

JUEGOS DE LA

muerte

JUEGOS DE LA

Breve reseña sobre las Artes Mágicas en el Ecuador



Dagón - Ilusionista

Luis Alejandro Dávila López



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ARQUITECTURA DISEÑO Y ARTES

Luis Alejandro Dávila López
2011

Diseño de una propuesta gráfica integral de apoyo a la difusión de las Artes Mágicas en la Ciudad de Quito, dentro de todos los aspectos necesarios. Caso "Thirteen Magic".

“Tengan o no un título, las imágenes siempre hablan”

Pierre Fresnault-Deruelle

“Diseñar es realizar una inversión de rentabilidad incierta donde concurren la estadística y la poética”

Carlos Carpintero

**THIS IS YOUR LIFE
DO WHAT YOU ENJOY ^{AND DO}
IF YOU DON'T ^{IT OFTEN}
LIKE SOMETHING. **CHANGE IT.****

IF YOU DON'T LIKE YOUR JOB. QUIT.
If you don't have enough time. **STOP**

If You Are Looking For **WATCHING**
The Love Of Your Life. **Stop: TV.**

THEY WILL BE WAITING FOR YOU WHEN YOU
Start Over Analyzing. Life Is Simple.

All Emotions Are Beautiful **Every Last Bite.**
When You Eat. Appreciate **Open Your Mind.**

ARMS AND HEART TO NEW THINGS AND PEOPLE.

We Are United In Our Differences.

Ask The Next Person You See What Their Passion Is And Share Your Inspiring Dream With Them.

Travel Often: **Living Is About** And The Things
Getting Lost Will **The People** You Create With
Help You Find **You Meet** Them So Go Out
Yourself. **You Meet** And Start Creating.

Some Opportunities **Live Your Dream And**
Only Come Once. **Seize Them. Wear Your Passion.**

Para mis padres, quienes siempre me han apoyado. Lorenzo, Josesita, Amigos.

Gracias

Índice

Introducción	6
Antecedentes	7
¿Qué es La Magia?	9
La Magia en el Ecuador	10
¿Qué es la Cultura Mágica?	11
Problema	12
Objetivos	12
Justificación	13
Delimitación	13
Usuario	15
Metodología	16
Marco Teórico	17
Reglas Semánticas del Diseño	18
Discurso Gráfico	37
Diseño como Discurso	30
Aplicaciones	33
Anclajes	34
Aplicaciones	37
Proyecto Piloto, Conclusiones & Recomendaciones	54
Bibliografía	60
Anexos	
Análisis Carteles	62
Encuestas	74
Publicaciones	77
Ejemplos	79
Productos	81

IN TRO DUCCIÓN

1.1 ANTE CEDENTES

El Diseño Gráfico, se ha caracterizado por trabajar de manera interdisciplinaria, para poder apoyar a otras disciplinas y a su vez apoyarse en estas, para configurar de mejor manera el mensaje para un tipo de usuario determinado.

En este TFC se pretende utilizar varias ramas del diseño y la comunicación visual para poder fusionar el diseño gráfico con las artes mágicas y de esta manera poder apoyarla a superar sus falencias. Debe quedar claro que si bien las artes mágicas tienen un largo camino por recorrer debido a varios problemas sociales, de difusión, aceptación, etc. este TFC apoyará desde la gráfica en lo que se refiere a difusión y comunicación visual.

La Magia, entendida como ilusionismo, y el mago, como creador, quien canaliza la ilusión, la magia, que no sucede en sus manos, si no en la mente del espectador (usuario).

John Fisher, productor e historiador de magia, asegura que la invención y diseño de los primeros naipes, fue llevada a cabo en el año 1371 en España, pintados a mano, fueron el primer pretexto para que la magia naciera. En la actualidad se puede probar que la magia, como arte, tiene aproximadamente siete siglos de existencia. El primer libro que revela las técnicas que se utilizan

para realizar efectos de magia sería publicado por S. W. Erdnase, llamado: “Experto en la mesa de juego”; con el cual se comprueba que al ser creados los naipes, nació la trampa en el juego y con ella la magia.

Lo curioso con este primer libro, donde se revelan los primeros secretos y técnicas de un tahúr, el cual se convertiría en el primer libro de magia, es que, la persona con nombre S. W. Erdnase, no existió jamás. Lo que se cree, es que el nombre del autor se encuentra escrito al revés, es decir, el nombre del autor sería, E. S. Andrews, el cual coincide con el nombre de un conocido tahúr de la época, experto en la trampa de los juegos con naipes.¹

Aproximadamente tres siglos atrás, fue creada la primera rutina de magia, la cual es utilizada por varios magos en la actualidad ya que combina diferentes artes y habilidades, esta es la “Rutina de Cubiletes” hay quienes dicen que fue originaria de Egipto, según la BBC de Londres esta rutina fue presentada por primera vez en la antigua Roma, en las calles o dentro de mercados.²

*“...hace seiscientos años los magos presentaban sus rutinas en la calle a cambio de algunas monedas...”*³
(Lance Burton, Mago Profesional) ”

Con el paso del tiempo la magia ha sido reconocida a nivel mundial como un arte, o al menos en las ciudades más importantes del mundo. Creando la FISM (Federación Internacional de Sociedades Mágicas) y la FLASOMA (Federación Latinoamericana de Sociedades Mágicas), evento llevado a cabo cada dos años rotando por

¹BBC Bristol Documental. History of Magic, Close up magic. Documental. Reino Unido.

²“IDEM”

³“IDEM”

los diferentes ciudades de Latinoamérica, menos el Ecuador hasta el momento. Se han redactado libros donde se habla de la magia como arte, como son “The Art of Astonishment” por Paul Harris, texto que consta de tres tomos, o “The Vernon’s Touch” por Dai Vernon, estas son algunas muestras que demuestran el nivel artístico que tiene la magia como arte. La última prueba, de que la magia ha sido tomada como arte, es la creación de un DVD llamado “Art of Magic”, creado por Wayne Houchin donde se entrevista a algunos magos, como son David Regal, Aaron Fisher, Dan y Dave Buck, quienes hablan sobre la magia como arte. Lamentablemente en el Ecuador, dentro de la ciudad de Quito, la magia no ha tenido la difusión necesaria. Esto se debe a la falta de diseño y comunicación visual en la realización de eventos en el país, específicamente en la ciudad de Quito; o mejor dicho, la falta de diseño y una correcta comunicación gráfica al momento de difundir los eventos. Causando la realización de un aproximado de dos eventos anuales desde el año 2007 hasta el presente año.⁴

Se encuentra pertinente el tema planteado ya que existen sociedades de magos que serán beneficiados directamente por el proyecto como son el CEI (Círculo Ecuatoriano de Ilusionistas), el CLUME (Club de Magia Ecuador), este último existe en el Ecuador desde hace veintiún años, de los cuales veinte pertenece a la “FLASOMA”, y dos años a la FISM, cuenta con quince miembros a lo largo del territorio nacional.

También se beneficiarán los más de trescientos magos amateurs o aficionados que existen a nivel nacional, además de la escuela de magia “La Ilusión Perfecta” y las tiendas de magia “Magia Ecuador” & “Magia

Total”; y por necesidades del usuario detalladas mediante la pirámide de Maslow en la delimitación del proyecto. También, a finales del año 2010, los magos Siegfried Tieber, Giovanni y Dagón el Ilusionista, fueron contactados por representantes del Municipio de Quito vía telefónica para organizar la FLASOMA en dicha ciudad para el año 2015. Trámite que aún está en proceso.

Con en estos conceptos y opiniones de magos, existen algunas posibilidades y necesidades que, desde el diseño gráfico se podrían solventar. Se complementaría al realizar un estudio de las reglas semánticas del diseño, el discurso a través de imágenes y el diseño con la posibilidad de generar un “proceso de creación visual con propósito”⁵

Basado en el libro de Román Esqueda, El Juego del Diseño, en el cual plantea, “El diseño gráfico debe transportar un mensaje específico prefijado, a los ojos de un público.”⁶ Podría actuarse sobre la magia al impulsarla, con el manejo de esta misma como concepto, es decir, “el propósito del diseño gráfico es transportar mensajes prefijados”⁷, se proyectaría este arte manejando un sistema de piezas gráficas dentro de los cuales existan los mensajes puntuales que podrían ser asimilados por los usuarios y a su vez, tendrían “magia”, dentro de su composición, de su cromática, etc. sin separarse del mensaje, para lo cual se ha decidido partir de la Metonimia.

Con base en esto, la problemática que se ha encontrado dentro del tema planteado se refiere a la falta de apoyo para la difusión de la magia como arte la sociedad de la ciudad de Quito.

⁴ Fundación Teatro Sucre. Calendario. Internet. <http://www.teatrosucre.com/calendario/calendario.php>. 11 de diciembre. 2009.

⁵ Wong, 1992: Citado en: ESQUEDA, Román. El Juego del Diseño. Editorial Designio, San Andrés, 2004.p17.

⁶ ESQUEDA, Román. El Juego del Diseño. Editorial Designio, San Andrés, 2004.p17.

⁷ ”IDEM”

1.2 LA MAGIA

Para poder introducir de mejor manera al objeto de estudio, se pretende profundizar un poco en el significado de lo que es la magia. Y así poder especificar al objeto de estudio de mejor manera.

“Para mi la magia es la fascinación de un artista con la que se comunica con su público [...] me molesta la palabra mago, porque confunde a la gente con un prestidigitador, con un lentidigitador, no establecen diferencia, con los años lo lograrán; con un misticador de la ciencia, con un gitano engañador de la mosqueta y con un fino ilusionista que trata de añadir belleza al asombro, y a veces muy de cuando en cuando lo consigue...”⁸

La Magia, entendida como ilusionismo, y el mago, como creador, quien canaliza la ilusión, la magia, que no sucede en sus manos, si no en la mente del espectador (usuario). Este arte, es el que se tratará y apoyará en este proyecto, para enfrentar el problema principal que atraviesa. Muchas personas se preguntan, ¿qué es la magia? Existe varias definiciones de esta, de hecho, el mago Siegfried Tieber la describe como el arte de hacer felices a los demás y te permite experimentar la belleza del asombro⁹ o tal vez como la describen los usuarios, como por ejemplo en la revista Xona, donde se menciona que La magia es crear la ilusión de que algo imposible está ocurriendo. No es que

alguien realmente está caminando sobre el agua o que un mago puede volar por los aires, lo que pasa es que con su gran talento pueden hacer que parezca que lo hacen...¹⁰

Este arte recibe varias definiciones, van variando según el artista que lo practica, para tener un mejor entendimiento del significado y el enfoque que se le da a esta palabra, dentro del TFC, se han obtenido más definiciones de diferentes artistas como por ejemplo la definición del mago David Blaine que describe y afirma que el poder de la magia no está en el truco, que creemos ver, es el acto en si, la imagen que crea el mago, como nos hace sentir, es ese sentimiento de asombro infantil.¹¹

“Cuando el mago genera preguntas en nosotros, cuando demuestra lo imposible, nos preguntamos...¿cómo? ¿por qué? La respuesta es... que todo es magia”¹²

“Pienso que la magia, al igual que la música, puede ser un arte, dependiendo de quién y cómo la practique. Existen músicos mediocres, mientras que existen muchos otros que son considerados verdaderos artistas.”¹³

“Pienso que en el arte maravilloso, en especial en la literatura, la música y la magia, está la única salvación de la especie humana”¹⁴

⁸Oskiper. Entrevista Exclusiva René Lavand. Internet. <http://blogdemagia.com/2008/08/20/rene-lavand-entrevista-exclusiva-parte-3/>. 19 de febrero. 2010.

⁹Entrevista Mago Siegfried Tieber. Quito – Ecuador. Febrero 2010.

¹⁰Revista Xona. La Ilusión perfecta un toque de magia. Internet. http://www.xona.ec/noticiaXO.asp?id_noticia=1250&id_seccion=48. 11 de febrero 2010.

¹¹David Blaine. What is magic? Video Online. EEUU.

¹²“IDEM”

¹³Entrevista Mago Siegfried Tieber. Quito – Ecuador. Febrero 2010.

¹⁴Carta, Mago Magalucius, despedida final. 9 marzo 2009

1.3 LA MAGIA ENELECUADOR

“La magia como tal, a mi manera de ver las cosas, es un arte. Un arte que requiere paciencia, constancia y amor. Un arte que merece ser respetado, ya que a pesar del sacrificio y disciplina que requiere, trae recompensas y satisfacción inmensas.

*Los magos hacemos ilusiones y mi objetivo como mago es crear la ilusión de una imposibilidad. Al ser éstas ilusiones, no son reales, sin embargo, las emociones que la magia logra despertar y crear en las personas, esas sí son reales.”*¹⁵

Se han recopilado diferentes publicaciones de magia, la más antigua pertenece a “La Pandilla”, revista perteneciente al “Comercio”, diario de circulación nacional, no se ha determinado la fecha de esta publicación, puesto a que solo se tiene el artículo mas no la revista completa, pero los magos coinciden en que este personaje, “el Mago Harry” existió y practicaba este arte antes de comenzar el año 2000.¹⁶

Así se han recopilado diferentes publicaciones, de diferentes magos en la ciudad de Quito. Esta información ha sido expuesta o publicada desde el año 2002, es decir la magia como arte se ha comenzado a difundir desde el año 2000 hasta el presente año.¹⁷

¹⁵Entrevista Mago Siegfried Tieber. Quito – Ecuador. Febrero 2010.

¹⁶Ver Anexos – Publicaciones

¹⁷Ver Anexos – Publicaciones

¹⁸ Fundación Teatro Sucre, <http://www.teatrosucre.com/calendario/calendario.php>. Febrero 2010

Por parte del Ministerio de Cultura, no se ha dado apoyo a este arte directamente, solo existe un proyecto donde el Mago Isaac participa, como actor secundario. Este es “Música, risas y magia en Festival de la cultura, el Libro 2008” llevado a cabo en Noviembre del año 2008.

El mayor apoyo que se ha dado es por parte de la Fundación Teatro Sucre, desde el año 2007 se han realizado siete espectáculos de magia¹⁸.

-13 y 14 de julio, 2007 Teatro Variedades. Magos: Isaac y Magnalucius.

-21, 22 y 23 de septiembre, 2007 Teatro Variedades. Magos: Isaac y Magnalucius.

-9 de agosto, 2008, Teatro Variedades. Vela da Libertadora, con la participación del Mago Isaac.

-29 de octubre, 2008, Teatro Variedades. Espectáculo de Magia Magos aprendices: Pamela, Jorge, María Emilia, Carolina, Milú, Dagón - Ilusionista, Ider, Marcelo y Giovanni
Magia de cerca: Magnalucius / Magia de escenario y aparatos: Marco Cañar
Director Escuela de Magia: Isaac Yépez

-14 de marzo, 2009, Teatro Variedades. Show de Magia Infantil a cargo del Mago Isaac.

-21 y 22 de noviembre, 2009, Teatro Variedades. Magia con el Mago Isaac

-25, 26 y 27 de febrero, 2010, Teatro Variedades. Magia con el Mago Isaac, Tuoni y Giovanni. Escuela de Artes Mágicas “La Ilusión Perfecta”.

La marca Thirteen Magic, la primera marca o iniciativa de apoyo al arte de la Magia que nació como idea el 31 de Octubre de 2006, esta se dedica exclusivamente al desarrollo de las Artes Mágicas en el Ecuador repartiendo “Cultura Mágica”, más específicamente en la

Ciudad de Quito. Se ha consolidado en el mundo oculto de la magia, como promotor de eventos, trabajando de lado con empresas como Comedy Factory, Magia Ecuador y ZERO Producciones; oculto ya que es reconocida en el mundo de los beneficiarios de este proyecto, que son los artistas, en este caso, los magos. Esta marca, siendo impulsadora de este arte, se la ha tomado como caso de estudio donde se aplicará este TFC, mediante la apropiación de una de sus presentaciones.

14 ¿QUÉ ES LA CULTURA MÁGICA?

Para mi “cultura mágica” es la apreciación de la magia como un arte respetado. Como mencioné, pienso que la magia infantil está medianamente desarrollada en la ciudad, sin embargo, parece ser que la mayoría de las personas solo saben de “magos de fiestas infantiles” y se piensa generalmente que la “magia es para niños”.

Pienso que no existe cultura mágica en la ciudad.

*Pienso que uno de los principales problemas es la idea generalizada de que la magia es solamente para niños, por lo cual este arte no es tomado en serio por la mayoría de personas.*¹⁹

La Cultura mágica ha sido definida como la apreciación de este arte, por varios magos de

la ciudad de Quito, como son el mago Tuoni, Siegfried Tieber, Raúl Adatti, Giovanni, Dagón - Ilusionista, entre otros. Esta no existe debido a la falta de difusión de este arte.

*Definitivamente no hay difusión de este arte. Mi experiencia personal es que buena parte de las personas que asisten a un show o evento público de magia son conocidos, de alguna forma, del mago que realiza la presentación.*²⁰

Dentro de las Artes Mágicas existen términos que se utilizan para referirse al truco o al público. Como por ejemplo la palabra “profano”, dado a que este arte guarda varios secretos y de hecho, el arte está basado en secretos, las personas quienes no conocen de cómo se realiza algún efecto, es considerado un profano, es decir el público y cualquier persona en general que no tenga conocimiento profundo sobre la magia y sus técnicas es considerado profano.

El efecto de magia se define como el truco. Existen varios creadores de efectos, como por ejemplo, Paul Harris, reconocido como una de las mentes más creativas dentro de la magia ya que desarrolla técnicas y efectos; pero no necesariamente son quienes los presentan.

*Alguien crea un truco, mucha gente lo perfecciona, pero su éxito final frente a un público depende de quien lo presente. - René Lavand*²¹

*El verdadero éxito y satisfacción están solo para aquellos que en realidad comprenden los principios escondidos del por qué un efecto tiene éxito o fracasa. - Greer Marechal*²²

No se puede profundizar en algunos términos dado que estos son parte del arte y parte de este es guardar secretos. Al explicarlos se estarían revelando efectos que son celosamente guardados por los artistas, en este caso, los magos.

¹⁹Entrevista Mago Siegfried Tieber. Quito – Ecuador. Febrero 2010.

²⁰Entrevista Mago Siegfried Tieber. Quito – Ecuador. Febrero 2010.

²¹ORTIZ, Darwin. Strong Magic (La Buena Magia). Ortiz Publications. Estados Unidos. 1995. p12.

²²ORTIZ, Darwin. Strong Magic (La Buena Magia). Ortiz Publications. Estados Unidos. 1995. p29.

15 Problema

La problemática central que se ha encontrado dentro del tema planteado se refiere a la falta de difusión de la magia como arte en la sociedad de la ciudad de Quito; además de otros problemas que se derivan del central, dónde, en este caso, el diseño no será aplicado, como por ejemplo, problemas sociales en cuanto educación, cultura general, conocimiento sobre artes, apreciación del arte, entre otros. Debe quedar claro que se plantea un apoyo, más no se pretende solucionar otros problemas sociales debido a que, para generar un cambio en la sociedad, deben transcurrir algunos años, más del tiempo destinado para este TFC.

Está claro que la magia por el momento no ha sido difundida en su totalidad dentro de la ciudad de Quito. “No existe una cultura mágica!”²³ Expresa el mago Siegfried Tieber. Según las entrevistas realizadas a diferentes magos ecuatorianos la falta de difusión de la magia es notoria, los shows que pretenden llegar a diferentes tipos de usuario se realizan una o máximo dos veces al año (eventos abiertos al público mas no privados), y al hacerlo tan esporádico interfiere con su crecimiento. También, dentro del término cultura mágica, encierra la preocupación por parte de los magos de romper la asociación (cánones sociales) que se tiene del mago con el payaso, sin desmerecer a los payasos.

“Un gran mago llamado Robert Houdin, logró llevar la magia a los escenarios, presentarla con elegancia y altura, creo que deberíamos mantenerla a tal nivel, o elevarla.”²⁴

²³Entrevista Mago Siegfried Tieber. Quito – Ecuador. Febrero 2010.

²⁴Entrevista Mago Dagón. Quito – Ecuador. Febrero 2010.

²⁵Ver anexos - Encuestas

Con respecto al usuario, en las encuestas²⁵ el 99% de las personas que las respondieron, de una muestra de 439 personas, respondieron que no saben sobre los inicios de la magia y que falta difusión, ya que solo quienes pertenecen al círculo social del mago llegan a enterarse de los diferentes eventos que se realizan. Tomando en cuenta que el 97% de la muestra ha visto magia por televisión. Lo cual reitera la existencia de la problemática.

16 Objetivos

1.6.1 Objetivo principal

Apoyar a la difusión de la magia como arte en la sociedad de la ciudad de Quito.

1.6.2 Objetivos específicos

Apropiación de un evento de magia de la Marca “Thirteen Magic” para generar una propuesta gráfica.

Aplicar la gráfica en el evento.

Promocionar el evento.

Desarrollar un BTL para apoyar la promoción.

17 Justificación

Una vez razonada y analizada la problemática planteada alrededor de la magia, existen aspectos académicos, sociales y personales que motivan al desarrollo de este.

En el ámbito académico, resulta interesante, innovador y enriquecedor trabajar de manera interdisciplinaria al diseño, relacionándolo con diferentes disciplinas como la Magia. Así como se ha realizado en otros proyectos, como por ejemplo, Trimarchi, es una fusión entre el diseño, la música y el video, y ha tenido una acogida de gran magnitud tales así que es el evento de diseño más grande en Latinoamérica.

En este proyecto se utiliza, de igual manera, al diseño como disciplina base, para relacionarlo con el discurso (comunicación) y la publicidad como disciplinas externas, por lo que no se profundizará sobre estos, mas bien se aplicarán modelos ya establecidos; así lograr el objetivo de apoyar a la difusión de las artes mágicas en el aspecto visual que compete al diseño gráfico. Creando fusiones entre el diseño y las disciplinas ya mencionadas, generando que el diseño incursione en un ámbito diferente a los ya conocidos y se pueda experimentar, como son los performances como parte de BTL's.

Siendo la magia un arte netamente visual, el diseño también se integrará a esta, es decir, se

pretende introducir diseño gráfico en lugares donde no se a explotado este aspecto visual en las artes mágicas para llegar a una riqueza gráfica y tener mayor comprensión en el mensaje que el diseñador quiere transmitir.

En el aspecto social, al verse comprometida la magia, los protagonistas o beneficiarios directos de este proyecto son las asociaciones de magos e ilusionistas en el Ecuador (CEI & CLUME) además de los magos aficionados y amateurs, la tienda de magia "Magia Ecuador" y la escuela "La Ilusión Perfecta". Apoyando al crecimiento y aceptación de este arte dentro de la ciudad de Quito, se podría llegar a una valoración del mago como artista.

Con referencia en la parte personal, siendo un mago profesional quien desarrolla este proyecto, está en conocimiento pleno de las falencias de este arte, logrando ver con claridad el problema desde el punto de vista del beneficiario como del diseñador y con la facilidad de introducir al diseño gráfico como posible solución de este.

18 Delimitación

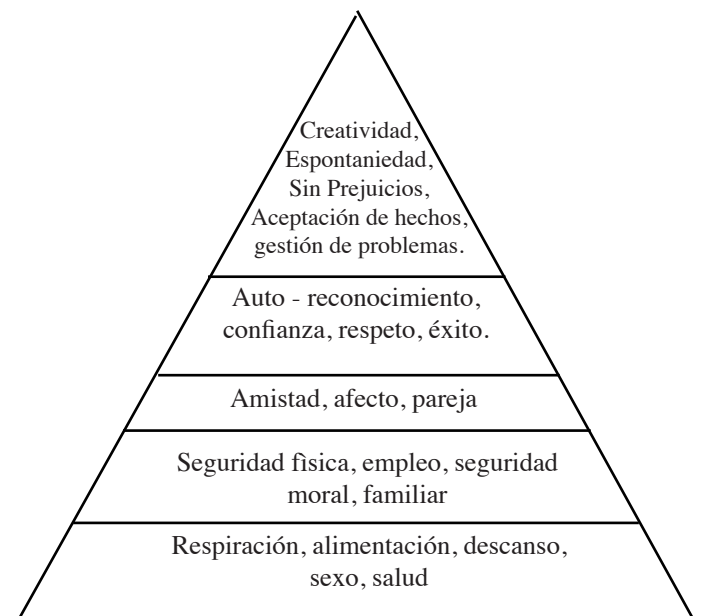
Una vez analizado el problema central que se basa en la falta de aceptación y percepción de la magia como arte en la sociedad de Quito, se segmenta a los usuarios mediante el público ya delimitado por los magos. Es decir, los usuarios del servicio que prestan los magos de la ciudad de Quito, son los usuarios específicos. Así se

puede dirigir el diseño para los usuarios que estén dispuestos a entender y aceptar el mensaje codificado. Estos son usuarios quienes están acostumbrados a asistir eventos culturales, llevados a cabo en teatros, con relación con las artes escénicas. De clase social media-alta y alta, de edades que comprenden de los 17 a los 50 años. Se debe hacer un enfoque en este, ya que el servicio prestado se medirá el momento en el que este sea consumido, es decir, siendo un arte, el producto es intangible, por lo tanto será medido en “el momento de verdad” planteado por Jan Carlzon.

