inferior derecha. Esta es encerrada dentro de un globo de texto estrellado. Un icono estilizado de Eloy Alfaro en la parte inferior izquierda, un elemento representativo en las portadas de los comics americanos. Directamente debajo está la fecha de emisión del comic, que es fijada a la fecha de la defensa del proyecto. El arte de la portada en el fondo donde se demuestra a Eloy Alfaro (joven) en una

pose de ataque. Finalmente el logotipo de la Universidad en la esquina superior derecha.

En la contraportada se observa 4 elementos principalmente. El arte de fondo donde está Alfaro con un pie sobre una roca, recitando su frase. El globo de texto en la parte superior donde está la primera parte de esta frase célebre. Seguidamente está la segunda parte de este pensamiento en la sección media izquierda, a un lado del arte de fondo. Y en la parte inferior derecha están los requerimientos de sistema del computador para poder visualizar el producto animado.

Tiro



Dentro del retiro se encuentra un fragmento de la historia del comic utilizado para esta sección. Ésta se expone en formato de comic con un diseño de viñetas y globos de textos. En la segunda cara del retiro se colocó una sección

donde se pega un bolsillo que será de soporte para el CD y a la vez actúa como la viñeta final del fragmento.

Retiro



Últimamente el diseño del CD hace unidad con la portada empleando el mismo arte y elementos gráficos como son el logotipo del comic, el nombre y el logo de la Universidad.



4.6 ESTRUCTURA DEL PRODUCTO

4.6.1 Accesibilidad

Para correr el programa basta con tener la versión actual de flash player. Otros requerimientos para el sistema son los mínimos que se necesitan para que una máquina pueda correr el programa con fluidez y menores tiempos de descarga.

4.6.2 Tipografías

La tipografía que se utilizo en el producto son:

- *Arial* - para una mejor compatibilidad con sistemas operativos de Windows y Mac. Se usaran en la secciones del menú, materiales extras y créditos.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890

- *Comic Script* – para asegurar que el texto se visualice en todo sistema se la trabajara como objeto dentro del comic únicamente. Esta se usará en las narraciones y en el uso de onomatopeyas.

AA BB CC DD EE FF GG HH II JJ KK LL MM NN OO
PP QQ RR SS TT UU VV WW XX YY ZZ
1234567890

- *Digital Strip* – utilizado en los textos contenidos dentro de los globos de texto.

AA BB CC DD EE FF GG HH II JJ KK LL MM NN OO
 PP QQ RR SS TT UU VV WW XX YY ZZ
 1234567890

- *Impact* – tipografía de uso exclusivo para onomatopeyas dentro de la animación del comic.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890

- *Rockwell Extra Bold* – tipografía usada en la elaboración del logotipo y las opciones del menú.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890

- *Gabriola* - tipografía usada en la elaboración del logotipo.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
 Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
 1234567890

4.6.3 Cromática

Se utilizó los dos modelos de colores más comunes para la realización de las distintas partes del proyecto, RGB para la animación e interfaz del programa, y CMYK para la impresión del empaque y CD.

Los colores del menú de selección utilizados son los tonos de café y marrón, esto representando calidez, y una sensación de épico e histórico.

En la animación se maneja una cromática de colores cálidos como el naranja, café y amarillo. Estos colores nos dan una sensación de energía y actividad física y transmite una calidez y tibieza. Además son colores que representan el atardecer.



R	0	0	55	139
G	104	147	179	197
B	56	69	74	63



R	96	117	138	195
G	56	76	93	153
B	19	40	59	107



R	236	190	238	240	246	250	249
G	28	30	64	90	146	175	236
B	36	45	54	40	30	64	49



R	129	85
G	148	72
B	147	66

En la portada de empaque utiliza colores cálidos y verde de fondo. El verde es una representación de naturaleza y crea un equilibrio en la composición. Se maneja la misma cromática e imagen en la portada del CD.