También, tomando en cuenta que el sector de la población seleccionado tiene resueltas las necesidades básicas plateadas en los primeros escalones de la Pirámide de Maslow, este TFC se enfocará en los últimos peldaños de la misma es decir, con respecto a las artes mágicas en el peldaño más alto de la autorrealización y el auto estima, “el deseo de autorrealización, es decir, la tendencia para él [el individuo] a ser actualizado en lo que es potencialmente. Esta tendencia podría ser enunciado como el deseo de ser cada vez más lo que uno es, para convertirse en todo lo que uno es capaz de convertirse.”²⁶ satisfaciendo así, la necesidad por las artes placenteras que si bien no son básicas, son necesidades de entretenimiento de los usuarios de este arte.

Por parte del diseño, también se encuentra satisfaciendo la necesidad, detallada en peldaño más alto por Maslow, como la necesidad del ser humano por la creatividad, introduciendo al diseño en las artes mágicas para generar una mejor comunicación con los usuarios, de manera más estética, directa y diferente a como se ha venido haciendo.

La extensión del proyecto de abarcar, al grupo de los usuarios seleccionados, dentro de la ciudad de Quito, ya que este mismo se realizará en la ciudad, desarrollado en las instalaciones de la FADA, diferentes estudios fotográfico y espacios públicos; donde se lleva a cabo la parte



Pirámides de Necesidades de Maslow - Internet

²⁶Maslow, Abraham H. The Psychology of Science. Gateway Edition 1.95 ed. Chicago: Henry Regnery Company, 1969

investigativa y de documentación, bibliotecas, estudios para entrevistas, y lugares determinados por el grupo de usuario para encuestas y conclusiones. Se utilizarán instalaciones de diferentes Centros Culturales privados y públicos para el estudio del TFC.

El diseño gráfico participa relacionándose con expertos en diferentes temas, comenzando por el director y el tutor del TFC, quienes actuarán directamente en el proyecto en el área investigativa y de diseño, también se procurará tener la ayuda del departamento encargado de arte y cultura en el Municipio de la ciudad de Quito, el Ministerio de Cultura y la Fundación Teatro Sucre, para llevar a cabo el proyecto, estas entidades ayudarán al TFC con información técnica. Se contará con el apoyo de una serie de artistas para lograr un trabajo interdisciplinario y lograr impregnar el mensaje construido desde el diseño gráfico a partir del discurso previamente explicado y poder transmitirlo de una manera clara. También se obtendrá ayuda de profesionales en el área de la publicidad, para ser más puntuales en BTL's.

19 Usuarios

El proyecto se basa en apoyar a la mejora de la aceptación de la magia dentro de la sociedad de la ciudad de Quito, mejorando las relaciones entre los artistas (magos) y público, impulsando y divulgando el arte hacia el público objetivo de este arte, para que se pueda tener un conocimiento más amplio de la magia y así poderla tomar como arte.

Dentro de las asociaciones a las que pertenecen los magos, existen varios "tipos" de magia o podría definirse como "estilos de magia", con respecto al público al que se dirigen, existen magos dedicados a tratar con usuarios de nivel económico inferior al seleccionado, se ha excluido a este sector del público ya que en esta porción de usuarios se presenta un problema sociocultural que no está contemplado en este TFC.

Los artistas que ejercen la magia como profesión se verán beneficiados con la promoción que se le dará al arte, para que a largo plazo esta pueda adquirir presencia y estabilidad dentro de la rama de las artes en la ciudad de Quito. Dado esto queda claro que los beneficiarios de este proyecto serán directamente los artistas y los usuarios del mismo, que son el público, logrando un mejor diseño dirigido al usuario.

Ya segmentado el usuario dentro de los alcances del proyecto, delimitado por edad, conocimiento dictado por el sector al que se dirigen los artistas con su magia y posición social, se puede analizar su contexto y entorno. Dentro del contexto del usuario encontramos diferentes circunstancias que rodean o condicionan al mismo, para estar predispuesto a reaccionar ante diferentes situaciones.

El tipo de usuario es determinado por su entorno lingüístico, social, cultural y económico. Se analizan estas características para determinar si el usuario va poder apreciar y entender el mensaje codificado por el diseñador.

1.10

Metodología

La metodología que se utilizará consta de cuatro instancias en las que se desarrollará, en primer lugar, la Investigativa Histórica e Investigación de campo donde se realizaron 439 encuestas con el fin de saber el estado en el que se encontraba la magia para los usuarios y los beneficiarios, entrevistas para conceptualizar la magia, así como investigación sobre historia de la misma, la cual puede notarse en el capítulo introductorio. En segundo lugar, la Teórica, la cual investigará, analizará y estudiará la manera de partir del diseño para construir un mensaje que pueda transmitirse a través de la gráfica.

En tercer lugar, la faceta Analítica, en la cual se estudiarán casos puntuales relacionados con la problemática de este TFC.

Finalmente se aplicará la Teórica / Práctica, en la cual la teoría toma presencia y es transformada en realidad. Subdividiéndose en tres fases. La primera de expectativa, la segunda promocional y la tercera de culminación, apropiación del evento y aplicación de piezas gráficas.

**MAR
COTEJO
RICO**

21 Las Reglas

Semánticas Del Diseño

Existen varias expresiones gráficas dentro de la magia, ejemplos donde se maneja de



Afiche del libro Magic (1400 - 1950), Editorial Taschen

mejor manera la imagen de un evento o un mago, desde los comienzos de este arte, con los carteles que utilizaba Houdini, muy representativos de su magia²⁷ y cumplían la función de promocionar su show y difundirlo, dándolo a conocer como el mejor mago de su época.

Existen magos actuales que dan prioridad al aspecto gráfico para comunicar y promocionar sus eventos, sus apariciones en diferentes medios, etc. como es el caso de Daniel Madison, Criss Angel, David Blaine y Wayne Houchin²⁸, quien realizó una novela gráfica sobre un efecto creado por él mismo, junto a Josh Funk, ilustrador que se encargó de los gráficos. De esta manera hay varios magos que utilizan al diseño gráfico como medio principal para darse a conocer. Cosa que no sucede en el Ecuador, más específicamente en la ciudad de Quito.

En este capítulo se abordarán varios autores que mezclando sus propuestas teóricas ayudarán a la mejor difusión de la magia mediante la gráfica.

*Según Wittgenstein, toda acción acuerdo con la regla es una interpretación. Pero solamente debe llamarse "interpretación" a esto: sustituir una expresión de la regla por otra.*²⁹

Para la aplicación de estas reglas en el TFC y en la resolución de la problemática se ha tomado a la metonimia como regla semántica aplicable al proyecto ya que esta tiene la función de sustituir un nombre por otro "tomando el efecto por la causa" como lo dice el diccionario de la Real Academia de la Lengua. Esta regla es aplicable ya que muchos de los conceptos manejados por la magia son intangibles por lo que mediante la metonimia se puede utilizar diferentes nombres "tomando el efecto por la causa", para una mejor comunicación gráfica. Es decir se puede interpretar a un conejo y un sombrero como magia o mago.

Metonimia.

(Del lat. metonymia, y este del gr. μετωνυμία).
1. f. Ret. Tropo que consiste en designar algo con el nombre de otra cosa tomando el efecto por la causa o viceversa, el autor por sus obras, el signo por la cosa significada, etc.; p. ej., las canas por la vejez; leer a Virgilio, por leer las obras de Virgilio; el laurel por la gloria, etc.³⁰

Otro motivo por el que se ha decidido trabajar con este recurso de las reglas semánticas del diseño es que dentro del análisis realizado ha los veintidós afiches más representativos del libro MAGIC de la edito-

²⁷ Ver Anexos – Análisis de Carteles

²⁸ Ver Anexos - Ejemplos

²⁹ Wittgenstein, 1988:203. Citado en: ESQUEDA, Román. El Juego del Diseño. Editorial Designio, San Andrés, 2004. p37.

³⁰ Real Academia de la Lengua Española. Internet. http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=sin%C3%A9doque. 11 de febrero. 2010.

rial Taschen dentro del cual se recopila la historia de la magia en cuanto a su gráfica desde 1400 hasta 1950. El libro tiene alrededor de mil afiches y artes promocionales relacionados con diferentes tipos de magia, de los cuales se seleccionaron cien, y mediante una segunda clasificación, midiendo su relevancia se descartaron setenta y ocho quedando como resultado los veintidós afiches antes mencionados. Sobre los cuales se realizó un análisis de forma y de clases de metonimias. Se ha tomado a la metonimia como punto de inicio a partir del diseño.

Esqueda plantea en su libro *El Juego del Diseño*, que la metonimia ha sido descrita como figura retórica. Según esto, Esqueda propone las siguientes seis diferentes interpretaciones metonímicas.

- Metonimia de Causa por Efecto (Mcxe)
- Metonimia de Instrumento por Usuario (Mixu)
- Metonimia de Continente por Contenido (Mcxc)

Dentro de la metonimia de Material por Objeto, identifica tres categorías mas:

- Metonimia de Color por Objeto
 - Metonimia de Forma por Objeto
 - Metonimia de Textura por Objeto
- En Ullman, la metonimia se describe como una de las variantes del cambio de significado que se da por contigüidad de sentidos y que surge entre palabras ya relacionadas entre sí.*³¹

*Para Lakoff y Johnson, la metonimia es un proceso cognitivo que funciona activamente en nuestra cultura y está lejos de ser sólo un ornamento retórico.*³²

Estas categorías dadas a la metonimia pueden entenderse de mejor manera y con relación al TFC en el siguiente mapa mental. Donde se pueden observar cada una de los tipos de metonimias descritos por Román Esqueda y cada una consta de un ejemplo para su mejor entendimiento.

En primer lugar la metonimia de Causa por Efecto (Mcxe), en la cual la causa, en este caso la magia, es remplazada gráficamente por el efecto, que vendría a ser el show o evento de magia.

La metonimia de Instrumento por Usuarios (Mixu), al lado izquierdo del mapa, la cual se caracteriza por remplazar objetos que utiliza un individuo o personaje por este mismo, como se puede ver en el ejemplo, el remplazo de un sombrero, unos naipes y una barita en lugar de colocar la imagen del mago, ya que se codifica la imagen con estos elementos para que el usuario logre entender que es un mago el protagonista del mensaje.

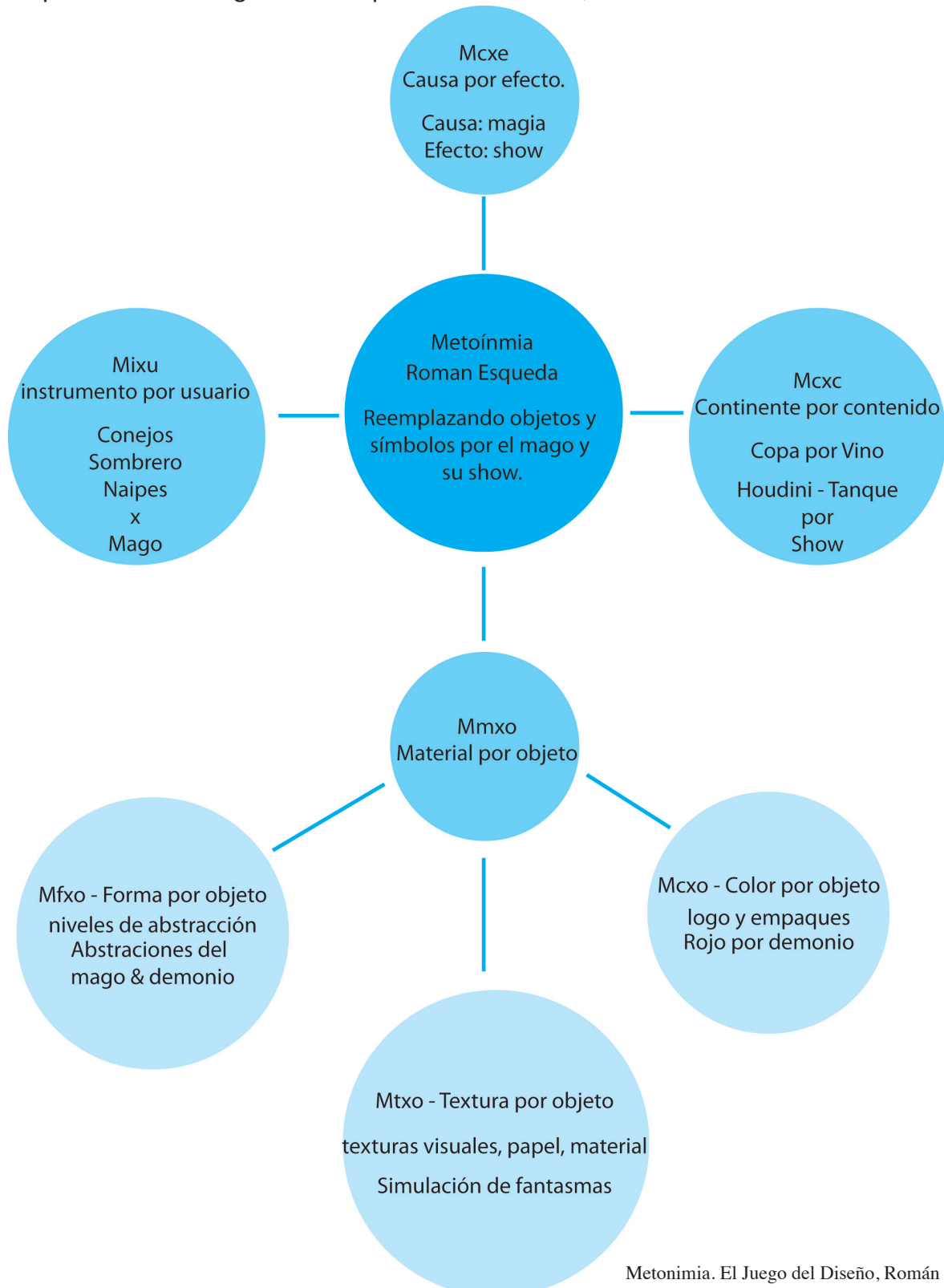
Al lado derecho tenemos la metonimia del Contenedor por el contenido (Mcxc), es decir se puede remplazar a una copa por el vino o bien, entrando en el tema de este TFC, al tanque de escape de Houdini por el mismo Houdini, o por el mismo show. En la parte inferior se encuentra la metonimia de Material por Objeto (Mmxo), la cual se subdivide en tres metonimias más. De izquierda a derecha, en primer lugar se encuentra la metonimia de Forma por Objeto (Mfxo), la cual está basada en los niveles de abstracción que se le da a una representación gráfica de cierto elemento, como por ejemplo las representaciones del demonio dentro del análisis que se presentará más adelante. En el centro, la me-

³¹ Ullman,1987:246. Citado en: ESQUEDA, Román. *El Juego del Diseño*. Editorial Designio, San Andrés, 2004.p47.

³² Lakoff & Johnson,1991:75. Citado en: ESQUEDA, Román. *El Juego del Diseño*. Editorial Designio, San Andrés, 2004.p47.

tonimia de Textura por Objeto (Mtxo) la cual se caracteriza por los diferentes tipos de texturas visuales que pueden darse a una representación, como por ejemplo las representaciones mediante texturas visuales de los fantasmas en el análisis de los afiches. Finalmente, la metonimia de Color por Objeto (Mcxo), la cual se encarga de remplazar colores significativos por ob-

jetos o personajes, el color rojo por el demonio por ejemplo. Dentro del análisis realizado³³, se pudo sacar ciertas conclusiones interpretadas por la metonimia y a su vez representadas por la forma que manejaba cada uno de estos, destacando tendencias aplicadas en los carteles diseñados para las artes mágicas y sus shows. Así como elemento recurrentes, formas, etc.



2.1.1 Observaciones de las interpretaciones metonímicas:

Los recursos metonímicos más utilizados son Mcxe, siendo la causa la magia y el efecto el show, creando un anclaje con la relación mencionada entre el diseño y el discurso que se verá en el capítulo “El diseño & el discurso” de este TFC.

Mfxo, es otra de las metonimias utilizadas ya que se realizaban abstracciones del mago y del demonio, este último elemento recurrente en los afiches analizados. Así como el resto de interpretaciones metonímicas han sido utilizadas pero en menor cantidad que los ya mencionados, esto se puede ver con detalle en los anexos, donde consta el análisis completo.

Se empieza a crear una representación más abstracta de lo que es el show de magia
 Mcxe - Causa x efecto
 causa: magia
 efecto: show
 pnl: mensaje detallado, metafórico, visual, presente,

Mtxo - textura por objeto
 Representación del alma
 Nubes
 Noche - Cielo

Mfxo - forma x objeto
 Representación del mago
 Abstracción del demonio
 Representación del Público
 Estrellas

Afiche del libro Magic (1400 - 1950), Editorial Taschen
 Análisis Previo - Anexos



2.1.2 Observaciones elementos recurrentes

-En los carteles analizados se pudo notar que uno de los elementos más recurrentes era la forma o interpretación del demonio, sea por medio de cromática o abstracciones.

-La vista del protagonista dentro del afiche, siempre está dirigida al usuario (a quien observa el afiche) o a puntos de interés dentro del mismo. Así como las manos y pies del mago, direccionan la mirada del usuario hacia los puntos de interés. También se pudo notar que el mago, en su mayoría, está rodeado o acompañado por su público.

-Los afiches son literales, es decir, en su

gran mayoría representaban escenas del show que el usuario va a ver. Por lo que para esto, se utilizan infografías como parte del cartel. Dentro de las gráficas se representan pruebas humanas y magnifican el “secreto” que envuelve la magia.

-En cuanto a cromática, predominan los colores cálidos, sobretodo el rojo ya que es la representación del demonio como se mencionó anteriormente. También a través de texturas e ilustración a detalle, se representan demonios, fantasmas y a la muerte.

-Se recurre a la utilización de diferentes tipografías dentro de los afiches, dándoles de esta manera jerarquía a textos principales como títulos y diferenciándolos de información menos primordial. Existen afiches que llegan a albergar once tipografías diferentes. También existe la repetición constante de frases.

-La estructura que se maneja en los afiches para ubicar los elementos más importantes es triangular y pentagonal, existe una repetición del número “3” ya que en la



Mfxo - forma x objeto
Mago
Poderes del mago
Mano del mago (en su estado de trance al ver las respuestas del futuro o el pasado)

Se empieza a crear una representación más abstracta de lo que es el show de magia con el uso de infografías
Mcx - Causa x efecto
causa: magia
efecto: show
pnl: mensaje detallado, metafórico, visual, presente,

metáfora sinestésica
Los rasgos tipográficos guardan relación con el contenido del texto, con su forma se conecta gráficamente a la imagen surreal que representa al mago

mayoría de afiches se puede notar tres elementos principales formando un triángulo entre sí o un pentágono. También se encontraron proporciones áureas en los afiches que se acercan más a los años 1400s.

-Se trabaja bastante sobre la postura y expresión corporal de los protagonistas, siempre están de frente al espectador o en $\frac{3}{4}$, se presenta al mago como hechicero, brujo, alquimista, según como van pasan-

do los años. Estos recursos resultan válidos al momento de utilizar objetos o símbolos para reemplazar al mago y lograr comunicar un mensaje claro a través de la gráfica. Para esto es importante conocer sobre cómo utilizar correctamente la imagen como discurso. Una vez entendidos y analizados los recursos metonímicos planteados por Román Esqueda, el TFC se centra en el autor Carlos Carpintero.



Afiche del libro Magic (1400 - 1950), Editorial Taschen

Dentro del este cartel se puede notar la repetición de formas triangulares para estructurar los elementos. También se puede observar la repetición del número tres el cual va de la mano con la estructura utilizada para la disposición de los gráficos.

La lectura es realizada de arriba hacia abajo, se mantiene una simetría casi perfecta, también se utilizan a los gatos ya que tienen una carga "cultural negativa". Es de conocimiento general que los gatos tienen 7 vidas, por lo que hay 7 personajes en el cartel, enviando así, el mensaje de que este mago debe tener alguna relación cercana con dichos animales por lo que su vida es considerada una más de estos, o que el personaje debe tener 7 vidas. También se puede notar que todos los gatos están mirando al usuario, incluyendo el mago el cual está muy cómodo rodeado por estos animales, menos el gata de la parte inferior izquierda el cual está leyendo un papel, por lo que se puede estar utilizando para representar la inteligencia de este animal además de que estas características del animal serán utilizadas en el show. Así como sus destrezas y su territorialidad.

Mfxo - forma x objeto
Representación del teatro

metáfora sinestética
Tipografía alta, fuerte en representación
de la temática del show

Mixu - Instrumento x usuario
Pierde importancia el nombre del
show y del mago debido a la posición
pero se representa a los dos en la
gráfica.

Mcxe - Causa x efecto
causa: magia
efecto: show
representación literaria del show
pnl: mensaje detallado, literario,
visual, presente,



Este afiche tiene más elemento pero los y dos tipos de lectura, vertical y horizontal. De manera vertical, tiene 3 elementos principales que siendo personajes y con su expresión corporal llevan al espectador al centro del afiche, generando tensión en la mujer. En primer lugar el hombre, arriba, que se encuentra en una canasta, mira y señala hacia abajo, tomando en cuenta que es el mismo hombre de abajo, el mago.

La mujer se encuentra en posición de agradecimiento con el público, cuando termina el acto pero su mirada está dirigida hacia abajo donde el mago, ilustrado nuevamente abre sus manos expresando agradecimiento, demostrando lo que se acaba de realizar y recibiendo aplausos x parte de el público que lo rodea, pero gráficamente el mago de la parte inferior, lleva la mirada hacia la mujer por segunda ocasión ya que está dando la espalda al usuario que la mira.

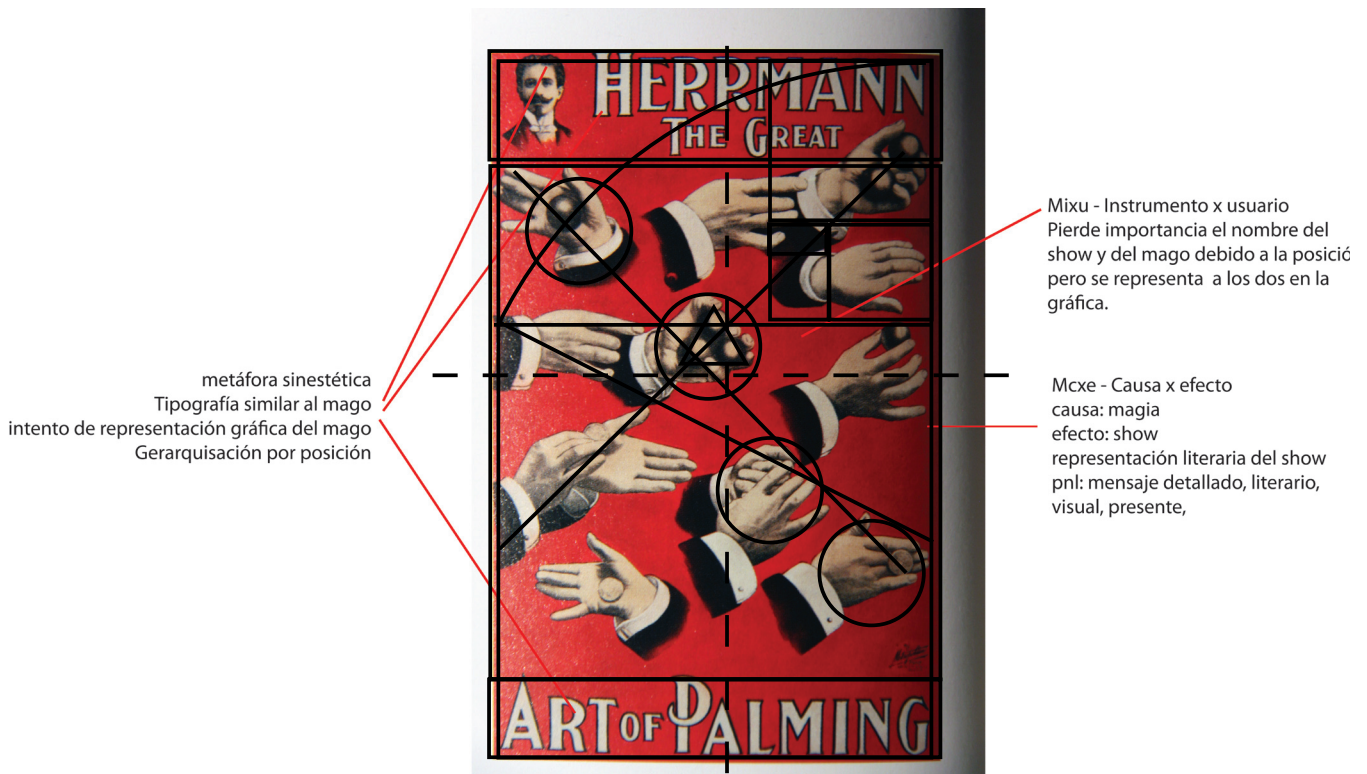
La segunda lectura, horizontal, también tiene 3 elementos principales, los cuales son, las fotos, el texto superior y el inferior. La posición de estos elemento, anulan, en el momento de la lectura la información descrita previamente.



1. El afiche utiliza diferentes tipos de tipografía para jerarquizar la información, dentro de la gráfica se puede observar que se mantiene una estructura triangular y existe una representación de el bien y el mal de manera abstracta.

Mientras que el mago se relaciona con dos niños, dándole sentido y al texto que se encuentra en la parte inferior ya que demuestra bastantes copas con liquido proveniente de una sola botella.

2 Se mantiene la jerarquización según la tipografía, el peso, el tamaño la densidad de cada letra, para así poder guiar la lectura caótica dentro del afiche, no tiene un orden lógico pero se dicta según el peso visual de los elementos. Se encuentran 3 elementos principales dentro de la gráfica, una abstracción del teatro y los elementos que utiliza el mago para sus fines.



Este ejemplo se encuentra dividido en 3 partes lo cual se ha observado como patrón en la mayoría de los afiches a lo largo de la historia de la magia en cuanto a gráfica. En primer lugar, el fondo rojo, también repetido en varios carteles, por su asociación con el demonio.

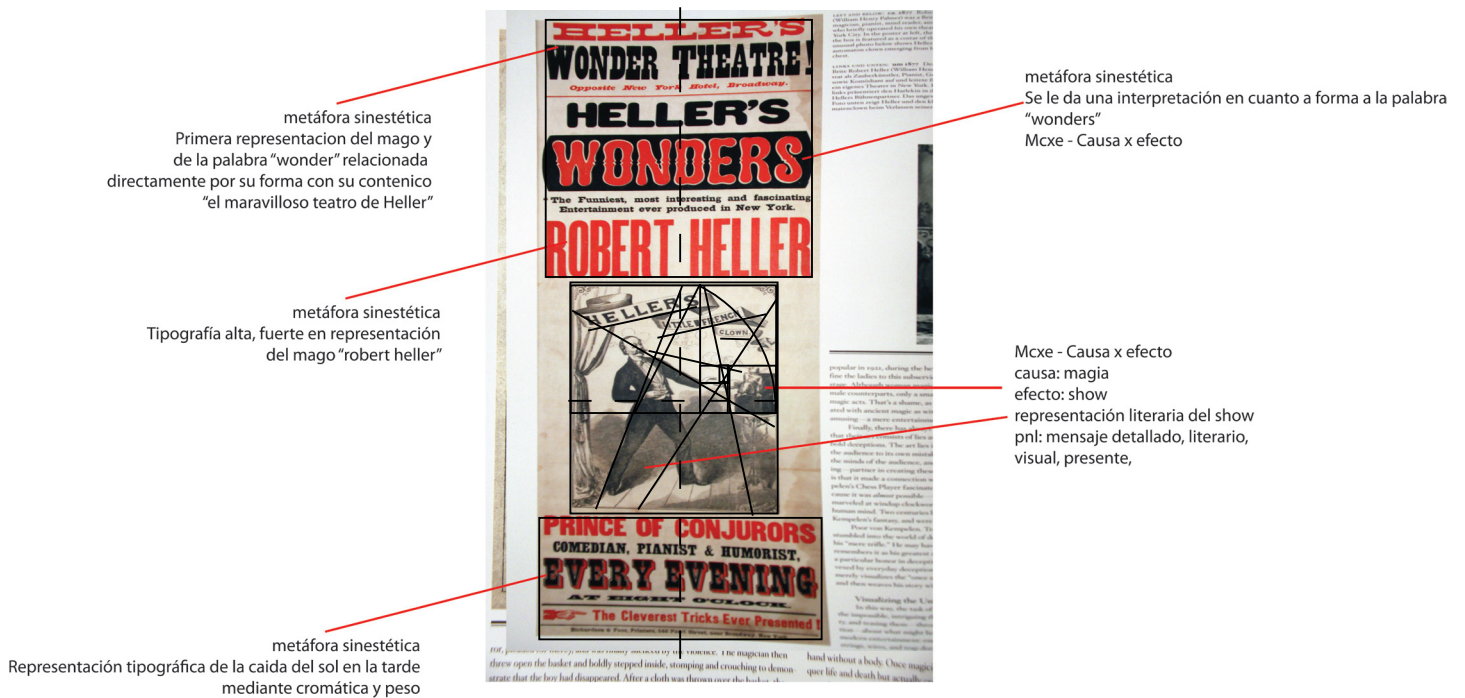
El primer elemento gráfico es la imagen del mago, la cara, y su nombre los cuales introducen visual e informativamente al personaje, teniendo bastante peso la tipografía pero contrastando dicho peso con el color blanco, lo cual lo equilibra. En segundo lugar, está la infografía, el punto de interés principal donde se explica que es lo que va a suceder y un poco de los secretos paso a paso. Es decir dos secretos la bola y la moneda que desaparecen.

Finalmente el texto, donde se menciona el nombre de lo que el usuario está viendo en la infografía "el arte de empalmar"



Dentro de este cartel podemos encontrar una gran cantidad de elementos y bastante ruido visual, pero los primordiales y quienes guían el ritmo de lectura son los elementos que componen el texto inicial, el mago y el texto final. por lo que la primera lectura se da en forma de Z par luego regresar a interpretar cada uno de los elementos que se han colocado. Se puede observar, que existe mucha relación con la muerte, el más allá y la magia negra, pero también se codifica un mensaje en el que el mago tiene la situación bajo control. Ya que él es el único que puede realizar estos contactos y actos relacionados con lo sobre natural.

Existen dos puntos convergentes por las formas que llevan los fantasmas y calaveras que inclinan al usuario a terminar la lectura abajo y salir, visualmente, del cartel.



Afiche dividido en 3 partes principales texto, imagen, texto. Se utilizan 9 tipografías diferentes las cuales no permiten que el ritmo de lectura sea continuo, esto provoca que el usuario no pueda leer en orden y de esa manera no obtiene el mensaje de manera clara ya que al momento de decodificarlo se va a tardar y perderá interés.

Con respecto a la imagen, se realiza una representación de lo que será el espectáculo, el nombre del artista apunta hacia arriba es decir, en dirección superior derecha lo cual tiene un significado de positivismo. La mirada del artista lleva al muñeco que se encuentra a su lado, ya que esta es una de las atracciones más grandes que poseía en aquel tiempo.

22

El Discurso Gráfico

*El hombre es un animal que nace demasiado temprano. A ello sucede un estado de desgarramiento, de inacabamiento biológico. El infante compensa simbólicamente ese estado cuando ve su imagen reflejada en un espejo. (...) Hago mío el pensamiento de Lacan. No es el hombre quien constituye lo simbólico, sino lo simbólico quien constituya al hombre.*³⁴

El autor realiza una comparación, justamente entre un mago y un diseñador, menciona que, el espectáculo de nuestro obrar como diseñadores en ocasiones se confunde con nuestro efectivo hacer. Dice que la gente está en conocimiento que los gestos del mago no son los que hacen que aparezca un conejo, pero menciona que las personas están acostumbradas a *trabajar con la ilusión de los signos, puede suceder que esa ilusión nos termine resumiendo ante la mirada de los otros.*³⁵

Carpintero, dentro de su libro, *Sistemas de Identidad*, determina como *un discurso que reconoce algunas notas pero que ignora la melodía*³⁶. A aquellos *subdiseños* muy cotizados en Internet por el famoso “hágalo usted mismo” que en lugar de lograr claridad en sus mensajes, generan ruido y basura visual. Estos discursos incompletos, que han sido utilizados en el mundo real,

³⁴ Barthes, Roland. Entrevistado por L'Express, 1970. Citado en: CARPINTERO, Carlos. *Sistemas de Identidad*. Editorial Argonauta, Buenos Aires, 2007.p57.

³⁵ CARPINTERO, Carlos. *Sistemas de Identidad*. Editorial Argonauta, Buenos Aires, 2007.p57.

³⁶ CARPINTERO, Carlos. *Sistemas de Identidad*. Editorial Argonauta, Buenos Aires, 2007.p59.

³⁷ CARPINTERO, Carlos. *Sistemas de Identidad*. Editorial Argonauta, Buenos Aires, 2007.p63.

³⁸ Real Academia de la Lengua Española. Internet. http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=h%E9roe. 12 de mayo. 2010.

³⁹ CARPINTERO, Carlos. *Sistemas de Identidad*. Editorial Argonauta, Buenos Aires, 2007.p65.

son aquellos que no permiten que un mensaje sea enviado de manera clara a través de la imagen, situación en la que se ve envuelta la magia. Puesto a que se ha llenado de subdiseños más no de un discurso gráfico claro y directo.

Carpintero plantea que en la relación de la imagen y la tipografía existen el texto verbal y el texto visual. Menciona que la tipografía se ha ligado más con la semiología mientras que la palabra se ha utilizado tradicionalmente. También asegura que existen varias lecturas sobre el sentido de un objeto, esto es llamado Polisemia.

*La función de anclaje la tiene el texto lingüístico o el mensaje verbal. La embarcación es nuestra pieza de diseño y lo que se ancla es una de sus lecturas de sentido.*³⁷

Volviendo al discurso, Carpintero plantea un ejercicio donde existen diferentes lecturas de la misma palabra. Donde la palabra *héroe*, cuyo significado es: *Varón ilustre y famoso por sus hazañas o virtudes*³⁸ cambia totalmente su significado al entrar en esta oración, *donde se encuentra esa misma palabra pero cobrando vida, en un enunciado de María X (en la obra Biografía de una Esquizofrenia) “Estoy triste. Con una tristeza gris, sin nacimientos, sin heroísmos. Con esta sonrisa estereotipada y esta manera de ser impasible, yo muero de triste”*³⁹

Es decir, el autor plantea que existen diferentes recursos para construir un discurso ya que, todo lo dicho por cualquier persona, en su momento, es un enunciado. El usuario al interpretar el discurso se encuentra decodificando un mensaje aun que no esté conciente de esto, cuando están

mirando una imagen, el autor plantea lo siguiente.

*Propuestas de sentido cuya codificación se encuentra tan naturalizada que parece ausente.*⁴⁰

Visión Humana = Visión Signada

Gráfico de Sistemas de Identidad, Carlos Carpintero

Por lo que Carlos Carpintero menciona, *nuestra mirada le demanda disciplina a las superficies donde se detiene*⁴¹ ya que nos encontramos decodificando un mensaje, pero no sabemos que lo estamos haciendo, como por ejemplo al interpretar un sombrero, unos naipes, un conejo o una paloma como la presencia de un mago junto a su acto. El autor plantea mirar con ojos ajenos para poder hacer conciente esa decodificación y notar los géneros discursivos que son creados según las condiciones del entorno del diseñador y según condicionantes temáticas, estilísticas y de producción, menciona Carlos Carpintero. Es importante que este sea claro y a su vez legible.

*No existe la buena legibilidad como valor positivo. La legibilidad es una categoría relacional. No hay letras intrínsecamente más legibles que otras. Las letras serán afortunadas o desafortunadas según la recurrencia con la que se presenten asociadas a una determinada práctica. Los criterios de legibilidad se constituyen en las condiciones de producción del género discursivo, así como la flexibilidad a la manifestación de estilos individuales. Si el género postula como regla de juego la primacía de lo geométrico, las letras que tiendan hacia lo geométrico serán consideradas más legibles, porque son parte de lo esperable no sólo porque el ojo tarde menos tiempo en recorrerlas.*⁴²

*Lo que se lee en un texto verbal o visual no son formas puras o impuras, buenas o malas, sino propuestas de sentido cuya codificación se encuentra tan naturalizada que parece ausente.*⁴³

Tomando en cuenta los postulados anteriores tomados de Carlos Carpintero, la magia cae en el problema de los subdiseños, magos que por abaratar costos prefieren realizar su propia imagen o hacerlo con conocidos que son profesionales que simplemente manejan programas o utilizan los subdiseños de internet expuestos anteriormente. Por lo que se pretende crear una imagen que contenga un discurso según los planteamientos de Carpintero.

En primer lugar creando una imagen (logo) para el evento en estudio, Juegos de la Mente de Thirteen Magic, para partir del significado y el momento del evento convertirlo en signifiante (marca) ya que se espera tener una buena respuesta por parte de los usuarios.

Considerando en cuenta que Carpintero plantea que no existe tipografía ilegible, sino que esta depende del contexto, se creará un ambigrama para conformar la imagen del evento, y así “esconder un secreto” el cual el usuario lo decodificara sin esfuerzo ya que como plantea Carpintero la visión humana es signada, sin la necesidad de especificar que se trata de un show de magia. Punto en el que se empiezan a cruzar la metonimia de Esqueda con el discurso de la imagen de Carpintero, ya que se está remplazando una causa por el efecto, es decir la palabra magia por el show Juegos de la Mente

De esta manera se cumplirá con que

⁴⁰ CARPINTERO, Carlos. Sistemas de Identidad. Editorial Argonauta, Buenos Aires, 2007.p68

⁴¹ CARPINTERO, Carlos. Sistemas de Identidad. Editorial Argonauta, Buenos Aires, 2007.p69

⁴² CARPINTERO, Carlos. Sistemas de Identidad. Editorial Argonauta, Buenos Aires, 2007.p66.

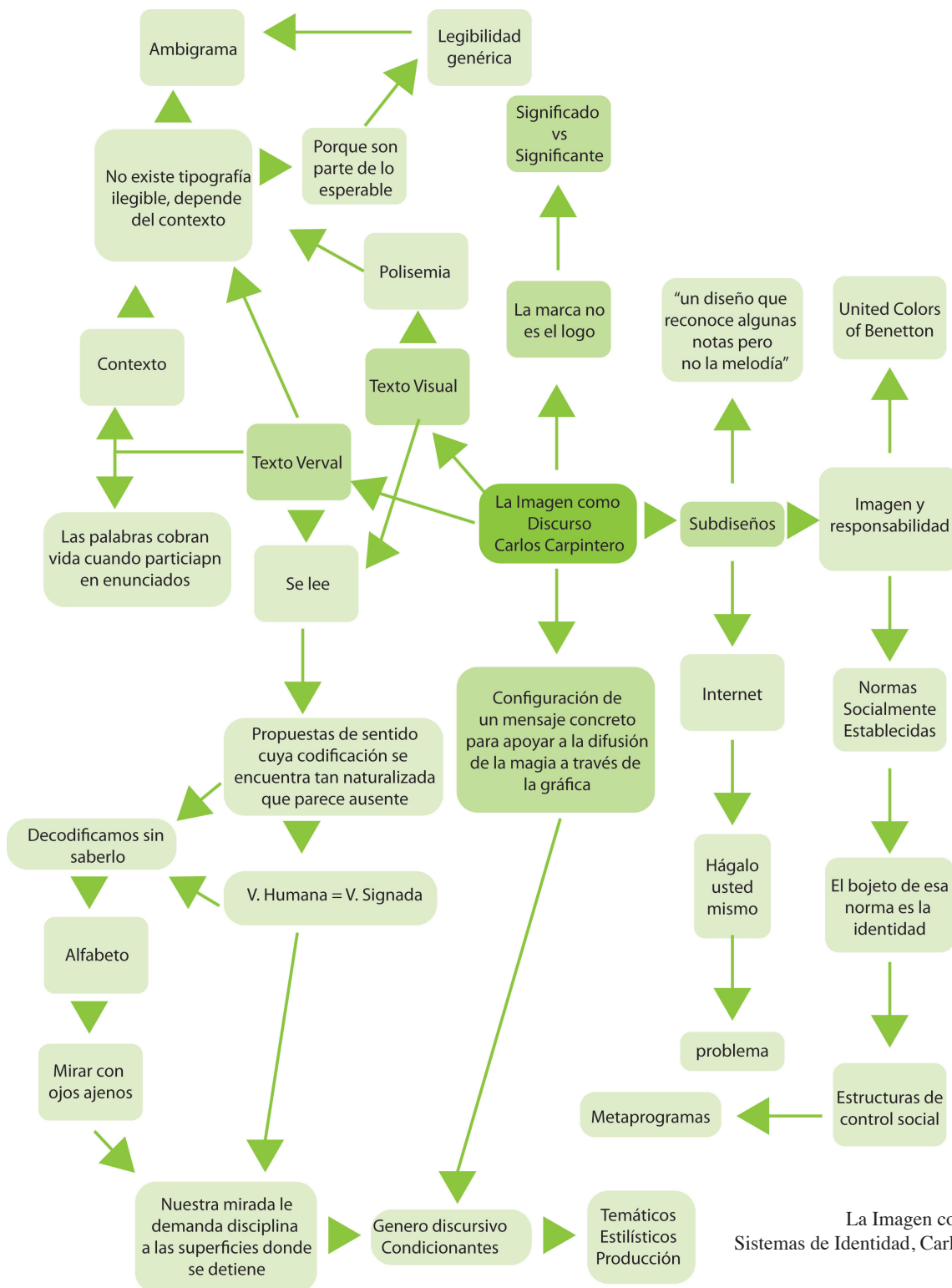
⁴³ CARPINTERO, Carlos. Sistemas de Identidad. Editorial Argonauta, Buenos Aires, 2007.p68.

“nuestra mirada demanda en las superficies en las que se detiene” dicho por Carpintero, y así evitar los subdiseños y así cumplir con las condiciones de producción del mensaje, sean estas temáticas, estilísticas o de producción al momento de generar los artes. Es decir el mensaje se va a ver afectado por la temática (magia) así como por estilos o tendencias resultado del análisis previamente realizado y de producción, el cual será mas detallado por Nestor Sexe.

influyen en la lectura del discurso sobre el emisor y el receptor de este, como plantea a continuación Nestor Sexe en su libro “Diseño.com”, y justamente en su aporte a este TFC es donde se ancla con la discursividad, la metonimia y la imagen como discurso que se ha explicado en los párrafos anteriores y se encuentra resumido en el siguiente mapa mental.

Estas condiciones y condicionantes

Estas condiciones y condicionantes influyen en la lectura del discurso sobre el emisor y el receptor de este, como plantea



La Imagen como Discurso. Sistemas de Identidad, Carlos Carpintero

a continuación Nestor Sexe en su libro “Diseño.com”, y justamente en su aporte a este TFC es donde se ancla la metonimia con la discursividad.

23 El Diseño Como Discurso

Néstor Sexe, autor, plantea que el lenguaje es el elemento que sirve para comunicar.

*La comunicación no es un mensaje entre un emisor y en receptor sino una situación de producción de sentido.[...] se trata de pensar en las instancias de emisión y de recepción como condiciones de producción y de reconocimiento de discursos.*⁴⁴

Es decir, si una persona envía un mensaje, puede tener varias interpretaciones. Para esto existe la retroalimentación donde el diseñador estudia al usuario y puede codificar un mensaje de mejor manera para este ya que Sexe plantea esta relación como “no

lineal” ya que existen condiciones de producción y condiciones de reconocimiento para el discurso que se codifica. Conociendo sus condiciones de reconocimiento que son dictadas por cánones sociales y vivencias colectivas que son características de este tipo de usuario, en este caso el usuario que fue determinado y segmentado en la introducción para ser estudiado y poder configurar un mensaje más acertado.

*El discurso es una forma de acercamiento a lo textual.*⁴⁵

El discurso, según Nestor Sexe, cambia según las condiciones y por esto se ancla a la polisemia planteada por Carlos Carpintero en los textos tanto verbales como visuales. Sexe plantea que *el signo es algo que está en lugar de algo para alguien*⁴⁶ y ahí donde plantea que el signo está remplazado por el representamen, objeto e interprete. Para poder utilizar la semiótica peirceana que utiliza Sexe en este capítulo de su libro y crear un discurso el autor plantea las siguientes instancias:

La noción de signo está reemplazada por un proceso o, mejor dicho, una cooperación e interacción de los tres ele-

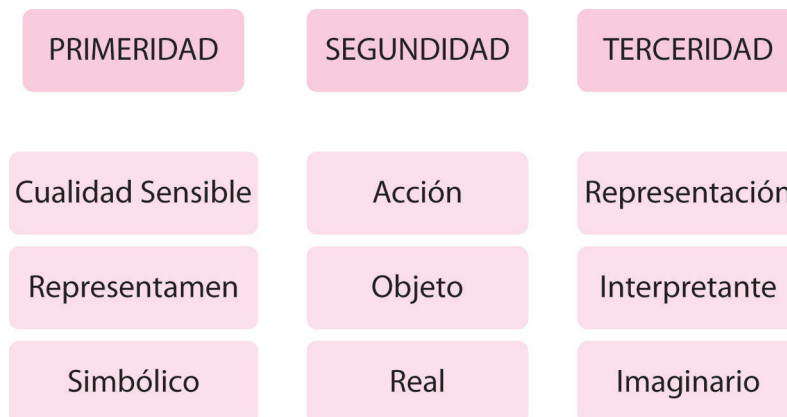


Gráfico de Diseño.com, Néstor Sexe

⁴⁴ SEXE, Néstor. Diseño.com. Editorial Paidós, Buenos Aires, 2001.p78.

⁴⁵ SEXE, Néstor. Diseño.com. Editorial Paidós, Buenos Aires, 2001.p78.

⁴⁶ SEXE, Néstor. Diseño.com. Editorial Paidós, Buenos Aires, 2001.p80

⁴⁷ “IDEM”

⁴⁸ SEXE, Néstor. Diseño.com. Editorial Paidós, Buenos Aires, 2001.p81.

mentos: representamen, objeto e interpre-
tante ⁴⁷

*La semiosis social es la circulación entre la
primeridad, los discursos, una secundidad,
las acciones y una terceridad, las represen-
taciones.* ⁴⁸

La relación que plantea Sexe entre la
semiótica pierceana con la teoría de la dis-
cursividad se puede reflejar en el siguiente
cuadro:



Gráfico de Diseño.com, Néstor Sexe

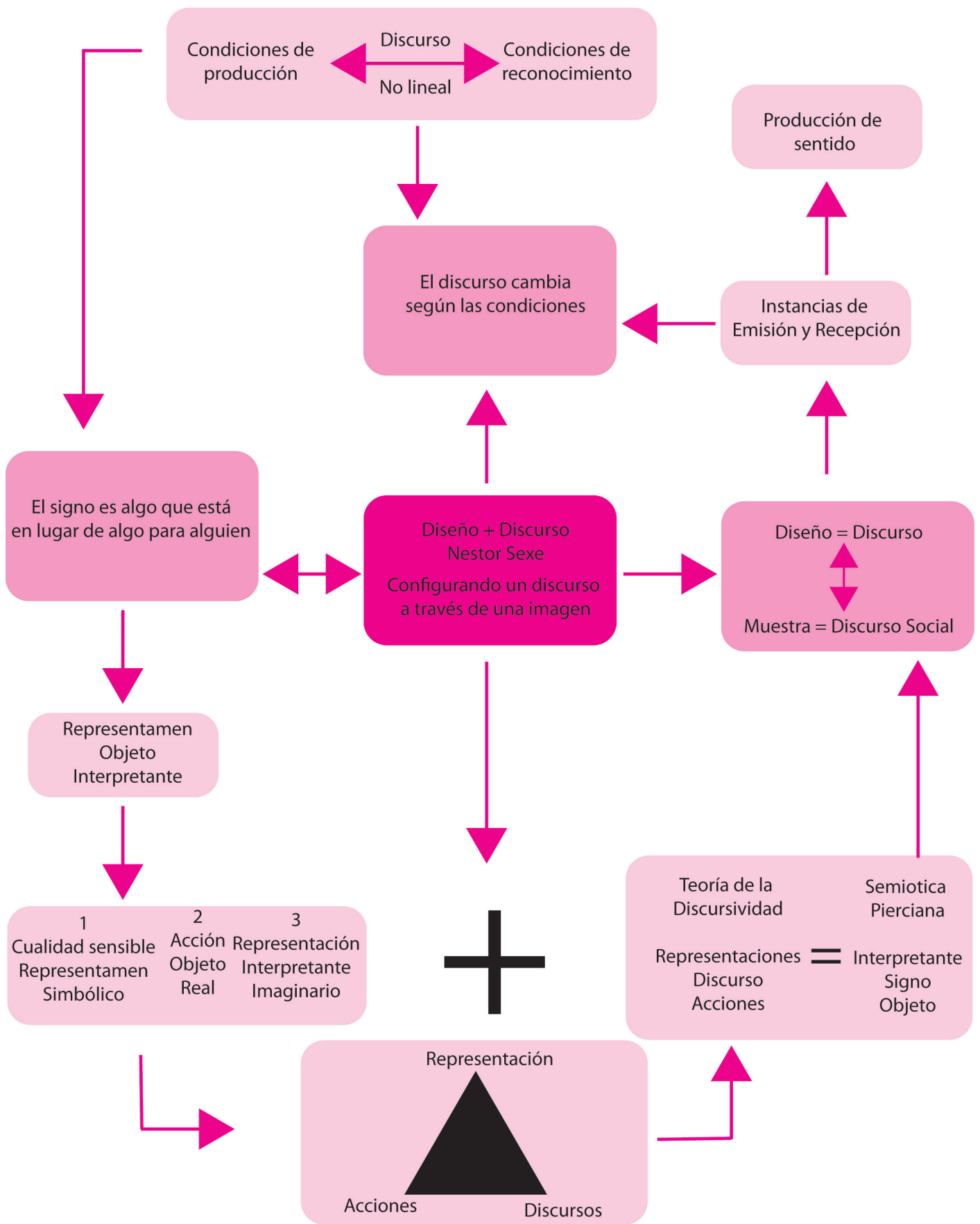
Configurando un discurso a través de la
imagen se debe tomar en cuenta la
diferencia que marca Sexe entre la marca y
la huella, hablando sobre el significado de
la gráfica de una marca y el significante de
una marca, que es cuando esta ya
trasciende de la gráfica y su nombre
literario, a partir de esto es importante sa-
ber qué es un discurso, y aquí se realiza
el anclaje mencionado en la metonimia so-
bre la Mcxe, ya que según plantea Sexe, *el
diseño es un discurso y una muestra, una
moda o un desfile vendría a ser un discurso
social* ⁴⁹ por lo que se si el diseño es un
discurso, aplicando Mcxe para hacer las
relaciones de que el diseño es la causa y la
muestra es el efecto y tomando a la magia
como la causa y el show el efecto; enton-

ces, la magia (truco) vendría a ser un dis-
curso y el show un discurso social.