										
C	90	85	75	50	C	40	40	35	25	
M	30	10	0	0	M	70	65	60	40	
Y	95	100	100	100	Y	100	90	80	65	
K	30	10	0	0	K	50	35	25	0	
										
C	0	15	0	0	0	0	5	C	52	57
M	100	100	90	80	50	35	0	M	33	60
Y	100	90	85	95	100	85	90	Y	38	64
K	0	10	0	0	0	0	0	K	2	42

4.6.4 Guión Multimedia

Capítulo 1 – Alma Rebelde

Imagen	Texto	Audio
Viñeta 01 – Interior/Tarde – Celda		
Angulo inclinado, Se ven las barras de una celda	---	Sonidos de goteos de agua Música ambiental
Viñeta 02 – Interior/Tarde – Celda		
Paneo horizontal del interior de la celda	---	Sonidos de goteos de agua Música ambiental
Viñeta 03 – Interior/Tarde - Celda		
PG – de Eloy Alfaro, Zoom in	---	Música ambiental
Viñeta 04 – Interior/Tarde – Celda		
PP – Perfil de Eloy Alfaro (viejo)	Narración: Al Final solo quedan los recuerdos, con la frente en alto regresas a ver y observas las huellas que has dejado.	Música ambiental (Fade out)
Viñeta 05 – Interior a Exterior/ Tarde – Celda/Campo abierto		
PP a PG – vista posterior de la Cabeza de Alfaro, Zoom in	Capitulo 1 – Alma Rebelde	Música Fondo
Viñeta 06 – Exterior/Tarde – Campo de Batalla (en Preparación)		
Paneo vertical, Aparece Eloy Alfaro (Joven) y un soldado. Extensión de escena, Aparece Medardo. Nubes de pensamiento.	Soldado: Señor, todos están listos. Alfaro: Muy bien, prepárense para el ataque. Soldado: ¡Si, Señor! Medardo: Estas seguro de hacer esto Alfaro: Como nunca en la vida. Narración: Ese día nunca lo olvidare, en que inicie mi primera batalla por la libertad.	Música Fondo Voz de Eloy Alfaro Voz del Soldado 1 Voz de Medardo (Hermano de Alfaro)
Viñeta 07 – Exterior/Tarde – Campo de Batalla (Alfaro y Medardo)		
Plano Medio de Alfaro y Medardo Fade to Black	Medardo: Entonces, te seguiré hermano. Alfaro: Gracias Medardo. Medardo: Te seguiré hasta el final.	Música fondo Voz de Eloy Alfaro Voz de Medardo Silencio
Viñeta 08 – Exterior/Tarde – Campo de Batalla		
Plano Panorámico – del atardecer	Narrador: Y así Comenzó...	Música Fondo Batalla Comienza
Viñeta 09 – Exterior/Tarde – Campo de Batalla		
Plano General – Paneo del Campamento de Alfaro. Paneo Horizontal, de los	---	Música de fondo

soldados y Alfaro		
Viñeta 10 – Exterior/Tarde – Campo de Batalla		
Plano General – del perfil total de Eloy. Paneo horizontal hacia los ojos de Eloy.	---	Música Fondo
Viñeta 11 – Exterior/Tarde – Campo de Batalla		
PP de la Mano de Alfaro señalando el avance de tropas	---	Música Fondo
Viñeta 12,13,14,15 - Exterior/Tarde		
PPP – Boca gritando x2 PPP – Mirada de un soldado y Medardo.	Onomatopeya: Clic Clic	Música Fondo Gritos Sonido de cargando un arma
Viñeta 16 – Exterior/Tarde – Campo de Batalla		
PPP de los ojos de Alfaro, Zoom out a PG de Alfaro frente a sus tropas. Fade to Black	Texto en pantalla: ¡A la Carga!	Gritos conjuntos Música fondo (Fado out)
Viñeta 17 – Exterior/Tarde – Campamento Enemigo		
Plano Panorámico	Cuadro de texto: Decimo tercer Batallón - Montecristi Encargado: Gen. Francisco Salazar	Música Fondo
Viñeta 18 – Interior/Tarde – Tienda del General Salazar		
PG – rostro de Salazar (Gordo) Entra un soldado	Gordo: Hm hmm hmmm Soldado: ¡Señor, Señor! Gordo: Gwaak! ¿Que sucede? No ve que estaba ocupado. Soldado: Es que señor, hay problemas. Gordo: ¡pues solúcialos! Soldado: pero, es Alfaro. Gordo: Eh, ¿Qué pasa con Alfaro? Soldado: nos está atacando Señor. Gordo: ¿Que que? ¡Pues porque no lo dijiste imbécil!	Música Fondo Voz del Gen. Salazar Voz del Soldado 2
Viñeta 19 – Interior/Tarde – Tienda del General Salazar		
Plano americano de Salazar y Aparece soldado	Gordo: ¡Preparen las tropas! Soldado: pero señor, ya están dentro del campamento. Gordo: ¡¿Cómo?! Gordo: ¡Preparen las tropas!	Voz del Gen. Salazar Voz del Soldado 2
Viñeta 20 – Interior/Tarde – Mirada de Salazar		