Para el caso de este TFC debe tomarse en
cuenta las condiciones de reconocimiento
del usuario al que se está dirigiendo el dis-
curso, lo cual se ha logrado gracias al estu-
dio del mismo mediante las encuestas ⁵⁰
realizadas donde se puede notar las condi-
ciones de reconocimiento del usuario, como
por ejemplo nivel de educación, sector en el
que viven, profesión, que son indicadores
que influyen sobre el reconocimiento y la
lectura del discurso que se codifica.

⁴⁹ SEXE, Néstor. Diseño.com. Editorial Paidós, Buenos Aires, 2001.p85.

⁵⁰ Ver Anexos - Encuestas



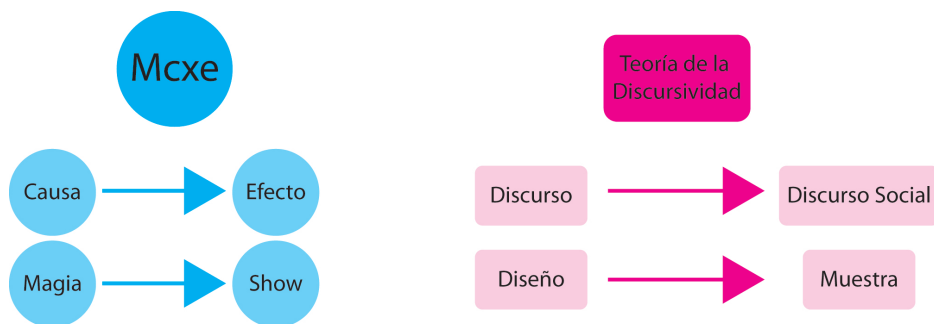
APLI CA CIONES

3.2 Anclajes

A continuación se puede observar de mejor manera el proceso de creación de mensaje y las variables que juegan papeles importantes, en el siguiente mapa mental.

Una vez entendidas las teorías planteadas para componer el discurso por parte de los autores Carpintero y Sexé, se procede a realizar la siguiente analogía.

Como se mencionó anterior mente, si el diseño es un discurso y una muestra es un discurso social, entonces en las aplicaciones de la metonimia de causa por efecto se puede tomar al diseño como causa y a la muestra como efecto, así como a la magia como causa y al show como efecto, dentro de los cuales se diseña sobre la magia y se aplica dentro del show. Entonces, se puede decir que, la magia vendría a ser un discurso y el show sería un discurso social,



en el que se envíe el mensaje de que, “la magia es un arte”.

Dicha analogía se puede percibir de mejor manera en el siguiente gráfico, conclusión de anclar a los tres autores utilizados en el TFC; Esqueda, Carpintero y Sexe.

Debe tomarse en cuenta que, para generar un discurso a través de la gráfica existen diferentes condicionantes como las plantea Carlos Carpintero, las cuales son, estilistas, que en este caso ha sido dictada tras el análisis realizado a los artes que han sido utilizados a lo largo de la historia en la magia, además de responder a una necesidad como es la difusión de la magia como arte, en un país latinoamericano.

Partiendo de la metonimia como recurso del diseño para construir un discurso, se ha seleccionado una estructura que se cree es la más conveniente para el caso de estudio y el público, para poder dirigirlo a un usuario latinoamericano.

Temáticos, siendo la temática la magia y el ilusionismo como artes escénicas, y tomando dos símbolos muy marcados de la magia como son los conejos y las palomas; y de producción, tomando este último factor como el proceso final por el que pasó el discurso.

Por su parte, el discurso varía según sus condiciones de producción y condiciones de reconocimiento por lo que existe una constante retroalimentación, según Sexe. Concepto que se ha relacionado con la Polisemia planteada por Carpintero.

Para evitar o mejor dicho reducir las variantes en las condiciones de reconocimiento y la polisemia, se ha optado por comenzar un proyecto piloto para poder probar si el discurso elaborado sobre “la magia como arte” es correcto.

El nombre del proyecto es “Juegos de la Mente”, ya que estas palabras pasan a tener “vida” al utilizarlas en este contexto, se ha decidido apoyarse en el mensaje verbal además del gráfico. Este mensaje verbal planteado por Carpintero ayudará como

anclaje a que el rango de interpretaciones sea limitado y así poder controlar las condiciones de reconocimiento en la medida de lo posible.

Para el texto de apoyo o mensaje verbal se utilizará el nombre del artista, Dagón, apoyado por la palabra “ilusionista”, la cual no tendrá una presencia fuerte dentro de los artes diseñados. Para crear una ambigüedad en el concepto que será detallada más adelante.

También, se está utilizando un recurso muy valioso rescatado de las encuestas que se realizaron, el cual es, que no existe una gran variabilidad en las condiciones de reconocimiento del usuario determinado ya que en su mayoría las personas han tenido de uno a cero acercamientos con este arte. En términos generales, si una persona ha tenido un acercamiento a un mago, es la primera y última vez que lo hace. Al igual que con las piezas gráficas utilizadas para generar la difusión de su arte.

Partiendo de la teoría de la discursividad planteada por Sexe, y relacionada con la Semiótica se utiliza dos representaciones básicas que son el conejo y el pájaro, elementos característicos de la magia. Para seleccionar estos dos elementos que serán interpretados por el usuario por lo que llevarán el nombre de representaciones según la teoría de la discursividad e interpretantes según la analogía de Sexe con la semiótica; se parte de la metonimia, reemplazando a la magia por estos elementos principales. Acompañados del nombre del evento “Juegos de la Mente” para generar una sensación de ambigüedad en el entendimiento de los artes, y así generar expectativa.

Con esto, se ha generado un plan para el proyecto piloto de prueba, el cual dio un buen resultado. Se creó un evento llamado Juegos de la Mente, por parte de la marca Thirteen Magic, del cual este TFC se apropio para plantear una propuesta gráfica.

En primer lugar se plantearon tres fases para la difusión de este evento para el cual se esperaban 300 personas.

PRIMERIDAD	SEGUNDIDAD	TERCERIDAD
Cualidad Sensible	Acción	Representación
Representamen	Objeto	Interpretante
Simbólico	Real	Imaginario

Gráfico de Diseño.com, Néstor Sexe

PRIMERIDAD	SEGUNDIDAD	TERCERIDAD
magia, bastón, naipes, conejos, palomas, sombreros, pelotas, surreal, ilusión, emociones, aros, secreto, mente	Creación de personajes basados en gráfica latina, relación latina con el rito a la muerte y la relación de la magia con la misma.	Espacio surreal, conejo y paloma se convierten en personajes principales en la magia. No se menciona la palabra magia.
Conejo Paloma Mente	Mcxe: Conejo & Paloma Ambigrama	Juegos de la Mente, magia? Pájaro y Conejo, magia? Texto de apoyo "Ilusionista"
Personificación de símbolos seleccionados para remplazar a la palabra magia.	Ilustración de personajes. Creación de ambigrama funcional con la palabra "Mente"	Ambigrama escondido personajes toman presencia, presentadores del proyecto.

3.3

Aplicaciones

Primero, fase expectativa, diseño de BTL.
(Below the line - Publicidad Alternativa)

BTL es una manera de denominar a las estrategias no convencionales o no tradicionales por lo general tiene un precio superior al establecido por la publicidad tradicional y utiliza nuevos medios. Para una definición más extensa, referirse a los docentes David Soasti y Carlos Torres quienes fueron consultados sobre el tema.

Se produjeron 1000 afiches y 2000 flyers los cuales fueron diseñados para la ciudad de Quito, ya que estos llevan rasgos identificativos con la misma.

Signo de interrogación, elemento utilizado para generar intriga en el usuario.

Utiliza textura similar a la de la pared rota por los mismo motivos que la pared cuarteada.

Código QR, favor escanear

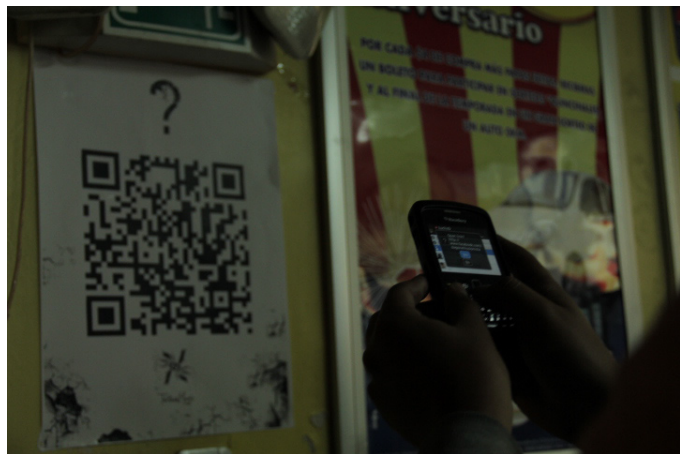
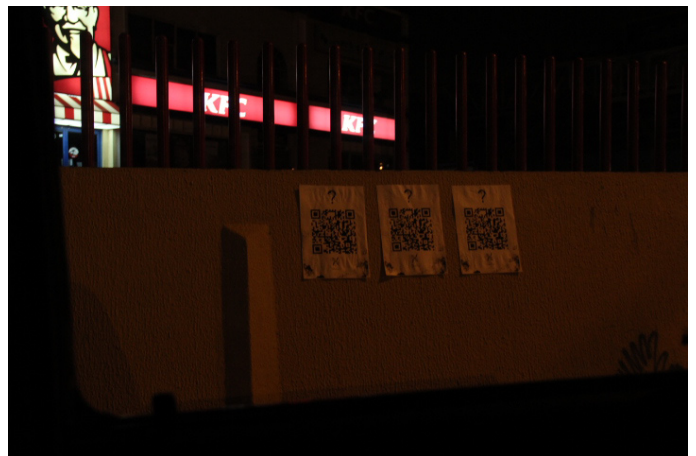
Marca: Thirteen Magic
Único auspiciante de la producción de los flyers y afiches con este arte. La marca fue creada en el año 2006 y no será modificada.

El afiche consta de textura de pared rota ya que este debe ir pegado sobre pared blanca y esto hará que se asemejen las paredes de la ciudad con dicho afiche, el logo de la marca Thirteen Magic, un código QR y un signo de interrogación.

El código QR viene a ser el btl en el cual se ha trabajado. El código QR es una serie de imágenes básicas que son leídas por teléfonos inteligentes, que según las encuestas y la ubicación del usuario en la sociedad, se supone la mayor cantidad de usuarios que se encuentren dentro del target los tendrán y así podrán escanear el código el cual los llevará directamente a la página web del mago que presentará Juegos de la Mente.

Los afiches fueron pegados el martes 12 de Julio a la madrugada en diferentes sectores de la ciudad como son, Quito Tennis, República del Salvador, Monteserrín, Cumbayá entre otros.





Los flyers fueron distribuidos en Cumbayá el día 13 de Julio a las 9 am y en la República del Salvador el mismo día a la 1pm. Segunda fase, afiche & flyer, página web y video.

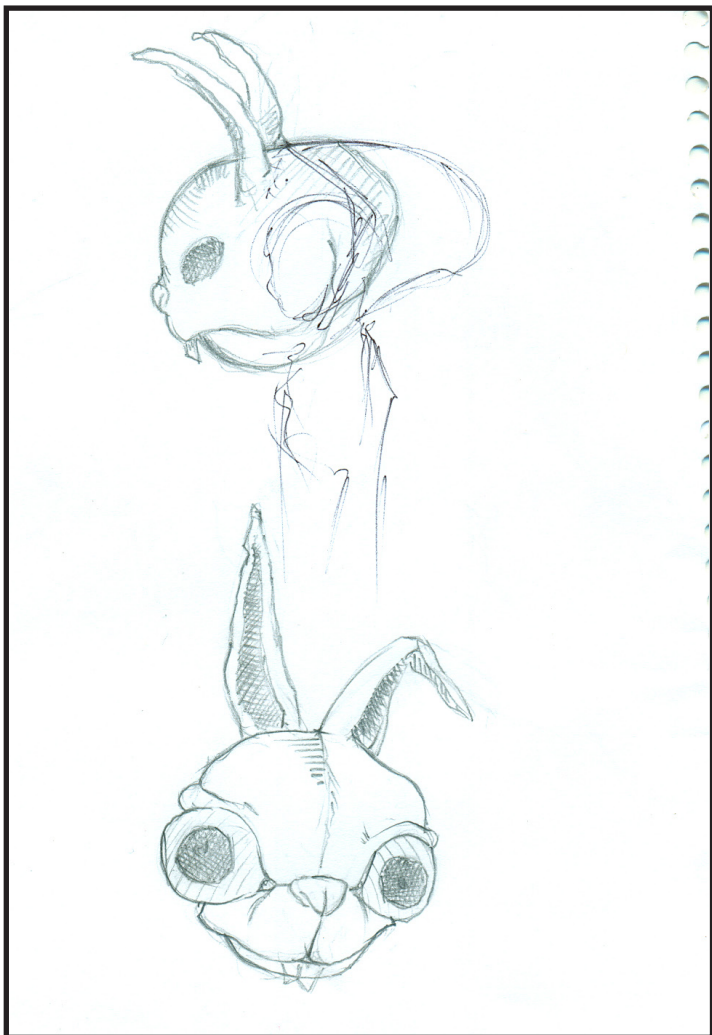
La segunda fase fue lanzada el día 27 de julio, una semana previa al evento.

Esta fase consistió en la pega de afiches promocionales del evento los cuales contienen los dos elementos principales, el conejo y el pájaro, los cuales fueron ilustrados basados

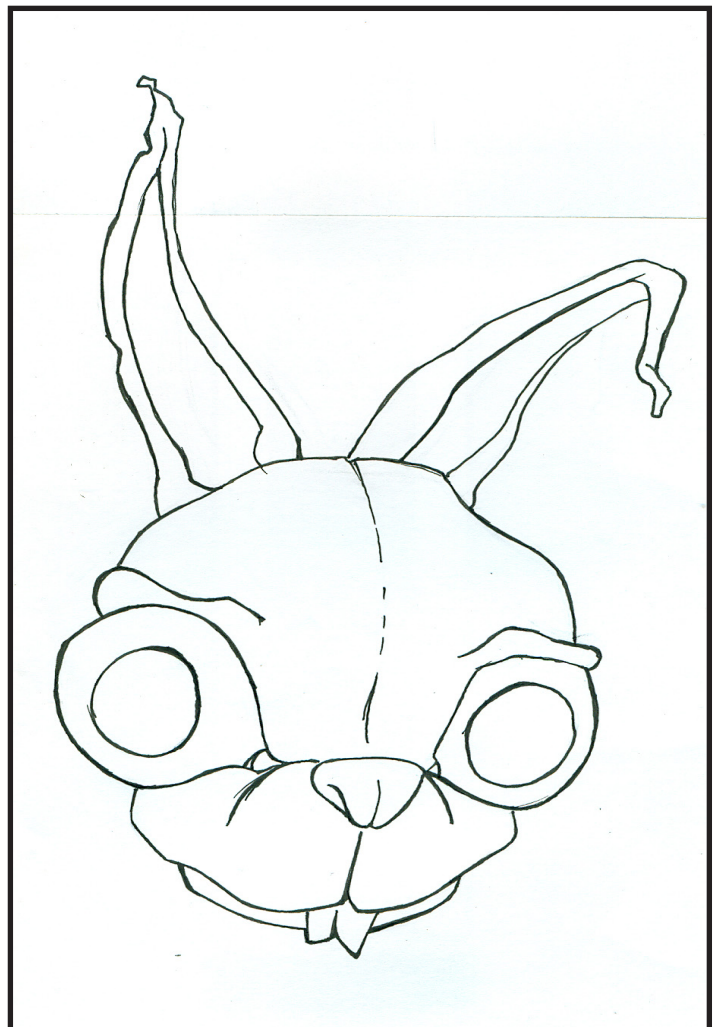
en la gráfica latinoamericana y la relación que guarda la cultura latinoamericana con el rito a la muerte, así como también durante muchos años la magia ha sido relacionada con la muerte. Por este motivo se crearon los personajes como si fuesen calaveras, de conejo y pájaro respectivamente.

A continuación se puede observar el proceso de creación de cada uno de los personajes.

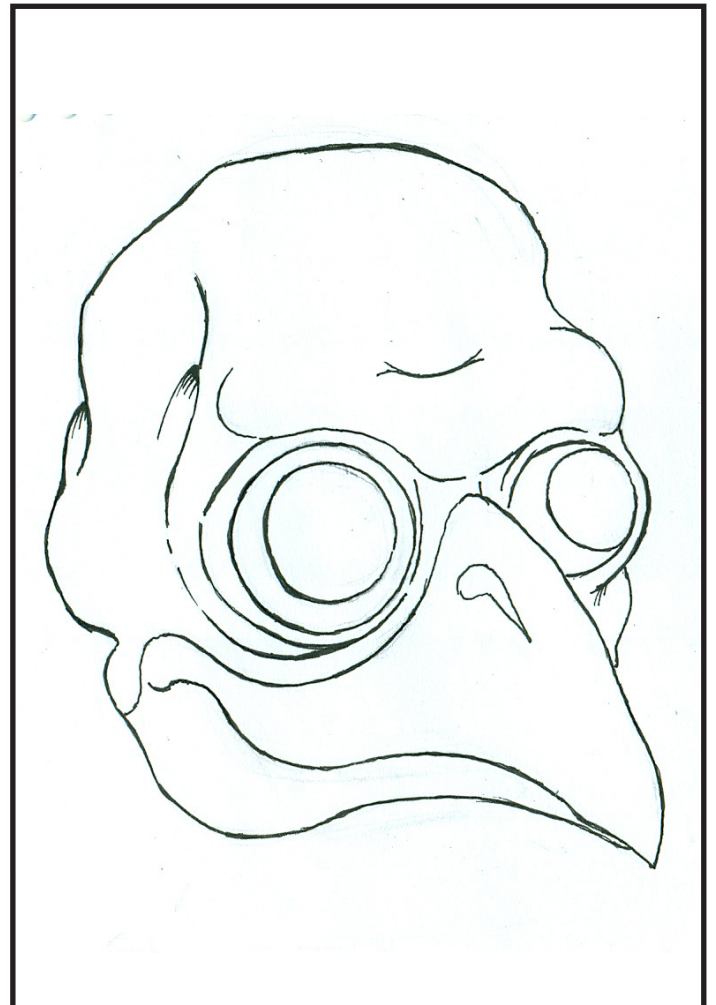
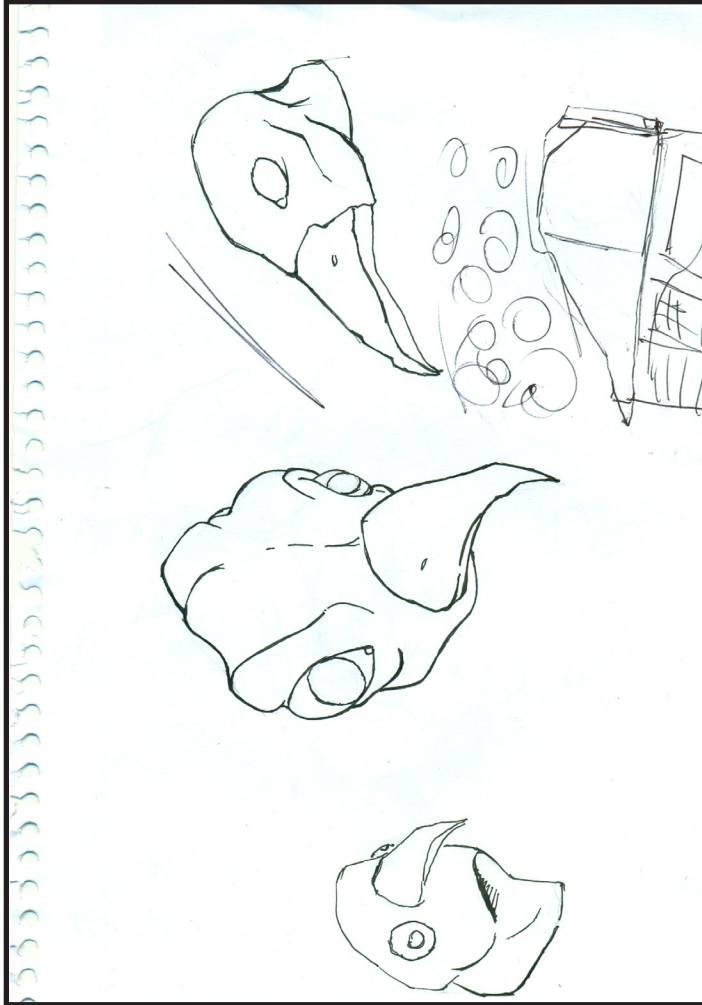
Boceto a mano - Colaboración Sebastián Dávila



Boceto digital







A los personajes se los ha pintado digitalmente, y se los a vestido de acuerdo a como el artista se vestiría para sus eventos, ya que el traje del artista (mago) como el de los personajes responde al tipo de usuario que asiste a los eventos según la delimitación que se ha realizado.

También se ha dado sombrero y cuerpo de humano a los personajes ya que la magia plantea un concepto surreal, misterioso y elegante el cual ha sido adoptado para ser manejado en la propuesta gráfica.

El fondo que rodea a los personajes es manchado para guardar coherencia con la primera parte de la campaña y como interpretación a la gráfica de un pueblo latinoamericano que históricamente ha tenido varios acontecimientos políticos y so-

ciales que cargan y manchan el pasado de este, haciéndolo más fácil de identificarse con este tipo de gráficas. La cromática ha sido seleccionada entre tonalidades que varían entre el amarillo, verde, café y negro. Ya que si bien la cromática latinoamericana está basada en otros colores, estos han sido basados en los elementos más comunes latinoamericanos como es el trabajo en la tierra y la relación con la naturaleza, también la política sucia. Han sido desaturados para mantener relación con el concepto de la magia.

Durante la segunda fase de diseño y campaña para el evento Juegos de la Mente, se realizó también el ambigrama. Para esto se



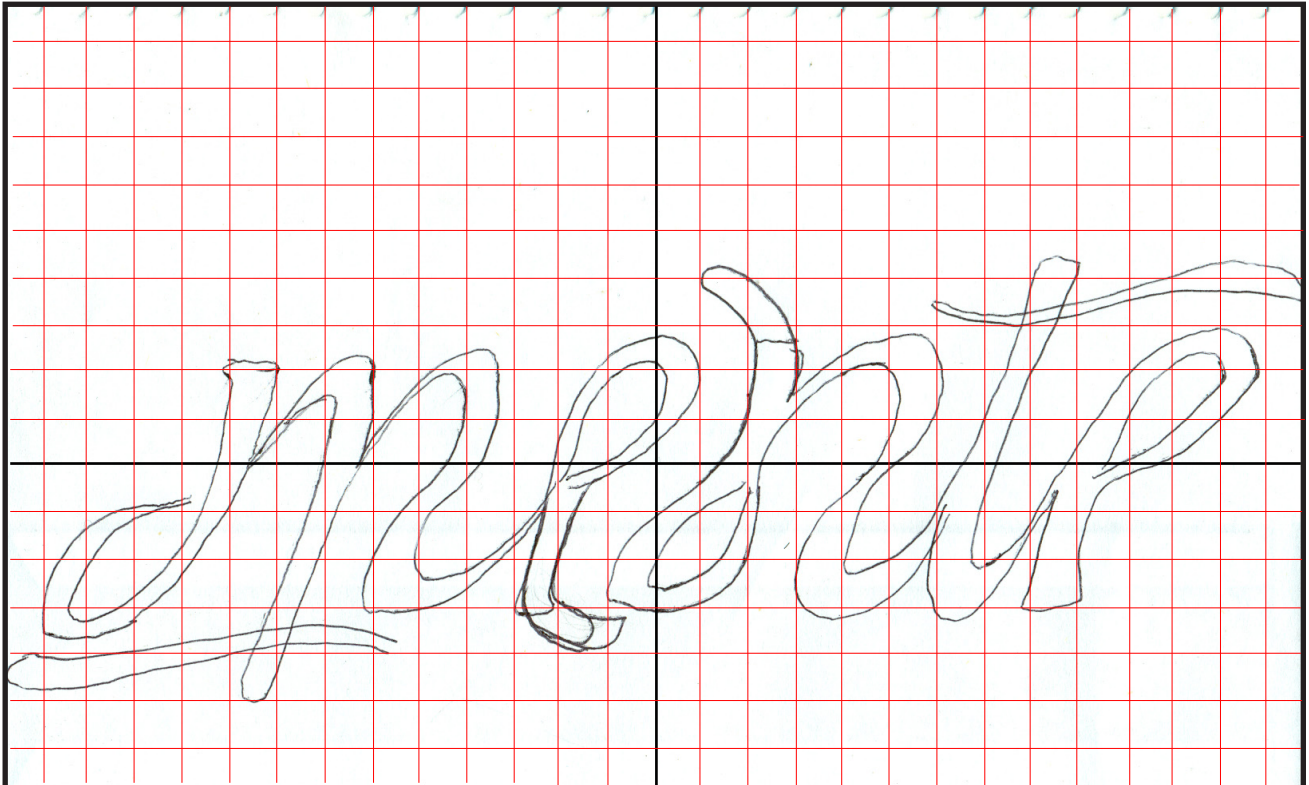
basó en la tipografía de Alejandro Paúl, Affair. Mediante un proceso a mano se realizó el primer boceto de dicho ambigrama para posteriormente ser digitalizado.

El ambigrama fue creado ya que como se planteó desde un principio, se necesitaba que el diseño tenga “magia” es decir interactúe y desestructuralice la lectura del usuario. Colocando el ambigrama, el usuario tiene la sensación de descubrir el

“secreto” tras el arte que sea ha diseñado y de esa manera existe un anclaje con el mismo.

En cuanto a la estructura del afiche está basada en los afiches utilizados en 1500 para promocionar justamente eventos de magia. La jerarquización de elementos también ha sido basada en los afiches de aquella

Ambigrama realizado a mano



Ambigrama Digitalizado - Basado en la tipografía Affair



época, presentando en primer lugar el nombre del mago, en segundo lugar el nombre del evento y finalmente una representación del show.

Dentro de la representación del show, se utilizó la metonimia de causa por efecto ya que se utilizó elementos clásicos de la magia para hacer que el usuario lea este mensaje. Así como también se utilizó el ambigrama en el nombre del evento ya que el concepto

de la magia se presta para este recurso gráfico. Así como el nombre del evento.

Bajo el nombre del artista Dagón, se colocó la palabra ilusionista, con una tipografía ligera para causar esta ambigüedad de que el usuario lea el afiche y la razón del evento se encuentre oculta. Y deba descifrarlo para así generar más expectativa sobre dicho show.

Flyer Tamaño A5 - 1000 ejemplares

THIRTEEN MAGIC LA PRIMERA MARCA DEDICADA AL APOYO DEL ILUSIONISMO EN EL ECUADOR

PRESENTA

DAGÓN

ILUSIONISTA

JUEGOS DE LA MENTE

JUEGOS DE LA

4 AGOSTO - 2011 | CENTRO CULTURAL METROPOLITANO | 7:30 PM

* EVENTO GRATUITO *

CON EL APOYO DE

Geotron | AIPHONE CENTER | Quito Capital Americana de la Cultura 2011 | Quito La aventura de la cultura | UNICO ECATORINO DE ILUSIONISTAS

Centro Cultural Metropolitano | Feighi | Raúl Adatti Ilusionismo | Casa Postea | Otro Rollo Producciones | Grafitat.com

THIRTEEN MAGIC LA PRIMERA MARCA DEDICADA AL APOYO DEL ILUSIONISMO EN EL ECUADOR

PRESENTA

LAGON

I L U S I O N I S T A

JUEGOS DE LA

MENTE

JUEGOS DE LA



4 AGOSTO - 2011

CENTRO CULTURAL METROPOLITANO

7:30 PM

EVENTO GRATUITO



CON EL APOYO DE



GEOTRON



AIPHONE CENTER



Quito
Capital Americana
de la Cultura 2011



La aventura de la cultura





Elementos orgánicos Europeos característicos del Art Nouveau, ya que la magia llegó como arte desde Europa, característica que será representada más adelante en la publicación.

Ambigüedad en utilización de la marca Thirteen Magic, como generadora de textura ya que no es de interés promocionar la marca como tal.

Nombre del Artista, apoyado por el texto "Ilusionista", el cual es secundario por lo que no se le ha dado fuerza, para seguir generando esta ambigüedad para el usuario. No se menciona en otro lugar que se trata de magia.

Nombre del Evento, "Juegos de la mente" Ambigrama creado para la palabra "Mente", se utiliza "Juegos de la" al revés para hacer notoria la presencia del ambigrama

metáfora sinestética
Tipografía similar a la gráfica orgánica utilizada para la representación de la magia a través de los personajes

Personajes
Mxce - Causa- Magia, Efecto - Show (elementos, pájaro y conejo)

Utilización de estructura dictada por carteles de los años 1500, así como el uso de diferentes tipografías. Marcos y texturas desgastadas en representación de la carga social y cultural latinoamericana

Auspiciantes Reales

Para el video, se realizaron varias tomas de shows previos para generar expectativa sobre el evento Juegos de la Mente. Nunca se menciona la palabra magia, pero se incorporan elementos como los naipes.

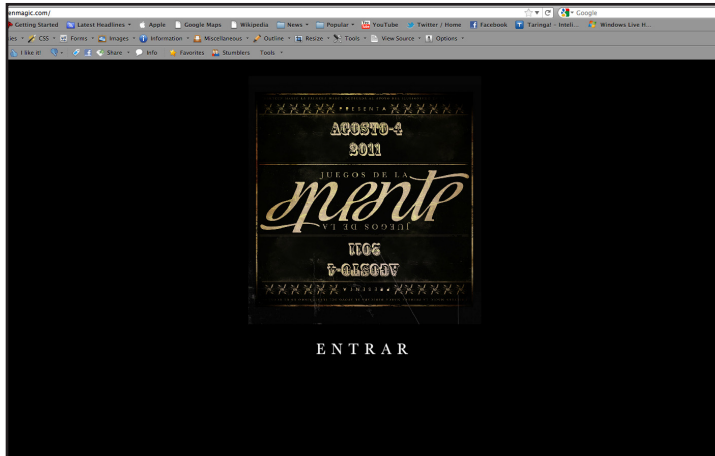
El video fue soltado en los canales de vimeo y youtube del artista el día 27 de Julio. (Ver DVD de Video en anexos, video 1).
Los afiches fueron pegados en la mariscal y diferentes restaurantes y centros culturales de la ciudad de Quito.

La página web fue desarrollada alrededor del diseño de personajes (conejo y pájaro) y el ambigrama, esta está en funcionamiento en la actualidad, la dirección de esta es www.thirteenmagic.com

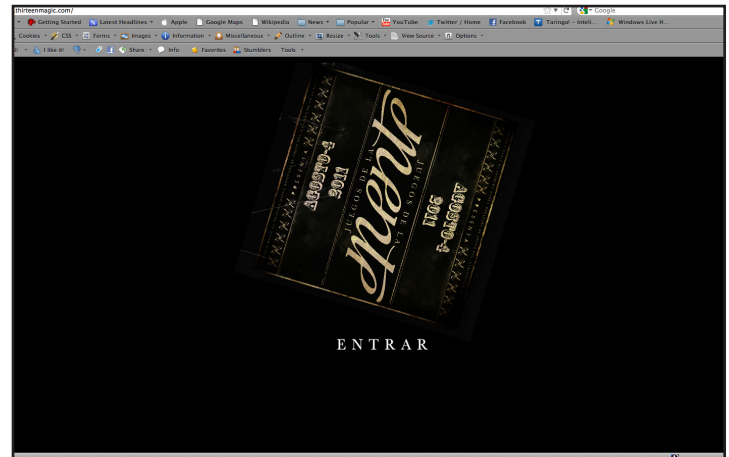
En las pantallas siempre están presentes los personajes, los links para redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube, Livestream) así como el nombre del artista y los links de navegación (Intro, El Proyecto, Contacto, Auspiciantes)

Todos estos elementos, es decir, afiches, flyers, página web y video forman un sistema de productos de diseño que más adelante se ampliarán.

Introducción - Ambigrama



Introducción - Ambigrama Animación



Pantalla Inicial - Links Redes Sociales



El Proyecto



Contactos



Auspicientes



Tercera fase. El evento (4 de agosto 2011 - Centro Cultural Metropolitano - 7:30 pm).

Para este día se realizó una versión más larga del video, incluyendo una entrevista al artista sobre la magia en el país. Se desarrolló un multimedia basado en la página web, el cual incluía este video y se lo entregó a la prensa junto a las tarjetas de presentación del artista. Todas estas aplicaciones se desprenden de la imagen que se creó para el proyecto y se aplicó en un principio en el afiche, para después ser aplicada en gigantografías, roll ups, multimedia, tarjetas de presentación y publicación.

También de diseñaron los gafetes para la seguridad de artistas y staff el día del evento.

Tarjeta de presentación



Se mantiene el estilo en cuanto a texturas utilizadas, y se aplica el nombre del artista. No se utilizan los personajes ya que son parte de un evento mas no del artista.

Cd Multimedia



Aplicación de ambigrama, ambigüedad trabajada con la marca Thirteen Magic y el nombre del artista

Gafetes



Aplicación de ambigrama. Se utiliza tipografía de palo seco para las palabras "artista" y "staff" para facilitar su lectura rápida. Carpintero menciona que no existe tipografía legible o no, sino que esta depende de cómo se la aplique

Se desarrollaron 2 roll ups, uno con cada uno de los personajes y una gigantografía de 3x4 metros, con el nombre del evento y el del artista.

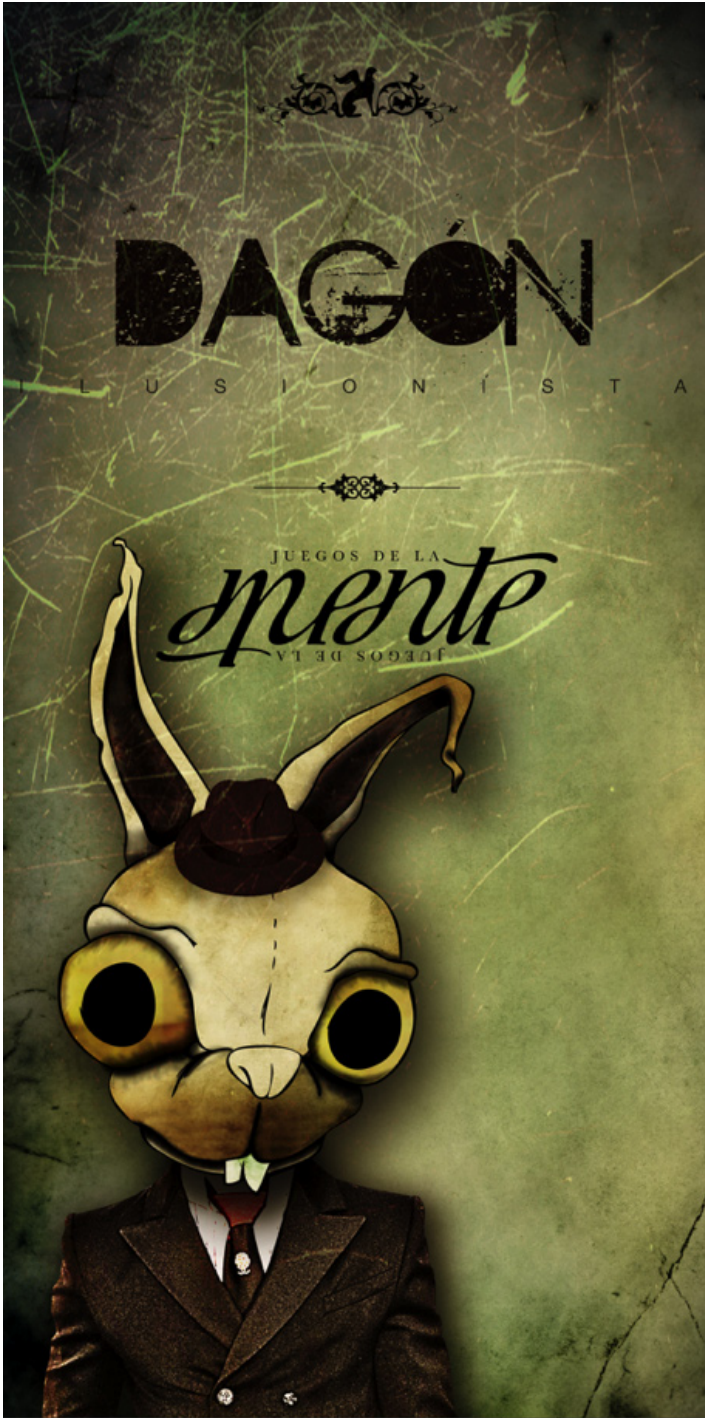
Gigantografía 3x4



Aplicacion -Gigantografía 3x4



Roll Up - Conejo



Roll Up - Pájaro



Finalmente, se diseñó una publicación (Ver anexos, Publicación), la cual consta con una pequeña reseña histórica de la magia en el país, términos y un listado de magos, con el fin de poder educar al usuario en cuanto a magia y magos en el país. Se imprimieron 1000 ejemplares de esta, los cuales fueron de distribución gratuita.

En la portada de la publicación, como había mencionado, se puede apreciar que el fondo es un mapa, donde se representa la llegada de la magia de Europa para los países de Latinoamérica. Esta también mantiene el estilo de diseño que se ha venido manejando en toda la propuesta.

Durante el día 4 de agosto, fue publicado en el portal Grafitat, en el comercio, también se promocionó el evento en el noticiero de

la mañana en el canal 4 y nuevamente en la tarde en el programa "En Corto". También en radio Universal y los 40 Principales.

Posteriormente el diario La Hora dedicó una página entera al evento. BG Magazine también estuvo presente en el evento. Con la campaña que se realizó el evento tuvo una acogida muy fuerte, asistieron más de mil personas aquella noche.

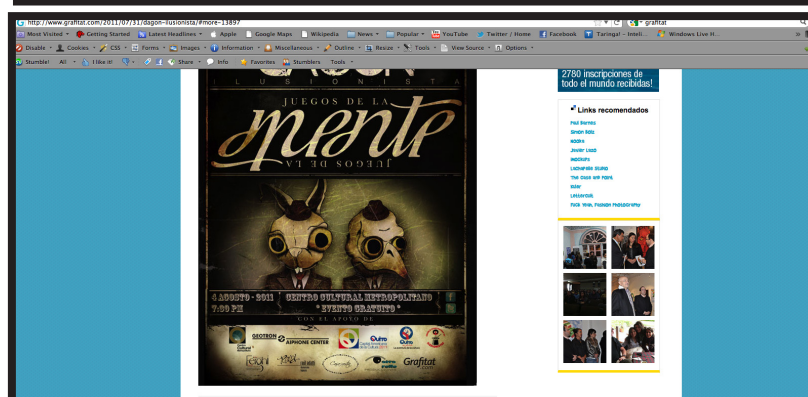
Portada



Hoja Interna



Grafitat



¡¡¡¡¡ PRESENTA DAGON LUSIONISTA

JUEGOS DE LA MENTE

FECHA: 4 de agosto del 2011
 SOCIAL: 20:00h
 CAPACIDAD: 200 personas (dentado)
 LUGAR: Centro Cultural Metropolitano - Quito

Subscripción RSS

Grafitat on Facebook

7,738 people like Grafitat

POSTER OF THE MONTH 2011
THE RIGHT TO EDUCATION
 2780 inscripciones de todo el mundo recibidas!

Links recomendados

El mundo
 Social 2011
 Social 2011
 Social 2011
 Social 2011
 Social 2011
 Social 2011

REPORTAJE A15

LA CHISTERA ABIERTA DE UN MAGO

El ilusionista 'Dagón' sin revelar sus secretos, explica cuál es la vida oculta de su profesión.

S... con sus trucos, Dagón, sin revelar sus secretos, explica cuál es la vida oculta de su profesión. El ilusionista Dagón, sin revelar sus secretos, explica cuál es la vida oculta de su profesión. El ilusionista Dagón, sin revelar sus secretos, explica cuál es la vida oculta de su profesión.

24 | CUADERNO 3 | EL COMERCIO | Quito | Jueves 4 de agosto del 2011

ESPECTÁCULOS

Especial Harry Potter sigue en las salas de cine del país. Ingrese y reviva la saga.

Audio Tres DJ de Quito rinden un homenaje a Joe Arroyo. Escuche sus mixes.

Video El hip hop se escucha en los buses. Mire a los artistas urbanos.

Más sobre noticias de Entertaimen en su celular

La magia de Dagón llega al C.C. Metropolitano

Ilusionismo, magia y risas se toman hoy el Centro Cultural Metropolitano, en las calles García Moreno y Espejo, de la mano del Mago Dagón. El espectáculo, titulado Juegos de la Mente, es gratuito y apto para niños, jóvenes y personas de la tercera edad. La velada cultural empezará a las 19:30, pero los organizadores solicitan a los asistentes llegar con 10 minutos de anticipación. Durante el ingreso del público, los organizadores entregarán la publicación sobre las artes mágicas, la cual será distribuida de manera gratuita. Juegos de la Mente tiene como finalidad difundir la magia como arte en Quito, designada Capital Americana de la Cultura.

En el show, el Mago Dagón desafiará a los asistentes a descifrar varios trucos. Varios de ellos están en la página www.thirteenmagic.com. Para este espectáculo, el público deberá dejar de lado el estrés del trabajo o casa, y dejarse llevar por la alegría del ilusionista. 'Juegos de la mente' cuenta con el auspicio de varias organizaciones: Grafitat.com, Orzollo producciones, Círculo Ecuatoriano de Ilusionistas, Centro Cultural Metropolitano.

Juegos de la Mente - 4 de Agosto 2011



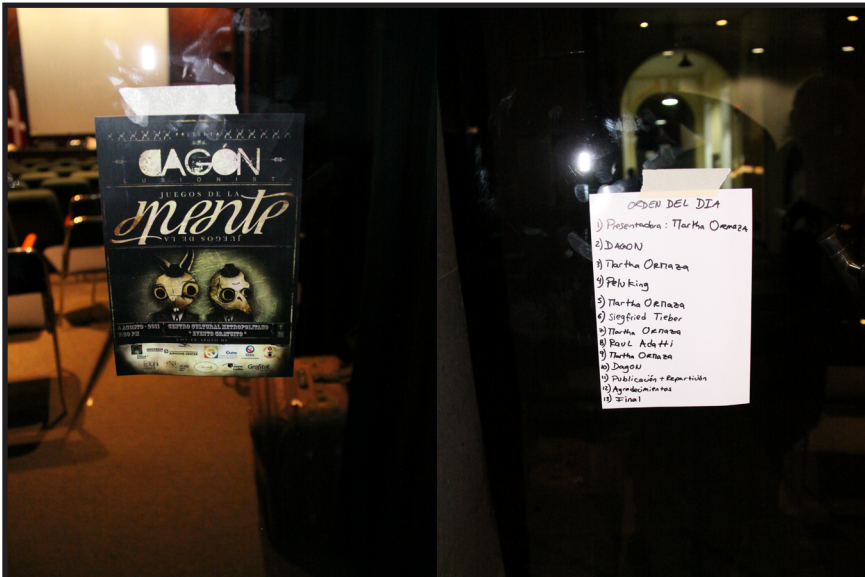
Juegos de la Mente - Montaje



Juegos de la Mente - Siegfried Tieber



Juegos de la Mente - Backstage



PRO
YECTO
PILOTO
RECO
MENDA
CIONES
CONCLU
SIONES

- Proyecto Piloto - Gestión de Diseño

Como se mencionó anteriormente, el proyecto piloto fue llevado a cabo el día 4 de agosto del año 2011 en las instalaciones del Centro Cultural Metropolitano (CCM) de Quito bajo el nombre "Juegos de la Mente" este fue un evento gratuito. Con el apoyo del municipio de la ciudad de Quito, el proyecto Quito a Pie y el CCM; también empresas privadas como, Geotron Cía. Ltda., Grafitat, Otro Rollo Producciones, Reino Mágico, Casanostra y el Circulo Ecuatoriano de Ilusionistas.

Se realizaron las tres fases de campaña, culminando con la aparición de la imagen diseñada en medios el día del evento tales como Canal 4, Noticiero de la Mañana y En Corto, Grafitat, El Comercio, Radio Universal y los 40 Principales. El montaje se realizó el mismo día. Se esperaba la asistencia de 300 personas, por lo cual se colocaron esa cantidad de sillas. El evento iniciaba a las 7:30 pm en punto.

La acogida superó las expectativas, el público empezó a llegar a las 5:00 pm. Para las 7:00 pm el lugar tenía más de 900 personas, se necesitó sacar 300 sillas más y lamentablemente 400 personas estuvieron de pie. Se calcula que

para el final del show, el cual duró una hora, habían mas de 1000 personas, solo asistentes, sin contar staff ni artistas.

Al finalizar el evento se repartió de manera gratuita, la publicación a los asistentes, para así concretar el objetivo del evento, el cual fue difundir la magia como arte. Actualmente la publicación ha sido solicitada para ser repartida gratuitamente en las ciudades de Cuenca, Guayaquil, Manta y Ambato. Así como también esta será publicada en el blog de Artes Mágicas más visitado de Latinoamérica.

Personalmente, considero que la campaña que se realizó tuvo gran impacto en el público objetivo es decir en los usuarios, tuvo gran acogida, y existieron buenos comentarios sobre la imagen del evento, sobre todo del ambigrama. Considero que crear una imagen fuerte para difundir la magia como arte ayudó a que el público pueda entender y formar parte de este crecimiento que existe en la actualidad a nivel artístico.

A continuación algunos comentarios previos y posteriores al evento, que algunos de los usuarios me hicieron llegar a través de la red social Facebook.



+ Select guests to invite

1562 attending [See all](#)

- Estefanía Tamayo Endara
- Mayafer Sanchez
- Camila Davila
- Maria Jose Ormaza
- Pyrocephalus Rubinos
- Chacha Sigi
- Gaby Chiriboga
- Bernardo Ruales Chieruzzi

324 maybe attending [View](#)

4,962 awaiting reply [View](#)

621 not attending [View](#)



Daniel Silva
ahi estare !!!!
29 July at 07:16 · [Unlike](#) · [Comment](#)

You like this.



Maria Jose Ormaza
juegos de la mente me encantoo :D felicidades
19 July at 09:44 · [Unlike](#) · [Comment](#)

You like this.



Mary Vanegas
Luchoooo me encantaria asistir jeje pero bueno desde Cuenquita te mando todos mis mejores deseos jeje.. que todo te salga super bien e impresiona a tu público con esa habilidad tan buena que tienes... un abrazooo... :)
19 July at 08:45 · [Unlike](#) · [Comment](#)

You like this.