PPP de los ojos de Salazar	Salazar: Entonces tendré que yo mismo solucionar esto...	Voz del Gen. Salazar
Viñeta 21 – Exterior/Tarde – Campamento Enemigo (el ataque)		
PP – Alistando y levantando una espada	---	Música Fondo (Combate) Sonido de espadas
Viñeta 22 – Exterior/Tarde – Campamento Enemigo (el ataque)		
Transición 1 (cortes de espada) PG de Alfaró atacando el enemigo.	---	Música Fondo (Combate) Sonido de espada cortando Voz soldado herido
Viñeta 23 – Exterior/Tarde – Campamento Enemigo (el ataque)		
Transición 2 (cortes de espada) PG – Alfaró Cruzando espadas con el enemigo.	Onomatopeya: ¡Cliink!	Música Fondo (Combate) Sonido de choque de espadas
Viñeta 24 – Exterior/Tarde – Campamento Enemigo (el ataque)		
Plano Americano – Eloy toma un respiro. Medardo aparece y Alfaró levanta su espada al enemigo.	Alfaró: No se dejen muchachos, vamos por la victoria. Medardo: Hermano, intentan escapar. Alfaró: ¡Cobardes, deténganlos!	Música Fondo (Combate) Voz de Alfaró Voz de Medardo
Viñeta 25 – Exterior/Tarde – Medardo Saludo		
Primer Plano – Medardo dando un saludo	Medardo: ¡Si mi comandante!	Música Fondo (Combate) Voz de Medardo
Viñeta 26 – Exterior/Tarde – Transición del combate		
Paneo de la viñeta, der. a izq.	Texto en pantalla: El Combate continúa...	Música Fondo (Combate)
Viñeta 27, 28 – Exterior/Tarde – Gritos		
PPP – la boca del soldado moreno gritando	---	Gritos de Combate
Viñeta 29 – Exterior/Tarde		
Plano Lateral – moreno embistiendo	---	Música fondo
Viñeta 30 – Exterior/Tarde		
PG – en contrapicado, un volcán hace erupción mientras dos soldados observan, la silueta del volcán desaparece y es su lugar el soldado moreno aparece con su garrote en el aire.	Signo de Exclamación Onomatopeya: ¡BAM!	Música fondo Grito del soldado moreno Sonido de un golpe
Viñeta 31 – Exterior/Tarde		
Plano Medio – Soldado enemigo retrocede, una sombra aparece detrás de él.	Onomatopeya: ¡Schiing!	Música Fondo Sonido del asesino Sonido de cortando

El asesino ataca al soldado.		
Viñeta 32 – Exterior/Tarde – Encima de una colina		
PP – paneo de la mirada del francotirador	---	Música Fondo
Viñeta 33 – Exterior/Tarde - Encima de una colina (vista lateral)		
Plano lateral – del francotirador apuntando su arma.	---	Música Fondo
Viñeta 34 – Exterior/Tarde – vista del arma		
PPP – El arma dispara y dispersa nubes de humo que cubren toda la pantalla, a lo que desaparecen hace transición a la siguiente viñeta.	Onomatopeya: ¡Pum!	Música Fondo Sonido de un disparo
Viñeta 35 – Exterior/Tarde – Campamento enemigo		
Plano Americano – Aparece Medardo y se mueve detrás de la carpas. Una sombra se le acerca por detrás.	---	Música Fondo
Viñeta 36 – Exterior/Tarde – Campamento enemigo		
PP a PPP - Medardo regresa a ver y observa una sonrisa malévola mientras pierde el conocimiento. Fade Out	Texto en Pantalla: Je Je Je Je...	Música Fondo Voz de Salazar riéndose Sonido de un golpe
Viñeta 37 – Exterior/Tarde – Cañón		
PP – Se dispara un cañón	Onomatopeya: ¡Bum!	Música Fondo Sonido del cañón
Viñeta 38 – Exterior/Tarde – Campo de Batalla		
PG – Alfaro es atacado y retrocede sus pasos Los enemigos de le acercan	---	Música Fondo Sonido de golpes
Viñeta 39 – Exterior/Tarde – Fondo en movimiento		
PG – tres soldados enemigos se alista para atacar	---	Música Fondo
Viñeta 40 – Exterior/Tarde		
PPP – Alfaro levanta su mirada	---	Música Fondo
Viñeta 41 – Exterior/Tarde – campo de batalla		
PG – Alfaro contraataca al enemigo y los derrota	---	Música Fondo Sonido de espadas
Viñeta 42 – Exterior/Tarde – Bandera blanca		
Fade from White PP – de una bandera blanca	---	Música Fondo (tranquila)
Viñeta 43 – Exterior/Anochecer – Campo		
Plano Panorámico – Paneo lento del campo de batalla.	---	Música Fondo (tranquila)

Viñeta 44 – Exterior/Anochecer – Campo		
PG – Alfaro enfrente a sus tropas, felicitándolas. Plano en perspectiva – un soldado de acerca a Eloy.	Alfaro: Bien hecho Muchachos, ¡Hemos triunfado! Soldado: ¡SEEEÑOOR! ¡Es su hermano Medardo!	Música Fondo (tranquila) Voz de Alfaro Voz de Soldado 1
Viñeta 45 – Exterior/Anochecer		
PP – Alfaro regresa a ver, sorprendido. Pantalla Negra	--- Texto en Pantalla: Continuará...	Música Fondo Fade out

5. PRESUPUESTO

IT.	Descripción	cantidad	V/unit	V/Total
1	<i>SERVICIOS TECNICOS</i>			
1.1	100h Internet	1	0.70	70
1.2	Papel	2	5	10
1.3	Copias	500	0.03	15
1.4	Tinta	2	0.50	1
1.5	Impresión B/N	300	0.10	30
1.6	Impresión Color	50	0.50	25
			SUBTOTAL	151
2	<i>SERVICIOS BASICOS</i>			
2.1	Gastos Transporte	---	100	100
2.2	Gastos Alimentación	---	200	200
2.3	Visita Museos	3	2	6
2.4	Bibliografía	3	40	120
			SUBTOTAL	426
3	<i>SERVICIOS PROFESIONALES</i>			
3.1	Trabajo Intelectual	1	1800	1800
3.2	Derechos de grado	1	800	800
			SUBTOTAL	2600
4	<i>EQUIPOS</i>			
4.1	Ordenador (mantenimientos)	6	15	90
4.2	Impresora (compra)	1	400	400
4.3	Software	3	350	1050
			SUBTOTAL	1540
			----	4716
			I.V.A	12%
				565.92
			TOTAL	5281.92

5.1 PRESUPUESTO DEL PRODUCTO

IT.	Descripción	Cantidad	V/unit	V/Total
1	PRODUCTO DIGITAL			
1.1	Horas Internet	100	.70	70
1.2	Bocetaje			
1.2.1	Lápices	3	.70	2.10
1.2.2	Borrador Queso	1	1	1
1.2.3	Papel	50	0.03	1.50
1.2.4	Juego de Reglas	1	2	2
			Subtotal	6.60
1.3	Ilustración			
1.3.1	Hoja Escaneada	15	.25	3.75
1.3.2	Uso Computador	200	.70	140
			Subtotal	143.75
1.4	Animación			
1.4.1	Uso computador	50	.70	35
1.5	Interfaz			
1.5.1	Uso Computador	50	.70	35
2	PRODUCTO IMPRESO			
2.1	Impresiones	3	1	3
2.2	Papel	3	.50	1.50
2.3	Impresión CD	1	2.50	2.50
			Subtotal	7
			TOTAL	297.35

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La información recolectada acerca del diseño, la historia y diseños de comic sirvió de sustento necesario para la fundamentación del producto y sus aplicaciones. Ésta ayudó a generar la propuesta desde la perspectiva del diseño gráfico, con el uso de las tecnologías disponibles a través de la **creación de un producto multimedia del Comic Interactivo** del personaje nacional **Eloy Alfaro**, que vincule la historia, las nuevas tecnologías, el diseño gráfico y sus estilos actuales.