Doris Salgado
Gracias... Asistiré apoyando a este increíble grupo de arte mágico; y por supuesto, con los ojos bien abiertos!!!
28 July at 00:27 · [Unlike](#) · [Comment](#)

You like this.



Gaby Chiriboga
Yo asisto de ley! =)
19 July at 09:52 · [Unlike](#) · [Comment](#)

You like this.



Omar Coloma de guan
19 July at 23:02 · Unlike · Comment

You and Christian Eskorbuto Rata Rabiosa like this.

Write a comment...



Camila Davila
see a ese sii voy! XD
20 July at 16:37 · Unlike · Comment

You like this.

Write a comment...



Mago Enrique Muñoz

Hola que tal Dagon. Es un gustaso saver que trabajan por la cultura magica en Ecuador. Quisa me sea impocible estar con ustedes, pero si vale de algo estare al tanto de lo que va a ocurrir en este evento... Por otra parte me encantaria poder adquirir un ejemplar de las publicacion que se presentara. Valoraria un monton que me gusrdes una que seguro me la entregaras personalmente cuando valla a Ecuador y aunque sea gratuita ya pagare por el detalle que tengas ok... Un abrazo y exitos colega... Ha, y guarda tinta en el tintero para que le plasmes el autografo tullo y el de Chacha ok...

20 July at 05:09 · Unlike · Comment

You like this.



Dagón - Ilusionista Enrique, que gusto! Acá te guardaremos un ejemplar para que puedas llevártelo! Un abrazo y gracias por tu apoyo! Estamos en contacto.

20 July at 07:14 · Like

Write a comment...

Daniela Ortiz

Today

te vi en el periódico! super que bueno que les hayan tomado en cuenta chicos!



Ascension Cuervo
Me gusta Besos
28 July at 05:41 · Unlike · Comment

You like this.



Santi Moreta Pozo
READY...!!!!
31 July at 15:38 · Unlike · Comment

You like this.

Write a comment...



María Fernanda Burbano Terneus
uhhh da uuna!! XD
02 August at 20:52 · Unlike · Comment

You like this.

Write a comment...



Gonzalo Suarez Delgado
si voy
22 July at 17:12 · Unlike · Comment

You like this.

Write a comment...



Kristian Toapanta Jaramillo
Llegando ando temprano para estar en primera fila... ahi nos veremos
03 August at 09:08 · Unlike · Comment

You like this.

Write a comment...



Majo Eguiguren
Ahí estaré, Casi Sharpie!!!
03 August at 10:50 · Unlike · Comment

You like this.

Write a comment...



Erick Rivadeneira Obregón
Una bestia :P
02 August at 22:17 · Unlike · Comment

You like this.

Write a comment...



Francisco Galárraga
Ufff esto se ve pro!
Thursday at 01:34 · Unlike · Comment

You like this.

Write a comment...



Sheikh Masum
congratulation...
26 July at 05:32 · Unlike · Comment

You like this.

Write a comment...



Paula Rodriguez
Vesijuee !



Cinco magos y sus películas favoritas
www.elcomercio.com

Antes de hablar de cine, un truco. "Escoge una carta", dice mientras muestra un mazo de barajas. "¿Listo? Devuélvela". Mueve y mezcla ...

9 hours ago · Unlike · Comment · Share · See friendship

You, Maria Jose Ormaza and Silvia Noriega like this.



Ivan Hernandez
alguna manera de reservar asistencia?
22 July at 21:13 · Unlike · Comment

You like this.



Dagón - Ilusionista Hola Ivan, chévere que quieras reservar, lamentablemente es un evento gratuito abierto al público, por lo que tendrá lugar quien llegue primero.

Pero tu tranquilo que tiene capacidad para 300 personas, como sugerencia te puedo decir que vayas a las 7:30pm en punto. De seguro nos encuentras a mi y mi equipo listos para darte la bienvenida. Gracias por tu apoyo! Te espero el 4 de agosto! un abrazo!
23 July at 14:40 · Like

Write a comment...



Paitou Mac
Te felicito Dagón :)
23 July at 17:17 · Unlike · Comment

You like this.



Jessaa Reinoso bien bien !!!
26 July at 12:14 · Like

Write a comment...



Bernardo Ruales Chieruzzi
Mucha suerte Dagón! Ahí estaré :D
24 July at 23:38 · Unlike · Comment

You like this.

Write a comment...



NiikoLe Moscoso
bien dagón! vamos ahi! felicitaciones :D espero estar sentada en los primeros puestos :D jajaja

27 July at 22:03 · Unlike · Comment

You like this.



Pablo Alejandro Araujo Guzman Felicitaciones espero estar presente estoy buscando compania
02 August at 20:15 · Like

Write a comment...

Dagón – Ilusionista
4.agosto.2011 – 7:30pm – Centro Cultural Metropolitano de Quito

Juegos de la Mente – Agosto 2011
www.youtube.com



30 July at 15:31 · Unlike · Comment · Share

You, **Santi Moreta Pozo** and **Tamara Oña** like this.

Santi Moreta Pozo ARRECHO LUCHITO CHISPEA FULL EL VIDEO
31 July at 15:38 · Unlike · 👍 1 person

Kristian Toapanta Jaramillo Excelente aporte, pero por favor ✕ ese código que ven en los afiches no solo es para los BB se lo conoce como código QR y se lo puede scanear con cualquier tipo de smartPhone
03 August at 09:18 · Unlike · 👍 1 person

Write a comment...

Se realizó un focus group posterior al evento, grupo que respondió preguntas a través de las páginas en la red social Facebook de los artistas. Dentro de los cuales se preguntó sobre la gráfica, y el por qué de esta. A lo que las personas respondieron acertadamente sobre los personajes y su intención. El público interpretó que los personajes son los animales más utilizados en la magia, allí donde entra a jugar la Metonimia y su relación con la magia al reemplazar objetos y mantener la misma lectura. En cuanto al ambiente, fue entendido y aprobado por el 98 % de

los integrantes del focus group. Ya que su lectura fue sencilla para los usuarios. Con respecto a la diagramación y estructuración de los artes, estos cumplieron con los objetivos planteados, los cuales fueron principalmente apoyar a la difusión masiva de la Magia como arte en la ciudad de Quito.

Dagón – Ilusionista
Amigos, necesito ayuda con algunas preguntas para sustentar la funcionalidad de mi proyecto, Juegos de la Mente!!!! Espero ayuden respondiendol!! Gracias!

¿Por qué crees que se utilizan como personajes a un conejo y un pájaro con estas características gráficas para un evento de magia? (ver afiche)



Profile pictures
by: **Dagón – Ilusionista**
1,042 Impressions · 1.15% feedback
Like · Comment · Translate · Share · 24 September at 10:15 · 🗨
5 people like this.

Bernard Herrera Soukup Creo que primero porque pájaros y conejos son animales tradicionalmente usados en trucos de magia. Luego, el que sea un cuerpo de humano con cabeza de animal es algo surreal y justamente sugiere una ilusión. También he visto una ilusión en la que la misma figura es un pato y un conejo, tal vez va por ahí:
http://en.wikipedia.org/wiki/File:Duck-Rabbit_illusion.jpg



File:**Duck-Rabbit illusion.jpg** – Wikipedia, the free encyclopedia en.wikipedia.org
This is a file from the Wikimedia Commons. Information from its description page...
[See more](#)

24 September at 12:25 · Like · Remove preview

Gabriel Suarez Creo que están vestidos así porque son los animales que se usan en la magia tradicional, (así con traje y sombrero) y sus ojos tan grandes porque ellos ven todo lo que pasa detrás de los pañuelos y las cortinas.
24 September at 10:43 · Like

Maggie Mae Castro xq son animales con los q se hacen trucos de magia conocidos, aunq salen sin terno!
24 September at 10:25 · Like

Santi Moreta Pozo yo considero que la elección es que, cuando una persona hace referencia a un mago se le viene a la mente, un conejo o paloma... y por ahí una que otra baraja, pero yo recuerdo que vi en un libro de cuentos cuando era pequeño que los magos utilizaban a los conejos por que, antes los conejos de campo cuando los buscaban ellos corrían y se escondían... y decían las personas del campo que desaparecían... y así creaban o inventaban sus cuentos de los túneles mágicos... lo cual al mago hace referencia a su sombrero... por eso pienso que puede ser como una insignia o algo característico de los magos.... Y en lo referente al pajarito no tengo una historia para acompañar a mi comentario =(

saludos
25 September at 03:12 · Like

Maria Alejandra Cox Rueda porque son animales pequeños, ✕ no muy grandes, de tamaño normal, tienen una apariencia tierna y amigable y creo que son inteligentes. A la mayoría de personas les gustan esos animales y creo que pueden llegar al público.
24 September at 10:35 · Like

Paula Lara un conejo o una paloma son las ilusiones mas populares en los trucos de magia, los animales salen del sombrero del mago, es algo tipico, pero si sacas como los cadaveres se da un toque de oscuritismo y misterio al proyecto!
26 September at 22:16 · Like

5 people like this.

Carolina Rodas no tengo idea pero tratandose de magia ✕ podría ser que el conejo y el pajarito siempre son animales que participan en los trucos típico saco el conejo del sombrero o digo una palabra y el pájaro vuela del pañuelo!!!por que la otra cosa sería que los magos que se presentarán fueran parecidos a conejos y pájaros pero la verdad no eran así que no creo !!!..... espero no este tan alejada de la realidad lo único que es claro que el afiche esta muy bueno!!!
24 September at 10:23 · Like

En cuanto a los objetivos, estos fueron cumplidos, se apoyó masivamente a la difusión de la magia a través de diferentes aplicaciones que se diseñaron y gracias a la gestión de diseño en la cual se basó el proyecto ya que si bien no existió ganancia alguna, todos los gastos fueron gestionados a través de auspicios económicos como en productos, desde el lugar hasta las publicaciones que fueron repartidas. Esto ayudó a que la prensa se fijara en el proyecto, y también, la gestión hizo que el evento sea realizado con éxito tomando en cuenta que el diseñador gestionó, diseñó y organizó el evento, sin necesidad de invertir dinero en el mismo.

Como se planteó en los objetivos específicos, se desarrolló y se aplicó un BTL en la ciudad de Quito para poder promocionar el evento que se aproximaba y al artista del cual se utilizó el nombre para posteriormente promocionarlo en el afiche y demás aplicaciones. Se realizó la apropiación de un evento de la Marca Thirteen Magic y se aplicó la grafica en este, en la campaña previa y durante el evento. Agregando como extra la gestión que se realizó para que acompañe a la propuesta gráfica y así lograr que el proyecto “Juegos de la Mente” sea un éxito.

En los usuarios quienes realizaron comentarios bastante positivos sobre el proyecto, se midió su nivel de satisfacción a través de redes sociales, como se demostró anteriormente así como a través de preguntas al final del evento como plantea Jan Carlzon en “el momento de verdad”, las cuales tuvieron comentarios halagadores.

Se pudo notar que las necesidades básicas plateadas en los primeros escalones de la Pirámide de Maslow detallada en la delimitación del usuario, fue resuelta, esto se concluye por la aceptación masiva de los usuarios y sus comentarios. También se resolvió esta necesidad por creatividad del ser humano detallada en la Pirámide de Maslow en los beneficiarios quienes en este proyecto fueron los magos de la ciudad de Quito.

Cinco meses después del evento, la difusión de la magia tuvo un auge notorio, se llevaron a cabo cinco shows importantes de magia en la ciudad de Quito, como fueron el de Bruno Tarnecci, mago peruano a quien se le entregó una publicación antes de su visita a la ciudad de Quito, con su show “Magia” durante el mes de

septiembre. El Dúo Uno y Medio, desde Argentina visitaron la capital durante el mes de octubre, invitados por la tienda de Magia, Magia.com.ec. cabe recalcar que anteriormente la tienda de magia Magia.com.ec invitó a un mago el cual tuvo una sola función bastante pequeña, en el año 2006.

El Mago Isaac, consiguió por primera vez una temporada de un mes de duración, durante diciembre en el Teatro del CCI. El Mago Siegfried Tieber así como el Mentalista Giovanni, consiguieron temporadas en el Café Burlesque, ubicado en la capital en el sector de la Mariscal. Este incremento de oportunidades se debió a la exposición mediática que se le dio a la magia como arte en la ciudad de Quito.

También como influencia del diseño aplicado en el proyecto piloto, los magos Siegfried Tieber, Raúl Adatti, Giovanni “El Poder de la Mente”, invirtieron grandes cantidades de dinero en diseñadores para generar una imagen personal como magos, papelería y demás elementos promocionales, videos, etc.

Actualmente el diseñador, creador de este TFC se encuentra rediseñando la imagen de la tienda de magia ubicada en Guayaquil “Magia Total” distribuidora de artículos de magia a nivel Latinoamericano y rediseñó la imagen de la marca Thirteen Magic.

En cuanto a shows, el mismo creador del TFC y organizador de Juegos de la Mente, organizó seis shows con un mago cuencano y otro argentino, sus nombres son Juan Estrella (ganador de dos premios a nivel latinoamericano) y Diego Minevitz respectivamente. Dos de estos eventos fueron llevados a cabo el 20 y 21 de enero del 2012 en la ciudad de Cuenca en el Teatro Sucre, y los cuatro restantes en la ciudad de Quito, uno el 24 de enero del 2012 en el Centro Cultural Agujón y tres en la Casa de la Cultura Ecuatoriana los días 26, 27 y 28 de enero del mismo año. El diseñador ya mencionado de este TFC también diseñó la imagen de dicho evento, cuyo nombre fue “Extravaganza”.

- Conclusiones

Es claro que la propuesta en la realidad, al tener contacto directo con el usuario funcionó, así como el producto que es la publicación y sus aplicaciones, los cuales, como ya se mencionó han sido solicitados para un blog importante dentro de la magia a nivel Latinoamericano y cuatro ciudades más dentro del país.

Considero que se aportó notablemente a la magia no solamente en la ciudad de Quito, si no en el país, ya que como se mencionó en el Proyecto Piloto, a raíz del mismo se han desarrollado una cantidad de eventos de magia en los meses posteriores a Juegos de la Mente, así como la influencia sobre otros magos para que hagan del diseño una disciplina participe de su carrera como artistas.

Previo a la elaboración de las 3 fases en las cuales se basó este TFC como estructura metodológica, se realizó un análisis de forma y metonímico a los afiches del libro Magic de la editorial Taschen, el cual contiene afiches de 1400 hasta 1950, en cuanto a las historia de la magia, de los cuales se seleccionaron 22 de los mejores exponentes en este arte para posteriormente ser analizados. De este análisis se pudo rescatar formas estructurales en la diagramación de los afiches que son acordes a la época, así como color y demás recursos metonímicos; con los cuales se trabajó la estructura del afiche y flyer promocional de Juegos de la Mente, así como sus aplicaciones.

Gracias a esto conjunto con la aplicación de recursos metonímicos, la teoría de la discursividad de Carlos Carpintero y el planteamiento de la imagen como discurso de Nestor Sexe se pudo configurar un sistema visual nuevo en el ámbito de la magia que dio resultados en los beneficiarios (magos) y en el usuario (público). Logrando, desde el punto de vista del diseño, que la gráfica interactúe con los usuarios, utilizando diferentes recursos y técnicas para generar la expectativa deseada y así lograr los objetivos que claramente fueron cumplidos.

- Recomendaciones

Mis recomendaciones en cuanto a la imagen serán cambiar la D de Dagón, y colocarla como debe ir ya que de cada 20 personas 1 leía la palabra “cagón”. Esto causa que, además de desvirtuar el mensaje, se lea una palabra negativa en el contexto de la sociedad Quiteña, por lo que para los últimos productos si se dio la vuelta al la letra D.

En primera instancia se había planteado utilizar un modelo de campaña publicitaria llamado J’aime, j’aime, j’aime, pero se desistió de aplicarlo ya que se desarrollaron las tres fases de diseño y campaña para el evento, el cual tuvo un gran resultado.

Se pudo comprobar que, de manera abstracta los usuarios entendieron que se utilizó el recurso Metonímico de Diseño, la Metonimia de Causa por Efecto, al remplazar a los animales por magos, ya que los animales (pájaro y conejo) son animales muy representativos de este arte. Se realizaron preguntas a personas que asistieron al evento, cuyas respuestas fueron positivas con respecto a la gráfica.

Creo que una de las fallas en la publicación fue la diagramación de la misma ya que resultó muy monótona, por la falta de la imagen de cada mago, el uso de esta se descartó ya que como se recopiló información de varias partes del país, hubiese sido complicado homogenizar la calidad de las imágenes de cada mago. También detecté una falla en confiar en la ortografía de cada mago en sus entrevistas que fueron enviadas por correo electrónico, lo cual causó problemas en las publicaciones.

BI BLIO / GRAFÍA

Barthes, Roland. Entrevistado por L'Express,1970. Citado en: CARPINTERO, Carlos. Sistemas de Identidad. Editorial Argonauta, Buenos Aires, 2007.p57.

BBC Bristol Documental. History of Magic, Close up magic. Documental. Reino Unido.

CARPINTERO, Carlos. Sistemas de Identidad. Editorial Argonauta, Buenos Aires, 2007.

Carta, Mago Magnalucius, despedida final. 9 marzo 2009

David Blaine. What is magic? Video Online. EEUU.

ESQUEDA, Román. El Juego del Diseño. Editorial Designio, San Andrés, 2004.

Fundación Teatro Sucre. Calendario. Internet. <http://www.teatrosucre.com/calendario/calendario.php>. 11 de diciembre. 2009.

Lakoff & Johnson,1991:75. Citado en: ESQUEDA, Román. El Juego del Diseño. Editorial Designio, San Andrés, 2004.p47.

Maslow, Abraham H. The Psychology of Science. Gateway Edition 1.95 ed. Chicago: Henry Regnery Company, 1969

ORTIZ, Darwin. Strong Magic (La Buena Magia). Ortiz Publications. Estados Unidos. 1995

Oskiper. Entrevista Exclusiva René Lavand. Internet. <http://blogdemagia.com/2008/08/20/rene-lavand-entrevista-exclusiva-parte-3/>. 19 de febrero. 2010.

Real Academia de la Lengua Española. Internet. http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=sin%C3%A9cdoque. 11 de febrero. 2010.

Real Academia de la Lengua Española. Internet. http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=h%E9roe. 12 de mayo. 2010.

Revista Xona. La Ilusión perfecta un toque de magia. Internet. http://www.xona.ec/noticiaXO.asp?id_noticia=1250&id_seccion=48. 11 de febrero 2010.

SEXE, Néstor. Diseño.com. Editorial Paidós, Buenos Aires, 2001.

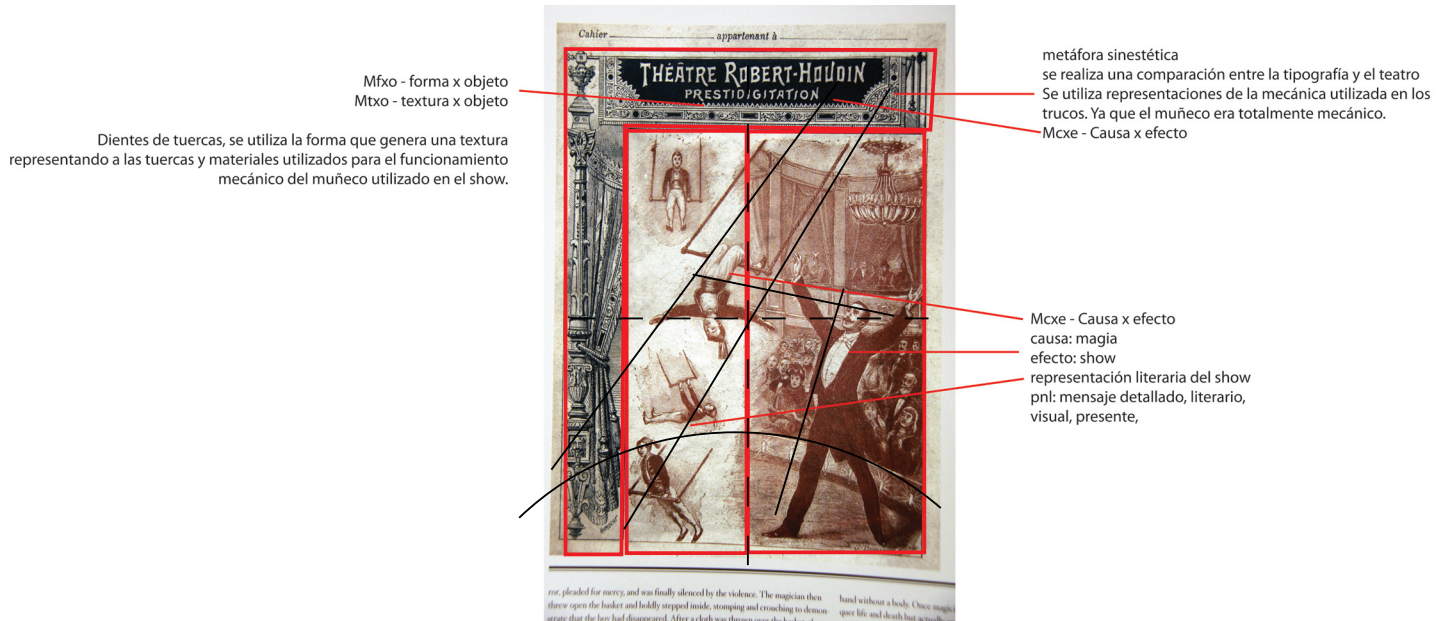
Ullman,1987:246. Citado en: ESQUEDA, Román. El Juego del Diseño. Editorial Designio, San Andrés, 2004.p47.

Varios Autores. Magic 1400s - 1950s. Taschen, Alemania, 2010.

Wittgenstein,1988:203. Citado en: ESQUEDA, Román. El Juego del Diseño. Editorial Designio, San Andrés, 2004.p37.

Wong, 1992: Citado en: ESQUEDA, Román. El Juego del Diseño. Editorial Designio, San Andrés, 2004.p17.

**ANEXOS
ANÁLISIS
CARTELES**

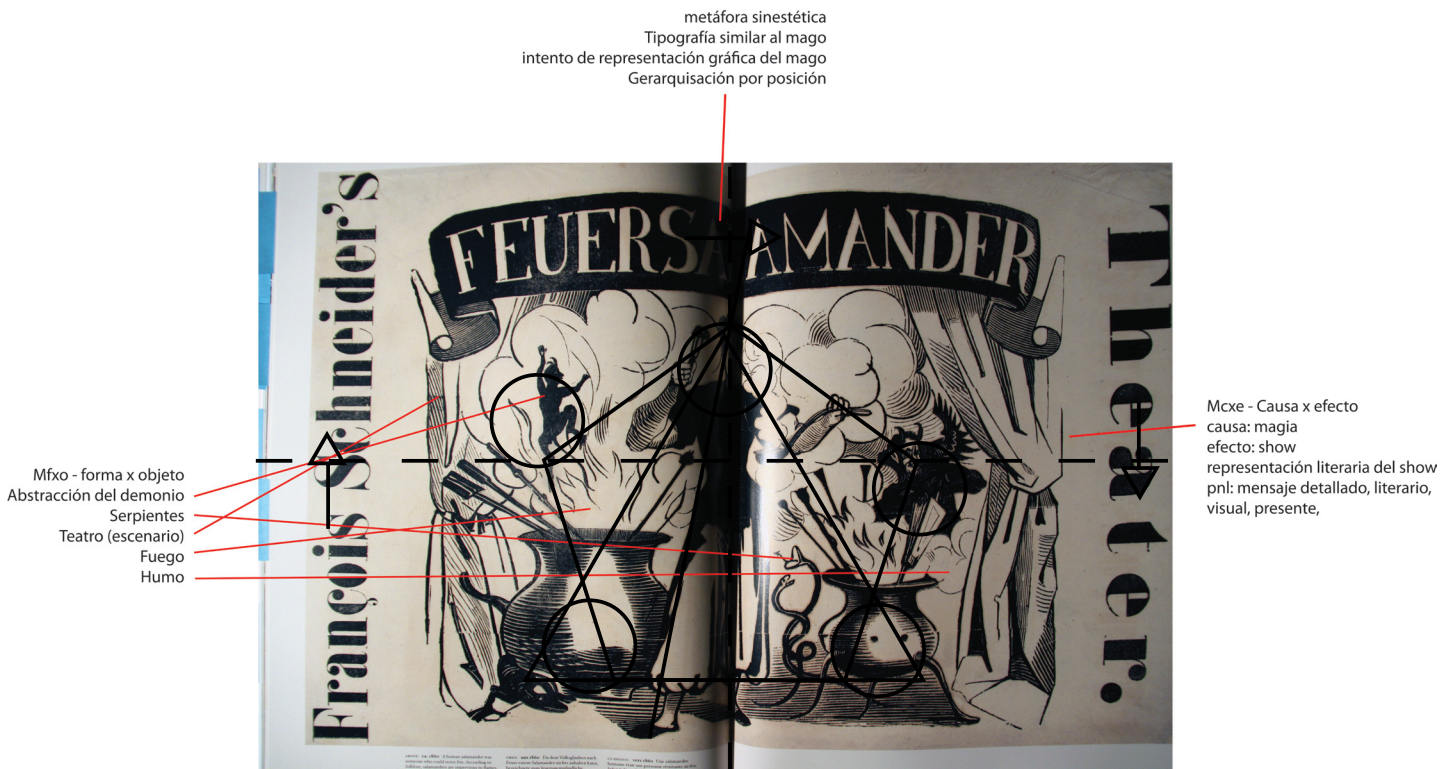


Dentro del afiche se pueden encontrar tres partes fundamentales.