Después de haber realizado la investigación de campo se concluyó las preferencias del público objetivo las cuales indican un interés en los jóvenes por conocer más acerca de la historia y sus personajes, y además también se validó la factibilidad del formato a utilizarse para este proyecto, el uso de un medio interactivo para la proyección del comic

El producto creado con las bases y fundamentos del diseño gráfico y diseño de comic, cumple con los requerimientos de un programa ejecutable multimedia el cual cuenta la historia y hazañas del personaje histórico ecuatoriano, Eloy Alfaro.

Como recomendación, es esencial el mantener viva las historias que hicieron grande y reconocida a una nación como es Ecuador. Aún siendo tan pequeña geográficamente es más grande cuando se ve los corazones y la valentía de su gente en su incasable lucha diaria por obtener una vida mejor y un país del cual sean orgullosos de llamarse, Ecuatorianos.

Como recomendación para el producto, es necesaria la investigación de material visual e histórico por parte del estudiante, joven o adolescente para la ampliación del conocimiento impartido en este proyecto, en tanto a la historia y realización de comics.

7. BIBLIOGRAFÍA:

- BRIDGEWATER, Peter, Introducción al Diseño Gráfico, Edit. Trillas, México DF, 1era edición, 1992.
- CAMARA, Sergi, y DURAN, Vanessa, *El Dibujo Manga*, Ed. Parramón, 2nd edic.,
Barcelona-España, 2007.
- DANTZIC, Cynthia Maris, *Diseño Visual: Introducción a las Artes Visuales*,
trillas, México D.F, 1994
- DUMAR, Iglesias Mata, *Eloy Alfaro, 100 facetas históricas*, Ramírez, Portoviejo-
Manabí, Ecuador, 1995.
- FRASCARA, Jorge; BERND 1935- ; MEURER, Jan van 1932-; TOORN,
Dietmar
Winkler, *Diseño gráfico para la gente*, Ediciones Infinito, 2004.
- GRAVETT, Paul, *Manga: la Era del Nuevo Cómic*, H Kliczkowski, Madrid –
España, 2004
- GRAY, Peter, *The Art of Drawing and Creating Manga – Advance Techniques*,
Evergreen, Singapore, 2005.
- LOOR, Wilfrido Moreira, *Eloy Alfaro*, Minerva, Quito – Ecuador, 1982.
- MANJARREZ DE LA VEGA, Juan José, *Técnicas de Multimedia y Audiovisual*,
Universidad de Londres.
- PAREJA DIEZCANSECO, Alfredo, *La hoguera bárbara*, Media Luna, Quito-
Ecuador, 2003.
- RAMIREZ, Ingrid, *Desarrollo de páginas Web*, Universidad de Londres.
- SERRANO, Sebastián, *La semiótica: una introducción a la teoría de los signos*,
Editorial Montesinos, 1981
- VARIOS, *Del Tebeo al Manga: una historia de los comics*, Panini, Barcelona -
España, 2007.
- VARIOS, *Como dibujar Manga Paso a Paso*, Loft, Barcelona – España, 2005.
- VEEN, Jeffrey, *Arte y Ciencia del Diseño Web*, Ed. Prentice Hall, Madrid –
España, 2001.

Documentos Electrónicos:

- http://www.biografiasyvidas.com/biografia/a/alfaro_ely.htm
- <http://www.explored.com.ec/ecuador/alfaro.htm>
- <http://www.explored.com.ec/ecuador/alfaro2.htm>
- <http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/historia/historia9a.htm>
- http://asambleaconstituyente.gov.ec/blogs/marcos_martinez/2008/01/29/vigencia-historica-de-ely-alfaro/
- <http://www.diariocorreo.com.ec/archivo/2007/06/05/ely-alfaro-y-la-revolucion-liberal/>
- <http://www.diariocorreo.com.ec/archivo/2007/12/02/emocion-alfarista/>
- <http://www.eldiario.com.ec/especiales/diasiete/96997a64e2fc0751b954a22b>
- <http://joselias1.blogspot.com/>
- <http://graphicdesign.about.com/od/history/History.htm>
- <http://www.infovis.net/revista/2003/num121.htm>

ANEXOS