En primer lugar, el texto acompañado por una representación de lo que es el teatro con colores metálico ya que en el efecto que presenta este cartel, se utiliza este mecanismo. Existen abstracciones de mecanismos, y una pequeña fracción del teatro con sus columnas y telón.

En segundo lugar está una infografía de lo que va a suceder en el espectáculo, demostrando paso a paso las habilidades de este hombrecito el cual no es humano.

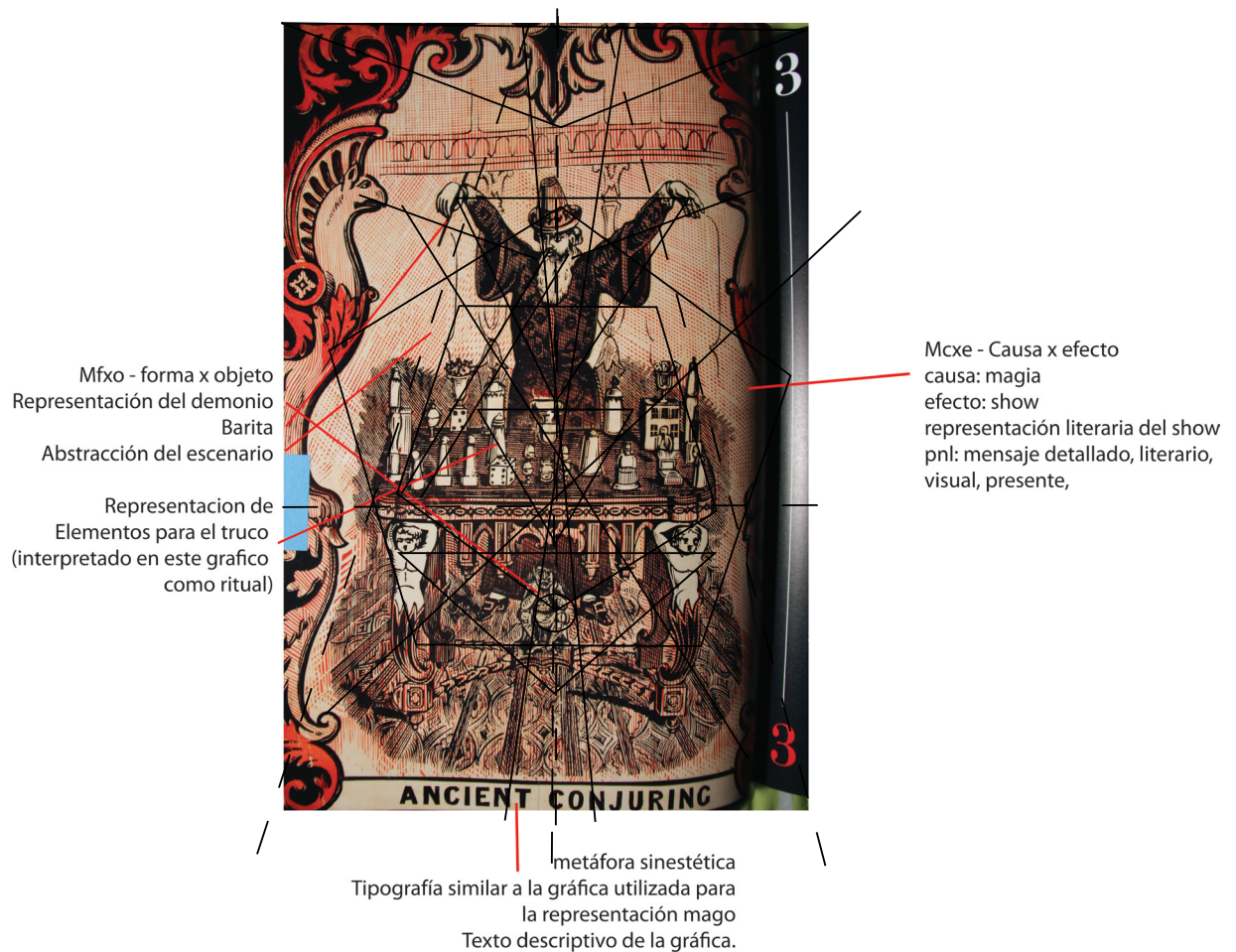
Finalmente en escena se representa al artista o mago quien es admirado por el público. Por lo que se podría decir que en un aspecto amplio es una especie de infografía ya que describe en 3 pasos al evento.



Nuevamente en este afiche se puede destacar la presencia de 3 elementos principales. Estructurados de manera triangular.

Pero la lectura no está dictada por estos, sino por los 3 textos que bordean el afiche, por lo que su peso en cuanto a tamaño y contenido es más fuerte.

Dentro de la imagen se puede ver una representación bastante surreal donde no puede faltar el demonio y la similitud al infierno y sus calderas. Se utilizan varias abstracciones para representar una imagen literaria del show. El mago, a pesar de que no se puede apreciar mucho, es la imagen que predomina, central, enviando el mensaje de comodidad con respecto a la situación y de tener todo bajo control, a pesar de que aparentemente es un caos.



El afiche, siendo una sola gráfica tiene una representación de lo que va a suceder durante el show. Predomina el número tres y las formas triangulares entre los elementos más importantes los cuales son los puntos de interés para el usuario.

Se encuentra la representación del demonio como ayudante o cómplice del mago. Se encuentran también formas orgánicas al rededor, como representación del teatro donde se lleva a cabo el acto. Estas formas ayudan a dar una mejor lectura, más fluida al cartel. el ritmo está dictado por la vista de los integrantes y el peso visual de los elementos.

Elementos principales: (mago, mesa con preparativos y demonios)

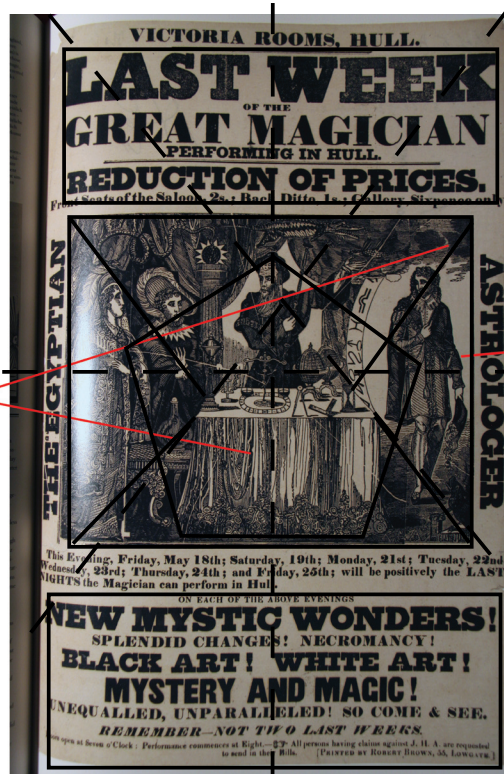
Existen dos serpientes con cabeza de ave a los lados del mago los cuales lo miran fijamente y dirigen la vista del usuario al centro generando tensión y llevando la atención a los 3 elementos.

A su vez se encuentra una forma triangular en la expresión del mago que se encuentra realizando su acto, esto mas la mirada del mago lleva al usuario a leer el siguiente elemento, la mesa.

En la mesa se puede encontrar una simetría en cuanto a peso visual, peso y cantidad de elementos entre los dos lados donde también se encuentran formas triangulares. Dando paso al siguiente elemento que se encuentra bajo la mesa, el demonio.

Bajo la mesa se da la interpretación o mensaje, de que, tras todo lo que realiza el mago está basado en el infierno y la relación con los demonios. Ya que se puede interpretar a los hombre en llamas en cada tapa y el demonio en el centro. Fortaleciendo este mensaje predomina el contraste entre negro y rojo con sus gamas. Lo cual le da un anclaje con respecto al concepto del infierno.

Mtxo - textura x objeto
 Textura simulada de tela,
 textura de nubes



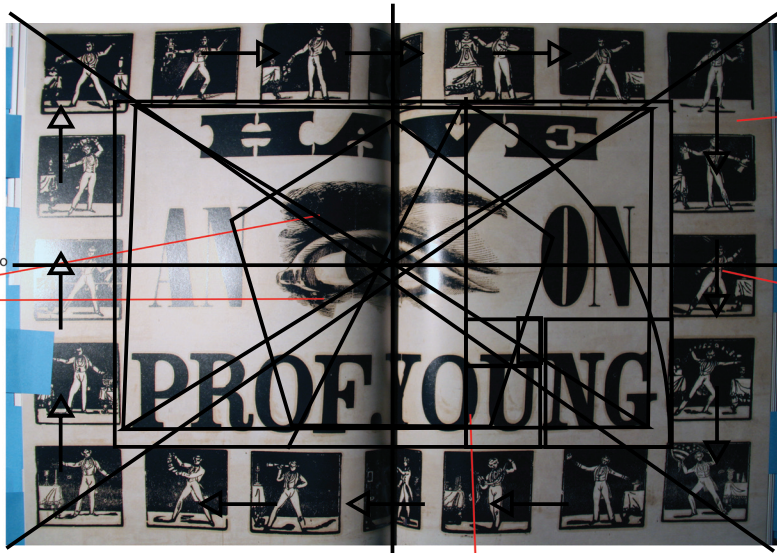
Mcxe - Causa x efecto
 causa: magia
 efecto: show
 representación literaria del show
 pnl: mensaje detallado, literario,
 visual, presente,

Si bien el cartel no tiene estructuras triangulares está dividido en tres partes. El texto individual el cual introduce gráficamente al mago iniciando con una tipografía pesada, gruesa y con esquinas redondeadas, lo cual la hace más agradable a la vista ya que las puntas se interpretan como “malo”. La frase “great magician” tiene diferente tipografía más delgada y más puntiaguda para no restarle importancia y poder ser distinguida por el cambio de tipografía y terminaciones en punta. En segundo lugar está la gráfica la cual converge en el centro por cromática ya que en el centro se encuentra una mesa donde predomina el color blanco, mientras que en el resto del gráfico se puede ver que existe más detalle que genera textura visual y lo hace más negro. Las dos palabras a los lados del gráfico, debido a su posición, hacen que la lectura sea más lenta y la dificultan.

El tercer y último elemento es la caja de texto inferior, por su peso visual generado por la tipografía utilizada que le da estabilidad y peso.

Simetría

Mtxo - textura x objeto
 Textura cejas,
 textura piel



Mcxe - Causa x efecto
 causa: magia
 efecto: show
 representación literaria del show
 pnl: mensaje detallado, literario,
 visual, presente,

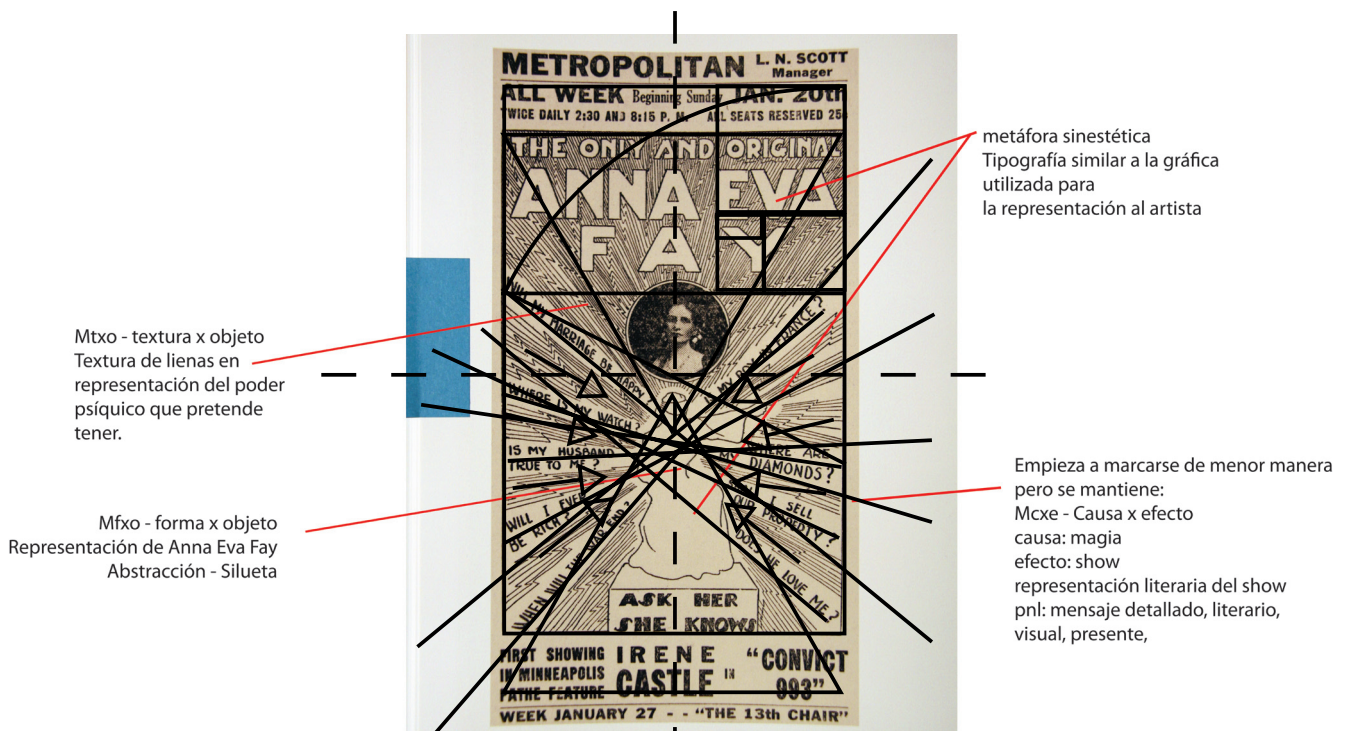
Mfxo - forma x objeto
 Representación del mago
 en cada etapa del show

metáfora sinestética
 Tipografía similar a la gráfica utilizada para
 la representación mago

Si bien este cartel promocional de magia tiene una estructura rectangular, se puede observar que existe tensión en el centro por lo que he trazado triángulos dentro del rectángulo interno para poder observar la estructura que dicta el ritmo de lectura. Este ritmo de lectura está dictado por la tensión ya mencionada, por el peso visual del ojo, ya que tiene un tamaño superior a cualquier otro elemento dentro del cartel. También porque se ha reemplazado a la gráfica del ojo por la palabra “eye” u “ojo”.

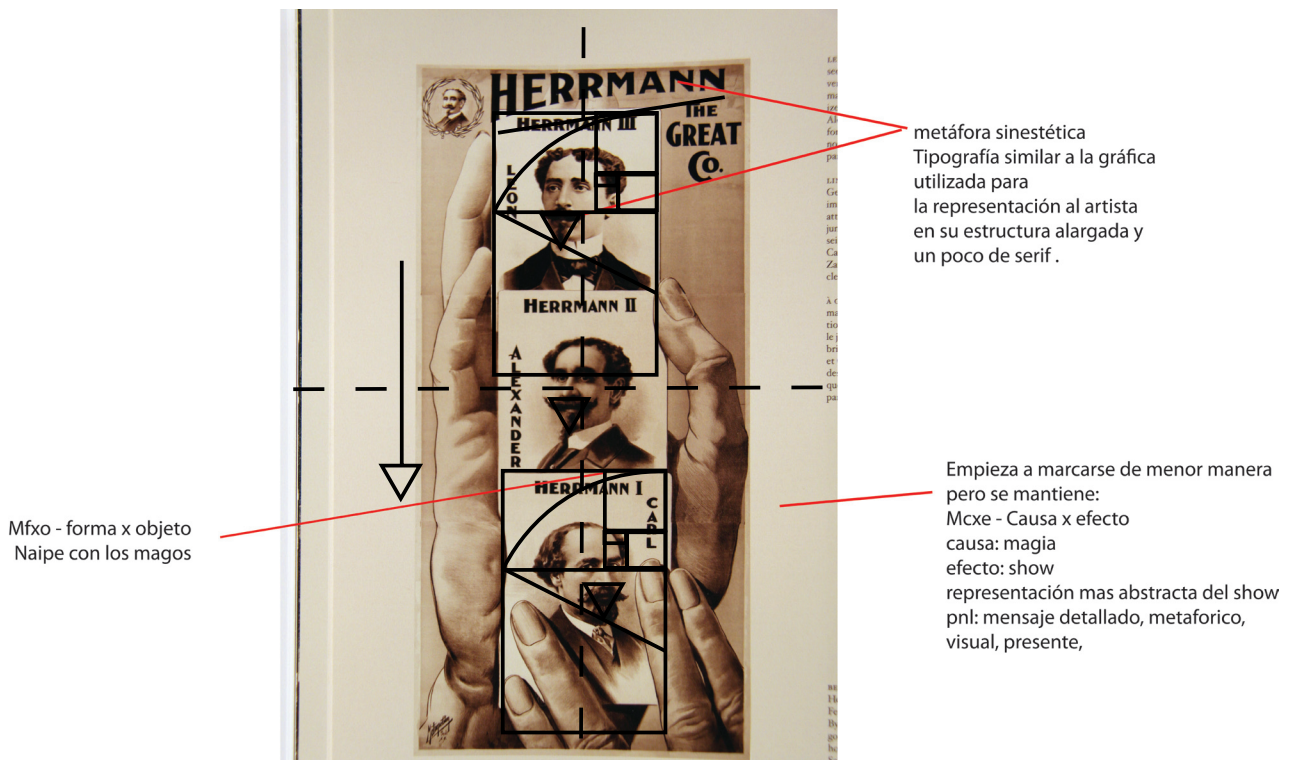
De manera que el primer elemento leído por el usuario es el ojo para luego comenzar a leer “have” luego bajar y leer “an eye on” y finalmente leer “prof. young”. La lectura es lenta debido a la distorsión de la tipografía y al espacio muy marcado entre cada frase. Por este motivo también se puede identificar a los elementos principales, como 3, a cada línea del texto. “have” “an eye on” “prof. young”

En segundo lugar pero no menos importante se encuentra la infografía que relata cada paso del show e interpreta cada truco acompañado por una representación gráfica del mago. La lectura es circular y fluida ya que una imagen tiene relación con la otra.



El cartel tiene estructuras triangulares y radiales que convergen en la cabeza de una abstracción de la artista. Existen tres elementos principales. El primer bloque de texto, donde consta el nombre de la artista (texto sin relleno) es el primero. Previamente a esto, el ritmo de lectura comienza a dictarse por el texto informativo que se encuentra sobre la gráfica, el cual está jerarquizado por tamaño dándole más importancia según el grosor y tamaño de letra. En segundo lugar, el nombre de la artista se encuentra sin relleno para que pueda formarse sobre el fondo que es radial y lleva la vista hacia el centro del afiche. El tercer elemento que lee el usuario es la fotografía (representación más cercana) de la artista. Para concluir con la tensión generada en el centro. Finalmente la lectura se relaja y se expande hacia abajo para poder leer el resto de información.

La mujer está representada por una abstracción de su forma rodeada por preguntas que solo un psíquico puede responder para que el usuario pueda recibir correctamente el mensaje del contenido del show. A su vez el texto genera anomalía en la trama radial del fondo pero llevan la vista hacia la mujer, representando que la mujer tiene las respuestas. En cuanto a la abstracción, la mujer está vendada los ojos signo de que puede adivinar las cosas sin verlas y está señalando firmemente, con su cara, mano y rodilla a la supuesta respuesta, a manera de recrear mediante la gráfica el show. Se encuentra sobre un pedestal para dar la imagen de superioridad sobre la audiencia, considerando la significancia que es estar sobre un escenario y mirar hacia abajo al público. (gente normal) La trama de fondo también cumple el papel de representar el poder mental que posee la mujer. Texto sin serif, estable, fuerte y pesado para enviar un mensaje de seguridad al público en lo que la artista asegura poder hacer de manera sobre natural.



Dentro de este cartel, se puede ver el patrón de utilizar 3 elementos gráficos principales, si bien este no utiliza la estructura triangular que se encontró en los anteriores. Encontré similitud en la barba y bigote de los tres magos, utilizada en la época, de forma triangular. Las cuales ayudan a la fluidez de la lectura que se realiza de arriba hacia abajo.

Comenzando por el título que es el apellido de los tres artistas, este se encuentra inclinado hacia arriba de izquierda a derecha, lo cual se decodifica como crecimiento y positivismo. A continuación la lectura baja uno por uno los naipes con ayuda de las flechas dibujadas por las barbas y por el ritmo que generan las manos que al final también crean tensión en el lado derecho inferior del afiche para dar salida y finalizar la lectura.



Este afiche, bastante antiguo y mal tratado, está dividido en 3 partes principales como los anteriores. Se utilizan 7 diferentes tipografías, y el ritmo de lectura por peso visual es un poco diferente a los demás.

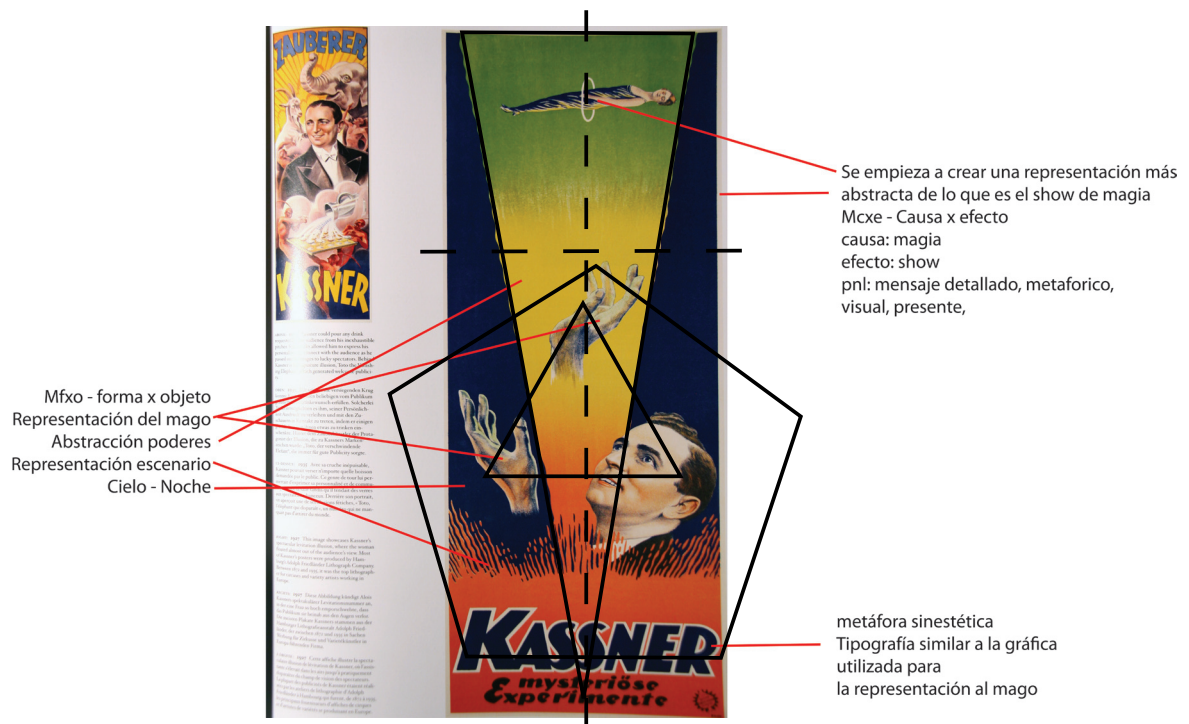
Se genera tensión de arriba para abajo de izquierda a derecha pero la información inferior izquierda queda anulada y es leída si se necesita más información. Es un elemento complementario. Existe también una distribución triangular, pero no mantiene la simetría que guardan la mayoría de afiches. El primer elemento, el nombre del mago, guarda relación "de escritura y pronunciación" ya que solo cambia la "LL" por la "Z". De igual manera tienen un ritmo similar. Continuando por la terminal de la letra "R" y la anomalía que crea la cabeza en el color rojo, provoca que el usuario baje a ver la gráfica que representa al mago.

Finalmente el usuario va para el lado izquierdo, con información complementaria y más detallada de lo que va a ser el show. Sucede esto ya que al utilizar diferentes tipografías bastante delgadas, el peso visual de la imagen del mago y la tipografía donde está escrito su nombre son más fuertes.



Ya que encontré estructuras triangulares en los afiches anteriores, decidí buscar las formas triangulares de las líneas que causan tensión en el cartel y dirigen la vista del usuario. Como en casi todos los carteles, existen 3 elementos cuyos pesos visuales los convierten en principales. Existe tensión en el centro del afiche a pesar de ser bastante abstracto. (Bola de colores, mago y nombre de mago). La lectura inicia directamente con el mago ya que las líneas que salen de los si bien representan los poderes haciéndolos más tangibles para que se vea como literalmente “sale del mago”, son las encargada de llevar al usuario hacia el centro del cartel, es decir a las manos y cara del mago, donde la mirada del mago, como en otros afiches, es retadora y directa a quien lo está observando.

Entre las líneas “verticales” por darles un nombre, es decir las líneas que salen de la mano inferior del mago, una de ellas atraviesa en diagonal los tres elementos culminando su recorrido en el nombre del mago, el cual es bastante pesado por la tipografía utilizada. Entendido ese mensaje, de los poderes y el poder que tiene el mago, la fuerza reflejada en la tipografía. También existe una expresión corporal representando una pose muy clásica en la magia, una mano en la frente y la otra diciendo “alto” ya que está a punto de adivinar algo.



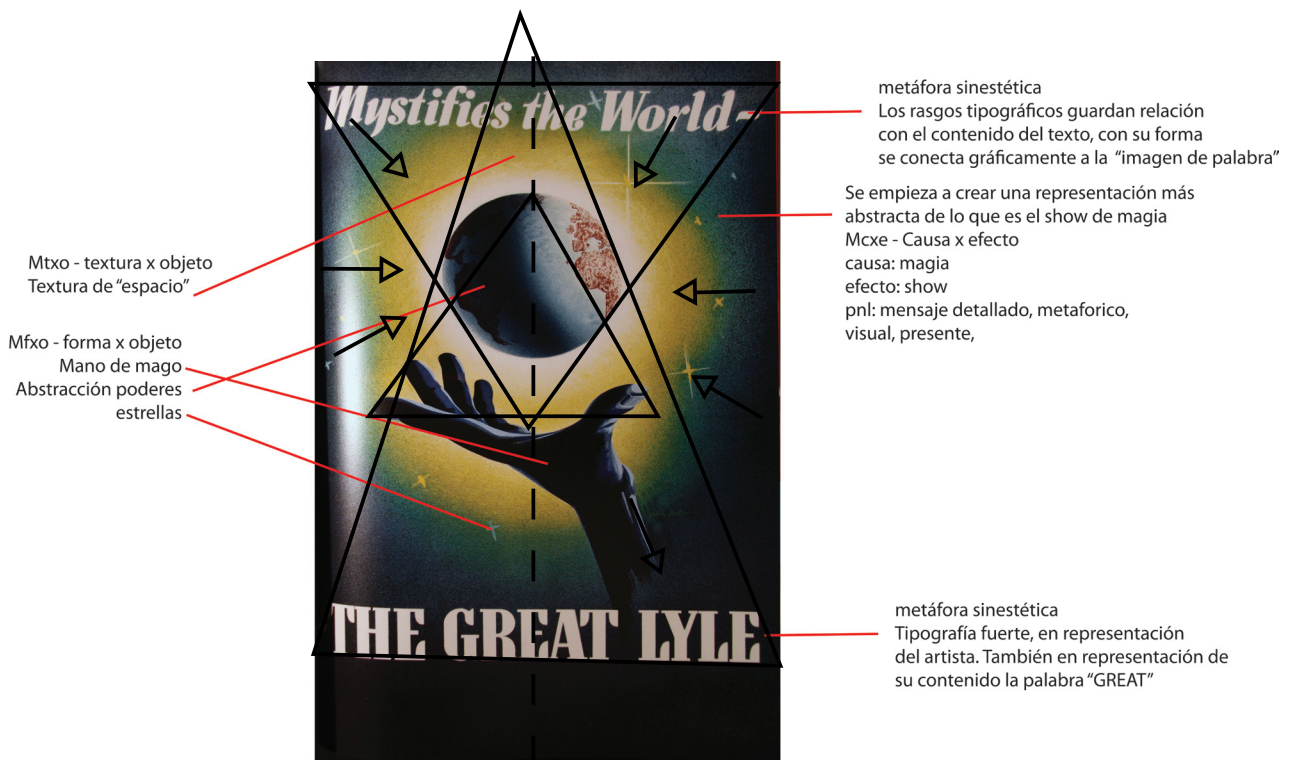
Dentro de este afiche, se encuentra una estructura triangular ubicando a tres elementos principales, repetición que se da en casi todos los afiches analizados. (mujer, mago, nombre) Elementos que tienen más peso visual. Nuevamente se genera tensión hacia el centro del afiche ya que es ahí donde se encuentra el mago. El ritmo de lectura que se maneja es vertical, de arriba hacia abajo. En primer lugar la mujer que lleva un aro al rededor de su cintura elemento que es interpretado como prueba de que no hay nada que ayude a que esa mujer se suspenda en el aire.

El cual es el primer mensaje codificado para el usuario. Después se verá al mago, quien está ubicado dentro de una estructura triangular también. Este, con sus manos, gráfica que él es quien hace que esto suceda con la mujer. Aun que la mirada del protagonista, y quien es el punto de interés, estén hacia arriba, la tensión del cartel termina en el nombre del mago que se encuentra en la parte inferior del afiche.

El espectro de luz que irradia el mago es una representación gráfica, abstracta de los poderes que tiene el mago y la fuerza que debe ejercer con su mente o de concentración para poder hacer que la mujer levite. Esto se ve reflejado en el cambio de colores desde el rojo, hasta el verde. Haciendo esto implícito en la transición de colores por el naranja y el amarillo.

El peso visual del afiche está distribuido de igual manera en los dos hemisferios de este. Existe, en el color rojo, es decir la base del afiche, la parte inferior, una representación de ondas o llamas del mismo color las cuales codifican el mensaje de que el mago debe hacer un esfuerzo "sobre humano" para lograr esto.

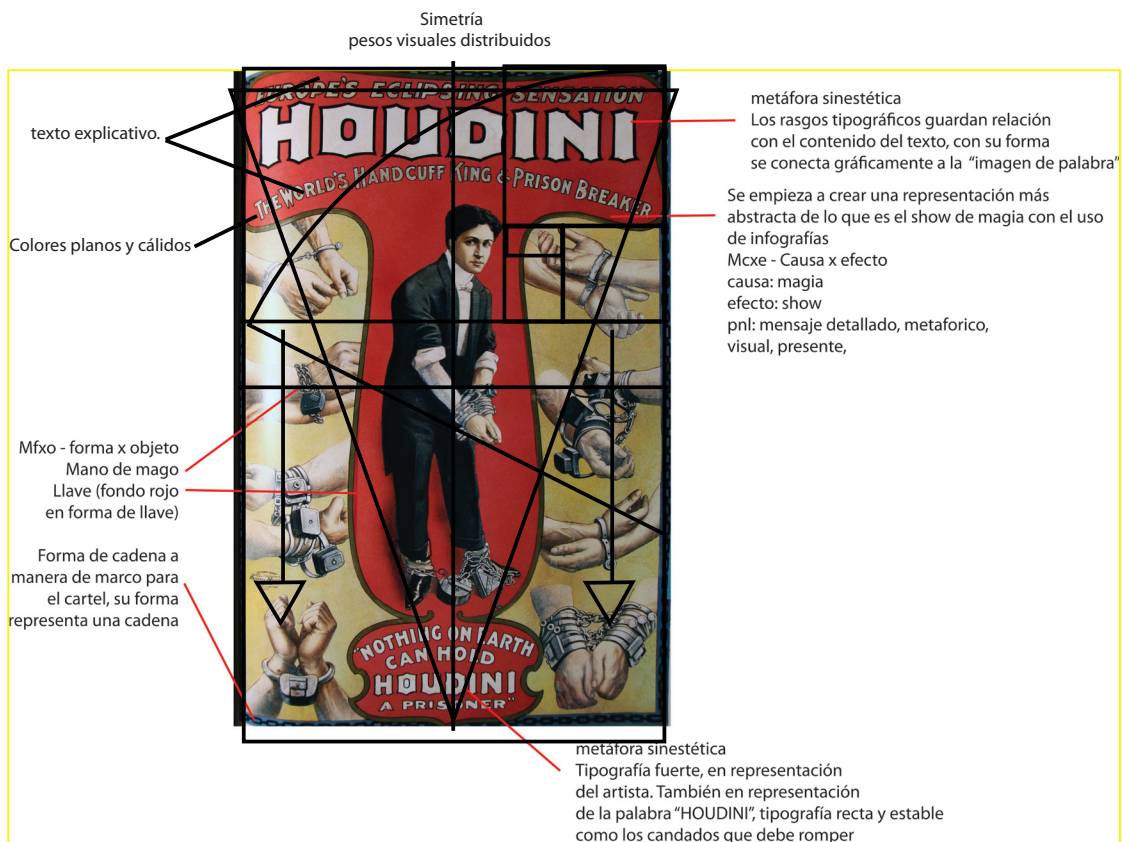
La tipografía es pesada, recta pero con una ligera inclinación hacia la derecha para hacer que la lectura pueda ser más rápida pese a la rectitud de sus trazos y la falta de serif.



La estructura del cartel está basada en formas triangulares predominando el número 3 como en los anteriores. Tres elementos principales determinados por peso visual y por su relevancia dentro del mensaje codificado. (Mundo, mano y frase "the great lyle") Este afiche se encuentra más minimalista que los anteriores, el ritmo de lectura es vertical de arriba hacia abajo. Existen dos tipografías la primera para una lectura rápida e introductoria por su inclinación y sus terminaciones. Dando así paso a la imagen central la cual es una representación gráfica de los poderes sobre humanos del artista. Sobre humanos ya que se utiliza al mundo que flota sobre una mano, enviando un mensaje de superioridad. Esta gráfica es el punto de interés por estar ubicada en el centro y por ser la única que transmite el mensaje visual, apoyado por los textos en cuanto a forma y contenido.

Finalmente, la lectura culmina en el texto inferior, la mano lleva la vista a este y también el peso del mismo dado por el tamaño de la tipografía, el grosor y sus trazos rectos, que es interpretado como estable y pesado visualmente hablando. La mano está perdida en el "negro" interpretado como oscuridad y el resto del universo dando sensación de grandeza y de poder superior en el mundo. Fuerza de dominar a profanos o público. La cromática del fondo del afiche también genera tensión hacia el centro de este, de manera radial ya que utiliza un degradé desde el color negro hasta el blanco, pasando por una gama de colores pero los que predominan son el azul, y el amarillo; en su camino de negro a blanco.

Dándole así más importancia al mundo ya que tiene un resplandor blanco por detrás.



Nuevamente se presenta una estructura triangular ahora determinado por la cromática. Generando tres elementos principales (HOUDINI, gráfico del mago, detalles del show) que se leen de forma vertical. La "T" que se forma con el color rojo, es una abstracción de una llave, instrumento que debe utilizarse para abrir los candados que usa el escapista, pero él no las utiliza en su ilusión.

Dando un mensaje de que "Houdini es la llave para escapar de estas cadenas y candados".

Al rededor se puede encontrar el uso de una infografía como plano secundario, describiendo las habilidades del escapista. Esta parte utiliza un color con menos saturación y menos fuerza para colocarlo visualmente en segundo plano, por lo que en el ritmo de lectura esta infografía será secundaria.

El ritmo de lectura está generado por el peso visual de los 3 elementos principales descritos anteriormente y por la fuerza del color rojo en contraste con su fondo, a eso se suma la forma triangular que direcciona la lectura hacia abajo de manera rápida ya que genera tensión al final del cartel por tener la punta en esa dirección. En cuanto a la tipografía utilizada para este fin, se puede ver que visualmente existe una concordancia entre la tipografía y la forma tanto del cuerpo como de la cabeza del escapista. Tipografía gruesa y pesada que ayuda a la dirección de la lectura y armoniza con la gráfica representativa del escapista. Al contrario del texto explicativo.

**ANEXOS
ENCUESTAS
TAS**

Resultados de Encuestas realizadas. (Total de encuestas 439)

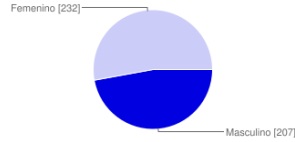
439 responses

Summary see complete responses

Edad

43 22 20 23 22 23 25 19 20 23 22 22 20 28 23 23 39 37 18 22 23 20 21 19 20 21 21 22 17 22 20 22 23 24 21 23 19 23 22 21 21 26 19 22 22 14 21 21 23 23 27 22 años 23 23 21 21 20 18 30 24 años 25 25 17 22 15 23 39 33 23 38 20 21 23 27 31 25 22 34 34 23 23 19 25 19 23 ...

Sexo



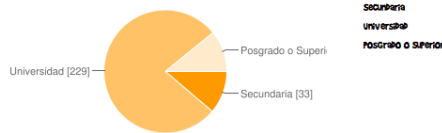
Ocupación

Asesor Gráfico estudiante estudiante estudiante estudiante Relaciones Públicas Músico/Pedagoga estudiante estudiante estudiante estudiante estudiante estudiante Inc. Gestión Hotelera Psicóloga Clínica estudiante ...

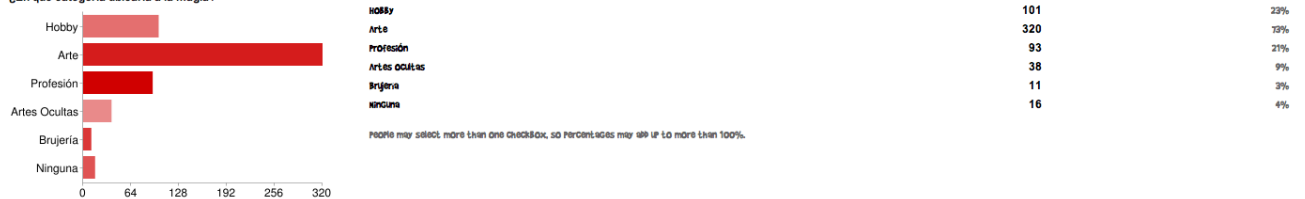
Sector en el que vive

Sanja Liza Betan Bajo Las Casas Coñavi González Suarez Montserrat Nicolás Uribe el Conde la Luz Tunabaco Floresta Mercedes la Luz Betan Ponciano Alto Bellevista Solca Floresta Valle de Los Chillos LA MARISCAL la flor ...

Nivel de Educación



¿En qué categoría ubicaría a la magia?



¿Sabes usted desde cuándo se practica la magia en Quito?

no no no no no exactamente no desde hace 5-6 años me enseñaron tem acerca de magos, escuelas y grupos ocultos de magos pero sin embargo vi mucho más tiempo no no no no no hace más de 10 años creo no no no no no si ...

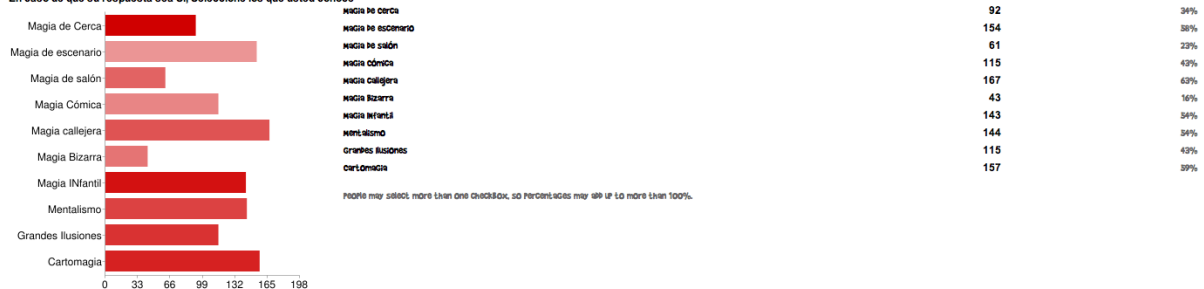
¿Conoce cuántos magos existen en la ciudad de Quito?

no no no no no exactamente un poco no, pero conozco más de 10 no no no no no si no no no no no 35 no no no no uno lo sé por no no no no muchos no no no si como 20 no no muchos no no presentes no no no no tiempo no no no no 2 no 5 no no no no no ...

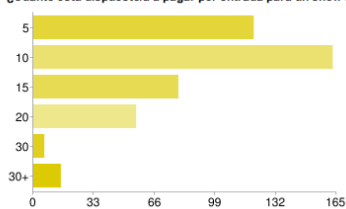
¿Conoce diferentes tipos de magia?



En caso de que su respuesta sea Si, Seleccione los que usted conoce

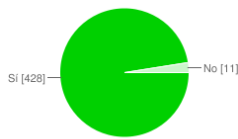


¿Cuánto esta dispuesto/a a pagar por entrada para un show de magia?



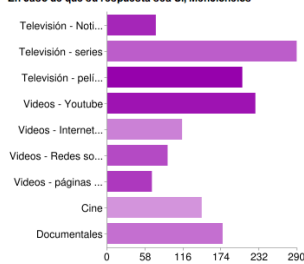
5	27%
10	37%
15	18%
20	13%
30	1%
30+	3%

¿Ha visto magia a través de la televisión u otros medios?



SI	428	97%
NO	11	3%

En caso de que su respuesta sea SI, Mencionelos



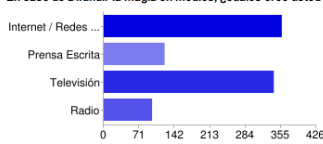
Televisión - Noticias	74	17%
Televisión - series	289	67%
Televisión - Noticias	206	48%
Videos - YouTube	226	53%
Videos - Internet en General	114	27%
Videos - Redes Sociales	92	21%
Videos - Páginas de Magic o de Magicos	68	16%
Cine	144	34%
Documentales	176	41%

People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

¿Considera que la magia se encuentra difundida de manera correcta en la ciudad de Quito? ¿Por qué?

NO, hay muchos espectáculos y también cursos a la gente no conoce / NO, las fallas interese bien / NO, porque no se conoce donde hacen los shows, quienes son los magos y hace falta mucha información / NO, por que al igual que muchos eventos de arte o cultura no se les da la importancia que deberían / En mi medio si lo es, no sé cómo será para los demás. Siempre estoy pendiente de lo que se está haciendo y tengo acceso a las personas involucradas / NO porque no existe un manejo adecuado de la imagen en los medios, ni el conocimiento por parte de los queños, lo que lleva a una mala información sobre los e

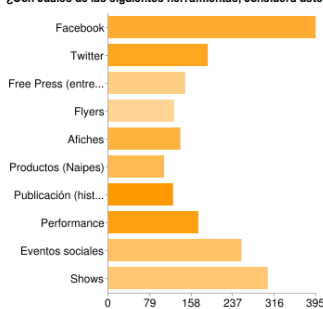
En caso de Difundir la magia en medios, ¿cuáles cree usted que llamarían más su atención?



Internet / Redes Sociales	357	81%
Prensa Escrita	122	28%
Televisión	341	78%
Radio	97	22%

People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

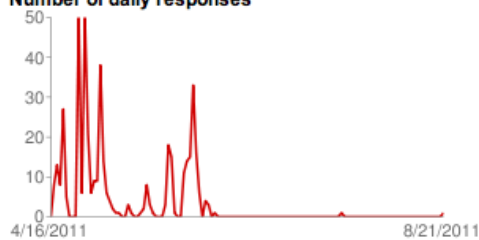
¿Con cuales de las siguientes herramientas, considera usted lograrían que la difusión de la magia se realizara de mejor manera y llegue a mas personas?



Facebook	394	90%
Twitter	189	43%
Free Press (entrevistas en medios)	146	33%
Flyers	125	28%
Afiches	137	31%
Productos (Naipes)	106	24%
Publicación (historia de la magia)	123	28%
Performance	171	39%
Eventos sociales	253	58%
Shows	303	69%

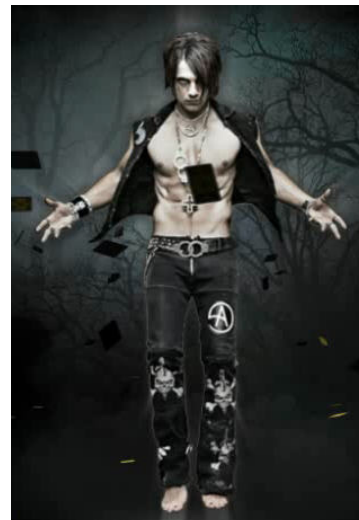
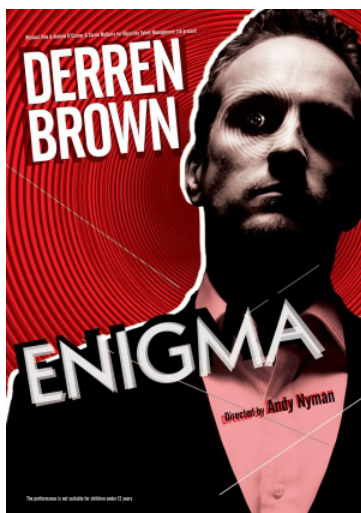
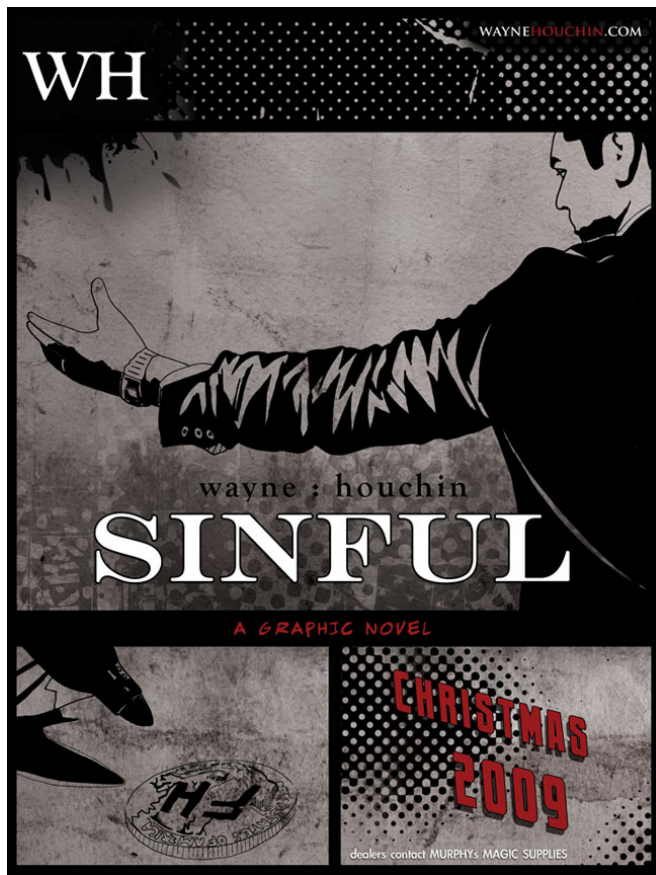
People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

Number of daily responses



**ANEXOS
PUBLI
CASIONES**

ANEXOS EJEMPLOS



**ANEXOS
ARTES
FINALES**

Tipografías

Tipografía utilizada para Dagón - Aristotle Punk

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Tipografías utilizadas para artes de Juegos de la Mente:

Helvetica Neue Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890

Helvetica Neue Ultra Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890

Affair

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890

Baskerville

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890

Rosewoode Std

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890

Artes Finales:

Los artes finales se encuentran en el Cd anexo, este contiene.

Tipografías. (digital)

Afiche. (digital)

Flyer. (digital)

Tarjetas de presentación. (impresa)

Aplicación Multimedia / Web. (cd impreso)

Gigantografía. (digital)

Roll Up Conejo. (digital)

Roll Up Pájaro. (digital)

Afiche Campaña Expectativa. (digital)

Publicación. (impresa)

Rediseño Hoja Interna Publicación (digital)

En total se entrega junto a este TFC, una publicación, un Cd impreso, una tarjeta de presentación y un Dvd con los artes finales en digital.

